



Ahiler Kalkınma Ajansı (AHİKA)



T.C. Kalkınma Bakanlığı

TR 71 BÖLGESİ TURİZM ARAŞTIRMA VE ANALİZ RAPORU



Mayıs 2013, Ankara

İçindekiler

1. YÖNETİCİ ÖZETİ.....	1
1.1 Yaklaşım.....	1
1.2 Genel Saptamalar	1
1.3 İller Ölçeğinde Saptamalar	2
1.3.1 Aksaray.....	2
1.3.2 Kırıkkale.....	3
1.3.3 Kırşehir.....	3
1.3.4 Nevşehir.....	3
1.3.5 Niğde.....	4
1.4 Değerlendirmeler	4
1.5 Eksen: Turizm Sektörünü Ekonomik ve Toplumsal Kalkınma Aracı Olarak Kullanmak.....	5
1.6 Hedefler-Stratejiler	5
1.7 Eylem Planı	7
2. GİRİŞ	9
3. AMAÇ VE KAPSAM	9
4. RAPOR HAZIRLIK SÜRECİ, KATILIMCILIK VE ÇALIŞMA YÖNTEMİ.....	10
5. TURİZM MEVCUT DURUM ANALİZİ.....	12
5. A Dünya, Avrupa ve Türkiye’de Turizm.....	12
5. B TR71 Bölgesi Turizm Sektörü Genel Bilgileri.....	21
5.B.1. Bölgeye Gelen Turist Profilleri	22
5.B.2. Turizm Gelirleri	24
5.B.3. Oteller ve Tesislerin Genel Durumu	24
5.B.4. Konaklama Tesisleri, Tur Operatörleri, Kurumlar	28
5.B.4.1 Konaklama Tesisleri	28
5.B.4.2 Tur Operatörleri	30
5.B.4.3 Kurumlar	32
5.B.5. Turistik İşletmeler ve Hediyelik Eşya Sektörü.....	33
5.B.6. Tesislere Giriş ve Konaklama Göstergeleri.....	34

5.B.7. Bölgeye Ulaşım	46
5.B.7.1. Karayolu ve Lojistik	46
5.B.7.2. Karayolu Altyapısı	48
5.B.7.3. Havayolu ve Demiryolu	50
5.B.8. İnsan Kaynakları	57
5.B.8.1. Turizm Sektörü İstihdamı	57
5.B.8.2. İnsan Gücü Kaynakları ve Eğitim.....	66
5. C TR71 Bölgesi Turizm Çeşitleri.....	66
5.C.1 Doğa Turizmi	67
5.C.2 Termal Turizm ve Sağlık Turizmi	68
5.C.3 Kültür Turizmi	70
5.C.4 Balon Turizmi	71
5.C.5 İnanç Turizmi	72
5.C.6 Kongre ve Fuar Turizmi.....	73
5.C.7 Kış Turizmi.....	74
5.C.8 Kırsal Turizm	76
5. D Kültür	77
5.D.1 Kültürel Yapının Turizm Gelişme Stratejilerine Katkıları.....	77
5.D.2 AKSARAY	81
5.D.3 KIRIKKALE.....	88
5.D.4 KIRŞEHİR	94
5.D.5 NEVŞEHİR.....	101
5.D.6 NİĞDE	108
5. E Turizm Sektöründe Kümelenme.....	115
5.E.1 Kümeleme Analizi:.....	115
5.E.2 Değerlendirme.....	128
6. GZFT ANALİZİ (Güçlü-Zayıf Yönler Fırsatlar ve Tehditler)	130
7. ÖNCELİK ALANLARI VE GELİŞME EKSENLERİ.....	136
7.A. Eksen: Turizm Sektörünü Ekonomik ve Toplumsal Kalkınma Aracı Olarak Kullanmak.....	136
7.B. 2014- 2018 ve 2019-2023 Dönemlerine Yönelik Hedef ve Stratejiler.....	140
7.B.1 2014-2018 Kısa Vadeli Öngörülerin Temel Çıkış Noktaları.....	140
7.B.2 2019-2023 Orta Vadeli Öngörülerin Temel Çıkış Noktaları ve Nitelikleri .	141
7.C. Genel Hedef ve Stratejiler	141
7.C.1. Hedef 1: Turizm Sektörünü Geliştirerek Bölgeye Olan Talebi Artırmak ...	142

7.C.1.1.	Strateji 1: Bölgenin Büyüklüğü ve Ürün Çeşitliliği Olanaklarının Kullanılarak Mevcut ve Alternatif Turizm Ürünleri Geliştirilmesi (2014-2018).....	142
7.C.1.2.	Strateji 2: Bölgenin Yakın Çevresi ile Değerlendirilmesi (2014-2108) ve (2019-2023)	144
7.C.1.3.	Strateji 3: Ziyaretçi Memnuniyetinin Artırılması (2014-2018) ve Sürdürülmesi (2019-2023)	145
7.C.2.	Hedef 2: Turizmi Bölge Gelirini ve İstihdamını Arttırıcı Bir Faaliyet Olarak Değerlendirmek.....	146
7.C.2.1.	Strateji 1: Yatırımların Aşamalı Olarak Programlanması ve Gerçekleştirilmesi, Sektör Yatırımlarından İnşaat ve İşletme Aşamalarında İstihdam Arttırıcı Bir Olanak Olarak Yararlanılması	147
7.C.2.2.	Strateji 2: Sermaye Birikiminin Yatırımlara Katılımının Sağlanması	147
7.C.2.3.	Strateji 3: Yerel İnisiyatifin Güçlendirilmesi ve Kurumsallaştırılması (2014-2018)	148
7.C.2.4.	Strateji 4: Yeni Yatırımlar İçin Cazibe Merkezi Olunması ve Bölge Dışından Sermaye Transferinin Sağlanması (2014-2018)	149
7.C.2.5.	Strateji 5: Turizm Ürünlerine Yeni İç ve Dış Pazarlar Açılması (2019-2023)	149
7.C.2.6.	Strateji 6: Yöre Halkının Turizm ve Çevre Değerleri Hakkında Motivasyonu ve Bilinçlendirilmesi	151
7.C.3.	Hedef 3: Kapadokya İmajını Sürdürmek ve TR71 Bölgesine Yaymak (2014-2018) ve (2019-2023).....	152
7.C.3.1.	Strateji 1: Etkin Tanıtım (2014-2018) ve (2019-2023).....	153
7.C.3.2.	Strateji 2: Marka Kentler Yaratılması	154
7.C.3.3.	Strateji 3: Marka Ürünler Yaratılması	155
7.C.4.	Hedef 4: Bölgenin Turizm Sektörü Açısından Rekabet Edilebilirlik Düzeyini Artırmak	157
7.C.4.1.	Strateji 1: Farkındalık Yaratılması (2014-2018) ve (2019-2023)	157
7.C.4.2.	Strateji 2: Mevcut Tesislerin Rekabetçi Kılınması (2019-2023)	157
7.C.4.3.	Strateji 3: Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımını Sağlanması (2019-2023)	157
7.C.5.	Hedef 5: Turizm Sektöründen Bölge Yerleşmelerinin Yaşam ve Mekân Kalitesini Artırmak Üzere Yararlanmak	158
7.C.5.1.	Strateji 1: Altyapının İyileştirilmesi(2014-2018).....	158
7.C.5.2.	Strateji 2: Sosyal Donatıların Artırılması.....	158
7.C.5.3.	Strateji 3: Doğal, Kültürel, Tarihi ve Arkeolojik Değer Üstyapısının Geliştirilmesi (2014-2018)	159
7.C.6.	Hedef 6: Turizm Sektörü Gelişmesinden Bölgenin Kurumsal Kapasitesini Artırmak Üzere Yararlanmak.....	159
7.C.6.1.	Strateji 1: İnsan kaynaklarının Güçlendirilmesi (2014-2018) ve (2019-2023)	159
7.C.6.2.	Strateji 2: Konaklama ve Yeme-İçme Tesislerinin Kurum Kapasitelerinin Güçlendirilmesi (2014-2018) ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması (2019-2023).....	160
7.C.6.3.	Strateji 3: Tur Operatörleri İşbirliği ve Sektör Ortakları Arasındaki Dayanışmanın Artırılması ve Koordinasyonun Sağlanması	160
7.C.6.4.	Strateji 4: İlgili Kamu Kuruluşlarının Kapasitelerinin Artırılması (2014-2018) ..	162
7.C.6.5.	Strateji 5: Kamu ve Özel Kesim İşbirliğinin Artırılması (2014-2018)	162
7.C.7.	Hedef 7: Kültürel Değerleri Anlamak, Tanıtmak, Korumak ve Bu Değerlerden Turizm Sektörünü Geliştirmek Amacı ile Yararlanmak.....	163
7.C.7.1.	Strateji 1: Kültürel değerleri ve envanteri tanıtmak, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek,	163

7.C.7.2. Strateji 2: Kültürel değerleri ve kültürel envanteri turizm sektörünün ana kaynak değeri ve motor gücü olarak değerlendirmek, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek	164
7.D. Potansiyeller ve Geleceğe Dönük Projeksiyonlar	164
7.D.1. Bakanlık Belgeli Tesisler İtibarıyla Kısa Vadeli Gelişmeler ve Projeksiyonlar 164	
7.D.1.1. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Orta ve Uzun Vadeli Projeksiyonları	165
7.D.1.1.1. Alternatif 1: TR 71 de Bakanlık Belgeli Tesislerin Özgün Büyüme Hızı İle Gelişmesi (2001-2011 Dönemi Kapadokya Yatak Artış Hızı).....	166
7.D.1.1.2. Alternatif 2 - Türkiye Bakanlık Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (2011-2012 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)	168
7.D.1.1.3. Alternatif 3 – TR 71 Bölgesinde Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatak Sayısının Türkiye Yataklarına Oranla Tahmini.....	170
7.D.1.1.4. Plan Perspektifinde Bakanlık Belgeli Yatakların İllere Göre Dağılımları	171
7.D.1.2. Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Orta ve Uzun Vadeli Projeksiyonları.....	172
7.D.1.2.1. Alternatif 1: TR 71 de Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2008-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı)	174
7.D.1.2.2. Alternatif 2: Türkiye Belediye Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (2008-2011 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)	175
7.D.1.3. Projeksiyon Değerler Üzerinde Nihai Değerlendirmeler ve Tahminlerin Alt ve Üst Sınırları	176
8. EYLEM VE YATIRIM ÖNERİLERİ	180
9. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	201
9.1 Turizm Potansiyel ve Stratejilerinin Mekânsal Yansımaları.....	201
9.2 Mekânsal Eksen 1: Kırıkkale-Kırşehir-Nevşehir (-Kayseri) Ekseni.....	201
9.3 Mekânsal Eksen 2: Aksaray-Nevşehir Ekseni (-Kayseri).....	202
9.4 Mekânsal Eksen 3: Niğde-Nevşehir Ekseni	203
9.5 Kümelenme Analizinin Mekâna Yansıması.....	206
9.6 Değerlendirme ve Sonuç	208
10. KAYNAKÇA	210
Tablolar Dizini	
Tablo 1: 2010-2011 Yılları Dünya Geneli Ziyaretçi İstatistikleri	13
Tablo 2: 2009-2010 ve 2010-2011 Dönemlerinde Gelen Turist Sayısı Değişimleri (%)	14
Tablo 3: Farklı Turizm Çekim Noktalarında Bakanlık Belgeli Tesislerde Konaklama, Geceleme ve Yatak Sayılarının Türkiye Değerleri ile Karşılaştırılması (2011)	20
Tablo 4: Farklı Turizm Çekim Noktalarında Bakanlık Belgeli Tesislerde Konaklama, Geceleme ve Yatak Sayılarının Türkiye Değerleri ile Karşılaştırılması (2011) (%).....	21
Tablo 5: TR71 Bölgesi'ne Gelen Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Genel Özellikleri	22
Tablo 6: Bakanlık İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yatak Sayılarının Dağılımı (2011)	26
Tablo 7: Bölgede ve Türkiye'de Konaklama Tesislerinin Yatak Sayıları (2008-2011).....	27
Tablo 8: Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011).....	36

Tablo 9: Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011).....	37
Tablo 10: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011).....	38
Tablo 11: Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011).....	40
Tablo 12: Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011).....	40
Tablo 13: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011).....	42
Tablo 14: Bölgede ve Türkiye’de Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Giriş Sayıları (2008-2011).....	43
Tablo 15: Bölgede ve Türkiye’de Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları (2008-2011).....	44
Tablo 16: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları ve Doluluk Oranları (2009-2011).....	45
Tablo 17: 2012 Yılı Devlet Yolları, İl Yolları ve Otoyollar Uzunlukları.....	48
Tablo 18: 2012 Yılı Motorlu Taşıt Sayıları.....	49
Tablo 19: Toplam Uçak Trafikleri.....	51
Tablo 20: Toplam Yolcu Trafikleri.....	52
Tablo 21: 2011 Yılı Demiryolu Uzunlukları.....	54
Tablo 22: TR 71 İstihdamının 2012 yılında Sektörel Dağılımı.....	57
Tablo 23: TR 71 Bölgesi İstihdamının 2000-2011 Yıllarına Göre İllere Dağılımı.....	59
Tablo 24: TR 71 İstihdamının Kısa ve Orta Vadede Değişimi.....	61
Tablo 25: TR 71 Bölgesinde Bulunan Yüksek Okul ve Liseler.....	66
Tablo 26: Tur Operatörleri Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	117
Tablo 27: Tur Operatörleri Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	118
Tablo 28: Konaklama Tesisleri Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	118
Tablo 29: Konaklama Tesisleri Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	119
Tablo 30: Kültür ve İnanç Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	120
Tablo 31: Kültür ve İnanç Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	121
Tablo 32: Termal ve Sağlık Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	121
Tablo 33: Termal ve Sağlık Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	122
Tablo 34: Kongre Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	123
Tablo 35: Kongre Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	123
Tablo 36: Ziyaret Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	124
Tablo 37: Ziyaret Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	125
Tablo 38: Gezi Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	125
Tablo 39: Gezi Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	126
Tablo 40: TR71 Turizm Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi.....	126
Tablo 41: Turizm Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları.....	128
Tablo 42: GZFT Analizi.....	130
Tablo 43: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı.....	136
Tablo 44: Turizm Gelirlerinin-İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin-İthalat Giderlerine Oranı (ABD \$).....	138
Tablo 45: Bölgesel İstihdamın İktisadi faaliyet Kollarına Göre Dağılımı (Bin Kişi, 15+ Yaş).....	139
Tablo 46: İller İtibarıyla Kısa Vadede Beklenen Ek Yatak Sayıları.....	165
Tablo 47: TR 71’de Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2011 – 2030 Döneminde 2000-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı ile Gelişim).....	166
Tablo 48: Alternatif 2 - Türkiye Bakanlık Belgeli Yatak Artış Hızın TR 71’e Uygulanması (2000-2012 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı).....	168
Tablo 49: Alternatif 3 - TR 71’de Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatak Sayısının Türkiye Yatak Sayısına Oranla Tahmini.....	170

Tablo 50: : İller 2023 Yılı Perspektifinde Bakanlık Belgeli Yatakların Planlama Dönemleri İtibarıyla Projeksiyonları	172
Tablo 51: Türkiye ve TR 71 Bölgesinde 2011 Yılı İtibarıyla Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Karşılaştırması	173
Tablo 52: Alternatif 1 – TR 71’de Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2008-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı)	174
Tablo 53: Alternatif 2 - Türkiye Belediye Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (Yatak Artış Hızı)	175
Tablo 54: Eylem Planı	181

Grafikler Dizini

Grafik 1: Yıllara Göre Dünya Geneli Turist Sayıları	12
Grafik 2: 2010-2011 Yılları Dünya Geneli Ziyaretçi İstatistikleri	13
Grafik 3: 2009-2010 ve 2010-2011 Dönemlerinde Gelen Turist Sayısı Değişimleri %.....	14
Grafik 4: Yıllara Göre Avrupa’da Gelen Turist Sayıları	15
Grafik 5: 2012 Yılı Gelen Turist Sayısı Bakımından Dünyadaki Yeri	15
Grafik 6: Avrupa’nın Gelen Turist Oranı Bakımından Dünya Genelindeki Yeri	15
Grafik 7: 2012 Yılı 27 AB Üye Ülkesi ve Diğer Avrupa Ülkeleri Gelen Turist Oranları	16
Grafik 8: 2012 Yılı Avrupa Bölgelerinin Gelen Turist Oranları	16
Grafik 9: 2000-2012 Yılları Arası Dünya, Avrupa ve Avrupa Bölgelerine Gelen Turist Sayıları	17
Grafik 10: 2000-2012 Dünya, Avrupa, Avrupa Bölgeleri Son Üç Yılın Gelen Turist Sayısı Artış Oranları	17
Grafik 11: Türkiye’ye 2011 Yılında Konaklamalı Olarak Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı	23
Grafik 12: TR71 Bölgesi’ne 2011 Yılında Konaklamalı Olarak Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı	24
Grafik 13: 2008-2011 Döneminde Yatak Sayılarının Yıllık Ortalama Artış Hızları (Bakanlık -Belediye Belgeli ve Toplam)	27
Grafik 14: 2008-2011 Dönemi Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları Yıllık Ortalama Artış Hızları ..	44
Grafik 15: 2008-2011 Dönemi Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları Yıllık Ortalama Artış Hızları	44
Grafik 16: TR71 İlleri İstihdamının 2011 ve 2012 Yılları Sektörel Dağılımı	58
Grafik 17: Türkiye Toplamı İstihdamının 2011 ve 2012 Yılları Sektörel Dağılımı	58
Grafik 18: TR 71 Bölgesi İstihdamının 2000-2011 Yıllarına Göre İllere Dağılımı	59
Grafik 19: TR71 İlleri 2000 Yılı İstihdamı	62
Grafik 20: TR71 İlleri 2011 Yılı İstihdamı	62
Grafik 21: TR71 İlleri 2014 Yılı Direkt Konaklama ve Yeme İçme Tesisleri İstihdamı	62
Grafik 22: TR71 İlleri 2018 Yılı Direkt Turizm İstihdamı	63
Grafik 23: TR71 İlleri 2023 Yılı Direkt Turizm İstihdamı	63
Grafik 24: TR71 İlleri 2014 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı	63
Grafik 25: TR71 İlleri 2018 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı	64
Grafik 26: TR71 İlleri 2023 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı	64
Grafik 27: TR 71 Bölgesi 2000-2023 Sektörel İstihdamlar	65
Grafik 28: Turizm Stratejilerinin Kavramsal Anlatımı	140
Grafik 29: İller İtibarıyla Kısa Vadede Beklenen Ek Yatak Sayıları Dağılımı	165
Grafik 30: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 1	167
Grafik 31: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu Alternatif 1	167
Grafik 32: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 2	169
Grafik 33: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu Alternatif 2	169
Grafik 34: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 3	171
Grafik 35: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu Alternatif 3	171
Grafik 36: Türkiye’de 2011 Yılı Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Yataklarının Oranı	173
Grafik 37: TR71 Bölgesi’nde Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Yataklarının Dağıtımı	173

Grafik 38: Türkiye’de ve TR71 Bölgesi’nde Belediye Belgeli Tesislerde Yatak Sayısı Mevcut Durumu ve Projeksiyonu- Alternatif 1.....	175
Grafik 39: Bakanlık Belgeli Yataklarda 2023 Yılında Doluluk Oranı ve Geceleme Adetlerine Göre Değişimler.....	176
Grafik 40: Belediye Belgeli Yataklarda 2023 Yılında Doluluk Oranı ve Geceleme Adetlerine Göre Değişimler.....	176
Grafik 41: TR 71 Bakanlık Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	177
Grafik 42: TR 71 Bakanlık Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	177
Grafik 43: TR 71 Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	178
Grafik 44: TR 71 Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	178
Grafik 45: TR 71 Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	178
Grafik 46: TR 71 Bakanlık ve Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi.....	179

Haritalar Dizini

Harita 1: TR71 Bölgesi Karayolu Araç Yoğunluğu Haritası.....	47
Harita 2: Demiryolu Haritası.....	53
Harita 3: Bölge illerinin Türkiye’nin Uç Noktalarına Olan Kuş Uçuşu Uzaklıkları.....	56
Harita 4:Potansiyellerin Mekâna Yansıması	204
Harita 5: Stratejilerin Mekâna Yansıması	205
Harita 6: Turizm Kümelerinin Dağılımı.....	207

Şekiller Dizini

Şekil 1: TR71 Bölgesi Turizm Strateji Belgesi Hazırlama Süreci	11
Şekil 2: Tur Operatörleri Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram).....	117
Şekil 3: Konaklama Tesisleri Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram).....	119
Şekil 4: Kültür ve İnanç Turizmi Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram).....	120
Şekil 5: Termal ve Sağlık Turizmi Ağaç Grafiği	122
Şekil 6: Kongre Turizmi Ağaç Grafiği.....	123
Şekil 7: Ziyaret Turizmi Ağaç Grafiği	124
Şekil 8: Gezi Turizmi Ağaç Grafiği	125
Şekil 9: Turizm Ağaç Grafiği	128

Kısaltmalar

AB: Avrupa Birliği
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
ADNKS: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AHİKA: Ahiler Kalkınma Ajansı
BM: Birleşmiş Milletler
DHİM: Devlet Hava Meydanları İşletmesi
GSYH: Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
Ha: Hektar (10.000 m2)
İBBS: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
KAPHİB: Kapadokya Altyapı Hizmet Birliği
KAPTİD: Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği
KAP-HİD: Kapadokya Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliği
KGM: Karayolları Genel Müdürlüğü
NTSO: Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası
SHGM: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
STK: Sivil Toplum Kuruluşları

TAFED: Türkiye Aşçılar Federasyonu
TCDD: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
TR71: Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir ve Niğde İllerinin Bulunduğu Düzey 2 Bölgesi
TUROFED: Türkiye Otelciler Federasyonu
TURSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO: United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)
UNEP: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü
WTO: Dünya Turizm Örgütü
YHGS: Yaban Hayatı Geliştirme Sahası

1. YÖNETİCİ ÖZETİ

1.1 Yaklaşım

Ahiler Kalkınma Ajansı (AHİKA) TR 71 Bölge Planı hazırlanması kapsamında planın alt bileşenleri ile ilgili olarak farklı kurumlara bir dizi çalışma yaptırılmaktadır. Bu program çerçevesinde hazırlanan bu rapor TR 71 Bölgesi Planı alt bileşenlerinden biri olan Turizm Sektörü 'nün Plan'a entegre edilecek yapısal boyutlarını, geleceğe ilişkin kestirimlerini, hedeflerini, stratejilerini ve eylemlerini ortaya koymaktadır.

Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir ve Niğde illerinden oluşan TR 71 Bölgesi İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (IBSS) Düzey 2 de yer almaktadır. Düzey 2 bölgeleri sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına göre; TR 71 Bölgesi, 26 bölge içinde 17. sırada yer almaktadır. Bölge illerinden Kırıkkale, Nevşehir ve Kırşehir 3. derece; Niğde ve Aksaray ise 4. derece gelişmiş iller kapsamındadır. 81 il içinde yapılan sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına göre; Kırıkkale 33. Nevşehir 34. Kırşehir 42. Niğde 49. ve Aksaray 56. sıradadır.

Yukarıda; ülke ölçeğinde, yerleri tanımlanan TR 71 illerinde AHİKA tarafından belirlenen eksenlerden biri olan Turizm Sektörü; doğal ve kültürel değerler, turizm çeşitleri, örgütlenme düzeyi, sektörler arası ilişkiler ve darboğazlar boyutları ile ele alınmıştır. Bu çerçevede illerde farklı tarihlerde ilgili kamu kurumları ile ön görüşmeler yapılmış; takiben, paydaşların katıldığı arama toplantıları (çalıştaylar) düzenlenmiştir. İnteraktif katılım yöntemi ile illerde GZFT analizi ve üst stratejiler elde edilmiştir.

Ayrıca, sektörün içinde yer alan, ilgili ve karar verici paydaşlarla da akademik uzmanların uyguladığı anket çalışması yapılmıştır. Bu çerçevede Konaklama Tesisleri, Seyahat Acenteleri ve ilgili Kamu Kurumları, Üniversiteler ve Sivil Toplum Kuruluşları ile yapılan anket uygulaması ile sektöre ilgili daha detaylı bilgi alınmış; anılan kurum ve kuruluşların GZFT analizleri ve strateji öngörülerini temin edilmiştir.

Bu raporun kurgusu; Turizm Sektörü 'nün arz ve talep boyutlarının da ele alındığı Mevcut Durum Analizi; Yeni ve Alternatif Turizm Çeşitlerinin Analizi; Sektörün Hedef ve Stratejileri; Turizmin Akslar Temelli Mekânsal Dağılımı ve nihayetinde Eylem Planı eksenlerinde temellendirilmiştir.

1.2 Genel Saptamalar

TR 71 Bölgesinde; bölge illeri arasında; ülke ve uluslararası düzeyde üne sahip Kapadokya'nın varlığı turizm faaliyetleri yönünden Nevşehir'i öne çıkarmıştır. Bölgenin turizmle ilgili tüm göstergeleri Nevşehir'in performansına endekslidir. Bölgeye olan yerli ve yabancı ziyaretçi geliş Kapadokya ağırlıklıdır. Mevcut istatistiki verilere göre yabancı ziyaretçilerin oranı daha fazladır. Nevşehir dışındaki illerin turizm hareketliliği genelde yerli ziyaretçi tabanlıdır. Bu kapsamda bölgedeki Bakanlık belgeli tesislere gelenlerin % 61'ini

yabancı, %39'unu yerli; Belediye belgeli tesislere gelenlerin %43'ünü yabancı, %57'sini yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır.

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi profiline bakıldığında; Almanya (% 15), Rusya (%9), İngiltere (%6) ilk sıralarda gelmektedir. TR 71 Bölgesi'ne gelen yabancı ziyaretçi profili Ülkeye gelen yabancı ziyaretçi profilinden tamamen farklıdır. Bu farkın temel nedeni ağırlıklı olarak Akdeniz (Antalya) ve Batı Anadolu (Muğla) illerine olan deniz-kum-güneş turizmi tercihi ile TR 71 Bölge illerine; özellikle, Kapadokya'ya olan; doğa-arkeoloji-kültür turizmi tercihidir. Ülke ölçeğinde çok düşük oranlarla temsil edilen Japonya ve Doğu Asya çıkışlı ziyaretçilerin TR 71 deki oranı çok yüksektir. Bölgeye gelen yabancı ziyaretçilerin % 13'ünü Japonya, %20'sini diğer Doğu Asya ülkelerinden gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır.

Gerek yerli gerekse de yabancı ziyaretçilerin son yıllardaki Bölge'ye olan yoğun ilgisi, yatak sayılarının artışı da beraberinde getirmiştir. Ancak TR 71 Bölgesindeki yatak sayıları Ülke geneli yatak sayıları içinde %2'lik orana sahiptir. Son verilere göre Bölgedeki toplam 29 binden fazla yatağın % 47'si Bakanlık (14 bin), %53'ü Belediye (16 bin) belgelidir.

Ziyaretçilerin Bölge'de kalış süreleri Ülke ortalamalarının altındadır. Ülke' de 2,2 gün olan ortalama Bölge'de 1,8 e düşmektedir. Yabancı ve yerli ziyaretçi kalış sürelerine bakıldığında Ülke' de 3,7 olan yabancı ziyaretçi kalış süresi Bölge'de 1,9 gün; Ülke' de 1,7 olan yerli ziyaretçi kalış süresi Bölge'de 1,6 gün olarak gerçekleşmektedir.

Bölgedeki turizm faaliyetlerinin Bölge'nin doğal ve kültürel değerleri öne çıkarılarak programlanması halinde kalış süreleri Ülke ortalamalarına yaklaşacaktır. Bunun doğal sonucu olarak elde edilen gelir ve ziyaretçi harcaması da artacaktır. Bölge'de sınırlı sayıda olan “S” belgeli (kaya içine oymalı konaklama tesislerinde) ve butik konaklama tesislerindeki günlük konaklama ücretleri ziyaret süresince Ülke genelinde harcanan toplam harcamadan fazladır. Ülke ve Bölge genelinde uygulanan “her şey dâhil sistemin” uygulandığı tesisler ve Bölge'deki anılan tesisler arasındaki ücret farkları ciddi boyuttadır.

Deniz-kum-güneş üçlemesine dayalı kitle turizmine alternatif doğa-arkeoloji-kültür turizmi büyük ölçüde seyahat acentelerinin (tur operatörlerinin) organizasyon ve kaliteli hizmet sunabilme becerilerine bağlıdır. Bölgede “A” grubu belgeli 124 seyahat acentesi vardır. Diğer faaliyetlerde olduğu gibi turizmin önemli bir bileşeni olan bu operasyonel faaliyette de yığılma Nevşehir'dedir.

1.3 İller Ölçeğinde Saptamalar

1.3.1 Aksaray

Kapadokya'nın giriş kapısı niteliğindeki Aksaray birçok medeniyete ev sahipliği yapmış; zengin doğal ve kültürel değer ve birikime sahiptir. İlde arkeolojik, doğal ve karma sit alanı niteliğinde; tarihi kent, yer altı şehri, ören ve höyük vardır. İhlara Vadisi, Manastır Vadisi,

Nora Antik Kenti, Gelveri (Yeşilyurt) öne çıkan alanlardır. İpek Yolu üzerinde konumlanmış Selçuklu döneminden kalma hanların turizm yönünden ayrı bir yeri vardır.

Kültürel birikimin ürünlerinden olan geleneksel el sanatlarının (dericilik, çinicilik, çömlekçilik, halıcılık) yerellikten çıkartılıp dışa açılması ve etkinliklerle tanıtılması halinde turizm faaliyetlerine katkı sağlayacaktır.

1.3.2 Kırıkkale

Kırıkkale’de diğer Bölge illerinde olduğu gibi turizm yaratıcı ve çekim noktası oluşturuca zengin doğal ve arkeolojik kaynak yoktur. Ancak, kentsel yerleşimlerde tekil tescilli tarihi sivil mimari örnekleri vardır. Özellikle; Keskin’deki tarihi yapıların yeterince değerlendirilmesi halinde Beypazarı ile yarışacak nitelikte olduğu belirtilmektedir. Turizmin geliştirilmesi adına; Kızılırmak Nehri ve Kapulukaya Barajı doğa yürüyüşü ve sportif amaçlı olta balıkçılığı faaliyetlerine açılabilir.

Kırıkkale’de kültürel birikimin önemli öğelerinden türküler, geleneksel halk oyunları ve yemekler öne çıkmaktadır. Ayrıca son yıllarda açılan kurslarla el sanatları da gelişmeye başlamıştır.

1.3.3 Kırşehir

Kronolojik olarak; Eti döneminden başlayıp Osmanlı dönemine kadar yörede yaşamış farklı medeniyetlerin bıraktıkları eserler önemli bir birikim oluşturmıştır. İlde yerüstündeki tarihi eserlerin yanı sıra; Bölge’nin diğer kesimlerinde olduğu gibi; yeraltı şehirleri de bulunmaktadır. Arkeolojik potansiyelin yanı sıra termal kaynakların varlığı da turizm yaratıcı unsurlardandır. Ayrıca; Seyfe Gölü, son yıllarda yapılan projeler ve ilin sahiplenmesi ile öne çıkan turizmde kullanılabilecek doğal değerlerdendir.

Farklı medeniyetlerin bıraktıkları yapısal mirasın yanı sıra kültürel birikimler de turizmi geliştirecek boyuttadır. İlde geçmişten gelen taş işlemeciliği ve özellikle onyx mermeri işlemeciliği el sanatlarında ön plandadır. İlde yetişmiş; Ahi Evran, Cacabey, Aşıkpasa ve Hacı Bektaş kültürel birikime damgasını vurmuş değerlerdir. Ülke ve uluslararası düzeyde bilinen Neşet Ertaş ta Bölgedeki halk ozanı ve bozlak kültürünün önde gelen isimlerindendir.

1.3.4 Nevşehir

İlin önemli bir kesimini kaplayan dünya çapında tanınmış ve öneme sahip Kapadokya açık hava müzesi niteliğindedir. Arkeoloji, jeoloji, inanç, tarih, doğa ve yerüstü-yeraltı kentsel yapı gibi farklı unsurları bir arada bulunduran Kapadokya tüm yıl turizm faaliyetlerine imkân verecek niteliktedir. Kapadokya’nın yanı sıra; ildeki zengin doğal ve tarihi kaynakların varlığı; Nevşehir’in TR 71 Bölgesinde; turizm sektöründe açık ara öne çıkmasına ve hatta Bölgeyi Ülke ölçeğinde üst sıralara taşımasına neden olmuştur.

İlin doğal zenginlikleri kültür turizmi faaliyetlerinin yanı sıra alternatif turizm faaliyetlerinin gelişmesini de beraberinde getirmiştir. Doğa yürüyüşü, kış sporları, bisiklet turu, yamaç

paraşütü, balon, golf ve binicilik son yıllarda öne çıkan çeşitlenmelerdir. Alternatif faaliyet imkânlarının gelişmesi ve organizasyonu Bölgedeki geceleme ve kalış sürelerini olumlu yönde etkileyecektir.

Yapısal kaynakların zenginliğinin yanı sıra turizmi doğrudan etkileyen geleneklerin doğrudan yansıması el sanatlarının gelişmişlik düzeyi de ön plandadır. Geleneksel el dokumacılığı (halı, kilim, çulha) ve çömlek yapımı uluslararası üne sahiptir.

1.3.5 Niğde

İldeki inanç turizmi öğeleri, hanlar, kervansaraylar, yeraltı şehri, höyükler, ören yerleri, farklı noktalardaki tescilli tarihi yapılarla beraber; dağ ve doğal güzellikleri (Aladağlar Milli Parkı, doğal sit alanı niteliğindeki Niğde Bağları) turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Niğde'deki termal kaynakların varlığı turizm çeşitlenmesini daha da artırmaktadır. İl sahip olduğu zengin turizm yaratıcı kaynakları Bölge'nin diğer illerinde de görüldüğü gibi yeterince kullanamamaktadır.

Turizm yaratıcı kaynakların doğru ve örgütlü bir şekilde kullanılması halinde halen ön planda olmayan akarsu balıkçılığı, avcılık, dağcılık, kış sporları, yürüyüş, yayla turizmi de alternatif turizm çeşitlenmesine katkı sağlayacaktır. El sanatları, geleneksel yemek kültürü ve marka ürünler (Niğde Elması, Niğde Gazozu) ilin turizm gelişmesine katkı sağlayacak düzeydedir.

1.4 Değerlendirmeler

TR71 Bölgesi'nin turizm potansiyeli, Türkiye'deki genel gelişme eğilimine alternatif oluşturabilecek biçimde, doğa ve kültür ağırlıklıdır. Dünya ölçeğinde yaşanan güncel turizm kavramı tamamen eğlence odaklı, deniz-kum-güneş üçlemesi olmaktan çıkmış; çevre ve eğitimin öne çıktığı aksa kaymaya başlamıştır. Bu küresel dönüşüm; Bölgede, gerekli yatırımlar ve düzenlemeler yapıldığı takdirde; Bölgeye yönlenebilecektir. Alternatif turizm kaynakları yönünden Bölgenin ciddi zenginlikleri vardır. Son yıllarda Bölgeye yapılan seyahatler ağırlıklı olarak doğal ve kültürel değerleri görmek amacını taşımaktadır.

Bölgede kitle turizmi yaygın değildir. Ziyaretçiler, tur programına göre herhangi bir destinasyonda bir veya en fazla iki geceleme yapmaktadır.

- Turizm sektörü geliştirme hedeflerinin, uluslararası düzeyde kabul görmüş kavramlar gözetilerek üretilmesi zorunludur. Bu hedeflerin, sektörün tüm ortakları tarafından benimsenmiş olması da gerekmektedir.
- Çalışmalarda, turizm sektörünün önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olarak görülmesi ve diğer sektörler üzerinde çoğaltan etkisi yapacağı gerçeğinden hareket edilmiştir.

- Turizm sektörünün son derece kırılğan bir talebe sahip olduğu kabul görmüş bir diğerk gerçektir. Sektörde toplam kalite ilkelerine göre hizmet sunulmakta ve müşteri memnuniyeti ön plana çıkmaktadır. Sektörün talep esnekliğı fazladır. Bu durum, pazarlanabilir turizm ürünü elde edilmesi ve ürünün çeşitlenmesinin önemini vurgulamaktadır.
- Sektörün yatay ilişkileri yaygındır ve diğerk sektörlerle bağıntıları fazladır. Örneğın, ulaştırma ve haberleşme, ticaret, bankacılık ve toplum hizmetleri sektörleri ile bağıntılar yüksektir. Yanı sıra; turizm faaliyetleri çok aktörlüdür. Hizmet sunumu; özel ve kamu sektörünün ortaklaşa ve dayanışma içinde olmasını zorunlu kılmaktadır.

1.5 Eksen: Turizm Sektörünü Ekonomik ve Toplumsal Kalkınma Aracı Olarak Kullanmak

Eksen: turizm sektörü ekonomik ve toplumsal kalkınmanın motor güçlerinden birisidir. Sektör, döviz girişine ve ödemeler dengesine olumlu katkı yapan ve istihdam olanakları yaratan faaliyet dallarının başında gelmektedir. Bu biçimiyle toplumsal refahın artmasını da katkı koymaktadır.

Ayrıca, turizm sektörü, toplumsal hoşgörü ve dayanışmayı artıran, sosyal dokuyu güçlendiren özelliklere de sahiptir. Bu yönüyle de toplumsal kalkınmaya önemli katkılar koymaktadır.

Bu özellikleri ile Bölge planının önemli eksenlerinden birisi olacağına inanılmaktadır.

1.6 Hedefler-Stratejiler

Sektörel gelişme hedefleri ve hedeflere ait stratejiler yukarıda belirtilen temel saptamalar, TR 71 Bölgesi illerinde yapılan çalıştaylar ve farklı kurumlarla yapılan anket çalışmaları sonuçları ve sentez değerlendirme niteliğindeki GZFT analizleri sonucunda elde edilen ayrıntılara girilerek belirlenmiştir.

Hedef 1:

Turizm Sektörünü Geliştirerek Bölgeye Olan Talebi Artırmak

Stratejiler

- 1 Bölgenin Büyüklüğü ve Ürün Çeşitliliğı Olanaklarının Kullanılarak Mevcut ve Alternatif Turizm Ürünleri Geliştirilmesi (2014-2018)
- 2 Bölgenin Yakın Çevresi ile Değerlendirilmesi (2014-2018) ve (2019-2023)
- 3 Ziyaretçi Memnuniyetinin Artırılması (2014-2018) ve Sürdürülmesi (2019-2023)

Hedef 2:

Turizmi Bölge Gelirini ve İstihdamını Arttırıcı Bir Faaliyet Olarak Değerlendirmek

Stratejiler

- 1 Yatırımların Aşamalı Olarak Programlanması ve Gerçekleştirilmesi, Sektör Yatırımlarından İnşaat ve İşletme Aşamalarında İstihdam Arttırıcı Bir Olanak Olarak Yararlanılması
- 2 Sermaye Birikiminin Yatırımlara Katılımının Sağlanması
- 3 Yerel İnisiyatifin Güçlendirilmesi ve Kurumsallaştırılması (2014-2018)
- 4 Yeni Yatırımlar İçin Cazibe Merkezi Olunması ve Bölge Dışından Sermaye Transferinin Sağlanması (2014-2018)
- 5 Turizm Ürünlerine Yeni İç ve Dış Pazarlar Açılması (2019-2023)
- 6 Yöre Halkının Turizm ve Çevre Değerleri Hakkında Motivasyonu ve Bilinçlendirilmesi

Hedef 3:

Kapadokya İmajının Sürdürmek ve TR71 Bölgesine Yaymak (2014-2018) ve (2019-2023)

Stratejiler

- 1 Etkin Tanıtım (2014-2018) ve (2019-2023)
- 2 Marka Kentler Yaratılması
- 3 Marka Ürünler Yaratılması

Hedef 4:

Bölgenin Turizm Sektörü Açısından Rekabet Edilebilirlik Düzeyini Artırmak

Stratejiler

- 1 Farkındalık Yaratılması (2014-2018) ve (2019-2023)
- 2 Mevcut Tesislerin Rekabetçi Kılınması (2019-2023)
- 3 Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımını Sağlanması (2019-2023)

Hedef 5:

Turizm Sektöründen Bölge Yerleşmelerinin Yaşam ve Mekân Kalitesini Artırmak Üzere Yararlanmak

Stratejiler

- 1 Altyapının İyileştirilmesi(2014-2018)
- 2 Sosyal Donatıların Artırılması
- 3 Doğal, Kültürel, Tarihi ve Arkeolojik Değer Üstyapısının Geliştirilmesi (2014-2018)

Hedef 6:

Turizm Sektörü Gelişmesinden Bölgenin Kurumsal Kapasitesini Artırmak Üzere Yararlanmak

Stratejiler

- 1 İnsan kaynaklarının Güçlendirilmesi (2014-2018) ve (2019-2023)
- 2 Konaklama ve Yeme-İçme Tesislerinin Kurum Kapasitelerinin Güçlendirilmesi (2014-2018) ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması (2019-2023)
- 3 Tur Operatörleri İşbirliği ve Sektör Ortakları Arasındaki Dayanışmanın Artırılması ve Koordinasyonun Sağlanması
- 4 İlgili Kamu Kuruluşlarının Kapasitelerinin Artırılması (2014-2018)
- 5 Kamu ve Özel Kesim İşbirliğinin Artırılması (2014-2018)

Hedef 7:

Kültürel Değerleri Anlamak, Tanıtmak, Korumak ve Bu Değerlerden Turizm Sektörünü Geliştirmek Amacı ile Yararlanmak

Stratejiler

- 1 Kültürel değerleri ve envanteri tanıtmak, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek,
- 2 Kültürel değerleri ve kültürel envanteri turizm sektörünün ana kaynak değeri ve motor gücü olarak değerlendirmek, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek

1.7 Eylem Planı

Turizm sektörünün gelişmesine yönelik olarak geliştirilen, hedef ve stratejilerin eylemlere dönüşmesi için, bunları gerçekleştirecek aktörler ile bunların görev ve yetki alanlarının tanımlanması gerekmektedir. Stratejilerin; hangi sektör ortakları tarafından, hangi ağırlıkta, nasıl üstlenileceğinin bilinmesi ve önlemlerin buna göre alınması zorunludur. Ortakların farklı yasal statüde olması, sektörün gelişmesi için toplam kapasite artırımını gerekli kılmaktadır. Buna ek olarak, sektörün gereksindiği kaliteli insan gücünün yetiştirilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda Hedef ve Stratejilere bağlı olarak eylem önerilerinde bulunulmuştur. Bazı eylemler birden fazla stratejiye hizmet ettiği gibi, bazı stratejiler de birden fazla eylemle hayata geçirilebilecektir. Eylem Planı kapsamında; eylemin vadesi gerçekleştirilmesi

öngörülen yıllar, sorumlu kuruluş, ilgili kuruluş, yatırım konusu, açıklamalar ve alt eylemler açıklanmıştır.

2. GİRİŞ

TR71 (Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde) Bölgesinde Turizm sektörü çalışmaları; Ahiler Kalkınma Ajansı ile WYG Türkiye arasında yapılan sözleşme çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma; TR71 Bölgesi'nde turizm sektörüne ilişkin verilerin toplanması ve gelişmelerinin gözden geçirilmesi, doğal ve kültürel değerlere dayalı turizm türlerinin geliştirilmesi, eko-turizm olanaklarının örgütsel boyut da dâhil edilerek araştırılması, turizmin gelişmesi için katılımcı bir yaklaşımın kurgulanması, turizm sektörünün atılım yapmasını engelleyen darboğazların saptanması ve bunların giderilmesi için alınması gereken önlemlerin belirlenmesi, bölgeye daha fazla yerli ve yabancı ziyaretçi gelmesi için yakın çevre olanaklarının da gözetilerek, turizm gelişme hedef ve stratejilerinin tespiti olarak özetlenebilecek bir iş programı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

3. AMAÇ VE KAPSAM

Bu çalışmanın amacı Ahiler Kalkınma Ajansının (AHİKA), sorumlu olduğu TR71 Düzey 2 Bölgesi (Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde) İkinci nesil 2014-2018 ve 2019-2023 dönemlerini kapsayan Bölge Planı hazırlıkları kapsamında ele alınmakta olan turizm sektörü çalışmalarına stratejiler ve eylem planları bağlamında destek sağlamaktır.

Çalışma ile önce; Bölge Planı hazırlıkları kapsamında; bölgenin Mevcut Durum Raporunun hazırlanması için sektörel analizlerin gerçekleştirilmesi, bunlara dayalı olarak da harekete geçirilecek doğal ve kültürel kaynakların saptanması, ortaya çıkabilecek turizm türleri ile bunlardan konumsal ve rekabetçi üstünlüğü olanların tanımlanması, tüm bunların geliştirilmesi için gerekli ortamın tanımlanması ve tüm bu öngörülerin stratejiler demeti ve eylem programına dönüştürülmesi bu çalışmanın amaçlarını ve ana hatlarını oluşturmaktadır

4. RAPOR HAZIRLIK SÜRECİ, KATILIMCILIK VE ÇALIŞMA YÖNTEMİ

TR 71 Bölge Planı 2014-2018 ve 2019-2018 yılları arasındaki birçok faaliyetinin (Destek Programları, Çalışma Programları, Bütçe, Çevre Düzeni Planı ve İmar Planları, bölgedeki diğer kurumların Stratejik Plan belgeleri vb.) ana çerçevesini oluşturacaktır.

Turizm sektörü çalışması da “bütünsel turizm stratejileri” yöntemi uygulanarak ele alınmıştır. Bu yaklaşım bağlamında, TR 71 Bölgesi için geliştirilen vizyon ve bunun turizm içeren kısmı, AHİKA’nın TR 71 için geliştirdiği misyon ve çerçeve değerler sistemi de çalışmayı etkileyen öğeler olmuştur.

Çalışma 3 ana aşamadan oluşmuştur. İlk aşama ‘veri kaynağını saptama, veri oluşturma ve literatür taramasıdır. Bu aşamada ayrıca Şekil 1’de görüleceği gibi pek çok alt faaliyet bulunmaktadır. İkinci aşama toplanan ve depolanan verinin işlenmesi sürecinden oluşan analiz ve sentez faaliyetlerinden oluşmaktadır, çalıştay ve anketler de bu aşamada gerçekleştirilmiştir.

Üçüncü aşama strateji ve eylem planlarının üretilmesi süreçlerinden oluşmaktadır. Bu aşamada AHİKA’nın görüşleri de alınarak sonuca ulaşılmıştır.

Stratejik planlama yaklaşımının vazgeçilemez özelliği olan katılımcılık bu çalışmaya da yansımıştır. Bu bağlamda, her bir TR 71 ilinde “Turizm Çalıştayları” düzenlenmiş, Konaklama Tesisleri, Seyahat Acenteleri, turizmle ilgili kamu kurum ve kuruluşları, Akademia ve Eğitim Kurumları ile anketler yapılmıştır. Çalışmalara kurumsal ve kişisel katkı koyan paydaşların sayısı toplam 256’dır. Çalışma katılımcı bir yaklaşımla gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın önemli bir girdi seti daha önce yapılan çalışmalar olmuştur. Bu bağlamda ilgili kuruluşların görüş ve çalışmalarından yararlanılmıştır. Bunlar; sektörün uluslararası örgütleri, Türkiye’deki ilgili kamu kurum ve kuruluşları, akademi, meslek odaları ve sivil toplum kuruluşları olarak özetlenebilmektedir. Bu çabalar sonucunda, turizm sektörünün dünya ve avrupa çapındaki gelişmesi, son eğilimler, bölgesel gelişmeler, Türkiye’de ulusal ve il bazında durum ve gelişmeler ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında istatistiki veri ve bilgiye erişime özel bir önem verilmiştir. Bu bağlamda; konuya ilişkin literatür taraması, yazılı ve basılı kaynaklardan yararlanılmış, internet olanaklarını azami kullanarak basılı olmayan elektronik ortamdaki veriye ve bilgiye ulaşılmış, bunların depolanması ve işlenmesi sağlanmıştır.

Daha önce yapılan birinci nesil Bölge Planı çalışmalarında turizm sektörünün nasıl ele alındığı ayrıca araştırılmıştır. Bu bağlamda AHİKA başta olmak üzere

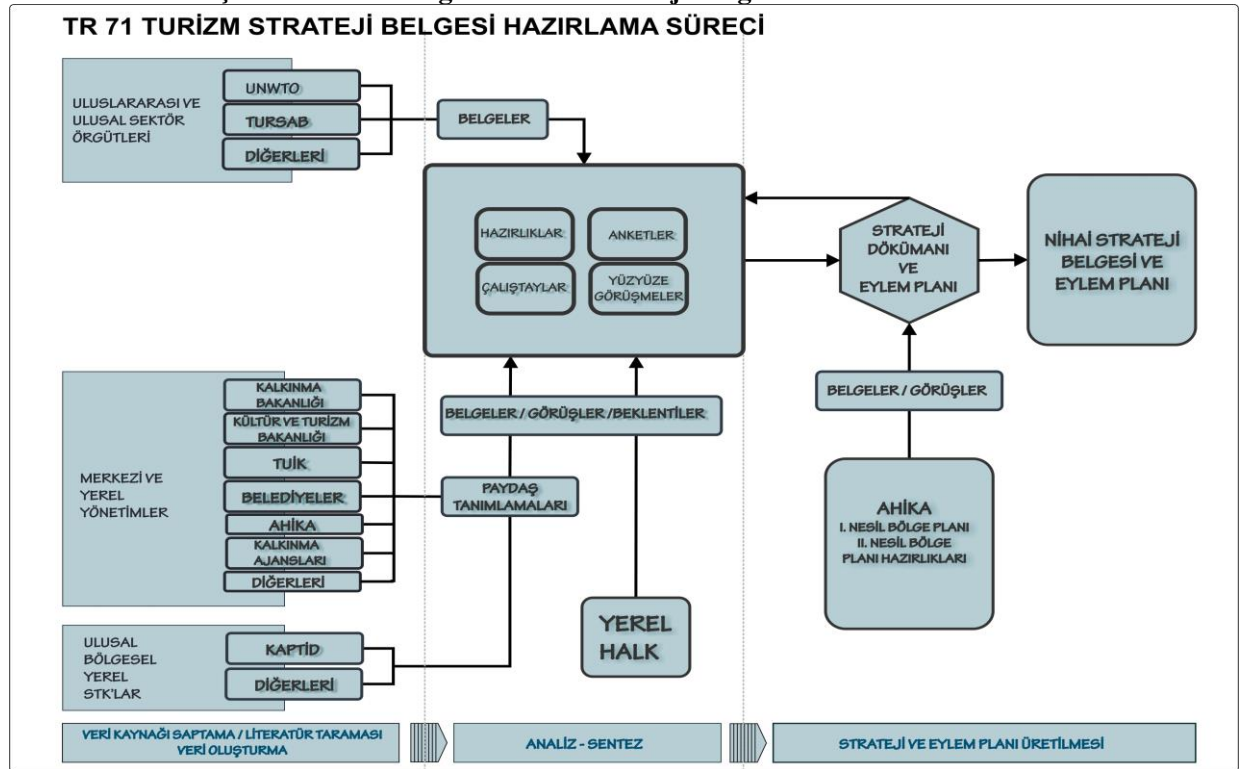
Özetle TR 71 Bölge Planının dispozisyon ve genelden özele sıralaması;

- Ufuk (vizyon)
- Eksen
- Hedef
- Strateji
- Eylem

biçimindedir.

Bu çalışmada da birinci nesil plan dispozisyonu ve mantıki sıralamasına uyum sağlamak için, turizm sektörü sunum başlıkları sıralaması Eksen, hedef ve stratejiler olarak belirlenmiş, ancak çalışmada 'Eylem Programı'na da yer verilmiştir.

Şekil 1: TR71 Bölgesi Turizm Strateji Belgesi Hazırlama Süreci



5. TURİZM MEVCUT DURUM ANALİZİ

5. A Dünya, Avrupa ve Türkiye’de Turizm

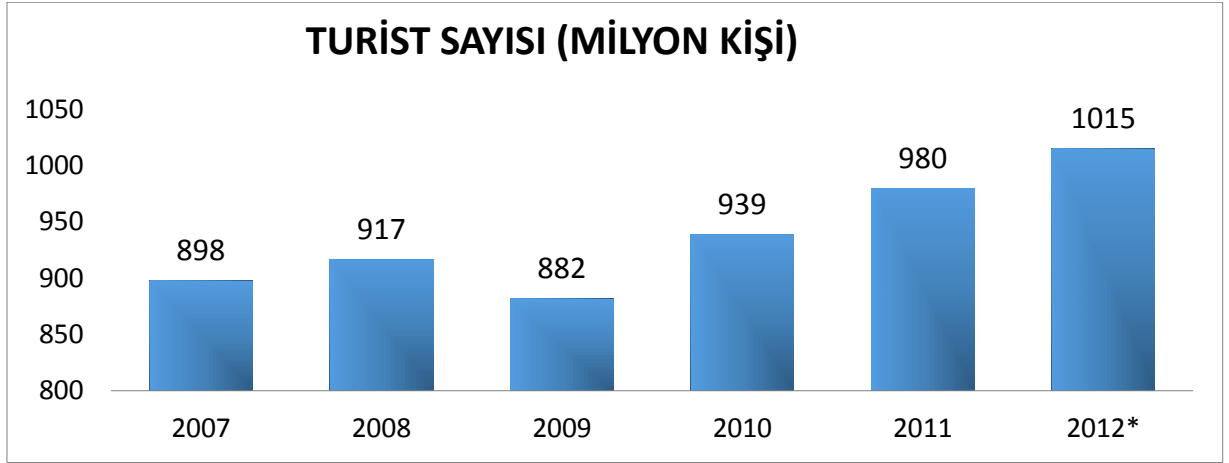
Dünya’da Turizm

Son yıllarda dünya genelinde turizm sektörü atılım yapmaktadır. UNWTO’nun 2011 yılı tespitlerine göre 2010 yılında 939 milyon olan dünya geneli ziyaretçi sayısı 2011 yılında %4.6 artarak 980 milyon kişiye yükselmiştir. Buna paralel olarak yine 2010 yılında 928 milyar ABD doları olan dünya geneli turizm gelirleri 2011 yılında 1030 milyar ABD dolarına çıkmıştır (UNWTO, 2012). Global olarak;

- Ucuz havayolu taşımacılığının gelişmesi,
- İnternet üzerinden yapılan rezervasyonlardaki artış,
- Son dakika rezervasyon imkanlarının artması,
- İnternet reklamlarının diğer araçların önüne geçmesi,

gibi sebepler bu artışın önemli nedenleridir.

Grafik 1: Yıllara Göre Dünya Geneli Turist Sayıları



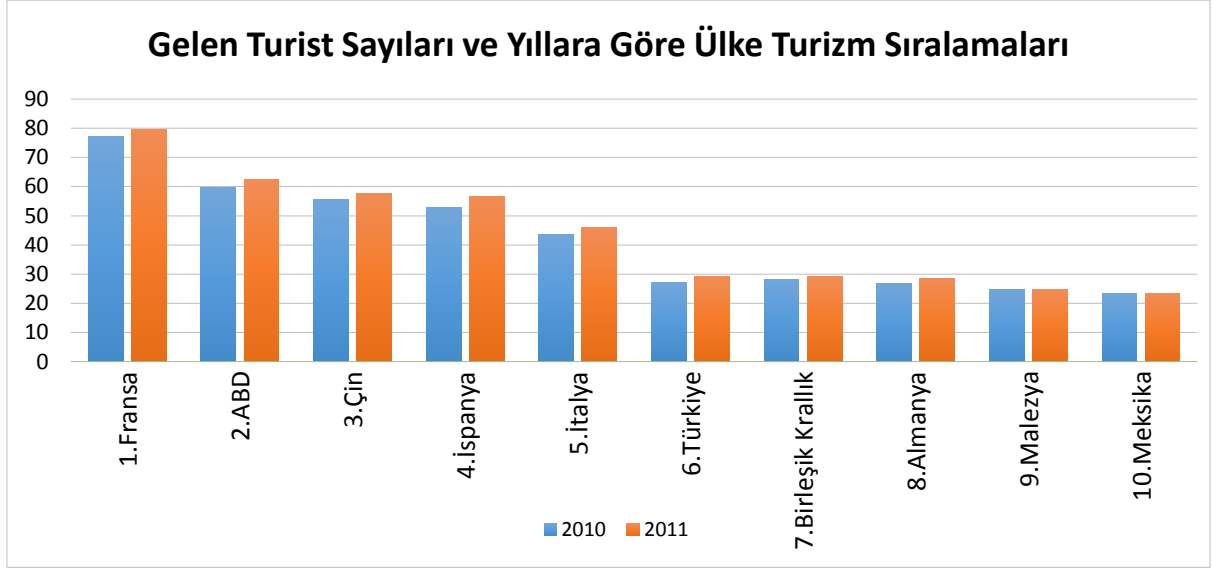
Kaynak: UNWTO

Yukarıdaki grafikte bu durum açıkça görülmektedir. Ayrıca sektör uzmanlarınca 2020 yılında bu turist sayısının 1.56 milyara, 2030 yılında ise 1,8 milyar civarlarına erişeceği varsayımı yapılmaktadır.

Bu çerçevede Türkiye dünya geneli turizm alanında en çok ilgi gören 6. ülke konumundadır. 2010 ve 2011 yılları için, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu tarafından hazırlanan çalışmada bir önceki yıla göre tek değişikliğin Türkiye’nin bir sıra ilerleyerek Birleşik Krallığı’n önünde 6. sıraya yükselmesi olduğu belirtilmiştir.

Dünya genelinde de turizm eksenini artık kum, deniz ve güneş (3S-Sand(Kum)-Sea (Deniz)-Sun(Güneş)) temelli olmaktan çıkmış, çevre, eğitim ve eğlence odaklı olarak gerçekleştirilen turizm hareketlilikleri de büyük önem kazanmıştır. (3E Environment(Çevre)-Education (Eğitim)-Entertainment (Eğlence)).

Grafik 2: 2010-2011 Yılları Dünya Geneli Ziyaretçi İstatistikleri



Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012

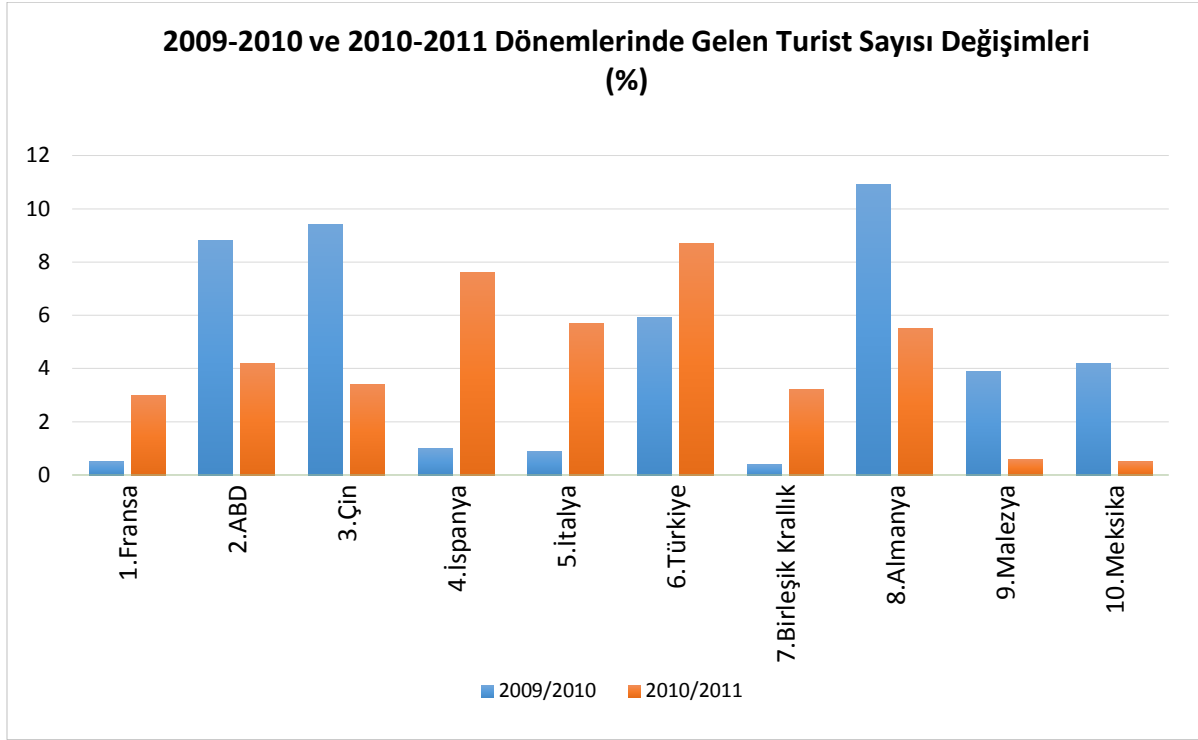
Tablo 1: 2010-2011 Yılları Dünya Geneli Ziyaretçi İstatistikleri

Sıralama	Milyon Kişi	
	2010	2011
1. Fransa	77.1	79.5
2. A.B.D.	59.8	62.3
3. Çin	55.7	57.6
4. İspanya	52.7	56.7
5. İtalya	43.6	46.1
6. Türkiye	27	29.3
7. Birleşik Krallık	28.3	29.2
8. Almanya	26.9	28.4
9. Malezya	24.6	24.7
10.Meksika	23.3	23.4

Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012

Gelen ziyaretçi sayısı değişimleri incelendiğinde ise Türkiye ilk onda yer alan ülkeler arasında, 2010-2011 yıllarında %8,7'lik oranda bir artışla en fazla değişimin yaşandığı ülke olmuştur (Grafik 3 - Tablo 1).

Grafik 3: 2009-2010 ve 2010-2011 Dönemlerinde Gelen Turist Sayısı Değişimleri %



Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012

Tablo 2: 2009-2010 ve 2010-2011 Dönemlerinde Gelen Turist Sayısı Değişimleri (%)

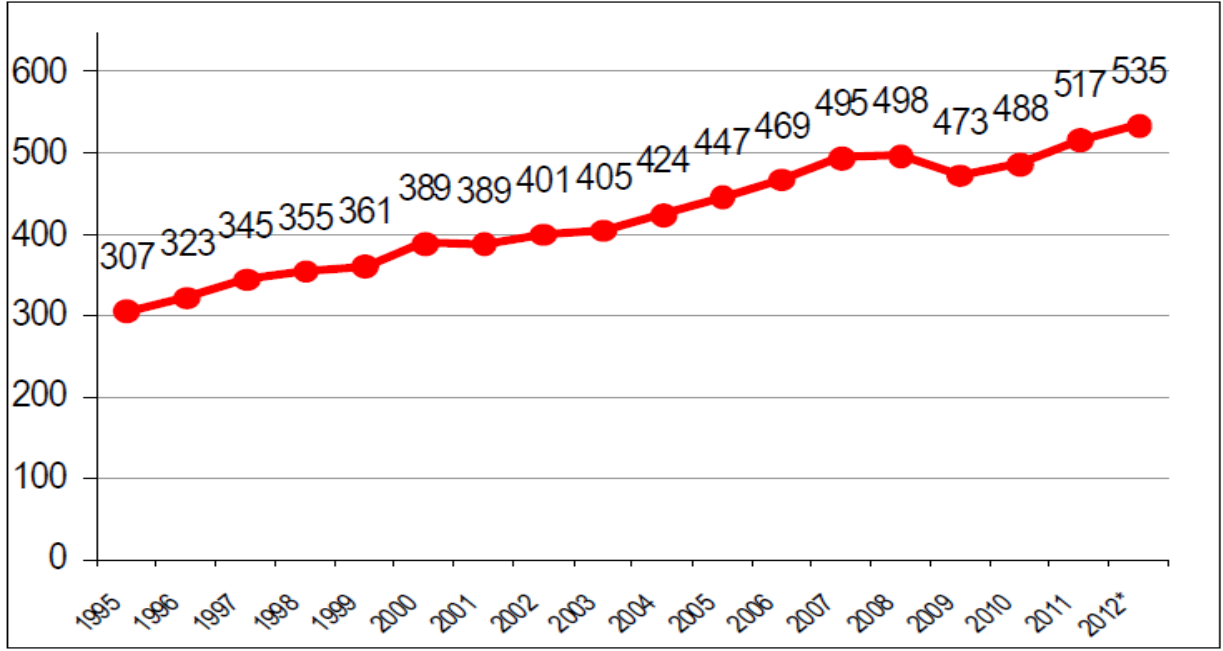
Sıra	Değişim (%)	
	2009/2010	2010/2011
1.Fransa	0.5	3
2.ABD	8.8	4.2
3.Çin	9.4	3.4
4.İspanya	1	7.6
5.İtalya	0.9	5.7
6.Türkiye	5.9	8.7
7.Birleşik Krallık	0.4	3.2
8.Almanya	10.9	5.5
9.Malezya	3.9	0.6
10.Meksika	4.2	0.5

Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012

Avrupa'da Turizm

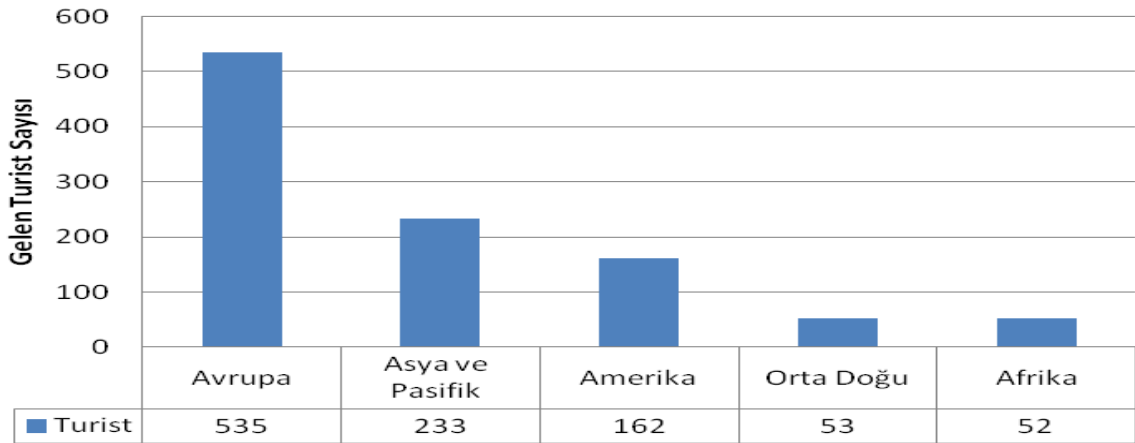
Dünyanın en çok ziyaret edilen bölgesi konumundaki Avrupa'da son zamanlardaki krize rağmen gelen turist sayısı 2012'de %3'lük bir artış göstermiştir. 17 milyondan fazla bir artışla ulaştığı 535 milyonluk rakam dünya genelinde gelen turist sayısının yarısına tekabül etmektedir.

Grafik 4: Yıllara Göre Avrupa’da Gelen Turist Sayıları



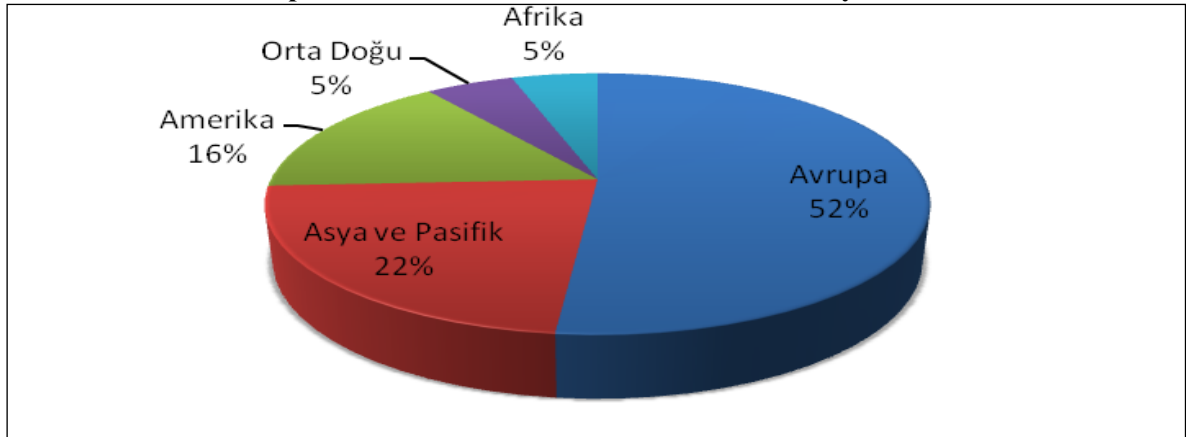
Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

Grafik 5: 2012 Yılı Gelen Turist Sayısı Bakımından Dünyadaki Yeri



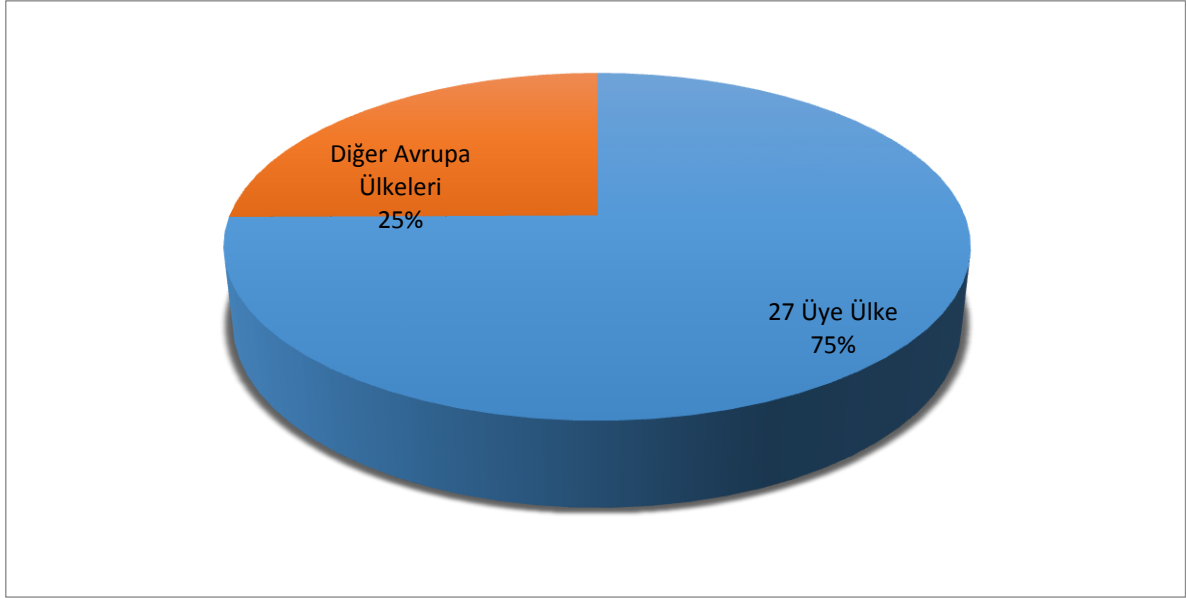
Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

Grafik 6: Avrupa’nın Gelen Turist Oranı Bakımından Dünya Genelindeki Yeri



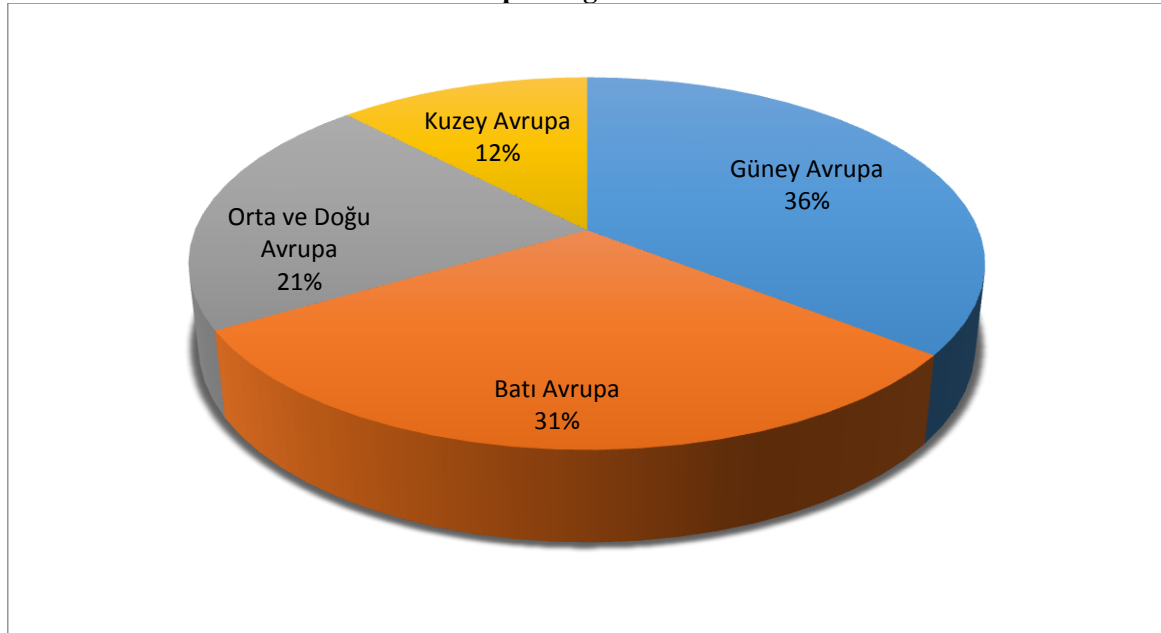
Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

Grafik 7: 2012 Yılı 27 AB Üye Ülkesi ve Diğer Avrupa Ülkeleri Gelen Turist Oranları



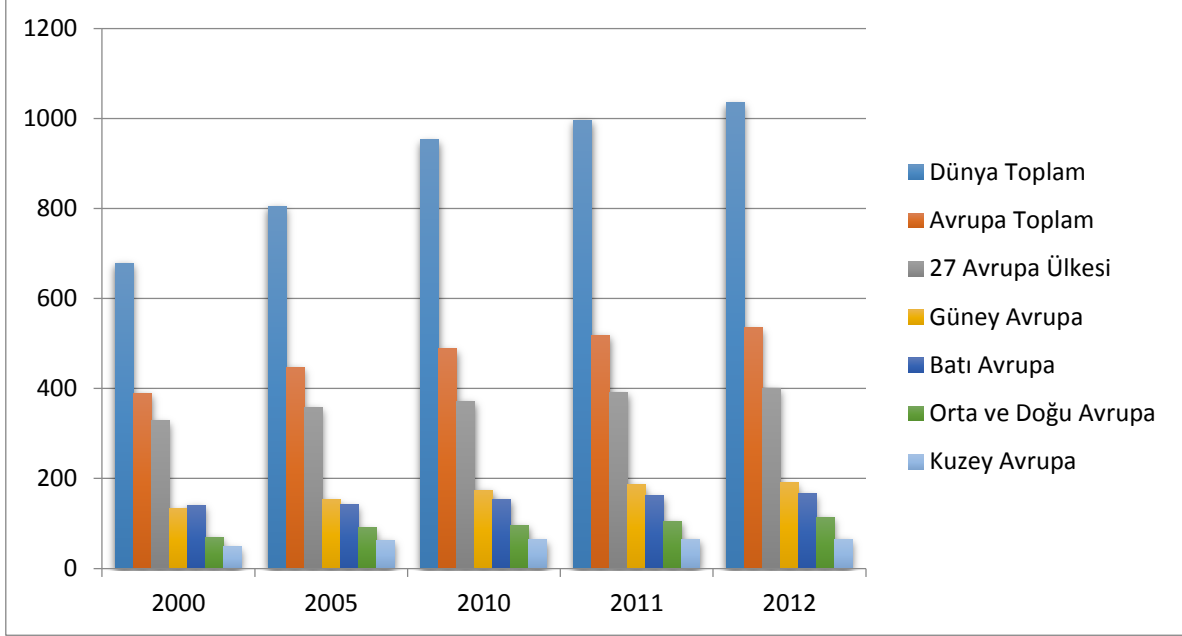
Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

Grafik 8: 2012 Yılı Avrupa Bölgelerinin Gelen Turist Oranları



Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

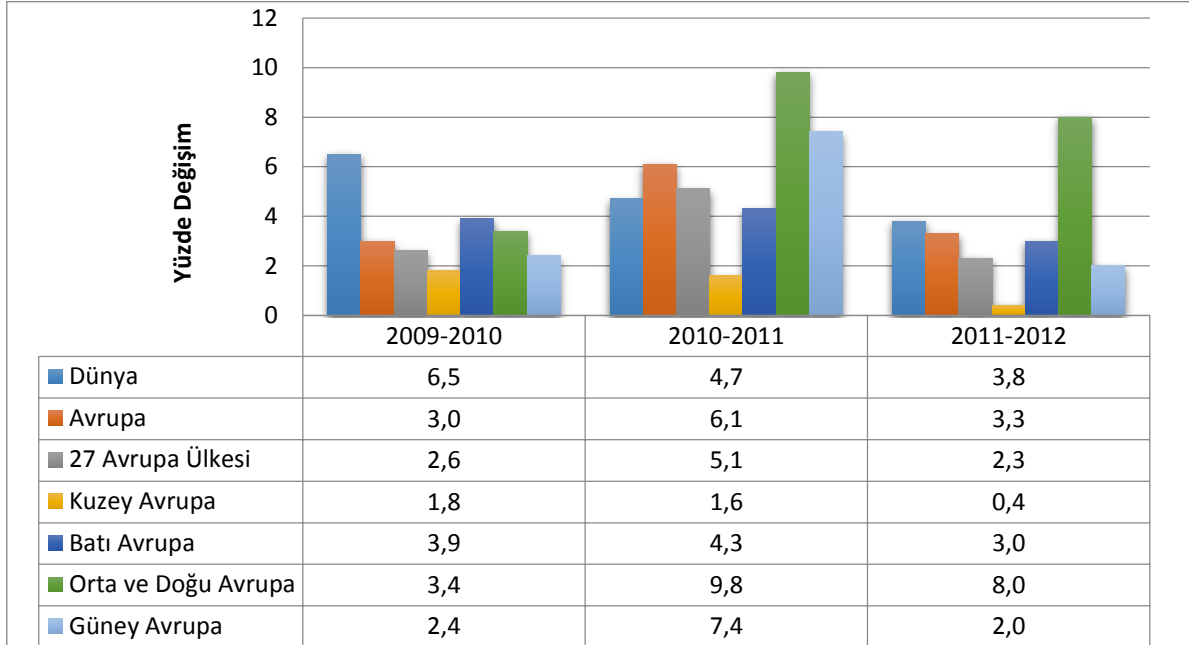
Grafik 9: 2000-2012 Yılları Arası Dünya, Avrupa ve Avrupa Bölgelerine Gelen Turist Sayıları



Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

Bu büyüme daha çok Orta ve Batı Avrupa'daki % 8'lik artışın etkisiyle gerçekleşmiştir. Batı Avrupa Almanya'da %7, Avusturya'da %5'lik artışlarla toplamda %3'lük bir artış göstermiştir. Kuzey Avrupa'da Norveç ve İsveç gibi ülkelerdeki düşüşün etkisiyle %0,4'lük bir artış gerçekleşmiştir.

Grafik 10: 2000-2012 Dünya, Avrupa, Avrupa Bölgeleri Son Üç Yılın Gelen Turist Sayısı Artış Oranları



Kaynak: UNWTO, World Tourism Barometer, 2012

İngiltere ve İrlanda'da ise bir değişiklik olmamıştır. Hırvatistan'da %4, Portekiz'de %4, İspanya'da %3, Türkiye'de %1 artışın gerçekleştiği Akdeniz Ülkelerinde İtalya'da bir

değişiklik gerçekleşmemiş, Yunanistan'da ise %6'lık bir azalma yaşanmıştır. Bu değişimler sonucunda Akdeniz Ülkeleri genelinde %2'lik bir artış gerçekleşmiştir. Ayrıca, uluslararası spor etkinlikleri Polonya'da %13, Ukrayna'da %6'lık bir artışa neden olmuştur. Avrupa Birliği'nin 27 ülkesi, şimdiye kadar ilk kez geçen yıl% 2'lik bir artışla 400 milyon turist sınırını geçmiştir.

Avrupa Birliği Turizm Politikaları

Avrupa birliğinde deniz-kum-güneşe dayanan kıyı turizmi önemini devam ettirmekle birlikte son yıllarda turistik talepteki değişimler dikkat çekici bir boyut kazanmaktadır. Tatil-turizm kavramına ilişkin çekiciliklere ya da turistik ürünlere her geçen gün yenisi eklenmekte ve uluslararası turizm pazarındaki rekabet hızlanmaktadır. Bu nedenle egzotik, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip mekânlar, termal merkezler, yaylalar, korunan alanlar ilgi çekerken, ekoturizm, termal turizm, kültürel turizm, kırsal, turizm türleri ön plana çıkmaktadır.

Avrupa Birliği, 1990'ların başına kadar turizm sektörünün bölgesel kalkınma ve istihdam yaratmadaki önemini bilincinde olmakla birlikte, sektörel yaklaşımda bulunmamayı tercih etmiş ve turizm alanındaki faaliyetleri dolaylı olarak sürdürmüştür. Topluluk turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi amacıyla bazı hedefler belirlemiştir. Bu Hedefler:

- Turizmde yeni teknolojiler kullanılarak, bilginin paylaşımı ve dağıtımının kolaylaştırılması
- Turizm sektöründeki kaliteyi artırmak için mesleki eğitimin desteklenmesi ve geliştirilmesi
- Turistik ürünlerin geliştirilmesi ve kalitesinin artırılması
- Turizmde sürdürülebilir gelişmenin ve çevre koruma ilkelerinin desteklenmesi, geliştirilmesi olarak özetlenebilir.

Avrupa Birliği'nin ortak turizm politikaları "Turizm Eylem Planları" aracılığı ile desteklenmektedir. Bu planların amaçlarını;

- Azgelişmiş yörelerde turizmi geliştirmek,
- Turistik bölgelerde alt yapıyı desteklemek,
- Çevreyi korumak, doğaya dönüş arzusunu özendirmek,
- Ortak kültür mirasına sahip çıkmak, yaşatmak,
- Tatillerin yıllık zaman dilimlerini zaman ve mekân boyutunda ayarlamak,
- Turistik mevsimlik yoğunlaşmanın önüne geçmek,
- Turizm istatistiklerini kolay ve anlaşılır hale getirerek isteyenlerin hizmetine sunmak şeklinde özetlemek mümkündür.

AB 2020 Stratejisi:

AB 2020 Stratejisi; yüksek seviyede istihdam sağlayan, verimli ve sosyal uyumu yüksek, akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir ekonomi haline gelmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Birbirini destekleyen üç öncelik belirlenmektedir.

- Akıllı büyüme (bilgi ve yenilik bazlı bir ekonomi);

- Sürdürülebilir büyüme (kaynaklarını verimli kullanan, yeşil ve daha rekabetçi bir ekonomi);
- Kapsayıcı büyüme (yüksek istihdam sağlayarak, sosyal ve bölgesel uyumu destekleyen bir ekonomi).

Söz konusu girişimler; yenilikçilik, eğitim, bilişim, enerji, çevre, istihdam ve yoksullukla mücadele konularına değinmektedir.

Türkiye’de Turizm

Son yıllarda turizm sektöründe büyük atılım yapan Türkiye, bu başarısını büyük ölçüde kitle turizminden elde ettiği gelişmelerle sağlamıştır. Ülkeyi ziyaret eden yabancıların büyük bir bölümü seyahatlerini, “deniz ve güneş” öğelerini ön plana çıkaran programlara göre düzenlemektedir. Bu olanakların sunulduğu Akdeniz ve Ege kıyılarında turizm yatırımları yoğunlaşmıştır. Türkiye’deki konaklama ve gecekalmelerin büyük bir bölümü, bahsedilen kıyılarda yer alan Antalya ve Muğla illerinde gerçekleşmektedir. Bakanlık belgeli tesislerdeki toplam tesise gelişlerin %14’ü ve gecekalmelerin % 64’ü bu iki ile aittir. Benzer biçimde Bakanlık belgeli tesislerdeki yatakların % 56’sı da Antalya ve Muğla illerindedir. Özetle; Antalya ve Muğla illeri, sahip oldukları yatak stoku itibarıyla Türkiye turizminin %50’sini, gecekalmeler itibarıyla yaklaşık %67’sini temsil etmektedirler.

Fakat Dünya turizm eğilimlerinde de bahsedildiği üzere artık kitle turizminden alternatif turizme doğru bir yönelim söz konusudur.

Bununla birlikte; alternatif turizm hareketliliğinin daha çok kitle turizminin geliştiği kesimlerin yakınlarında yer alan ve ulaşım kolaylıkları bulunan alanlarda yoğunlaşmaktadır. Örneğin; yabancı ziyaretçiler ağırlıklı olarak; rafting etkinliği için Antalya ilinde Köprülü Kanyonu ve Muğla ilinde Dalaman Irmağı’nı, doğa gezileri ve kampçılık için, Muğla ilinde Fethiye-Göcek yaylaları ile Antalya ilinde Beydağları’nı tercih etmektedirler. İstanbul yakınlarında Karadeniz kıyısına ve arka plandaki orman alanlarına yapılan yürüyüş ve doğa tanıma gezileri ile benzer bir hareketlilik ortaya çıkmıştır. Bu geziler ağırlıklı olarak yerli ziyaretçiler tarafından yapılmaktadır. Ayrıca, doğa tanıma turizmine Düzce ve Bolu yaylaları ile Batı Karadeniz Küre Dağları da eklenmiştir.

Türkiye’de; doğal ve kültürel değerleri tanımak amacı ile yapılan ve kitle turizmi özelliklerini taşımayan geziler; Nevşehir ilinde Kapadokya olarak bilinen bölge ile Adıyaman ilinde Nemrut Dağı’na yönelmiştir. Bu kesimler ve benzer diğerleri; nadir doğal oluşumları ve kültürel varlıkları görmek amacı ile yabancı ve yerli ziyaretçiler tarafından ziyaret edilmektedir. Bu tür turizm hareketliliklerinde ziyaretçilerin bölge hakkında ön bilgilerinin olması ve genelde bilinç düzeylerinin yüksek olması beklenmektedir.

Değerler, Türkiye’de alternatif turizmin, gelişmemiş olduğunu göstermektedir. Ancak, alternatif turizm için büyük potansiyel bulunmaktadır. Bu potansiyelin planlı bir şekilde değerlendirilmesi, potansiyel taşıyan bölgeler için önemli bir kaynak ve ekonomik hareketlilik yaratacaktır.

Tablo 3: Farklı Turizm Çekim Noktalarında Bakanlık Belgeli Tesislerde Konaklama, Geceleme ve Yatak Sayılarının Türkiye Değerleri ile Karşılaştırılması (2011)

	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Yatak Sayısı	Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı (%)
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam		Yabancı	Yerli	Toplam	
Aksaray	11.020	59.025	70.045	17.994	81.672	99.666	1.630	1.6	1.4	1.4	27.66
Kırıkkale	38	125	163	91	275	366	68	2.4	2.2	2.2	1.47
Kırşehir	441	26.650	27.091	1.148	31.040	32.188	770	2.6	1.2	1.2	32.48
Nevşehir	535.028	256.875	791.903	1.043.381	504.787	1.548.168	10.356	2.0	2.0	2.0	51.34
Niğde	2.950	15.736	18.686	4.758	22.606	27.364	1.088	1.6	1.4	1.5	31.24
TR71 Bölgesi	549.477	358.411	907.888	1.067.372	640.380	1.707.752	13.912	1.9	1.8	1.9	28.83
Antalya	2.010.513	467.426	2.477.939	50.978.182	6.836.384	57.814.566	394.073	5.4	3.0	4.9	58.41
Muğla	1.086.124	1.012.401	2.098.525	8.856.012	2.349.251	11.205.263	130.602	5.3	2.9	4.5	53.65
İstanbul	1.431.747	1.603.249	3.034.996	9.102.455	2.960.632	12.063.087	102.299	2.4	1.7	2.2	50.29
Türkiye	19.264.058	14.350.129	33.614.187	78.888.865	27.616.616	106.505.481	936.729	4.1	1.9	3.2	51.46

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Tablo 4: Farklı Turizm Çekim Noktalarında Bakanlık Belgeli Tesislerde Konaklama, Geceleme ve Yatak Sayılarının Türkiye Değerleri ile Karşılaştırılması (2011) (%)

	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Yatak Sayısı
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	
Aksaray	0.06%	0.41%	0.21%	0.02%	0.30%	0.09%	0.17%
Kırıkkale	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%
Kırşehir	0.00%	0.19%	0.08%	0.00%	0.11%	0.03%	0.08%
Nevşehir	2.78%	1.79%	2.36%	1.32%	1.83%	1.45%	0.00%
Niğde	0.02%	0.11%	0.06%	0.01%	0.08%	0.03%	0.12%
TR71 Bölgesi	2.85%	2.50%	2.70%	1.35%	2.32%	1.60%	1.49%
Antalya	10.44%	3.26%	7.37%	64.62%	24.75%	54.28%	42.07%
Muğla	5.64%	7.05%	6.24%	11.23%	8.51%	10.52%	13.94%
İstanbul	7.43%	11.17%	9.03%	11.54%	10.72%	11.33%	10.92%

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Alternatif turizmin görece geliştiği TR71 Bölgesi'nde önemli bir özellik, yabancı ziyaretçilerin seyahatlerini büyük ölçüde organize turlarla yapmalarıdır. Kuşkusuz, münferit ve herhangi bir tura bağlı olmaksızın ziyaretler de yapılmaktadır. Ancak bölgede yapılan gözlem ve araştırmalar sonucunda, grup halinde ve tur organizasyonu ile gelenlerin sayıca fazla olduğu söylenebilir. Bölge bu özelliği ile ülkede turizmin geliştiği diğer kesimlerden farklılaşmaktadır.

Bu bağlamda, bölgeye yapılan ziyaretler aşağıdaki temel özellikleri taşımaktadır;

1. Bölgeye turlarla erişilmesinde örgütlülük düzeyi görece yüksektir. Seyahat programları acenteler kanalı ile yapılmaktadır.
2. Genelde seyahat programları dışına çıkılmamaktadır.
3. Turlar çoğu kez otobüs, küçük otobüs gibi yüksek kapasiteli ulaşım araçları ile yapılmaktadır. Özel araç, ancak turlara bağlı kalmaksızın yapılan münferit seyahatlerde kullanılmaktadır.
4. Bölgede kitle turizmi yaygın değildir. Ziyaretçiler, tur programına göre herhangi bir ziyaretçi çekim noktası veya ara istasyonda bir veya en fazla iki geceleme yapmaktadır.

Bölge turizmi, alternatif turizmin tipik özelliklerini sergilemektedir ve bu nitelikleri ile Türkiye alternatif turizmine öncü ve örnek olabilecek niteliktedir.

5. B TR71 Bölgesi Turizm Sektörü Genel Bilgileri

Bölgeye yoğun yabancı ziyaretçi akımı Kapadokya Bölgesi'nin doğal güzelliklerinin uluslararası ölçekte tanınmaya başlanmasıyla artmıştır. Yerli ziyaretçilerin de bölgeye olan ilgilerine rağmen, yabancı ziyaretçilerin bölgeye olan ilgileri mevcut istatistiki verilere göre biraz daha fazladır. TR71 Bölge illeri arasında, Nevşehir bölgenin lokomotif konumunda

olup çevre iller için de kendilerini geliştirmeleri ve bu pazardan pay almaları adına çok büyük bir potansiyel sunmaktadır.

5.B.1. Bölgeye Gelen Turist Profilleri

Bölgenin Nevşehir dışında kalan illerinin turizm hareketliliğini genel olarak yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Fakat bölge geneli tesise geliş sayıları incelendiğinde yabancı ziyaretçilerin Kapadokya Bölgesi'ne gösterdikleri ilgi ile alakalı olarak sayıca yerli ziyaretçilere nazaran daha fazla oldukları görülmektedir.

Aynı zamanda bölge genelinde yabancı geceleme sayıları yerli geceleme sayılarının iki katından daha fazladır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri ise hemen hemen aynıdır. Yabancı ziyaretçilerin bölge genelinde ortalama kalış süreleri 1,9 gün iken yerli ziyaretçilerin 1,8 gündür.

Tablo 5: TR71 Bölgesi'ne Gelen Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Genel Özellikleri

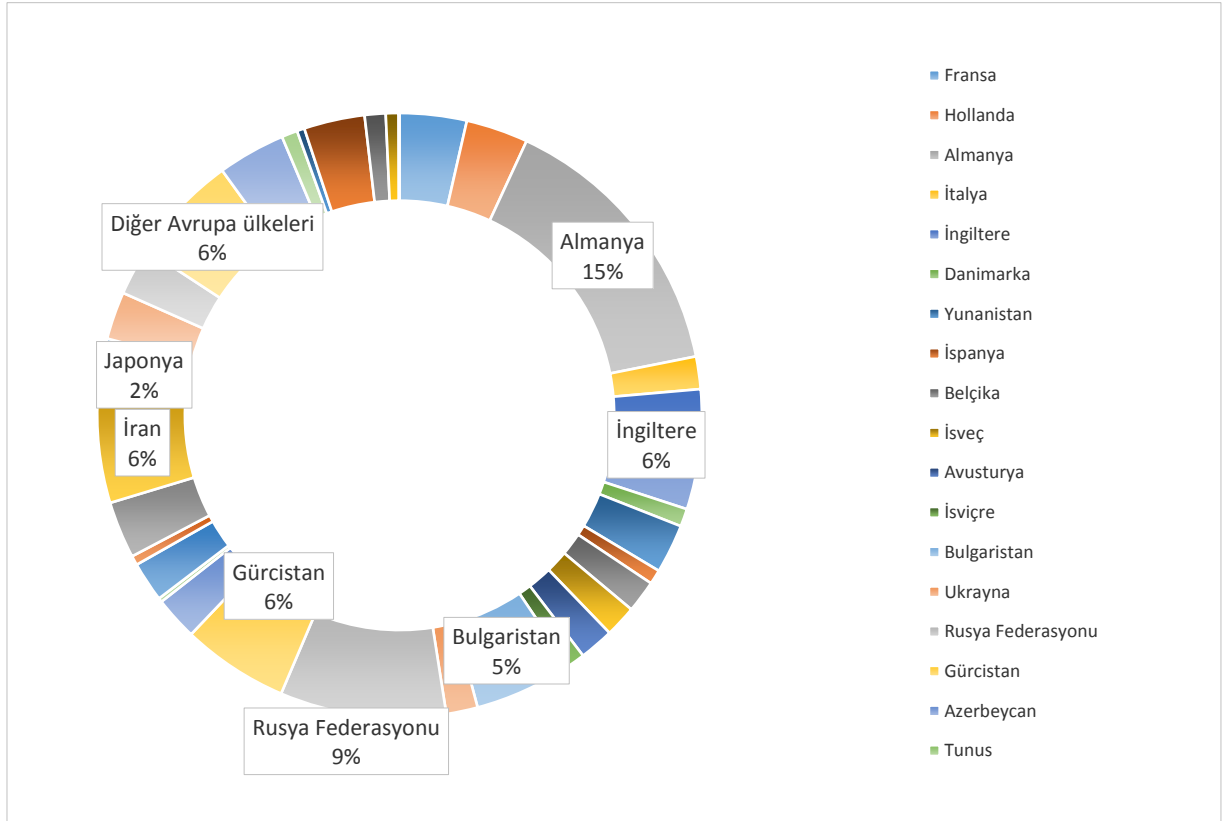
İller	Tesise Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Ortalama Kalış Süresi (Gün)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Top.
Aksaray	11.020	59.025	70.045	17.994	81.672	99.666	1.6	1.4	1.4
Kırıkkale	38	125	163	91	275	366	2.4	2.2	2.2
Kırşehir	441	26.650	27.091	1.148	31.040	32.188	2.6	1.2	1.2
Nevşehir	535.028	256.875	791.903	1.043.381	504.787	1.548.168	2.0	2.0	2.0
Niğde	2.950	15.736	18.686	4.758	22.606	27.364	1.6	1.4	1.5
TR71 Bölgesi	549.477	358.411	907.888	1.067.372	640.380	1.707.752	1.9	1.8	1.9

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

2011 yılı Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin toplam sayısı 26.611.093 olarak gerçekleşmiştir. Bu ziyaretçilerden en fazla paya %15'lik oranla Almanya sahip olurken, Almanya'yı %9 ile Rusya Federasyonu, %6 ile de İngiltere izlemiştir. Ayrıca Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı bakımından Gürcistan, Bulgaristan ve İran gibi komşu ülkelerin de önemli pay sahibi oldukları görülmektedir (Grafik 11).

Fakat TR71 Bölgesi'ne gelen ziyaretçi profili Türkiye genelinden farklı bir eğilim göstermektedir. TÜİK 2011 verilerine göre tesislerde konaklayan kişilerin milliyetlerine göre dağılımı bunu kanıtlar niteliktedir. TR71 Bölgesi en yüksek yabancı ziyaretçi oranı %20'lik dilimle Diğer Doğu Asya Ülkeleri grubuna aittir. Bu grubu Japonya'dan gelen ziyaretçiler %13'lük paylarıyla takip etmektedir. Bu ülkelerin ardından Almanya'dan gelen yabancı ziyaretçiler %12'lik bir dilime tekabül etmektedir. Fransa ve Bulgaristan da %7'lik oranlarıyla TR71 Bölgesi'ne ziyaretçi gönderen diğer önemli ülkelerdir¹ (Grafik 12).

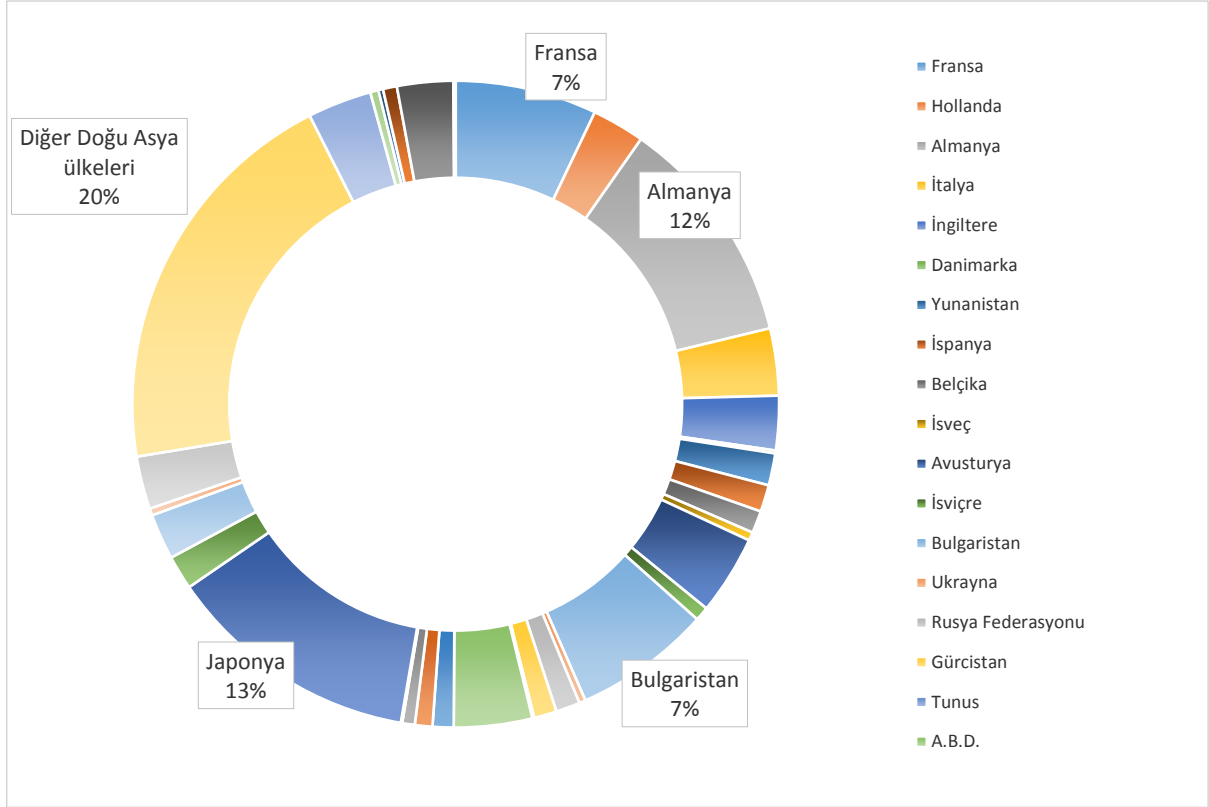
Grafik 11: Türkiye'ye 2011 Yılında Konaklamalı Olarak Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Uruklarına Göre Dağılımı



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2011

¹ Konuyla ilgili en güncel veriler olan Türkiye İstatistik Kurumu 2011 yılı verilerinden faydalanılmıştır.

Grafik 12: TR71 Bölgesi'ne 2011 Yılında Konaklamalı Olarak Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2011

5.B.2. Turizm Gelirleri

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2011 yılı verilerine göre Türkiye'nin toplam turizm geliri 23.020.000.000 ABD Doları olmuştur. Bir önceki yıl 20.807.000.000 ABD doları olarak tespit edilen bu rakamın artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu artışla beraber Türkiye'nin dünya turizm gelirleri içindeki payı %8 olmuştur. Ayrıca Türkiye genelinde bir yabancı ziyaretçi ortalama 637 ABD doları harcama yaparak gezisini tamamlamaktadır.

Bununla beraber bölge turizmi doğal ve kültürel değerler ağırlıklıdır. Doğa ve kültür amaçlı seyahatlerde, ziyaretçilerin harcama kalıplarının değiştiği ve daha fazla harcama yapıldığı bilinmektedir. Bu durumun bölge adına bir avantaj olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Öte yandan yerli ziyaretçilerin harcamalarının, yabancılardan daha düşük olması da beklenen bir sonuçtur. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin gelir düzeylerindeki farklılık ve dolayısıyla yerlilerin görece daha mütevazı tesisleri tercih etmeleri bu durumu yaratmaktadır.

5.B.3. Oteller ve Tesislerin Genel Durumu

Bölgede yerli ve yabancı ziyaretçilerin turizme konu olacak hareketliliği son yıllarda artmaya devam etmektedir. Bunun sonucunda, nitelikli konaklama tesisi ve yatak sayısı hızla artmıştır.

Bununla birlikte, günümüzde Belediye Belgeli tesis ve yatak sayısı Bakanlık Belgelilerden yüksektir (Tablo 6).

Bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın en güncel verilerine göre toplam 29,437 yatak bulunmaktadır. Bunların, %56.05'ini oluşturan 13,912 adedi bakanlık belgeli ve %43.95'lik bir dilime tekabül eden 15,525 adedi Belediye Belgelidir (Tablo 6).

Bakanlık belgeli tesisler sayıca Belediye Belgeli tesislerden daha azdır. Bölgedeki 348 tesisin 272'si belediye belgeli ve 76'sı bakanlık belgelidir.

Özetle bölgedeki tesis ve yatak kapasitesi Türkiye geneli içerisinde %2-3'lük dilimi temsil etmektedir (Tablo 6). Turizm sektöründe gelişimi hedefleyen bölgenin bu göstergelerle ilgili payını arttırmayı da aynı zamanda hedeflemesi gerekmektedir.

Tablo 6: Bakanlık İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yatak Sayılarının Dağılımı (2011)

	Oteller	Bakanlık Belgeli Tüm Tesisler	Belediye Belgeli	Toplam
Aksaray	Tesis	14	24	38
	Oda Sayısı	792	343	1.135
	Yatak	1.630	761	2.391
Kırıkkale	Tesis	1	5	6
	Oda Sayısı	32	110	142
	Yatak	68	195	263
Kırşehir	Tesis	3	10	13
	Oda Sayısı	376	431	807
	Yatak	770	855	1.625
Nevşehir	Tesis	54	222	276
	Oda Sayısı	4.851	5.267	10.118
	Yatak	10.356	13.179	23.535
Niğde	Tesis	4	11	15
	Oda Sayısı	532	278	810
	Yatak	1.088	535	1.623
TR71 Bölgesi	Tesis	76	272	348
	Oda Sayısı	6.583	6.429	13.012
	Yatak	13.912	15.525	29.437
Bölge İçsel Dağılımı	Tesis	21,84%	78,16%	100,00%
	Oda Sayısı	50,59%	49,41%	100,00%
	Yatak	47,26%	52,74%	100,00%
Bölge/Türkiye	Tesis	2,05%	3,06%	2,76%
	Oda Sayısı	1,49%	2,88%	1,96%
	Yatak	1,49%	3,08%	2,04%
Türkiye	Tesis	3.705	8.893	12.598
	Oda Sayısı	441.683	223.025	664.708
	Yatak	936.729	504.877	1.441.606
Türkiye İçsel Dağılım	Tesis	29,41%	70,59%	100,00%
	Oda Sayısı	66,45%	33,55%	100,00%
	Yatak	64,98%	35,02%	100,00%

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Bölgedeki yatak sayılarının 2008–2011 dönemi değişimleri incelendiğinde, Bakanlık işletme belgeli tesislerdeki yatak sayılarının, Türkiye genelinin aksine bir düşüş yaşadığı ve 2008 yılında 14.437 olan bölge yatak kapasitesinin 2011 yılında 13.912'ye düştüğü gözlemlenmektedir. (Tablo 7).

Bunun aksine Belediye Belgeli tesislerin yatak sayıları yıllar içerisinde sürekli bir artış göstermiş ve 2008 yılında 10.909 olan Belediye Belgeli tesislerin yatak kapasitesi, 2011 yılı

itibariyle yıllık %12.48’lik artış sonucu 15.525’e ulaşmıştır. Bu süreçte benzer şekilde Türkiye genelinde de Belediye Belgeli tesislerdeki yatak sayıları artmıştır.

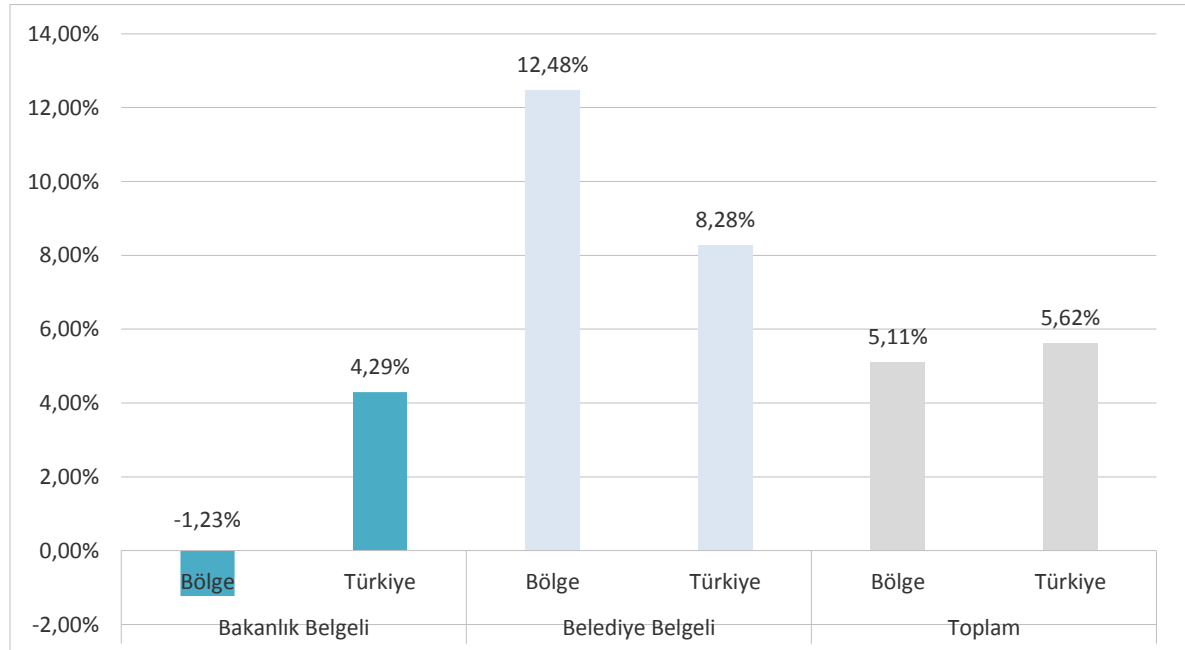
Tablo 7: Bölgede ve Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Yatak Sayıları (2008-2011)

Yıllar	Bakanlık Belgeli		Belediye Belgeli		Toplam	
	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye
2008	14,437	825,757	10,909	397,684	25,346	1.223.441
2009	12,439	840,221	14,930	402,289	27,369	1.242.510
2010	14,114	882,449	14,603	527,712	28,717	1.410.161
2011	13,912	936,729	15,525	504,877	29,437	1.441.606
Yıllık Ortalama Artış Hızı (2008-2011)	-1.23%	4.29%	12.48%	8.28%	5.11%	5.62%

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Türkiye genelinde Bakanlık ve Belediye Belgeli tesislerde bulunan toplam yatak sayıları artarken (% 4.29 ve % 8.28), çalışma alanında bulunan Bakanlık Belgeli tesislerdeki yatak kapasitesi azalma eğilimi göstermektedir (-%1.23). Bölgede Bakanlık belgeli tesislerdeki yatak azalışına karşın, Belediye Belgeli tesislerin yatak sayısının artması, bölge genelini olumlu yönde etkilemekte ve toplam yatak sayısının artmasını sağlamaktadır (Grafik 13). Bununla birlikte 2008-2011 dönemi değerleri; bölge genelinde kaliteli yatak sayısındaki artışa paralel olarak, kaliteli hizmet sunumuna doğru bir yöneliş olduğuna işaret etmektedir.

Grafik 13: 2008-2011 Döneminde Yatak Sayılarının Yıllık Ortalama Artış Hızları (Bakanlık - Belediye Belgeli ve Toplam)



(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

5.B.4. Konaklama Tesisleri, Tur Operatörleri, Kurumlar

Turizm sektörünün en önemli bileşenleri olarak bölgede bulunan Konaklama Tesisleri, Tur Operatörleri ve Kamu Kurumlarıyla anketler, yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilen detaylı veriler derlenerek “EK-1 ANKETLER” çalışmasında sunulmuştur. Bu bölümde ise elde edilen bulgular temel hatlarıyla verilmiştir.

5.B.4.1 Konaklama Tesisleri

Bölge turizminin en önemli bileşenlerinden birisi olan konaklama tesisleri ile anket çalışması yapılmıştır. Sorulara verilen cevaplarla alakalı olarak temel bulgular aşağıda sunulmaktadır. Konuyla ilgili detaylı bilgiler “EK-1 ANKETLER” çalışmasında bulunmaktadır.

- Görüşülen tesislerinin %59 gibi büyük bir çoğunluğu seyahat acenteleriyle çalıştığını belirtirken, %32’si herhangi bir seyahat acentesiyle çalışmadıklarını belirtmişlerdir.
- Beraber çalışılan seyahat acentelerinin ağırlıklı olarak İstanbul menşeli firmalar olduğu bilgisine ulaşılmıştır.
- Bölge içerisinde Nevşehir’de bulunan konaklama tesislerinin, seyahat acenteleri tarafından en fazla sayıda ziyaretçi getirilen destinasyon olduğu belirtilmiştir.
- Ortaklık yapılan seyahat acenteleri ağırlıklı olarak Kültürel Miras Turizmi konusunda uzmanlaşmıştır. Bunun yanı sıra çok daha az sayılarda olmak üzere Kongre Turizmi, Kaplıca ve Sağlık Turizmi, Eko-Turizm ve Doğa Turizmi konularında uzmanlaşmış az sayıda acente ile de ortaklıklar yapılmaktadır.
- Konaklama tesisleri anket sonuçlarına göre Aksaray, Niğde ve Kırşehir’de bulunan tesislere gelen ziyaretçilerin çoğunlukla münferit olarak geldiği, Nevşehir’e gelen ziyaretçilerin ise çok büyük oranda turlarla geldiği görülmektedir.
- Nevşehir ilinde konaklayan ziyaretçilerin büyük bir bölümünün yabancı olduğu bilgisine ulaşılrken diğer üç ildeki ziyaretçi profilinin yerli ziyaretçilerden oluştuğu bilgisine ulaşılmıştır.
- Bölgeye talep gösteren yerli ziyaretçiler en fazla İstanbul’dan gelmektedir. Ankara, Konya, Kayseri ve Adana diğer önemli iller olarak göze çarpmaktadır.
- Görüşülen yetkililer bölgedeki konaklama tesislerindeki en fazla yoğunluğun ilkbahar ve sonbahar aylarında olduğunu belirtmişlerdir.
- Toplanan anket verileri bölge konaklama tesislerinde en düşük yoğunluğun kış mevsiminde görüldüğünü belgelemektedir.

- En yüksek ortalama kalış süresi Kırşehir ilinde gerçekleşmekteyken, bu ili sırasıyla Aksaray, Niğde ve Nevşehir illeri izlemektedir.
- Bölgedeki birçok konaklama tesisinin tanıtım konusunda en çok internetten faydalandıkları bilgisine ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra yerel yazılı basının önemine de dikkat çekilmiştir. Broşür, el ilanları ile TV ve radyo reklamları da diğer önemli tanıtım araçlarıdır.
- Konaklama tesisi yetkililerinin %54 gibi büyük bir bölümü turizm fuarlarına katıldıklarını belirtirken , %35’lik bir dilimi katılmadıklarını belirtmişlerdir.
- Görüşülen yetkililer %70 oranında herhangi bir birliğe kayıtlı olmadıklarını belirtmişlerdir.
- Bölge dâhilinde anket yapılan konaklama tesisleri %94 gibi yüksek bir oranda kendi web sitelerine sahiptirler.
- Anket yapılan 18 tesisin yetkilisi kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde olduklarını belirtirken daha az bir dilime tekabül eden 10 yetkili böyle bir faaliyet içerisinde olmadıklarını belirtmişlerdir.
- Anket görüşmesi kapsamında görüşülen konaklama tesisi yetkililerinin %66’sı bir mesleki derneğe üye olduklarını belirtirken, %34’ü herhangi bir derneğe üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Üye olunan dernek ve birliklerden bazıları: KAPTİD(Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği), TUOFED (Türkiye Otelciler Federasyonu),TUROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler Ve Yatırımcılar Birliği),KAP-HİD (Kapadokya Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliği)’dir.
- Elde edilen verilere göre yetişmiş iş gücü bulma konusunda bölge tesislerinde büyük bir sıkıntı çekilmektedir.
- Tesislerde çalışan personelin yüzde kaçının eğitilmiş oldukları konusu bir önceki soruda bahsedilen yetişmiş insan gücü bulma konusuna evet diyenler için %40 civarında iken hayır diyenler için %70 civarındadır. Yani yetişmiş insan gücü bulma sıkıntım yok diyenlerin personelleri %70 gibi yüksek bir oranda eğitilidir. Öte yandan yetişmiş iş gücü bulma konusunda sıkıntı çekenlerin personelleri ise %40 gibi daha düşük bir oranda eğitilidir.
- Görüşülen yetkililerin %61’i yatırım ve işletme için sermaye temininin kendileri için bir sorun olduğunu belirtirken, geri kalan %39’u bu konunun kendileri için bir sorun teşkil etmediğini belirtmişlerdir.
- Bölgede hâlihazırda konaklama tesisi işletmekte olan yetkililerden %62’si yeni yatırım yapma konusuna sıcak bakmaktadır. Öte yandan %38’lik dilimi bu konuya sıcak

bakmamaktadır. Yatırım yapmayı düşünenler çoğunlukla mevcut tesislerini yenileme konusunu vurgularken, kapasite artırımı, yeni turizm tesisi inşası gibi konular da ön plana çıkmaktadır.

- Ankete katılım gösteren konaklama tesisi yetkililerinin %58'i tesislerinin belgesini yükseltme konusuna olumlu bakmaktayken, %42'si olumsuz bakmaktadır.
- Bölge genelinde görüşülen kişilerden büyük çoğunluğu kendilerine Kayseri ilini örnek aldıklarını söylemiştir. Ayrıca bölgenin Nevşehir dışında kalan illerinde görüşülen kişiler Nevşehir'in örnek alınması gerektiği düşünülmektedir.
- Bölgenin turizm sektöründen hak ettiği payı almadığı düşünülmektedir. Bunu artırmak için ise tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, yatırımların artırılması, festival ve organizasyonlar düzenlenmesi gibi öneriler sunulmuştur.
- Bölgenin tanıtımının yeterli düzeyde yapılmadığı konusunda bölgede faaliyet gösteren konaklama tesisi yetkililerinin hemen hepsi hem fikirdir.

5.B.4.2 Tur Operatörleri

Bölgedeki Tur Operatörlerinden; yaklaşık % 26 sına anket uygulanmıştır. Sorulara verilen cevaplarla alakalı olarak temel bulgular aşağıda sunulmaktadır. Konuyla ilgili detaylı bilgiler "EK-1 ANKETLER" çalışmasında bulunmaktadır.

- Bölgenin en büyük ziyaretçi potansiyelini yerli ziyaretçilerin oluşturduğu bilgisine ulaşılmıştır. Yerli ziyaretçileri Avrupalı ziyaretçilerin izlediği belirtilmiştir.
- Anket çalışması sonuçlarına göre bölgedeki tur operatörlerinin çoğunluğunun Genel Tur Paketleri pazarladıkları, bunun yanı sıra Kültürel Miras Turizmi, Belirgin ve Özel İlgi Alanları Turizmi ve Eko-turizm alanlarında faaliyet gösteren firmaların da bölgede faaliyette olduğu bilgisine ulaşılmıştır.
- Bölgede faaliyet gösteren operatörlerin birçoğu aynı zamanda Türkiye'nin başka yörelerinde de faaliyet göstermektedir.
- Turizm operatörlerinden alınan bilgiye göre bölgeye gelen ziyaretçilerin büyük bir bölümü 2 gece konaklamaktadır.
- Bölgede cazibe merkezi olarak Göreme, Ürgüp, Ihlara Vadisi ve Yeraltı Şehirleri önemli bulunmaktadır.
- Bölge tur operatörleri tarafından TR71 Bölgesi'nde özellikle tanıtılması gereken turizm destinasyonları sırasıyla Göreme, Derinkuyu, Ihlara Vadisi, Uçhisar, Ürgüp olarak belirtilmiştir.

- Bölgeye gelen ziyaretçilerin en büyük bölümünün Doğal Miras turizmi odaklı geldiği, bunun yanında Kültürel Miras ve Kapadokya İlgisi ile gelen ziyaretçilerinde azımsanamayacak bir sayıda olduğu belirtilmiştir.
- Görüşülen operatörlerin büyük bölümü bölgeyi Kültür Turizmi imajı ile özdeşleştirmiştir. Aynı zamanda Doğa Turizmi konusunun da bölge ile özdeşleştiğini düşünen tur operatörleri de bulunmaktadır.
- Anket sonucunda bölgenin ağırlıklı olarak genel turlar turizmi açısından yüksek bir bilinirlik seviyesinde olduğu ve ayrıca belirgin ve özel ilgi alanı turizmi açısından da orta ve yüksek bir bilinirlikte olduğu ankete katılan tur operatörleri tarafından belirtilmiştir.
- Bölgede gerçekleştirilen turların önemli bir bölümünün Kapadokya'dan başladığı, ayrıca Kırıkkale'nin de TR 71 deki başlangıç noktalarından biri olduğu ortaya çıkmıştır.
- Turların bitiş noktasının da başlangıca benzer şekilde genellikle Nevşehir ve Kapadokya olduğu görülmektedir.
- Bölgede hizmet sunan acenteleri il dışında başka illere seyahatler düzenleyip düzenlemedikleri sorulmuştur. Büyük bir çoğunluğu evet cevabını vermiştir.
- TR 71 Bölge genelinde gerçekleştirilen turların büyük bir çoğunluğunun Nisan, Mayıs, Haziran aylarında gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Bölgede görüşülen acentelerden çoğunluğu yabancı tur operatörleriyle çalışmadıklarını belirtmiştir.
- Yabancı firmalarla ortaklık yapanlar daha çok ABD, Brezilya, Fransa, Almanya, İngiltere, Rusya ve Çek Cumhuriyeti gibi ülkelerden firmalarla ortaklık halindedir.
- Anket bulgularına göre bölgedeki bu firmaların önemli bir bölümü kültür turizmi konusunda uzmanlaşmıştır.
- Bölge tur operatörlerinin %70'i hizmet, konaklama ve yeme-içme tesislerinin fiziki kalitesinden memnun olduklarını belirtmiştir. Memnun olmayanlar ise; yetersiz konaklama yeri, donanımlı personel yetersizliği ve hizmetin kalitesizliğini temel nedenler olarak belirtmiştir.
- Bölge tur operatörlerinin büyük bir kesimi müşteri memnuniyeti anketi yaptıklarını belirtmişlerdir.

- Turizm sektöründe çalışan iş gücünün durumu ve beceri düzeyi görüşülen tur operatörlerinin büyük bir bölümü tarafından yeterli görülmektedir.
- Bölge tur operatörlerinin çoğunluğunun genellikle Türkiye’de gerçekleştirilen ulusal fuarlar olmak üzere yurtdışında da Hollanda, İngiltere, Brezilya’da gerçekleştirilen uluslararası fuarlara katılım sağladıkları bilgisine ulaşılmıştır.
- Görüşülen tur operatörleri ağırlıklı olarak Antalya ve Pamukkale’yi rakip olarak görmektedir. Ayrıca Efes, İstanbul, Konya gibi destinasyonlar da tur operatörleri tarafından belirtilen diğer rakip il ve destinasyonlardır.
- İlin tanıtımı tur operatörlerinin %89 gibi çok büyük bir oranı tarafından yetersiz görülmektedir. Yetersiz reklam yapılması, yetersiz fuar çalışmaları vs. gibi nedenler bu duruma sebep olarak ileri sürülmektedir.
- Bölgenin yurtdışına açılabilmesi için tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerektiğinin ve dolayısıyla reklam yapılması gerektiğinin altı çizilmektedir.
- Peribacaları, İhlara Vadisi, Bölgenin Doğal ve Kültürel Özellikleri, Göreme Açık Hava Müzesi, Selçuklu Hanları bölgenin en önemli marka değerleri olarak görülmektedir. Ayrıca bu belirtilenler kadar ağırlıklı olmasa da Gümüşler Manastırı, Seyfe Gölü, Aladağlar gibi başka marka değerlerin de olduğu belirtilmiştir.
- Ön plana çıkarılması değerlerden bazıları: Yer Altı Şehirleri, İhlara Vadisi, Balon Turizmi, Çanakçılık, Kaplıca Turizmi, Onyx Mermer İşlemeciliği, Kiliseler ve Bağcılık olarak belirtilmiştir.

5.B.4.3 Kurumlar

TR71 Bölgesi’ndeki farklı kamu kurumları, üniversiteler, turizmle ilgili ortaöğretim kurumları ve sivil toplum kuruluşları ile yapılan anket çalışmasına 52 kurum katılmıştır. Sorulara verilen cevaplarla alakalı olarak temel bulgular aşağıda sunulmaktadır. Konuyla ilgili detaylı bilgiler “EK-1 ANKETLER” çalışmasında bulunmaktadır.

- Ankete katılan kamu kurumlarının %87 si illerinin turizm faaliyetlerinden aldıkları payın yetersiz olduğunu belirtmiştir. Sadece %13 ü yeterli olduğunu ifade etmiştir. Alınan payın yetersiz görülmesinin nedenlerinden bazıları Tanıtım Eksikliği, Turizm Yaratıcı Kaynakların Yeterince Değerlendirilmeyişi, Alternatif Turizm Kaynağı Yaratılamayışı, Konaklama Tesislerinin Yetersizliği, Turizm Yaratıcı Kültürel Kaynakların Yeterince Kullanılmaması, Uygulanan Fiyat Politikası olarak görülmektedir.
- Bölge turizminin geliştirilmesi için Tanıtım Yapılması, Tur Operatörleri ile İşbirliği Yapılması, Bölgedeki Geceleme Sürelerinin Artırılması, Marka Oluşturulması,

Çalışanların Eğitilmesi ve Hizmet Kalitesinin Artırılması vs. öne çıkan fikirlerden bazıları olmuştur

- Bölgede özellikle Tarihi Eserlerin, El Sanatlarının, Yöresel Ürünlerin, Kaplıcaların, Doğal Güzelliklerin, Doğa Sporlarının turizm adına ön plana çıkarılması gereken değerler olduğu belirtilmiştir.
- TR 71 Bölgesinde ankete katılan kamu kurum yetkililerinin % 10'u iller temelinde yapılan turizm tanıtım faaliyetlerinin yeterli olduğunu % 90'ı ise yetersiz olduğunu belirtmiştir. Hayır görüşünü belirtenler Görsel Medya, Örgütlü ve Profesyonel Tanıtım, Tur Operatörleriyle İşbirliği, Seminer ve Çalıştaylara ağırlık verilerek bu yetersizliğin giderilebileceğini düşünmektedir
- Anket çalışmasından elde edilen bilgilere göre kamu kurumları tarafından yapılan yatırımların büyük bir bölümü bölgedeki belediyeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Belediyeler dışında il ve ilçe özel idareleri, hizmet birlikleri (KAP-HİB) ve derneklerin yatırım ve destekleri vardır. Belediyelerin ören yerlerinin bakımı ve düzenlenmesi ile ilgili yaptıkları yatırımlar ilk sırada yer almaktadır. Sivil toplum kuruluşları daha çok tanıtım konusunda hizmet vermektedir.

5.B.5. Turistik İşletmeler ve Hediyeelik Eşya Sektörü

Bölgedeki firmaların çoğunluğu özgün üretim yapmaktan ziyade başka şehir ve ülkelerden aldıkları ürünleri pazarlamaktadırlar. Bu bağlamda bölgenin en önemli değerlerinden biri olan halıcılık sipariş üzerine gerçekleştirilmeye başlamış ve dolayısıyla özgün üretim yapmaktan uzaklaşmıştır. Ayrıca bu azalan önem bu sektörden beslenen ip üretimi, halı yıkama gibi sektörlerin de yok olmasına sebep olmuştur. Bölgedeki işletmelerin temel sorunlarından bazıları şunlardır:

- Donanımlı personel eksikliği
- Fiyat dengesizlikleri
- Mevcut meslek ustalarının sayılarının gün geçtikçe azalması ve ekonomik olarak sektörün bir cazibesi olmadığı için yeni ustaların yetişmemesi
- Bölge değerlerine marka değeri kazandırılmaması
- Devletin konuyla alakalı teşvik ve destek sağlamaması
- Tanıtım faaliyetlerindeki yetersizlik
- Gelen ziyaretçilerin önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere kısa süreli kalmaları ve hatta günübirlik gelmeleri

- İşletmelerin iş geliştirme, pazarlama, fiyat politikası belirlemek gibi amaçlarla bir birlik veya ortaklık içerisinde olmamaları
- Bölgenin el sanatları üretiminin hammadde ve üretim konularında bölge dışına bağımlı olması
- Halıcılık konusunda eğitim almak isteyen insanların sayısı özellikle ekonomik sebeplerle çok az bir seviyededir. Dolayısıyla yeni ustaların yetişmesinin önündeki en büyük engellerden birisi bu konudur.
- İthal ürünü daha karlı bir hale getiren son gümrük düzenlemeleri yerel el sanatları ve hediyelik eşya üretiminin önündeki en önemli tehditlerden biridir.²

5.B.6. Tesislere Giriş ve Konaklama Göstergeleri

Bölgede Bakanlık belgeli tesislere 2011 yılında gerçekleşen toplam 907.888 adet gelişin; % 60,5 'ini teşkil eden 549.477 adedi yabancı, % 39,5'ini teşkil eden 358.411 adedi yerli ziyaretçilere aittir (Tablo 57).

Belediye Belgeli konaklama tesislerine ise 2011 yılında toplam 620.328 adet geliş yapılmıştır. Bunun; % 43,1'ini (267.931) yabancılar, % 56,9'unu (352.397) yerli ziyaretçiler oluşturmuştur. Belediye Belgeli tesislerde, 2010-2011 döneminde toplam tesise gelişlerde, yabancıların oranı % 55,5'ten % 43,1'e düşmüştür (Tablo 58).

Bölgede yer alan Bakanlık ve Belediye Belgeli tüm tesislerde ise 2011 yılında toplam 1.528.216 adet geliş gerçekleşmiştir. Bunun; % 53,4'ünü teşkil eden yabancı geliş adedi 817.408'dir. Yerli geliş sayıları ise, % 46,5'lik bir oran ile 710.808 adedini teşkil etmektedir (Tablo 59).

Bakanlık belgeli tesislerdeki geceleme adetlerinde yabancı ziyaretçilerin payı fazladır. Bölgede Bakanlık belgeli tesislerde 2011 yılında 1.707.752 adet geceleme gerçekleşmiştir. Gecelemelerde yabancıların payı % 62,5'dir (1.067.372 adet). Kalan 640.380 adet geceleme yerli ziyaretçiler tarafından yapılmış olup bu sayı %37,5'lik bir orana denk gelmektedir (Tablo 57).

Belediye Belgeli tesislerde 2011 yılında gerçekleşen 1.053.936 geceleminin 522.793'ü yabancılar aittir. Yabancı gecelemelerin oranı % 49,6'dır. Yerli ziyaretçilerin geceleme oranı ise % 50,4 (531.143) olarak gerçekleşmiştir (Tablo 58).

² Ahiler Kalkınma Ajansı Tarafından 2011 yılında gerçekleştirilen "Kapadokya Bölgesi Turizm Çalıştayı Saha Çalışmaları Raporu" ndan faydalanılmıştır.

Bölgedeki tüm tesislerde toplam geceleme sayısı 2.761.688 olmaktadır. Yabancılar bu toplamın %57,5'ini oluşturan 1.590.165 geceleme gerçekleştirmişlerdir. Gecelemelerin %42,5'i (1.171.523 adedi) yerli ziyaretçilere aittir (Tablo 59).

Tesislere geliş sayıları, bölge turizminin yabancı ve yerli ziyaretçi talebi bakımından hemen hemen bir dengede olduğunu fakat az bir farkla yabancıların daha fazla tercih ettiğini belgelemektedir. Bu farkı yaratan temel neden Kapadokya Yöresini tercih eden yabancı ziyaretçilerin fazlalığından kaynaklanmaktadır.

Tablo 8: Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011)

İller	Tesis Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Yatak Sayısı	Ortalama	Kalış		Doluluk Oranı (%)
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam		Süresi (Gün)	Yabancı	Yerli	Top.
Aksaray	11.020	59.025	70.045	17.994	81.672	99.666	1.630	1.6	1.4	1.4	27.66
Kırıkkale	38	125	163	91	275	366	68	2.4	2.2	2.2	1.47
Kırşehir	441	26.650	27.091	1.148	31.040	32.188	770	2.6	1.2	1.2	32.48
Nevşehir	535.028	256.875	791.903	1.043.381	504.787	1.548.168	10.356	2.0	2.0	2.0	51.34
Niğde	2.950	15.736	18.686	4.758	22.606	27.364	1.088	1.6	1.4	1.5	31.24
TR71 Bölgesi	549.477	358.411	907.888	1.067.372	640.380	1.707.752	13.912	1.9	1.8	1.9	28.83
TR71 Bölgesinin Türkiye İçindeki Oranı (%)	%2.8	%2.4	%2.7	%1.3	%2.3	%1.6	%1.4				
Türkiye	19.264.058	14.350.129	33.614.187	78.888.865	27.616.616	106.505.481	936.729	4.1	1.9	3.2	51.46

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Tablo 9: Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011)

İller	Tesis Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Yatak Sayısı	Ortalama Kalış			Doluluk Oranı (%)
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam		Yabancı	Yerli	Top.	
Aksaray	4.237	32.564	36.801	4.746	35.356	40.102	327	1.1	1.1	1.1	15.86
Kırıkkale	88	12.012	12.100	445	32.741	33.186	145	6.1	2.7	2.7	46.63
Kırşehir	2.110	41.522	43.632	3.482	44.810	48.292	614	1.7	1.1	1.1	17.07
Nevşehir	261.082	238.430	499.512	513.706	379.427	893.133	12.799	2.0	1.8	1.8	20.97
Niğde	414	27.869	28.283	414	38.809	39.223	747	1.0	1.4	1.4	22.40
TR71 Bölgesi	267.931	352.397	620.328	522.793	531.143	1.053.936	14.632	2.0	1.5	1.7	24.5
TR71 Bölgesinin Türkiye İçindeki Oranı (%)	%3.9	%2.2	%2.7	%2.3	%1.9	%2.1	%2.8				
Türkiye	6.846.474	15.565.115	22.411.589	22.662.247	27.066.987	49.729.234	504.877	3.3	1.7	2.2	33.91

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Tablo 10: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları ile Tesislerdeki Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri (2011)

İller	Tesis Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Yatak Sayısı	Ortalama Kalış Süresi (Gün)			Doluluk Oranı (%)
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam		Yabancı	Yerli	Top.	
Aksaray	15.257	91.589	106.846	22.740	117.028	139.768	1.957	1.5	1.3	1.3	22
Kırıkkale	126	12.137	12.263	536	33.016	33.552	213	4.3	2.7	2.7	24
Kırşehir	2.551	68.172	70.723	4.630	75.850	80.480	1.384	1.8	1.1	1.1	25
Nevşehir	796.110	495.305	1.291.415	1.557.087	884.214	2.441.301	12.809	2.0	1.8	1.9	36
Niğde	3.364	43.605	46.969	5.172	61.415	66.587	1.835	1.5	1.4	1.4	27
TR71 Bölgesi	817.408	710.808	1.528.216	1.590.165	1.171.523	2.761.688	28.544	1.9	1.6	1.8	27
TR71 Bölgesinin Türkiye İçindeki Oranı (%)	3.13	2.38	2.73	1.57	2.14	1.77	1.98				
Türkiye	26.110.532	29.915.244	56.025.776	101.551.112	54.683.603	156.234.715	1.441.606	3.7	1.7	2.2	43

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Bölgede Bakanlık belgeli tesislerde 2009-2011 döneminde, yabancı ziyaretçi ağırlıklı konaklama ve geceleme deseni fazla değişmemiştir. 2011 yılında bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçilerin geceleme ve tesise geliş oranlarında bir düşüş yaşanmıştır. Öte yandan bu yıl içerisinde yerli ziyaretçi istatistikleri (Geceleme ve Tesise Geliş Oranları) bir önceki yıla göre artış göstermiştir. 2010 yılında ise bu tablonun tam tersi bir durum söz konusudur. Bir önceki yıla göre bölgedeki bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi oranı toplam gelen ziyaretçi içerisindeki payını arttırırken, yerli ziyaretçi oranı düşmüştür. (Tablo 60).

Tablo 11: Bakanlık Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011)

Yıllar	Tesise Geliş Sayıları				Geceleme Sayıları			Tesise Geliş Oranları (%)			Geceleme Oranları (%)		
		Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2009	Bölge	427.890	344.086	771.976	822.773	527.909	1.350.682	55.43	44.57	100	60.92	39.08	100
	Türkiye	14.388.998	12.137.822	26.526.820	59.986.967	22.929.508	82.916.475	54.24	45.76	100	72.35	27.65	100
2010	Bölge	594.377	299.809	894.186	1.124.187	476.581	1.600.768	66.47	33.53	100	70.23	29.77	100
	Türkiye	17.415.364	12.338.602	29.753.966	74.325.670	23.832.337	98.158.007	58.53	41.47	100	75.72	24.28	100
2011	Bölge	549.477	358.411	907.888	1.067.372	640.380	1.707.752	60.52	39.48	100	62.50	37.50	100
	Türkiye	19.264.058	14.350.129	33.614.187	78.888.865	27.616.616	106.505.481	57.31	42.69	100	74.07	25.93	100

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Tablo 12: Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011)

Yıllar		Tesise Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Tesise Geliş Oranları (%)			Geceleme Oranları (%)		
		Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2009	Bölge	256.781	441.509	698.290	392.137	564.127	956.264	36.77	63.23	100	41.01	58.99	100
	Türkiye	4.915.424	13.622.917	18.538.341	19.683.973	21.788.769	41.472.742	26.51	73.49	100	47.46	52.54	100
2010	Bölge	657.402	525.527	1.182.929	784.015	663.638	1.447.653	55.57	44.43	100	54.16	45.84	100
	Türkiye	7.834.701	15.665.190	23.499.891	25.814.082	25.214.853	51.028.935	33.34	66.66	100	50.59	49.41	100
2011	Bölge	267.931	352.397	620.328	522.793	531.143	1.053.936	43.19	56.81	100	49.60	50.40	100
	Türkiye	6.846.474	15.565.115	22.411.589	22.662.247	27.066.987	49.729.234	30.55	69.45	100	45.57	54.43	100

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011

Belediye Belgeli tesislerde de Türkiye genelinde tesise yabancı ziyaretçilerin geliş sayıları 2009-2010 yılları arasında artarken, 2011 yılında bir önceki yıla göre azalmaktadır. Bu durum oransal olarak da kendini göstermektedir. 2009 yılında %26.51 olan yabancı ziyaretçilerin Türkiye genelinde Belediye Belgeli tesislere geliş payı, 2010 yılında %33.34'e çıkıp, 2011 yılında %30.55'e gerilemektedir. Fakat yerli ziyaretçi sayıları aynı grafiği sergilememektedir. 2011 yılında Türkiye'deki Belediye Belgeli tesislere gelen yerli ziyaretçi sayıları çok dramatik bir gerileme yaşamamış neredeyse bir önceki döneme göre bir değişiklik göstermemiştir. Bölge bazında ise 2010 döneminde Belediye Belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayıları bir önceki döneme göre artarken, 2011 yılında çok keskin bir düşüş yaşanmıştır. Bu dönemlerde bölgedeki Belediye Belgeli Tesislere gelen yerli ziyaretçiler de aynı yıllar için benzer bir artış ve azalış göstermiştir. TR 71 bölgesinde bulunan Belediye Belgeli tesislerdeki geceleme oranlarında yabancı ziyaretçiler incelendiğinde 2011 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %5'lik bir düşüş yaşanmıştır. Bu durumun tersi yerli ziyaretçi geceleme oranlarında yaşanmış 2011 yılında bir önceki yıla göre Belediye Belgeli tesislerde yerli ziyaretçi geceleme oranları yaklaşık %5'lik bir artışla %50.40 olmuştur (Tablo 61).

Bakanlık ve Belediye Belgeli tüm tesislerde de doğal olarak benzer bir gelişme eğilimi görülmektedir. Yerli ziyaretçilerin 2010 yılında tüm tesislere geliş ve geceleme oranları sırası ile %39.73 ve %37.40 iken, bu değerler 2011 yılında %46.51 ve %42.42 olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan yabancı ziyaretçilerin 2010 yılında tüm tesislere geliş ve geceleme oranları ise sırası ile %60.27 ve %62.60 iken, bu değerler 2011 yılında %53.49 ve %57.58 olarak tespit edilmiştir (Tablo 62). Bu tablodan da anlaşılacağı üzere tesise geliş ve geceleme oranları incelendiğinde bölgedeki yerli ziyaretçi payı artarken yabancı ziyaretçi payı azalmaktadır. Fakat bunun yabancı ziyaretçilerin geliş sayısında bir azalma anlamına gelmediği unutulmamalıdır. Yabancı ziyaretçilerle beraber yerli ziyaretçilerin de bölgeye olan ilgisinin arttığını söylemek daha doğru bir yorum olacaktır.

Tablo 13: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Yabancı ve Yerli Ziyaretçilerin Tesise Geliş ve Geceleme Oranları (2009-2011)

Yıllar		Tesise Geliş Sayıları			Geceleme Sayıları			Tesise Geliş Oranları (%)			Geceleme Oranları (%)		
		Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2009	Bölge	684.671	785.595	1.470.266	1.214.910	1.092.036	2.306.946	46.57	53.43	100.	52.66	47.34	100.00
	Türkiye	19.304.422	25.760.739	45.065.161	79.670.940	44.718.277	124.389.217	42.84	57.16	100	64.05	35.95	100.00
2010	Bölge	1.251.779	825.336	2.077.115	1.908.202	1.140.219	3.048.421	60.27	39.73	100	62.60	37.40	100.00
	Türkiye	25.250.065	28.003.792	53.253.857	100.139.752	49.047.190	149.186.942	47.41	52.59	100	67.12	32.88	100.00
2011	Bölge	817.408	710.808	1.528.216	1.590.165	1.171.523	2.761.688	53.49	46.51	100	57.58	42.42	100.00
	Türkiye	26.110.532	29.915.244	56.025.776	101.551.112	54.683.603	156.234.715	46.60	53.40	100	65.00	35.00	100.00

(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Bölge ve Türkiye’de gerçekleşen tesise geliş ve geceleme adetleri 2008-2011 dönemi incelendiğinde; Bakanlık belgeli tesislere geliş adetlerinin, Türkiye ortalamasına paralellik gösterdiği görülmektedir.(Tablo 63). Nitekim bölgede Bakanlık Belgeli tesislere geliş sayıları yıllık ortalama % 10.81 hızla artmıştır. Bu değer Türkiye’ye ait % 10.47 değerine çok yakındır. (Grafik 69).

Bakanlık Belgeli tesislerde geceleme artış hızı Türkiye ortalamasının biraz üzerinde bir grafik çizmiştir. Bölgede 2008-2011 döneminde gecelemler yıllık ortalama % 14.27 hızla artmıştır, bu değer Türkiye’de ise, aynı dönemde % 11.06 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 64).

Bölgede Belediye Belgeli tesislerde, tesise geliş ve geceleme adetleri artmaktadır. Buna bağlı olarak 2008-2011 döneminde bu iki işletme göstergesinin yıllık artış hızları Türkiye ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir.

Belediye Belgeli tesislerdeki konaklama ve geceleme adetlerindeki artıştan dolayı Bölgede gerçekleşen toplam konaklama ve geceleme adetleri de artmaktadır. Fakat 2011 yılında bu iki göstergede de bir düşüş yaşanmış, toplam tesislere geliş 2.077.115 adetten 1.528.216’ya, geceleme adedi ise 3.048.421’den 2.761.688’e düşmüştür (Tablo 63).

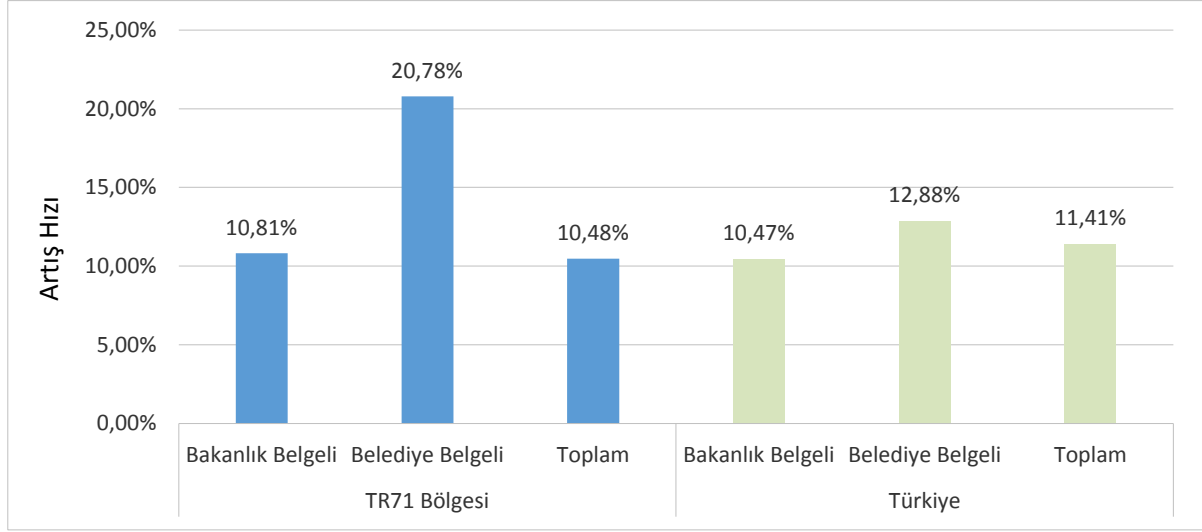
Özetle; 2008-2011 döneminde, Bölgede bütün tesislerle alakalı geliş sayıları ve geceleme adetlerinde artış gözlemlenirken özellikle Belediye Belgeli tesislerdeki artış dikkat çekmektedir.

Tablo 14: Bölgede ve Türkiye’de Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerine Giriş Sayıları (2008-2011)

Yıllar	Bakanlık Belgeli		Belediye Belgeli		Toplam	
	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye
2008	667.195	24.934.002	352.054	15.584.016	1.019.249	40.518.018
2009	771.976	26.526.820	698.290	18.538.341	1.470.266	45.065.161
2010	894.186	29.753.966	1.182.929	23.499.891	2.077.115	53.253.857
2011	907.888	33.614.187	620.328	22.411.589	1.528.216	56.025.776
Yıllık Ortalama Artış Hızı (2008-2011)	%10.81	%10.46	%20.78	%12.87	%10.47	%11.40

(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Grafik 14: 2008-2011 Dönemi Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları Yıllık Ortalama Artış Hızları



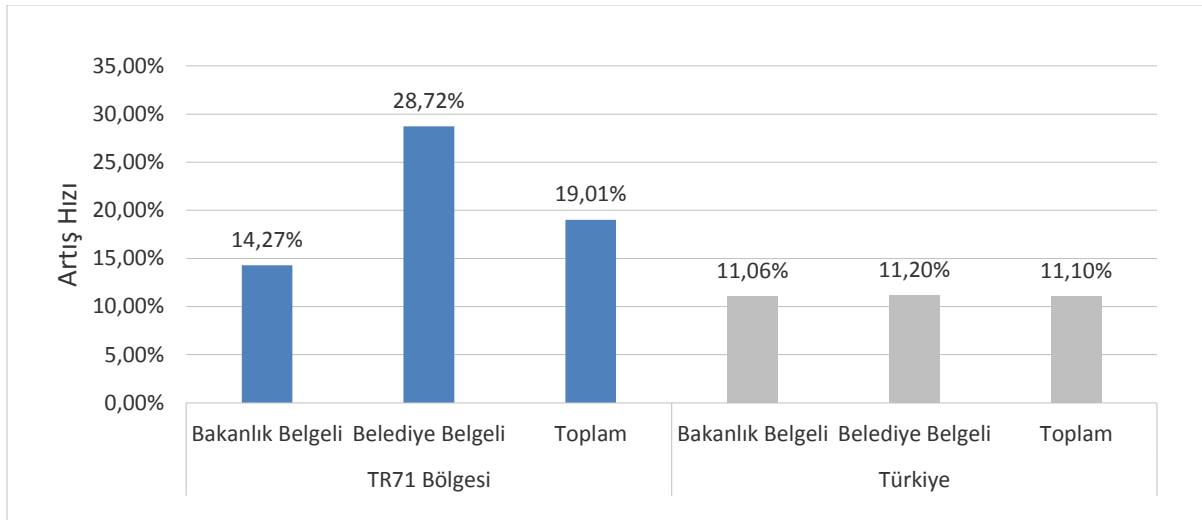
(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Tablo 15: Bölgede ve Türkiye’de Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları (2008-2011)

Yıllar	Bakanlık Belgeli		Belediye Belgeli		Toplam	
	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye	Bölge	Türkiye
2008	1.144.435	77.750.742	494.169	36.167.014	1.638.604	113.917.756
2009	1.350.682	82.916.475	956.264	41.472.742	2.306.946	124.389.217
2010	1.600.768	98.158.007	1.447.653	51.028.935	3.048.421	149.186.942
2011	1.707.752	106.505.481	1.053.936	49.729.234	2.761.688	156.234.715
Yıllık Ortalama Artış Hızı (2008-2011)	14.27%	11.06%	28.72%	11.20%	19.01%	11.10%

(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Grafik 15: 2008-2011 Dönemi Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları Yıllık Ortalama Artış Hızları



(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Yabancı ziyaretçilerin bölgede ortalama kalış süreleri, Türkiye ortalamasının altındadır. Bölgedeki Bakanlık ve Belediye Belgeli tüm tesislerde 2011 yılında yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri 1,9 gün, yerli ziyaretçilerin 1,6 gündür. Ortalama kalış süresi ise 1,8 gün olarak bulunmaktadır. Türkiye’deki konaklama tesislerinde, aynı yılda yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süresi 3,7 gün, yerli ziyaretçilerin 1,7 gün ve yerli-yabancı ortalama kalış 2,2 gündür. Tüm değerler, bölge ortalamalarından daha yüksektir (Tablo 65).

Türkiye’de yabancı ziyaretçilerin kalış süresinin yüksekliği; paket turlarla yapılan 7-10 günlük gezilere ve genelde bir tesiste yapılan gecelemelelere bağlıdır. Değerler, paket turların önemini ortaya koymaktadır. Bölgede de turlarla yapılan seyahatler yaygındır. Ancak bu turların özelliğinden ötürü, bölgenin konaklama noktalarında bir, en fazla iki geceleme yapılmaktadır. Kalış sürelerinin görece kısalığı turların özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2011 yılı verilerine göre bölgede toplam 2.761.688 adet geceleme yapılmıştır. Bu sayı bir önceki yıla göre düşük bir rakamdır. Bölgenin doluluk oranları incelendiğinde yine Türkiye doluluk oranlarının altında bir grafik seyrettiği gözükmemektedir. Bu değerler; bölge illerinin paket tur programlarında geceleme yapılan bir ara istasyon olarak değil, bir varış noktası olarak değerlendirilmesinin gereğini ortaya koymaktadır.³

Tablo 16: Bakanlık ve Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayıları ve Doluluk Oranları (2009-2011)

Yıllar		Geceleme			Yatak Sayısı	Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranları (%)
		Yabancı	Yerli	Toplam		Yabancı	Yerli	Top.	
2009	Bölge	1.214.910	1.092.036	2.306.946	27.369	1.5	1.9	1.9	26
	Türkiye	79.670.940	44.718.277	124.389.217	1.242.510	4.0	1.7	2.6	41
2010	Bölge	1.908.202	1.140.219	3.048.421	28.717	2.2	1.5	1.5	25
	Türkiye	100.139.752	49.047.190	149.186.942	1.410.161	3.7	1.7	2.7	41
2011	Bölge	1.590.165	1.171.523	2.761.688	29.437	1.9	1.6	1.8	27
	Türkiye	101.551.112	54.683.603	156.234.715	1.441.606	3.7	1.7	2.2	43

(Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

³ Raporun Tesislere Giriş ve Konaklama İstatistikleri Bölümü’nde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesinde sunulan güncel istatistik veriler kullanılmıştır.

5.B.7. Bölgeye Ulaşım

Bölgeye ulaşım karayolu, havayolu ve demiryolu ile sağlanmaktadır. Bu kullanımlardan en yoğunu karayoludur. Demiryolu bölge için büyük bir önem teşkil etmemektedir. Bölgede demiryolu sadece iki ilden (Kırıkkale ve Niğde) geçmektedir. Bölgede havaalanı bulunmaktadır(Nevşehir ilinde) ancak havayolu etkin kullanılmamaktadır.

5.B.7.1. Karayolu ve Lojistik

Ülkemizde ve diğer ülkelerde demir ve havayoluna nazaran, karayoluna yönelim oranı giderek yükselmektedir. AB ülkeleri genelinde yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, 1990-1998 arası dönemde demiryolu ile yük taşımacılığında %43,5 oranında bir azalma olurken, aynı dönemde karayolu taşımacılığında %19,4 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Benzer bir eğilime Türkiye’de de tanık olunmaktadır.

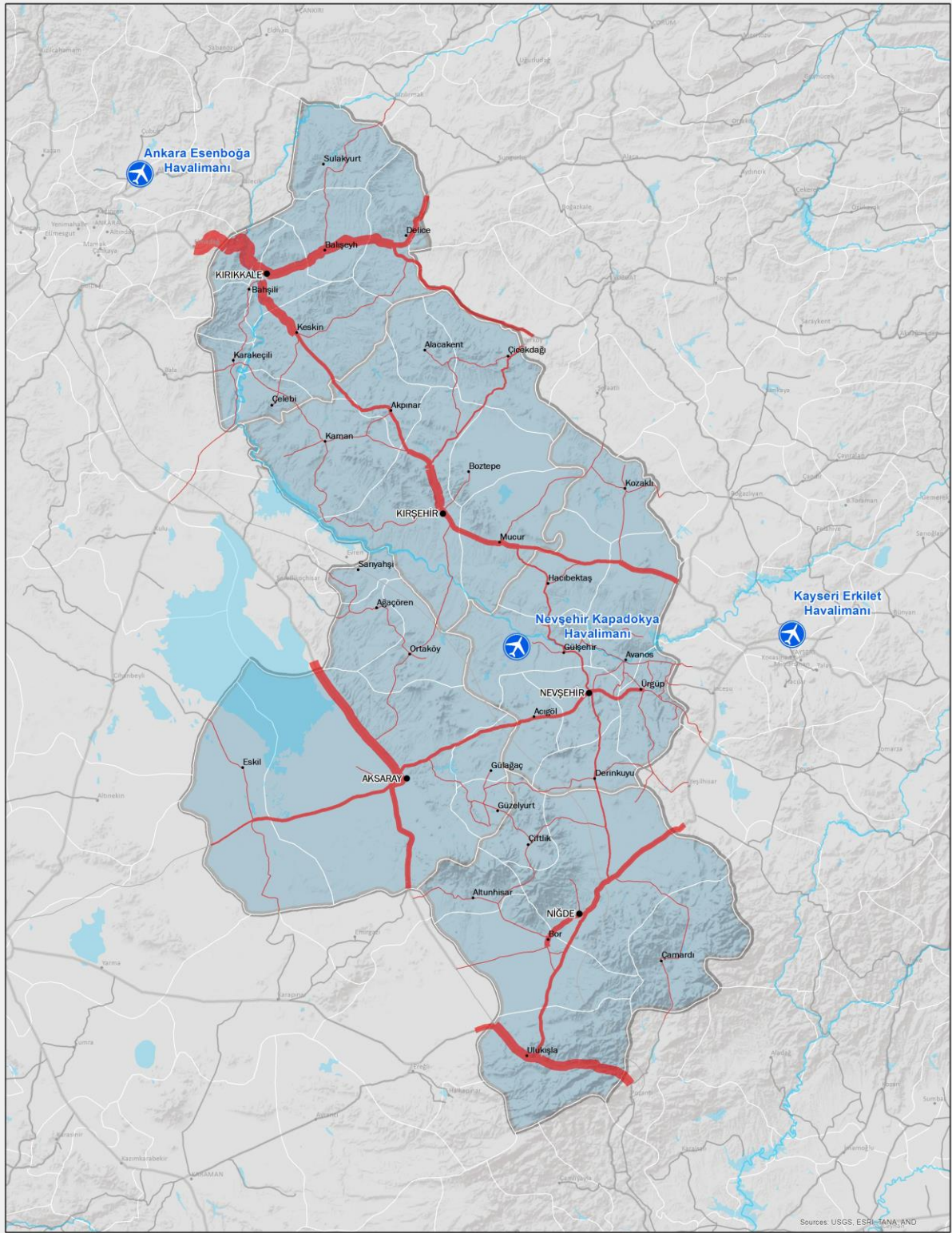
Ülke içinde yolcu taşımacılığının %95,2’si karayoluyla yapılmaktadır. Bu oran ABD’de %89, AB ülkelerinde ise %79 oranlarında seyretmektedir. Yük taşımacılığı alanında karayolu kullanım oranı ülkemizde %76,1 civarındadır. Bu oran ABD’de %69,5, AB ülkelerinde ise yaklaşık % 45’tir. Tüm bu verilere paralel olarak TR71 Bölgesi’nde de en önemli ulaşım türü karayolu ulaşımıdır.

TR71 Bölgesi özellikle Aksaray ve Kırıkkale illerinin ülkenin kuzey-güney ve doğu-batı karayolları kesişim noktalarında yer almaları nedeniyle yoğun bir karayolu trafiğine ve lojistik imkânlarına sahiptir.

Bölgedeki karayolları özellikle taşımacılıkta sıklıkla kullanılmaktadır. 2011 yılı trafik hacim haritası incelendiğinde Ankara-Adana arasındaki kamyon trafiğinin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Kırıkkale ve Aksaray illeri üzerinden gerçekleşen özel araç trafiği de dikkat çekmektedir.⁴

⁴ TR71 illeri karayolu ulaşımı ile alakalı veriler Karayolları Genel Müdürlüğü, 2013 yılı verileridir.

Harita 1: TR71 Bölgesi Karayolu Araç Yoğunluğu Haritası



Kaynak: (Karayolları Genel Müdürlüğü, 2013)

Bölgede karayolları ulaşımının gelişmiş olması lojistik sektörü açısından potansiyel oluşturmaktadır. Ancak diğer ulaşım türlerinin az gelişmiş olması da lojistik sektörünü yavaşlatan önemli bir faktördür.

5.B.7.2. Karayolu Altyapısı

TR71 Bölgesi karayolları Türkiye karayolları yol uzunluğu içinde; otoyol uzunluğunun %5,36'sını, devlet yolu uzunluğunun %3,85'ini, il yolu uzunluğunun %3,68'ini oluşturmaktadır.

Tablo 17: 2012 Yılı Devlet Yolları, İl Yolları ve Otoyollar Uzunlukları

	Devlet Yolları	İl Yolları	Otoyol	Toplam
Aksaray	248	247	-	495
Kırıkkale	233	139	-	372
Kırşehir	269	259	-	528
Nevşehir	238	272	114	624
Niğde	220	255	-	475
TR71	1.208	1.172	114	2.494
Türkiye	31.375	31.880	2.127	65.382

Kaynak: (Karayolları Genel Müdürlüğü, 2013)

Tablo 18: 2012 Yılı Motorlu Taşıt Sayıları

İl	Toplam	Otomobil	Minibüs	Otobüs	Kamyonet	Kamyon	Motosiklet	Özel Amaçlı	Traktör
Aksaray	86 424	41 702	1 281	1 170	10 559	5 372	10 981	199	15 160
Kırıkkale	53 894	32 218	1 441	730	5 900	2 146	3 445	124	7 890
Kırşehir	48 717	26 971	1 094	545	5 450	1 959	3 529	110	9 059
Nevşehir	87 385	35 250	3 073	840	12 696	5 448	11 790	176	18 112
Niğde	76 886	28 988	1 494	901	11 430	5 360	14 672	147	13 894
TR71 Bölgesi	353 306	165 129	8 383	4 186	46 035	20 285	44 417	756	64 115
Türkiye	17 033 413	8 648 875	396 119	235 949	2 794 606	751 650	2 657 722	33 071	1 515 421
Bölgenin Ülkeye Göre Oranı	2,07%	1,91%	2,12%	1,77%	1,65%	2,70%	1,67%	2,29%	4,23%

Kaynak: TÜİK,2012

Bölgede 2012 yılı verilerine göre; yolcu taşımacılığı açısından; 12.569 minibüs ve otobüs bulunmakta bu da Türkiye'deki toplam minibüs ve otobüs sayılarının %1,99'unu oluşturmaktadır. Yük taşımacılığı açısından bölgede 50.659 kamyonet ve kamyon bulunmaktadır ve Türkiye'de bulunan toplam kamyonet ve kamyonun %1,87'sini oluşturmaktadır.

Ulaştırma ağırlıklı olarak karayolu üzerinden yapılmaktadır. Bu da karayolları üzerinde yoğunluğa sebep olmaktadır.

5.B.7.3. Havayolu ve Demiryolu

Havayolu ulaşımı; bölgedeki tek havalimanı olan 'Nevşehir Kapadokya Havalimanı' ile gerçekleştirilmektedir. Havalimanı Nevşehir ilinin Gülşehir ilçe sınırları içerisinde merkeze 30 km uzaklıkta bulunmaktadır. 1998 yılında hizmete girmiştir. Ortak kullanımlı iç ve dış hat terminalleri ile yıllık 700.000 yolcu kapasitesi bulunmaktadır. Havaalanı bölgede etkin ve verimli biçimde kullanılmamaktadır. Orta Anadolu olarak değerlendirildiğinde havayolu ulaşımında en çok trafiğin Ankara Esenboğa'dan sonra Kayseri Erkilet Havaalanı'nda gerçekleştiği görülmektedir (Tablo 68).

Nevşehir ilinde toplam uçak trafiğinde 2009 yılından itibaren artış yaşanmaktadır. 2008-2009 yılları arasında toplam uçak trafiğinde bir azalma yaşanmıştır ancak bu yıllarda yolcu trafiğinde bu azalma yansımamıştır (Tablo 69). Yolcu trafiği 2007-2012 yılları arasında sürekli artış göstermiştir. Nevşehir ilinin ülkedeki toplam uçak trafiğine oranı 2012 yılında %0,19'dur. Yine Nevşehir ilinin ülkedeki toplam yolcu trafiğine oranı %0,13'tür. Bu değerlerin oldukça düşük olduğu söylemek mümkündür.

Bölgeye yakın bir il olan Kayseri'de de bir havaalanı bulunmaktadır. Bu havaalanı Nevşehir ilinde yer alan havaalanından daha aktif bir şekilde kullanılmaktadır.⁵

⁵ Havayolu ulaşımı ile ilgili veriler Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, 2013 yılı verileridir.

Tablo 19: Toplam Uçak Trafikleri

	2007			2008			2009			2010			2011			2012		
	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.
Nevşehir	731	213	944	1.407	302	1.709	1.231	293	1.524	1.361	392	1.753	1.743	274	2.017	1.848	204	2.052
Kayseri	5.154	1.716	6.870	4.443	1.915	6.358	5.215	2.066	7.281	6.492	2.104	8.596	9.006	1.985	10.991	9.133	1.844	10.977
Konya	2.014	310	2.324	2.272	374	2.646	3.729	321	4.050	5.753	640	6.393	5.693	827	6.520	6.480	663	7.143
Ankara	47.57 8	16.33 1	63.90 9	48.46 3	14.39 6	62.85 9	50.34 7	12.27 3	62.62 0	59.50 9	14.42 0	73.92 9	67.51 3	15.45 2	82.965	69.33 5	16.54 8	85.883
İzmir	37.64 7	14.12 7	51.77 4	38.01 4	14.00 0	52.01 4	40.49 2	13.70 5	54.19 7	46.20 6	16.97 2	63.17 8	51.70 0	18.62 7	70.327	55.01 3	18.13 9	73.152
İstanbul Atatürk	115.8 20	146.4 28	262.2 48	114.1 76	161.9 72	276.1 48	108.2 52	175.7 01	283.9 53	104.6 62	183.5 84	288.2 46	118.5 88	206.6 21	325.20 9	127.0 13	237.3 09	364.32 2
Türkiye Toplam	365.1 77	323.2 91	688.4 68	385.7 64	356.0 01	741.7 65	419.4 22	369.0 47	788.4 69	497.8 62	421.5 49	919.4 11	579.4 88	462.8 81	1.042. 369	600.8 18	492.2 29	1.093. 047
Nevşehir'in Ülkedeki Payı	0,20 %	0,07 %	0,14 %	0,36 %	0,08 %	0,23 %	0,29 %	0,08 %	0,19 %	0,27 %	0,09 %	0,19 %	0,30 %	0,06 %	0,19%	0,31 %	0,04 %	0,19%
Kayseri'nin Ülkedeki Payı	1,41 %	0,53 %	1,00 %	1,15 %	0,54 %	0,86 %	1,24 %	0,56 %	0,92 %	1,30 %	0,50 %	0,93 %	1,55 %	0,43 %	1,05%	1,52 %	0,37 %	1,00%

Kaynak: (Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, 2013)

Tablo 20: Toplam Yolcu Trafikleri

	2007			2008			2009			2010			2011			2012		
	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.	İç Hat	Dış Hat	Top.
Nevşehir	28.34 3	25.71 1	54.05 4	54.19 0	46.57 2	100.7 62	83.10 9	39.64 4	122.7 53	97.47 4	40.43 5	137.9 09	127.7 30	30.06 2	157.7 92	153.7 76	20.20 2	173.9 78
Kayseri	575.4 73	189.8 33	765.3 06	479.8 57	194.9 76	674.8 33	568.1 06	210.5 33	778.6 39	720.2 97	219.9 48	940.2 45	968.9 42	254.8 18	1.223. 760	1.096 .883	232.9 43	1.329. 826
Konya	214.8 57	33.21 3	248.0 70	230.4 42	35.70 1	266.1 43	267.5 18	34.20 6	301.7 24	499.0 00	46.49 7	545.4 97	530.5 09	70.36 2	600.8 71	590.6 15	68.59 4	659.2 09
Ankara	3.609 .122	1.349 .006	4.958 .128	4.444 .311	1.247 .822	5.692 .133	4.990 .134	1.094 .270	6.084 .404	6.435 .221	1.328 .693	7.763. 914	7.080 .072	1.405 .395	8.485. 467	7.679 .371	1.593 .737	9.273. 108
İzmir	3.635 .414	1.600 .890	5.236 .304	3.757 .891	1.697 .407	5.455 .298	4.534 .339	1.667 .455	6.201 .794	5.357 .610	2.127 .488	7.485. 098	6.125 .076	2.398 .457	8.523. 533	6.945 .044	2.410 .858	9.355. 902
İstanbul Atatürk	9.595 .923	13.60 0.306	23.19 6.229	11.48 4.063	17.06 9.069	28.55 3.132	11.41 6.838	18.39 6.050	29.81 2.888	11.80 0.833	20.34 2.986	32.14 3.819	13.42 1.536	23.97 3.158	37.39 4.694	15.27 9.655	29.81 2.307	45.09 1.962
Türkiye	31.94 9.341	38.34 7.191	70.29 6.532	35.83 2.776	43.60 5.513	79.43 8.289	41.22 6.959	44.28 1.549	85.50 8.508	50.57 5.426	52.22 4.966	102.8 00.39 2	58.25 8.324	59.36 2.145	117.6 20.46 9	64.72 1.316	65.63 0.304	130.3 51.62 0
Nevşehir'in Ülkedeki Payı	0,09 %	0,07 %	0,08 %	0,15 %	0,11 %	0,13 %	0,20 %	0,09 %	0,14 %	0,19 %	0,08 %	0,13 %	0,22 %	0,05 %	0,13 %	0,24 %	0,03 %	0,13 %
Kayseri'nin Ülkedeki Payı	1,80 %	0,50 %	1,09 %	1,34 %	0,45 %	0,85 %	1,38 %	0,48 %	0,91 %	1,42 %	0,42 %	0,91 %	1,66 %	0,43 %	1,04 %	1,69 %	0,35 %	1,02 %

Kaynak: (Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, 2013)

Harita 2: Demiryolu Haritası



Kaynak: Kaynak: T.C. Devlet Demiryolları İstatistik Yıllığı 2007-2011

Tablo 21: 2011 Yılı Demiryolu Uzunlukları

İLLER	UZUNLUKLAR(km)
AKSARAY	-
KIRIKKALE	97
KIRŞEHİR	12
NEVŞEHİR	19
NİĞDE	161
TR71	289
TÜRKİYE	9.642
TR71 İN TÜRKİYE'DEKİ PAYI	3,00%

Kaynak: T.C. Devlet Demiryolları İstatistik Yıllığı 2007-2011

Türkiye’de 2010 yılı itibari ile 9.642 km. demiryolu ağı mevcuttur. Bölgede 289 km. demir ağı mevcut olup, bu Türkiye’deki toplam demir yolu ağının %3’ünü oluşturmaktadır. Aksaray ilinde demiryolu ağı bulunmazken Kırşehir, Niğde ve Nevşehir illerinde ise demiryolu ağı il merkezlerine uğramamaktadır. Planlanan Ankara-Sivas yüksek hızlı tren projesi kapsamında, hızlı trenin mevcut demiryolu güzergâhına paralel olarak geçmesi ve Kırıkkale ilinin de durak noktalardan birisi olması öngörülmektedir.⁶

⁶ Devlet Demir Yolları İstatistik Yıllığı 2007-2011 yayınından faydalanılmıştır.

Kutu 1: Bölgeye ulaşım çoğunlukla karayolu ile sağlanmaktadır. Karayolundan sonra havayolu ulaşımı gelmektedir. Demiryolu ulaşımı ise bölge için en zayıf ulaşım yoludur.

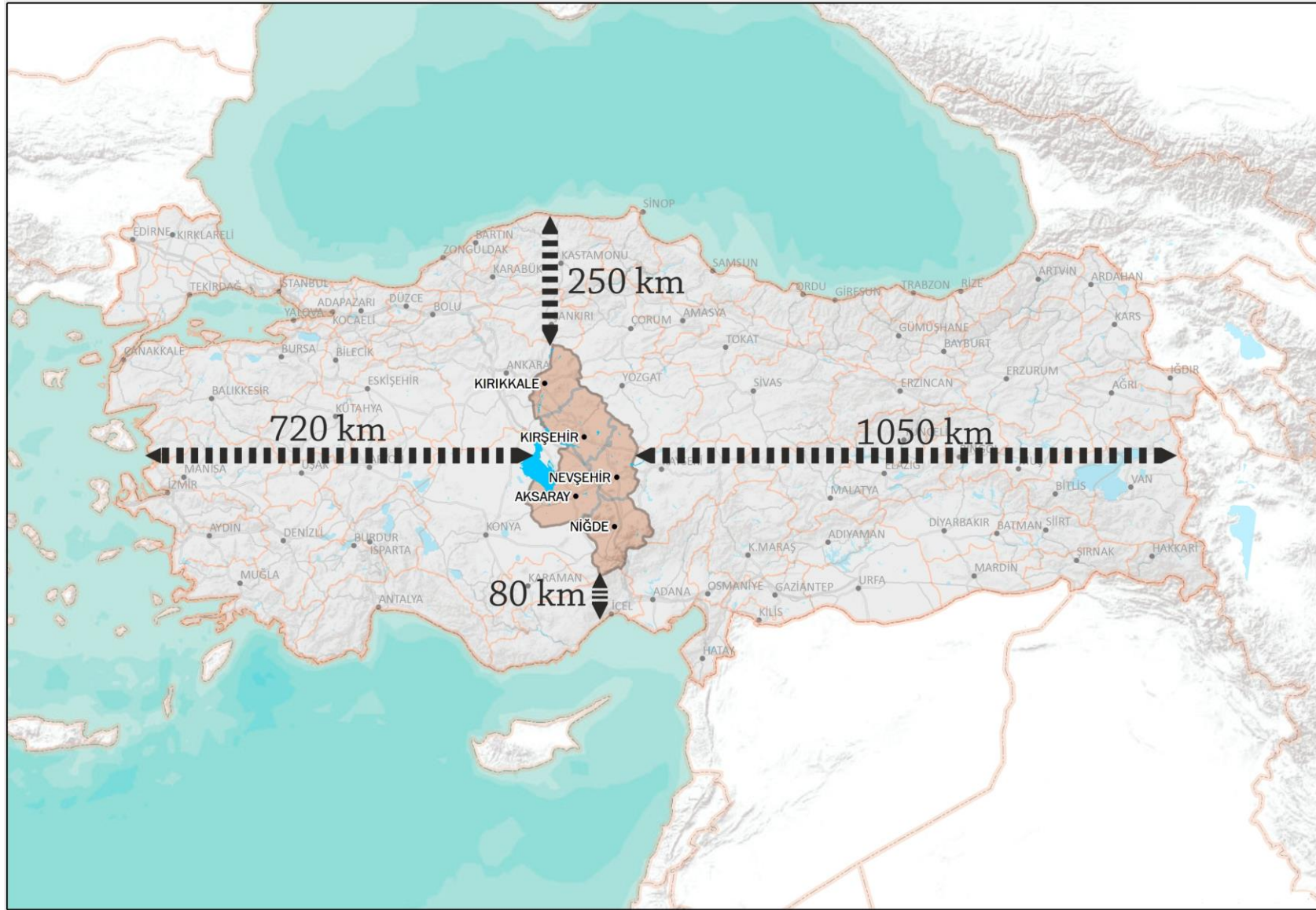
TR71 Bölgesindeki yerel otobüs firma sayıları toplamı 10'dur. Aksaray ilinde 3, Kırıkkale ilinde 2, Kırşehir ilinde 2, Nevşehir ilinde 1 ve Niğde ilinde 2 yerel firma bulunmaktadır. Bunların dışında çok sayıda firma ile bu illere ulaşım sağlanmaktadır. Bölge bazında Ankara'ya günde 6-7 sefer, Kayseri'ye günde 4-5 sefer, İzmir, Antalya, Bursa, Adana, Gaziantep, Uşak, Şanlıurfa ve Mersin gibi illere günde 1-2 sefer düzenlenmektedir.

Karayolu ulaşımının bu kadar yoğun olmasının sebebi; bölgenin, ülke içindeki karayolu ağının kavşak noktasında bulunuyor olmasıdır. Ancak dünyadaki çalışmalar karayolu ulaşımını azaltıp diğer ulaşım yollarını arttırmaya yöneliktir. Ülkemizde de bu çalışmalar sürmektedir (Hızlı tren hatları, havaalanları yapımı). TR71 Bölgesinde de son yıllarda havayolu ulaşımı giderek artmaktadır. Nevşehir Havaalanı'nı 2007 yılında 944 uçak, 54.054 yolcu kullanmışken, 2012 yılında bu rakamlar 2.052 uçak ve 173.978 yolcu trafiği olarak tespit edilmiştir. Bu rakamlar Kayseri ili için de artış göstermektedir. 2007 yılında 6780 uçak ve 765.306 yolcu istatistikleri varken, 2012 yılında 10.977 uçak ve 1.329.826 yolcu sayılarına ulaşılmıştır. Bölgede havayolu ulaşımı zayıftır. Turist sayısının yüksek olduğu TR71 Bölgesi'nde istatistikler bölgenin bu zayıflığını belgelemektedir.

İstanbul ilinden bölgeye turistlerin ulaşımı genelde İstanbul-Ankara arası tren yolculuğu ile ve Ankara-TR71 Bölgesi arası karayolu ile sağlanmaktadır (İstanbul-Ankara arası tren seferleri günümüzde hızlı tren çalışmaları sebebi ile durdurulmuştur).

Bölgede yapılan çalışmalarda bölgeye ulaşım için Kayseri ilinde yer alan havaalanından daha fazla yararlanılmakta olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla bölge illerini tercih sebebi yapmak adına, Nevşehir ilinde yer alan havaalanının yoğunluğunun arttırılması gerekmektedir. Ayrıca bölgede güzergahı Antalya-Konya-Aksaray-Nevşehir-Kayseri olan bir hızlı tren hattının geliştirilmesi talep edilmektedir. Bu sayede Antalya, Konya gibi illere gelen turistlerin TR71 Bölgesi'ne de kolay ve cazip bir şekilde ulaşımının

Harita 3: Bölge illerinin Türkiye'nin Uç Noktalarına Olan Kuş Uçuşu Uzaklıkları



	Adana	Ağrı	Ankara	Antalya	Edirne	Elazığ	Erzincan	İstanbul	İzmir	Samsun	Sinop	Van
Nevşehir	287	895	275	537	958	520	524	728	767	468	563	995

Tabloda Nevşehir ilinin diğer illere mesafeleri görülmektedir. Nevşehir ili TR71 Bölgesinin ve ülkenin merkezinde yer almaktadır. Ülkenin doğusunda Ağrı'ya olan mesafesi 895 km iken, batıda yer alan İzmir iline mesafesi 767 km'dir. Kuzeyde Sinop'a 563 km ve güneyde Adana iline 287 km ve Antalya iline ise 537 km uzaklıktadır.

5.B.8. İnsan Kaynakları

Turizm sektöründe yaşamsal önemi olan konular arasında insan kaynaklarının kalitesi, ustalık bilgisi, beceri düzeyi ve eğitim seviyesi bulunmaktadır. TR 71 de özellikle Nevşehir'de sektör görece gelişmiş olmakla birlikte, insan kaynaklarının aynı seviyede gelişmiş olduğu söylenemez.

Bu durum her ilde yapılan çalıştaylarda da dile getirilmiş bir darboğaz olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, paydaşlarca da stratejik öneriler arasında insan kaynaklarının geliştirilmesi yer almıştır.

5.B.8.1. Turizm Sektörü İstihdamı

TR 71 Bölgesinde turizm sektörü istihdamı ayrıntılı biçimde araştırılmıştır. Bununla birlikte sektörel istihdam büyüklüğü ve genelde sektörel istihdamın dağılımı konusunda ayrıntılı veriye erişmekte önemli dar boğazlarla karşılaşmıştır. TÜİK verileri 2012 yılında tarım, sanayi ve hizmetler olarak 3 ana sektörü içermektedir. Bu durumda turizm sektörünün istihdamı ve toplam istihdam içindeki payı ancak eski veriler kullanılarak ve kestirimler yapılarak bulunabilmektedir. Değerler bu açıklamanın ışığı altında değerlendirilmelidir.

Tablo 22: TR 71 İstihdamının 2012 yılında Sektörel Dağılımı

Düzyey 2	(%)													
	Toplam		Tarım		Sanayi		Hizmet		Tarım		Sanayi(*)		Hizmet	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
TR71	474	480	170	171	85	79	219	230	35,9	35,7	17,9	16,5	46,2	47,8
Toplam	24.110	24.821	6.143	6.097	6.380	6.460	11.587	12.264	25,5	24,6	26,5	26,0	48,1	49,4

(*) İnşaat sektörü, sanayi sektörü içinde değerlendirilmiştir.

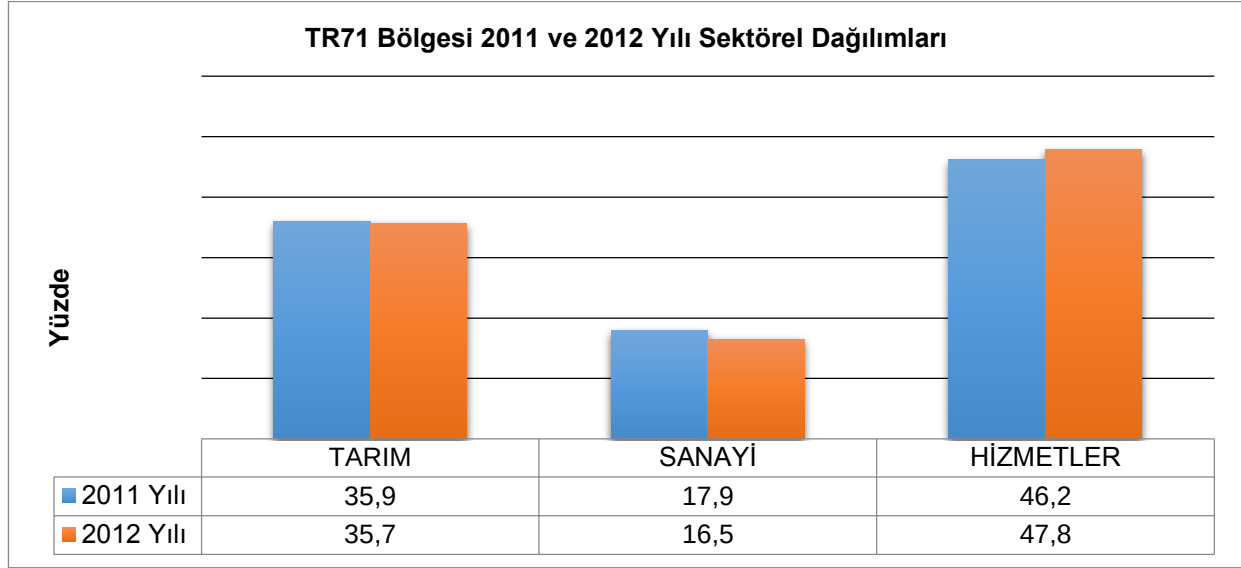
Kaynak: TÜİK

Tüm sektörlerin ayrıntılı istihdam büyüklük ve dağılımını veren zaman serileri kullanılarak turizm istihdamı olarak kabul edilebilecek konaklama tesisleri (otel ve benzerleri) ve yeme -

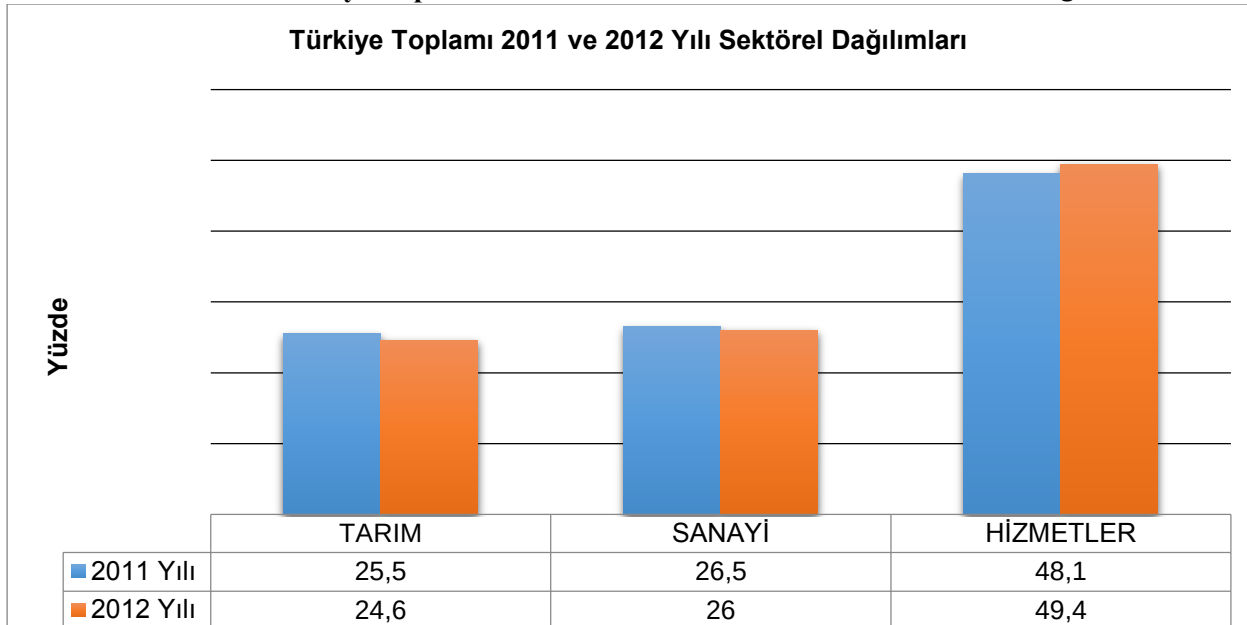
içme tesislerinde çalışanların (lokanta, kafeterya ve benzerleri) oranları 2011 ve 2012 yılına dek uzatılmış ve bu yıllara ait yukarıda anılan çalışma kollarının istihdam büyüklükleri kestirilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada 2012 yılına ait TUIK Tablosunda yer alan hizmetler ana sektörünün içsel dağılımı da kullanılmıştır.

Kısa ve orta vadeli istihdam kestirimleri için ise aynı dönemler için bulunan yatak sayısı artış hızı kullanılmış, böylece yatak sayıları ile istihdam artışı arasındaki bağıntı ve nedensellik göz önünde tutularak bir iç tutarlılık sağlanmıştır.

Grafik 16: TR71 illeri istihdamının 2011 ve 2012 yılları sektörel dağılımı



Grafik 17: Türkiye Toplamı istihdamının 2011 ve 2012 yılları sektörel dağılımı

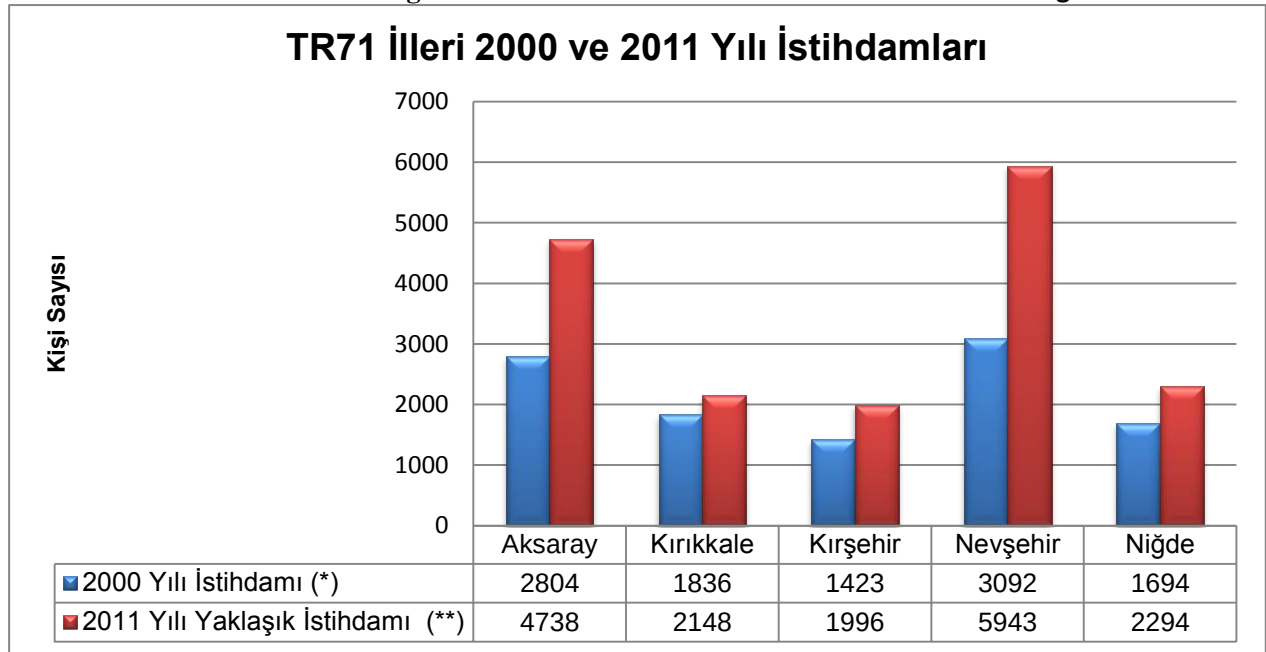


Tablo 23: TR 71 Bölgesi İstihdamının 2000-2011 Yıllarına Göre İllere Dağılımı

	2000 Yılı İstihdamı (*)	2011 Yılı Yaklaşık İstihdamı (**)
Aksaray	2.804	4.738
Kırıkkale	1.836	2.148
Kırşehir	1.423	1.996
Nevşehir	3.092	5.943
Niğde	1.694	2.294
TR 71 BÖLGESİ	10.849	17.119

(*) TÜİK Verisidir.

(**) Ofis çalışmasıdır. Yatak sayıları 2011 yılına ait olduğu için iç tutarlılık sağlamak üzere 2011 yılı değerleri olarak verilmiştir.

Grafik 18: TR 71 Bölgesi İstihdamının 2000-2011 Yıllarına Göre İllere Dağılımı

Tablodan görüleceği üzere en fazla istihdam beklendiği gibi Nevşehir’de çıkmaktadır. Nevşehir istihdam açısından da Turizm sektörünün en fazla yığılmalara sahip olduğu en kuvvetli olduğu ildir. Bu ili Aksaray izlemektedir. Bu ilde özellikle yol boyu yeme içme tesislerindeki uzmanlaşma ve yoğunluktan ötürü yığılmalar görülmektedir. Kırşehir ve Kırıkkale’nin daha önce de değinilen nedenlerle sektörel istihdamı düşüktür. Kırıkkale, yaklaşık Aksaray nüfusuna sahip iken, istihdamı Aksaray’dan çok daha azdır.

Strateji Belgesinin kapsadığı kısa ve orta vadeli dönemler itibarıyla istihdam tahminleri yapılmıştır. Bu çalışmada yatak ve yeme-içme sayısındaki artışlara bağlı olarak dolaysız istihdam, sektörün diğerlerinde yarattığı çarpan ve çoğaltan etki nedeniyle yarattığı dolaylı etki

de dikkate alınmıştır. Bu etkinin hesaplanmasında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğinin (TÜRSAB) bir çalışmasından yararlanılmıştır.⁷

Buna göre 2014 yılında TR 71 Bölgesinde dolaylı istihdam dâhil yaklaşık 31.000 kişinin sektörde istihdamı beklenmektedir. Bu değer 2018 de yaklaşık 39.000 kişiye 2023 yılında ise büyük bir atılımla yaklaşık 51.000 kişiye erişecektir. Kısa ve orta vadeli bu gelişmeler, Bölge istihdamı ve ekonomik gelişmesi için önemlidir ve turizm Bölgenin bir itici gücü olarak değerlendirilmelidir. TR 71 'in kısa ve orta vadede Türkiye'nin iç kesimleri itibarıyla en büyük turizm ve dolaylı ilgili sektör istihdamına sahip Bölge olacağı değerlendirilmektedir.

Gelecekte de Nevşehir görece kuvvetli yönünü koruyacaktır. Bu ili Aksaray izleyecektir. Aksaray, günümüzde özellikle yol boyu tesisler ile elde ettiği yığılmalara, eko-turizm ve kültür turizmi, termal turizm, iş ve kent turizminin olanaklarını ekleyecektir.

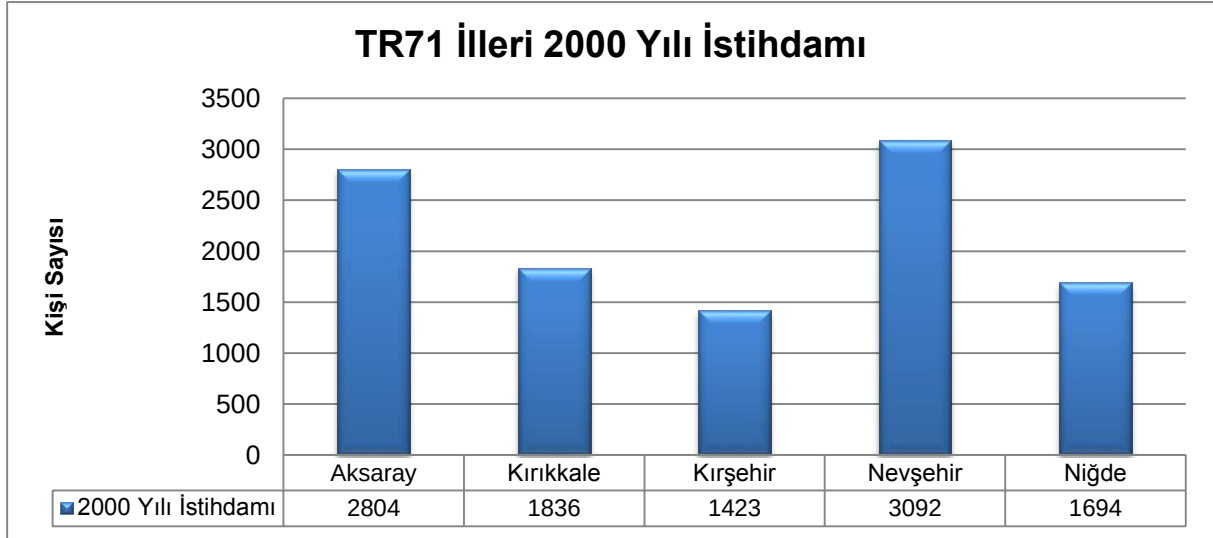
⁷ TÜRSAB Turizm istihdamı ve yan etkileri konusunda bir araştırma yapmış ve birim turizm istihdamının dolaylı olarak diğer sektörlerin istihdamına 1,5 katsayısı ile yansıdığını saptamıştır. Turizm sektörü istihdamı; ulaştırma, perakende ticaret, mali kurumlar (bankacılık ve sigortacılık), kişi ve iş hizmetleri sektör ve alt-sektörleri başta olmak üzere diğer sektörlerde dolaylı olarak ek istihdama yol açmaktadır.

Tablo 24: TR 71 İstihdamının Kısa ve Orta Vadede Değişimi

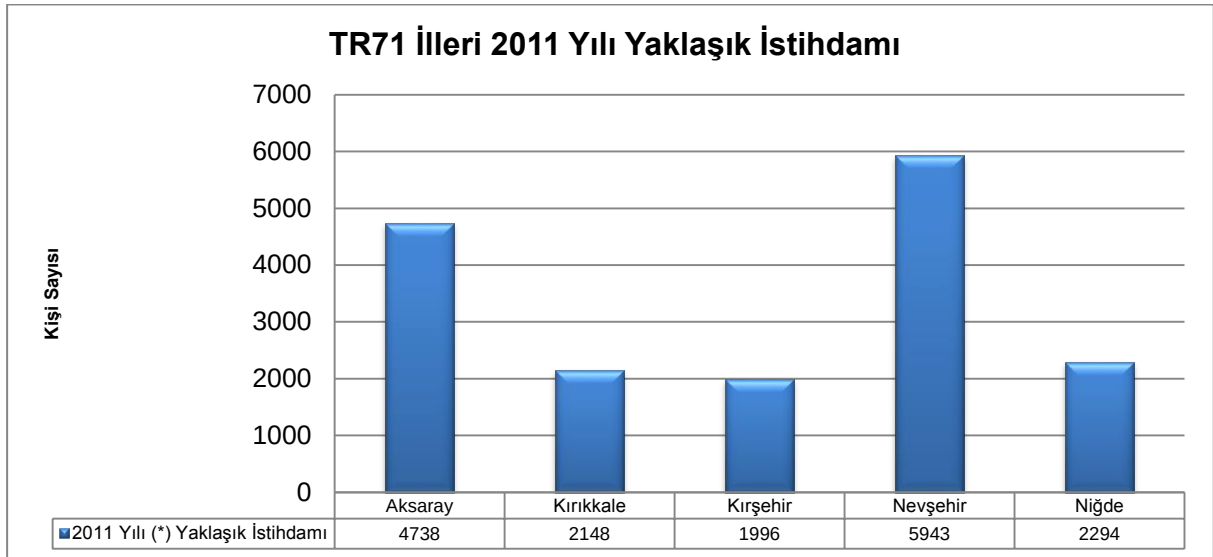
İller	2000 Yılı İstihdamı	2011 Yılı (*) Yaklaşık İstihdamı	2014 Yılı Direkt Konaklama ve Yeme İçme Tesisleri İstihdamı	2018 Yılı Direkt Turizm İstihdamı	2023 Yılı Direkt Turizm İstihdamı	2014 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı	2018 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı	2023 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı
Aksaray	2.804	4.738	5.778	7.311	9.446	8.668	10.967	14.168
Kırıkkale	1.836	2.148	2.619	3.314	4.282	3.929	4.972	6.423
Kırşehir	1.423	1.996	2.435	3.081	3.980	3.652	4.621	5.970
Nevşehir	3.092	5.943	7.248	9.170	11.847	10.871	13.756	17.771
Niğde	1.694	2.294	2.797	3.539	4.572	4.196	5.309	6.858
TR 71 Bölgesi	10.849	17.119	20.877	26.416	34.127	31.316	39.624	51.190

(*) 2011 yılının değerlendirmeye alınması, yatak sayılarına ait son resmi kayıtların 2011 yılına ait olması nedeniyle. Yatak sayıları ve istihdam ilintilerini kavrayabilmek için istihdam verileri de 2011 yılı itibarıyla incelenmiştir.

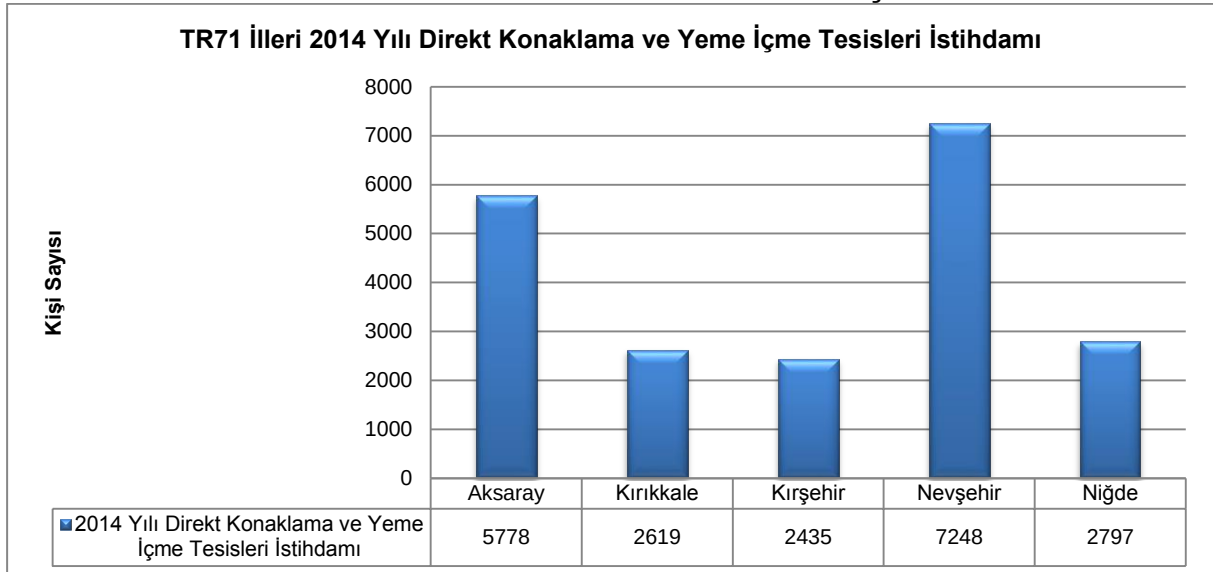
Grafik 19: TR71 İlleri 2000 Yılı İstihdamı



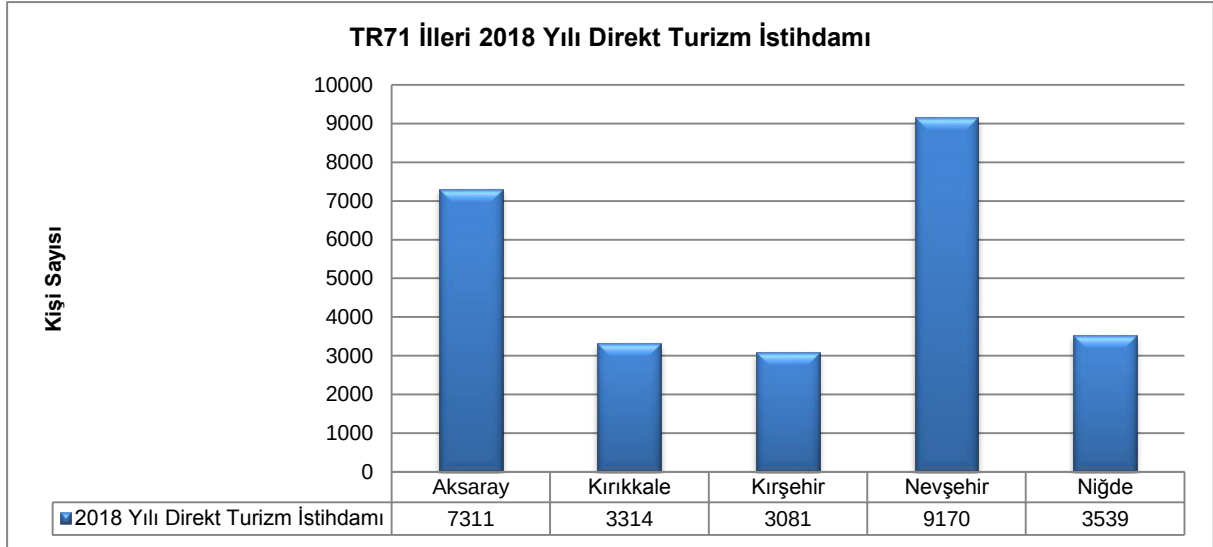
Grafik 20: TR71 İlleri 2011 Yılı İstihdamı



Grafik 21: TR71 İlleri 2014 Yılı Direkt Konaklama ve Yeme İçme Tesisleri İstihdamı



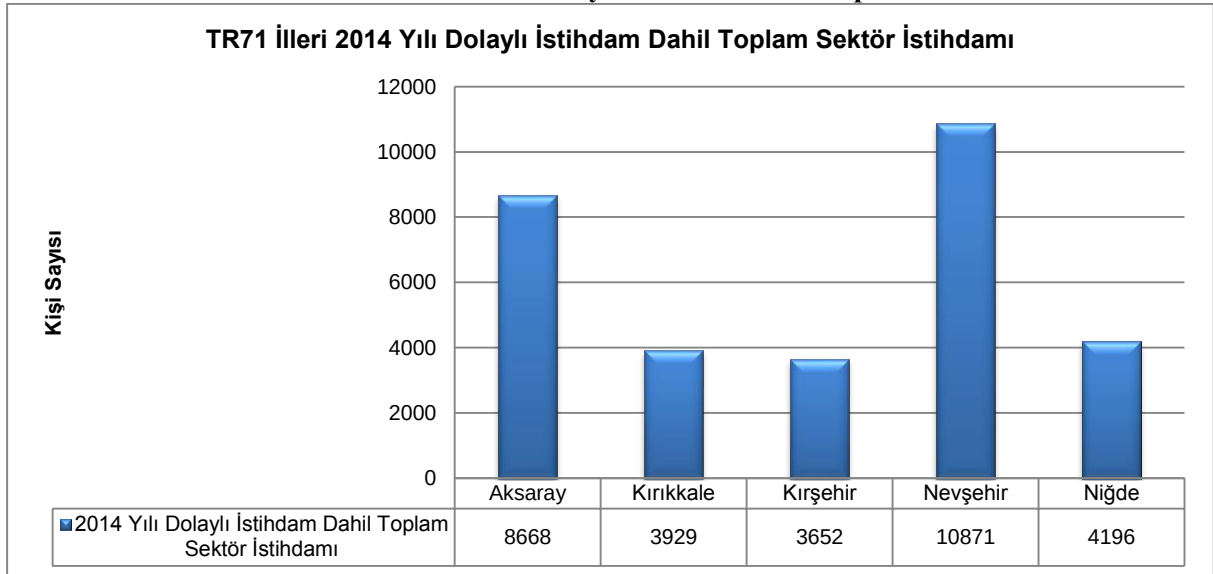
Grafik 22: TR71 İlleri 2018 Yılı Direkt Turizm İstihdamı



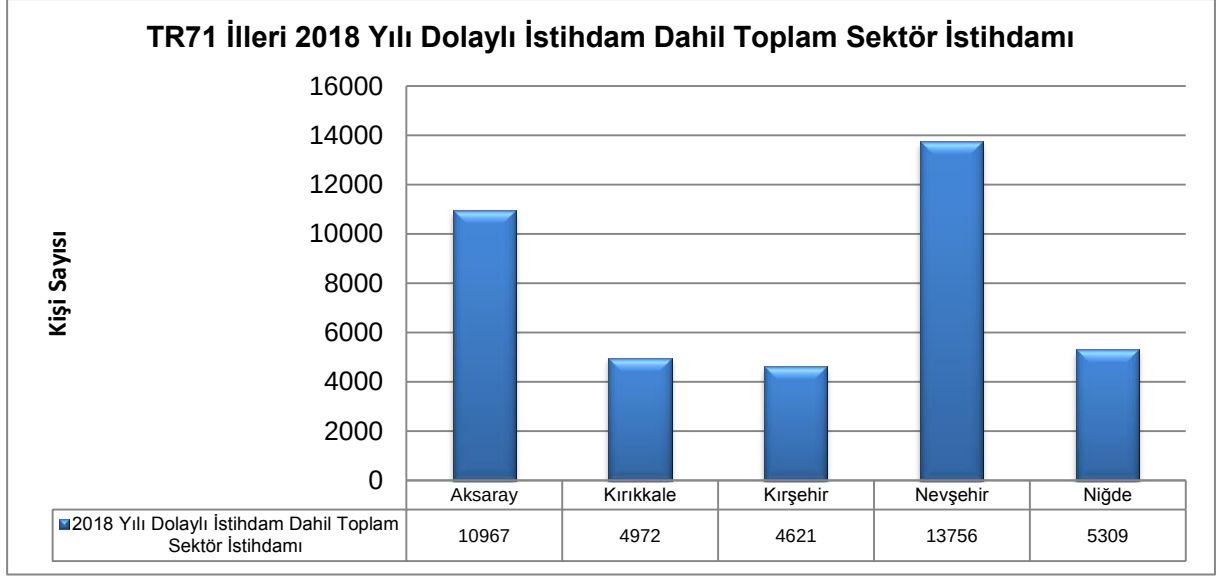
Grafik 23: TR71 İlleri 2023 Yılı Direkt Turizm İstihdamı



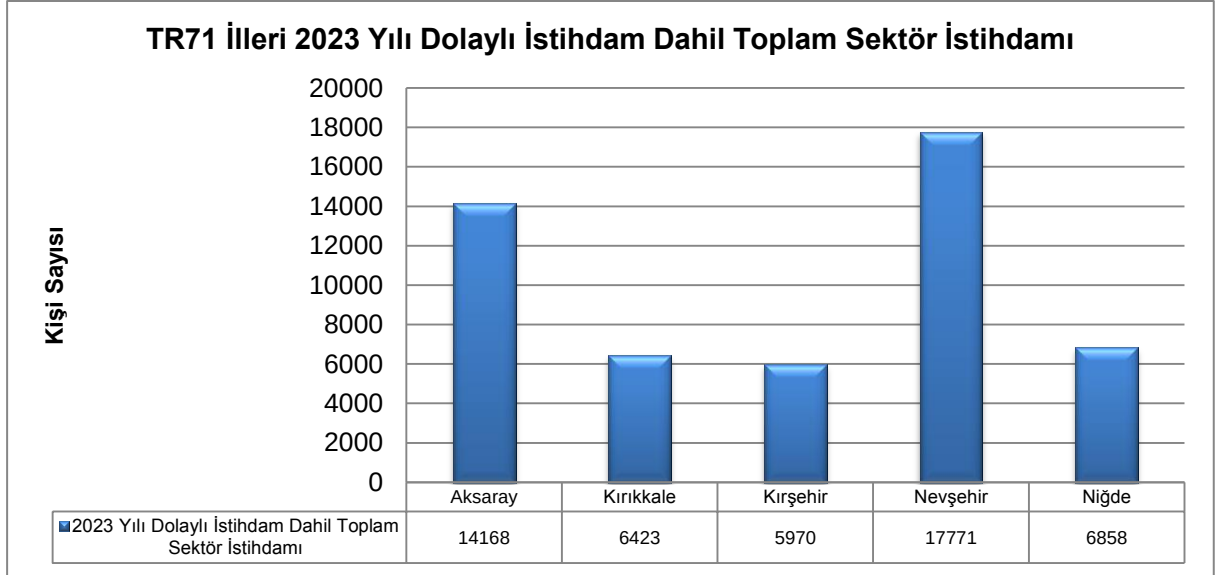
Grafik 24: TR71 İlleri 2014 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı



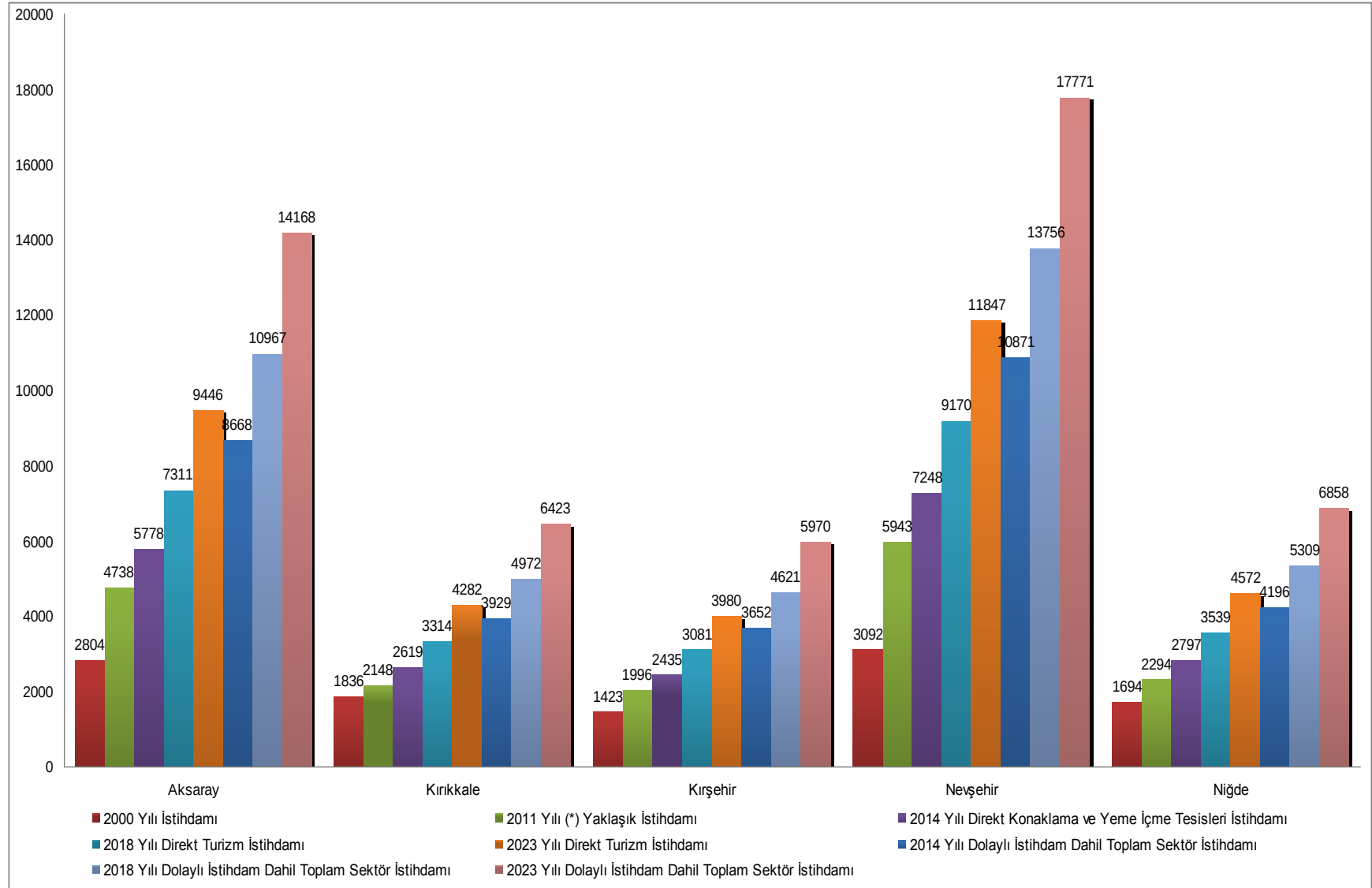
Grafik 25: TR71 İlleri 2018 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı



Grafik 26: TR71 İlleri 2023 Yılı Dolaylı İstihdam Dâhil Toplam Sektör İstihdamı



Grafik 27: TR 71 Bölgesi 2000-2023 Sektörel İstihdamlar



5.B.8.2. İnsan Gücü Kaynakları ve Eğitim

TR 71 Bölgesinde yer alan turizm eğitimi veren fakülte, okul ve lise adedi 14 dür. Bu önemli bir envanteri işaret etmektedir. Çalışmalarda bilgi temin edilemeyen 3 eğitim kurumu dışında toplam 11 eğitim kurumunda toplam 4.507 öğrenciye örgün eğitim verildiği saptanmıştır. Bu fevkalade önemli bir rakamdır ve verimli kullanıldığı takdirde sektörün gelişmesi için önemli bir kaynak değeridir.

Bununla birlikte, illerde yapılan çalıştaylarda sektörün eğitim kurumları ve akademi ile ilişkisinin istenilen ve olması gereken düzeyde olmadığı ifade edilmiştir. Eğitimli kişilerin sektöre kazandırılması ve istihdamı önemli bir stratejik hedef olacaktır.

Tablo 25: TR 71 Bölgesinde Bulunan Yüksek Okul ve Liseler

Fakülte, Yüksek Okul ve Liseler	Öğrenci Sayıları
Niğde Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	200
Aksaray Üniversitesi Şereflikoçhisar Berat Cömertoğlu Meslek Yüksekokulu	592
Güzelyurt Meslek Yüksek Okulu	-
Aksaray Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	255
Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu / Turizm ve Otel İşletmeciliği	600
Nevşehir Üniversitesi / Turizm Fakültesi	9,403
Nevşehir Anadolu Otelcilik Ve Turizm Meslek Lisesi	308
Kapadokya Meslek Yüksek Okulu (Mustafapaşa)	850
Ahi Evran Üniversitesi Meslek Yüksekokulu	-
Kırşehir Durdu Muzaffer Marşap Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	320
Kırıkkale Meslek Yüksekokulu	-
Kırıkkale Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	220
Niğde Üniversitesi Ulukışla Meslek Yüksekokulu	633
Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	520
Toplam	4.507

Sektörde yaygın eğitim de verilmesine karşın, bunun verimli ve istenilen düzeyde olmadığı uzmanlar ve paydaşlarca ifade edilmektedir. Eğitim konusunda iyileştirmeler zorunludur. Bu tespit strateji formülasyonunda ele alınmıştır.

5. C TR71 Bölgesi Turizm Çeşitleri

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi TR71 Bölgesi'nin turizm potansiyeli, doğa ve kültür ağırlıklıdır. Bölge'nin turizm potansiyeli Ülke' de yaşanan turizm gelişme eğilimine alternatif oluşturabilecek niteliktedir. Ayrıca; yatırımların yeterince değerlendirilmeyen alternatif turizm kaynaklarına yönlendirilmesi halinde dünya ölçeğinde turizmde yaşanan dönüşümlerle belirli paralellikler sağlanacaktır. TR 71 Bölgesinde yer alan illerin Turizm Çeşitleri yönünden değerlendirilmesi aşağıda verilmektedir.

5.C.1 Doğa Turizmi

Bölgedeki Milli Parklar (Göreme, Aladağlar), Vadiler (Ihlara, Zelve), Hasandağı, Aladağlar, Bolkar Dağları, Seyfe Gölü, Tuz Gölü, Hirfanlı Baraj Gölü, Kapulukaya Baraj Gölü, Kızılırmak Nehri öne çıkan doğa turizmi potansiyelleridir. Bunların yanı sıra Kapadokya yöresinin (Aksaray, Nevşehir ve Niğde) dünyada birkaç nadir örnekten biri olan jeolojik ve jeomorfolojik yapısının ortaya koyduğu doğal mekânsal yapı turizm yönünden ana çekim noktasını oluşturmaktadır.

Eko Turizm uluslararası yaklaşımlarda “doğa turizmi” ile birlikte iç içe sürdürülen bir turizm faaliyeti türüdür. Dolayısıyla aşağıda iller ölçeğinde belirtilen potansiyeller aynı zamanda eko turizm faaliyetlerine de kaynak oluşturacak niteliktedir. Ekolojik yönden hassas noktaların korunması konusu özel bir dikkat gerektirdiği için özellikle Aladağlar ve Bolkar Dağları’nda yapılacak doğa turizmi ve eko turizm güzergâhlarının ve faaliyetlerinin çok dikkatli ve özenli tespit edilmesi gerekmektedir. Kapadokya’da eko turizm örneği sadece Akköy’de sınırlı bir biçimde kişisel gayretler ile sürdürülmektedir.

Aksaray

Hasandağı fiziksel yapısının uygun olması nedeni ile ilin temel doğa turizmi alanıdır. Hasandağı’nda doğa yürüyüşü, dağ bisikleti, atlı tur gezileri ve tırmanış yapılmaktadır. Güzergâhlar üzerinde yer alan tarihi kiliseler ve özellikle Nora antik kentinin sürdürülen doğa turizmi faaliyetlerine bir kültür bileşeni olarak eklenmesi ile Hasandağı daha da cazip hale gelmektedir.

Büyük bir bölümü il sınırları içinde yer alan Ihlara Vadisi; kültür turizmi özelliklerinin yanı sıra; doğa turizmi faaliyetleri yönünden de önemli bir potansiyeldir. Ihlara Vadisi Aksaray-Nevşehir ve TR71 Bölge bütünü içinde oluşturulacak turizm planlamasının temel kurgularından birisidir.

Çok güçlü olmamakla beraber (gölün sınırlı bir bölümünün il sınırları içinde olması nedeni ile) Tuz Gölü de doğa turizmi potansiyeli içinde yer alabilir.

Kırıkkale

TR 71 Bölgesindeki diğer illerle karşılaştırıldığında; Kırıkkale, doğa turizmi yönünden daha kısıtlı kaynaklara sahiptir. Doğa turizmi faaliyetlerinde kullanılabilecek potansiyel alanların başında Denek, Koçu, Beyrek (Böyrek) ve Küre dağlarının yanı sıra Kızılırmak Nehri ve Kızılırmak Vadisi gelmektedir. Bunlara Kapulukaya Baraj Gölü de eklenmektedir.

Kırşehir

Doğa turizmi kaynaklarının sınırlı olduğu Bölgedeki bir diğer il de Kırşehir’dir. Seyfe Gölü ve Japon Botanik Bahçesi ildeki noktasal doğa turizmi alanlarıdır. Seyfe Gölü kuş gözlem, flora ve bunlara bağlı olarak foto safari için önemli bir alandır. Diğer taraftan Kaman’daki Japon Botanik

Bahçesi Japonlar tarafından Japonya sınırları dışında yapılmış en büyük Japon Botanik Bahçesi özelliğini taşımaktadır.

Akçakent ve Çiçekdağı'ndaki ormanlık alanlar düzenlenmesi halinde doğa turizmi faaliyetlerinde kullanılabilecek noktasal kaynaklardır.

Nevşehir

Uluslararası üne sahip Kapadokya'nın farklı turizm potansiyelleri açısından önemli bir bölümü Nevşehir'dedir. Jeomorfoloji ve doğa harikası vadiler tarihi ve kültürel kaynaklarla birlikte temel doğa turizmi potansiyelini oluşturmaktadır. Nevşehir'de halen doğa turizmi faaliyetlerinde kullanılmakta olan ve düzenleme yapıldığında daha aktif olarak kullanılabilecek olan vadiler geniş bir alanı kaplamaktadır. İlin ve Bölge'nin en önemli doğa turizmi kaynağı uluslararası üne sahip Göreme Milli Parkı'dır. Göreme Milli Parkı Dünya Doğal ve Kültürel Mirası Listesinde yer almaktadır.

Kızılçukur, Gomeda, Çat, Meskendir, Güvercinlik vadilerinde doğa yürüyüşü yapılmaktadır. Doğa yürüyüşlerinin yanı sıra atlı doğa turlarının da yapıldığı güzergâhlar ise Avanos, Mustafapaşa, Gomeda, Zelve, Paşabağları, Sarıhan, Zemi, Kılıçlar, Çat, Devrent'tir. Bazı turlarda güzergâha Aksaray Güzelyurt (Gelveri-İhlara) da dâhil edilebilmektedir.

Niğde

Büyük bir bölümü Niğde sınırları içinde bulunan Aladağlar ve Bolkarlar doğa turizmi yönünden zengin alternatifler sunmaktadır. Dağ tırmanışları ve dağ yürüyüşleri yönünden çekici ve ilginç güzergâhlara sahiptir. En uygun güzergâh Çamardı ilçesine bağlı Çukurbağ köyünden başlayıp Demirkazık'a gidendir.

Gerek genel doğal güzellikler (bitki örtüsü, özgün topoğrafik yapı, krater gölleri) gerekse de zengin flora çeşitliliği ile foto safari potansiyeline sahiptir. Doğa turizmi dikkate alındığında Demirkazık, Yedigöller, Kaldı ve Torasan Bölgedeki en çok bilinen ve kullanılan yükseltilerdir.

Aladağlar ve Bolkarlar'da göçer olarak yaşayan yörükler doğa turizminin bir parçası olarak faaliyetlere dâhil edilebilir. Bunun gerçekleşmesi halinde doğa turizmine kültürel boyutta eklenecektir. Bu durum ziyaretçiler özellikle de yabancı ziyaretçiler için önemli bir çekim unsuru olacaktır.

Aladağların Milli Park olması da turizm açısından avantaj oluşturmaktadır.

5.C.2 Termal Turizm ve Sağlık Turizmi

Türkiye Turizm Stratejisi ve Termal Turizm Master Planında TR 71 Bölgesi illerinden Aksaray, Kırşehir, Nevşehir ve Niğde Orta Anadolu Termal Turizm Kentleri ve Merkezleri arasında yer almaktadır. Master Plan'da tanımlanan bölge içinde TR 71 Bölgesi dışından Kayseri vardır. Mevcut kaynaklar ve geliştirilebilecek kaynaklar dikkate alındığında; TR 71 Bölgesinin Termal Turizm potansiyeli oldukça yüksektir.

Yukarıda belirtilen illerin; Termal Turizm Master Planında; “termal turizm destinasyonu” ve “termal turizm kenti” olarak geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, termal turizmin Bölge’nin diğer turizm türleri ile bütünleştirilerek; turizmin 12 aya yayılarak geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bölgenin her türdeki turizm potansiyeli bu amaca hizmet edecek düzeydedir.

Planın önemli hedeflerinden biri de anılan bölgedeki termal su kullanımının daha akılcı yönetilmesini organize etmektir. Planlanan temel termal turizm bileşenleri konaklama, kür-tedavi merkezi ve kür parkıdır. Hem termal hem fizik tedavinin kombine edildiği fizik tedavi merkezleri, SPA ve güzellik merkezleri gibi kuruluşlar bölgede termal turizmi sağlık turizmiyle destekleyerek gelişmesine katkıda bulunacak potansiyele sahiptir. Bölgedeki termal turizm ve sağlık turizmi; Master Plan uyarınca Turizm Teşvik Kanunu desteklerinden yararlanılması ile daha kolay gerçekleşecektir.

Aksaray

Ziga (Yaprakhisar) ve Iısu (Güzelyurt) Aksaray’daki termal kaynak noktalarıdır. Bu kaynakların olduğu bölgeler Termal Turizm Master Planında Termal Turizm Merkezi olarak belirlenmiştir. Anılan plan kapsamında Iısu Termal Turizm Merkezi öncelikli geliştirilecek merkez olarak belirlenmiştir. Iısu ve Narlıgöl (Niğde) termal turizm merkezinde 15000; diğer alanlarda 5000 olmak üzere toplam 20.000 yatak planlanmıştır.

Kırşehir

Kırşehir; TR 71 Bölgesi içindeki önemli termal kaynaklara sahip illerden biridir. Zengin termal kaynakların varlığı Termal Turizm Master planında da öne çıkan illerden biri olmasını sağlamıştır. Terme-Karakurt, Mucur, Çiçekdağı-Mahmutlu, Çiçekdağı-Bulamaçlı öncelikli geliştirilecek termal turizm merkezi olarak ilan edilmiştir.

Terme Kırşehir merkez Kuşdili Mahallesi; Karakurt merkez ilçeye bağlı Karalar Köyünde; Bulamaçlı ve Mahmutlu Çiçekdağı ilçesinde yer almaktadır. Bu merkezler dışında Mucur, Savcılı ve Akpınar termal alanları da vardır.

İlan edilmiş turizm merkezlerinde toplam 40.000, diğer alanlarda 5.000 olmak üzere toplam 45000 yatak planlanmıştır.

Nevşehir

TR 71 Bölgesinin Ülke çapında termal turizmde öne çıkan merkezi Nevşehir-Kozaklı’dır. Kozaklı jeotermal sahası 363 lt/sn debi ile önemli bir kaynak sahasıdır. Kozaklı, Termal Turizm Master Planı kapsamında; öncelikli geliştirilecek termal turizm merkezi olarak belirlenmiştir. Bölgedeki diğer termal turizm alanları ile karşılaştırıldığında altyapı ve üstyapı yönünden 1.sırada yer almaktadır.

Bakanlık ve Belediye Belgeli tüm tesislerdeki toplam yatak sayısı 6000 civarındadır. Bu değer Nevşehir Çalıştayında kiralamalar dâhil her türlü konaklama olanağı sunan tesisler dâhil 7.000

yatak olarak ifade edilmiştir. Son yıllarda 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesisi yapımı artmıştır. Kozaklı uluslararası otel zincirlerinin de ilgi alanına girmiştir. Konaklama tesislerinin yanı sıra fizik tedavi ve hidro termal sağlık merkezleri de gelişmeye başlamıştır.

Termal Turizm Master Planı hedeflerine göre Nevşehir’de 25.000 yatak planlanmaktadır.

Niğde

İlde Narlıgöl (Narköy), Çiftehan (Ulukışla) ve Derdalan (Merkez İlçe) termal kaynak alanlarının toplam debisi 117 lt/sn dir. Narlıgöl termal kaynağı krater gölüdür. Bunların dışında Kemerhisar (Bor) da Kemerhisar İçmecesı, Niğde Merkez İlçe’de Kocapınar Suyu ve Çamuru ve İçmeli Kasabası yakınında Ferhenk Müshil Maden Suyu Kaynağı vardır.

Narlıgöl; Termal Turizm Master Planı kapsamında; öncelikli geliştirilecek termal turizm merkezi olarak belirlenmiştir. Niğde ili toplam termal turizm yatak kapasitesi 25.000 olarak hesaplanmıştır.

5.C.3 Kültür Turizmi

TR 71 illerinin sahip olduğu kültürel değeri ve envanter bu raporun kültür bileşeninin açıklandığı bölümde her il için tüm ayrıntısı ile ele alınmıştır. Bu nedenle aşağıda genel hatları ile potansiyel açıklanacaktır:

Aksaray

Aksaray, köklü bir kültür şehridir ancak; ilin kültürel değerlerinin ortaya çıkarılması, korunması ve tanıtılması gerekmektedir. Kültür turizmi, bölge insanının turizm sektörü gelirlerinden daha fazla pay almasında ve medeniyetlerin etkileşiminde önemli bir rol oynamaktadır. İlde çok sayıda önemli kaynak bulunmaktadır.

Ihlara Vadisi, erken Hristiyanlık dönemi dini yapılarını barındırmaktadır ve bilinirlik düzeyi çok yüksektir. Diğer bir kaynak değeri İlin tarihi ipek yolunda olması nedeniyle, Konya-Kayseri aksında yer alan sivil mimari eserler ile il merkezinde yoğunlaşan tarihi yapılardır. İl kültür turizmi açısından diğer potansiyelleri de barındırmaktadır. Bunların başında da Somuncu Baba gelmektedir. Yunus Emre ve Hacı Bektaş Veli gibi ulusa ve yöreye mal olmuş şahsiyetlerle kültür ve inanç turizmi potansiyeli daha da artmaktadır.

Kırıkkale

Kırıkkale ilinin kültür turizmi potansiyeli kısıtlıdır. İlde Kozlu yöresi Antik Kenti bulunmaktadır. Sulakyurt ilçesine 7 km uzaklıkta bulunan eski bir kent kalıntısıdır. Kentin Roma dönemine ait olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra Keskin ilçesine 9-10 km uzaklıkta Ceritkale Kaya Mezarları yer almaktadır. Bu mezarların Demir Çağına ait olduğu bilinmektedir. Ayrıca ilin farklı ilçelerinde özellikle Keskin’de yerleşmenin kentsel dokusu içinde tescilli sivil mimari örnekleri vardır.

Kırşehir

Mucur ilçesi merkezde ve Kepez Köyünde bulunan yer altı şehirleri kültür turizminin önemli unsurlarıdır.

Nevşehir

Kültür Turizmi: Bölgemizde kültür turizminin alt yapısını kaya oyma kiliseler (Göreme Tokalı, Elmalı, Karanlık, Çarıklı, Çavuşin Nicephoras Phocas, Mustafapaşa Aios Vasilios, Gülşehir St. Jean Kilisesi, Tatların Kiliseleri) yer altı şehirleri (Kaymaklı, Derinkuyu, Özkonak, Tatların, Mazı), Hacıbektaş Veli Külliyesi, Kervansaraylar (Ağzıkarahan, Sarıhan), Selçuklu ve Osmanlı Dönemine ait diğer dini ve kültürel yapılar (Taşkınpaşa Camii ve Medresesi, Damat İbrahim Paşa Camii ve Külliyesi, Gülşehir Karavezir Camii ve Külliyesi) oluşturmaktadır.

Niğde

Niğde'nin kültür turizmi potansiyeli sınırlı gibi görünse de, sahip olduğu son derece önemli ve kendine özgü kültür varlıkları bu sınırı zorlamaktadır. Niğde'ye, yaklaşık 20 km uzaklıkta, Bor ilçesi Bahçeli ve Kemerhisar kasabalarını içine alan geniş bir bölgede bulunan “Tyana Ören Yeri” bir Antik kent olarak, Kemerhisar Su Kemerleriyle ve Bahçeli Roma Havuzu ile canlılığını korumaktadır. Roma devrinden kalma Niğde'ye 40 km uzaklıkta Karatlı kasabası yakınında bulunan “Kuşkayası Mezarlığı” önemli kalıntılardır. Kapadokya Bölgesi'nin diğer yeraltı şehirleri gibi Bizans dönemine ait olan ve korunmak amacı için yapılmış olan “Kavlaktepe Yeraltı Şehri” ile Niğde'ye 9 km mesafede bulunan “Gümüşler Ören Yeri ve Manastırı” da il içerisindeki diğer önemli kültür turizmi destinasyonlarıdır.

Selçuklular döneminde 1. Alaaddin Keykubat döneminde Niğde merkezinde Alaaddin tepesine yaptırılmış “Alaaddin Camii” kentin görülmeye değer eserlerindendir. Niğde il merkezinde Selçuklu sanatının en güzel eserlerinden olan “Hüdavent Hatun Türbesi”, İlhanlı Beyliği döneminde yaptırılan “Gündoğdu Türbesi”, İlhanlı dönemine ait “Sungurbey Camii ve Türbesi”, “Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı”, özellikle giriş portalindeki taş işçiliği mükemmel olan Karamanoğlu Alaaddin Ali Bey tarafından medrese olarak yaptırılan "Akmedrese" gibi eserler ilin tarihi ve kültürel zenginliğini oluşturmaktadır. Yine il merkezinde “Niğde Kalesi” ve “Bedesten” önemli kültür merkezleridir.

5.C.4 Balon Turizmi

TR 71 Bölgesindeki illerde Balon Turizminin yapıldığı tek il Nevşehir'dir. Kapadokya'da yaklaşık 10 yıl önce başlayan balon uçuşları ilin turizmine önemli katkılar sağlamaktadır. Son yıllarda yaşanan gelişmeler balon uçuşlarını alternatif turizme diğer bir deyişle “Balon Turizmi” ne dönüştürmüştür. Kapadokya'daki Balon Turizmi “marka turizm faaliyeti” niteliğini kazanmıştır.

Nevşehir

Kapadokya’da balon turizmi yaklaşık 10 yıl önce aktif olarak başlamıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü’nün (SHGM) ruhsat vermesiyle birlikte faaliyetin önü açılmış ve “Balon Turizmi” olarak sektörel bir yapıya kavuşmuştur.

Sektörün başlangıcında 6 işletme 31 balon SHGM den ruhsat alarak işe başlamıştır. SHGM’nin 2012 verilerine göre işletme sayısı 20 ye balon sayısı 140 a çıkmıştır. Daha önce 8 ay olan Balon Turizmi sezonu son yıllarda 12 aya yayılmaya başlamıştır. 2012 yılı verilerine göre Kapadokya’ya gelen ziyaretçilerin (yaklaşık 2 milyon) 400 bini balon turlarına katılmış; Balon Turizminden elde edilen gelir ise 60 milyon Euro’ya ulaşmıştır.

Balon Turizmi yaz aylarında ağırlıklı olarak Avrupa’dan gelen ziyaretçiler, sonbahar ve kış aylarında ise Uzakdoğu ve Japonya’dan gelen ziyaretçiler tarafından tercih edilmektedir. Sabahın erken saatlerinde başlayan balon turları Kapadokya’ya özgü jeomorfolojik yapı ve topoğrafyada güneşin ışık oyunlarının izlenmesine imkân vermesi nedeni ile özellikle yabancı ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi görmektedir.

5.C.5 İnanç Turizmi

Bölge tarihsel gelişim içinde değişik dönemlerde farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Hristiyanlığın ilk dönemlerinde jeolojik yapının ve topoğrafyanın sağladığı kolaylıklardan da yararlanılarak dışarıdan gelecek tehlikelere karşı korumalı oyma kiliseler yapılmıştır. Kapadokya ve Bölgedeki sayısız kilise Antakya, Ayasofya ve Efes’ten sonra yabancı ziyaretçilerin inanç turizmi kapsamında tercih ettikleri önemli destinasyonlardır. TR 71 illerinin sahip olduğu inanç turizmine konu olabilecek değerler ve envanter bu Raporun Kültür Bileşeninin açıklandığı bölümde her il için tüm ayrıntısı ile ele alınmıştır. Bu nedenle aşağıda genel hatları ile potansiyel açıklanacaktır:

Aksaray

Ihlara Vadisi’ndeki Roma ve Bizans dönemine ait kiliseler ildeki inanç turizmi envanterinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Açık hava müzesi durumundaki vadide; derenin sağında ve solunda anılan dönemlere ait sayısız kilise bulunmaktadır. Bu kiliselerden öne çıkanlar; Sümbüllü Kilise, Ağaçalı Kilisesi, Pürenliseki Kilisesi, Kokar Kilise, Yılanlı Kilise, Karanlıkkale Kilisesi ve Eğritaş Kilisesi’dir. Bunların dışında Belisırma Köyü ve yakın çevresinde; Ala Kilise, Bezirhane Kilisesi, Karagedik Kilisesi, Direkli Kilise, Bahattin Samanlığı Kilisesi ve Kırkdamaltı Kilisesi vardır. Yaprakhisar Köyünde; Davullu Güvercinliği Kilisesi ve Koyunağılı Kilisesi; Selime Beldesinde ise Kale Manastır Kilisesi bulunmaktadır.

Kırıkkale

İl sınırlarında bulunan Hasandede Camii ve Türbesi, Haydar Sultan Camii ve Türbesi, Balışeyh-Ballı Camii ve Türbesi ildeki inanç turizmi potansiyelinin başında gelmektedir. Bunların dışında Koçubaba Köyündeki Koçubaba Cami ve Türbesi, Keskin’deki Haydar Sultan Külliyesi,

Sulakyurttaki Şeyh Bedrettin Cami ve Türbesi ilde bilinen ve yoğun kullanılan inanç turizmi noktalarıdır.

Kırşehir

İldeki inanç turizmi noktaları ağırlıklı olarak yerli ziyaretçiler tarafından ziyaret edilmektedir. İnanç turizmi noktalarının başında il merkezindeki Selçuklu döneminden kalma Cacabey Cami ve Medresesi; ayrıca; yine merkezde yer alan Ahi Evran Camii, Lala Cami ve Melikgazi Türbesi gelmektedir.

Akçakent ilçesindeki Derefakılı Kilisesi ilk dönem Hristiyanlık kiliselerindendir.

Nevşehir

İldeki en yaygın olan turizm türlerinden birisidir. İnanç turizmi açısından en önemli değer Hacıbektaş İlçesindeki Hacıbektaş Veli Türbesi'dir. Türbe her yıl yüzbinlerce ziyaretçinin geldiği önemli bir turizm merkezidir. Öte yandan; Göreme Vadisi, Zelve Vadisi, Gomedada Vadisi ve Açıksaray Vadisi kilise ve manastırlar açısından zengin vadilerdir

Niğde

Anadolu'da, yüzyıllarca bir arada yaşayan üç büyük dine mensup (Müslüman, Hristiyan, Musevi) toplumlardan günümüze ulaşan çok önemli dinsel, sanat tarihi ve mimari açıdan orijinallik taşıyan eser bulunmaktadır. İlde İnanç Turizmi kapsamında şu eserler bulunmaktadır: Gümüşler Örenyeri ve Manastırı, Alaaddin Camii, Hüdevend Hatun Türbesi, Akmedrese, Sungurbey Camii.

5.C.6 Kongre ve Fuar Turizmi

TR 71 Bölgesi illeri içinde özellikle kongre turizminin geliştiği bir il bulunmamaktadır. Son yıllarda Nevşehir ili görece bir hareketlilik yaşamaktadır. Bölge illerinin konaklama tesisi nitelikleri ve kapasiteleri ulusal ve uluslararası kongre turizmine imkân verecek düzeyde değildir. Her konuda öne çıkmış turizm verileri yönünden Bölge'yi tek başına temsil eden Nevşehir de bile ulusal ve uluslararası geniş katılımlı kongre, konferans ve seminer faaliyetlerinin yapılabileceği yeterli büyüklük ve kapasitede tesis yoktur. Bu durum ildeki 5 yıldızlı oteller için de geçerlidir.

Turizmin çeşitlendirilerek 12 aya yayılması ve Bölgede düşük olan geceleme sayılarının artırılabilmesi için başvurulacak önemli alternatiflerden biri de Kongre Turizmi'dir.

Nevşehir

İldeki 4 ve 5 yıldızlı otellerde farklı büyüklükte çok amaçlı toplantı salonları vardır. Ancak bu salonlar geniş katılımlı ulusal ve uluslararası kongreler için yeterli değildir. Ayrıca, inşaatı 2007-2008 yıllarında tamamlanmış; Kültür Turizm Bakanlığı tarafından Ürgüp Belediyesi'ne

devredilmiş 250 kişi kapasiteli çok maksatlı toplantı salonu vardır. Ancak değişik noktalarda yer alan irili ufaklı bu salonlarda büyük organizasyonlar yapılması oldukça zordur.

Son yıllarda Kültür Turizmi ve Kongre Turizmi birlikteliğinin Kapadokya Bölgesine sağlayacağı alternatif yararların görülmesiyle Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası (NTSO) girişimlerini başlatmıştır. NTSO Nevşehir Belediyesi'nden Göre Boğazı mevkiindeki bir alanı Kongre Merkezi ve Kongre Oteli yapmak üzere devralmıştır. Bu projenin gerçekleştirilebilmesi için NTSO The International Co-ordination Programme for Economic Development Inc. İtalya'daki ortağı Frinbank R Ltd. ile 20 yıl süreli “yap-işlet-devret” modeline uygun sözleşme yapılmıştır. Kapadokya Uluslararası Kongre Merkezi ve Kongre Oteli'nin yaklaşık maliyeti 500 milyon dolardır. Kongre Merkezinde 2500 kişi kapasiteli bir büyük salon; 800 kişi kapasiteli küçük salon, 2 adet büyük toplantı salonu, 3 adet seminer salonu, 18 adet workshop salonu, sergi salonlarının yanı sıra restoran, kafeterya, kafe türü yeme-içme mekanları da olacaktır. Aynı komplekste yer alacak otelin farklı özelliklerdeki oda sayısı 709 yatak sayısı 1546'dır.

5.C.7 Kış Turizmi

Yükseklik, topoğrafya ve iklim gibi doğal koşullara bağlı olan kış turizmi TR 71 Bölgesinin belirli kesimlerinde gelişebilecektir. Bunların başında Aksaray ve Niğde illeri gelmektedir.

Aksaray

En önemli kaynak değer Hasan Dağı'dır. 1/25.000 Hasan Dağı Kış Sporları Kayak Turizm Merkezi Çevre Düzeni Planı 1990 tarihinde onaylanmıştır. Bu planın belirli kesimleri için 1/5.000 ve 1/1.000 ölçekli planlar da yapılmıştır. Merkezin kapasitesi 8 tesiste toplam 1.235 yataktır. Hasandağı'nda 3 doğal kayak pisti vardır. 3600 kişi/saat kapasiteli mekanik tesis planlanmıştır. Ayrıca günübirlik tesis alanları da bulunmaktadır. Alana olan ulaşım altyapısı tamamlanmış ve proje kapsamındaki tesislerden 125 yatak kapasiteli bir birimin inşaatı da bitmiştir. Ancak, uzun yıllardır yatırımcı bulunamamasından kaynaklanan gecikme söz konusudur. Bu nedenle Hasan Dağı'nın promosyonu önem taşımaktadır. Dağ, Ankara, Adana ve Mersin'den hemen aynı uzaklıktadır ve konumsal üstünlüğü bulunmaktadır. Öte yandan Erciyes'e, Aladağlar'a ve Bolkar'a yakın olması da bir diğer avantajdır.

Niğde

Aladağlar'ın Niğde bölümünde kış sporları gerçekleştirilebilmektedir. Bu kesimdeki Bolkar dağı (3524 m.) kayak alanları, 2000 hektarlık bir alanı kaplamaktadır. Niğde ili Ulukışla ilçesine bağlı darboğaz bucağının güneyinde, Çiftahan bucağı- Maden köyünün batısında ve Bolkar dağlarının kuzey yamaçları üzerinde yer alan kayak alanı 2300 metre ile 3003 metre yükseklik kuşağı üzerinde bulunmaktadır.

Bu merkez için 10 Aralık – 20 Nisan tarihleri arasındaki zaman dilimi kayak mevsimi için en uygun zamandır. Kayak mevsiminde kar kalınlığı 100 – 200 cm'dir Bolkar Kayak alanının toplanma bölgesi ve en uygun yerleşim yeri Meydan olup, burası Darboğaza 7 km.

Madenköyü'ne ise 5 km. uzaklıktadır. Kayak alanında alt ve üst yapı yatırımları henüz geliştirilmemiştir.

5.C.8 Kırsal Turizm

Kırsal turizm, basit şekilde kırsal alanda gelişen turizm olarak tanımlanabilir. Geniş bir tanımla, kırsal turizm çiftçiler ve kırsal kesimde yaşayan halk tarafından gelirlerini artırmak üzere turistik tüketicilere sunulan faaliyetleri, hizmetleri ve olanakları içermektedir. Bu tanıma göre kırsal turizm yalnızca çiftlik turizmini ya da tarımsal turizmi değil, özel ilgi turizmi dâhil birçok turizm aktivitesini kapsamaktadır (Ratz ve Pucko, 1998).

Sürdürülebilirlik felsefesine yönelik en uygun seçenek olarak kırsal turizm faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Kırsal turizm yöresel ekonominin mekânsal gelişiminde ve turizmin faydalarının daha az gelişmiş bölgelere yayılması ve etki etmesi anlamında önemli bir rol oynamaktadır. Ülkemiz de bu konuda önemli fırsatlara sahiptir.

TR 71 Bölgesi içinde tarımsal veriler incelendiğinde kırsal turizm (agro-turizm) yönünden Aksaray, Kırşehir ve Niğde öne çıkmaktadır. Her üç ilin de sosyo-ekonomik yapısının büyük oranda tarım ve hayvancılığa dayanması ve kırsal nüfusun hala ağırlıkla devam etmesi, bu illerde Agro-Turizmin geliştirilebilmesinin arkasındaki en büyük dayanaktır. Her üç ilin de zengin tarihi ve arkeolojik mirası ve doğal güzellikleri ile bir arada düşünüldüğünde tarım ve hayvancılık üretiminin Nevşehir ve Kırıkkale illerine göre öne çıkması, bölgede bu üç ilde Agro-Turizmin geliştirilebileceği ortaya çıkarmaktadır. Ancak her üç ilde de köy bazında daha detaylı araştırmalardan sonra, diğer doğal ve sosyal veriler bir arada düşünülerek Agro-Turizmin geliştirileceği yerler tespit edilmelidir.

Bununla birlikte her üç ilin gelir seviyesinin ve eğitim seviyesinin düşük olması Agro-Turizmin gelişmesinin önündeki en büyük engellerden birisidir. İllerdeki köylerin birçoğu yoğun turizm aktivitelerinin yaşandığı yerler olmadığından, bu tür köylünün yaşam ortamına yoğun katılım üzerine kurulu olan agro-turizmden faydalanacak turist tipi için genel itibari ile illerin kırsal kesiminde yaşayan vatandaşları hazırlıklı değildirler.

İl ve bölge genelinde kırsal turizm hakkında köylülerin birçoğunun hiçbir bilgisi bulunmamaktadır. Dolayısıyla Bölge illerinde kırsal turizmin geliştirilebilmesi için öncelikle sosyal, fiziki ve ekonomik açıdan en uygun köylerin seçilmesi ve o yöreden başlanması büyük önem arz etmektedir.

Aksaray

Aksaray, kırsal turizm açısından tarım ve hayvancılığa dayanan sosyo-ekonomik yapısıyla avantajlı bir konuma sahiptir. Faal nüfusun % 70'i tarım ve hayvancılıktan geçimini sağlamaktadır.

Aksaray ilinin de içinde bulunduğu İç Anadolu Bölgesi'nin yaklaşık % 52'si tarım alanı olarak kullanılmaktadır. Aksaray ilinde ise tarımda kullanılan araziler, ilin toplam arazisinin % 56'sını meydana getirmekte ve çoğunluğunda tarla tarımı yapılmaktadır. İlde tarım ürünleri çeşitlilik arz etmektedir ve üretim miktarları da tarım arazisi olarak kullanılan arazilerin geniş ve verimli olması nedeniyle yüksektir.

Kırşehir

Kırşehir ilinde başlıca geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olup, nüfusunun % 51'i kırsal kesimde yaşamakta ve çalışan nüfusun % 68'i geçimini tarım ve hayvancılıktan sağlamaktadır.

Niğde

Niğde ilinin ekonomisi tarıma dayanmaktadır. Faal nüfusun ise % 70'i tarımla geçinmektedir. Niğde ili Anadolu'nun buğday ambarı sayılan 10 il arasında yer almakta olup, Türkiye'de en çok elma bu ilde yetişmektedir.

5. D Kültür

Aşağıda verilen stratejik amaç ve hedef cümleleri ile stratejik öneriler Kültürel Yapı Bileşenine Ait Raporda hazırlanan ve devam eden bölümde her il için madde madde özetlenen bulguların ana hatlarını çizmektedir.

5.D.1 Kültürel Yapının Turizm Gelişme Stratejilerine Katkıları

1. Bölgenin zengin kültürel birikimi turizm çeşitliliğini artırmada önemli bir potansiyeldir.
2. Bölgede yetişmiş ve yaşamış önemli kişiler; kültür ve inanç turizminin gelişmesi için önemli kaynak değerlerdir.
3. TR 71 illerinde yetişen ulusal ve uluslararası ortamda bilinen sanatçı ve düşünürler bölgenin tanıtımı için etkin görev almalıdır.
4. UNESCO Kültürel Miras Listesinde bulunan kültürel değerler için özel tanıtım programları uygulanmalıdır.
5. Halkın kültürel değerlere sahip çıkması için özel bilinçlendirme programları geliştirilmelidir.
6. Festivaller ve şenlikler bölgenin tanıtımı için etkin biçimde kullanılmalıdır. Bunlar kültürel değerlerin yaşatılması için araç olarak da değerlendirilmelidir.
7. Yöreye özgü felsefeler, halk oyunları, türküler vb. bir tanıtım enstrümanı olarak kullanılmalıdır. Bunlar, yazılı ve görsel tanıtım malzemelerine konu edilmelidir. Bu envanterin Etnoğrafik ve Folklorik Turizme katkıları göz önünde tutulmalıdır.
8. Gastronomi turizmi açısından önemli olabilecek yerel yiyecek ve içecek potansiyeli harekete geçilmelidir. Yeme-içme tesislerinde hizmet sunum yiyecek kalitesi üst düzeye çıkarılmalı, yerel mutfaktan yararlanılmalıdır.

9. TR 71 in yaşıdığı uygarlık evreleri dokümente edilmelidir. Bunlar önemli bazı yerlerde görsel gösterilere konu edilmelidir.
10. Medeniyetlerin bıraktıkları tarihi miras etkin olarak turistik amaçlı kullanılamamaktadır.
11. TR 71 de önemli bir restorasyon programı uygulanmalı, Restorasyon Master Planı hazırlanmalıdır. Peri Bacaları üzerinde bulunan kalıntılar ve bazı kayalar çökme ve yıkılma tehdidi altındadır. Ayrıca tarihi binalar ve tarihi dokunun bulunduğu alanlar orijinal özelliklerini kaybetme tehlikesi altındadır.
12. Tarihi ve doğal yapının korunması için halk bilinçlendirilmelidir. Çeşitli etkinlikler düzenlenerek bu bilinç verilebilir.
13. Turistik eylemlerin ve düzenlemelerin tarihi, doğal yapıya ve dokuya zarar vermeyecek şekilde kullanımı sağlanmalıdır.
14. Doğal güzelliklerin turistik kullanımları ile ilgili doğal kaynak değerleri arasındaki koruma- kullanma dengesi öncelikle kurulmalıdır.
15. Camii, kilise, manastır, türbe, vb. dini yapıların inanç turizmi adına değerlendirilmesi için merkezi hükümet ve yerel yönetimler arasında işbirliği yapılmalı, bu işbirliğine özel kesim, akademi ve sivil inisiyatif destek vermelidir. Bazı, kilise ve manastırlarda inanç sahiplerinin dua etmeleri ve dini ritüelleri gerçekleştirmeleri sağlanmalıdır.
16. Eşsiz doğal güzellikleri tarihi kalıntılarla iç içe geçmiş durumdadır. Bu envanter ve birliktelikten “Bölge Marka Değeri” çıkarılmalıdır.
17. Doğa ve tarihin iç içe olması turistik çekiciliği arttırmaktadır. Bu da bir marka olanağıdır.
18. Alternatif turizm türlerinin gerçekleşmesi için tüm olanak mevcuttur. Bu olanak harekete geçirilmelidir. TR 71’in, Türkiye’nin alternatif turizm odağı olması için önlemler alınmalıdır.
19. Bölgesel, kentsel, kırsal ve turizm alanı altyapı eksiklerinin giderilmesi için tüm bütüncül önlemler alınmalıdır.
20. Termal ve sağlık turizminin gelişmesi için verimli termal kaynaklar harekete geçirilmelidir. Termal kaynakların Bölgenin en önemli kaynak değerlerinden olduğu unutulmamalıdır.
21. Doğal güzelliklerin korunması ve bu değerlerin doğal düzenlemeler ve tanıtımla, sektörün hizmetine sunulması stratejik bir yönelme olmalıdır.

22. Çok sayıda koruma alanı mevcuttur. Bu alanlarda yapılacak planlama faaliyetleri ilgili birimler tarafından önceliklendirilmeli ve yapılacak faaliyetlere özel iş tanımları hazırlanmalıdır.
23. Doğal ve tarihi değerlerin etkin kullanımı ve korunması için yukarıdaki stratejik yönlendirmeler doğrultusunda hareket edilmelidir.
24. Tarihi alanların kazı çalışmaları hızlandırılmalıdır ve yarım kalanlar tamamlanmalıdır.
25. Müze ve ören yerlerinde en büyük eksiklik olan yönlendirme levhaları ve ışıklandırmalar tamamlanmalıdır.
26. Müze ve ören yeri sayısı artırılmalı, sanayi tarihi müzesi gibi özel müzeler açılmalıdır.
27. Alternatif gezi alanı ve parkurlar tanımlanmalı, mevcut gezi alanları ve parkurunun yükü azaltılmalıdır.
28. Tarihi alanlarda çalışmaların bitmemesi nedeniyle büyük çoğunluğu turistik ziyarete kapalı durumdadır, çalışmaların ivedilikle tamamlanması sağlanmalıdır.
29. Sportif aktiviteler açısından çok farklı olanaklar bulunmaktadır. Bisiklet, dağ bisikleti, atçılık gibi alternatif spor ve turizm olanakları üzerinde durulmalıdır.
30. TR 71 Doğa sporlarının gelişmesi için uygun koşullara sahiptir. Yamaç paraşütü ve benzeri sportif eylemler için spor organizasyonları yapılarak ziyaretçilerin sportif aktiviteler yapmaları sağlanmalıdır.
31. Doğa sporlarının gerçekleştirilmesi için uygun parkur ve donatılara olan ihtiyaç giderilmelidir.
32. Doğal güzellikler ve tarihi yapıların bir arada bulunduğu bölgeler foto-safari gibi özel ilgi turizmine yönelik kaynaklardır ve bu yerler turlar düzenlenerek değerlendirilmelidir.
33. Turizm acenteleri tarafından farklı tur programları hazırlanarak Bölgeye gelen ziyaretçilere alternatif güzergâhlar ve etkinlikler sunulabilir.
34. Farklı etkinliklerden oluşan tur seçenekleri turizm çeşitliğinin artırılması konusunda önemli bir fırsat oluşturmaktadır.
35. Geleneksel el sanatları kültürel mirasın önemli bir parçasıdır. Bu sanatların yaşatılması ve tanıtılmasında eksiklikler vardır.
36. Kamu kurumları ve özel sektörün işbirliği ile el sanatlarının turistik amaçlı üretiminin ve tanıtımının yapılabilmesi 'Kültür ve Sanat Evi' oluşturulabilir.

37. Bazı el sanatları günümüzde yok olmuştur veya yok olma tehlikesindedir.
38. Unutulmuş veya unutulmaya başlayan el sanatlarının geleneksel özelliğini kaybetmemiş örnekler incelenerek yeniden üretimleri yapılabilir.
39. Usta sayısı ve özgün eserlerin giderek azalması söz konusudur.
40. Yerel halkın ilgisinin geleneksel el sanatlarına çekilmesi bu değerlerin yok olma veya geleneksel özelliklerini yitirme problemlerine çözüm olabilir.
41. Mevcutta hizmet veren kurs ve atölyelerin sayısının artırılması ve halkın katılımının desteklenmesi gerekmektedir.
42. Tanıtım faaliyetlerinde geleneksel el sanatların ön plana çıkarılması kültürel zenginliği ortaya koyacaktır.
43. Hediyeelik eşya olarak bölge veya ülke dışından getirilen ürünler kullanılması yöreye özgü ürünlerin atıl kalmasına neden olmaktadır.
44. Turistik ve kültürel tanıtım için düzenlenen ulusal ve uluslararası fuarlar-etkinliklere katılımın teşvik edilmesi ve mali kaynak sağlanmalıdır.
45. Bölge içerisinde ulusal ve uluslararası etkinlikler düzenlenerek farklı gruplardan katılımcılar çağrılmalıdır. Bu sayede sahip olunan kültürel ve doğal değerlerin tanıtımı için önemli fırsatlar oluşturulacaktır.
46. Turistik alanlarda, konaklama tesislerinde geleneksel el sanatları dekor-satış vb. amaçlarla kullanılabilir ve yöreye özgü ticari değere sahip ürünler satış ve ikram olarak sunulabilir.
47. Turistik kullanımların çeşitliğinin artırılması için kamu-özel sektör iş birliği ve devlet desteği gereklidir.
48. Yerel halkın turizm sektörü için bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi temel amaç olmalıdır.
49. Bölge içerisindeki iller sahip oldukları potansiyelleri değerlendirmede ortak bir çalışma yürütmeli, turizmde ve kültürel faaliyetlerin yönetimi için kurumsal bir yapılanma, turizm amaçlı platformlar oluşturulmalıdır.

5.D.2 AKSARAY

Aksaray ilinin kültürel yapısı ayrıca hazırlanan “EK-2 Kültürel Birikim” dokümanında detaylı olarak incelenmiştir. Ekte bahsedilen ayrıntılı konular bu bölümde ana hatlarıyla sunulmuştur.

Kültürel Birikim

Aşk ve sevgi felsefesi ile tanınmış olan Mevlana Felsefesi Aksaray ili ve çevresinde bulunan bölge insanı ve kültürü üzerinde önemli bir yere sahiptir. Somuncu Baba da bölgede yaşamış önemli değerlerden biridir ve bölge kültürünün ülke geneline yayılmasında önemli bir yeri vardır. Yetiştirdiği değerli insanların yanı sıra zaman içerisinde gelişen halk oyunları, efsaneleri ve yemekleri ile Aksaray kültürü önemli bir birikime sahiptir.

1. Kültür turizmi açısından sahip olduğu potansiyel ile Aksaray İli büyük bir öneme sahiptir.
2. Kültürel değerler ilin tanıtılmasında kullanılabilir.
3. İlin potansiyelleri kültür turizmi için etkin bir şekilde kullanılamamaktadır.
4. Taptuk Emre ve Somuncu Baba gibi İlin sahip olduğu kültürel değerler inanç turizminin geliştirilmesi için kullanılabilir.
5. İlde yapılan çalıştayda katılımcı görüşlerine göre İlin kültürel ve etnografik tanıtımı yapılarak turizm sektörünün geliştirilmesi sağlanabilir.
6. Tanıtım eksikliği ve halkın kültürel değerlere sahip çıkmasında görülen eksiklikler kültürel değerlerin kültür turizmi için yeterince kullanılamamasına neden olmaktadır.
7. Düzenlenen festival ve şenlik gibi etkinlikler bu değerlerin yaşatılması ve tanıtılmasında kullanılabilir.
8. Somuncu Baba anma günleri düzenlenerek tanıtım yapılabilir.
9. Aksaray yemek kültürü de bölgedeki diğer iller gibi oldukça gelişmiştir.
10. Aksaray İlinde yapılan çalıştayda katılımcılar yerel yiyecekleri, yol boyu tesislerin kalitesini ve servis sunumunu ilin sahip olduğu potansiyeller olarak görmektedir.
11. Yemek kültürünün turizm ile ilişkisi düzenlenen paket turlar içerisinde bulunmasıyla sınırlı kalmaktadır.
12. Gastronomi turizmi açısından yemek kültürünün kullanılması için yöreye özgü yemekler turlar ile gelen turistlere sunulabilir.

Tarihi Yapılar ve Doğal Güzellikler

Aksaray ili uzun tarihi geçmişı sayesinde birçok medeniyete ev sahipliğı yapmış ve bu sayede değerli tarihi yapılara sahip olmuştur. Arkeolojik, doğal ve karma sit alanlarına sahiptir. Mevcut tarihi eserlerin birçoğı erken Hıristiyanlık, Anadolu Selçuklu ve Beylikler dönemlerine aittir. Bu eserlerin bir kısmı 132 sit alanı içerisinde bulunmaktadır.

1. Tarihi yapılar için sürdürülebilir bir koruma gerekmektedir. Ancak bölgenin genelinde olduğu gibi Aksaray ilinde bulunan sit alanları için bir koruma imar planı eksikliği vardır. Bu yapıların zaman içerisinde yaşadığı doğal ve insan kaynaklı tahribatların artması önlenabilir.
2. Anadolu Selçuklu ve Beyliklere ait birçok tarihi eser bulunmaktadır. Özellikle camiler, türbeler ve kervansaraylar bu dönemin en güzel taş işçiliğı örneklerini sunmaktadır.
3. Kervansaraylar Aksaray-Nevşehir yolu üzerinde konumlanmıştır. Bu kervansaraylar ilin tarihi yollar üzerinde bulunan bir konaklama noktası olduğunu göstermektedir.
4. Hanlar aktif kullanıma açılıp işlev kazandırılarak turizm geliştirilebilir.
5. Kültür-inanç turizmi açısından cami ve kilise gibi dini yapıların bulunması çok önemli bir avantajdır. Aksaray ilinde özellikle Gülağaç ve Güzelyurt ilçelerinde ilin ev sahipliğı yaptığı medeniyetlere ait pek çok dini yapı bulunmaktadır. Aksaray merkezde camiler bulunmaktadır. Bu potansiyel etkin bir biçimde değerlendirilmemektedir. Bu durumun nedenlerinin başında tanıtım eksikliği gelmektedir.
6. Turizme yönelik potansiyeli yüksek termal kaynaklar bölge genelinde olduğu gibi Aksaray ilinde de bulunmaktadır. Termal turizm ilin doğal kaynaklarını değerlendirmede etkin bir yöntem olabilir. İlde bulunan kaplıcalar ve hamamlar bu turizmin gelişmesine destek sağlayabilir. Nazlıgöl ve Ilısu'da bulunan termal kaynaklara termal turizmi geliştirmek için faaliyetlere öncelik verilebilir.
7. Doğal güzellikler açısından eşsiz bir bölgedir. Özellikle göller ve sazlıklar kuşlar için önemli konaklama noktası oluşturmaktadır.
8. Doğal kaynakların ve güzelliklerin korunmasında eksiklikler vardır. Halkın bilinçlendirilmesi ve gerekli altyapı tesislerinin yapılması ile bu eksiklik düzeltilebilir.
9. Peribacaları Nevşehir ilinde yoğunlaşmasına rağmen Güzelyurt ve Gülağaç ilçelerinde de bu eşsiz oluşumlar görülmektedir.
10. Çanlı Kilise ve çevresinde bulunan Bizans kasabası görünümünde olan kayalara oyulmuş evler turizme kazandırılabilir.

11. Pek çok doğal ve kültürel özelliğe rağmen Aksaray merkez ile Gülağaç ve Güzelyurt ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyeli değerlendirilememiştir.
12. Aksaray İlinde Sofular-termal-butik konaklama imkânları ilde yapılan çalıştayda katılımcılar tarafından ilin sahip olduğu güçlü yönlerden biri olarak görülmektedir.
13. İlin sahip olduğu doğal ve tarihi değerler hakkında araştırmalar ve kaynak eksikliği giderilerek çalışmalar yapılabilir.
14. Aksaray İlinde yapılan çalıştayda katılımcı görüşlerine göre özellikle İhlara Vadisinde bulunan dini yapıların bazıları ibadete açılabilir. Bu inanç turizmi açısından önemli bir çekicilik yaratabilir.

Müze ve Ören Yerleri

Aksaray İlinde birçok tarihi kent, yer altı şehri, höyük ve ören yeri bulunmaktadır. Özellikle İhlara Vadisi, Manastır Vadisi ve Nora Antik Kenti turistik açıdan önem arz etmektedir.

1. Kültürel değerler açısından çok önemli olmalarına rağmen bu tarihi yerleşimlerin bazılarında kazı çalışmaları henüz başlamamıştır.
2. Bu tarihi yerleşimlerdeki çalışmalar başlatılarak bu eserler il kültürel mirasına kazandırılabilir.
3. Tarihi yerleşim kalıntıları, höyükler ve ören yerlerinin çoğu Eski Tunç Çağı, Frigler, Demir Çağı ile Helenistik, Roma, Bizans ve Asur Ticaret Kolonileri dönemlerine aittir.
4. Kalıntılar Güzelyurt ve Gülağaç ilçelerinde yoğun bir şekilde görülmektedir.
5. Bu ilçelerdeki tarihi kalıntıları gelen ziyaretçilerin rahatlıkla gezebilmesi için bir birleriyle ilişkili bütüncül tur programları hazırlanabilir.
6. Sultanhanı halı müzesi olarak düzenlenerek geleneksel el sanatlarının ve hanın tanıtımı yapılabilir.
7. İlde yapılan kazı çalışmalarının artırılması ve daha kapsamlı hale getirilmesi ile bu alanların tanıtımı artırılarak turizm potansiyeli geliştirilebilir.
8. Turistlerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerde, müze ve ören yerlerinde hem Türkçe hem de diğer yabancı dillerde yönlendirme işaretleriyle ilgili eksiklikler mevcuttur.
9. Olmayan yerlerde bu yönlendirme araçlarının eksikliği giderilmeli, var olan yerlerde ise bu tabela vb. araçların kalitesi artırılmalıdır.

10. Yöre çeşitli doğal güzellikleri, tarihi, dini ve kültürel değerleri açısından alternatif turizm fırsatı sunmaktadır.
11. İhlara Vadisi yerleşim yeri olmaktan çok dini bir merkez özelliği taşımaktadır. Dini özelliği sayesinde inanç turizmi açısından oldukça değerli bir bölgedir.
12. Arkeolojik ve kültürel değerlerin ön plana çıkarılması, ilde yapılan çalıştayda turizmin geliştirilmesi için önerilen stratejiler arasında belirtilmiştir.

Kütüphaneler

TÜİK- 2011 bölgesel istatistiklerine göre 2011 yılında il genelinde bulunan 8 kütüphaneden 272.075 kişi yararlanmıştır.

1. Bölge içerisinde en az kütüphaneye sahip olan ildir.
2. Halk kütüphanesi sayısının arttırılması ve halkın kütüphaneleri kullanması için teşvik edilmesi ilin kültürel gelişmişliğini arttıracaktır.
3. Milli Eğitim Bakanlığı başta olmak üzere belediyeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenecek etkinliklerle yerel halkın kütüphane kullanımına teşvik edilmesi sağlanabilir.
4. Bin kişi başına yararlanma sayısı Türkiye’de 64 iken bölge genelinde ortalama 164 ve ilde yararlanma oranı 718’dir.

Tiyatro ve Sinema

İl içerisinde 4 sinema ve 4 tiyatro salonu bulunmaktadır. TÜİK-Bölgesel İstatistiklerine göre;

1. Türkiye’de 10.000 kişi başına düşen sinema koltuk sayısı 30 iken bölgenin diğer illerinde olduğu gibi burada da bu sayı Türkiye’nin altındadır.
2. Halkın bu kültürel etkinliklere ilgisinin arttırması için belli dönemlerde ücretsiz sinema ve tiyatro etkinlikleri düzenlenebilir.
3. Sinema-tiyatro verilerinin aksine kütüphane verilerinde bu oran Türkiye ortalamasının üstündedir.
4. Bölgenin tiyatro ve sinema verileri karşılaştırıldığında ilin tiyatro verileri bölge ortalamasının üstündeyken sinema verileri altında kalmaktadır.

Yazılı Medya

İlde faaliyet gösteren yerel yazılı basının içerik türü bölgenin genelinde olduğu gibi haber-güncel-siyasettir. TÜİK-Yazılı Medya İstatistikleri Veri Tabanı 2011 verilerine göre;

- Bölge genelinde gazetelerin %97.62'sını oluşturan 82 gazetenin içerik türü haber-güncel-siyasi, %1.19 unu oluşturan 1 gazetenin içerik türü fikir-sanat ve sektörel-meslekidir.
 - Dergilerin içerik türleri incelendiğinde haber-güncel-siyaset konusunda 4 dergi %19.05'ini, edebiyat-tarih konusunda 2 dergi %9.52'sini, eğitim sınav konusunda 1 dergi %4.76'sını, ekonomi-ticaret-finance konusunda 2 dergi %9.52'sini, kültür-turizm-tanıtım konusunda 6 dergi %28.57'sini, sektörel-mesleki konusunda 3 dergi %14.29'unu, akademik konularda 2 dergi %9.52'sini ve içerik türü diğer olarak belirtilen 1 dergi de %4.56'sını oluşturmaktadır.
 - %90.48 oranı ile 95 yazılı medya yerel, %4.76 oranı ile 5 yazılı medya bölgesel ve %4.76 oranı ile 5 yazılı medya ulusal yayın yapmaktadır.
1. İlin ve bölgenin tanıtımına en çok yardımcı olabilen araç medyadır. Bölge verilerine göre kültür-turizm-sanat konularında yayın yapan sadece 6 dergi bulunmaktadır. Bu sayı artırılarak daha fazla kişiye ulaşılabilir.
 2. Yerel yayın yapan yazılı medya yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuar ve festivaller hakkında yerel halkı ve ilgili grupları bilgilendirebilir.
 3. Bu sayede ilin tanıtımı sağlanarak halkın bu etkinliklere katılımı artırılabilir.
 4. Basılı ve görsel yayın yapan medya aracılığı ile ilin tanıtım faaliyetleri artırılarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanabilir.

Spor

Sportif faaliyetler açısından Aksaray ili zengin bir çeşitliğe sahiptir. İlde dağ ve doğa yürüyüşü, bisiklet turu, kış sporları, yamaç paraşütü ve sportif olta balıkçılığı imkânları vardır.

1. Doğa yürüyüşü, bisiklet turları, kış sporları, yamaç paraşütü ve sportif olta balıkçılığı doğa turizmi açısından ilin sahip olduğu önemli potansiyellerdir. Bu potansiyellerin sporcular için cazip hale getirilmesi adına gerekli düzenlemeler yapılabilir. Gelen ziyaretçilerin sportif aktiviteler yaparak ili gezmesi sağlanabilir ve turistlerin bu aktiviteleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılabilir.
2. İhlara Vadisinde düzenlenen trekking turları hem doğa sporları ile ilgilenen hem de tarihi kalıntıları görmek isteyen ziyaretçiler için olanaklar sağlamaktadır.
3. Trekking ve bisiklet aktivitelerinin turizm açısından kullanımını arttırmak için yeni oluşturulacak ve var olan parkurlarda çevre temizliği ve peyzaj düzenlemeleri yapılabilir.

4. Bisiklet turları için uygun bir bölge olan Hasandağı'nda bisiklet yarışları düzenlenerek bölgenin tanıtımı sağlanabilir.
5. Hasandağı'nda bulunan kış sporları merkezinin tanıtımı yapılarak sahip olduğu potansiyel değerlendirilebilir.
6. Kış sporları, bisiklet yarışları ve yürüyüş aktivitelerinin yurt içinde ve yurt dışında çekiciliğini arttırmak için bu aktivitelere yönelik parkurlar belirlenebilir.
7. Hasan dağında yapılan yamaç paraşütü imkânlarının hem turistlere hem de bu sporu yapanlara tanıtımını sağlamak amacıyla etkinlikler düzenlenebilir.

Geleneksel El Sanatları

Aksaray ilinde dericilik, çinçilik, geleneksel folklorik bez bebek, koşumculuk, sele sepeti, Güzelyurt çömleği, halıcılık, halı restorasyonu gibi yöreye özgü ve uzun geçmişe dayanan geleneksel el sanatları vardır.

1. İlin sahip olduğu geleneksel el sanatları kültürel miras olarak hem il hem de ülke için çok önemlidir.
2. Bu el sanatlarının turistik amaçlı kullanımı ve satışı ile bu sanatların yaşatılmasına ve yörenin ekonomisine katkı sağlanabilir.
3. Geleneksel el sanatlarının korunup yaşatılması ve tanıtımı konularında eksiklikler mevcuttur.
4. Bölge genelinde olduğu gibi hediyelik eşya satışında kullanılan ürünler il dışından veya ülke dışından getirilmektedir.
5. Aksaray ilinde yüzyıllar boyunca sürdürülen dericilik el sanatı günümüzde yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu bağlamda dericilik sanatının orijinal örnekleri incelenerek düzenlenen kurslarla yeniden canlandırılabilir.
6. Özellikle koşumculuk sanatı başta olmak üzere diğer geleneksel el sanatlarının yaşatılmasında en büyük sorun usta eksikliğidir.
7. Günümüzde koşumculuk sanatında sadece iki temsilci kalmıştır.
8. Kamu kurumları ve özel işletmelerin katkılarıyla geleneksel el sanatlarını yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenmiş kurslara destek verilerek katılım arttırılabilir. Ayrıca yeni kursların açılması da sağlanabilir.

9. Seramik sanatının bir kolu olan çiniciliğin en güzel örneklerinden bazıları ilin Güzelyurt ilçesinde düzenlenen kurslar ile halen yaşatılmaktadır.
12. Geçmişin oyuncakları olan geleneksel bez bebekler günümüzde hediyelik eşya olarak satışa sunulabilir.
13. Gülağaç ilçesinde sele sepeti yapımı günümüzde düzenlenen kurslarla yaşatılmaktadır.
14. Aksaray yöresine has Taşpınar Halısının tanıtımı yetersizdir. Tanıtım faaliyetleriyle yurt içi ve dışında satışı artırılarak yöre halkın ekonomisine katkı sağlanabilir.
15. Turistik açıdan geleneksel el sanatları büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu potansiyel ilin etkin bir şekilde tanımında kullanılabilir.
16. Geleneksel el sanatlarının üretildiği küçük atölyelerden sistematik bir şekilde toplanması ve satış yapılan noktalara satılması ile üretici ve satıcılar arasında oluşan iletişim eksikliği giderilebilir.
17. Broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı yapılabilir.
18. Aslına uygun olan ürünler kayıt altına alınarak geleneksel el sanatlarının korunması sağlanabilir ve zaman içerisinde bu sanatların yok olması önlenir.
19. Geleneksel el sanatlarının tanıtımı için gelen turistlerin konaklama noktalarında bu sanatlardan örnekler dekor olarak kullanılabilir ve bu noktalarda satışı yapılabilir.

Yerel Etkinlikler

Aksaray ilinde, ilin kültürel birikimini ve diğer özelliklerini yansıtan etkinlikler vardır. Ancak bu etkinliklerin çoğu yerel özelliktedir. Özellikle kültürel birikim, tarihi ve doğal yapı konusunda düzenlenen etkinliklerin artırılması ve mevcut etkinliklerin daha kapsamlı ve ilgi çekici hale getirilmesiyle Aksaray ilinin turistik çekiciliği artırılabilir.

Ticari Önem Taşıyan Değerler

1. Aksaray ilinde genelde geleneksel el sanatları ve yemekler ekonomik ve turistik açıdan Aksaray iline katkı sağlamamaktadır.
2. Aksaray İlinde düzenlenen çalıştayda katılımcılar geleneksel el sanatlarının yaşatılması ve tanıtımının sağlanması için Aksaray Kültür Evi-Yöresel El Sanatları projesinin geliştirilebileceğini belirtmiştir.

5.D.3 KIRIKKALE

Kırıkkale ilinin kültürel yapısı ayrıca hazırlanan “EK-2 Kültürel Birikim” dokümanında detaylı olarak incelenmiştir. Ekte bahsedilen ayrıntılı konular bu bölümde ana hatlarıyla sunulmuştur.

Kültürel Birikim

Kırıkkale ili türküleri ve halk oyunları açısından zengin bir birikime sahiptir. İlin öne çıkan kültürel birikimi edebi birikimi oluşturan türküler, geleneksel halk oyunları ve yemeklerdir.

1. İlin sahip olduğu kültürel değerler kültür turizmi için etkin bir şekilde kullanılamamaktadır.
2. Hasandede inanç turizminin geliştirilmesinde önemli bir merkez olabilir.
3. Tanıtım eksikliği ve halkın kültürel değerlere sahip çıkmasında görülen eksiklikler kültürel değerlerin kültür turizmi için yeterince kullanılamamasına neden olmaktadır.
4. Kırıkkale ilinin edebi birikimini oluşturan halk ozanları ve diğer sanatçılar için etkinlikler düzenlenerek turistik açıdan ilin tanıtımı da yapılabilir. Düzenlenen etkinlikler kültürel değerlerin yaşatılması ve tanıtılmasında kullanılabilir. Hacı Taşan gibi kültürel öğeler kültür turizminin geliştirilmesi için kullanılabilir.
5. Yemek kültürü Kırıkkale iline gelip yerleşenlerin yemek kültürleri ile birleşerek oldukça zengin bir içeriğe sahip olmuştur. Yemek kültürünün turizm ile ilişkisi düzenlenen paket turlar içerisinde bulunmasıyla sınırlı kalmaktadır.
6. Yemeklerin hazırlanmasında ve sunumunda iyileştirmeler yapılarak gastronomi turizmi açısından daha iyi imkânlar yaratılabilir.

Tarihi Yapılar ve Doğal Güzellikler

Kırıkkale ilinin tarihi değerlerinin en başında on bin yıllık Acem Höyük gelmektedir. Ayrıca Kırıkkale ilinde birçok tek yapı ölçeğinde tarihi bina bulunmaktadır.

1. Tarihi yapılar için sürdürülebilir bir koruma gerekmektedir. Ancak bölgenin genelinde olduğu gibi Kırıkkale ilinde bulunan sit alanları için de bir koruma imar planı eksikliği vardır. Bu yapıların zamanla içerisinde yaşadığı doğal ve insan kaynaklı tahribatların artması önlenemez.
2. Tarihi yapılar ve doğal kaynaklar için koruma ve yaşatma bilinci verilerek halkın bu değerlere karşı tutumu geliştirilebilir.

3. Yeni turizm yaklaşımlarından olan kültür ve inanç turizmleri için ilin sahip olduğu potansiyeller değerlendirilebilir. Kırıkkale ilinin Hasandede ilçesinde potansiyel inanç turizmi amaçlı değerlendirilebilir.
4. Doğal güzellikleri olan alanlarda doğa yürüyüşleri, mağara gezileri, sportif olta balıkçılığı gibi etkinlikler turizm amaçlı kullanılabilir.
5. Doğal kaynakların ve güzelliklerin korunmasında eksiklikler vardır. Halkın bilinçlendirilmesi ve gerekli altyapı tesislerinin yapılması ile bu eksiklik düzeltilebilir.
6. İlin sahip olduğu doğal güzellikler kullanılarak eko- turizm geliştirilebilir.
7. Kızılırmak nehrinin varlığı İlin doğal güzellikleri açısından önemli bir potansiyeldir.
8. Kızılırmak vadisinde sportif olta balıkçılığının yapılması belli düzenlemeler çerçevesinde izin verilmesiyle doğal alanların korunması sağlanabilir.
9. Kırşehir İlinde yapılan çalıştayda katılımcıların görüşlerine göre Karaahmet Tabiat Koruma Alanı doğa turizmi için kullanılabilir. Kocudağı, Dinek dağında yayla turizmi geliştirilebilir.
10. Doğal güzelliklerin korunması için düzenli bir temizlik çalışması yapılabilir. Belli dönemlerde bu çalışmalara halkın katılımı sağlanarak doğal kaynakları koruma bilinci de yerleştirilebilir.

Müze ve Ören Yerleri

Kırıkkale ili içerisinde birçok tarihi kentsel yerleşim, höyük ve ören yeri vardır.

1. Bu tarihi değerlerin korunması ve turizm açısından değerlendirilmesinde eksiklikler vardır.
2. Gerekli düzenlemeler ve çalışmalar yapılarak bu alanlar turizmde etkin bir şekilde kullanılabilir.
3. Tarihi eserlerin korunması ve yaşatılması için gerekli bilincin halka verilmesi için etkinlikler düzenlenebilir.
4. Bu ilçelerdeki tarihi kalıntıları içeren gelen turistin kolay gezmesi için birbirleriyle ilişkili tur programları hazırlanabilir.
5. Turistlerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerde, müze ve ören yerlerinde hem Türkçe hem de diğer yabancı dillerde yönlendirmelerde eksiklikleri görülmektedir. Yönlendirme levhaları olmayan yerlerde bu yönlendirme araçlarının eksikliği giderilmeli, var olan yerlerde ise bu tabela vb. araçların kalitesi artırılmalıdır.
6. Kırıkkale ilinde yapılan çalıştayda katılımcılar tarafından arkeolojik kalıntıların sergilenebileceği bir müzenin olmayışı İlin zayıf yönü olarak değerlendirilmiştir. İlde bir arkeoloji müzesi yapılarak bu eksiklik giderilebilir.

7. Silah Müzesi'nin gelen yerli ve yabancı turistlerin rahatça gezilebilmesini sağlamak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılabilir.

Kütüphaneler

TÜİK- 2011 bölgesel istatistiklerine göre il genelinde 13 kütüphaneden 173067 kişi yararlanmaktadır. Kütüphanelere olan ilginin yıllar içerisinde azaldığı görülmektedir. Bölge içerisinde en az kütüphane sayısı Aksaray iline ait olmasına rağmen Kırıkkale ili bölgenin en az kütüphaneden yararlanma oranına sahiptir.

1. Halk kütüphanesi sayısı artırılması ve halkın kütüphaneleri kullanması için teşvik edilmesi ilin kültürel gelişmişliğini artırılmasına yardımcı olabilir.
2. Bin kişi başına yararlanma sayısı Türkiye'de 64, bölgede 164 ve İl'de 629'dur.

Tiyatro ve Sinema

İl içerisinde 4 sinema ve 2 tiyatro salonu bulunmaktadır. TÜİK-Bölgesel İstatistiklerine göre ilde;

1. Türkiye'de 10.000 kişi başına düşen sinema koltuk sayısı 30 iken bölgenin diğer illerinde olduğu gibi bu oranın altındadır.
2. Bölgede bulunan diğer iller ile karşılaştırıldığında en az sayıda sinema ve tiyatro sayısına sahip il Kırıkkale'dir.
3. Halkın bu kültürel etkinliklere ilgisinin arttırması için belli dönemlerde ücretsiz sinema ve tiyatro etkinlikleri düzenlenebilir.
4. Bölgenin tiyatro ve sinema verileri karşılaştırıldığında ilin değerleri tiyatro verileri bölge ortalamasının üstündeyken sinema verileri altında kalmaktadır.
5. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 16 tiyatro salonu, 6298 koltuk bulunmaktadır. Kırıkkale ilinde sadece 2 tiyatro salonunda toplam 656 koltuk bulunmaktadır. Bölgede 2011 yılında tiyatrolarda gösterim sayısı 93 ve toplam seyirci sayısı 28881'dir. Kırıkkale ilinde bu verilere bakıldığında gösterim sayısı 4 ve seyirci sayısı 1526'dır.
6. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 31 sinema salonu 4045 koltuk bulunmaktadır. Kırıkkale ilinde ise 4 sinema salonunda 841 koltuk bulunmaktadır. Bölgede gösterilen toplam film sayısı 573 ve seyirci sayısı 308219'dur. İlde gösterilen film sayısı 66, toplam seyirci sayısı 74115'dir.
7. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 16 tiyatro salonu, 6298 koltuk bulunmaktadır. Kırıkkale ilinde sadece 2 tiyatro salonunda toplam 656 koltuk bulunmaktadır. Bölgede 2011 yılında tiyatrolarda gösterim sayısı 93 ve toplam seyirci sayısı 28881'dir. Kırıkkale ilinde bu verilere bakıldığında gösterim sayısı 4 ve seyirci sayısı 1526'dır.

8. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 31 sinema salonu 4045 koltuk bulunmaktadır. Kırıkkale ilinde ise 4 sinema salonunda 841 koltuk bulunmaktadır. Bölgede gösterilen toplam film sayısı 573 ve seyirci sayısı 308219'dur. İlde gösterilen film sayısı 66, toplam seyirci sayısı 74115'dir.

Yazılı Medya

TÜİK-Yazılı Medya İstatistikleri Veri Tabanı 2011 verilerine göre;

1. Bölge genelinde gazetelerin %97.62'sını oluşturan 82 gazetenin içerik türü haber-güncel-siyasi, %1.19 unu oluşturan 1 gazetenin içerik türü fikir-sanat ve sektörel-meslekidir.
2. Dergilerin içerik türleri incelendiğinde haber-güncel-siyaset konusunda 4 dergi %19.05'ini, edebiyat-tarih konusunda 2 dergi %9.52'sini, eğitim sınav konusunda 1 dergi %4.76'sını, ekonomi-ticaret-fınans konusunda 2 dergi %9.52'sini, kültür-turizm-tanıtım konusunda 6 dergi %28.57'sini, sektörel-mesleki konusunda 3 dergi %14.29'unu, akademik konularda 2 dergi %9.52'sini ve içerik türü diğer olarak belirtilen 1 dergi de %4.56'sını oluşturmaktadır.
3. %90.48 oranı ile 95 yazılı medya yerel, %4.76 oranı ile 5 yazılı medya bölgesel ve %4.76 oranı ile 5 yazılı medya ulusal yayın yapmaktadır.
4. İlin ve bölgenin tanıtımına en çok yardımcı olabilen araç medyadır. Bölge verilerine göre kültür-turizm-sanat konularında yayın yapan sadece 6 dergi bulunmaktadır. Bu sayı arttırılarak daha fazla kişiye ulaşılabilir.
5. Yerel yayın yapan yazılı medya yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuar ve festivaller hakkında yerel halkı ve ilgili grupları bilgilendirebilir.
6. Bu sayede ilin tanıtımı sağlanır ve halkın bu etkinliklere katılımı arttırılabilir.
7. Basılı ve görsel yayın yapan medya aracılığı ile ilin tanıtım faaliyetleri arttırılarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanabilir. Ayrıca broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı da yapılabilir.
8. Kültürel değerlerin broşür ve basılı kaynaklarda özellikle de yazılı basında tanıtımın ilde düzenlenen etkinliklere katılımı arttırabilir ayrıca gelen turistlerin bilgilendirilmesi sağlanabilir.

Spor

Sportif faaliyetler açısından Kırıkkale ilinde dağ ve doğa yürüyüşü ve sportif olta balıkçılığı yapılabilir.

1. Doğa yürüyüşü ve sportif olta balıkçılığı doğa turizmi açısından ilin sahip olduğu potansiyellerdir. Bu potansiyellerin sporcular için cazip hale getirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
2. Gelen ziyaretçilerin sportif aktiviteler yaparak ili gezmesi sağlanabilir.

3. Turistlerin bu aktiviteleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
4. Doğa yürüyüşü güzergâhları ve kalitesi iyileştirmesiyle daha kaliteli hizmet verilebilir.
5. Trekking aktivitelerinin turizm açısından kullanılmasını arttırmak için yeni oluşturulacak ve var olan parkurlarda çevre temizliği ve peyzaj düzenlemeleri yapılabilir.
6. Doğa turizminin geliştirilmesi için Dinek Dağı'nda bulunan yürüyüş parkurları ve avcılık imkânları kullanılabilir.

Geleneksel El Sanatları

Kırıkkale ilinde örücülük, yorgan, semer, toprak işlemeciliği ve dokumacılık sanatları öne çıkmıştır. Kurslarda düzenlenen sergilerde iğne, mekik, tığ ve firkete gibi aletlerle yapılan el sanatları sergilenerek bu sanatların tanıtımı sağlanmaktadır.

1. İlin sahip olduğu geleneksel el sanatları kültürel miras olarak hem il hem de ülke için çok önemlidir.
2. Turistik açıdan geleneksel el sanatları büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu potansiyel ilin etkin bir şekilde tanımında kullanılabilir.
3. Geleneksel el sanatlarının turistik amaçlı kullanımı ve satışı ile bu sanatların yaşatılmasına ve yerel halkın ekonomisine katkı sağlanabilir.
4. Bölge genelinde olduğu gibi hediyelik eşya satışında kullanılan ürünler il dışından ve ya ülke dışından getirilmektedir.
5. Yaşam şeklimizin değişmesiyle geçmişte halkın ihtiyaçlarını karşılayan ve ustaları içinde birer geçim kaynağı olan sanatlar bugün yok olma tehlikesindedir.
7. Geleneksel el sanatlardan toprak işlemeciliğinin ilde en bilinen yeri olan Ahılı Köyünde bugün bu sanatın üretimi yapılmamaktadır.
8. Kırıkkale dokumacılığının duvarda veya yastık yüzü olarak kullanılan yaygı dokumacılığı günümüzde yapılmadığı için örnekleri oldukça az kalmıştır.
9. Geleneksel el sanatlarının korunup yaşatılması ve tanıtımı konularında eksiklikler vardır.
10. Kamu kurumları ve özel işletmelerin katkılarıyla geleneksel el sanatlarını yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenmiş kurslara destek verilerek katılım arttırılabilir. Ayrıca yeni kursların açılması da sağlanabilir.
11. Geleneksel el sanatlarının üretildiği küçük atölyelerden sistematik bir şekilde toplanması ve satış yapılan noktalara satılması ile üretici ve satıcılar arasında oluşan iletişim eksikliği giderilebilir.
12. Broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı yapılabilir.

13. Aslına uygun olan ürünler kayıt altına alınarak geleneksel el sanatlarının korunması sağlanabilir ve zaman içerisinde bu sanatların yok olması önlenir.
14. Geleneksel el sanatlarının tanıtımı için gelen turistlerin konaklama noktalarında bu sanatlardan örnekler dekor olarak kullanılabilir ve bu noktalarda satışı yapılabilir.

Yerel Etkinlikler

Kırıkkale ilinde sahip olduğu değerleri yaşatmak için pek çok etkinlik düzenlenmektedir. Bu soyut ve somut kültürel birikimin gelecek kuşaklara iletilmesinde önemlidir.

1. Kırıkkale ilinde yapılan fuarlar İlin tanıtımı açısından önemli faaliyetlerdir.
2. Ancak bu etkinliklerin çoğu yerel özelliklidir.
3. İlin tanıtımı ayrıca bu değerlerin daha fazla kişiye ulaştırılmasında bu etkinliklerin daha geniş çapta düzenlenmesi yardımcı olabilir.
4. Özellikle geleneksel olarak düzenlenen etkinlikler ilin tanıtımında çok önemli bir yere sahiptir.
5. Yerel etkinliklere yöreye özgü halk oyunları ve yemekler sergilenerek bu geleneklerin unutulması engellenebilir.
6. Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen etkinliklere katılım sağlamasıyla ilin tanıtımı yapılabilir.
7. Yemek kültürünün oldukça geniş bir yelpazeye yayıldığı Kırıkkale ilinde gastronomi içerikli etkinlikler gastronomi amaçlı turizm yapanlar için etkin tanıtımı yapılabilir.

Ticari Önem Taşıyan Değerler

Kültürel öğeler en fazla turizmde ticari amaçlı olarak kullanılırlar.

1. Kırıkkale ilinde turizm faaliyetleri yoğun olarak yaşanmadığından dolayı kültürel öğelerin de ticari değer olarak üretimi oldukça sınırlıdır.
2. Burada üretilen geleneksel ürünlerin bölge içerisinde ve ya yurt genelinde satışı yapılabilirse bu değerlerin tekrar ekonomik birer kaynak olarak kullanımı sağlanabilir.
3. Bunların arttırılması sayesinde bu değerler yaşatılabilir ve ilin tanıtımı için kullanılabilir.
4. Bu değerlerin ulusal ve uluslararası etkinliklerde tanıtımı yapılabilir.
5. İlin sahip olduğu kültürel değerler kullanılarak markalaşma sağlanabilir.
6. Delice üzümü markalaştırılarak ekonomik olarak kullanılabilir.

5.D.4 KIRŞEHİR

Kırşehir ilinin kültürel yapısı ayrıca hazırlanan “EK-2 Kültürel Birikim” dokümanında detaylı olarak incelenmiştir. Ekte bahsedilen ayrıntılı konular bu bölümde ana hatlarıyla sunulmuştur.

Kültürel Birikim

Kırşehir ili, kültürel birikiminin oluşmasında önemli rol oynayan Ahilik Geleneği ile bu geleneğin kurucusu olarak kabul edilen Ahi Evran ve ilde yetişmiş Hacı Bektaş, Cacabey, Aşıkpaşa gibi büyük düşünörlere sahiptir. Ayrıca Neşet Ertaş gibi halk ozanları, Kırşehir iline özgü geleneksel halk oyunları ve keşkek, çullama gibi yöresel yemekler kültürel zenginliğin gelişmesinde önemli olmuştur.

1. Ahilik Geleneğinin doğduğu yer olması ilin zengin bir kültür birikimi oluşturmada etkili olmuştur. Bu gelenek ve kurucusu olarak düşünölen Ahi Evran’ın düşöncelerini yaşatmak ve tanıtmak önemlidir.
2. 2009 yılında UNESCO tarafından Somut Olmayan Dünya Kültür Mirası listesine alınarak uluslararası olarak tescillenmiş Âşıklık Geleneği ve Ahilik Geleneği kültür turizmi için önemli olan kültürel birikim konusunda Kırşehir İline büyük bir potansiyel sağlamaktadır. Âşıklık Geleneği ile ilgili etkinlikler düzenlenerek bu geleneğin yaşatılması sağlanabilir. Ahilik Geleneğinin doğduğu yer olan Kırşehir İlinde bu geleneği yaşatmak için düzenlenen yerel etkinliklere ulusal ve uluslararası alanda düzenlenerek katılım artırılabilir.
3. Edebi birikim açısından kendine özgü özellikleri olan Kırşehir ilinde bu gelenekleri yaşatmak için şiir ve ozan şölenlerine daha fazla önem verilebilir ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kurulan “Kırşehir Ustalar Müzik ve Oyun Topluluğu” bu etkinliklerde aktif rol alabilir.
4. Yöreye özgü Deve, Tura, Yorgan Çevirme, Bıçak, Köse gibi geleneksel halk oyunlarının yaşatılması sağlamak amacıyla ilde düzenlenen etkinliklerde bu oyunlardan örnekler sergilenebilir.
5. İlde alternatif turizm içerisinde bulunan gastronomi turizminin gelişmesi için bölgenin sahip olduğu yeme-içme potansiyelinden faydalanılabilir.
6. Kırşehir iline gelen ziyaretçilere geleneksel yemekler daha kaliteli sunularak yemek kültürünün turizm ile etkileşimi sağlanabilir.

Tarihi Yapılar ve Doğal Güzellikler

Kırşehir ilinin zengin tarihi birikiminin oluşmasında yörede yaşamış medeniyetlerin önemi büyüktür. Eti, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemleri başta olmak üzere farklı kültür ve medeniyetlerin bölgede bıraktıkları eserler önemli bir tarihi birikim sağlamıştır.

1. Tarihi yapılar için sürdürülebilir bir koruma gerekmektedir. Ancak bölgenin genelinde olduğu gibi Kırşehir ilinde bulunan sit alanları için bir koruma imar planı eksikliği vardır. Bu yapıların zaman içerisinde yaşadığı doğal ve insan kaynaklı tahribatların artması önlenabilir.
2. Eti, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait pek çok eser bulunmaktadır.
3. Kırşehir ilinde Bizans döneminde yapılmış kiliselerin en güzel örneklerinden biri Mucur ilçesi Aksaklı köyü içerisinde bulunan ve kaya kilisesi-yer altı şehri birleşiminden oluşan Aksaklı Kilisedir. Kilisenin turistik potansiyeli yüksektir.
4. Aksaklı Kilise ve çevresinde bulunan yer altı şehrinin müze ve ören yeri olarak düzenlemeleri yapılarak daha etkin bir şekilde turizm amaçlı kullanılması sağlanabilir.
5. Kırşehir ilinde bulunan kilise, cami ve türbeler inanç turizmi amaçlı kullanılabilir.
6. Özellikle Mucur yer altı şehri ve kiliseler inanç turizmi açısından potansiyele sahiptir.
7. Kırşehir ilinde farklı medeniyetlere ait kaleler bulunmaktadır. Bunların içerisinde Etilerden kalmış ve Bizans tarafından da kullanılmış Kuş Kalesi turizm yönünden önemli bir eserdir.
8. Ayrıca Bizans döneminden kalan Keçi Kalesi de ildeki en büyük kalelerden biridir.
9. Diğer tarihi kalıntılarda olduğu gibi bu kalelerin gelen turistler için uygun düzenlemeleri yapılarak turizmde kullanılabilir.
10. Tarihi binalardan bazıları orijinal özellikleri bozulmadan, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kayseri bölgesi koruma kurulunun denetimi altında butik otel olarak hizmete açılabilir.
11. Doğal güzelliklerin, tarihi, dini ve kültürel değerlerin çeşitli olması ilde alternatif turizm faaliyetlerinin gelişmesine olanak sağlayabilir.
12. Jeotermal kaynaklar Kırşehir İlinde yapılan çalıştayda katılımcılar tarafından ilin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilmiştir.
13. Kırşehir ilinde turizm potansiyeli yüksek, ısı değeri diğer termal sulara göre daha ideal olan (36-37 derece) ve içilebilir termal kaynaklar bulunmaktadır.
14. Mahmutlu beldesinde yapılan seracılık faaliyetleri termal kaynaklar kullanılarak yapılmaktadır. Bu faaliyetlerin artırılması kaynakların etkin kullanılmasıyla sağlanabilir.
15. Termal turizm ilin jeotermal kaynaklarını değerlendirmede etkin bir yöntem olabilir. Ancak jeotermal kaynak potansiyeli turizmde etkin olarak kullanılamamaktadır. Terme

ve Karakurt Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ilan edilen Orta Anadolu Termal Turizm Destinasyonu içerisinde bulunmaktadır.

16. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bu çalışmalar il için önemli bir fırsattır.
17. Günümüzde hizmet veren kaplıcalara ek olarak yeni tesisler yapılabilir. Ayrıca termal kaynaklar içme suyu olarak kullanılabilir. Bu potansiyelin kullanılabilmesi için gerekli altyapı çalışmaları yapılabilir.
18. Selçuklu döneminden kalan eski kaplıcaı içinde barındıran Karakurt kaplıcaları kültür turizmi açısından da öneme sahiptir.
19. Kırşehir ili doğal güzellikler açısından eşsiz bir bölgedir. Özellikle Seyfe Gölü Tabiat Koruma Alanı kuşlar için önemli konaklama noktası oluşturmaktadır. Seyfe glnde bulunan kuş varlığı Kırşehir ili için yapılan değerlendirmelerde güçlü yanlarından birini oluşturmaktadır.
20. RAMSAR Sözleşmesiyle Seyfe Gölü Tabiat Koruma Alanın korunması uluslararası ölçekte taahhüt altına alınmıştır.
21. Seyfe Gölünde giderek artan ilgi ve projelerin olması ilin tanıtımı için önemli bir fırsattır. Ancak bu fırsat ekolojik yaşama zarar vermeden kullanılmalıdır. Seyfe gölü eko-turizm açısından önemli bir potansiyeldir. Tabiat koruma alanına zarar vermeden, gerekli altyapı sağlanarak eko-turizm amaçlı değerlendirilebilir.
22. Doğal kaynakların ve güzelliklerin korunmasında eksiklikler vardır.
23. Halkın bilinçlendirilmesi ve gerekli altyapı tesislerinin yapılması ile bu eksiklik düzeltilebilir.
24. Doğal güzelliklerin korunması için düzenli bir temizlik çalışması yapılabilir. Belli dönemlerde bu çalışmalara halkın katılımı sağlanarak doğal kaynakları koruma bilinci de yerleştirilebilir.

Müze ve ren Yerleri

Kırşehir ilinde 15 adet yer altı şehri ve bunlara ek olarak pek çok hyk bulunmaktadır. Yörede farklı medeniyetlerin yaşamış olması zengin bir birikim ve çeşitlilik oluşturmuştur.

1. İlin sahip olduğu yer altı şehirleri, hykler, ren yerleri ve Hitit heykeli ilin sahip olduğu turizm potansiyellerindendir.
2. İlde bulunan yer altı şehirlerinin çoğu yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açıktır. Ancak yer altı şehirleri ve höyüklerde çalışmaların tamamlanmamasından dolayı tamamı turistik ziyarete açılamamıştır.

3. Kepez yer altı şehrinin bir kısmı ziyarete açıktır. Ancak tamamının açılması için çalışmalar yapılmalıdır. Kapadokya bölgesinin en büyük yer altı şehri olduğu düşünülen Kümbet Altı yer altı şehrinde gerekli çalışmalar ve düzenlemeler olmadığı için sadece bir kısmı turistik ziyarete açıktır. Kümbet Altı yer altı şehrinde çalışmaların hızlandırılmasıyla ilin turistik çekiciliği arttırılabilir.
4. Bizans döneminden kalan Mucur yer altı şehri Kayseri Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından 1. derece korunması gereken alan ilan edilmiştir.
5. Dulkadirli İnli Murat yer altı şehri Türkiye’de bulunan örneklerden farklı olmasından dolayı önemli bir potansiyeldir.
6. Geçmişte aşı boyasının çıkarıldığı Aşılık mağarasında oluşmuş göçükler düzeltilerek mağara turistik ziyarete açılabilir.
7. Yerel yönetimler, ilgili kamu kuruluşları ve yerel halkın katkılarıyla bu çalışmalar hızlandırılabilir.
8. Kazı ve düzenleme çalışmalarının tamamlanmasıyla ilin sahip olduğu potansiyel etkin bir şekilde turizmde kullanılabilir.
9. Bu ilçelerdeki tarihi kalıntıları gelen turistin kolay gezmesi için birbirleriyle ilişkili tur programları hazırlanabilir.
10. İlde yapılan kazı çalışmalarının arttırılması ve kalıntıların tarihi geçmişlerini inceleyen çalışmaların daha geniş etki uyandırmasıyla bu alanların tanıtımı arttırılarak turizm potansiyeli geliştirilebilir.
11. Turistlerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerde, müze ve ören yerlerinde hem Türkçe hem de yabancı dillerde yönlendirmelerde eksiklikleri görülmektedir.
12. Bu yönlendirmelerin olmadığı yerlerde tamamlanması ve var olanların da uluslararası standartlarda geliştirilmesi ile turist çekiciliğine fayda sağlanabilir.
13. Kırşehir İlinde yapılan çalıştayda katılımcılar Sermaye sahiplerinin İle çekilmesi ve AHİKA’nın da desteği sağlanarak Kırşehir ilinde bulunan tarihi değerlerin gün yüzüne çıkarılabileceğini ifade etmişlerdir.

Kütüphaneler

TÜİK- 2011 bölgesel istatistiklerine göre il genelinde 10 kütüphaneden 477.969 kişi yararlanmaktadır. Bin kişi başına yararlanma sayısı 2163’tür.

1. Bölge içerisinde en fazla yararlanma sayısına sahip olan ildir.

2. Bin kişi başına yararlanma sayısı Türkiye’de 64’ken bölge genelinde ortalama 164 ve ilin yararlanma oranı 2163’tür.
3. Halk kütüphanesi sayısının artırılması ve halkın kütüphaneleri kullanması için teşvik edilmesi ilin kültürel gelişmişliğini arttıracaktır.
4. Milli Eğitim Bakanlığı başta olmak üzere belediyeler ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenecek etkinliklerle yerel halkın kütüphane kullanımına teşvik edilmesi sağlanabilir.

Tiyatro ve Sinema

İl içerisinde 6 sinema ve 4 tiyatro salonu bulunmaktadır. TÜİK-Bölgesel İstatistiklerine göre;

1. Türkiye’de 10.000 kişi başına düşen sinema koltuk sayısı 30 iken, Kırşehir de bölgenin diğer illerinde olduğu gibi bu oranın altındadır.
2. Bölgede bulunan diğer iller ile karşılaştırıldığında en fazla sayıda tiyatro salonuna sahip il Kırşehir’dir.
3. Halkın bu kültürel etkinliklere ilgisinin artırılması için belli dönemlerde ücretsiz sinema ve tiyatro etkinlikleri düzenlenebilir ve katılım artırılabilir.
4. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 16 tiyatro salonu, 6298 koltuk bulunmaktadır. Kırşehir ilinde 4 tiyatro salonunda toplam 1076 koltuk bulunmaktadır.
5. Bölgede 2011 yılında tiyatrolarda gösterim sayısı 93 ve toplam seyirci sayısı 28881’dir. Kırşehir ilinde bu verilere bakıldığında gösteri sayısı bir yıl içerisinde 61’den 35’e, seyirci sayısı 15440’tan 8700’e düşmüştür.
6. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 31 sinema salonu 4045 koltuk bulunmaktadır. Kırıkkale ilinde ise 6 sinema salonunda 579 koltuk bulunmaktadır.
7. Bölgede gösterilen toplam film sayısı 573 ve gelen seyirci sayısı 308.219’dur. İlde bir yıl içerisinde gösterilen film sayısı 110’dan 85’e düşerken, toplam seyirci sayısı 50.000’den 70.000’e çıkmıştır.

Yazılı Medya

TÜİK-Yazılı Medya İstatistikleri Veri Tabanı 2011 verilerine göre;

1. Bölge genelinde gazetelerin %97.62’sını oluşturan 82 gazetenin içerik türü haber-güncel-siyasi, %1.19 unu oluşturan 1 gazetenin içerik türü fikir-sanat ve sektörel-meslekidir.

2. Dergilerin içerik türleri incelendiğinde haber-güncel-siyaset konusunda 4 dergi %19.05'ini, edebiyat-tarih konusunda 2 dergi %9.52'sini, eğitim sınav konusunda 1 dergi %4.76'sını, ekonomi-ticaret-fınans konusunda 2 dergi %9.52'sini, kültür-turizm-tanıtım konusunda 6 dergi %28.57'sini, sektörel-mesleki konusunda 3 dergi %14.29'unu, akademik konularda 2 dergi %9.52'sini ve içerik türü diğer olarak belirtilen 1 dergi de %4.56'sını oluşturmaktadır.
3. %90.48 oranı ile 95 yazılı medya organı yerel, %4.76 oranı ile 5 yazılı medya organı bölgesel ve %4.76 oranı ile 5 yazılı medya organı da ulusal yayın yapmaktadır.
4. İlin ve bölgenin tanıtımına en çok yardımcı olabilen etken medyadır. Kültür-turizm-sanat konularında yayın yapan dergi sayısı arttırılarak daha fazla kişiye ulaşılabilir.
5. Yazılı ve görsel yayın aracılığıyla alternatif tanıtım olanakları geliştirilerek tanıtım faaliyetlerinin artması turizmin gelişmesine destek sağlayabilir.
6. Yerel yayın yapan yazılı medya yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuar ve festivaller hakkında yerel halkı ve ilgili grupları bilgilendirebilir.
7. Bu sayede ilin tanıtımı sağlanır ve halkın bu etkinliklere katılımı arttırılabilir.
8. Basılı ve görsel yayın yapan medya aracılığı ile ilin tanıtım faaliyetleri arttırılarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanabilir. Ayrıca broşür ve yazılı medya sayesinde ila ait el sanatlarının tanıtımı da yapılabilir.
9. Kültürel değerlerin broşür ve basılı kaynaklarda özellikle de yazılı basında tanıtımı yapılarak gelen turistlerin bilgilendirilmesi sağlanabilir.
10. Turistik ürünlerin satışı ve ziyaretçi çekmek için e-turizm olanakları kullanılabilir.

Spor

Kırşehir ili kuş gözlem ve doğa sporları açısından önemli bir yerdir.

1. Seyfe gölünün sahip olduğu doğal özelliklerin korunması sağlanarak kuş gözlemi için gelen turistlerin alana ilgisi sürdürülebilir. Gölün tanıtımı yapılarak çekiciliği arttırılabilir. Ancak gelen turistlerin Ramsar sözleşmesiyle koruma altına alınan alana zarar vermeleri önlenerek düzenlemeler (yazılı ve görsel işaretler, bilgilendirme sunuşları, ziyaretçiler için ayrılmış alanlar, belli dönemlerin ziyarete kapatılması vb.) yapılabilir.
2. Gelen ziyaretçilerin sportif aktiviteler yaparak ili gezmesi sağlanabilir. Turistlerin bu aktiviteleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

3. Doğa sporları güzergâhlarının ve kalitesinin iyileştirmesiyle daha kaliteli hizmet verilebilir.
4. Akçakent'e bulunan doğal orman alanları trekking potansiyeli taşıyan alanlardır. Bu potansiyelin kullanılabilmesi için doğal hayata zarar vermeyecek, turistler ve sporcular için gerekli olan yürüyüş güzergâhları ve bu güzergâhlarda bulunması gereken donatılar yapılabilir.

Yerel Etkinlikler

İl genelinde düzenlenen etkinlikler daha çok yerel özelliktedir. Etkinlikler ilin tanıtımında çok önemli bir yere sahiptir.

1. Ahilik ve Yunus Emre ülke genelinde tanınan kültürel değerler olduğu için bu etkinlikler ulusal olarak düzenlenebilir.
2. Kuş gözlem alanında ise ulusal ve uluslararası etkinlikler düzenlenebilir.
3. İlin tarihi birikimini oluşturan medeniyetler hakkında tarihi kalıntıları da öne çıkaran etkinlikler düzenlenerek bu değerlerin turistik amaçlı tanıtımı yapılabilir.
4. Yerel etkinliklerde yöreye özgü halk oyunları ve yemekler sergilenerek bu geleneklerin unutulması engellenebilir. Sinema, tiyatro, kütüphane haftası gibi etkinliklere halkın katılımı sağlanarak kültürel açıdan gelişme sağlanabilir.
5. Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen etkinliklere katılım sağlanmasıyla ilin tanıtımı yapılabilir.

Ticari Önem Taşıyan Değerler

Ticari faaliyetlerde ve turizmde en çok geleneksel el sanatları ve geleneksel yemekler kullanılır. Kırşehir ili taş işlemeciliği konusunda bunu geliştirmiş ve etkin olarak kullanan bir ildir.

1. İlin sahip olduğu kültürel ve sosyal değerler turistik ürün olarak kullanılabilir.
2. Bu değerlerin turistik ürün olarak kullanılması, örneğin Neşet Ertaş'ın markalaştırılması, gastronomi turizminin geliştirilmesi, tarihi kalıntıların müze ve ören yeri olarak düzenlemelerinin yapılması ile ziyaretçilerin Kırşehir iline çekilmesi sağlanabilir.
3. Kırşehir ilinin sahip olduğu turizm ürünlerinin değerlendirilmesiyle yeni pazarlar oluşturulabilir.
4. Sağlanan ürün çeşitliliği ile farklı hedef kitlelerine erişilebilir.

5.D.5 NEVŞEHİR

Nevşehir ilinin kültürel yapısı ayrıca hazırlanan “EK-2 Kültürel Birikim” dokümanında detaylı olarak incelenmiştir. Ekte bahsedilen ayrıntılı konular bu bölümde ana hatlarıyla sunulmuştur.

Tarihi Yapılar ve Doğal Güzellikler

Nevşehir ili Pers döneminde Kral Yolu, Selçuklu döneminde ise İpek Yolu üzerinde yer almasının etkisiyle sürekli olarak yerleşim özelliği göstermiştir. Bu dönemler dışında da pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetler ilin zengin tarihi birikimini oluşturmuşlardır.

1. Nevşehir İli ve yakın çevresinde bulunan termal kaynaklar İl için önemli bir fırsattır. İlde yapılan çalıştayda belirtildiği gibi termal olanakların arttırılması için sondaj çalışmaları yapılabileceği ifade edilmiştir.
4. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından orta Anadolu termal turizm destinasyon bölgesi içerisinde Nevşehir Kozaklı bölgesin bulunması termal turizm açısından ilin potansiyelinin geliştirilmesi için gerekli olan yatırımları çekebilir.
5. Hacıbektaş ve Ürgüp ilçeleri kültür ve inanç turizmi açısından potansiyele sahiptir. Bu potansiyellin büyük kısmını ilde bulunan cami, külliye, kiliseler ve Hacı Bektaş Felsefesinden oluşmaktadır.
6. Özellikle Ürgüp ilçesinde kiliseler yoğun olarak bulunmaktadır. Bu ilçeye ek olarak Acıgöl, Gülşehir, Derinkuyu ilçelerinde de önemli kiliseler bulunmaktadır.
7. Nevşehir ilinde bulunan kiliseler 2.yy dan 19.yy a kadar değişik dönemlerde yapılmış örneklerdir.
8. Bölgede bilimsel araştırmalara izin verilerek tarihi ve doğal yapı hakkında geniş bilgi kaynakları oluşturulabilir.
9. Vadi genelinde yönlendirme ve bilgi veren levhalar ve aydınlatma gibi sistemlerin eksikliği, ilin sahip olduğu potansiyeli değerlendirilmesinde engel teşkil etmektedir.
10. Eşsiz doğal oluşumları ve önemli tarihi kalıntıları barındıran Göreme Milli Parkı farklı turizm çeşitleri açısından ilin sahip olduğu en önemli potansiyellerden biridir.
11. Doğal güzellikleri açısından gelen ziyaretçilere eşsiz bir manzara sunması Nevşehir ilinin doğa turizmi potansiyelini arttırmaktadır. Özellikle Avanos ve Ürgüp sahip oldukları doğal oluşumlar sayesinde doğa turizmi açısından en çok değerlendirilmesi gerekli yerler olabilir.
12. Gülşehir, Avanos, Ürgüp ve Derinkuyu ilçelerinde yoğun olarak görülen peribacaları ilin sahip olduğu en önemli doğal güzelliştir.

13. Günümüzde turistik ziyarete açık olan milli parkın daha etkin bir şekilde değerlendirilmesi için düzenlemeler yapılabilir.
14. Ayrıca milli parkın sahip olduğu çekicilikten dolayı maruz kaldığı tehditlerin koruma ve sürdürme yaklaşımları birlikte düşünülerek azaltılabilir.
15. Kültür ve tabiat varlıklarına ve doğal güzelliklerine karşı halkın tutumunu iyileştirecek ve koruma-yaşatma bilincini verecek etkinlikler düzenlenebilir.
16. İlin altyapı eksikliklerinden doğan çevre kirliliği doğal güzelliklerin yanı sıra tarihi mirası da tehdit etmektedir. Bu eksiklikler giderilerek Nevşehir ilinin sahip olduğu doğal ve tarihi miras korunabilir.
17. Nevşehir ilinin sahip olduğu yüksek potansiyelin değerlendirilmesiyle inanç turizmi daha etkin bir şekilde ilin zengin turizm çeşitliliğine katılabilir. Nevşehir ilinde bulunan kiliseler inanç turizmi açısından değerlendirilmelidir.
18. Nevşehir ilinin sahip olduğu yüksek potansiyelin değerlendirilmesiyle inanç turizmi daha etkin bir şekilde ilin zengin turizm çeşitliliğine katılabilir.
19. İlde bulunan bazı değerler aşırı kullanıma maruz kalmaktadır. Nevşehir İlinde yapılan çalıştayda da katılımcılar İlin sahip olduğu mimari yapılara dikkat edilmemesinden dolayı bu yapılarda önemli problemlerin oluştuğunu belirtmiştir.
20. İlde kaya otelleri alternatif konaklama imkânı oluşturmaktadır. Bu otellerin tanıtımı yapılarak turistlerin ilgisi çekilebilir.
21. İlde yapılan çalıştayda doğal taşıma kapasitesinin ortaya konulmasıyla turistik açıdan aşırı kullanımın önüne geçilmesi bir strateji olarak belirtilmiştir.

Müze ve Ören Yerleri

Nevşehir ili müzeler açısından bölgenin en gelişmiş ilidir. Bu durumun oluşmasında bölgede bulunan diğer illere göre Nevşehir ilinin daha fazla tarihi yapı bulundurmasının etkisi büyüktür. Bu tarihi yapı yoğunluğu ve eşsiz doğal güzelliklerin birlikteliği Nevşehir'i turistik açıdan çekici bir bölge yapmakta ve gelen turistlere daha iyi hizmet vermek amacıyla müzeler oluşturulmuştur.

1. İlde bulunan yer altı şehirlerinin çoğu yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açıktır. Ancak yer altı şehirleri çalışmaların tamamlanmamasından dolayı tamamı turistik ziyarete açılamamıştır.
2. Özkonak yer altı şehrinde yapılan temizleme çalışmaları bitirilerek yerli ve yabancı turist ziyaretine açılabilir.

3. Kaymaklı yer altı şehri 8 katmandan oluşmaktadır. Ancak bunun sadece 4 katmanı turistik ziyarete açıktır.
4. Henüz turistik ziyarete açılmamış olan Özlüce yer altı şehrinde temizleme çalışmaları bitirilerek ilin sahip olduğu turistik çekiciliğe eklenebilir.
5. Tatların Yer Altı Şehri 1991 yılında, temizlik çalışmalarından sonra ziyarete açılmasına rağmen temizleme çalışmaları tamamlanarak turistik amaçlı kullanılamayan büyük kısmı da ziyarete açılabilir.
6. Kazı ve düzenleme çalışmalarının tamamlanmasıyla ilin sahip olduğu potansiyel etkin bir şekilde turizmde kullanılabilir. Yerel yönetimler, ilgili kamu kuruluşları ve yerel halkın katkılarıyla bu çalışmalar hızlandırılabilir.
7. Nevşehir ilinde bulunan tarihi kalıntılar gelen ziyaretçilerin kolay gezebilmesi için birbirleriyle ilişkilendirilmelidir ve alternatif tur programları hazırlanmalıdır.
8. Nevşehir İlinde yapılan çalıştayda katılımcılar vadilerde güvenlik eksikliği olduğunu belirtmiştir. Güvenlik eksikliği hem gelen turistlere rahatsızlık vermekte hem de tarihi kalıntıların korunmasında eksikliklere neden olmaktadır. (Kaya düşme tehlikesi vs.)
9. Turistlerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerde, müze ve ören yerlerinde hem Türkçe hem de yabancı dillerde yönlendirmelerde eksiklikler görülmektedir. Bu yönlendirmelerin olmadığı yerlerde tamamlanması ve var olanların da uluslararası standartlarda geliştirilmesi ile turizm açısından kalite artacak ve turist çekiciliğine fayda sağlayabilir.
10. Müze ve yer altı şehirlerinde turistik amaçlı düzenleme eksiklikleri vardır.
11. Ayrıca yer altı şehirlerinde gerekli ışıklandırma ve teknik düzenlemeler yapılarak bu alanların çekiciliği artırılabilir.
12. Ören yerlerinde yapılan çalışmalar tamamlanmadığı ve gerekli önem verilmediği için kötü görüntü oluşmaktadır. Bu alanlarda gerekli düzenleme çalışmaları yapılarak turistik çekicilik artırılabilir.
13. Doğal ve tarihi alanların temizliğini sağlamak için temizlik firmalarına destek olunabilir.
14. Hacı Bektaş Müzesinin UNESCO listesinde olması yurt dışında da tanıtım imkânı oluşturmaktadır. Bu fırsatın değerlendirilmesi için Hacı Bektaş Felsefesinin tanıtımına önem verilebilir.

Kütüphaneler

TÜİK- 2011 bölgesel istatistiklerine göre il genelinde 40 kütüphaneden 293158 kişi yararlanmaktadır. Bin-kişi başına yararlanma sayısı 1035'dir.

1. Bölge içerisinde en fazla kütüphane ve kitap sayısına sahip olan ildir.
2. Bin kişi başına yararlanma sayısı Türkiye’de 64’ken bölge genelinde ortalama 164 ve ilde yararlanma sayısı 1035’dir.
3. Halk kütüphanelerinden yararlanma sayısının artırılması için halkı teşvik edecek çalışmalar yapılabilir.
4. Milli Eğitim Bakanlığı başta olmak üzere belediyeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenecek etkinlikler yerel halkın kütüphane kullanımına teşvik edilmesi sağlanabilir.

Yazılı Medya

TÜİK-Yazılı Medya İstatistikleri Veri Tabanı 2011 verilerine göre;

- Bölge genelinde gazetelerin %97.62’sini oluşturan 82 gazetenin içerik türü haber-güncel-siyasi, %1.19 unu oluşturan 1 gazetenin içerik türü fikir-sanat ve sektörel-meslekidir.
 - %90.48 oranı ile 95 yazılı medya yerel, %4.76 oranı ile 5 yazılı medya bölgesel ve %4.76 oranı ile 5 yazılı medya ulusal yayın yapmaktadır.
 - Dergilerin içerik türleri incelendiğinde haber-güncel-siyaset konusunda 4 dergi %19.05’ini, edebiyat-tarih konusunda 2 dergi %9.52’sini, eğitim sınav konusunda 1 dergi %4.76’sını, ekonomi-ticaret-fınans konusunda 2 dergi %9.52’sini, kültür-turizm-tanıtım konusunda 6 dergi %28.57’sini, sektörel-mesleki konusunda 3 dergi %14.29’unu, akademik konularda 2 dergi %9.52’sini ve içerik türü diğer olarak belirtilen 1 dergi de %4.56’sını oluşturmaktadır.
1. İlin ve bölgenin tanıtımına en çok yardımcı olabilen etken medyadır. Kültür-turizm-sanat konularında yayın yapan dergi sayısı artırılarak daha fazla kişiye ulaşılabilir.
 2. Yazılı ve görsel yayın aracılığıyla alternatif tanıtım olanakları geliştirilerek tanıtım faaliyetleri artması turizmin gelişmesine destek sağlayabilir.
 3. Yerel yayın yapan yazılı medya yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuar ve festivaller hakkında yerel halkı ve ilgili grupları bilgilendirebilir.
 4. Bu sayede ilin tanıtımı sağlanır ve halkın bu etkinliklere katılımı artırılabilir.
 5. Basılı ve görsel yayın yapan medya aracılığı ile ilin tanıtım faaliyetleri artırılarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanabilir. Ayrıca broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı da yapılabilir.

6. Nevşehir ilinde yapılan çalıştayda katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Kapadokya'nın tanıtımı için Destinasyon Kapadokya web sitesiyle tanıtımın arttırılması stratejisi geliştirilmiştir.

Spor

Sahip oldukları tarihi birikim sayesinde Nevşehir ilinde yoğun bir şekilde yapılan kültürel turizme ek olarak doğal zenginlikleri Nevşehir iline alternatif turizm potansiyeli sağlamaktadır. Düzenlenen sportif aktiviteler konusunda da oldukça gelişmiştir. Doğa yürüyüşü, kış sporları, bisiklet turları, yamaç paraşütü, golf ve at biniciliği Nevşehir ilinde yapılan başlıca sportif aktivitelerdir.

1. Doğa yürüyüşü, bisiklet turları, kış sporları, yamaç paraşütü, golf ve at biniciliği doğa turizmi açısından ilin sahip olduğu önemli potansiyellerdir.
2. Bu potansiyellerin sporcular için cazip hale getirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
3. Gelen turistlerin sportif aktiviteler yaparak ili gezmesi sağlanabilir. Turistlerin bu aktiviteleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılarak katılım arttırılabilir.
4. Göreme Tarihi Mili Parkı doğa ve tarihi amaçlı yürüyüşlere imkân sağlamaktadır.
5. Nevşehir ilinde düzenlenen doğa yürüyüş güzergâhları üzerinde konaklama tesislerinin bulunması Nevşehir'in çekiciliğini arttırmaktadır.
6. Vadilerde bulunan yürüyüş güzergâhları ve kalitesi iyileştirilebilir.
7. Trekking ve bisiklet aktivitelerinin turizm açısından kullanılmasını arttırmak için oluşturulması planlanan ve mevcut parkurlarda çevre temizliği ve peyzaj düzenlemeleri yapılabilir.
8. Nevşehir ilinde yapılan bisiklet turları Aksaray ve Niğde illerinde yapılan turlarla birleştirilip parkurlar iyileştirilerek yurt için ve dışında bu sporla ilgilenen sporcular bölgeye çekilebilir.
9. Nevşehir ilinde düzenlenen bisiklet yarışlarının ulusal ve uluslararası alanda etkin tanıtımları yapılarak katılım artırılabilir.
10. Uçhisar ve Göreme'de yapılabilen yamaç paraşütü hem bu sporla ilgilenenler hem de Nevşehir'e başka amaçlar ile gelen turistler için Nevşehir ili için bir potansiyel oluşturmaktadır.

11. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından golf sahaları oluşturulması için tespit edilen  avuşın, Uçhisar ve  at kasabalarında golf turizmini geliştirecek çalışmalar yapılabilir.
12. Nevşehir ilinde yapılan spor aktivitelerinin yurt içinde ve yurt dışında çekiciliğini arttırmak için yarışlara yönelik parkurlar belirlenebilir.
13. Nevşehir ilinde at biniciliğinin turistik amaçlı kullanımı yapılmaktadır.
14. İlde yapılan çalıştayda katılımcılar tarafından spor turizmi olanaklarının geliştirilmesi için Kayseri İli ile ilişkilerin arttırılabileceği belirtilmiştir.

Geleneksel El Sanatları

Nevşehir ilinde dokumacılık, halıcılık, kilim, culha, toprak kap gibi yöreye özgü ve uzun geçmişe dayanan geleneksel el sanatları vardır.

1. İlin sahip olduğu geleneksel el sanatları kültürel miras olarak hem il hem de ülke için çok önemlidir.
2. Bölgede yapılan geleneksel el sanatlarının geliştirilmesi Nevşehir İlinde yapılan çalıştayda turizm sektörünün geliştirilmesi için bir strateji olarak belirtilmiştir.
3. Bu el sanatlarının turistik amaçlı kullanımı ve satışı ile bu sanatların yaşatılmasına ve yerel halkın ekonomisine katkı sağlanabilir.
4. Toprak kap sanatı günümüzde hediyeelik eşya olarak satılmak üzere üretilmektedir.
5. Avanos geçmişte toprak kap imalathanesi özelliği taşımaktadır.
6. Nevşehir ilinde geleneksel halı dokumacılığının yapılması yerine dışarıdan temin edilmektedir.
7. Bugün kullanılan malzemenin değişmesinden dolayı üretilen ürünlerin geleneksel özelliğinde bozulma olmuştur.
8.  rg p ve Avanos'ta geçmişte yoğun olarak üretilen halı dokumacılığı günümüzde de geleneksel özelliğine uygun olarak canlandırılabilir.
9. Kamu kurumları ve özel işletmelerin katkılarıyla geleneksel el sanatlarını yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenmiş kurslara destek verilerek katılım arttırılabilir. Ayrıca yeni kursların açılması da sağlanabilir.
10. Turistik açıdan geleneksel el sanatları büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu potansiyel ilin etkin bir şekilde tanıtımında kullanılabilir.

11. Geleneksel el sanatlarının üretildiği küçük atölyelerden sistematik bir şekilde toplanması ve satış yapılan noktalara satılması ile üretici ve satıcılar arasında oluşan iletişim eksikliği giderilebilir.
12. Broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı yapılabilir.
13. Aslına uygun olan ürünler kayıt altına alınarak geleneksel el sanatlarının korunması sağlanabilir ve zaman içerisinde bu sanatların yok olması önlenabilir.
14. Geleneksel el sanatlarının tanıtımı için gelen turistlerin konaklama noktalarında bu sanatlardan örnekler dekor olarak kullanılabilir ve bu noktalarda satışı yapılabilir.

Yerel Etkinlikler

Nevşehir ilinde düzenlenen etkinlikler yerel özelliğe sahiptir.

1. Etkinlikler ilin tanıtımında çok önemli bir yere sahiptir. Ancak bu potansiyelin değerlendirilmesinde eksiklikler vardır.
2. İlde bulunan kültürel değerleri yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenen etkinlik sayısı oldukça azdır. Bunların sayısı artırılarak ilin kültürel birikimini oluşturan değerlerin tanıtımı yapılabilir.
3. Tarihi yapıların olduğu bölgelerde bölgenin tarihi özelliklerine göre özel etkinlikler düzenlenerek hem gelen turistlerin katılımı sağlanabilir hem de ulusal ve uluslararası alanda ilin tanıtımı sağlanabilir.
4. Yerel etkinliklere yöreye özgü halk oyunları ve yemekler sergilenerek bu geleneklerin unutulması engellenebilir.
5. Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen etkinliklere katılım sağlamasıyla ilin tanıtımı yapılabilir.
6. Nevşehir ilinde düzenlenen bisiklet yarışlarının uluslararası özellikte düzenlenmesine ek olarak yürüyüş ve yamaç paraşütü sporları ile ilgili yarışlar düzenlenebilir. Spor faaliyetleri için düzenlenen etkinlikler turizm açısından ilin çekiciliği artırılabilir.

Ticari Önem Taşıyan Değerler

Nevşehir ili sahip olduğu birçok özelliği turistik aktivitelerde satışını yaparak ekonomik değer kazandırmaktadır. Ancak sahip olduğu potansiyel çok daha fazladır.

1. Geleneksel el sanatlarının hediyelik eşya olarak satışı sağlanarak bu değerlerin üretimine talep artırılabilir.

2. Yöresel ürünler desteklenerek bunların üretimi ve pazarlanması sağlanabilir.
3. Şarabın ekonomik ve turistik kullanımı arttırmak için şarap yolları düzenlemesi yapılabilir.
4. Balon uçuşları turistlerin ilgisini çeken önemli bir fırsattır. Nevşehir ilinde yapılan balonculuk faaliyetlerinin tanıtımı için uluslararası etkinlikler düzenlenebilir.

5.D.6 NİĞDE

Niğde ilinin kültürel yapısı ayrıca hazırlanan “EK-2 Kültürel Birikim” dokümanında detaylı olarak incelenmiştir. Ekte bahsedilen ayrıntılı konular bu bölümde ana hatlarıyla sunulmuştur.

Kültürel Birikim

Niğde ili sahip olduğu tarihi geçmiş sayesinde zaman içerisinde zengin bir kültürel mirasa sahip olmuştur. Özellikle yetiştirdiği sanatçılar, halk oyunları ve türküler bu birikimin oluşmasında oldukça etkilidir. Yemek kültürü olarak da zengin bir mutfığa sahiptir.

1. Kültürel birikim kültür turizmini geliştirebilmek için sahip olunması gereken faktörlerden birisidir.
2. Niğde ilinin M. Ö. 8.yy dayanan tarihi geçmişi boyunca oluşan zengin kültürel birikimi kültür turizmi açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.
3. Ancak bölge genelinde olduğu gibi bu potansiyellerin etkin kullanımında sıkıntılar vardır.
4. Tanıtım eksikliği ve halkın kültürel değerlere sahip çıkmasında görülen eksiklikler kültürel değerlerin kültür turizmi için yeterince kullanılamamasına neden olmaktadır.
5. Divan edebiyatı konusunda Niğde ilinde yetişen 30’dan fazla şair, ilin bu konuda bir birikimi olduğunu ortaya koymaktadır. Etkinlikler düzenlenerek divan edebiyatının yaşatılması sağlanabilir.
6. Gastronomi turizmi ve gelen turistlerin uğradığı yeme-içme mekânları, nitelikli ürünler ve eleman eksiklikleri giderilerek il yemek kültürünün etkin kullanımı sağlanabilir. Niğde İlinin zengin yöresel yemekleri aynı zamanda gastronomi turizmi ve markalaşmak için kullanılabilir.
7. Sosyo-kültürel değerleri oluşturan kültürel birikim, halk oyunları, türküler ve sanatçılar Niğde İlinin tanıtımı için kullanılabilir.

Tarihi Yapılar ve Doğal Güzellikler

Niğde ilinde bulunan dini yapılar, hanlar, kervansaraylar ilin sahip olduğu zengin tarihi birikimin bileşenleridir. Tarihi yapılarının yanında doğal güzellikleri de Niğde ilinin turizm çekiciliğini arttırmaktadır.

1. Tarihi yapılar ve doğal güzellikler alternatif turizm türleri için önemli imkânlar sunabilirler.
2. Niğde ili sahip olduğu değerler sayesinde alternatif turizmin gelişmesi için potansiyele sahiptir.
3. Niğde ilinin doğal ve tarihi değerlerini içeren envanterin eskimesi bu değerlerin korunma altına alınması için harekete geçilmesinin önünde engel teşkil etmektedir. Yeni bir envanter oluşturularak tarihi ve doğal değerlerin koruma altına alınması için çalışmalar yapılabilir.
4. Niğde ilinin dinlerin buluşma noktası olması inanç turizmi açısından değerlendirilmesi gereken bir potansiyeldir.
5. Tarihi Gümüşler Manastırında bulunan ve dünyada benzeri olmayan Gülen Meryem Ana freski Türkiye'nin ve Niğde İlinin tanıtımında kullanılabilir.
6. Gülen Meryem Ana freskinin tanıtımıyla yerli ve yabancı turistlerin ilgisi çekilebilir ayrıca bu fresk inanç turizmi açısından da değerlendirilebilir. Ancak bu potansiyelin değerlendirilmesi için öncelikle tarihi yapıların ve doğal güzelliklerin koruma ve yaşatma bilincinin halka verilmesi gereklidir. Tarihi yapılar ve doğal kaynaklar için koruma ve yaşatma bilinci verilerek halkın bu değerlere karşı tutumu geliştirilebilir.
7. Aladağlar Milli Parkı doğa turizmi açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.
8. Alternatif turizm yaklaşımlarından olan kültür ve inanç turizmleri için ilin sahip olduğu potansiyeller değerlendirilebilir.
9. Doğal güzellikleri olan alanlarda akarsu balıkçılığı, avcılık, dağcılık, yürüyüş parkurları, yayla turizmi ve kamp alanları gibi etkinlikler turizm amaçlı kullanılabilir.
10. Termal turizm potansiyelleri değerlendirilerek ilin turistik çekiciliği artırılabilir ve ilde sağlık turizminin gelişmesi sağlanabilir.
11. Niğde ilinde yapılan çalışmada belirtildiği gibi termal kaynakların sürdürülebilir kullanımı için kullanılmış termal su tekrar kaynağa enjekte edilebilir.
12. Yayla turizmi için uygun alanlara sahip Niğde İlinde bu turizmin geliştirilmesi için yayla şenlikleri düzenlenebilir ve gelen turistin konaklaması için uygun tesisler yapılabilir.

13. Doğal kaynakların ve güzelliklerin korunmasında eksiklikler vardır. Halkın bilinçlendirilmesi ve gerekli altyapı tesislerinin yapılması ile bu eksiklik düzeltilebilir.
14. Doğal güzelliklerin korunması için düzenli bir temizlik çalışması yapılabilir. Belli dönemlerde bu çalışmalara halkın katılımı sağlanarak doğal kaynakları koruma bilinci de yerleştirilebilir.
15. Yayla turizminin geliştirilmesi için yapılan çalışmalar ve dünya genelinde kaplıca turizmine olan ilginin artması önemli bir fırsattır.
16. Zengin biyolojik yapıya, milli parklara ve Yaban Hayatını Geliştirme Sahaları (YHGS) gibi korunan alanlara sahip olması Niğde İli için önemli bir fırsattır.

Müze ve Ören Yerleri

Niğde ilinde bulunan tarihi kalıntılar ilin kültürel zenginliğinin bir parçasıdır. Höyükler, ören yerleri, müze ve yer altı şehirleri tarihi birikiminin bir kısmını oluşturmaktadır.

1. Niğde İlinin sahip olduğu kültürel zenginliklerin yanında antik yapı zenginliği de il için önemli bir potansiyeldir.
2. Kültür turizminin gelişmesi büyük oranda ilin sahip olduğu görsel tarihi mirasla ilişkilidir. Ancak bu tarihi mirasın turistik açıdan değerlendirilebilmesi için müze veya ören yeri şeklinde düzenlenmesi gereklidir. Bu şekilde tarihi değerlerin hem turizme kazandırılması hem de korunması sağlanabilir.
3. Tarihi eserlerin korunması ve yaşatılması için gerekli bilincin halka verilmesi adına etkinlikler düzenlenebilir.
4. Turistlerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerde, müze ve ören yerlerinde gerekli donanımlarda eksiklikler vardır.
5. Bu eksikliklerin giderilmesi ile turizm açısından kalite artırılarak ve turist çekiciliğine fayda sağlanabilir.

Kütüphaneler

2011 bölgesel istatistiklerine göre il genelinde 16 kütüphaneden 109.658 kişi yararlanmaktadır.

1. Halk kütüphanesi sayısı artırılması ve halkın kütüphaneleri kullanması için teşvik edilmesi ilin kültürel gelişmişliğini arttıracaktır.

2. Milli Eğitim Bakanlığı başta olmak üzere belediyeler ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenecek etkinlikler yerel halkın kütüphane kullanımına teşvik edilmesi sağlanabilir.
3. 2011 yılı TÜİK verilerine göre bin kişi başına yararlanma sayısı Türkiye’de 64 iken bölge genelinde ortalama 164 ve ilde 325’dir.

Tiyatro ve Sinema

İl içerisinde 8 sinema ve 3 tiyatro salonu bulunmaktadır. TÜİK-Bölgesel İstatistiklerine göre;

1. Bölgede bulunan diğer iller ile karşılaştırıldığında 2011 yılında tiyatro gösterisi ve seyircisi sayısı artan tek ildir.
2. Halkın bu kültürel etkinliklere ilgisinin arttırması için belli dönemlerde ücretsiz sinema ve tiyatro etkinlikleri düzenlenebilir.
3. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 16 tiyatro salonu, 6298 koltuk bulunmaktadır. Niğde ilinde sadece 3 tiyatro salonunda toplam 1374 koltuk bulunmaktadır.
4. Bölgede 2011 yılında tiyatrolarda gösterim sayısı 93 ve toplam seyirci sayısı 28.881’dir. Niğde ilinde bu verilere bakıldığında gösterim sayısı 30 ve seyirci sayısı 10.000’dir.
5. TÜİK- Tiyatro İstatistikleri Veri Tabanı verilerine bakıldığında bölge genelinde 31 sinema salonu 4045 koltuk bulunmaktadır. Niğde ilinde ise 8 sinema salonunda 683 koltuk bulunmaktadır.
6. Bölgede gösterilen toplam film sayısı 573 ve seyirci sayısı 308.219’dur. İlde gösterilen film sayısı 80, toplam seyirci sayısı 66.020’dir.

Spor

Aladağlar Milli Parkı akarsu balıkçılığı, avcılık, dağcılık, yürüyüş parkurları, yayla turizmi ve kamp alanları gibi bölge turizmine alternatif olanaklar yaratacak potansiyele sahiptir.

1. Doğa yürüyüşü, bisiklet turları, avcılık, tırmanış ve akarsu balıkçılığı doğa turizmi açısından ilin sahip olduğu önemli potansiyellerdir.
2. Bu potansiyellerin sporcular için cazip hale getirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılarak sporcuların Niğde iline çekilmesi sağlanabilir.
3. Gelen turistlerin sportif aktiviteler yaparak seyahat etmeleri sağlanabilir.
4. Turistlerin bu aktiviteleri gerçekleştirmesini kolaylaştırmak amacıyla gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

5. Aladağlarda yapılan yürüyüş ve tırmanışların zorluğuna göre alternatif birçok güzergâh bulunmaktadır.
6. Ayrıca Niğde ilinde bisiklet turları düzenlenmektedir ve bunların da farklı içerikli güzergâhları mevcuttur.
7. Devlet desteği sağlanarak dağcılık turizmi geliştirilebilir.
8. Trekking ve bisiklet aktivitelerinin turizm açısından kullanılmasını arttırmak için yeni oluşturulacak ve var olan parkurlarda çevre temizliği ve peyzaj düzenlemeleri yapılmalıdır.
9. Bisiklet yarışları ve yürüyüş aktivitelerinin yurt içinde ve yurt dışında çekiciliğini arttırmak için yarışlara yönelik parkurlar belirlenebilir. Kamp alanları geliştirilebilir.
10. Niğde ili avcılık yapılabilmesi için uygun alanlara sahiptir. Aladağlar bölgesinde yapılan avcılık turistik olarak değerlendirilebilir. Fakat belli dönemler ve türler dışında avlanmaya izin verilmeyerek ve sıkı bir denetim altında doğal hayata zarar verilmeden bu turizm yapılabilir.

Geleneksel El Sanatları

Niğde ilinde halıcılık, çancılık, palancılık gibi yöreye özgü ve uzun geçmişe sahip geleneksel el sanatları vardır.

1. İlin sahip olduğu geleneksel el sanatları kültürel miras olarak hem il hem de ülke için çok önemlidir.
2. Bu el sanatlarının turistik amaçlı kullanımı ve satışı ile bu sanatların yaşatılmasına ve yöre ekonomisine katkı sağlanabilir.
3. Geleneksel el sanatlarının korunup yaşatılması ve tanıtımı konularında eksiklikler vardır.
4. Geleneksel el sanatlarında temel problem bu sanatların günümüzde ya unutulması ya da geleneksel özelliğini yitirmesidir.
5. Turizm sektörünün geliştirilmesinde geleneksel el sanatlarının ön plana çıkarılması etkin bir strateji olabilir.
6. Halıcılık sanatının orijinal örnekleri incelenerek düzenlenen kurslarla yeniden canlandırılabilir.
7. Özellikle geleneksel çancılık ve palancılık el sanatlarının yaşatılmasında en büyük sorun usta eksikliğidir.

8. Günümüzde çancılık sanatında sadece bir temsilci kalmıştır.
9. Semercilik sanatının günümüzde hediyelik eşya olarak üretimi yapılmaktadır.
10. Kamu kurumları ve özel işletmelerin katkılarıyla geleneksel el sanatlarını yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenmiş kurslara destek verilerek katılım arttırılabilir. Ayrıca yeni kursların açılması da sağlanabilir.
11. Özellikle halıcılık birliğinin açtığı kurslara katılımı arttırmak için halk teşvik edilebilir
12. Turistik açıdan geleneksel el sanatlarının taşıdığı potansiyel etkin bir şekilde tanıtım yapılarak kullanılabilir.
13. Geleneksel halıcılık sanatlarının üretildiği küçük atölyelerden sistematik bir şekilde toplanması ve satış yapılan noktalara ulaştırılması ile üretici ve satıcılar arasında oluşan iletişim eksikliği giderilebilir.
14. Bor ilçesine bağlı Obruk köyünde geleneksel özelliği bozulmasına rağmen el dokuması halılar yapılarak gelir elde edilmektedir. Bu halıların geleneksel şekilde üretimi yapılarak yaşatılması sağlanabilir.
15. Broşür ve yazılı medya sayesinde turistik açıdan el sanatlarının tanıtımı yapılabilir.
16. Aslına uygun olan ürünler kayıt altına alınarak geleneksel el sanatlarının korunması sağlanabilir ve zaman içerisinde bu sanatların yok olması önlenir.
17. Geleneksel el sanatlarının tanıtımı için gelen turistlerin konaklama noktalarında bu sanatlardan örnekler dekor olarak kullanılabilir ve bu noktalarda ürünlerin satışı yapılabilir.

Yerel Etkinlikler

Niğde ilinde çeşitli yerel etkinlikler yapılmaktadır

1. Etkinlikler ilin tanıtımında çok önemli bir yere sahiptir.
2. İlde bulunan kültürel değerleri yaşatmak ve tanıtmak için düzenlenen etkinlik sayısı oldukça azdır.
3. Kültürel birikimi oluşturan sanatçılar, yemekler ve halk oyunlarını tanıtmak üzere etkinlikler yapılabilir. Ayrıca ulusal veya uluslararası etkinliklere katılım sağlanarak ilin tanıtımı yapılabilir.
4. Yerel etkinliklerde yöreye özgü halk oyunları ve yemekler sergilenerek bu geleneklerin unutulması engellenebilir.

5. Spor faaliyetleri için etkinlikler düzenlenerek turizm açısından ilin çekiciliği artırılabilir. Bununla beraber sportif başarılar da bölgenin tanıtımında önemli rol oynayacaktır.
6. Niğde ilinde yapılan çalıştayda katılımcı görüşlerine göre turizm fuarlarına özel sektörün düzenli olarak katılabilmesi için mali destek sağlanabilir. Fuar alanı oluşturularak düzenlenen etkinliklerin daha kaliteli bir şekilde yapılması sağlanabilir.
7. Niğde ilin sahip olduğu güzellikler ve tarihi değerler ile ilgili festivaller organize edilerek turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanabilir.

Ticari Önem Taşıyan Değerler

El sanatları, yemekler ve yöreye has ürünlerin satışı yapılarak ilin ekonomisine katkı sağlanmaktadır. Bu ürünlerden bazıları markalaşmıştır (Elma,Gazoz). Niğde ilinde mevcutta ekonomik olarak fayda sağlanan ürünlere eklenebilecek çok sayıda ürün vardır. Ancak bunlara gereken önem verilmemektedir.

1. Niğde iline ait kültürel ve turistik değerlerin pazarlanmasında tanıtım eksikliği vardır.
2. Niğde ilinin sahip olduğu turizm ürünlerinin değerlendirilmesiyle yeni pazarlar oluşturulabilir.
3. Sağlanan ürün çeşitliliği ile farklı hedef kitlelerine erişilebilir.

5. E Turizm Sektöründe Kümelenme

Günümüzde teknoloji ve ulaşım altyapısındaki ilerlemeler ile kişi başına gelirin artması insanların boş zamanlarını değerlendirmesinde de farklılık yaratarak yadsınamaz şekilde büyüyen bir Turizm sektörü oluşturmuştur. Özellikle son yıllarda gelişmekte olan ülkeler açısından döviz kazanma potansiyeli göz önüne alındığında vazgeçilmez sektörlerden biri haline gelmiştir. Küresel rekabet ortamında oluşan teknolojik, ekonomik ve siyasi değişimler sonucunda, özellikle gelişmekte olan ülkelerin, dünya turizm pazarından aldıkları payı artırabilmek için, sundukları turizm ürünlerini çeşitlendirme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda ülkeler potansiyellerine göre turizm çeşitlendirmesine giderek kültür, kongre, inanç, alışveriş, sağlık turizmi gibi özel türleri ön plana çıkarmaya çalışmaktadırlar. Dünyada artan yaşlı nüfus sayısı ve deniz, kum, güneş turizm olgusunun yerini özel ilgi turlarına bırakması bazı ülkeleri dezavantajlı hale getirebilirken Türkiye gibi tarihi güzellikler ile bezeli ülkeleri avantajlı hale getirebilmektedir.

Bu çalışmada benzersiz bir jeolojiye sahip, tarih ve kültürel değerleriyle önemli kültür ve inanç turizmi merkezlerinden biri olan Kapadokya bölgesinin büyük bir kısmını kapsayan TR71 bölgesi turizm potansiyeli incelenmektedir. TR71 Bölgesi Akdeniz, Ege ve İstanbul'dan sonra ülkemizin en fazla turist çeken bölgesidir. Bu çalışma kapsamında TR71 bölgesi için Türkiye İstatistik Kurumundan alınan 2003-2012 verilerinden faydalanılarak bölgeye geliş amaçlarına göre turizm kümelenme analizi yapılmıştır.

Bu çalışma ile literatürden farklı olarak ilk defa TR71 bölgesi kapsamında yurt dışından bölgeye gelen yabancı ziyaretçilerin geliş amaçlarına göre kümelenme analizi yapılmıştır. Bulunan sonuçlar, TR71 bölgesi içerisinde turizm çeşidine göre homojen il grupları oluşturulabilmesine ve iller arasındaki mevcut benzerliklerin ve farklılıkların görsel olarak daha iyi algılanması için kümeler üretilmesine olanak sağlayacaktır. Bu sonuçlardan hareketle iller ölçeğinde gerçekleştirilecek kamu yatırımları, uygulanacak teşvik politikaları ve her türlü planlama için uygun bir veri tabanı üretilbilecektir.

5.E.1 Kümeleme Analizi:

Kümeleme analizi gruplanmış verileri benzerliklerine göre kategorize ederek homojen gruplara bölmede sıklıkla kullanılan çok değişkenli istatistiksel analiz türüdür. Kümeleme analizinde değişkenler gösterdikleri özellikler kullanılarak karşılaştırılmaktadır. Kümeleme analizi değişkeni sadece nesnelerin tanımlanan özelliklerini kapsamaktadır. Diskriminant analizinden farkı, kümelemede veri matrisi analiz öncesi tahmin ve kıstas alt setlerine bölüştürülmez.

Kümeleme analizinde ilk aşama, bir benzerlik veya uzaklık ölçüsünün (kareli öklid uzaklık veya pearson korelasyon gibi) seçilmesidir. Kullanılacak kümeleme tekniğine (hiyerarşik veya hiyerarşik olmayan gibi) yönelik karar ikinci aşamayı oluştururken; üçüncü adımda ise seçilen teknik için kullanılacak olan kümeleme yöntemi türü belirlenir. Son aşama ise küme sayısının belirlenerek yorumlamalarda bulunulmasıdır (Sharma, 1996).

Kümeleme işlemi iki şekilde oluşturulur. Hiyerarşik kümeleme ve hiyerarşik olmayan kümelemedir. En çok kullanılan yöntem ise hiyerarşik kümelemedir. Çünkü hiyerarşik yöntemler

çok büyük örnekleri analiz etmede uygun değildir (Hair v.d 1995 ve 2005). Hiyerarşik kümelemede ilk olarak bütün gözlemler tek bir kümede toplanır, sonra ise bu kümeye en uzak olan gözlemler birer birer kümeden dışlanarak diğer kümeler oluşturulur. Yöntem kaç küme oluşacağına kendisi karar verir.

Hiyerarşik olmayan kümeleme metodunda ise kullanılan hesaplama K- ortalamadır. K- ortalamalar yönteminin kullandığı algoritma aşağıdaki gibidir:

- K adet birim rastgele seçilir.
- Uzaklık ölçütlerine göre kümelere atlanır.
- Yeni küme merkezleri oluşturulan k adet başlangıç kümesindeki değişkenlerin ortalamaları alınarak oluşturulur.
- Birimler en yakın oldukları oluşturulan yeni küme merkezlerine birimlerin uzaklıkları hesaplanarak kümeye atanır.
- Uzaklıklar karşılaştırılır.
- Uzaklıklar makul görülebilir oranda azalmış ise küme atamasına dönülür.
- Eğer çok büyük bir değişiklik söz konusu olmamış ise, iterasyon sona erdirilerek kümeleme işlemi sonuçlandırılır.

Üç farklı teknik ile (ardışık, paralel ve uygun değer başlama) hesaplamalar gerçekleştirilir. Literatürde yapılan çalışmalar ise her iki yöntemin de eş anlı yapılması şeklindedir. Bu çalışmada da literatürle uyumlu olarak hiyerarşik kümeleme analizine başvurulmuştur. Birimlerin sınıflandırılmasında sıklıkla kullanılan bir yöntem olması nedeniyle de kareli öklid uzaklık (Squared euclidean distance) benzerlik ölçüsü olarak alınmıştır.

Öklidyen uzaklık ölçüsü kullanılarak iki birim arasındaki uzaklık

$$d(a,b) = \sqrt{(x_{a1} - x_{b1})^2 + (x_{a2} - x_{b2})^2 + \dots + (x_{ap} - x_{bp})^2} \quad (1)$$

formülüyle hesaplanır. En çok kullanılan ölçü birimidir. Kümeleme analizinde kullanılacak olan değişkenler belirli bir önem derecesinde ağırlıklandırılmış ise, Öklidyen uzaklık ölçüsü formülü aşağıdaki gibi olur.

$$d(a,b) = \sqrt{w_1(x_{a1} - x_{b1})^2 + w_2(x_{a2} - x_{b2})^2 + \dots + w_p(x_{ap} - x_{bp})^2} \quad (2)$$

Bu yöntemde, küme oluşturma işleminin her bir adımında bütün ikili seçenekler düşünülerek, Hata Kareleri Toplamı'nı (ESS) en az artıran iki nesne birleştirilebilen Ward metodu

kullanılmıştır. Ward metodu ile küme içi değişme minimize kümeler arasındaki değişim de maksimize edilmesi sağlanmıştır.

Çalışmada öncelikle TR71 Bölgesinde faaliyet gösteren Tur Operatörleri ve Konaklama Tesislerine odaklanılarak kümelenme analizi gerçekleştirilmiş olup daha sonra bu bölgede turizm çeşitliliğine göre kümelenme analizi hem hiyerarşik hem de hiyerarşik olmayan yöntemlerle tekrarlanmıştır.

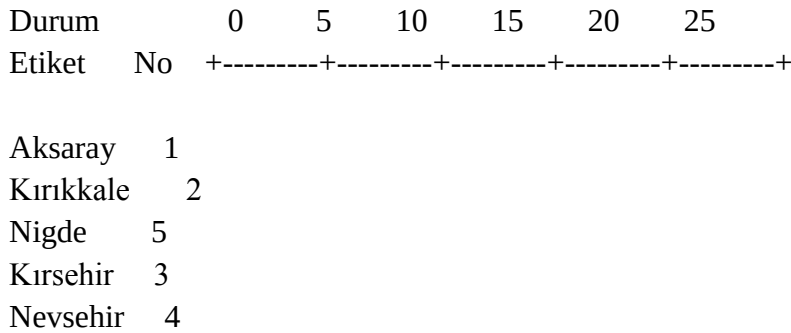
Tablo 26 de tur operatörlerinin TR71 bölgesinde performansları göz önüne alınarak analiz sonuçları hiyerarşik yöntemle sunulmuştur. Performans göstergesi olarak firmaların bölgeye getirdikleri turist sayıları baz alınmıştır.

Tablo 26: Tur Operatörleri Yığılmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü		Sonraki
				Aşama		Aşama
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	1	2	,006	0	0	2
2	1	5	,055	1	0	3
3	1	3	,310	2	0	4
4	1	4	5,038	3	0	0

Tablo 26 incelendiğinde, ilk aşamada 1. ve 2. şehir (Aksaray ve Kırıkkale) birbirine en yakın iki gözlemi göstermektedir. İlk aşamada kareli öklid uzaklık mesafesi 0.006 olarak hesaplanmış ve birbirine en yakın şehirlerin Aksaray ve Kırıkkale olduğunu göstermektedir. Son sütun Aksaray ve Kırıkkale'nin ikinci aşamada küme oluşturduğu görülmektedir. İkinci aşamada ise Kırşehir ve Kırıkkale'nin küme oluşturmada aralarındaki uzaklık 0,055 çıkmıştır.

Şekil 2: Tur Operatörleri Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram)



Tur Operatörleri ve bölgeye gelen turistler ağaç grafiği ile incelendiğinde Kırşehir, Niğde, Kırıkkale ve Aksaray'ın bir küme; Nevşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu görülmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda 2 küme olduğu tespit edilmiştir. Tablo 27 de ise hiyerarşik olmayan kümeleme analiz sonuçları sergilenmektedir.

Tabloya göre birinci tekrar sürecinde iki kümenin oluşumu tamamlandığı, kümelerde yer alan şehirlerin küme oluşturmada birbirine uzaklıkları incelenebilmektedir. Tur operatörleri

kapsamında Nevşehir'e en yakın il ise Niğde'dir. Anova sonuçları ise oluşturulan iki kümedeki illerin tesadüfî bir şekilde dağılmadığını destekler nitelikte bulgu sağlamaktadır.

Tablo 27: Tur Operatörleri Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,437	,000

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Aksaray	1	,180
2	Kırıkkale	1	,293
3	Kırşehir	1	,437
4	Nevşehir	2	,000
5	Niğde	1	,035

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Tur operatörleri	4,727	1	,103	3	45,698	,007

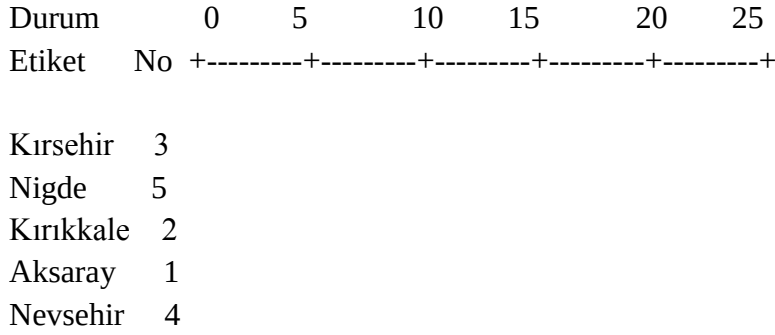
Tablo 28 de ise Konaklama tesisleri baz alınarak yapılan turizm kümeleme analiz sonuçları yığmacı hiyerarşik yöntemle göre verilmiştir. Çalışmada yine tur operatörlerinde olduğu gibi konaklama tesislerinin performansları kapasiteleri göz önüne alınarak incelenmiştir.

Tablo 28: Konaklama Tesisleri Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü		Sonraki
				Aşama		Aşama
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	3	5	,000	0	0	2
2	2	3	,019	0	1	3
3	1	2	,638	0	2	4
4	1	4	6,555	3	0	0

Tablo 28 incelendiğinde, ilk aşamada 3. ve 5. şehir (Kırşehir ve Niğde) birbirine en yakın iki gözlemi göstermektedir. İlk aşamada kareli öklid uzaklık mesafesi 0.000 olarak hesaplanan değer birbirine en yakın şehirlerin Kırşehir ve Niğde olduğunu göstermektedir. İkinci aşamada ise Kırıkkale ve Kırşehir birbirine yakın iller olarak karşımıza çıkmaktadır. Son sütun incelendiğinde Kırşehir ve Niğde'nin ikinci aşamada küme oluşturduğu görülmektedir.

Şekil 3: Konaklama Tesisleri Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram)



Konaklama tesisleri performansları ağaç grafiği ile incelendiğinde tur operatörlerinde olduğu gibi Kırşehir, Niğde, Kırıkkale ve Aksaray'ın bir küme; Nevşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 29'da Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda 2 küme olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre birinci tekrar sürecinde iki kümenin oluşumunu tamamlandığı ve kümelerde yer alan şehirlerin küme oluşturmada birbirlerine olan uzaklıkları incelenebilmektedir. Konaklama tesisleri kapsamında Nevşehir ile ileride küme oluşturabilme ihtimali en çok olan il ise Niğde'dir. Tablo 29'un en alt kısmında verilen Anova sonuçları ise oluşturulan iki kümedeki illerin tesadüfî bir şekilde dağılmadığını destekler nitelikte bulgu sağlamaktadır.

Tablo 29: Konaklama Tesisleri Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,000	,341

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Aksaray	2	,681
2	Kırıkkale	2	,341
3	Kırşehir	2	,175
4	Nevşehir	1	,000
5	Niğde	2	,165

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Kültür ve İnanç Turizmi	5,916	1	,213	3	27,808	,013

Çalışmanın bu bölümünde ise turizm çeşitliliği baz alınarak turizm kümelenme analizi yapılmıştır. Bu analiz kapsamında kültür ve inanç turizmi, termal ve sağlık turizmi, kongre turizmi, ziyaret ve gezi amaçlı turizm faaliyetleri sırasıyla incelenmiştir.

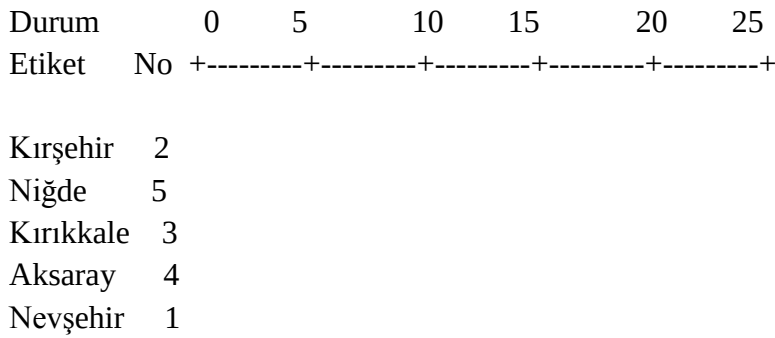
TR71 bölgesi kültür ve inanç turizmi kapsamında tarihi zenginliğe sahiptir. Kültür ve İnanç Turizmi kapsamında bölgede turizmi oluşturan başlıca öğeler arasında; Kiliseler, Manastırlar, Selçuklu ve Osmanlı Eserleri, Yeraltı Şehirleri, Antik Kentler, Müzeler, Geleneksel El Sanatları, Sosyal ve Kültürel Etkinlikler yer almaktadır.

Tablo 30: Kültür ve İnanç Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü		Sonraki Aşama
				Aşama		
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	2	5	,002	0	0	2
2	2	3	,017	1	0	3
3	2	4	,056	2	0	4
4	1	2	1,413	0	3	0

Tablo 30 incelendiğinde, ilk aşamada 2. ve 5. şehir (Kırşehir ve Niğde) birbirine en yakın iki gözlemi göstermektedir. İlk aşamada kareli öklid uzaklık mesafesi 0.002 olarak hesaplanmış ve birbirine en yakın şehirlerin Kırşehir ve Niğde olduğunu göstermektedir. Son sütun incelendiğinde Kırşehir ve Niğde'nin ikinci aşamada küme oluşturduğu görülmektedir. İkinci aşamada ise Kırşehir ve Kırıkkale'nin küme oluşturmada aralarındaki uzaklık 0,017 çıkmıştır.

Şekil 4: Kültür ve İnanç Turizmi Ward Methodu Kullanılarak Oluşturulan Ağaç Grafiği (Dendrogram)



Kültür ve inanç turizmi kapsamında bölgeye gelen turistler ağaç grafiği ile incelendiğinde Kırşehir, Niğde, Kırıkkale ve Aksaray'ın bir küme; Nevşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu görülmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda 2 küme olduğu tespit edilmiştir. Tablo 31 de ise hiyerarşik olmayan kümeleme analiz sonuçları sergilenmektedir. Tabloya göre birinci tekrar sürecinde iki kümenin oluşumu tamamlandığı, kümelerde yer alan şehirlerin küme oluşturmada birbirine uzaklıkları incelenebilmektedir.

Bu kapsamda kültür ve inanç turizminde Nevşehir ilimize en yakın şehirler Kırşehir ve Niğde olsa da küme oluşturabilecek turizm potansiyelini 2003-2012 döneminde yakalayamadığını

görmekteyiz. TR71 bölgesinde Kırşehir ve Niğde kültür ve inanç turizmi kapsamında gerekli destekler ile küme oluşturabilme potansiyeli Aksaray’a göre daha güçlüdür. Anova sonuçları ise oluşturulan iki kümedeki illerin tesadüfî bir şekilde dağılmadığını destekler nitelikte bulgular sağlamıştır.

Tablo 31: Kültür ve İnanç Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,000	,157

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,000
2	Kırşehir	2	,025
3	Kırıkkale	2	,157
4	Aksaray	2	,171
5	Niğde	2	,039

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Kültür ve İnanç Turizmi	1,357	1	,019	3	72,685	,003

TR71 bölgesi termal ve sağlık turizmi kapsamında da turist çekebilen doğal zenginliklere haiz bir bölge konumundadır. Bu zenginliklerin başında gelen merkezler; Nevşehir ilinde Kozaklı Termal, Niğde ve Aksaray’da Narlıgöl Ilısu Termal, Niğde’de Çiftehan Termal, Kırşehir’de Terme Karakurt Termal Turizm merkezleri yer almaktadır.

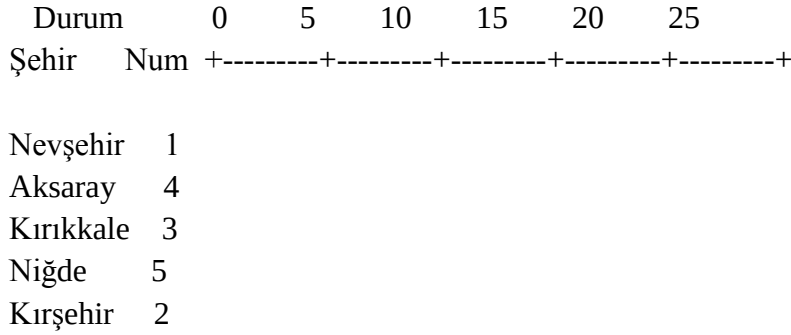
Tablo 32: Termal ve Sağlık Turizmi Yıgmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Kümenin İlk Görüldüğü Aşama			Sonraki Aşama
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	1	4	,008	0	0	4
2	3	5	,017	0	0	3
3	2	3	,057	0	2	4
4	1	2	,272	1	3	0

Tablo 32 incelendiğinde, ilk aşamada Nevşehir ve Aksaray termal ve sağlık turizmi açısından birbirine en yakın iki gözlemi oluşturmaktadır. İlk aşamada kareli öklid uzaklık 0.008 olarak hesaplanmış ve birbirine en yakın şehirlerin Nevşehir ve Aksaray olduğunu göstermektedir. Son

sütun incelendiğinde Nevşehir ve Aksaray'ın ancak dördüncü aşamada küme oluşturabilir potansiyele sahip olduğu görülmektedir.

Şekil 5: Termal ve Sağlık Turizmi Ağaç Grafiği



Ağaç grafiği incelendiğinde, Nevşehir ve Aksaray'ın termal ve sağlık turizmi açısından bir küme; Kırıkkale, Niğde ve Kırşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu ve termal ve sağlık turizmi kapsamında oluşan kümelerdeki dağılımın tesadüfî olmadığı gözükmemektedir. TR71 bölgesinde termal ve sağlık turizmi kapsamında Nevşehir ve Aksaray bölgesi homojen bir grup oluşturabilmektedir. Yapılacak sağlık turizmine yönelik tesislerde uygulanacak teşvikler bu gruplar dikkate alınarak sağlanmalıdır.

**Tablo 33: Termal ve Sağlık Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci**

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,063	,148
2	,000	,000

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,063
2	Kırşehir	2	,163
3	Kırıkkale	2	,015
4	Aksaray	1	,063
5	Niğde	2	,148

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Termal ve Sağlık Turizmi	,215	1	,019	3	11,418	,043

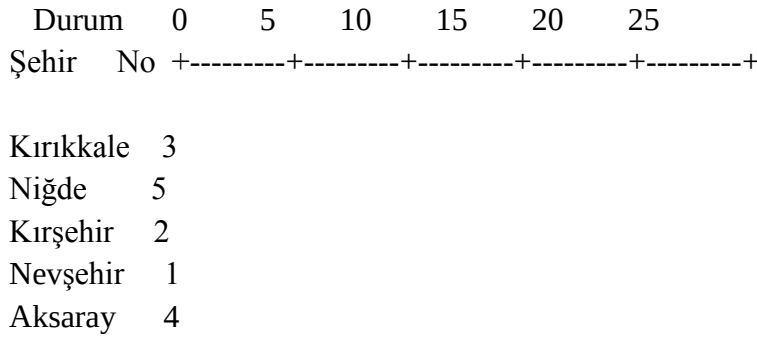
TR71 bölgesi kongre turizminde de avantajlı bir konumdadır. Bölgede dört ve beş yıldızlı otellerin sayısı 26 olup bu otellerdeki salonların sayısı bir ile on iki arasında değişmektedir. Katılımcılara paralel oturma imkânının da sağlanabildiği bölge otellerinde dinlenme ve eğlenme olanakları da sunularak Kapadokya kongre turizminde ön plana çıkarılmaktadır.

Tablo 34: Kongre Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Kümenin İlk Görüldüğü Aşama			Sonraki Aşama
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	3	5	,000	0	0	2
2	2	3	,032	0	1	4
3	1	4	,117	0	0	4
4	1	2	,796	3	2	0

Tablo 34 incelendiğinde, ilk aşamayı Kırıkkale ve Niğde'nin kongre turizmi açısından birbirine en yakın iki gözlemi oluşturmaktadır. Son sütün incelendiğinde ise Nevşehir ve Aksaray'ın ancak dördüncü aşamada küme oluşturduğu görülmektedir.

Şekil 6: Kongre Turizmi Ağaç Grafiği



Ağaç grafiği incelendiğinde, Nevşehir ve Aksaray'ın termal ve sağlık turizminde olduğu gibi kongre turizmi açısından da bir küme; Kırıkkale, Niğde ve Kırşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu görülmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda TR71 bölgesinde 2 küme ortaya çıkmış ve bu kümelerdeki dağılım tesadüfi meydana gelmemiştir.

**Tablo 35: Kongre Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci**

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,207	,081

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,207
2	Kırşehir	2	,146
3	Kırıkkale	2	,081
4	Aksaray	1	,207
5	Niğde	2	,065

ANOVA

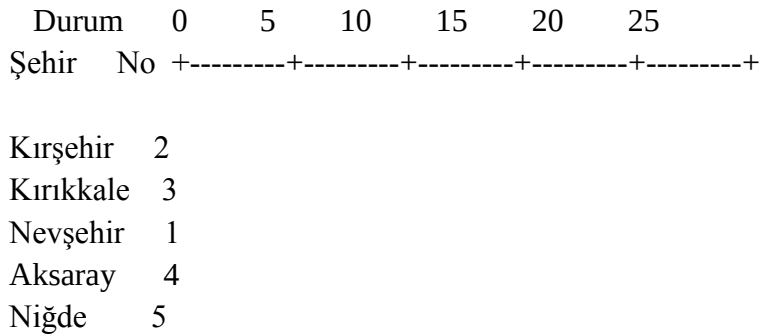
	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Kongre Turizmi	,678	1	,039	3	17,317	,025

Tablo 36: Ziyaret Turizmi Yıgmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü		Sonraki Aşama
				Aşama		
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	2	3	,011	0	0	4
2	1	4	,032	0	0	3
3	1	5	,410	2	0	4
4	1	2	4,820	3	1	0

Tablo 36 incelendiğinde, ilk aşamada Kırşehir ve Kırıkkale'nin ziyaret turizmi açısından birbirine en yakın iki gözlemi oluşturduğu, iki ilin dördüncü aşamada küme oluşturabildiği görülmektedir.

Şekil 7: Ziyaret Turizmi Ağaç Grafiği



Kırşehir ve Kırıkkale'nin yurt dışından gelen gurbetçiler açısından ziyaret turizmi için bir küme; Nevşehir, Aksaray ve Niğde'nin ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu görülmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda TR71 bölgesinde yurt dışı ziyaret kapsamında 2 küme ortaya çıkmış ve bu kümelerdeki dağılımın tesadüfî olmadığı gözlenmiştir.

Tablo 37: Ziyaret Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,354	,075

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,354
2	Kırşehir	2	,075
3	Kırıkkale	2	,075
4	Aksaray	1	,148
5	Niğde	1	,502

ANOVA

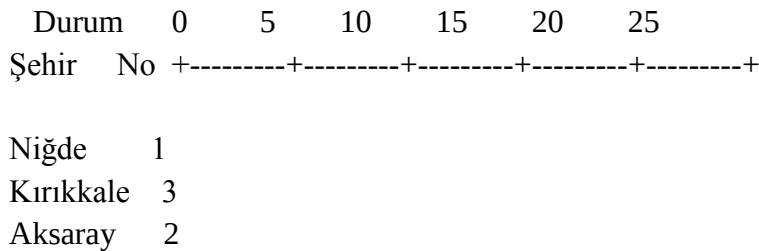
	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Ziyaret Turizmi	4,409	1	,137	3	32,236	,011

Tablo 38: Gezi Turizmi Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü Aşama		Sonraki Aşama
	Küme 1	Küme 2		Küme 1	Küme 2	Küme 2
1	1	3	,026	0	0	3
2	2	4	,080	0	0	3
3	1	2	,361	1	2	4
4	1	5	3,485	3	0	0

Tablo 38 incelendiğinde, ilk aşamada Nevşehir ve Kırıkkale'nin gezi turizmi açısından birbirine en yakın iki gözlemi oluşturduğu ve kareli öklid uzaklığın 0.026 olarak hesapladığı görülmektedir. Nevşehir ve Kırıkkale'nin ancak üçüncü aşamada küme oluşturabildiği görülmektedir.

Şekil 8: Gezi Turizmi Ağaç Grafiği



Kırşehir 4
Nevşehir 5

Şekil.8’de Nevşehir’e en yakın il Kırıkkale olmakla birlikte, yine de küme oluşturabilecek potansiyele sahip olmadığı görülmektedir. TR71 de Nevşehir dışındaki illerden Kırşehir, Kırıkkale, Aksaray ve Niğde’nin gezi turizmi açısından bir küme; Nevşehir’in ise kendi başına ayrı bir küme oluşturduğu görülmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda TR71 bölgesinde yurt dışı ziyaret kapsamında 2 küme ortaya çıkmıştır ve bu kümelerdeki dağılım tesadüfi meydana gelmemiştir.

**Tablo 39: Gezi Turizmi Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci**

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,378	,000

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,152
2	Kırşehir	1	,430
3	Kırıkkale	1	,378
4	Aksaray	1	,100
5	Niğde	2	,000

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Gezi Turizmi	3,124	1	,120	3	25,946	,015

Tablo 40: TR71 Turizm Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü Aşama		Sonraki Aşama
	Küme 1	Küme 2	Küme1	Küme 2	Küme1	Küme 2
1	3	5	,012	0	0	3
2	2	4	,028	0	0	3
3	2	3	,430	2	1	4
4	1	2	1,836	0	3	0

Tablo 40’da, toplam turizm potansiyeline göre kümelenme analiz sonuçları verilmiştir. Bu kapsamda yapılan analize göre, ilk aşamada Kırıkkale ve Niğde’nin turizm açısından birbirine en yakın iki gözlemi oluşturduğu görülmektedir. Kareli öklid uzaklık 0.012 olarak hesaplanmış ve

birbirine en yakın şehirlerin benzerliği gösterilmiştir. Son sütun incelendiğinde Kırıkkale ve Niğde'nin ancak üçüncü aşamada küme oluşturabildiği görülmektedir.

Şekil 9: Turizm Ağaç Grafiği

Durum	0	5	10	15	20	25
Şehir	No	+-----+	+-----+	+-----+	+-----+	+-----+
Kırıkkale	3					
Niğde	5					
Kırşehir	2					
Aksaray	4					
Nevşehir	1					

Ağaç grafiği incelendiğinde, Kırıkkale, Niğde, Kırşehir ve Aksaray'ın bir küme oluşturduğu gözlenirken; Nevşehir kendi başına grubun dışında bir küme oluşturmıştır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçları incelendiğinde ise ilk tekrarda TR71 bölgesinde turizm kapsamında 2 küme ortaya çıkmıştır ve bu kümelerdeki dağılım tesadüfi meydana gelmemiştir.

Tablo 41: Turizm Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analiz Sonuçları
Tekrar Süreci

Tekrar	Küme Merkezlerindeki Değişim	
	1	2
1	,000	,394
2	,000	,000

Küme Üyeliği

Durum Sayısı	Şehir	Küme	Farklılık
1	Nevşehir	1	,000
2	Kırşehir	2	,228
3	Kırıkkale	2	,394
4	Aksaray	2	,406
5	Niğde	2	,241

ANOVA

	Küme		Hata		F	Anlamlılık
	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df	Ortalama Kare	df
Turizm	1,407	1	,143	3	9,821	,052

5.E.2 Değerlendirme

Bu çalışma ile ilk defa TR71 bölgesine gelen yabancı ziyaretçilere ilişkin kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Turizm kümeleme analizleri ile İl bazında turizm yatırım konuları, bölgede öne çıkan ya da öne çıkma potansiyeli taşıyan turizm çeşitleri, farklı turizm türlerinin yapısı ve birbirleri arası etkileşim kanalları dikkate alınarak değerlendirilecektir. Kümelenmelerin oluşması ve bu kümelerin tespiti ile hem ulusal hem de uluslararası rekabet edebilirlik artırılabilir. Çünkü kümelenmeler rekabeti, küme içindeki illerdeki turizm işletmelerinin üretkenliğini

artırarak; balon turizmi, dağ yürüyüşü, gezi turları gibi yeni turizm fikirleri oluşturabilecek ve bu şekilde yenilikçiliğe yönlendirebilecektir. Ayrıca kümelenmeler sayesinde bölgenin önemli bir sorunu olan kalifiye iş gücünün sağlanmasına yönelik politikalar da oluşturulabilecektir.

Tur operatörleri ve konaklama tesisleri baz alınarak oluşturulan kümelenme analizi sonucunda Kırşehir, Niğde, Kırıkkale ve Aksaray'ın bir küme; Nevşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Tur operatörleri ve konaklama tesisleri kapsamında Nevşehir ile ileride küme oluşturabilecek potansiyele en fazla sahip il Niğde olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm çeşidine göre yapılan kümelenme analiz sonuçlarına göre;

- a) Kültür ve inanç turizmi kapsamında Kırşehir, Niğde, Kırıkkale ve Aksaray'ın bir küme; Nevşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu,
- b) Nevşehir ve Aksaray'ın termal ve sağlık turizmi açısından bir küme; Kırıkkale, Niğde ve Kırşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu,
- c) Nevşehir ve Aksaray'ın termal ve sağlık turizminde olduğu gibi kongre turizmi açısından da bir küme; Kırıkkale, Niğde ve Kırşehir'in ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu,
- d) Kırşehir ve Kırıkkale'nin yurt dışı gelen gurbetçiler açısından ziyaret turizmi için bir küme; Nevşehir, Aksaray ve Niğde'nin ise ikinci bir kümeyi oluşturduğu,
- e) TR71 de Kırşehir, Kırıkkale, Aksaray ve Niğde'nin gezi turizmi açısından bir küme; Nevşehir'in ise kendi başına ayrı bir küme oluşturduğu,
- f) Toplam turizm potansiyeline göre; Kırıkkale, Niğde, Kırşehir ve Aksaray'ın bir küme oluşturduğu gözlenirken; Nevşehir'in kendi başına grubun dışında bir küme oluşturduğu gözlenmiştir.

Bu sonuçlar ışığında, kümelenmiş illerin ve turizm işletmelerinin sektör için önemli özel bilgilere daha çok sahip olabileceği, kümelenmemiş bölge ve işletmelere oranla finansal kabiliyetinin yüksekliği de göz önüne alınarak daha çok kar elde etme potansiyeli olduğu politika yapıcılar tarafından dikkat edilmesi gereken bir olgudur. Ayrıca, küme içerisindeki illerin ve dolayısıyla şirketlerin kamusal mal ve hizmetlere ulaşabilme yeteneğinin de fazla olacağı göz ardı edilmemeli ve yine kümelenmenin verdiği avantajla bu kümedeki iller ve firmaların yeni pazarlara girebilme potansiyeli değerlendirilmeli, hizmet kalitelerinin sürekli yükseleceği unutulmamalıdır. Kümelenmiş iller ve firmaların, aracı tur şirketlerinin yersiz bir şekilde keyfi fiyat artışlarını da önleyerek rekabeti dinamik yapıda tutacakları ve işlem maliyetlerini minimize edeceği göz önüne alınmalıdır.

6. GZFT ANALİZİ (Güçlü-Zayıf Yönler Fırsatlar ve Tehditler)

GZFT analizi kapsama konu olan yerin, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemekte ve dış çevreden kaynaklanan olanak ve kısıtlamaları saptamakta kullanılan bir tekniktir. Amaç; iç ve dış etkenleri dikkate alarak, var olan güçlü yönler ve olanaklardan en üst düzeyde yararlanacak, kısıtlamaların ve zayıf yönlerin etkisini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirmektir. TR 71 illeri (Kırıkkale, Kırşehir, Aksaray, Nevşehir ve Niğde) Turizm GZFT analizi aşağıdaki gibi şekillenmiştir:

Tablo 42: GZFT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
Bölgenin jeolojik ve jeomorfolojik özelliklerinden dolayı farklı turizm aktivitelerinin yapılmasına imkân veren yöreye özgü alanlar içeriyor olması (vadi, dağ, yayla, nehir, mağara, peri bacaları)	Yeterli turizm yaratıcı kaynağın olmasına rağmen turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilememesi
Bölgenin hâkim bitki örtüsünün step/bozkır olmasından dolayı sahip olunan zengin biyolojik çeşitlilik	Bölgedeki orman alanı varlığının az oluşu
Bölgede ki uluslararası öneme sahip alanların varlığı (2 adet Milli Park, 1 adet Tabiat Parkı, 1 adet RAMSAR ve 1 adet Özel Çevre Koruma Bölgesi)	Müzelerin yeteri kadar ilgi çekememesi
Kapadokya Bölgesinin M.Ö 3000 yılına kadar uzanan geçmişi nedeniyle birçok tarihi, arkeolojik, kültürel ve folklorik değere sahip olması (hanlar, kaleler, höyükler, yeraltı şehirleri vb.)	Bölgedeki çok sayıda tarihi ve kültürel değerlerin turizme kazandırılmaması
Bölgede halen devam ettirilmekte olan birçok geleneksel el sanatı varlığı (çanak-çömlekçilik, dokumacılık, halıcılık, çan yapımı, keçecilik, semercilik, vb.) olması	Bölgedeki tüm illerde kent estetiğinin zayıf olması
Bölgenin dört mevsim ziyaret edilebilir olması	Doğal alanlarda bulunan üst yapı tesislerinin doğal yapı ile uyumsuz olması
Bölgede yaz aylarının güney ve ege bölgelerine göre nispeten daha serin geçmesi	Karasal iklim nedeni ile kışın çok soğuk geçmesi ve bağlı olarak açık hava müzesi niteliğindeki alanların ziyaret kısıtlılığı
Bölgenin sahip olduğu zengin yöresel mutfağı ile gastronomi turizmi potansiyeline sahip olması	Kaliteli ve zengin çeşitli yöresel yemek sunan tesis sayısının az olması
Kızılırmak Nehri'nin ve Bölgede yer alan Baraj Göllerinin ırmak turizmi için uygun olması (yelken-kano yarışları, tekne gezileri vb.)	Bölge hakkında alternatif turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması
Coğrafi yapının ve iklim şartlarının	Yerel yönetimlerin vizyon eksikliği

bölgedeki tarım üretimi ve ürün çeşitliliğini artırması	
Bölgedeki jeotermal kaynakların varlığı	Jeotermal kaynakların yeterince değerlendirilememesi
Bölgedeki inanç turizmi potansiyeli (Kilise ve manastırlar, Taptuk Emre, Somuncu Baba, Hacıbektaş Veli, Hasandede)	Yerel yönetimlerin bütçe yetersizlikleri
Bölgede organik tarıma uygun alanların bulunması	Bölgenin Turizm Master Planı olmayışı
Marka değer oluşturabilecek kaliteli tarım ürünlerinin varlığı (ceviz, üzüm, ay çekirdeği, pekmez, elma, patates)	Tanıtım ve pazarlama eksikliğine bağlı olarak Nevşehir haricindeki bölge illerinin yeterince tanınmıyor olması
Bölgenin, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizm çeşitlendirilmesi stratejisine göre deniz turizmi haricindeki, alternatif turizm türlerinin (sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, eko turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi) yapılabilmesine olanak veren bir potansiyele sahip olması	Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunun sağlanamamış olması
Bölgenin tarihi İpek Yolu üzerinde olması nedeniyle, turistik destinasyon potansiyeline sahip olması	Yerel halkın eko turizm konusundaki çekingenliği ve bilgi eksikliği
Ülkenin doğu-batı ve kuzey-güney karayollarının kesişim noktasında yer alması	Turistlere yönelik sosyal aktivitelerin yetersiz olması
Coğrafi yönden, ulaşım imkânlarının kolay olması	Kırıkkale ili dışındaki Bölge illerindeki geceleme sayılarının az olması
Gelişmiş karayolları ağına sahip olması	Yerel yatırımcının bölgede yatırıma yönlendirilememiş olması
Coğrafi konumu nedeniyle büyük metropollere komşu olması (Ankara, Konya, Adana, Kayseri)	Alternatif turizme yönelik faaliyetlerin yetersiz olması
Bölgenin geleneksel Türk misafirperverliğine sahip olması	Bölgedeki STK'ların yeterince etkin olmaması
Bölge genelinde çok sayıda tescilli tarihi yapının bulunuyor olması	Bölgeye yönelik turistik yatırım ve teşviklerin az, girişimciliğin yetersiz olması
Bölgenin istikrarlı bir bölgede bulunuyor olması (toplumsal olaylar ve güvenlik problemlerinin az olması)	Bölge genelinde turizm sektöründe yeterli sayıda yetişmiş personel bulunmaması
Bölge genelinde birçok etkinliğin (festival ve şenlik) gerçekleştirilmesi	Geleneksel el sanatlarından bazılarının (semercilik, çancılık, vb.) giderek yok olması
	Bölge genelinde turizm ve çevre bilincinin yetersiz oluşu
	Bölge genelinde gerçekleştirilen etkinliklerin

	(festivallerin ve şenliklerin) yeterince ses getirmemesi
	Fizibilitesiz yatırımların varlığı (Niğde havaalanı)
	Turizm paydaşları (yerel yöneticiler, sektör yöneticileri, sivil toplum örgütleri, yerel halk) arasındaki diyalog ve işbirliğinin yetersiz olması
	Kurumlar arasındaki koordinasyon eksikliği
	Nevşehir ili haricindeki diğer bölge illerinin markalaşamaması
	Bölge illerini tanıtıcı broşür, tanıtım kitapçığı vb. materyalin olmaması
	Nevşehir ili dışındaki bölge illerinde turizmin temel sektör olarak görülmemesi
	Bölge genelinde turizmde branşlaşma ve uzmanlaşma sağlanamamış olunması
	Seyahat acentelerinin düzenlediği özel ilgi turlarının yetersiz kalması
	Bölge genelinde altyapının yetersiz oluşu
	Konaklama tesislerinde çok ucuza ve kalitesiz hizmet verilmesi
	Bölge turizmiyle alternatif turizm imkanlarının entegre edilememesi

FIRSATLAR	TEHDİTLER
Dünyada ve Türkiye’de alternatif turizm türlerine yönelik talebin giderek artması	Turizm sektörünün kırılgan bir yapıya sahip olması
Bölgede ki her ilde birden fazla Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumunun bulunuyor olması	Dağınık ve çarpık kentleşmenin doğal ve tarihi dokuya zarar vermesi
Organik tarıma yönelik büyük şirketlerin yatırım talepleri	Mülkiyet sorunu, kaçak yapılaşma ve bürokratik nedenlerden ötürü restorasyon çalışmalarının yapılamaması veya ağır ilerlemesi
Bölgede tarımsal (yöresel) ürünlerin pazarlama imkânlarının geliştirilebilir olması	Tarım alanlarının aşırı ve bilinçsiz sulama teknikleriyle sulanması sonucu tarım alanlarında yaşanan çoraklaşma ve verimsizlik
Bölge illerinde geleneksel el sanatları konusunda yürütülen projeler (Niğde ve Aksaray'da halı müzelerinin kurulması)	Tarım alanlarındaki aşırı ve bilinçsiz sulama teknikleriyle doğal alanlara verdiği tahribat (vahşi sulama ve kaçak kuyular nedeniyle

	kuruyan Eşmekaya Sazlığı, Seyfe ve Tuz Gölü)
Bölgede sanayi tesisinin az oluşu	Bölge genelinde yaşanan düşük çevre kalitesi (Hava ve su kirliliği)
Dünyada ve ülkemizde jeotermal ve sağlık turizmne olan ilginin artıyor olması	Termal suyun bilinçsiz kullanılması
Bölgede devam eden termal turizm yatırımları	Bölgeye gerçekleştirilen turların bir kısmının bölge dışındaki acenteler tarafından organize edilmesi
Bölgede jeotermal kaynakların varlığına bağlı modern konaklama tesislerinin yapılmaya başlaması	Ihlara Vadisinde yaşanan kaya düşmelerinin sebep olduğu güvenlik sorunu
Bölge illerinin kalkınmada öncelikli iller arasında yer alması	Yerel yönetimlerdeki mali kaynak yetersizliği
Yerli ve yabancı turizm yatırımcılarının bölgeye ilgi duyması	Bölgedeki korunan alanlar üzerindeki insan baskısı (Göreme Tarihi Milli Parkı, Seyfe Gölü Ramsar Alanı, Tuz Gölü)
Bölge illerinde (Niğde, Aksaray ve Nevşehir illerindeki kiliselerde) gerçekleştirilen dini aktivitelerin (ayinler vb.) tüm dünyada ses getirmesi	Bazı turistik alanlarda (özellikler vadilerde) güvenlik eksikliğinin olması
Göreme Tarihi Milli Parkı'nın ve Hacı Bektaş-i Veli Türbesi'nin ' UNESCO Dünya Doğal ve Kültürel Mirası Listesi'nde bulunuyor olması	"Kapadokya Bölgesinin sadece Nevşehir ilinden ibaret olması" algısının kırılmaması
Kırşehir iline özgü Âşıklık Geleneğinin 2009'da UNESCO Somut Olmayan Dünya Kültür Mirası Listesi'ne girmesi	Yaylalarda artan çarpık yapılaşma
Ihlara Vadisinin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesine adaylığı	Bürokratik engeller
Kırıkkale Valiliği tarafından yürütülen Yeşil Vadi Projesi	Düşük fiyat uygulamasının getirdiği kalitesiz hizmet
Nevşehir ve Niğde Orman ve Su İşleri Şube Müdürlüklerinin Tarihi Göreme Milli Parkı ve Aladağlar Milli Parkı'nda yürüttükleri projeler	Bölgedeki korunan alanlarda ziyaretçi taşıma kapasiteleri ile ilgili herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması ve korunan alanlarda taşıma kapasitelerinin üzerinde ziyaretçi ağırlanması
Bölgede (Nevşehir ili hariç) turizmin henüz yeni bir sektör olması, turizm pazarının doyuma ulaşmamış olması ve rekabetin şiddetli olmaması nedeniyle yeni yatırımcılara açık olması ve birçok yatırımlara uygun alanın olması	Kızılırmak Nehri'nde yaşanan su kirliliği
Niğde Orman ve Su İşleri Şube Müdürlüğü tarafından başvurusu yapılan "Vadilerde	

Yayla Turizmin Geliştirilmesi Projesi"	
Bölgede devam eden demiryolu ve karayolu ulaşım yatırımları ve projeleri (Ankara-Kayseri ve Antalya-Kayseri hızlı tren projesi)	Tarihi ve doğal alanlardaki tahribatın artması (define amaçlı kazı çalışması vb.)
Bölgeye karayolu haricinde demiryolu ve havayolu ile de ulaşılabilir olunması	Havayolu ulaşımının kısıtlı olması (seferlerin aktarmalı, sayısının az ve bir kaç ile sınırlı olması)
Balon turizminin Nevşehir ili ile özdeşleşmesi	Nitelikli genç nüfusun bölge dışına göç vermesi
Nevşehir ilindeki nitelikli tesislerin varlığı	Nevşehir ili dışında bölgedeki diğer illerde yeterli sayıda nitelikli konaklama tesisi bulunmaması
Türk Hava Kurumu ve Yamaç Paraşütü Federasyonunca Hasan Dağı'nın Türkiye'nin en iyi yamaç paraşütü yapılabilecek alanları arasında gösterilmiş olması	Alternatif turizm konusunda uzmanlaşmış yeterli sayıda ve nitelikte seyahat acentesi, tur operatörü ve rehberin bulunmaması
Konya ve Kayseri gibi büyük metropollere yakınlığından dolayı bütünleşik bir turizm destinasyonu yaratma potansiyelinin olması	Rakip destinasyon merkezlerinin Kayseri (kış turizmi), Konya (inanç turizmi) vb. olması ve bu şehirlerin bazı alanlarda rekabet üstünlüğüne sahip olmaları
Ürgüp, Göreme, Avanos gibi merkezlere yönelik ilginin her sene daha da artıyor olması	Turizm sektöründe turizm eğitimi almamış kişilerin istihdam ediliyor olması
Doğal gazın konutlarda, seracılıkta ve sanayide kullanılması ve hava kirliliğinin ortadan kalkması	Tesislerdeki düşük doluluk oranları
2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde Aksaray, Kırşehir, Nevşehir ve Kayseri illerinin "Kapadokya Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi" ilan edilmesi	
2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde Nevşehir'in "Marka Kültür Turizmi Kenti" ilan edilmesi	Bölge illeri genelinde kültürel ve sanatsal etkinlikler için yeterli sayıda fiziki mekânların bulunmaması
2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde, Aksaray, Kırşehir, Nevşehir, Niğde illerinin "Orta Anadolu Termal Turizm Bölgesi" ilan edilmesi	Kayseri ilindeki nitelikli kış turizmi tesisleri
Bölge illerinin (Nevşehir hariç) ulusal ve uluslararası pazarlar için keşfedilmemiş bir destinasyon olması	Uzak doğudan gelen ucuz hediyelik eşyalara talebin artması nedeniyle geleneksel el sanatlarına olan ilginin azalması, bazı el sanatlarının neredeyse yok olması
Kırşehir Kaman'da bulunan Japon bahçesinin, Japonya sınırları dışında bulunan en büyük Japon botanik bahçesi olması	Özellikle geleneksel mimaride bozulmaların başlaması, bazı yerleşimlerde yeni inşa edilen binaların geleneksel kültür ve mimari

	ile uyumlu olmaması
	Bölgeye hava ulaşımı ile gelenlerin diğer bölge illerini pas geçmesi (Kırşehir)

7. ÖNCELİK ALANLARI VE GELİŞME EKSENLERİ

7.A. Eksen: Turizm Sektörünü Ekonomik ve Toplumsal Kalkınma Aracı Olarak Kullanmak

Eksen: turizm sektörü ekonomik ve toplumsal kalkınmanın motor güçlerinden birisidir. Sektör, döviz girişine ve ödemeler dengesine olumlu katkı yapan ve istihdam olanakları yaratan faaliyet dallarının başında gelmektedir. Bu biçimiyle toplumsal refahın artmasını da katkı koymaktadır.

Ayrıca, turizm sektörü, toplumsal hoşgörü ve dayanışmayı artıran, sosyal dokuyu güçlendiren özelliklere de sahiptir. Bu yönüyle de toplumsal kalkınmaya önemli katkılar koymaktadır.

Bu özellikleri ile Bölge planının önemli eksenlerinden birisi olacağına inanılmaktadır.

Nitekim; Sektörün Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki payı 1995 yılında % 2.19 iken bu değer 2000 yılında % 2.83'e yükselmiştir (Tablo 116). Özellikle 2001 döneminde % 4.11 seviyelerine kadar çıkan gelirlerin payında 2010 yılı tespitlerinde bir önceki dönemde % 3.45 olan orana göre de düşüş yaşanmaktadır. Bu durumu küresel ekonomik krizin etkileri ile değerlendirmek doğru olacaktır.

Tablo 43: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı

Yıllar	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla		Turizm		Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%)
	Bin TL	Bin ABD \$	Milyon ABD \$		
1995	10,434,646.6	225.940.654	4,957		2.19%
1996	19,857,342.6	243.411.534	5,650		2.32%
1997	38,762,506.0	253.705.729	7,002		2.76%
1998	70,203,147.2	270.946.852	7,177		2.65%
1999	104,595,915.5	247.543.705	5,203		2.10%
2000	166,658,021.5	265.384.360	7,636		2.88%
2001	240,224,083.1	196.736.198	8,090		4.11%
2002	350,476,089.5	230.494.220	8,479		3.68%
2003	454,780,659.4	304.901.341	13,203		4.33%
2004	559,033,025.9	390.386.833	15,888		4.07%
2005	648,931,711.8	481.496.931	18,152		3.77%
2006	758,390,785.2	526.429.394	16,853		3.20%
2007	843,178,421.4	648.753.606	18,487		2.85%
2008	950,534,250.7	742.094.395	21,951		2.96%
2009	952,558,578.8	616.703.325	21,250		3.45%
2010	1,103,749,801.0	734.928.584	20,807		2.83%

(Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, Türkiye İstatistik Kurumu, 2010)

Turizm gelirleri ayrıca, ülkenin ödemeler dengesine de önemli katkılarda bulunmaktadır. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı son dönemlerde inişli çıkışlı bir grafik gösterse de,

pay olarak son yıllarda önemli bir dilime sahiptir. Turizm gelirlerinin; 1995-2010 dönemi yıllık ortalama artış hızı % 11,7 olmuştur. Sektörden elde edilen gelirin ihracata oranı ise 1995 de % 22.91 iken, bu değer 2010 yılına gelindiğinde % 18.27'ye gerilemiştir (Tablo: 117).⁸

Her ne kadar son dönemlerde bir düşüş yaşansa da değerler, turizm sektörünün ülke ekonomisindeki artan önemini ortaya koymaktadır.

⁸ Türkiye 2010 yılı Gayri Safı Yurtiçi Hasıla verileri T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2010 verileri ve Turizm Gelirleri verileri için Türkiye İstatistik Kurumu,2010 yılı verileri kullanılmıştır.

Tablo 44: Turizm Gelirlerinin-İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin-İthalat Giderlerine Oranı (ABD \$)

Yıllar	İhracat(ABD \$)	Turizm Gelirleri(milyon ABD \$)	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat (ABD \$)	Turizm Giderleri	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)
1995	21.637.040.881	4,957	22.91%	35.709.010.773	911	2.55%
1996	23.224.464.973	5,650	24.33%	43.626.642.496	1,265	2.90%
1997	26.261.071.548	7,002	26.66%	48.558.720.673	1,716	3.53%
1998	26.973.951.738	7,177	26.61%	45.921.391.902	1,754	3.82%
1999	26.587.224.962	5,203	19.57%	40.671.272.031	1,471	3.62%
2000	27.774.906.045	7,636	27.49%	54.502.820.503	1,713	3.14%
2001	31.334.216.356	8,090	25.82%	41.399.082.953	1,738	4.20%
2002	36.059.089.029	8,479	23.51%	51.553.797.328	1,880	3.65%
2003	47.252.836.302	13,203	27.94%	69.339.692.058	2,113	3.05%
2004	63.167.152.820	15,888	25.15%	97.539.765.968	2,524	2.59%
2005	73.476.408.143	18,152	24.70%	116.774.150.907	2,872	2.46%
2006	85.534.675.518	16,853	19.70%	139.576.174.148	2,743	1.97%
2007	107.271.749.904	18,487	17.23%	170.062.714.501	3,260	1.92%
2008	132.027.195.626	21,951	16.63%	201.963.574.109	3,507	1.74%
2009	102.142.612.603	21,250	20.80%	140.928.421.211	4,146	2.94%
2010	113.883.219.184	20,807	18.27%	185.544.331.852	4,825	2.60%
Yıllık Ortalama Artış Hızı (1995-2010)	0.11707961	0.100354701	-0.014971994	0.116121116	0.117545625	0.001276303

(Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013,Türkiye İstatistik Kurumu, 2010)

Bir diğer olumlu ekonomik katkı, sektörün istihdam artırıcı özelliğidir. Hizmet sektörünün bir alt bileşeni olan turizmin istihdama etkileri tablodan çıkarılabilmektedir. Hizmet sektörü çalışanlarının toplam çalışanlar içindeki payı 2004 yılında %36,3'lük oranıyla tarımın ardından 2. sırada gelmekteyken, 2012 yılında %47,8'lik bir paya ulaşmış ve bölge halkının en çok istihdam edildiği sektör olmuştur. Bu artışta turizm sektörüne olan talebin payı yadsınamaz bir gerçektir. 2004 yılında 146.000 kişinin çalıştığı hizmet sektöründe, 2012 yılı itibarıyla 230.000 kişi istihdam edilmektedir. Aradan geçen 9 yıllık bir süreçte neredeyse 100.000 kişilik bir artış yaşanmıştır.

Yukarıdaki açıklamalar, sektörün ülke ve bölge için önemini işaret etmektedir. Turizm, bölgesel geliri artıracak önemli bir sektördür. Yanı sıra, istihdam artışı da sağlamaktadır. Sektörün gelişmesi ile bölge halkının geliri artacaktır. Alternatif turizm türlerindeki gelişmeler ise, bu etkinliklerin daha çok kırsal kesimde gerçekleşmesi nedeniyle, kırsal kesimde gelir ve istihdam artışına neden olacaktır. Böylece, toplumun görece dezavantajlı kesimlerine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, kırsal turizmin gelişmesi, başta tarım ürünleri ve el sanatları olmak üzere, diğer sektörlerde de ek istihdam olanağı yaratacaktır.

Tablo 45: Bölgesel İstihdamın İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı (Bin Kişi, 15+ Yaş)

Yıllar	Toplam	Tarım	Sanayi	Hizmet	(%)		
					Tarım	Sanayi	Hizmet
2004 TR71	402	209	47	146	52.1	11.7	36.3
2005 TR71	414	188	59	166	45.4	14.3	40.1
2006 TR71	428	179	70	179	41.9	16.3	41.8
2007 TR71	412	154	65	192	37.5	15.8	46,6
2008 TR71	359	98	69	193	27.3	19.1	53.8
2009 TR71	405	141	62	202	34.9	15.2	49.9
2010 TR71	455	178	69	207	39.3	15.1	45.5
2011 TR71	474	170	85	219	35.8	18.0	46.2
2012 TR71	480	171	79	230	35.7	16.5	47.8

(Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2013)

Öte yandan, alternatif turizm türlerinin gelişmesi, daha mütevazı tesislere olan talebi artıracaktır. Bu durumda, ilk tesis maliyeti azalacak, buna karşılık sosyal sermayesinin artması gerekecektir. Sektörün insan gücü gereksinimi ve eğitim programları buna göre düzenlenmelidir.

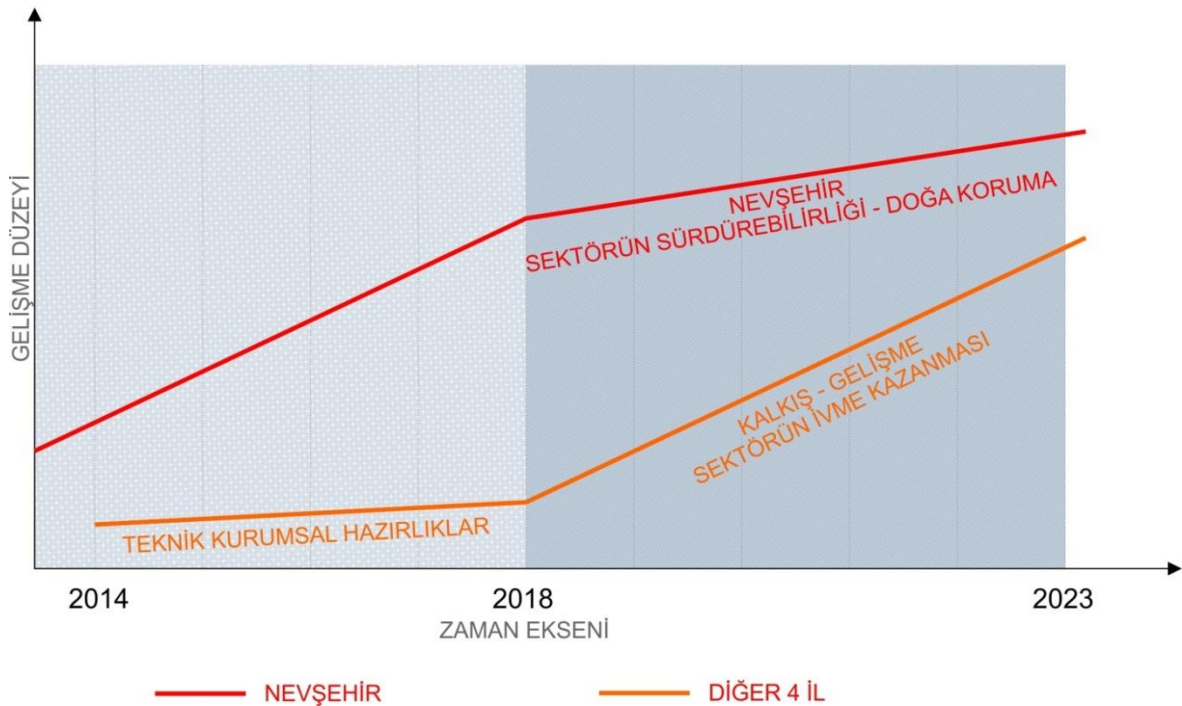
7.B. 2014- 2018 ve 2019-2023 Dönemlerine Yönelik Hedef ve Stratejiler

Stratejilerin formülasyonu, özellikle bunlara bağlı eylemlerin belirlenmesi ve sayısal projeksiyonların yapımı süreç ve aşamalarında; çalışmalar AHİKA'nın ikinci nesil Bölge Planı öngörülerini doğrultusunda kısa ve orta vade için yapılmıştır.

TR 71 Bölgesi illeri turizm sektöründe farklı gelişmişlik düzeyi göstermektedir. Nevşehir büyük sektörel yığılımlara sahiptir. Nevşehir dışındaki illerin turizm sektörü gelişme düzeyi görece düşüktür.

Bu nedenle; kısa vadeli öngörüler, Nevşehir ve TR 71 in diğer illeri olarak ayrıştırılarak ve farklılaştırılarak geliştirilmiştir.

Grafik 28: Turizm Stratejilerinin Kavramsal Anlatımı
TURİZM GELİŞME STRATEJİLERİNİN KAVRAMSAL ANLATIMI



7.B.1 2014-2018 Kısa Vadeli Öngörülerin Temel Çıkış Noktaları

Nevşehir dışındaki TR 71 illeri 2014-2018 Döneminde turizm sektöründe önemli atılımlar yapmak için hazırlıklar yapacaktır. Bu hazırlıklar uçuş/tırmanma öncesi hızlanma evresi olarak değerlendirilebilir. 2014-2018 yılları arasında, İller kuşkusuz yatırımlarına devam edeceklerdir. Ancak, altyapı ve kurumsal kapasite geliştirme açısından bu aşama önemli bir hazırlık dönemini işaret etmektedir.

Bu aşamanın; strateji ve eylem planlarına dayanak teşkil eden öngörülerini aşağıda özetlenmiştir.

- Teknik Hazırlıklar / Tanıtım-İletişim Sisteminin Geliştirilmesi
- Toplumsal Bilinçlendirme / Motivasyon
- Kurumsal Kapasite Artırımı
- Kişisel Beceri Düzeyinin Artırılması
- Ekonomik Yapının Hazır Hale Getirilmesi /Yerel Sermayenin Bilgilendirilmesi
- Sermaye Transferi Hazırlıkları / Tanıtım
- Altyapının Hazır Hale Getirilmesi / Alt Yapı Yatırımları
- Kentsel Mekân Kalitesinin Artırılması
- TR 71 İllerinin Tur Programlarına Alınması
- Karşılaştırmalı Üstünlüğü Olan Geleneksel Turizm Dallarında Gelişme

Bu aşamada kurumsal gelişme ve kişisel beceri düzeyini artıran, pek çok mesleki örgüt oluşturan Nevşehir ili bu çıkışı sürdürmektedir.

7.B.2 2019-2023 Orta Vadeli Öngörülerin Temel Çıkış Noktaları ve Nitelikleri

Orta vadeli dönemde Nevşehir dışında kalan TR 71 İlleri turizm sektöründe atılım yapacak ve tırmanışa geçeceklerdir. Bir önceki dönemde tamamlanan hazırlıklar, bu tırmanışa olanak sağlayacaktır.

- Sektörde Yatırımların Özendirilmesi / Teşviklerle Yatırımların Çekici Hale Getirilmesi
- Bölge Dışından Sermaye Transferi İçin Özel Önlemlerin Alınması / Bölgenin Tanıtımı
- Kurumsal Kapasitenin Devamlılığı ve Pekiştirilmesi – Meslek İçi Eğitim – Yaygın Eğitim Faaliyetlerinin Sürdürülmesi
- Örgün Eğitim Tesislerinin Artırılması
- T71 'in Bir Destinasyon Olarak Güçlendirilmesi
- Turizm Ürününün Çeşitlenmesi

TR 71 illerinden Nevşehir, bu öngörülerini 2014-2018 döneminde de yaşayacağından, 2019-2024 orta vadeli dönemde ve sonrasında doğa duyarlı, sürdürülebilir gelişmeyi stratejik amaç olarak benimsemelidir.

7.C. Genel Hedef ve Stratejiler

Bölgede turizm sektörünün gelişmesi, bir dizi hedef ve stratejik müdahaleyi gerekli kılmaktadır. Bu çalışma kapsamında önce hedefler belirlenmiş, daha sonra da bunlara bağlı olarak, stratejik önlemler demeti belirlenmiştir.

Turizm sektörü geliştirme hedeflerinin, uluslararası düzeyde kabul görmüş kavramlar gözetilerek üretilmesi zorunludur. Bu hedeflerin, sektörün tüm ortakları tarafından benimsenmiş olması da gerekmektedir.

Çalışmalarda, turizm sektörünün önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olarak görülmesi ve diğer sektörler üzerinde çoğaltan etkisi yapması gerçeğinden hareket edilmiştir.

Turizm sektörünün son derece kırılgan bir talebe sahip olduğu kabul görmüş bir diğer gerçektir. Sektörde toplam kalite ilkelerine göre hizmet sunulmakta ve müşteri memnuniyeti ön plana çıkmaktadır. Sektörün talep esnekliği fazladır. Bu durum, pazarlanabilir turizm ürünü elde edilmesi ve ürünün çeşitlenmesinin önemini vurgulamaktadır.

Sektörün yatay ilişkileri yaygındır ve diğer sektörlerle bağıntıları fazladır. Örneğin, ulaştırma ve haberleşme, ticaret, bankacılık ve toplum hizmetleri sektörleri ile bağıntılar yüksektir. Yanı sıra; turizm faaliyetleri çok aktörlüdür. Hizmet sunumu; özel ve kamu sektörünün ortaklaşa ve dayanışma içinde olmasını zorunlu kılmaktadır.

Sektörel gelişme hedefleri, yukarıdaki temel açıklamalar doğrultusunda ve bunlarla ilgili ayrıntılara girilerek belirlenmiştir.

7.C.1. Hedef 1: Turizm Sektörünü Geliştirerek Bölgeye Olan Talebi Artırmak

Bölgeye olan talebi artırmak için eldeki tüm olanaklar kullanılmalı ve farklı müdahale alanları için stratejiler geliştirilmelidir. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

7.C.1.1. Strateji 1: Bölgenin Büyüklüğü ve Ürün Çeşitliliği Olanaklarının Kullanılarak Mevcut ve Alternatif Turizm Ürünleri Geliştirilmesi (2014-2018)

Stratejinin Arka Planı

Planlama alanı alternatif turizm açısından ürün çeşitliliği fazla olan geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu çeşitlilik, farklı beklentileri olan ve farklı yaş veya sosyal statüde bulunan grupların ilgisini çekebilecek niteliktedir.

Bölge illeri geleneksel el sanatlarından, özgün yemeklerine ve tarihi yapılarına kadar birçok önemli kültürel birikimlere sahiptirler. TR71 Bölgesi'nde bulunan bu beş ilin tarihin çeşitli dönemlerinde, Anadolu Selçuklu Devleti, Osmanlı İmparatorluğu, Roma ve Bizans İmparatorlukları gibi farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması bölgenin günümüzde sahip olduğu kültürel ve tarihi birikime ulaşmasını sağlamıştır. Bölge illerinde çok sayıda tescilli yapı, arkeolojik sit alanı, yeraltı şehirleri bulunmaktadır.

Bölgedeki potansiyel turizm çeşitleri aşağıda sıralanmıştır.

- Kültür Turizmi (Müzeler, SİT Alanları, Tek Tarihi Yapılar, İnanç Turizmi)
- İş ve Kongre Turizmi,
- Doğa Turizmi,
- Sağlık Turizmi (Termal Turizm),
- Sosyal Turizm-Etnografik Turizm,

- Balon Turizmi

Bölge bu potansiyel çeşitliliğine rağmen turizm gelirlerinden potansiyelinin gerektirdiği ölçüde pay alamamaktadır. Bu yüzden Bölgede alternatif turizm ürünlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Talebin artırılabilmesi için, farklı pazarlama yöntemlerine gidilmesi gerekmektedir. Ancak vurgulanması gereken, Bölgenin bir değerler mozağine sahip olduğunun tanıtım programlarında işlenmesidir. Bölgenin potansiyel çeşitliliğinin tanıtılması ve ziyaretçi yelpazesinin genişletilmesi adına yapılması gereken, mevcutta Kapadokya Bölgesi'ne gösterilen yoğun ilginin diğer turizm çeşitleriyle adaptasyon ve entegrasyonunun sağlanarak, bu ilginin diğer bölge illerine yönlendirilmesi edilmesi suretiyle TR71 Bölgesi'nde homojen olarak turizm çekiciliğinin artırılmasıdır.

Bölgenin, belli başlı turizm ürünleri ile yılın belli aylarına ve coğrafi olarak ağırlıkla tek bir ile (% 80 oranında Nevşehir İli) yönelik turizm faaliyetini, yüksek turizm potansiyelini harekete geçirecek niş alanlardaki turizm ürün çeşitlendirmesi ve iyileştirilmesi ile mekânsal ve zamansal olarak yayılması gereklidir. Bu bağlamda Bölgede doğal kaynakların sağladığı imkânlar ölçüsünde sağlık ve termal turizm, eko-turizm, dağ ve kış sporları turizmi, av turizmi ve kültürel kaynakların sağladığı kültür ve gastronomi turizmi gibi ürünler ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda, doğal, kültürel, tarihi ve arkeolojik değerler sürdürülebilir yaklaşımla ele alınmalıdır. Bu amaç belirlenirken, bölgenin farklı mekânlarının farklı dönemlerde kullanılabilirliğine dikkat edilmelidir.

Kırsal kesim turizmi, bölgede büyük olanaklar sağlamaktadır. Bu turizm çeşidi aşağıda belirtilen tüm turizm türlerini bu bölge için kapsamaktadır:

- Eko-Turizm,
- Çiftlik Turizmi (Agro Turizm) ve Etnografik Turizm,
- Doğa Tanıma, Yürüyüş, Dağcılık, Tırmanma ve Benzeri,
- Atıcılık,
- Amatör Balıkçılık,
- Bitki Tanıma, Kuş Tanıma ve Benzerleri
- Foto-Safari,
- Dağ ve Kış Sporları Turizmi (Hasan Dağı, Aladağlar)
- Su Sporları Turizmi (Kano, Rafting, Kürek)
- Av Turizmi

Kırsal kesim turizmi, bölge adına diğer turizm çeşitleriyle entegre edilip pazarlanması gereken bir turizm çeşididir. Bununla birlikte; bu kesimin olağanüstü hassas çevresel duyarlılığı göz önünde tutularak gelişme alt- stratejileri oluşturulmalıdır.

Alternatif turizm türlerinde tesisleşme; gerek yer seçimi ve gerekse tesis tiplmesi açısından, kitle turizminden önemli ölçüde farklılaşacağı unutulmamalıdır.

7.C.1.2. Strateji 2: Bölgenin Yakın Çevresi ile Değerlendirilmesi (2014-2108) ve (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Bir bölgeye olan talebin arttırılmasında yakın çevresindeki olanaklar da önemli rol oynamaktadır. Bölgenin yakın çevresinde bulunan farklı türdeki turizm potansiyellerinin de değerlendirilmesi bölgeye olan talebin artmasında etkili olacaktır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Çevre iller hem kayak ve kış sporları, hem eko-turizm, hem de kültürel turizm olanakları gözetildiğinde büyük bir potansiyeli barındırmaktadır. Kayseri’de bulunan Erciyes Dağı kayak ve kış turizmi konusunda Türkiye ve hatta Orta Doğu ölçeğinde birkaç sayılı kış turizm merkezinden biridir. Bununla beraber Mevlana ile özdeşleşen Konya her daim özellikle yerli ziyaretçiler için bir İnanç ve Kültür Turizmi merkezi olmuştur. Çorum’da bulunan Hattuşa antik kenti kültür turizmi açısından TR71 Bölgesiyle benzer karakter taşımaktadır. Azımsanmayacak derecede bir turizm potansiyeline sahip bu değerin de TR71 bölgesiyle beraber analiz edilip programlanması her iki bölge için de verimli olacaktır. Büyük bir kısmı Adana il sınırları içerisinde bulunan Aladağlar doğa turizmi için potansiyel taşımaktadır. Bölgenin bir diğer komşu ili olan Ankara ise hem cumhuriyet tarihinde sahip olduğu önem hem de başkent oluşu sebebiyle yerli yabancı ziyaretçilerin talep gösterdiği bir merkez konumundadır. Çevre illerin sahip olduğu tüm bu değerler bölgenin değerleri ile bağıntılı olarak değerlendirilmeli, bir bütünün parçaları olarak ele alınmalıdır.

Benzer şekilde çevre illerin kültürel envanteri de bir diğer önemli olanaktır. Bu bağlamda; Mevlana Türbesi, Karatay Medresesi, Aziziye Cami, Sırçalı Medrese (Konya), Yoğun Burç, Köşk Medresesi, Kurşunlu Cami, Kara Mustafa Paşa Külliyesi, Ulu Camii (Kayseri), 1. ve 2. Meclisler, Anıtkabir, Roma Hamamı, Ankara Kalesi (Ankara), Akdağmadeni Kilisesi, Kerkenes Harabeleri (Yozgat), Madenşehir Örenyeri, İmaret Cami, Değle Örenyeri, Çeşmeli Kilise (Karaman), Çorum Saat Kulesi, Çorum Kalesi, Hattuşa (Çorum) çevre illerdeki görülmeye değer yerlerin bir kısmını oluşturmaktadır. Bu olanakların, TR71 Bölgesi kültürel envanterleri ile birlikte değerlendirilip planlanması, tur programlarına zenginlik kazandıracak ve Bölgenin potansiyelini arttıracaktır.

Bunun da ötesinde bölgenin Türkiye genelindeki kitle turizm merkezleriyle beraber ele alınıp entegre bir turizm programının hazırlanması, yapılan çalıştaylarda bölgenin turizm konusunda yetkili aktörleri tarafından dile getirilmiştir. Bu kapsamda, Muğla ve özellikle bölgeye daha yakın olan Antalya gibi kitle kıyı turizmi merkezleri ile Nevşehir arasındaki ziyaretçi ulaşılabilirliğinin uçak seferlerinin artırılması ve düzenli hale getirilmesi suretiyle sağlanması, sonrasında da kıyı turizm merkezlerinde otellerde ve diğer turizm tesislerinde oluşturulacak

tanıtım noktalarında bölgenin tanıtılması ile bu kitle turizminden bölge adına faydalanma olanağı doğacaktır.

Ayrıca yapılan çalıştaylarda yakın çevre ve önemli turizm destinasyonlarının potansiyelinden faydalanabilmek adına Antalya-Konya-Aksaray-Nevşehir demiryolu projesinin de bölge için önem taşıdığı vurgulanmıştır.

7.C.1.3. Strateji 3: Ziyaretçi Memnuniyetinin Artırılması (2014-2018) ve Sürdürülmesi (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Ziyaretçi memnuniyetinin arttırılması bölgenin imajının daha olumlu yönde gelişmesine ve tanıtımına katkı sağlayacak bunun sonucunda bölgeye yönelik talep artışında etkili olacaktır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Amaç: Bölgeyi ziyaret eden ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin artırılması temel amaçtır. Son yıllarda ortaya çıkan WOMM (Word of Mouth Marketing), insanların birbirleriyle güzel deneyimlerini paylaşmasıyla ağızdan ağıza yapılan reklamın önemini vurgulamaktadır. Müşteri memnuniyetinin artırılması bu nedenle, bölgenin pazar payını artırması amacı ile de örtüşmektedir.

Eylem Alanları: Ziyaretçi memnuniyetinin artırılması için;

- Bölge hakkında gerek seyahat öncesinde ve gerekse seyahat sırasında farklı kaynaklar kullanılarak; yeterli, doğru ve kolay bilgi sağlanabilmesi,
- Kentsel ve kırsal kesimde konaklama ve yeme-içme tesislerinin fiziki kalitesinin yükseltilmesi,
- Konaklama, yeme- içme ve benzer tesislerin hizmet sunum kalitesinin yükseltilmesi,
- Kentsel ve kırsal ulaşım sistemi ve altyapının yeterli düzeye çıkarılması, hijyenik koşulların yerine getirilmesi.
- Kentsel donatıların, özellikle kültürel ve sportif donatıların yeterli düzeye yükseltilmesi,
- Kentsel yerleşmelerde, yaya bölgeleri ve alışveriş bölgelerinin düzenlenmesi, kentsel kolaylıkların artırılması, belirlenen politikalardan bazılarıdır.

Gerçekleşme Önerileri:

1. Bölge hakkında farklı ortamlardan bilgi alınabilmelidir. Bununla birlikte; bölge illerinin Kültür ve Turizm Müdürlükleri bünyesinde, Danışma Bürolarının açılması ve var olanlarının işlevlerinin artırılması, konaklama tesislerinde bilgilendirme masalarının kurulması ve benzer diğer önlemlerin alınması,
2. Kentsel ve kırsal kesimde konaklama ve yeme-içme tesislerinin talebe göre farklılaştırılması, kentsel kesimde tarihi tek yapıların sektöre kazandırılması, butik otel türünde tesislerin özendirilmesi,

3. Tesislerin servis sunum kalitesinin artırılması, yerel mutfak ve özelliklerin ön plana çıkarılması,
4. Ziyaretçilerle ilgilenen personelin eğitim seviye ve kalitesinin artırılması
5. Tarihi değeri yüksek anıtların çevre düzenlemesi, farklı dillerde açıklama panolarının yerleştirilmesi, elektronik ortamda açıklama olanaklarının sağlanması, başta WC olmak üzere gerekli gününbirlik donatılarının tesisi ve hijyeninin sağlanması,
6. Kentsel kesimde, işaretleme ve yönlendirme levhalarının korunması, trafik düzeninin sağlanması,
7. Farklı nitelikteki kentsel alanların düzenlenmesi ve bunlara erişim konusunda, ziyaretçilerin bilgilendirilmesi, özellikle yerel yönetimlerin ve konaklama tesislerinin bu alanlara erişim konusunda ziyaretçilere yardımcı olması,
8. Yerel yönetimlerin ve turizm tesislerinin, yörelerinde yapılmakta olan veya programlanan kültürel ve sportif etkinlikleri ziyaretçilere düzenli olarak duyurmaları gerekmektedir. Bu faaliyetlerin, belli sıklıkla çıkan broşür ve benzer dokümanlarda yayınlanmaları ve elektronik ortamlardan bu bilgilerin sağlanmaları gerekmektedir.

7.C.2. Hedef 2: Turizmi Bölge Gelirini ve İstihdamını Arttırıcı Bir Faaliyet Olarak Değerlendirmek

Hedefin Arka Planı

Bölge illerinde turizmin gelişmesi için öncelikle yaşayan halkın bu sektörü benimsemesi gerekmektedir. Yetkili isimlerle yapılan birebir derinlemesine görüşmelerde yaşayan halkın bir bölümünün sektörün yaratacağı ekonomik hareketliliğin farkında olmadığı, bir kısmının ise farkında olsa bile çok önemsemedikleri vurgulanmıştır. Bunun için farkındalık yaratma ve turizmi yaşayan halka benimsetebilme konusu bölge adına önem arz etmektedir.

Hedefin Ayrıntılı Açıklaması

Turizm sektörünün temel özelliklerinden biri, yerel halkın gelirini artırmasıdır. Bu durum, alternatif turizm türlerinde daha da belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Yerel sermaye ve birikimin, yerel beceri ve kültürün ön plana çıktığı, tesisleşmede ölçeğin küçüldüğü, hizmet sunumunda yerel motiflerin ağırlık kazandığı bu türdeki gelişmeler, yerel halk tarafından sağlanabilmektedir. Gelişmeler yerel halkın gelirini artırmaktadır.

Turizm sektörünün yerel inisiyatiflerle geliştirilmesi önemli bir politik tercih olmalıdır. Bu bağlamda; Bölgede, öncelikle yetersiz olan kurumsallaşmanın artırılması gerekmektedir.

İkinci önemli husus; gelişmelerin, aşamalı ve talebe duyarlı olarak programlanmasıdır. Böyle bir yaklaşım ise, hem ilk tesis maliyetini azaltacak ve hem de atıl kapasiteyi önleyecektir.

7.C.2.1. Strateji 1: Yatırımların Aşamalı Olarak Programlanması ve Gerçekleştirilmesi, Sektör Yatırımlarından İnşaat ve İşletme Aşamalarında İstihdam Artırıcı Bir Olanak Olarak Yararlanılması

Stratejinin arka planı

Turizm yatırımları istihdamı önemli ölçüde artırıcı özelliktedir. Turizm yatırımları hem yapım hem işletme esnasında inşaatından tekstile, porselenden cam eşyaya, gıdadan temizliğe kadar pek çok sektöre de iş fırsatı ve istihdam olanakları yaratmaktadır. Yatırımların aşamalı olarak gerçekleştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Plansız ve programsız bir yatırım politikası atıl kapasitelerin oluşmasına sebep olabilir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgedeki turizm yatırımlarının, özellikle altyapının, aşamalı ve gereksinimlere göre yapılması bir diğer tercih olmalıdır.

Bölgenin ve sektörün gelişmesi için yapılması gereken yatırımlar, oluşacak talebi karşılamak üzere, aşamalı olarak ve sırayla yapılmalıdır.

Öte yandan, günümüzde mevcut tesislerin doluluk oranlarının ve geceleme sayılarının düşüklüğü, önce mevcut kapasiteden daha verimli yararlanılmasını gerekli kılmaktadır. Mevcut durumun iyileştirilmesi ve daha kapsamlı gelişme için hazırlık yapılması, kısa dönemde gözetilmesi gereken önemli bir stratejik önlem olacaktır.

Bölgede turizm sektörünün gelişme aşamasında oluşacak inşaat sektörü ve sonrasında karşılanması gereken ziyaretçi talebi bölge halkı için istihdam fırsatları yaratacak dolayısıyla bölge ekonomisinin kalkınmasını sağlayacaktır.

7.C.2.2. Strateji 2: Sermaye Birikiminin Yatırımlara Katılımının Sağlanması

Bölgede turizm sektörü için yapılması planlanan yatırımların özel ve kamu kesimi işbirliği ve katkısıyla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Sektör örgütlerinin, ilk tesis maliyetlerine ve işletme giderlerine katılımı önerilmektedir.

Sektörel gelişmelerin izlenerek, talebin yoğunlaştığı kesimlerde alt ve üst yapı yatırımları yapılmalıdır. Yatırımların olabildiğince az maliyetli ve kısa sürede gerçekleştirilebilir biçimde önerilmesi gerekmektedir. Bu tür bir yatırım anlayışı, özellikle kırsal kesimde gelişebilecek turizm türleri için önerilmektedir. Alternatif turizmde, kullanıcı tercih ve talebinin daha mütevazı tesislere yönelmesi, bu öneriyi haklı kılmaktadır.

7.C.2.3. *Strateji 3: Yerel İnisiyatifin Güçlendirilmesi ve Kurumsallaştırılması (2014-2018)*

Stratejinin Arka Planı

Bölgede sektör ortaklarının örgütlenme düzeyi son derece düşüktür. Bölgede turizme açılmış kesimlerde de örgütlenme yetersizdir. Altyapı hizmetlerinin hemen hepsi yerel yönetimlerden beklenmektedir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Tanıtım, pazarlama, diğer kesimlerle ilişkilerin kurulması ve sektörün temsili, gelişme politikalarının saptanması gibi faaliyetlerde bulunan çok sayıda örgüt yoktur. Bu durum, doğal olarak sektörün görece cılız olmasından kaynaklanmaktadır. Bölge için önemli sayılabilecek örgütlerden birisi Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneğidir. Bununla birlikte; sektörün gelişmeler içinde, örgütlenme düzeyinin artırılması önemli bir politik tercih olmalıdır.

Bu bağlamda olası farklı örgütlenmeler, ülkeden örnekler verilerek aşağıda açıklanmıştır.

1. Turizm sektörünün geliştiği ufak yerleşme birimlerinde; konaklama ve yeme-içme tesisleri sahip ve işletmecileri, esnaf ve sanatkâr temsilcileri ve yerel yönetim yetkilileri bir dernek bünyesinde yan yana gelerek sektörün gelişmesi için çalışma yapılabilir⁹.
2. Bir diğer örgütlenme modeli kooperatifleşmedir. Kooperatifler, küçük konaklama birimlerinin sahip ya da işletmecileri tarafından kurulabilir¹⁰.
3. Turizmin daha geliştiği ve faaliyetlerin geniş alanlara yayıldığı kesimlerde, örgütlenme düzeyi daha yüksek ve karmaşık örgütlenmelere de gidilebilecektir. Turizme konu olan doğal ve kültürel değerleri ortaklaşa değerlendiren ayrıca aynı su kaynaklarını kullanan ya da aynı ortamlara atık su veya katı atık boşaltımı yapan yerel yönetimler, altyapı tesis etmek, işletmek ve turizmi geliştirmek üzere birlikler teşkil edebilir ve altyapı sorunlarını birlikte çözebilirler. Türkiye’de bu tür belediye veya yerel yönetim birlikleri de yaygındır¹¹. Turizm birliklerinin kurulması, yurt dışında da sıkça görülen bir modeldir¹².

⁹ Bunun örneği, Muğla İli Ortaca İlçesinde kurulan Sarıgerme Çevre Eğitim Derneği’dir (SARÇED). Dernek, Sarıgerme’de çevre ve turizm eğitiminden, kentsel düzenlemeye kadar pek çok konu ile ilgilenmektedir. Ana gelir kaynağı, Sarıgerme plaj ve otopark işletmeleridir.

¹⁰ Örneğin, Safranbolu ilçesinde kurulan turizm kooperatifi, benzer tür tesisleri bir sıra dâhilinde ziyaretçilere pazarlamaktadır. Ana gelir kaynağı, konaklama bedelinden aldığı oransal paydır.

¹¹ Antalya ilinde Güney Antalya Turizm ve Altyapı Birliği (GATAB), Muğla İlinde Köyceğiz/Dalyan Çevre Koruma Yerel Yönetimler Birliği ve Marmaris, Armutalan ve İçmeler Belediyeler Birliği (MAR-İÇ BİR) veya İzmir İlinde Çeşme/Alaçatı Belediyeler Birliği (ÇAL-BİR) bu tür örgütlenmelerdir.

¹² Kuzey Almanya’da Usedom Turizm Birliği, farklı yerel yönetimlerde faaliyet göstermekte, tanıtım, pazarlama, termal tesisleri ve plaj işletmeciliği yapmaktadır.

4. Sektörün gelişmesi için en önemli olanak “Kalkınma Ajansları”nın faaliyete geçmiş olmasıdır. Ajanslar planlama ve teşvik çalışmalarıyla sektörün atağa kalkmasında önemli bir rol sahibi olacaktır.

Çözümün, merkezi ve yerel yönetimleri bir araya getiren, buna sivil yerel inisiyatifi de ekleyen bir yeni bölgesel yönetim anlayışı ve kurgusunda olduğu açıktır.

7.C.2.4. Strateji 4: Yeni Yatırımlar İçin Cazibe Merkezi Olunması ve Bölge Dışından Sermaye Transferinin Sağlanması (2014-2018)

Stratejinin Arka Planı

Turizm sektörünün gelişme sürecinde özellikle tesisleşme büyük yatırımlar gerektirmektedir. Bölgenin görece az gelişmiş olması ve sermaye oluşumundaki dar boğazlar; bölgeye dışarıdan sermaye transferini zorunlu kılmaktadır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Tesisleşme, pazarlama, turizm hareketliliğini sürekli kılma adına bölge; büyük yatırım ihtiyacı duymaktadır. Bu ölçüde bir yatırımın da; bölgenin ekonomik durumu da göz önüne alındığında; yalnızca bölge yatırımcıları tarafından gerçekleştirilmesi güç görülmektedir. Bu nedenle; bölge dışındaki yatırımcıların bölgeye çekilmesi gerekmektedir.

Ulusal ve uluslararası sermayenin bölgeye gelmesi için uygun ortam sağlanmalıdır. Türkiye’nin 1980’li yılların başından bu yana yabancı sermayeyi sektöre çekebilme deneyimi ve başarısı vardır. Bu deneyim ve kullanılan yöntemler, bölgede de kullanılmalıdır.

Bölgeye yabancı sermayenin çekilebilmesi için bölgenin diğer turizm bölgeleri gibi doyunluğa ulaşmamış, yatırıma ihtiyacı olan pazarı bir cazibe unsuru olarak kullanılmalıdır.

Bölgede yer alan alternatif turizm türlerinin gelişebileceği alanlarda da bölge dışı yatırımlar özendirilmelidir. Çevresel duyarlılığı ve korunma ihtiyacı yüksek alanlarda, bölge dışı yatırımcıların, özen göstermeyecekleri gibi yanlış düşüncelerden kaçınılmalıdır. Özellikle; tarihi, yeşil veya eko-turizm gibi, korunmaya muhtaç değerlerin ön plana çıktığı türlerde, bölge dışı yatırımcıların, bu değerleri özenle korudukları ve yöre halkına ustalık bilgisi ve çevre bilinci aşıladıkları unutulmamalıdır.

Yatırımı bölgeye çekmek adına son dönemde oldukça yaygınlaşan, teşvik sisteminin bir araç olarak kullanılması uygun olacaktır. Vergi muafiyetleri, yatırım destekleri gibi bazı teşviklerin bölge turizm sektörüne olan yatırımcı ilgisini artırması kaçınılmazdır.

7.C.2.5. Strateji 5: Turizm Ürünlerine Yeni İç ve Dış Pazarlar Açılması (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Bölge çok sayıda kendine özgü turizm ürünlerine sahip olmasına rağmen, bu ürünlerin hitap ettiği kitle yalnızca belirli bir kesimle sınırlı kalmaktadır. Bölge turizminin pazar payını ve dolayısıyla gelirini arttırmak adına yeni pazarlara açılmak bir gerekliliktir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Turizm sektöründe ürün geliştirme stratejileri, ayrıntılı pazar araştırmalarına dayandırılmalıdır. Talebin var olduğu kabul edilerek yapılan planlama ve uygulamalar, büyük ölçüde başarısızlıkla sonuçlanmaktadır.

Pazarlama faaliyetleri, sektörün işletme faaliyetlerinden daha zor, daha fazla bilgi birikimi ve profesyonellik gerektiren bir alt dalıdır. Turizm sektörü gelişmesinin önemli ve özgün adımı, bölgenin hem iç pazar hem de dış pazar bağlantılarını kurmaktır. Bu pazarlarda; önce satışların artırılmasını sağlayacak; daha sonra da operasyonun önemli bölümü olan turizm lojistiğini (seyahat planlarını) gerçekleştirecek; güvenilir tur operatörü ya da seyahat acentesi firmalarla çalışılması gerekmektedir.

Ulusal ve uluslararası turizm seyahat acenteleri ya da tur operatörleri ile ilişkilerin, bölgedeki seyahat acenteleri ve işletmecilerin oluşturacakları örgütler ya da kurulmuş veya kurulacak olan sivil toplum kuruluşlarınca başlatılması gerekmektedir. Bu ilişkinin ilk aşamasında; acente ya da operatörlere, bölge turizm potansiyelini oluşturan değerlerden derlenmiş, pazarlanabilecek bir ürün yelpazesi sunulmalıdır.

Yerel inisiyatiflerce hazırlanmış bu demet, seyahat acenteleri ve tur operatörleri ile birlikte yeniden ve yerinde irdelenerek, potansiyel hedef pazarın beğenisini kazanacak niteliğe ulaştırılmalıdır.

TR71 Bölgesi için izlenecek pazarlama stratejileri bağlamında aşağıdakiler önerilmektedir:

- Bölgenin büyüklüğü ve sunduğu olanakların çeşitliliği alternatif turizmin gelişimine uygundur.
- Bölge, özellikle doğal ve kültürel değerleri tanımaya yönelik ziyaretçilerin oluşturduğu bir pazara girmek durumundadır. Güneş-deniz-kum temeline dayalı ve “kitlesel hareketlilik” niteliği taşıyan turizm türüne karşı, son yıllarda, dünya pazarında doğa-çevre ve kültür temeline dayalı, bilinç düzeyi yüksek kitlenin hareketi ile oluşan alternatif turizm türleri giderek artan bir ilgi ile karşı karşıyadır. Bölge, bu ilgi ve pazardan aldığı payını artırmalıdır.
- Örgütlenmelerin ve bölge acentelerinin güçlenmesi, ilerleyen aşamalarda, bu acentelerin, ülkenin potansiyel merkezlerinde şube açmaları ve bölgeye yönelik iç turizm hareketinin tanıtım, satış ve operasyonunu kendilerinin yapabilmeleri sonucunu doğuracaktır.

7.C.2.6. Strateji 6: Yöre Halkının Turizm ve Çevre Değerleri Hakkında Motivasyonu ve Bilinçlendirilmesi

Stratejinin Arka Planı

Alternatif turizm diğer turizm türlerinden farklı olarak yaşayan halk ve ziyaretçilerin sıkça birbirleriyle iletişime geçmelerini gerektiren bir turizm çeşididir. Örneğin bir Kapadokya

gezisi yapacak olan yabancı ziyaretçinin, Antalya'ya gelip neredeyse tüm tatilini otelde geçirecek olan yabancı ziyaretçiden çok daha fazla yöre halkıyla iletişime geçmesi kaçınılmazdır. Bu noktada yerel halkın da bu bilinçle konuya ilgi göstermesi beklenmektedir. Bunun da ötesinde kitle turizminin geliştiği yerlerde dahi yöre halkının konuya olan yaklaşımı sektörün geleceğini belirlemektedir. Yani çeşidi ne olursa olsun, turizmi öncelikle ev sahibi konumunda olan halkın benimsemesi çok önemlidir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Dolayısıyla yerel halkın ekonomik, sosyal ve kültürel bir bilinçle turizmi benimseyip, aynı bilinçle konuyu sahiplenmeleri gerekmektedir. Turizmin ekonomik olarak istihdam artırıcı ve bölgeyi kalkındırıcı sonuçları yöre halkına aktarılmalıdır. Bunun sağlanabilmesi için de yerel halka, turizm adına önem arz eden doğal, kültürel, tarihi değerlerin özellikle korunmasından, ziyaretçilere hizmet sunumuna ve müşteri memnuniyetin sağlanmasına kadar birçok konuda anahtar konumda oldukları bilinci aşılanmalıdır.

7.C.3. Hedef 3: Kapadokya İmajını Sürdürmek ve TR71 Bölgesine Yaymak (2014-2018) ve (2019-2023)

Hedefin Arka Planı

Bölgenin ulusal ve uluslararası düzeyde bilinmesi, bazı simgelerin hatırlanması ve seyahat programı düzenlenmesinde bu imajın gündemde olmasıdır. Kapadokya imajının sadece Nevşehir ilinden ibaret olmadığı anlatılması ve bu bölgenin genel olarak TR71 Bölgesini kapsayacak şekilde sunumunun yapılması amaçlanmaktadır.

Hedefin Ayrıntılı Açıklaması

Tüm ortaklarca kabul görececek ve bölgeyi simgeleyen tüm öğelerin imaj yaratımı için kullanılması gerekmektedir.

Bölgenin sahip olduğu kültürel ve doğal özgün değerler, imaj yaratımına son derece uygundur. Ancak bunun için hem geleneksel yöntemler hem de son yıllarda çok yaygınlaşan elektronik ortamlar kullanılarak tanıtım yapılması ve kampanyalar düzenlenmesi gerekmektedir.

1. Bölge folkloru, bölge imajının yaratılması için kullanılmalıdır. Bölgeye has müzik ve danslar, yerel müzik aletleri, mutfak kültürü, giyim-kuşam, yerel şakalar, efsaneler ve benzerlerinin özellikle elektronik ortamda tanıtımı, ayrıca, bunları anlatan basılı materyallerin hazırlanması (kitap, broşür, poster ve benzerleri) ve dağıtımı yararlı olacaktır.
2. Medya ortamının bu amaçla (radyo, tv, gazete, dergi ve özellikle internet) kullanılması bir diğer olanaktır.

3. Bir diğer imaj yaratımı olanağı, bölgeye has ürünlerin bölgesel özellikleri anlatan biçimde ambalajlanmasıdır (el sanatları, tarım ürünleri, yöreye özgü tekstil ve dokumalar vb.). Böylelikle bölge imajı iç ve dış pazarlara sunulabilecektir.
4. Bölgenin doğal ve kültürel değerlerinin bilimsel dokümantasyonu üzerinde durulmalıdır. Başta ender bulunan değerlerin, akademik dünyadan başlamak üzere, dünya kamuoyuna tanıtımı gerekmektedir.
5. Kültürel ve sportif başarılar elde edilmesi ve bölge hakkında merak uyandırılması ayrı bir olanaktır.
6. Bölge imajı yaratabilecek bir diğer olanak ise, bölgede yapılan festivallerdir. Doğal değerlerin bu tür kültürel etkinliklerle bütünleşmesi durumunda ürünün çekiciliği artmaktadır. Festivaller ve taşıdığı barış mesajı, iç pazara ve dış pazarlara tanıtılmalıdır.

7.C.3.1. Strateji 1: Etkin Tanıtım (2014-2018) ve (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Turizm sektörü çoğunlukla dönemsel olan ve belli kitlelerin belli bölgelere ağırlıklı olarak ilgi göstermesine dayanan bir sektördür. Fakat tanıtımını etkili bir şekilde yapabilen bölgeler için bu durum farklı bir tablo göstermekte, bu tarz bölgeler yıl boyu ziyaretçi alma şansını artırmaktadır. Bunu sağlamak için de yapılması gereken de henüz ilgi uyandırılmamış olan kitlelerin tespiti ve bu kitlelere gerekli tanıtımın yapılmasıdır.

Günümüzde, turizm ürünlerinin iç pazara sunulmasında olduğu gibi, dış turizm pazarına sunulmasında da yetersizlikler gözlenmektedir. İç turizmde büyük bir pazar arama sorunu bulunmamakta ancak, dış turizmde yeni pazar arayışları zorunluluk göstermektedir. Bu bağlamda; yabancı ve onlar adına hareket eden yerli operatörlerin ve acentelerin yükümlülükleri; köklü ve yeni bir düzenlenmeyi gerekli kılmaktadır.

Dış turizm hareketinin sayısal büyüklüğünün çok düşük seviyelerde olması önemli bir husustur. Bir yandan potansiyel kaynakların önemli bölümü ürün haline getirilememekte, iç ve dış pazara açılmamakta; diğer yandan ise kullanılmakta olan kaynaklar kapasite zorlaması tehlikesi ile karşılaşmaktadır. Diğer bir anlatımla; Bölge potansiyeli bazı yörelerde iç ve dış pazara açılmış değildir. Örneğin, Niğde ve Kırşehir illerinin belli kesimleri henüz hiç pazarlanamamış iken bazı alanlar üzerinde ise aşırı kullanım talebi bulunmaktadır. Nevşehir ilinde bulunan Göreme ve Ürgüp yöreleri bu duruma örnektir.

Yabancı ziyaretçi hareketi, yoğun olarak Kapadokya merkezlidir ve bu hareketliliğin çok büyük bir oranı da Nevşehir’de meydana gelmektedir. Ürgüp ve Göreme civarında bulunan doğal, tarihi bileşenler yabancı ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekmektedir. Bölgenin tüm potansiyeline karşın diğer iller adına ürün çeşitlendirilememiştir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Nevşehir ili ile akla gelen Kapadokya Bölgesi, yakın çevre değerleri ile birlikte Aladağlar Milli Parkı, Hasan Dağı, termal kaynakları, geleneksel el sanatları ve kültürel zenginlikleri (ahilik) ile bir bütün olarak tanıtılmalı ve pazarlanmalıdır.

Kapadokya, bölge olarak öncelikle Türkiye genelinde tanıtılmalı ve eşgüdümlü olarak, niş alanlardaki uluslararası hedef kitleye de ulaşılmalıdır. Özellikle bölge illerinden Kırşehir, Niğde ve Nevşehir illerindeki termal kaynakların yanı sıra, Aladağlar Milli Parkı, Hasan Dağı ve Demirkazık Dağı'nın sağladığı kuş gözlem, yaban hayatı gözlem, kanyon ve doğa yürüyüşleri, mağaracılık gibi niş alanlara yönelik pazarlamalar ön plana çıkartılmalıdır. Kültür ve inanç turizmi sadece Nevşehir ilinde değil, Aksaray, Kırşehir ve Niğde illerinde de farklı hedef kitleler bağlamında yaygınlaştırılmalıdır.

Günümüzde bölgeye gelen yabancı ziyaretçilerin büyük bir kısmını; Doğu Asya Ülkeleri, Japonya, Almanya, Bulgaristan ve Fransa vatandaşları oluşturmaktadır. Bu ülke yelpazesinin genişletilmesi gerekmektedir.

Pazarlanacak ürünün tanımı, yabancı ziyaretçi beğenisi ve talebi gözetilerek yapılmalı ve bir ürün demeti hazırlanmalıdır. Bu demeti hazırlayacak olanlar, başta sektörün örgütleri (kooperatif, dernek, birlik ve benzerleri), yerel acenteler ve tur operatörleridir. Burada önemli olan; bu ürün demetinin, sektör ortakları tarafından hazırlanması, gerçekçi olması ve ortakların kendilerini pazarlamaya angaje etmeleridir. Sivil toplum kuruluşları, yerel ve merkezi idareler ile akademik kuruluşlar da kuşkusuz belirli görevler üstleneceklerdir. Ancak, asıl sorumluluğu sektör ortaklarının örgütlü kesimi taşımalıdır.

Bununla birlikte; özellikle taşımacılık yapan kuruluşların da, örneğin Türk Hava Yollarının ve benzer diğer kuruluşların, uygun promosyonlarla yeni pazar arayışlarına ve kampanyalara destek sağlaması gerekmektedir. Benzer bir tanıtım kampanyası, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yurt dışı temsilcilikleri kanalı ile yürütülmelidir.

Bölgenin pazarlanmasında bir diğer olanak, Bölge tesislerinin işletilmesi için yabancı firmalarla iş ortaklığına gidilmesi veya yabancı firmaların yatırım ve işletme yapmalarına olanak sağlanmasıdır. Ancak eko-turizmin gelişebileceği alanlarda bu olanak özenle değerlendirilmelidir. Yerel kaynak, sermaye ve becerinin ön plana çıktığı bu türde, yerelliğin ikinci plana düşmesi önlenmelidir.

7.C.3.2. Strateji 2: Marka Kentler Yaratılması

Stratejinin Arka Planı

Türkiye 2023 Turizm Stratejisinde;

“Sürdürülebilir turizm yaklaşımının 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 sağlanması” (Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007)

vizyonu belirlenerek ülke ölçeğinde markalaşmanın önemi vurgulanmıştır. Söz konusu raporda bu vizyonu gerçekleştirmek adına ucuz ürün sunumu yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak turizmde rekabetin sağlanması gerektiği vurgulanmaktadır. Bunun sağlanması için de bölgesel ve yerel değerlerin ön plana çıkarılması gerekmektedir. Bu bağlamda 2023 yılında marka kültür kenti olması hedeflenen kentler;

- Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon’dur.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Görülmektedir ki sahip olduğu değerler ile Nevşehir TR71 bölgesi adına kültürel marka kenti olması hedeflenen illerdendir. Marka kent yaratmak adına ülkesel strateji olarak belirlenmiş olan yöntemleri dikkate almak gerekmektedir. Çeşitli alanlarda çok sayıda düzenlemeyi öngören bu stratejide, mimari olarak uluslararası standartlarda şehir müzelerinin kurulması, tarihi dokuların ve eski merkezlerin yenilenmesi; ulaşım sistemiyle alakalı olarak havaalanı kent merkezi toplu taşıma sistemlerinin kurulması; kültürel aksların düzenlenmesiyle ilgili olarak ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyetlerin düzenlenmesi, kongre turizmine yönelik tesis ve aktivitelerin canlandırılması; fiziksel ve sosyal düzenlemelerle ilgili olarak ise kent merkezinde turizm danışma bürolarının açılması, yön levhaları ve bilgilendirme tabelalarının konulması gibi bazı ana başlıklarla bir yöntem çizilmiştir. (Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007)

Bu markalaşma stratejileri bütün bölge illeri için turizmin kalkınması adına göz önüne alınmalı ve uygulamaya konulmalıdır. Nevşehir ülke turizm stratejisiyle desteklenen bir marka kenttir ve bunun bütün bölge için bir avantaj olarak kullanılarak bölgenin markalaşması sağlanmalıdır.

7.C.3.3. Strateji 3: Marka Ürünler Yaratılması

Stratejinin Arka Planı

Marka kent olabilmek için TR71 Bölgesi’nin kendine has marka turizm ürünleri geliştirmesi ve bunlarla özdeşleşip anılması gerekmektedir. Bölge adına bu konuda büyük bir potansiyel mevcuttur. TR71 Bölgesi özellikle yöreye özgü doğal yeryüzü oluşumları, tarihi yapıları, doğal ve çevresel potansiyeli ile marka ürünler çıkarmak konusunda çok zengin doğal, kültürel envantere sahiptir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgenin hâlihazırda markalaşmış peri bacaları, balonculuk, yeraltı yerleşimleri ve halıcılık gibi çeşitli marka turizm ürünleri vardır. Bunlar dışında bölgenin diğer illerinde yer alan marka potansiyelleri de değerlendirilmelidir.

7.C.4. Hedef 4: Bölgenin Turizm Sektörü Açısından Rekabet Edilebilirlik Düzeyini Artırmak

7.C.4.1. Strateji 1: Farkındalık Yaratılması (2014-2018) ve (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Turizm ile ilgili paydaşların farkındalığının ve bilinç düzeyinin artırılması paydaşlar tarafından turizmin sahiplenilmesinde ve verilen hizmet kalitesinin artırılmasında önemli rol oynamaktadır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölge halkının turizm sektörüne bakış açısını geliştirmek, turizm sektöründeki aktörlerin küresel bağlamda görüşlerine katkılarda bulunmak, toplumun turizmi sahiplenmesi için sosyal ve kültürel ortamın güçlendirilmesi amaçlamalıdır. Aynı zamanda, değer zincirindeki her bir endüstrinin ihtiyaçlarına ve müşteri memnuniyetini artıracak gereksinimlerine yönelik eylemlerin de planlanması gerekmektedir.

7.C.4.2. Strateji 2: Mevcut Tesislerin Rekabetçi Kılınması (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Turizm tesislerinin nitelik ve nicelik olarak geliştirilmesi bölgenin ulusal ve uluslararası rekabet düzeyinin artırılmasında büyük öneme sahiptir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgede hizmet veren tesislerin ulusal ve uluslararası alanda çeşitli konulardaki belgelerle niteliklerinin artırılması, donatılarının güçlendirilmesi ve mevcut/potansiyel her turizm ürününe hizmet sunabilmelerinin sağlanması gerekmektedir. Ayrıca bölgenin tarihi potansiyelinin sunduğu zengin kültür envanteri olanakları kullanılarak butik otel ve S belgeli otel sayılarının artırılması bölgeyi ulusal ve uluslararası turizm pazarında daha rekabet edebilir kılacaktır.

7.C.4.3. Strateji 3: Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımını Sağlanması (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Bölge kaynaklarının koruma kullanma dengesi gözetilerek sürdürülebilir bir anlayışla değerlendirilmesi bölgenin rekabet düzeyinin artırılmasında büyük önem arz etmektedir. Turizm gelişmesinin bölgenin kalkınmasında büyük katkısı olacaktır. Ancak turizmin gelişmesinde sürdürülebilir bir anlayış benimsenmediği takdirde yine turizmin esas kaynağı olan doğal değerler zarar görecektir ve bu yine turizm sektörüne olumsuz bir şekilde yansıtacaktır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgenin turizm planlama altyapısına ilişkin farklı kurumların geliştirdiği stratejileri bütüncül bakış açısıyla uyumunu sağlamak, kaynakları etkin kullanmaya çalışarak, organizatif bağlamda uygulanabilirliğini de kolaylaştırmak gerekmektedir. Bu bağlamda bilgi sağlayıcıların görüşlerini de dikkate alan etkin bir turizm yönetimi öngörülmektedir. Tüm aktörlerin ortak çalışma kültürünü geliştirmesinin sağlanması da bir diğer önemli konudur.

7.C.5. Hedef 5: Turizm Sektöründen Bölge Yerleşmelerinin Yaşam ve Mekân Kalitesini Artırmak Üzere Yararlanmak

7.C.5.1. Strateji 1: Altyapının İyileştirilmesi(2014-2018)

Stratejinin Arka Planı

Ulaşım, haberleşme ve çevre altyapılarının turizm talep ve hedeflerini karşılayacak biçimde planlanması turizmde kalkınmayı hedefleyen TR71 Bölgesi için bir zorunluluktur. Altyapı çalışmaları, gerek büyük bütçeli olması gerekse birkaç idarenin sorumluluk alanlarına girmesi bağlamında ortak çalışmayı zorunlu kılan bir alt başlıktır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgeye turizm hareketlerinin daha fazla çekilmesi için uluslararası, ulusal, bölgesel ve kentsel ölçekte altyapı imkânları iyileştirilmelidir. Mevcut havaalanlarının uluslararası uçuşa açılarak ve bölgenin çevresiyle karayolu ve demiryolu bağlantılarının geliştirilerek bölgeye gelen turist hacminde artış sağlanmalıdır.

7.C.5.2. Strateji 2: Sosyal Donatıların Artırılması

Stratejinin Arka Planı

Bölgeye gelen yerli yabancı turistlerin sosyal ihtiyaçlarının karşılanması, yaşam ve mekân kalitesinin artırılması amacıyla sosyal donatıların sunulması ve mekânsal iyileştirmelerin yapılması büyük önem taşımaktadır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

TR71 Bölgesi turizm vizyonu ile paralel olarak hedeflenen turizm potansiyelini karşılamak ve ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması ve turizmin sürdürülebilir olması adına gelişmiş sosyal donatı tesislerinin sunumu sağlanmalıdır. Bu konuda yapılması gereken çalışmalar parklar, yeşil alanlar, yaya sistemleri, çeşitli kültür, dinlenme, spor ve eğlence tesisleri ile hijyen ihtiyacını karşılamaya yönelik tesisleri kapsamaktadır.

7.C.5.3. Strateji 3: Doğal, Kültürel, Tarihi ve Arkeolojik Değer Üstyapısının Geliştirilmesi (2014-2018)

Stratejinin Arka Planı

Doğal, kültürel, tarihi ve arkeolojik alanların korunması, geliştirilmesi ve bu alanlara zarar vermeden ziyaretçilerin kolay gezebileceği düzenlemelerin yapılması bölgedeki turizmin gelişmesine katkı sağlayacak faaliyetlerdir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Ziyaretçilerin uzun süreli geceleme yapması ve farklı mevsimlerde konaklama yapabilmesi için potansiyel değerlerin geliştirilmesi bu stratejinin ana temasıdır. Bu anlamda turizm ürünlerinin korunması, bakımı ve geliştirilmesi gerekmektedir. Yetkili isimlerle yapılan birebir görüşmeler ve çalıştaylar sonucu alınan bilgilere göre 287 peri bacasında kaya düşme tehlikesinin olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu ve benzer riskleri azaltmak, doğal kültürel ve tarihi değerleri koruyup zenginleştirmek adına önem arz etmektedir.

7.C.6. Hedef 6: Turizm Sektörü Gelişmesinden Bölgenin Kurumsal Kapasitesini Artırmak Üzere Yararlanmak

7.C.6.1. Strateji 1: İnsan kaynaklarının Güçlendirilmesi (2014-2018) ve (2019-2023)

Stratejinin Arka Planı

Turizm, insan kaynaklarına en duyarlı sektörlerden biridir ve yüksek düzeyde ustalık bilgisine sahip olunması, kaliteli hizmet sunumunun ön koşuludur.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

İnsan kaynaklarını geliştirmek için, örgün ve yaygın tüm eğitim programlarından yararlanılmalıdır. Bölge üniversiteleri ve yüksekokullarının sektöre katkısı büyük olacaktır. Ayrıca; örgün eğitim bağlamında, orta eğitim düzeyinde turizm öğretim ve eğitimine hizmet edecek yeni okulların açılması gündemde olmalıdır.

Yaygın eğitimin, özellikle sektörün ortakları ve onların örgütleri tarafından verilmesi sağlanmalıdır. Bu aşamada önerilen, mevcut olanakların olabildiğince kullanılmasına ve özellikle kadın işgücünün sektöre kazandırılmasına ve eğitimine önem verilmesidir.

Bu konu gerek sektöre yeni girecek insan kaynağı, gerekse mevcut insan kaynağının geliştirilmesi bağlamında ele alınmalıdır. Bu konu sadece sektörel personel bağlamında ele alınmamalı aynı zamanda girişimciliğin özendirilmesi açısından da düzenlenmelidir.

7.C.6.2. Strateji 2: Konaklama ve Yeme-İçme Tesislerinin Kurum Kapasitelerinin Güçlendirilmesi (2014-2018) ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması (2019-2023)
Stratejinin Arka Planı

Konaklama ve yeme-içme tesislerinin kurumsal kapasitesini artırmak bölgesel turizmin kalkındırılması adına önem arz etmektedir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bu kurumların yönetim yapılarının analizi, yeniden yapılandırılması, insan kaynaklarının planlanması, politika, program ve karar verme mekanizmalarının geliştirilmesi, finansal analizler, mevzuat geliştirilmesi, meslek içi eğitim programlarının planlanması ve yürütülmesi, bilgisayar tabanlı bilgi sistemleri kurma süreçlerine bir bütün olarak yaklaşılması genel olarak kurumsal kapasitenin güçlendirilmesi konusunda yapılması gereken konuları oluşturmaktadır.

7.C.6.3. Strateji 3: Tur Operatörleri İşbirliği ve Sektör Ortakları Arasındaki Dayanışmanın Artırılması ve Koordinasyonun Sağlanması

Stratejinin Arka Planı

Bir bölgede turizm işletmeleri arasında diyalog ve güven ortamı geliştirilerek bir işbirliği sağlanması halinde istihdam olanaklarında ve işletmelerin kazançlarında artış sağlamaları mümkün olmaktadır. Bu tür oluşumların turizm işletmelerine insan kaynaklarını geliştirmeleri, tedarikçilerle işbirliği, ortak satın alma, ortak pazarlama, araştırma ve geliştirme olanaklarını artırma ve ortak eğitimler sağlama avantajları getirmektedir. Sorunların çözülmesinde ortak hareket edebilme ve yeni gelişmelerin sağlanmasında ortak sonuçlar elde edilmesi önemlidir. Bu şekilde işletmeler arasında olumsuz rekabetin ortadan kalkması da mümkün olmaktadır. Böyle bir işbirliğinin sağlanabilmesi ilgili gruplar arasında güven ortamının tesis edilmesiyle mümkün olmaktadır.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

Bölgeye daha fazla ziyaretçi çekebilmek, konaklama ve geceleme sayılarını artırmak için tur operatörleri ile işbirliğinin ve sektör ortakları arasında dayanışmanın artırılması amaçlanmaktadır.

Sektör ancak, ilgili tüm tarafların ortak çabaları ile pazar payını artıracaktır. Tur operatörleri ve seyahat acenteleri, pazarlamanın en önemli aktörleridir. Bu bağlamda, sektörün diğer ortakları; uluslararası, ulusal ve bölgesel operatörlerle yakın işbirliği içinde olmalıdır. Bunu gerçekleştirmek üzere;

1. Yerel acentelerin kapasitesinin artırılması,

2. Uluslararası acentelerle daha yakın ilişkilerin kurulması, dış pazarlara açılma olanaklarının araştırılması ve uluslararası fuarlara katılım,
3. E-turizm olanaklarının kullanılması gibi önlemler gündemde olmalıdır.
4. Özel kesim, bölgenin tanıtımına da yatırım yapmalıdır. Bölge, alternatif turizm imkânlarından olabildiğince yararlanılmalıdır. Bu bağlamda; faaliyette olan seyahat acenteleri ve konaklama tesisleri başta olmak üzere, sektörün tüm taraflarının internet kanalı ile tanıtım yapmaları gerekmektedir.
5. Bölgedeki tur operatörü, seyahat acentesi ve tesis işletmecilerin, Bölgenin potansiyeline uygun düşen tur organizasyonları yapan yerli ve yabancı firmalar ile ilişki kurmaları ve kendilerini bölgeye davet ederek aktif tanıtım yapmaları önemle önerilmektedir.

Gerçekleşme Önerileri:

1. Yerel ve bölgesel acentelerin kapasitesinin artırılması,
2. Etkin bir pazarlama için önemli bir ön koşul, Bölge illerinde kurulmuş ve kurulacak seyahat acentelerinin, Bölge dışından gelen ziyaretçilere tüm turizm hizmetlerini verir duruma gelmeleridir.
3. Her şeyden önce, bölge acentelerinin, sektörle ilgili hemen tüm konularda (tanıtım, rezervasyon, oda ve bilet satışı, organizasyon, tur düzenleme, transferler vb.) faaliyet göstermesi gerekmektedir. Bölge dışı acentelerin, bölge acenteleri ile (özellikle Nevşehir dışında kalan iller) ortak iş ve operasyon yapabilir duruma gelmeleri ancak söz konusu gelişmeden sonra gerçekleşebilecektir.
4. Uluslararası turizm hareketlerinde beklenen talep artışı gözetildiğinde, bu tür kurumsal gelişmeler, hizmet kalitesinde de yükselmeyi ve bölgesel operatörlerin ulusal ve uluslararası işbirliklerine de girmelerini gerektirecektir.
5. Uluslararası acentelerle işbirliği ve ortaklıklar kurulması,
6. Dış pazarlama için de iç pazarlamada olduğu gibi; bölge acentelerinin güçlenmesi için ulusal ve uluslararası operatörlerle işbirliğine gitmesi, gerekirse ortaklıklar kurması gerekmektedir.
7. Bölge tesislerinin işletilmesinde yabancı firmalarla iş ortaklığına gidilmesi veya yabancı firmaların yatırım ve işletme yapmalarına olanaklar sağlanması önerilmektedir. Bu durumda, uluslararası pazarlama yabancı ortak tarafından yapılacaktır.
8. Öte yandan, birlikte çalışılan veya çalışılacak tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile ilişkiler sürekli ve yoğun tutulmalıdır. Satış konusunda bölgeyi ön planda tutmak ya

da gündemin alt sıralarına almak, anılan kuruluşların tercihidir. Bunun için ikili ilişkilerin bölge kaderini tayin edici bir rol oynayacağı unutulmamalıdır.

9. Eko-Turizm Konusunda Sivil İnisiyatiflerle İşbirliği

10. Genelde doğa turizminin, giderek eko-turizm ve toplum tabanlı eko-turizmin ilgi yoğun turizm hareketleri haline gelmesi, uluslararası platformda bu konularda uzmanlaşmış sivil toplum yapılanmalarının ve uzmanlaşmış tur operatörlerinin ortaya çıkmasına ve sayılarının hızla artmasına neden olmuştur.

11. Bunların başında, bazı uluslararası tur operatörlerinin inisiyatifi ile oluşturulan ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından desteklenen, Fransa Merkezli Tur Operatörleri İnisiyatifi (Tour Operators Initiative) gelmektedir.

12. Bölge için bu kurumların deneyimlerinden faydalanılmalı, işbirlikleri kurularak bu turizm çeşidi için daha profesyonel bir yaklaşım benimsenmelidir.

7.C.6.4. *Strateji 4: İlgili Kamu Kuruluşlarının Kapasitelerinin Artırılması (2014-2018)*

Stratejinin Arka Planı

Turizm sektörü için kamu kurumlarının kurumsal kapasitesi de büyük önem arz etmektedir. Kamu kurumlarının mevcut kurumsal yapıları öngörülen turizm hedeflerini karşılayacak ölçüde bir kapasiteye sahip değildir.

Stratejinin Ayrıntılı Açıklaması

TR71 Bölgesi'nde turizm konusunda yetkili olan kamu kurumlarının mevcut yönetsel yapılarının analiz edilmesi ve turizmde daha etkin rol almalarını sağlamak için yeniden yapılandırmaya gidilmesi gerekmektedir. Ayrıca insan kaynakları planlaması, yönetsel planlama, eylem mekanizmasını harekete geçirecek karar verme mekanizmasındaki çözümsüzlük ve karışıklıkların giderilmesi, kurumsal verimliliğin tespiti ve geleceğe yönelik adımların belirlenebilmesi için finansal analizlerin yapılması, çalışan personel için meslek içi eğitim programlarının planlanması ve yürütülmesi konuları kamu kurumlarında kapasite artırılması için hayata geçirilmesi gereken konulardan bazılarını oluşturmaktadır.

7.C.6.5. *Strateji 5: Kamu ve Özel Kesim İşbirliğinin Artırılması (2014-2018)*

Stratejinin Arka Planı

Bölgenin turizm sektöründe atılım yapması ve talebin artırılması için vazgeçilemez ön koşullardan biri kurumsallaşmanın gerçekleştirilmesidir. Bir diğer ön koşul ise, kamu ve özel kesimin altyapı sunumundan tanıtıma dek pek çok alanda işbirliği yapmasıdır.

Turizm sektöründe gelişmiş ülkelerde, yukarıdaki her iki koşul da yerine getirilmiştir. Türkiye’de kamu kesiminin, sektörün gelişimine katkısı; genel politikaları oluşturma, yönlendirme ve denetim olarak tanımlanabilir. Yanı sıra, kamu kesimi; altyapı sunumu, işletilmesi, bakım ve onarımı ve kısmen tanıtım işlerini de yüklenmiştir.

Stratejinin Arka Planı

Sektörün tesisleşmesi ve hizmet sunumu ise özel kesimin yükümlüğündedir. Bununla birlikte eğilim, her iki kesimin de yukarıdaki konularda işbirliği yapmasıdır. Bu bağlamda; tanıtım, pazarlama, oto-denetim, yerel turizm politikalarının oluşturulması, belirli altyapının tesisi ve işletilmesi gibi konular da sektör ortaklarının örgütleri ile kamu kesimi birlikte hareket etmelidir.

Sektörün gelişmesi için bu roller muhafaza edilmekle birlikte; ortak çabalar artmalı, özel kesim, kamu tarafından gerçekleştirilen; altyapı ve donatı tesis edilmesi gibi yatırımlara, yönetsel ve finansal olarak katkı koymalıdır. Böyle bir anlayış, kamu ve özel sektörün formal işbirliğini gerektirmektedir.

Yukarıda sözü edilen kamu ve özel sektör işbirliği modeline Türkiye’de de örnekler bulunmaktadır¹³.

Bölgede kamu ve özel kesim işbirliğine gidilmesi zorunlu görülmektedir. Örneğin, dernekleşme veya kooperatifleşme gibi kolay kurulabilir örgütlenme modelleri; başta Ürgüp, Göreme olmak üzere, bazı yerleşmelerde kolaylıkla gerçekleşebilecektir. Öte yandan benzeri ortak kaynakları kullanan ve birbirlerine yakın olan yerel yönetimlerin birlik oluşturmaları da gündemde olmalıdır. Birlikler, altyapı sunumu kadar, çevre ve turizm eğitimi vermek, turizmi geliştirmek gibi yükümlülükleri de üstlenebilecektir.

7.C.7. Hedef 7: Kültürel Değerleri Anlamak, Tanıtmak, Korumak ve Bu Değerlerden Turizm Sektörünü Geliştirmek Amacı ile Yararlanmak

7.C.7.1. Strateji 1: Kültürel değerleri ve envanteri tanıtmak, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek,

¹³ Türkiye’de bazı yerel yönetim birlikleri, özel sektörle, altyapı işletme ve turizmi geliştirme konularında faaliyet gösteren ortaklıklar kurmuşlardır. Örneğin; GATAB, özel sektör temsilcileri ile Turizm ve Altyapı Anonim Şirketini (ALTAŞ) kurmuştur. Şirket, ana sözleşmesi uyarınca, altyapı işletmeciliğinin yanı sıra turizm acentesi ve döviz bürosu açabilme olanağına da sahiptir. Benzer biçimde; Köyceğiz/Dalyan Birliği, turizm tesisi sahipleri ile kurduğu Çevre ve Turizm Anonim Şirketi (ÇEVTAS) ile turizm sektöründe yatırımcı ve işletmeci olarak faaliyet gösterebilmek olanağı elde etmiştir.

Eylem: Kültürel değerler ve envanter konusunda yapılacak bilimsel araştırmaları desteklenmesi ve arşivlenmesi,

Eylem : “ Orta Anadolu’nun kültürel eksenleri ve mihenk taşları” veya başka bir isimle adlandırılabilir bir program öngörülmesi, Konya – Aksaray-Kayseri ekseninin ele alınması ve komşu illerden Çorum’u da eklenmesi kaydı ile Hitit, Roma, Erken Hristiyanlık, Selçuklu ve Osmanlı Dönemi eserlerinin, eksenler ve odaklar bazında ortaya çıkarılması ve tur güzergâhları olarak tanıtılması,

7.C.7.2. Strateji 2: Kültürel değerleri ve kültürel envanteri turizm sektörünün ana kaynak değeri ve motor gücü olarak değerlendirmek, Bölgenin farkı ve üstünlüğü olarak değerlendirmek

Eylem: Eski kent dokuları ve tek yapı ölçeğinde ön plana çıkan yerleşmelerin saptanması, buralarda sokak ve doku iyileştirmeleri yapılması, bu envanterin turizme kazandırılması için programlar geliştirilmesi,

Eylem: İl merkezlerin de ve halk kültürünün yoğunlaştığı kesimlerde etnoğrafya ve yerel kültür müzelerinin kurulması

7.D. Potansiyeller ve Geleceğe Dönük Projeksiyonlar

TR 71 Bölgesinde yatak tahminleri kısa ve orta-uzun erimlerde yapılmıştır. Ayrıca kısa vadede işletmeye alınacak tesisler için Kültür ve Turizm Bakanlığı ve illerde Kültür ve Turizm Müdürlükleri ile temas edilmiş, önümüzdeki yıllarda hizmete alınacak tesisler ve yatak kapasiteleri bulunmuştur.

TR 71 de kısa, orta ve uzun vadede turizm sektörünün sayısal boyutlarının tespitinde en önemli ve açıklayıcı değişkenin yatak sayıları olduğu kabul edilmiştir.

Yatak sayıları projeksiyonlarında da; yatak sayısı zaman serisi kullanılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve bu bakanlık elemanlarının yaptığı bireysel projeksiyonlara benzetimler yapılarak aşağıdaki parametreler esas alınmıştır.

- Doluluk oranları
- Geceleme adetleri

7.D.1. Bakanlık Belgeli Tesisler İtibarıyla Kısa Vadeli Gelişmeler ve Projeksiyonlar

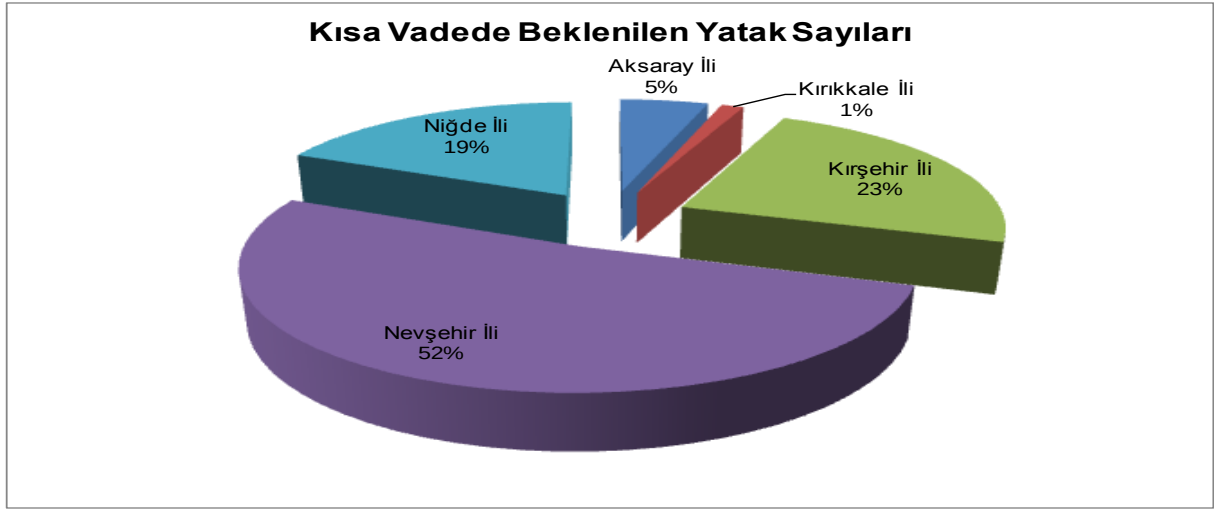
Bu çerçevede kısa vadede sektörün hizmetine girecek yatak kapasitesi yaklaşık olarak iller itibarıyla aşağıda gösterilmiştir. Bu sayılara; Kültür ve Turizm Bakanlığı’na yapılan belge başvuruları ile İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri kayıt ve görüşleri değerlendirilerek ulaşılmıştır.

Tablo 46: İller İtibarıyla Kısa Vadede Beklenilen Ek Yatak Sayıları

İller	Kısa Vadede Beklenilen Yatak Sayıları
Aksaray İli	202 yatak
Kırıkkale İli	51 yatak
Kırşehir İli	904 yatak
Nevşehir İli	Yaklaşık 2.000 yatak (*)
Niğde İli	714 yatak
TR 71 Toplamı	3.871 yatak

(*) İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri kayıt ve görüşleridir.

Grafik 29: İller İtibarıyla Kısa Vadede Beklenilen Ek Yatak Sayıları Dağılımı



Yukarıdaki değerler önemli bir gelişmeyi işaret etmektedir. 2011 yılı sonu itibarıyla Bölgede bulunan yatağın 13.912 seviyesinde bulunduğu düşünülürse kısa dönemli yatak sayısı artış oranı % 27,8 gibi çok önemli bir oranda yükselmektedir. Bu durum turizmin nasıl bir potansiyel arz ettiğini ve bölgenin nasıl bir atılım içinde olduğu göstermektedir.

Yatak sayısında en fazla artış, turizm sektörünün en fazla geliştiği Nevşehir’de beklenmektedir. Yatak sayısındaki bu gelişmede; Kırşehir ve Niğde illerinde yapımı süren ve Nevşehir’de de planlanan termal otellerin payı büyüktür. Kısa vadede en az artış Kırıkkale ilinde beklenmektedir.

Bu değerler, ayrıca projeksiyonlarda da kullanılmış, normalize edilen yeni projeksiyonlarda 2014 yılı değerleri kısa vadede işletmeye alınacak yatak kapasiteleri hesaplanarak yıllara göre yeni bir dağılım elde edilmiştir. Bunlar aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

7.D.1.1. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Orta ve Uzun Vadeli Projeksiyonları

Orta ve uzun vadeli projeksiyonlar 2030 yılı hedef alınarak; 2001 yılından bu yana elde edilen zaman serileri kullanılarak yapılmıştır. Yatak sayıları, doluluk oranları ve geceleme süreleri gibi sektörün en önemli 3 parametresi çalışmada içerilmiş, ayrıca 3 ana alternatif ve çok

sayıda alt-alternatif üretilmiş ve bunların en uygunu tercih edilerek projeksiyon yapım ve tahmin süreci tamamlanmıştır.

7.D.1.1.1. Alternatif 1: TR 71 de Bakanlık Belgeli Tesislerin Özgün Büyüme Hızı İle Gelişmesi (2001-2011 Dönemi Kapadokya Yatak Artış Hızı)

Arka Plan ve Varsayımlar;

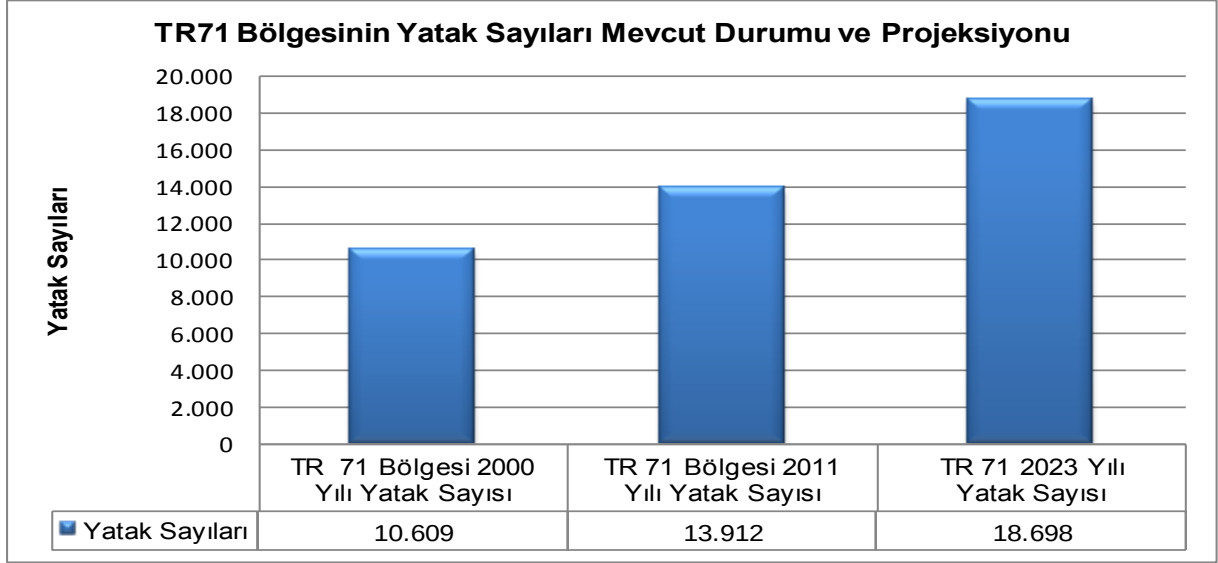
TR 71 Bölgesi son yıllarda turizm sektöründe atılımlar yapmaktadır. Bu iç dinamik ve Bölgenin kendine özgü gelişme eğilimi önümüzdeki yıllarda da devam edecektir.

Bu alternatifte; TR 71 bölgesinde yer alan illerin 2000-2011 döneminde elde ettiği yatak sayısı yıllık ortalama artış hızı (r : 0,0249) kullanılmış ve üssel artış yöntemi ile uzun vadeli hedef yılı 2023 yılı için, kısa vadeli 2014 ve 2018 yılları da hesaba katılarak tahminlerde bulunulmuştur.

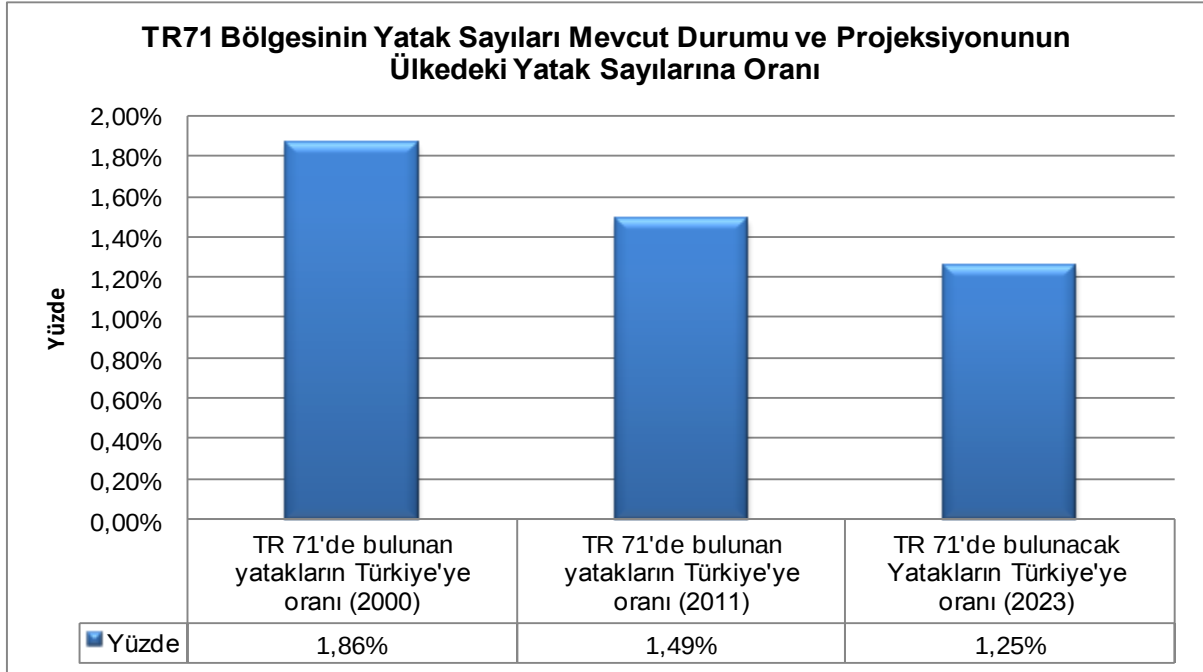
Tablo 47: TR 71’de Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2011 – 2030 Döneminde 2000-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı ile Gelişim)

ALTERNATİF 1 - TR 71’DE BAKANLIK BELGELİ TESİSLERDEKİ YATAKLARIN ÖZGÜN BÜYÜME HIZI İLE GELİŞMESİ (2011 – 2030 Döneminde)		
ALTERNATİF 1	TR 71 Bölgesi 2000 yılı yatak sayısı	10.609
	TR 71 Bölgesi 2011 yılı yatak sayısı	13.912
	TR 71 2023 yılı yatak sayısı	18.698
	Türkiye 2000-2011 Dönemi yatak artış hızı (r Türkiye 2000-2011)	0,0464
	TR 71 Bölgesi 2000-2011 Dönemi yatak sayısı artış hızı (r TR 71 2000-2011)	0,0249
	TR 71 Bölgesi 2011 - 2023 Dönemi yatak sayısı artış oranı (r TR 71 – 2011-2023)	0,0249
Bazı Temel Karşılaştırmalı Göstergeler		
	TR 71’de bulunan yatakların Türkiye’ye oranı (2000)	1,86%
	TR 71’de bulunan yatakların Türkiye’ye oranı (2011)	1,49%
	TR 71’de bulunacak yatakların Türkiye’ye oranı (2023)	1,25%

Grafik 30: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 1



Grafik 31: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu Alternatif 1 (Oranı%)



Hesaplamalar sonucu; 2023 yılında TR 71 Bölgesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli 18.698 yatağın hizmette olacağı tahmin edilmiştir. Ancak, TR 71'in mevcut eğilimini devam ettirmesi varsayımına dayanan bu alternatfin gerçekleşmesi durumunda; TR 71 de bulunan yatakların Türkiye'ye olan payının giderek azalacağı anlaşılmaktadır. Bu durum TR 71 gibi turizm potansiyeli yüksek bir bölgede var olan kaynakların verimli olarak harekete geçirilememe durumunun uzun vadede de süreceğini göstermektedir.

Bunun temel nedeni 2000-2011 döneminde Türkiye yatak sayısının TR 71 yatak artış hızından çok daha yüksek biçimde seyretmesidir. Nitekim 2000-2011 yılları arasında

Türkiye'nin özellikle Batı Akdeniz ve Güney Marmara Kesimindeki kitle turizmini gerçekleştiren destinasyonları ile İstanbul'da yatak sayıları büyük artış göstermiş, TR 71 bu hızın gerisinde kalmıştır.

7.D.1.1.2. Alternatif 2 - Türkiye Bakanlık Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (2011-2012 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)

Arka Plan ve Varsayımlar;

İkinci alternatifte; TR 71 Bölgesi illerinin 2030 perspektifinde, Türkiye 2000-2011 dönemi artış hızını yakalayacağı, bu hızla 2023 yılına kadar gelişme göstereceği varsayılmıştır. Bu varsayımın arkasında; TR 71, özellikle Nevşehir'in uzun vadede; Türkiye ortalamasını etkileyen önemli destinasyonlar olan Antalya, Muğla ve İstanbul gibi illerin gelişme hızını hedef alması ve bu illere benzer bir atılım yapması öngörüsü bulunmaktadır.

Tablo 48: Alternatif 2 - Türkiye Bakanlık Belgeli Yatak Artış Hızın TR 71'e Uygulanması (2000-2012 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)

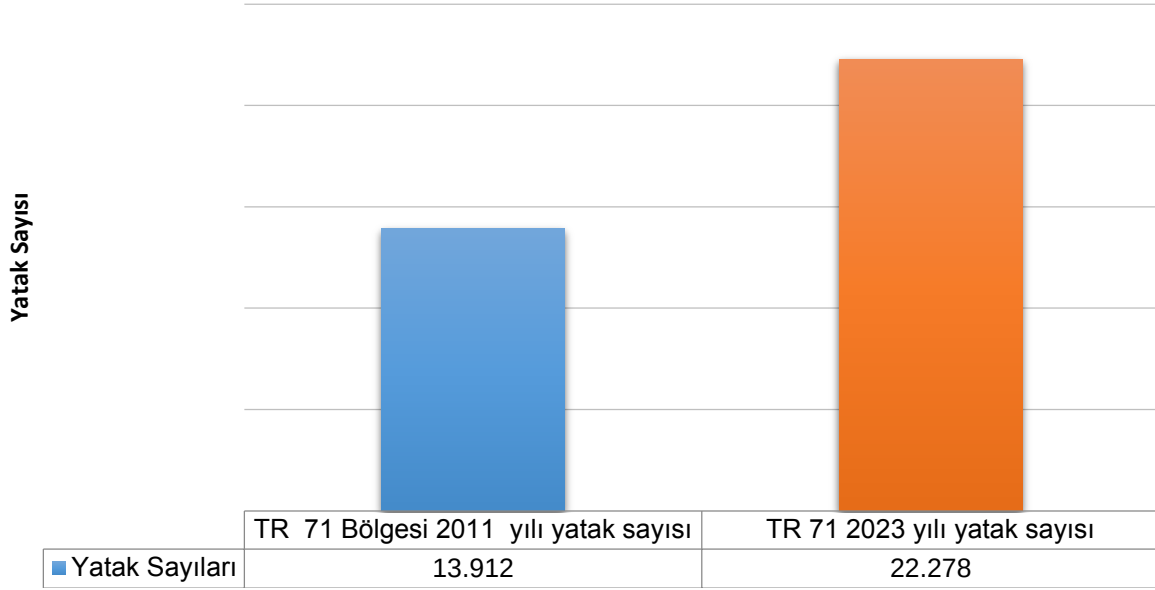
ALTERNATİF 2 - TÜRKİYE BAKANLIK BELGELİ YATAK ARTIŞ HIZIN TR 71 E UYGULANMASI (2000-2012 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)		
	TR 71 Bölgesi 2011 yılı yatak sayısı	13.912
	TR 71 2023 yılı yatak sayısı	22.278
	TR 71 Bölgesi 2011-2023 Dönemi yatak sayısı artış hızı	0,04002
	TR 71 Bölgesi 2010 - 2011 Dönemi yatak sayısı artış hızı	0,0249
	Türkiye 2001 - 2011 Dönemi Türkiye yatak sayısı artış oranı	0,04002

Bazı Temel Göstergeler

	TR 71'de bulunan yatakların Türkiye'ye oranı (2000)	1,86%
	TR 71'de bulunan yatakların Türkiye'ye oranı (2011)	1,49%
	TR 71'de bulunacak yatakların Türkiye'ye oranı (2023)	1,49%

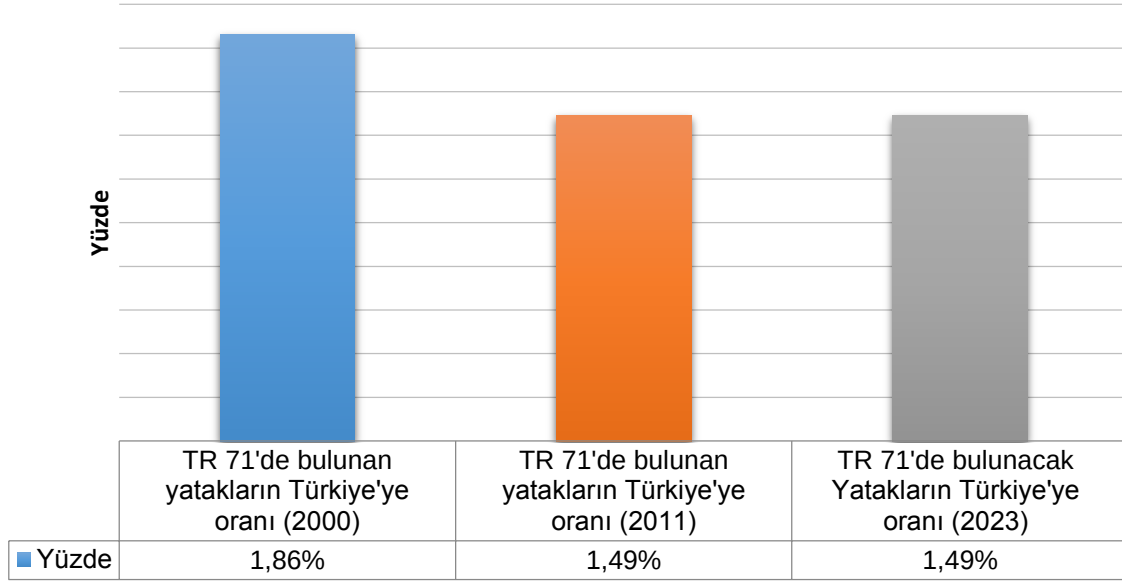
Grafik 32: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 2

TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu



Grafik 33: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonunun Ülkedeki Yatak Sayılarına Oranı

TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonunun Ülkedeki Yatak Sayılarına Oranı



Bu alternatifte 2023 yılı için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı Strateji Belgesinin varsayımları kullanılmıştır. 2023 yılı için öngördüğü yatak sayısı ve artış hızları esas alınmıştır. Bu nedenle Tablodan görüleceği gibi Türkiye'nin ve TR 71'in 2011 – 2023 Dönemi yatak artış hızları aynı bulunmuştur. Alternatifte bu gelişmeye bağlı olarak 2023 yılında TR 71'de bulunan yatak sayısının Türkiye'ye oranının sabit kalması beklenmektedir.

7.D.1.1.3. Alternatif 3 – TR 71 Bölgesinde Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatak Sayısının Türkiye Yataklarına Oranla Tahmini

Arka Plan ve Varsayımlar;

Bu alternatifte Türkiye Bakanlık Belgeli yatak sayısının 2011 - 2023 dönemi artış hızının 0,45 in üzerinde olacağı varsayılmıştır. Bu hız Turizm Stratejisi 2023 belgesinde öngörülen hızın 2011 gerçeklemeleri ile gözden geçilmesi ile bulunmuştur.

Bu kabulün arka planında; Türkiye'nin 1980'lerin ortasından bu yana elde ettiği büyük başarının, elde ettiği sektörel birikim ve ustalık bilgisinin devam edeceği varsayımı bulunmaktadır. Türkiye'nin, 2023 perspektifinde, Avrupa, Ortadoğu ve Uzakdoğu ülkelerinin üzerinde bir performans göstereceği bir diğer varsayımdır.

Bu varsayımlar dizisine, ayrıca TR 71 in, ülke başarısına de ayak uyduracağı uyum sağlayacağı ve aynı başarıyı göstereceği kabulü de eklenmiştir. Bu bağlamda; TR 71'in potansiyelini değerlendiren ve harekete geçirmeyi hedefleyen stratejik öngörüler bu seçeneğin arka planını ve temel varsayımlarını yansıtmaktadır.

Bu varsayımlarla yapılan hesaplamalar ve öngörülen büyüme hızı aşağıda gösterilmiştir. Buna göre TR 71 in 2023 hedef yılında Bakanlık belgeli konaklama tesislerinde barındıracağı yatak sayısı tahmini 29.040 adet olacaktır. Bu değer 2011 yılı değerlerine göre % 208,7 oranında artış anlamını taşımaktadır.

Tablo 49: Alternatif 3 - TR 71'de Bakanlık Belgeli Tesislerdeki Yatak Sayısının Türkiye Yatak Sayısına Oranla Tahmini

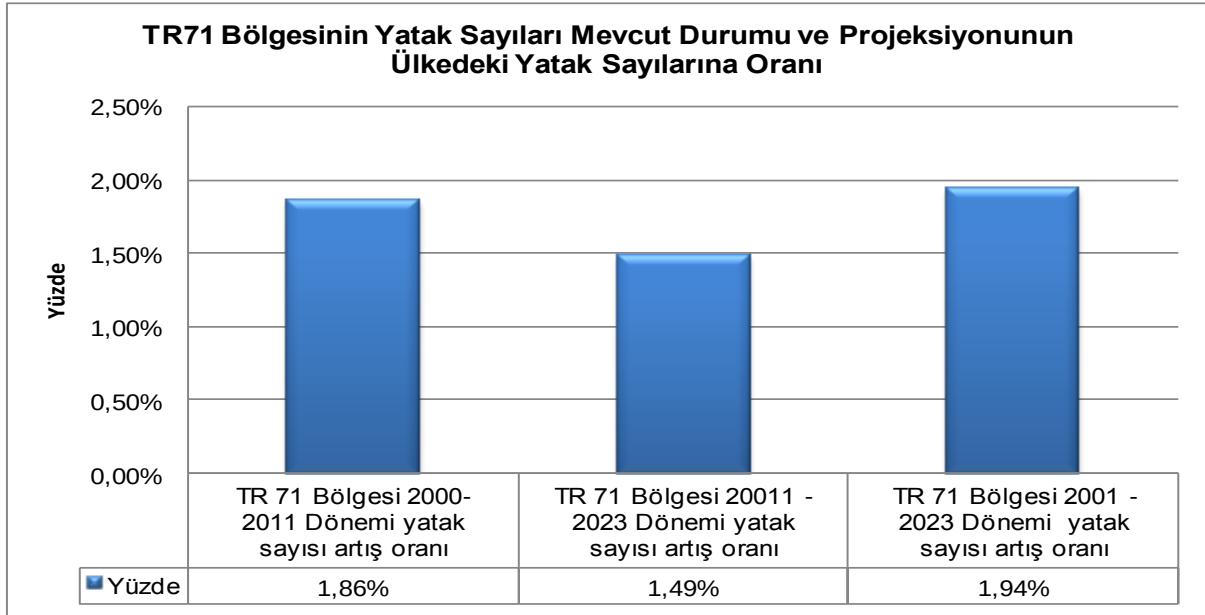
ALTERNATİF 3 - TR 71 DE BAKANLIK BELGELİ TESİSLERDEKİ YATAK SAYISININ TÜRKİYE YATAK SAYISINA ORANLA TAHMİNİ		
	TR 71 Bölgesi 2011 yılı yatak sayısı	13.912
	TR 71 Bölgesi 2023 yılı yatak sayısı	26.241
	TR 71 Bölgesi 2023 yılı (revize yatak sayısı)	29.040
	TR 71 Bölgesi 2011-2023 Dönemi yatak sayısı artış oranı	0,0543
	TR 71 Bölgesi 2011-2023 Dönemi revize yatak sayısı artış oranı	0,0632
	TR 71 Bölgesi 2001 - 2011 Dönemi yatak sayısı artış oranı	0,0249
Bazı Temel Göstergeler		
	TR 71 Bölgesi 2000-2011 Dönemi yatak sayısı artış oranı	1,86%
	TR 71 Bölgesi 20011 - 2023 Dönemi yatak sayısı artış oranı	1,49%
	TR 71 Bölgesi 2001 - 2023 Dönemi yatak sayısı artış oranı	1,94 %

Grafik 34: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu-Alternatif 3

TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu



Grafik 35: TR71 Bölgesinin Yatak Sayıları Mevcut Durumu ve Projeksiyonu Alternatif 3



Bu alternatifte 2023 yılı için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı Strateji Belgesinin varsayımları kullanılmıştır. 2023 yılı için öngördüğü yatak sayısı ve artış hızları esas alınmıştır. Bu nedenle Tablodan görüleceği gibi Türkiye'nin ve TR 71'in 2011 – 2023 Dönemi yatak artış hızları aynı bulunmuştur. Alternatifte bu gelişmeye bağlı olarak 2023 yılında TR 71 yatak sayısının Türkiye'ye oranının artarak yaklaşık % 2'lere (model sonucu %1,94) ulaşması beklenmektedir.

7.D.1.1.4. Plan Perspektifinde Bakanlık Belgeli Yatakların İllere Göre Dağılımları

Yatak Projeksiyonlarının illere göre dağılımında mevcut dağılım oranları göz önünde tutulmuştur. Günümüz yatak büyüklük ve dağılımının illerin potansiyel ve konumunu büyük

ölçüde yansıttığı değerlendirilmektedir. Ayrıca, 2015 Yılı kısa vadeli gelişmeler için yapımı süren ve programlandığı bilinen tesislerin kapasiteleri de eklenerek 2015 ve sonraki dönemlerin tahmini değerleri revize edilmiştir.

Tablo 50: : iller 2023 Yılı Perspektifinde Bakanlık Belgeli Yatakların Planlama Dönemleri İtibarıyla Projeksiyonları

	KISA VADELİ GELİŞMELER (2014-2018)		ORTA VE UZUN VADELİ GELİŞMELER (2018 -2023)	
	2011 Yılı Sonu İtibarıyla Yatak Sayısı	2014 (2015 Yılı Tahmini Yatak Sayısı) (Atama ve Normalizasyon Sonrası Revize Tahmin Modeli Sonuçları)	2018 Yatak Sayısı	2023 Tahmini, Yatak Sayısı
AKSARAY	1.630	2.112	3.455	3.650
KIRIKKALE (*)	68	128	250	350
KIRŞEHİR (*)	770	2.221	2.346	2.478
NEVŞEHİR	10.356	14.216	17.045	20.436
NİĞDE	1.088	2.485	2.514	2.544
TR 71 BÖLGESİ TOPLAMI	13.912	22.320	25.610	29.459

(*) Atama yapılmış ve normalize edilmiş değerlerle projeksiyon sonuçlandırılmıştır.

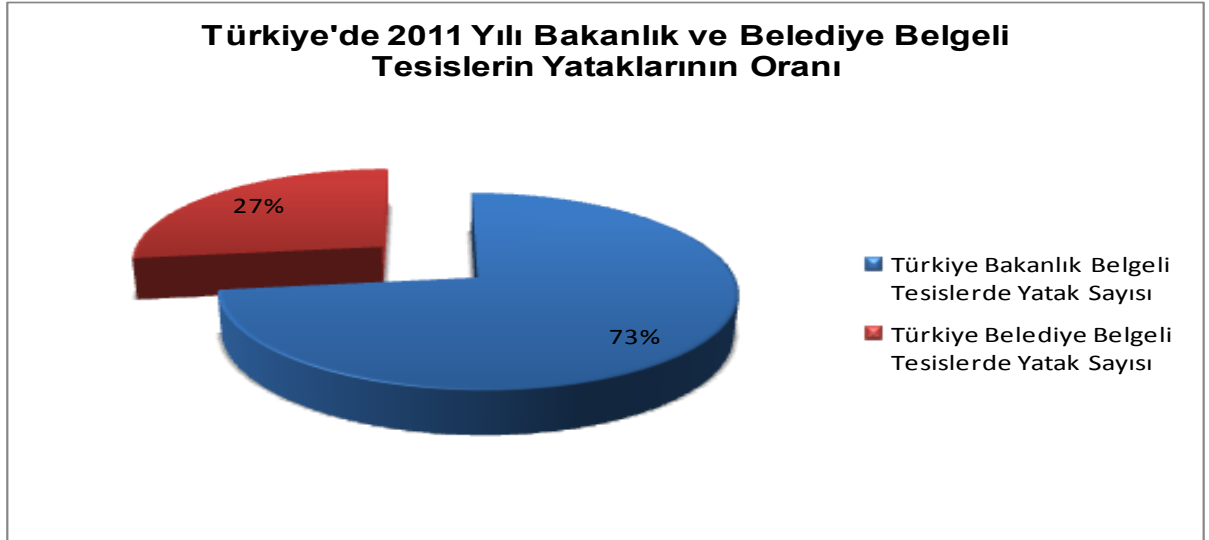
7.D.1.2. Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Orta ve Uzun Vadeli Projeksiyonları

TR 71 de Belediye Belgeli Tesislerde önemli bir yatak kapasitesi bulunmaktadır. 2011 yılı itibarıyla yapılan değerlendirmede Belediye Belgeli yatakların toplam yatak kapasitesine oranı, Türkiye ortalamasının üzerinde olup, % 52,74 dür. Bu oran, Türkiye’de ise sadece % 26,91dir.

Tablo 51: Türkiye ve TR 71 Bölgesinde 2011 Yılı İtibarıyla Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Karşılaştırması

	Yatak Sayısı	Oran
Türkiye Bakanlık Belgeli Yataklar	936.729	73,09%
TR 71 Bölgesi Bakanlık Belgeli Yataklar	13.912	47,3%
Türkiye Belediye Belgeli Yataklar	344.885	26,91%
TR 71 Bölgesi Belediye Belgeli Yataklar	15.525	52,74%
Türkiye Bakanlık ve Belediye Belgeli Toplam Yatak	1.281.614	100.0%
TR 71 Bölgesi Bakanlık ve Belediye Belgeli Toplam Yatak	29.437	100.0%

Grafik 36: Türkiye’de 2011 Yılı Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Yataklarının Oranı



Grafik 37: TR71 Bölgesi’nde Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Yataklarının Dağılımı



Belediye belgeli tesislerdeki yatak adedinin oransal fazlalığı, tesislerin konfor ve donatı düzeyinin düşüklüğünü işaret etmektedir. Bu durum; önümüzdeki dönemde tesislerin konfor ve hizmet sunum düzeylerinin artırılması için stratejiler geliştirilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Belediye belgeli tesislerdeki yatak sayılarının projeksiyonları için de alternatifler üretilmiştir. Yaklaşım birliği sağlamak için, Bakanlık Belgeli tesisler için yapılan yöntem ve varsayımlar Belediye Belgeli tesisler için de uygulanmıştır.

7.D.1.2.1. Alternatif 1: TR 71 de Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2008-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı)

Arka Plan ve Varsayımlar;

TR 71 Bölgesinde belediye belgeli yatak sayısında da önemli artışlar görülmektedir. Bununla birlikte; tahminlere esas olan verilerde önemli sorunlar bulunmaktadır. Bu nedenle daha güvenilir görülen 2000-2011 dönemi verileri kullanılarak projeksiyonlar sonuçlandırılmıştır.

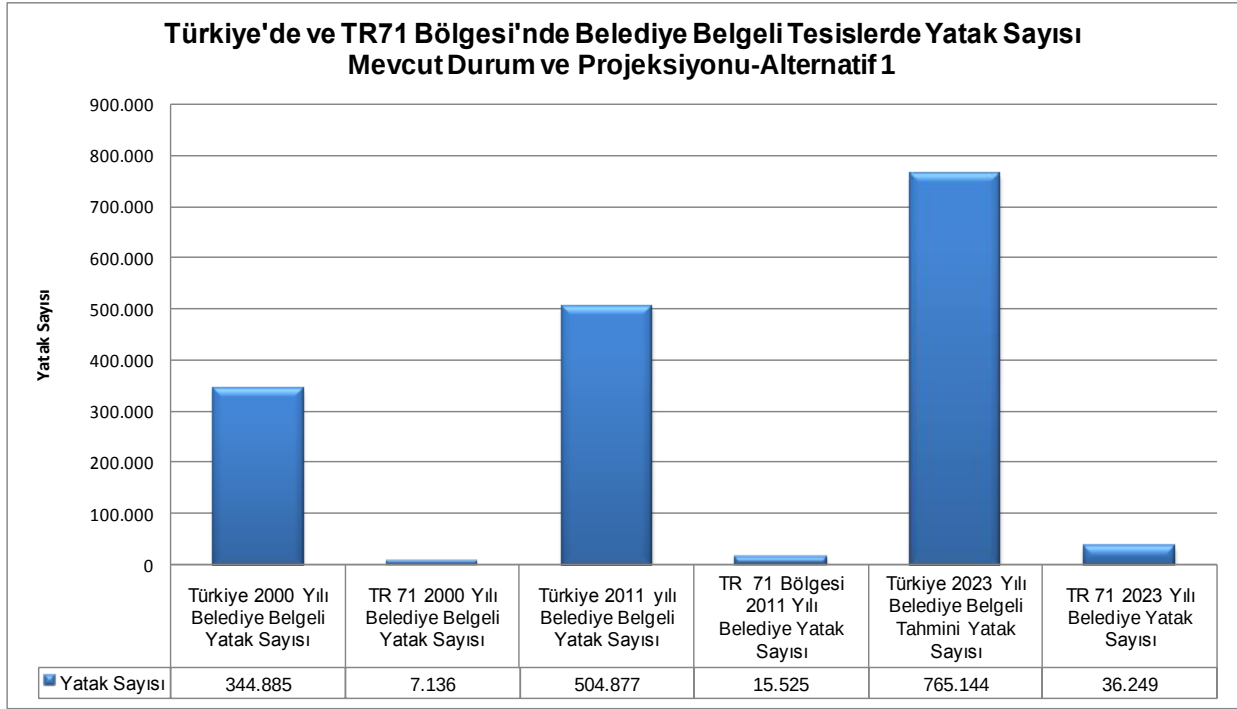
Bu bağlamda, ilk alternatifte; Bakanlık belgeli yatak tahminlerinde olduğu gibi TR 71 Bölgesinin 2000-2011 döneminde elde ettiği yatak sayısı hakkında yıllık ortalama artış hızı ($r= 0,073$) e üssel artış yöntemi kullanılarak 2023 yılı hedef yılı için beşer yıllık dönemler itibarıyla tahminlerde bulunulmuştur.

TR 71 Bölgesinin yatak sayısı artış hızı; Türkiye hızının ($r=0,035$) çok üzerinde ve 2 katından fazladır. Bunun temel nedeni, özellikle Nevşehir’de bulunan tesislerin Bakanlık Belgeli almakta karşılaştığı sorunlar, yöre turizminde yerel sermayenin ağırlıklı olması, ancak sermaye birikiminin kısıtlı olmasıdır.

Tablo 52: Alternatif 1 – TR 71’de Belediye Belgeli Tesislerde Bulunan Yatakların Özgün Büyüme Hızı ile Gelişmesi (2008-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı)

ALTERNATİF 1 – TR 71 DE BELEDİYE BELGELİ TESİSLERDE BULUNAN YATAKLARIN ÖZGÜN BÜYÜME HIZI İLE GELİŞMESİ (2008-2011 Dönemi Yatak Artış Hızı)	
Türkiye 2000 Yılı Belediye Belgeli Yatak Sayısı	344.885
TR 71 2000 Yılı Belediye Belgeli Yatak Sayısı	7.136
Türkiye 2011 yılı Belediye Belgeli Yatak Sayısı	504.877
TR 71 Bölgesi 2011 Yılı Belediye Yatak Sayısı	15.525
TR 7 2023 Yılı Belediye Belgeli Tahmini Yatak Sayısı	765.144
TR 71 2023 Yılı Belediye Belgeli Yatak Sayısı	36.249
Türkiye 2000-2011 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Artış Hızı	0,035
TR 71 2000-2011 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Artış Hızı	0,073
Türkiye 2011-2023 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Artış Hızı	0,035
TR 71 2000-2011 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Artış Hızı	0,073

Grafik 38: Türkiye’de ve TR71 Bölgesi’nde Belediye Belgeli Tesislerde Yatak Sayısı Mevcut Durumu ve Projeksiyonu- Alternatif 1



Söz konusu yüksek artış hızının 2023 perspektifinde de devam ettirilmesi, 2023 yılı için 36.249 yatak sayısı gibi fevkalade yüksek bir tahmine neden olmuştur.

Tüm Türkiye’de yatak konforu ve hizmet sunum kalitesi artma eğiliminde iken, TR 71 ‘in bunun dışında kalması, Bakanlık belgeli yataktan çok fazla Belediye belgeli yatağa sahip olması düşünülemez. Bu nedenle diğer alternatifler üzerinde durulmuştur.

7.D.1.2.2. Alternatif 2: Türkiye Belediye Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (2008-2011 Dönemi Türkiye Yatak Artış Hızı)

Arka Plan ve Varsayımlar;

Alternatif Belediye belgeli yatak projeksiyonlarının ikincisinde Türkiye Belediye Belgeli yatak sayısının 2000-2011 dönemi eğilimi kullanılmıştır. Uzun dönemde TR 71 de konaklama tesislerinin statü ve konfor düzeylerinin Türkiye’ye benzeyeceği varsayımı ile hareket edilmiştir.

Bu ikinci alternatifin 2023 yılı projeksiyon yatak sayısı büyüklüğü 23.528 yataktır. 2014, 2018 ve 2023 yılları Belediye belgeli yatak projeksiyonları olarak bu alternatifin sonuçları kullanılmıştır. Değerler TR 71 ve iller itibarıyla tablolarda sunulmuştur.

Tablo 53: Alternatif 2 - Türkiye Belediye Belgeli Yatak Artış Hızının TR 71 Bölgesine Uygulanması (Yatak Artış Hızı)

ALTERNATİF 2 - TÜRKİYE BELEDİYE BELGELİ YATAK ARTIŞ HIZININ TR 71

BÖLGESİNE UYGULANMASI (Yatak Artış Hızı)		
	2023 Yılı Belediye Belgeli Bölge Yatak Sayısı	23.528
	Türkiye 2000-2011 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Artış Hızı	0,0353
	TR 71 Bölgesi 2011-2023 Dönemi Belediye Belgeli Yatak Sayısı Artış Hızı	0,0353

7.D.1.3. Projeksiyon Değerler Üzerinde Nihai Değerlendirmeler ve Tahminlerin Alt ve Üst Sınırları

Plan Hedef Yılı yatak sayılarının tahminlerinde yatak sayıları artış eğilimleri kadar doluluk oranları ve ortalama kalış süreleri gibi diğer değişkenler de önemli olmaktadır. Yatak sayıları eğilimlerine bağlı olarak bulunan sonuçlar, anılan iki değişken için yapılan varsayımlar doğrultusunda nihai olarak gözden geçirilmiş ve projeksiyonlara alt ve üst limitler getirilmiştir.

TR 71 Bölgesinde Bakanlık ve Belediye belgeli tesislerde doluluk oranları düşüktür. Her iki statüdeki tesislerde bu oranların plan dönemi içinde Türkiye ortalamasını yakalaması durumunda yatak adetleri kuşkusuz değişecektir.

Benzer biçimde geceleme adetlerinin artması durumunda da yatak sayıları değişecek ve doğal olarak daha fazla olacaktır.

TR 71 Bölgesinin Türkiye 2011 performansını yakalaması durumunda yatak adedi sayıları aşağıda gösterilmiştir. Ancak Bakanlık belgeli tesislerdeki % 50 oranı bir normatif öngörüdür. Belirli parametrelerde Türkiye ortalamasının esas alınması varsayımları ve buna göre hesaplamalar projeksiyonlara iç tutarlılık sağlamaktadır.

Grafik 39: Bakanlık Belgeli Yataklarda 2023 Yılında Doluluk Oranı ve Geceleme Adetlerine Göre Değişimler

Doluluk Oranı	Tahmini Yatak Adedi	Geceleme Adedi	Yatak Adedi
33,63%	29.459	1,9	29.459
50,0%	19.815	2,5	38.762

Grafik 40: Belediye Belgeli Yataklarda 2023 Yılında Doluluk Oranı ve Geceleme Adetlerine Göre Değişimler

Doluluk Oranı	Tahmini Yatak Adedi	Geceleme Adedi	Yatak Adedi
18,60%	23.528	1,7	23.528
26,99%	16.216	2,2	30.466

Yukarıdaki değerler uzun vadeli kestirimlere aittir. Bu nedenle gerçekleşme süreçleri esneklik taşıyacaktır. Bunlar her iki statüdeki yatak tahminlerinde alt ve üst limitler olarak kabul edilebilirler.

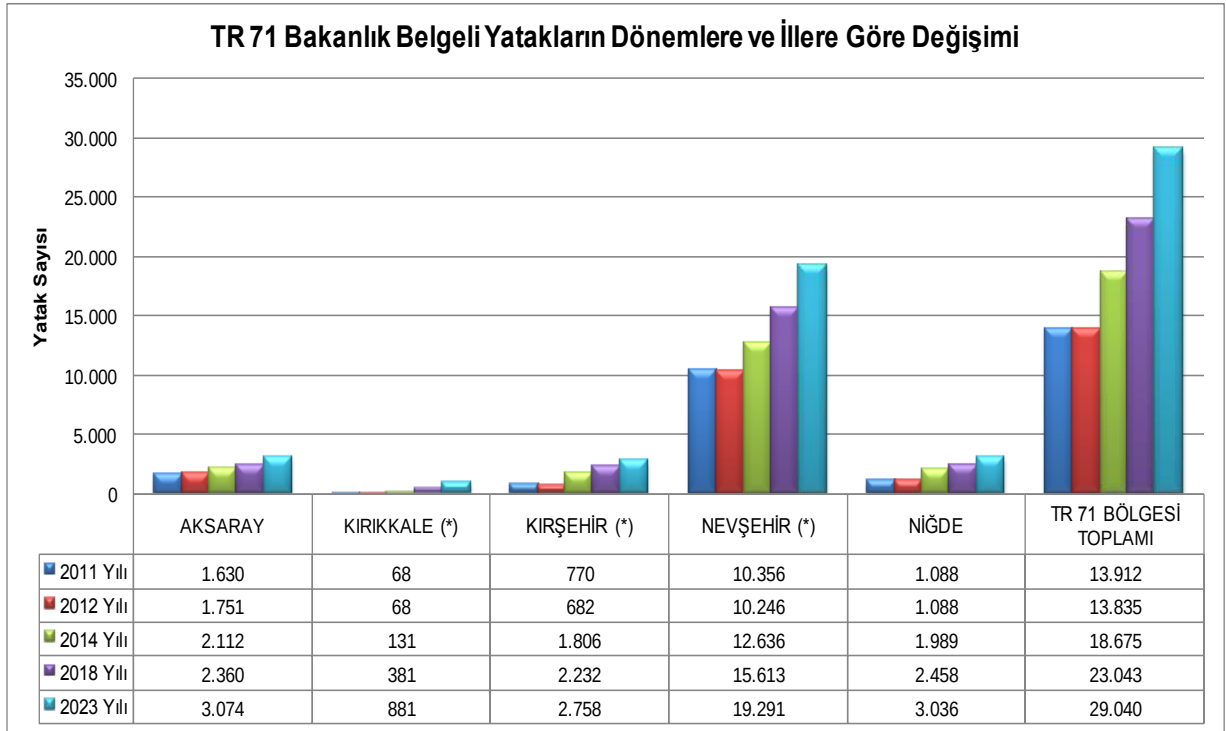
Grafik 41: TR 71 Bakanlık Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi

	KISA VADELİ GELİŞMELER (2014-2018)			ORTA VE UZUN VADELİ GELİŞMELER (2019-2023)	
İLLER	2011	2012 (**)	2014	2018	2023
AKSARAY	1.630	1.751	2.112	2.360	3.074
KIRIKKALE (*)	68	68	131	381	881
KIRŞEHİR (*)	770	682	1.806	2.232	2.758
NEVŞEHİR (*)	10.356	10.246	12.636	15.613	19.291
NİĞDE	1.088	1.088	1.989	2.458	3.036
TR 71 BÖLGESİ TOPLAMI	13.912	13.835	18.675	23.043	29.040

(*) Normalizasyon ve Atama yapılmıştır.

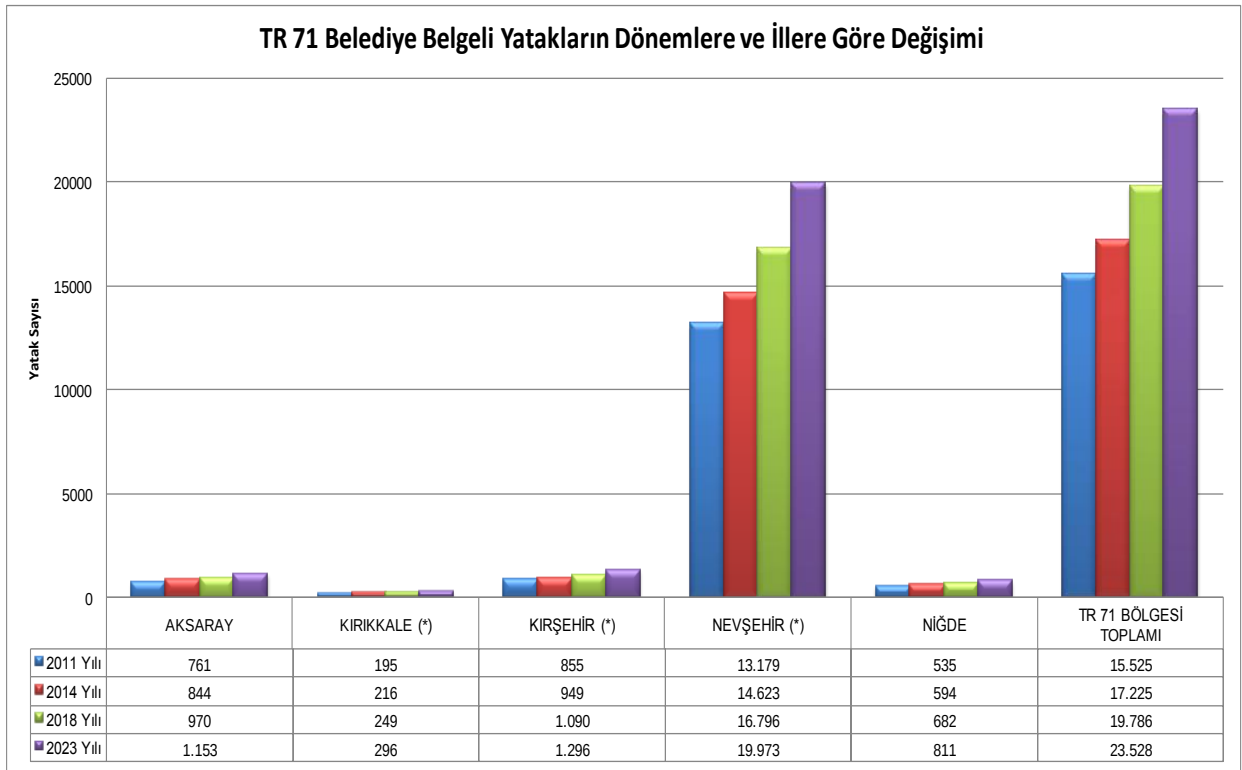
(**) Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan edinilen henüz yayınlanmamış veridir.

Grafik 42: TR 71 Bakanlık Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi



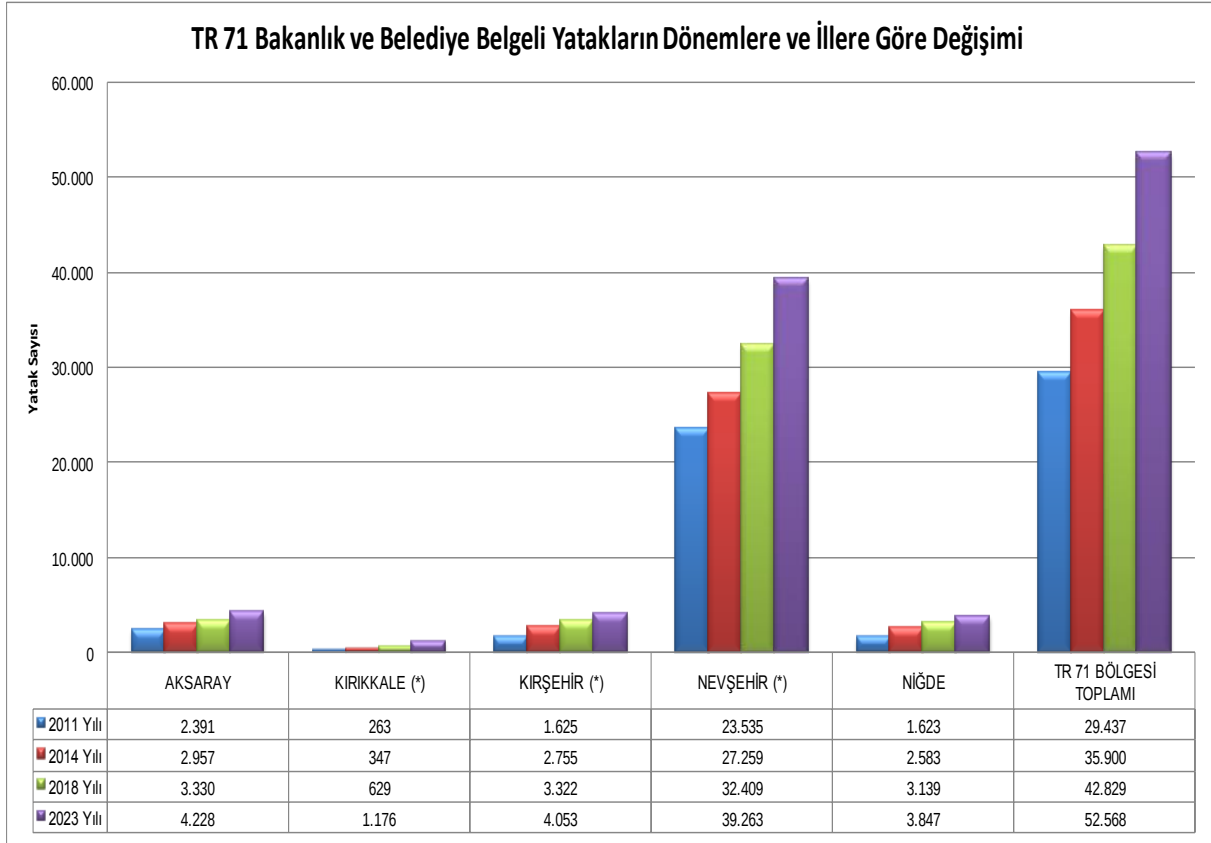
Grafik 43: TR 71 Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve illere Göre Değişimi

	KISA VADELİ GELİŞMELER (2014-2018)		ORTA VE UZUN VADELİ GELİŞMELER (2019-2023)	
İLLER	2011	2014	2018	2023
AKSARAY	761	844	970	1.153
KIRIKKALE	195	216	249	296
KIRŞEHİR	855	949	1.090	1.296
NEVŞEHİR	13.179	14.623	16.796	19.973
NİĞDE	535	594	682	811
BÖLGE TOPLAMI	15.525	17.225	19.786	23.528

Grafik 44: TR 71 Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve illere Göre Değişimi**Grafik 45: TR 71 Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesislerin Dönemlere ve illere Göre Değişimi**

	KISA VADELİ GELİŞMELER (2014-2018)		ORTA VE UZUN VADELİ GELİŞMELER (2019-2023)	
İLLER	2011	2014	2018	2023
AKSARAY	2.391	2.957	3.330	4.228
KIRIKKALE	263	347	629	1.176
KIRŞEHİR	1.625	2.755	3.322	4.053
NEVŞEHİR	23.535	27.259	32.409	39.263
NİĞDE	1.623	2.583	3.139	3.847
BÖLGE TOPLAMI	29.437	35.900	42.829	52.568

Grafik 46: TR 71 Bakanlık ve Belediye Belgeli Yatakların Dönemlere ve İllere Göre Değişimi



8. EYLEM VE YATIRIM ÖNERİLERİ

Turizm sektörünün gelişmesine yönelik olarak geliştirilen, hedef ve stratejilerin eylemlere dönüşmesi için, bunları gerçekleştirecek aktörler ile bunların görev ve yetki alanlarının tanımlanması gerekmektedir. Stratejilerin; hangi sektör ortakları tarafından, hangi ağırlıkta, nasıl üstlenileceğinin bilinmesi ve önlemlerin buna göre alınması zorunludur. Ortakların farklı yasal statüde olması, sektörün gelişmesi için toplam kapasite artırımını gerekli kılmaktadır. Buna ek olarak, sektörün gereksindiği kaliteli insan gücünün yetiştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 54: Eylem Planı

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.2.4	Turizm Sektörünün Teşviklerden Yararlandırılması	2014-2018	-Maliye Bakanlığı -Valilikler -AHİKA	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -KOSGEB -Özel Sektördeki Danışmanlık Büroları -Özel Sektör	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-İl ve ilçe merkezlerinde turizm sektörüne ulusal ve uluslararası alanda teşvik, hibe ve kredi veren kurumların (Kalkınma Bankaları, Ajanslar, Emekli fonları, KOSGEB, EXIMBANK vb.) tanıtılması, şartların aktarılması amacıyla bilgilendirme çalışmaları yapılacaktır (el kitapçığı hazırlanarak dağıtılması, yerel web sitelerine reklamlar verilmesi) -Bu konuda finans kurumlarıyla iletişime geçmek isteyenlere danışmanlık hizmeti verilecektir.
7.C.2.4	Yeni Konaklama Tesisleri İçin Destek Sağlanması	2014-2018	-Maliye Bakanlığı -İl Özel İdareleri -Belediyeler -Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-Ticaret ve Sanayi Odaları -KOSGEB -AHİKA -Özel Sektör	-Fizibilite çalışması yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması	Yatırımcıları bölgeye çekilmesi ve şehir merkezinde ihtiyaç duyulan zengin ve güçlü donatılara sahip (kongre ve sergi salonu vb.) 4 yıldız ve üzeri konaklama tesislerinin açılması için yatırımcılar teşvik edilecek, iş planı/fizibilite hazırlama ve finans destekleri sağlanacaktır.
7.C.2.6. 7.C.4.1. 7.C.6.1 7.C.6.2.	Turizm Farkındalığının Geliştirilmesi	2014-2018	-Valilikler -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -İlgili Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Esnaf ve Sanatkar Odaları -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -Gazeteciler Derneği -TURSAB -TUREB -Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) -Özel Sektör	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Ödül töreni organizasyonları düzenlenmesi	-Halkın turizmden gelir ve istihdam sağlaması amacıyla farkındalığın artırılmasına yönelik, il ve ilçe merkezlerinde konferans ve paneller düzenlenecektir. -Konferans ve paneller görsel-işitsel medya ve yazılı basın yoluyla duyurulacaktır. -Konferans ve panellere deneyimlerini aktarmak üzere başarılı il ve ilçe belediyeleri, turizm işletmecileri davet edilecektir (Eskişehir, Safranbolu, Beypazarı Belediyeleri vb.). -İşletme sahiplerini bu konuda teşvik etmek için ileriki yıllarda yapılacak organizasyonlarda ödül törenleri düzenlenecektir (en çevreci tesis ödülü, en kurumsal tesis ödülü, en yenilikçi tesis ödülü vb. dallarda).
7.C.2.6. 7.C.4.1. 7.C.4.3. 7.C.6.1	Çevre Bilincinin Arttırılması	2014-2018	-Valilikler -Milli Eğitim İl Müdürlükleri	-Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -Bölgedeki Eğitim Kurumları -Bölge Üniversiteleri -Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri -Gazeteciler Derneği -STK'lar	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Web sitesi kurulması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması	-Çevre bilincinin artırılması amacıyla her yıl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün belirleyeceği ilk ve ortaöğretim okullarında turizm-çevre-insan ilişkisini konu alan konferans, panel ve sergiler düzenlenecektir. -Kamu kurum ve kuruluşları, eğitim kurumları, STK'lar özellikle kırsal alanda yaşayan vatandaşları çevre konusunda bilinçlendirmek için eğitim verecektir. -İlgili kurumların web sitelerinde eğitim sayfaları oluşturulacaktır. -İnsanları çevre bilinci konusunda bilgilendirici kitapçık ve broşürler hazırlanacaktır. -Yerel medyada bu konuların işlenmesi sağlanacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞME EŞİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.2.6. 7.C.4.1.	Bölge Planının Paylaşılması	2014-2018	-Valilik -İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -AHİKA	-Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -Milli Eğitim İl Müdürlükleri -Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri -Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri -İl ve İlçe Belediyeleri -Kaymakamlıklar -Bölge Üniversiteleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -Esnaf ve Sanatkar Odaları -Gazeteciler Derneği -STK'lar -Meslek Odaları	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	Bölge planı tüm paydaşlarla paylaşılacak ve bu konuda farkındalık yaratılması sağlanacaktır.
7.C.1.1.	Termal Turizmin Geliştirilmesi	2014-2018	-Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı -İl Özel İdareleri -İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri -İl Sağlık Müdürlükleri -Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlükleri -İlgili Belediyeler -MTA Genel Müdürlüğü	-Sanayi ve Ticaret Odaları -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -Özel Sektör -STK'lar	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Fizibilite çalışması yapılması -Sondaj çalışmalarının yapılması -Laboratuvar analizlerinin yapılması -Web sitesi kurulması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Tanıtım filmi çekilmesi	-Bölgeye yatırımcı çekmek amacıyla, termal turizm konusunda (alt ve üst yapı ihtiyaçları, işletme özellikleri, tıbbi ve teknik uygulamalar, tanıtım ve pazarlama konularında) özel sektör bilgilendirilecektir. -Termal turizmi özel sektör için cazip hale getirecek adımlar atılacaktır (uygun krediler, ithalat kolaylığı, KDV iadesi, vb.) -Yurtdışından kredi sağlama kolaylığının yanı sıra, yabancı yatırımcılarla ortak tesis kurma ve işletme imkânlarının sağlanması olanakları araştırılacaktır. -Termal turizm potansiyeli ve termal su ihtiyacı bilimsel raporlarla ortaya konulacak, turistik tesis alanlarının tümüne yetecek, devamlı termal su üretimi garanti altına alınacak ve aşırı su kullanımına yönelik tedbirler alınacaktır. -Bölgede çıkan termal suların şifa özellikleri tıbbi endikasyon raporuna bağlanacak ve projelendirmede bu özelliklerin dikkate alınması için yatırımcılar bilgilendirilecektir. -Halkın büyük çoğunluğunun birtakım rahatsızlıklarla ilgili sorunlarının olduğu göz önünde bulundurularak, termal turizm konusunda halkın bilinçlendirilmesi için çalışmalar yürütülecektir. (yazılı ve görsel medya organları vb.). -Bölgedeki termal turizm olanaklarının tanıtılması amacıyla broşürler hazırlanacak ve ulusal ve uluslararası düzeyde yurt içinde ve yurt dışındaki termal turizm fuarlarına katılım sağlanacaktır. -Bölgedeki termal kaynaklarla ilgili tanıtım filmleri çekilerek, bunların yazılı ve görsel medyada yayınlanması sağlanacaktır. -Yerli ve yabancı tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile iletişime geçilecek ve birlikte çalışma yoluna gidilecektir. -Termal kaynakların şehir ısıtması ve seracılık faaliyetlerinde kullanımının sağlanması amacıyla yerel yönetimlerce yürütülecek uygulamalarda fizibilite çalışmaları yapılmak suretiyle termal kaynakların entegre ısıtma sistemlerinde kullanımı sağlanacaktır. -Yabancı organizasyonlarla pazarlama konusunda işbirliği yapılacaktır. -Termal turizm bölgelerinde yeni konaklama tesisleri yapılacaktır.
		2019-2023				

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.1.	Kongre Turizmin Geliştirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Nevşehir Valiliği	-İl Özel İdaresi -Nevşehir Belediyesi -İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu -Nevşehir Sanayi ve Ticaret Odası -Özel Sektör	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Fizibilite çalışması yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması	-Turistik destinasyonların tanıtım ve pazarlamasının sağlanması amacıyla Nevşehir Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun kurulması sağlanacaktır. -Ulusal ve uluslararası düzeyde yurt içinde ve yurt dışındaki kongre turizmi fuarlarına katılım sağlanacaktır. -Nevşehir Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun kurulması sürecinde İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (İstanbul Convention & Visitors Bureau) ile iletişime geçilecek ve deneyimlerinden yararlanılacaktır. -İldeki mevcut konaklama tesislerinin niteliği ve kapasitelerinin artırılması için maddi destek sağlanacaktır.
		2019-2023				-İlde büyük çaplı uluslararası kongrelerin yapılabilmesi için Ürgüp'te Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca yaptırılan 1000 kişilik kongre merkezine ek olarak, en az 3000 kişilik uluslararası bir kongre merkezinin daha yapılması sağlanacaktır. -Bölgede yeni kongre ve konaklama tesisleri açılacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.1.	İnanç Turizmin Geliştirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Diyanet İşleri Başkanlığı -İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri -İlgili Belediyeler	-Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -Rehberler Derneği -Dünya İnanç Turizmi Birliği (WRTA) -STK'lar	-Kültür envanteri hazırlanması -Web sitesi kurulması -Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması -Restorasyon çalışmalarının yapılması -Çevre düzenlemelerinin yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Tanıtım filmi çekilmesi	-Bölgedeki dini açıdan kutsal ve önemli mekânların ve yapıtların (kilise, manastır, tapınak, cami, türbe vb.) envanteri çıkarılacaktır. -Bölgedeki inanç turizmi potansiyelinin ve olanaklarının tanıtılması amacıyla broşürler hazırlanacak, yurt içi ve dışındaki inanç turizmi ile ilgili etkinlik ve organizasyonlarda bölgenin tanıtımı yapılacaktır. - Bölgedeki kiliselerde ayinler gerçekleştirilmesi sağlanacaktır. -İnternet vasıtasıyla birinci sınıf servis ve ürünleri tercih eden, inanç turizmi maksatlı gelmeyi planlayan turistlere yönelik bir internet sayfası oluşturulacak ve insanların daha hızlı ve kolay şekilde Kapadokya Bölgesinde ayin yapılabilen mekânların bilgilerine ulaşmaları sağlanacaktır. -Dünya İnanç Turizmi Birliği'ne, bölgenin inanç turizmi potansiyeli hakkında bilgilendirmek ve bölgeye turist çekmek için Bölge illerindeki inanç merkezlerinin envanterleri gönderilecektir. -Yurt dışında inanç turizmi konusunda faaliyet gösteren seyahat acenteleri ile iletişime geçilecektir. -Bölgede inanç turizminde öne çıkan bölgelerin, değerlerin ve şahsiyetlerin (Yunus Emre, Hacı Bektaş Veli, Somuncu Baba gibi) tanıtımına yönelik özel çalışmalar yapılacaktır. -Yunus Emre, Hacı Bektaş Veli ve Somuncu Baba Sempozyumları düzenlenecek, çeşitli dillerde tanıtıcı yayınlar hazırlanacak, bu değerlerle ilgili hediyelik eşyalar hazırlanacaktır (Üzerinde Yunus Emre'den, Somuncu baba ve Hacı Bektaş Veli'den güzel sözlerin olduğu heybe, figür vb.). -Yabancı dillerde Yunus Emre şiir kitabı gibi çeşitli alanlarda çalışmalar yapılacaktır. -Somuncu Baba, Yusuf Hakiki Baba, Cemaladdin-i Aksaray ve daha pek çok tasavvuf erenlerini tanıtmaya yönelik faaliyetler artırılacak, bölge illerinin güçlü tasavvufi yönü her platformda dile getirilerek bu kapsamda Sülehayı Salihin, evliyalar şehri gibi isimler ön plana çıkarılacaktır. -Profesyonel turist rehberlerine inanç turizmi konusunda uzmanlık eğitimi verilecektir.
		2019-2023				-Şehir merkezlerinde ve çevresinde bulunan türbe, yatır ve mezarların restorasyon ve çevre düzenlemeleri yapılacaktır. -Bölge illerinde inanç ve kültür turizmi güzergâhları oluşturulacaktır (Örneğin Aksaray ili için; Bu güzergâh Somuncu Baba Türbesi'nden başlayarak Çibilik üzerinden Yusuf Hakiki Baba'ya oradan Eğri Minare, Ulu Cami, Zinciriye Medresesi, Aziziye ve Kültür Evi'ne doğru tabela ve yönlendirmelerle eski Aksaray evleri, Cıncıklı Cami ve Bedriye Medresesi, Pir Ali Sultan Türbesi, Sancılı Baba, Uzun Baba'da son bulabilir).

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.1.	Doğa Yürüyüşü (Trekking) Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Valilikler -İl Özel İdareleri -Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-İlgili Belediyeler -STK'lar -Özel Sektör	-Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Bölgede doğa yürüyüşü (trekking) turizmin geliştirilmesi amacıyla yeni güzergahlar belirlenecek ve güzergahlar tanıtıcı haritalara işaretlenecektir. -Güzergahları tanıtıcı görsel materyaller (afiş, broşür, poster, kitap, CD vb.) hazırlanacaktır. -Başlangıç levhalarında, güzergaha ait bilgiler (güzergâhın uzunluğu, zorluk derecesi, yürüme süresi, acil durum önlemleri vb.) yer alacaktır. -Bölge içinde ve bölge dışında faaliyet gösteren seyahat acenteleri kente davet edilecek ve güzergâhlar tanıtılacaktır. -Güzergâhlardaki alt yapı ve üst yapı çalışmaları (WC, dinlenme alanı, yeme-içme birimleri, levhalandırma, vb.) tamamlanacaktır.
7.C.1.1.	Bisiklet Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Valilikler -İl Özel İdareleri -Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-İlgili Belediyeler -Türkiye Bisiklet Federasyonu -Avrupa Bisikletçiler Federasyonu -STK'lar -Özel Sektör	-Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Bölgede bisiklet turizmini geliştirmek amacıyla yeni güzergâhlar belirlenecek ve güzergâhlar tanıtıcı haritalara işaretlenecektir. -Güzergahları tanıtıcı görsel materyaller (afiş, broşür, poster, kitap, CD vb.) hazırlanacaktır. -Bisiklet dernekleriyle iletişime geçilerek şehre davet edilecek ve güzergâhlar tanıtılacaktır. -Güzergâhlardaki alt yapı ve üst yapı çalışmaları (WC, dinlenme alanı, yeme-içme birimleri, levhalandırma, vb.) tamamlanacaktır.
		2019-2023				-Güzergâhlara yakın yerlerde bisiklet kiralama birimleri oluşturulacaktır. -Türkiye Bisiklet Federasyonu ile temasa geçilerek belirlenecek güzergâhların 2019 yılına kadar bisiklet yarışları takvimine dâhil edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecektir. -Avrupa Bisikletçiler Federasyonu ve Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı Türkiye Koordinatörlüğü ile temasa geçilerek belirlenen güzergâhların "Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı"na Nevşehir ve bölge illerini de içine alacak şekilde dâhil edilmesi olanakları araştırılacaktır.
7.C.1.1.	Yayla Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Niğde ve Aksaray Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Niğde Orman ve Su İşleri İl Müdürlüğü -Niğde ve Aksaray İl Özel İdareleri -Yaylacılar	-Niğde ve Aksaray Belediyeleri -Çamlıhemşin Belediyesi -STK'lar -Özel Sektör	-Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Yöre halkı yayla turizmi hakkında bilgilendirilecek ve eğitimler verilecektir. -Yaylalara yakın köylerde ev pansiyonculuğunun teşvik edilmesi için çalışmalar yapılacaktır. -Yayla evlerinin bakım ve onarım çalışmalarının yapılması için ev sahipleri teşvik edilecektir. -Her bir yaylanın bulunduğu alanda doğa yürüyüşleri için parkurlar belirlenecek ve tanıtıcı haritalara işlenecektir. -Yaylaları tanıtıcı broşür, poster, kitap ve CD'ler hazırlanacaktır. -Yaylalardaki alt yapı (yol, su, elektrik) ve üst yapı çalışmaları (WC, dinlenme alanı, yeme-içme birimleri, levhalandırma) tamamlanacaktır.
		2019-2023				-Bölgede mevcut yayla şenliklerinin güçlendirilmesi ve yenilerinin tertip edilmesi için yayla turizmi konusunda deneyime sahip kurumlarla (örneğin; Çamlıhemşin Belediyesi) irtibata geçilecektir. -Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin bölgedeki yaylaları tur programlarına almaları için bu firmalar bölgeye çağırılacak ve yaylalar gezdirilerek parkurlar tanıtılacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.1.	Dağ ve Kış Sporları Turizmin Geliştirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Gençlik ve Spor Bakanlığı -Orman ve Su İşleri Bakanlığı -Niğde ve Aksaray İl Özel İdareleri -Niğde ve Aksaray Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri -Niğde ve Aksaray Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Niğde ve Aksaray Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-Türkiye Kayak Federasyonu -Türkiye Yamaç Paraşütü Federasyonu -STK'lar -Özel Sektör	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması - Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Hasan Dağı ve Aladağlar'ın dağ ve kış sporları turizmi kapsamında altyapı eksiklikleri giderilecek ve kayak merkezi için gerekli yol, su, elektrik, ısıtma, kanalizasyon, çöp toplama gibi altyapı gereksinimleri etüt edilerek planlanacaktır. -Özel sektörü bölgeye çekmek için teşvik çalışmaları yapılacaktır. -Türkiye Kayak Federasyonu ve Türkiye Yamaç Paraşütü Federasyonu ile iletişime geçilerek Hasan Dağı'nda kış ve yamaç paraşütü sporlarına, Ececik Dağı ve Mahmatlı Tepesi'nde ise yamaç paraşütü sporlarına yönelik ulusal ve uluslararası yarışmaların düzenlenmesi için girişimlerde bulunulacaktır. -Dünyaca ünlü kayak sporcuları bölgeye davet edilerek gösteriler organize edilecektir. -Hasan Dağı Kış ve Yamaç Sporları Festivali ve Aladağlar Dağ Sporları Festivali tertip edilerek geleneksel hale getirilecektir.
7.C.1.1.	Gastronomi Turizmin Geliştirilmesi	2014-2018	-Valilikler -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Belediyeler -Halk Eğitim Merkezleri	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -TAFED -STK'lar -Özel Sektör -Yerel Gazeteler	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması - Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Bölge illerinde yöresel yemek sunan yeme-içme mekânlarının açılması teşvik edilecek, bu kapsamda yatırımcılara her türlü destek sağlanacaktır. -Konaklama tesislerinde yöresel yemek çıkarılması için otel işletmecileri teşvik edilecektir. -TAFED (Türkiye Aşçıları Federasyonu) ile iletişime geçilecek ve ortaklaşa yöresel yemeklerin sunum tarzları konusunda işletme çalışanlarına eğitimler verilecektir. -Yöresel mutfak ürünlerinin (Zerde, Ayva Dolması, Kayısı Yahnisi, Tandır Fasulyesi, Zerde Pilavı, Nohutlu Yahnisi, Etlili Mantı, Aside, Dolaz, Tarhana Çorbası, Testi Kebabı, vb.) ulusal ve uluslararası gastronomi dergilerinde yayınlanması için ünlü gurmeler ve TV kanallarıyla iletişime geçilerek bölgeye davet edilecek yine yöresel mutfak ürünlerinin tanıtımı amacıyla ödüllü aşçıları bölge illerine davet edilerek yöresel yemek yarışmaları düzenlenecektir. -Yöresel yemek yapımını teşvik amacıyla yemek yarışmalarında dereceye giren işletmeler Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, Kaymakamlık ve Belediyelerin web sitelerinde ve bölgesel ve yerel gazetelerde duyurulacaktır.
7.C.1.1.	Etnoğrafik Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Belediyeler	STK'lar	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Ahilik, âşıklık ve bozlaklık kültürlerinin tanıtılması amacıyla bölgenin ünlü halk ozanlarının, şairlerinin, bozlaklarının ve âşıklarının anıldığı anma günleri ve festivaller organize edilecek, mevcut etkinlikler güçlendirilecektir. -Bu organizasyonlar kapsamında ses yarışmaları, atışmalar vb. etkinlikler gerçekleştirilecektir. -Bölge illerinde doğmuş, yaşamış ve yetişmiş ünlü âşıkların, bozlakların yaşadıkları veya çocukluklarının geçtikleri evlerin/mekekanların gelen ziyaretçilere tanıtılmak üzere müze evlere dönüştürülmesi sağlanacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.1.1.	Nehir Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Orman ve Su İşleri Bakanlığı -DSİ Genel Müdürlüğü -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -İl Özel İdareleri -İlgili Belediyeler	-Ankara Büyükşehir Belediyesi -Bölge Üniversiteleri -Türkiye Kürek Federasyonu -Türk Yelken Federasyonu -Özel Sektör	- Fizibilite çalışması yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Ülkemizin en uzun Nehri olan ve Kapadokya Bölgesinin ortasından geçen Kızılırmak Nehri'nin turizme kazandırılması amacıyla akıntının yavaş olduğu uygun alanlarda bot ve tekne gezinti alanları ile sportif olta balıkçılığına uygun alanların oluşturulması için gerekli çalışmalar yapılacaktır. Bu kapsamda öncelikle uygun alanların belirlenmesi amacıyla analiz çalışmaları yapılacaktır. -Hirfanlı (Kırşehir) ve Kapulukaya (Kırıkkale) Baraj Göllerinde su sporlarının yapılabilmesi (yelkenli, kürek vb.) için çalışmalar başlatılacaktır. -Hirfanlı ve Kapulukaya Baraj göllerinde yelken ve kürek yarışları düzenlenmesi için Türkiye Kürek ve Türk Yelken Federasyonları ile irtibata geçilecektir. -Belirlenen alanlardaki alt yapı ve üst yapı çalışmaları (WC, dinlenme alanı, yeme-içme birimleri, levhalandırma, vb.) tamamlanacaktır. -Kızılırmak Yeşil Vadi Projesinin hayata geçirilmesi için çalışmalar yapılacaktır. -Bölge Üniversiteleri ve spor kulüplerinin kürek takımları, baraj göllerinde antrenman ve müsabaka yapmaları için davet edilecektir. -Bölge içinde ve bölge dışında faaliyet gösteren seyahat acenteleri ile davet edilerek güzergâhlar tanıtılacaktır.
2019-2023						
7.C.1.1.1.	Av Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Orman ve Su İşleri Bakanlığı -DKMPGM -Niğde ve Aksaray Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -İl Özel İdareleri	-Özel Sektör	-Fizibilite çalışması yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Niğde ilinde bulunan konaklama ve yeme-içme tesislerinin fiziki kalitesi yükseltilecek, yeni işletmelerin açılması teşvik edilecektir. -Olta balıkçılığının geliştirilmesi amacıyla balık tutmak için iskeleler yapılacaktır. -Ankara, İstanbul, Antalya ve yakın komşu illerdeki avcı dernekleri ile irtibata geçilerek şehre davet edilecek ve avlaklar tanıtılacaktır. -Kara avcılığı ve olta balıkçılığı konularında program yapan TV yapımcıları (Yaban TV vb.) ve av dergileri editörleri ile irtibata geçilerek şehre davet edilecek ve ildeki av potansiyeli hakkında bilgi verilecektir. -Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan "Av Sezonu, Avlanma Esas ve Usulleri ile Av ve Yaban Hayatı Yönetimi" düzenlemelerinin yurt dışındaki fuar zamanlarından önce yayınlanması ve acentelerin yasal süreçleri bilerek fuarlara katılımlarının sağlanması hususunda çalışmalar yürütülecektir.
7.C.1.1.1.	Golf Turizminin Geliştirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Gençlik ve Spor Bakanlığı -Nevşehir Valiliği -Nevşehir Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü -Nevşehir Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	-Avanos İl Özel İdaresi -Avanos belediyesi -Nevşehir Sanayi ve Ticaret Odası -Türkiye Golf Federasyonu -Özel Sektör	-Fizibilite çalışması yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Golf turizminin geliştirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'na önceden belirlenmiş olan Avanos ilçesi Çavuşin Köyü ile Çat ve Muratpaşa Kasabaları sınırları içinde kurulma çalışmaları yürütülen golf sahalarının tamamlanarak hizmete girmesi için gerekli çalışmalar gerçekleştirilecektir. -Türkiye Golf Federasyonu ile temasa geçilerek Nevşehir'in yurtiçi golf turnuva takvimine dâhil edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecektir. -Türkiye Golf Federasyonu ile birlikte hareket edilerek yurtdışından ünlü golfçular ile davet edilerek ilde uluslararası turnuvalar organize edilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecektir. - Nevşehir ilinde yeni golf alanları hizmete açılacaktır.
2019-2023						

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.1.2.	Bölgenin Yakın Çevre İlleri İle Entegrasyonunun Sağlanması	2014-2018 2019-2023	-Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	-Bölge Üniversiteleri -Özel Sektör	- Fizibilite çalışması yapılması -Ulaşım projelerinin yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması	-Özellikle inanç turizmi ve kış turizminde başarı gösteren Konya ve Kayseri illeri ile turizm konusunda ortak hareket etme imkânları araştırılacaktır. -İlk etapta Kayseri ve Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve turizm danışma kurulları ile iletişime geçilerek her iki il ile bölgenin turizm entegrasyonunun sağlanmasına çalışılacaktır. -Konya ve Kayseri illeri ile Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren turizm ve seyahat acentelerinin birlikte hareket etmesi için olanaklar araştırılacaktır. -Bu bağlamda her iki şehir ve bölge arasında bir gezi rotası belirlenecektir. -Her iki il ile bölge illeri arasındaki ulaşımı kolaylaştırma üzere mevcut demir ve karayolu yolu projeleri gerçekleştirilecektir. -Bölgede birbirleriyle entegre olabilecek turizm alternatifleri sunularak konaklama süresi ve gelen turist sayısı artırılacaktır.
7.C.1.3.	Ziyaretçi Memnuniyetinin Belirlenmesi	2014-2018 2019-2023	-İl Özel İdareleri -Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	-Bölge Üniversiteleri -Özel Sektör	-Anket çalışmalarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Ziyaretçi memnuniyetinin belirlenmesi amacıyla her yıl düzenli şekilde bilimsel metotlar kullanılarak anket çalışmaları yapılacak ve sonuçları yazılı ve görsel medya aracılığı ile yayınlanacaktır (internet siteleri, gazeteler, TV kanalları). -Bölge illerde halkın turiste ve turizme yönelik bakış açısı ve algısının ölçülmesine yönelik bilimsel çalışmalar yapılacak ve sonuçları değerlendirilecektir. -Memnun kalmama sebepleri araştırılarak bu durumun tersine çevrilmesi için gerekli çalışmalar yapılacaktır.
7.C.3.1.	Tanıtım Çalışmalarının Yapılması	2014-2018 2019-2023	-Valilikler -Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü -Belediyeler -İl Turizm Danışma Kurulları -Ticaret ve Sanayi Odaları	-Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -STK'lar -Gazeteciler Derneği -AHİKA -Özel Sektör	-Kültür envanteri hazırlanması -Web sayfası hazırlanması -Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Fuar etkinliklerinin gerçekleştirilmesi -Tur organizasyonlarının yapılması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-İlgili kurumlarla işbirliği içerisinde bölge bütünü için tanıtım ve pazarlama stratejisi hazırlanacak ve Kapadokya kimliğine ilişkin imaj çalışmaları yapılarak kurumlarla paylaşılacaktır. -Bölge bazında kültürel miras ve turizm envanteri hazırlanacak ve kitap olarak basılacaktır. -Kapadokya web sayfası hazırlanacaktır. -Turistik değerleri tanıtıcı bilgilendirme kitapları ve ayrıntılı kent haritaları ve broşürler hazırlanacaktır. -Bölgedeki termal kaynakların ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımı için etkin bir tanıtım faaliyeti yürütülecektir (tanıtım filmi vb.). -Ulusal ve uluslararası termal turizm, kongre turizmi, balon turizmi, av turizmi, dağ ve kış sporları turizmi, eko-turizm fuarlarına katılım sağlanacaktır. -TV program yapımcıları davet edilecek ve bölgenin doğal, kültürel ve rekreasyonel kaynak değerleri, tarihi ve arkeolojik zenginlikleri ve alternatif turizm faaliyetleri hakkında bilgilendirileceklerdir. -Bölge'de yerel, ulusal ve uluslararası medya çalışanlarına yönelik turlar organize edilecektir. -Bölge illerine özgü yöresel mutfak ürünlerinin (Zerde, Ayva Dolması, Kayısı Yahnisi, Tandır Fasulyesi, Zerde Pilavı, Nohutlu Yahnisi, Etli Mantı, Aside, Dolaz, Tarhana Çorbası, Testi Kebabı, vb.) gastronomi dergilerinde yayınlanması için çalışmalar yapılacaktır. -Ünlü gastronomi uzmanları ve ödüllü aşçılar bölge illerine davet edilecek ve yöresel yemekler tanıtılacaktır. -Bölge tanıtımlarında özellikle ulusal ve uluslararası öneme sahip alanları (UNESCO tarafından "Dünya Tarihi Miras Listesine" kaydolmuş Göreme Tarihi Milli Parkı ve Hacı Bektaş Veli Türbesi, Seyfe Gölü Ramsar Alanı, Aladağlar Milli Parkı, Tuz Gölü Özel Çevre Koruma Alanı gibi) ön plana çıkarıcı çalışmalar ve tanıtımlar gerçekleştirilecektir. -Festival ve etkinliklerin duyurulması için tanıtıcı dergi ve broşürler hazırlanarak, turizm danışma bürolarına, Ankara, İstanbul ve bölge illerdeki seyahat acentelerine dağıtılacaktır. -Bölge özelliklerinin ziyaretçilere daha iyi tanıtılması için bölgedeki bütün tarihi ve turistik değerlerin bir arada gösterildiği minyatür bir Kapadokya alanı oluşturulacaktır.
İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER

7.C.3.1.	Turizm Danışma Bürolarının Açılması	2014-2018	-İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-STK'lar	-Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması	Turistik merkezlerde yazılı ve görsel materyallerle donatılmış turizm danışma büroları açılacak ve yabancı dil bilen personel istihdam ettirilecektir.
7.C.3.1.	TR 71 Bölgesi Gezi Rehberinin Çıkartılması	2014-2018	-Valilikler -Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -Belediyeler -AHİKA -STK'lar -Özel Sektör	-Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması	Turizm Danışma Bürolarına ve turistik işletmelere ücretsiz dağıtılmak üzere tüm ili, kapsamlı şekilde anlatan tanıtım kitabının yanında, dört farklı dilde (İngilizce, Japonca, Fransızca ve Almanca); ➤ Bölgeye yönelik turizm haritaları ➤ Bölgedeki korunan alanları (Göreme Tarihi Milli Parkı, Aladağlar Milli Parkı, Karaahmetli Tabiat Parkı, Seyfe Gölü Ramsar Alanı, Tuz Gölü Özel Çevre Koruma Alanı) ve bu alanlarda gerçekleştirilebilecek turizm olanaklarını gösteren haritalar ➤ Cep gezi rehberleri ➤ İl merkezleri haritası ➤ Ürgüp, Göreme, Avanos haritaları ➤ TR71 Bölge bütününe yönelik olarak eko-turizm değerlerini (TR 71 Bölge illerinde yapılabilen turizm çeşitleri, güzergâhlar, manzara (vista) noktaları) gösteren haritalar hazırlanacaktır.
7.C.3.1.	Bölge İllerinde Gerçekleştirilen Festivallerin Güçlendirilmesi	2014-2018	-Valilikler -Kültür ve Turizm Müdürlükleri -Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -Esnaf ve Sanatkarlar Odaları -STK'lar - AHİKA -Gazeteciler Derneği -Özel Sektör	-Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Web sitesi kurulması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	Tüm bölge illeri ile birlikte geniş kapsamlı ve uluslararası düzeyde ses getirici festivaller organize edilecektir edilerek (Örneğin: "Uluslar arası Kapadokya Film Festivali"). -Bölge illerinde gerçekleştirilen festivalleri tanıtıcı ve bilgilendirici Türkçe ve İngilizce web siteleri kurulacaktır. -Festival etkinlikleri görsel-işitsel medya ve yazılı basın araçları ile tanıtılacaktır. -Festivale yurtiçi ve yurt dışında tanınmış ünlüler davet edilecektir. -Festival kapsamında çeşitli yarışmalar düzenlenecektir.
		2019-2023				-Festival ve etkinliklerin her sene yapılması ve kalıcı olması sağlanacaktır.
7.C.3.1.	Ulusal ve Uluslararası Ağlara Üye Olmak	2014-2018 2019-2023	-Valilikler -Kültür ve Turizm Müdürlükleri -Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -STK'lar -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	Turistik işletmelerin ulusal ve uluslararası ağlardan haberdar olmaları için bilgilendirme ve teşvik çalışmaları yapılacaktır. -Avrupa Eko-Turizm ağına üye olunacaktır. -Konaklama tesislerinin uluslararası düzeyde bilinen online otel rezervasyonu yapan sitelere kaydolmaları sağlanacaktır (www.booking.com, www.hrs.com, www.bookinturkey.com, www.otelrezervasyon.com, www.neredekal.com, vb.). -Yeni açılacak (faaliyete geçecek) konaklama tesislerinin de bu ağlara ve sitelere kaydolmaları sağlanacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.3.1.	Müzelerin Tanıtılması	2014-2018	-Valilikler -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Milli Eğitim İl Müdürlükleri -Müze Müdürlükleri	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -AHİKA -STK'lar	-Bilgilendirme gezilerinin organize edilmesi -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Web siteleri kurulması -Kitap, broşür, afiş, poster, harita basılması ve dağıtılması -Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	-Bölgedeki müzeleri tanıtıcı çekimler yapılacak ve belgesel kanallarında, tanıtıcı TV programlarında yayınlanması sağlanacaktır. -Türkçenin dışında İngilizce, Japonca, Fransızca ve Almanca müzeleri tanıtıcı web siteleri hazırlanacaktır. -Bölge müzelerini tanıtıcı kitapçıklar hazırlanacak ve turizm bürolarına ve turistik işletmelere dağıtılacaktır. -Bölge ilindeki ilk ve orta öğretim kurumlarının Uluslararası Müzeler Günü olan 18 Mayıs haftası içerisinde müzelere gezi düzenlemeleri ve gençlerin bölgenin tarihi hakkında bilgilendirilmesi sağlanacaktır.
7.C.3.3. 7.C.6.1	Geleneksel El Sanatları Ürünlerinin Tanıtımı ve Pazarlanmasına Yönelik Eğitim Verilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri	-İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -Belediyeler -Esnaf ve Sanatkarlar Odası -Ticaret ve Sanayi Odaları -Özel Sektör	-Pazar araştırması yapılması - Fizibilite çalışması yapılması -El sanatları kurslarının açılması	-El sanatları ürünlerinin pazarlanmasına yönelik pazar araştırması yapılacaktır. -Halı dokumacılığı, çubuk desenli parçalı kilim, çanak çömlek yapımıcılığı ,taş işlemeciliği (Onyx) sanatlarıyla uğraşan ustalara/satıcılara yılda bir kere tanıtım ve pazarlama eğitimi verilecektir.
7.C.3.3. 7.C.6.1	Hediyelik Eşya ve Yöresel ve Ürünlerin Çeşitlendirilmesi, Sunumu ve Pazarlanması	2014-2018 2019-2023	-İl Özel İdareleri -Belediyeler -Halk Eğitim Merkezleri	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Esnaf ve Sanatkarlar Odaları -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -STK'lar -Özel Sektör	-Pazar araştırması yapılması - Fizibilite çalışması yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -El sanatları kurslarının açılması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması -Üstü yapı çalışmalarının yapılması	Turistlerin harcama düzeyini arttırabilmek için satın alabilecekleri ürünlerin üretilmesi, çeşitlendirilmesi, sunumu ve pazarlanması faaliyetlerine destek sağlanacaktır. Bu kapsamda; -Hediyelik ürünlerin tasarım, üretim ve tanıtım çalışmalarında özellikle sanayi kuruluşları ile el sanatları yapım ve üretim firmalarıyla işbirliğine gidilecektir. -Bölgede üretilen el sanatları (halı, kilim, dokuma, taş işleme, çan, bıçak, vb.), hediyelik eşya ve yöresel ürünlerin (ceviz, üzüm kurusu, elma, ay çekirdeği, pekmez vb.) tanıtımı ve pazarlanması konusunda bilgilendirme ve eğitim çalışmaları yürütülecektir. -Gıda ürünlerinde organik yöresel ürün üretimine geçilerek marka ürünler oluşturulacaktır. Bu bağlamda organik üretim, paketleme/ambalajlama ve ürün tescilli işlemleri hakkında bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilecektir. -Turizmle yönelik yöresel el sanatlarının tanıtımı ve pazarlanması için özel sektör faaliyetlerine destek sağlanacaktır. -Ürünlerin tanıtım günlerinde, turizm ve gıda fuarlarında tanıtımı yapılacaktır. -Her ilde yöresel ürünlerin pazarlanacağı alanlar (organik ürün pazarları) oluşturulacaktır. -Halıcılık, kilimcilik ve dokumacılığın yapıldığı bölge illerindeki tarihi yapılar içerisinde halıların, kilimlerin ve dokumaların sergilendiği müzeler kurulacaktır (Örneğin; Sultan Han içinde, Sultan Hanı'nda tamir edilen halıların sergilendiği halı müzesi).

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.4.2. 7.C.4.1. 7.C.6.1 7.C.6.2.	Mevcut Turizm Tesislerinin Kalitelerinin Arttırılması	2014-2018	-Valilik -İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü -Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü	-Ticaret ve Sanayi Odası -İlgili Belediyeler -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -KAPTİD -STK'lar -Özel Sektör	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi -Tanıtım etkinliklerinin yapılması (gazete, web, TV, radyo vb.)	-Turizm sektöründeki kaliteyi artırmak için mesleki eğitim desteklenecektir. -Tesislerin kalitelerini arttırmaları ve rekabetçi olabilmeleri amacıyla Kalite Yönetim (ISO 9001), Çevre Yönetimi (ISO 14000) ve Gıda Güvenliği (HACCP) vb. belgeleri almaları her yıl gerçekleştirilecek bilgilendirme toplantılarıyla teşvik edilecektir. -İşletmelerde eğitimli personel çalıştırılması teşvik edilecektir. -Turizm tesislerinin hizmet kalitesini yükseltip, gerektiği durumlarda kapasite artırımı gerçekleştirebilmeleri için, işletmelere finans kredisi vb. maddi destekler arttırılacaktır. -Turizmle ilgili kurum ve kişiler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı sağlanacaktır. Bu kapsamda bölge illerinde konu ile ilgili konferans ve paneller düzenlenecek, düzenlenecek olan bu konferans ve panellere sahip oldukları deneyimleri aktarmak üzere başarılı il ve ilçe belediyeleri, turizm işletmecileri davet edilecektir (Eskişehir, Safranbolu, Beypazarı Belediyeleri gibi). -İşletme sahiplerini bu konuda teşvik etmek için ileriki yıllarda yapılacak organizasyonlarda Ödül Törenleri Düzenlenecektir (en çevreci tesis ödülü, en kurumsal tesis ödülü, en yenilikçi tesis ödülü vb. dallarda). -Konaklama tesislerinde kalitenin artırılması amacıyla taban fiyat uygulamasına gidilecektir. -Belge sahibi olan tesisler, Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, Kaymakamlık ve Belediyelerin web sitelerinde duyurulacaktır. -Yeni açılacak (faaliyete geçecek) turizm tesislerinin kalitelerinden ödün vermemeleri için yukarıdaki uygulamalar devam ettirilecektir.
		2019-2023				
7.C.4.2. 7.C.2.6. 7.C.6.1.	Ev Pansiyonculuğunun Geliştirilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -İlgili Belediyeler	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Niğde ve Nevşehir Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -STK'lar	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Tanıtım etkinliklerinin yapılması (gazete, web, TV, radyo vb.)	-Yöresel mimarinin ve yaşantının öne çıktığı köylerde ve özellikle Tarihi Göreme ve Aladağlar Milli Parkı içerisindeki ve yakınlarındaki yerleşimlerde pansiyonculuğun geliştirilmesi için çalışmalar gerçekleştirilecektir. -Pansiyonculuğa ilgi duyabilecek kişilere ev pansiyonculuğu hakkında bilgilendirme, eğitim ve maddi destek faaliyetleri yürütülecektir. -Belgeli pansiyonların ortak ağ üzerinden pazarlanması için çalışmalar başlatılacaktır. -Bölgede pansiyonculuğun geliştirilmesi için çalışmalar sürdürülecektir.
		2019-2023				
7.C.4.2. 7.C.6.3.	Seyahat Acentelerine Destek Sağlanması	2014-2018	-Maliye Bakanlığı -İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-Ticaret ve Sanayi Odaları -TURSAB -TUOFED -STK'lar -Özel Sektör	-Finansal destek (kredi vb.) sağlanması	-Bölgede A sınıfı belgeli seyahat acente sayısının artırılması için çalışmalar yapılacaktır. -Bölge illerinde faaliyet gösteren belgeli seyahat acenteleri, turlarına özellikle Kırşehir ve Nevşehir illerini de içine alacak şekilde alternatif tur paketleri hazırlamaları ve Antalya-Kayseri illerindeki seyahat acenteleri ile işbirliği içerisinde çalışmaları için teşvik edilecektir. -Konaklama işletmelerinin yanı sıra seyahat acentelerinin de KOBİ statüsüne kavuşturularak, KOBİ'lere sağlanan destek unsurlarından faydalanması sağlanacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.4.2. 7.C.6.1. 7.C.6.2.	Yöresel Mutfak Sunumlarının Geliştirilmesi	2014-2018	-Halk Eğitimi Merkezleri -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -AHİKA -TAFED -Özel Sektör	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Aşçılık kurslarının verilmesi	-Yöreyle özgü yöresel yemeklerin menülere eklenmesi için işletmeler teşvik edilecek ve konusunda usta aşçılar yetiştirilecektir. -TAFED (Türkiye Aşçılar Federasyonu) ile iletişime geçilecek ve ortaklaşa yöresel yemeklerin sunum tarzları konusunda işletme çalışanlarına eğitimler verilecek ve işletmelerde yöresel yemek yapımını teşvik etmek amacıyla çeşitli yarışmalar düzenlenecektir.
7.C.4.3.	Doğal ve Kültürel Kaynak Değerlerinin Sürdürülebilir Kullanımını Sağlamak	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar -Özel Sektör	-Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması	-Kültür varlıkları ile ilgili işlemleri ve uygulamaları yürütmek üzere İl Özel İdareleri bünyesinde sanat tarihi, mimarlık, şehir plânlama, mühendislik, arkeoloji gibi meslek alanlarından uzmanların görev alacağı Koruma, Uygulama ve Denetim Büroları (KUDEB) ile Kültür Varlıklarının korunmasına yönelik rölöve, restitüsyon, restorasyon projelerini hazırlayacak ve uygulayacak proje büroları ve sertifikalı yapı ustalarını yetiştirecek eğitim birimlerinin kurulması için çalışmalar yapılacaktır. -Seyfe Gölü, Göreme Tarihi Milli Parkı, Aladağlar Milli Parkı, Tuz Gölü başta olmak üzere bölgede yer alan, ulusal ve uluslararası öneme sahip alanların korunması amacıyla çalışmalar gerçekleştirilecektir (Yönetim planları ve Uzun Devreli Gelişme Planlarının hazırlanması, taşıma kapasitelerinin belirlenmesi, daha çok personel ve ekipman tahsisi vb. konularda).
		2019-2023				-Mevcut ve hazırlanacak olan planlara uyulacaktır.
7.C.4.3. 7.C.2.6.	Tescilli Evlerin Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımının Yaygınlaştırılması	2014-2018	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Belediyeler	-Bölge Üniversiteleri -AHİKA -STK'lar -Tescilli Yapı Sahipleri -Özel Sektör	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması -Restorasyon çalışmalarının yapılması	-Bölge illerindeki tescilli sivil mimari örneklerinin korunması amacıyla ev sahiplerini bilgilendirici konferanslar yapılacaktır ve tescilli evlerin restore edilmeleri sağlanacaktır.
		2019-2023				-Ev sahipleri tarafından restore edilemeyen evler kamulaştırılacak ve ilgili belediye tarafından restore edilecektir.
7.C.4.3. 7.C.2.6. 7.C.6.1	Geleneksel El Sanatlarının Geliştirilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitimi Merkezleri -Belediyeler	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Üniversitelerin İlgili Bölümleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -Esnaf ve Sanatkarlar Odaları -STK'lar -AHİKA -Özel Sektör	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -El sanatları kurslarının açılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması	-Geleneksel el sanatlarını teşvik etmek ve el sanatları mesleğini tanıtmak amacıyla yerel halka turistik ürün, hediyelik eşya yapımı, servis, kalite ve işletmelerin yönetimi konularında eğitimler verilecektir.
		2019-2023				-Bölgede halen sürdürülmekte olan ve unutulmaya yüz tutmuş geleneksel el sanatlarının özendirilmesi, yerli ve yabancı turistlere tanıtılması amacıyla çancılık, halı ve kilim dokumacılığı, bıçakçılık, çömlekçilik, taş işlemeciliği sanatkarlarının çalışmalarını gösteren Geleneksel El Sanatları Tanıtım ve Gösteri Atölyeleri kurulacaktır.
7.C.4.3.	İzleme ve Değerlendirme Raporunun Hazırlanması	2014-2018 2019-2023	-Valilik -İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-AHİKA -STK'lar	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo)	İl Turizm Danışma Kurulları tarafından yıllık periyotlarla, Bölge Planı İzleme ve Değerlendirme Raporu hazırlanacak ve kamuoyu ile paylaşılacaktır.

	masl					
--	------	--	--	--	--	--

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.4.3.	Çevre Denetimlerinin Gerçekleştirilmesi	2014-2018 2019-2023	-Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-İl Özel İdareleri -Belediyeler -STK'lar	- Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Çevre denetimlerinin yapılması	İl ve ilçe belediyeleri personeli hizmet içi eğitim çalışmalarıyla çevre yönetmelikleri ve yasal sorumlulukları hakkında bilgilendirilecek ve denetimlerin yasalar çerçevesinde gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.
7.C.5.1. 7.C.3.2.	Kentsel Altyapı Eksiklerinin Giderilmesi	2014-2018	-Ulaştırma Bakanlığı -İl Özel İdareleri -Belediyeler	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar -Özel Sektör	-Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması - Fizibilite çalışması yapılması -Ulaşım yatırımlarının yapılması	-Kentsel mekân kalitesinin iyileştirilmesi/artırılması amacıyla kentsel altyapı çalışmalarına hız verilecektir. -Kent merkezlerinde iyileştirme, ticaret ve konut mekân kalitesinin artırılması amacıyla kentsel mekân standartları oluşturulacaktır. -Yönlendirmeyi ve bilgilendirmeyi kolaylaştırıcı bilgilendirme ve yön levhaları iyileştirilecek ve içeriği zenginleştirilecektir. -Kent içi toplu taşıma sistemi geliştirilecektir.
7.C.5.1. 7.C.2.6. 7.C.4.3.	Kızılırmak Nehri'ndeki Su Kirliliğini Azaltılması	2014-2018 ve 2019-2023	-Valilik -Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri -İl Özel İdareleri -İlgili Belediyeler	- Bölge Üniversiteleri -STK'lar -Özel Sektör	-Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması - Fizibilite çalışması yapılması -Çevre denetimlerinin yapılması	-Yerleşim yerlerinden ve çeşitli işletmelerden kaynaklı evsel ve endüstriyel nitelikli atık suların Kızılırmak Nehri'ne verilmemesi için gerekli altyapı faaliyetleri tamamlanacaktır. -Kızılırmak Nehri'ndeki su kirliliğinin azaltılması için Su Kirliliği Yönetmeliği standartlarına göre önlemler alınacak ve su kirliliğine sebep olanlar hakkında cezai müeyyideler uygulanacaktır.
7.C.5.1. 7.C.2.6. 7.C.4.3.	Hava Kirliliğini Azaltılması	2014-2018 2019-2023	-Valilik -İl Çevre ve Şehircilik Müdürlükleri -İl Özel İdareleri -Belediyeler	-STK'lar -Özel Sektör	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması - Fizibilite çalışması yapılması -Çevre denetimlerinin yapılması	-Hava kirliliği ile mücadele kapsamında her türlü basın-yayın ve eğitim araçlarını kullanarak tüm kişi, kurum ve kuruluşların bilinç düzeyi yükseltilecektir. -Kaçak yollarla getirilen kalitesiz yakıtların ve yanlış ısınma sistemlerinin kullanılmasını engellemek amacıyla denetleme ve bilgilendirme çalışmaları yapılacaktır. -Endüstriyel hava kirliliği oluşturan sektörlerde gerekli eğitim ve izleme çalışmaları yapılacaktır. -Bölge genelinde ısınma ve endüstriyel amaçlı yakıt olarak doğalgaz kullanımına geçiş sağlanacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.5.1.	Ulaşım İmkanlarının Geliştirilmesi/ İyileştirilmesi	2014-2018	-Ulaştırma Bakanlığı -Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü -TCDD Genel Müdürlüğü	-İl Özel İdareleri -Belediyeler	- Fizibilite çalışması yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması -Ulaşım yatırımlarının yapılması	- Nevşehir havaalanından yurtiçinde farklı illere (Antalya-Nevşehir seferlerine veya Antalya-Nevşehir-İstanbul aktarmalı seferlerine başlatılmalı), yurtdışına uçuşların başlatılması ve uçuş sayısının artırılması için gerekli çalışmalar başlatılacaktır. -Karadeniz'i Kırıkkale üzerinden Akdeniz'e bağlayacak olan Kırıkkale-Hacılar-Karaahmetli-Karakeçili-Kulu güzergâhında yapılması planlanan karayolunun yapımı bitirilecektir. -Niğde-Sofular-Kaymaklı-Narlıgöl-Nevşehir yolu yapılacaktır. -Turizmin istifadesine sunulamamış yerlerin ulaşımının geliştirilmesi amacıyla gerekli tüm karayollarının onarım, iyileştirme ve yeniden yapımı çalışmaları gerçekleştirilecektir. -İllerdeki tarihi ve turistik önemi olan alanlara ulaşım sağlanacaktır. (Örneğin, Nevşehirde Özkonak ve Avanos arasında yer alan Çeç Tümülüsü ve Karadağ'a) - 1996 yılında yapımına başlanan ve yarım kalan Niğde havaalanı tamamlanarak uçuşlara açılacaktır. - Bölgedeki kış turizmi potansiyelinin (Erciyes-Demirkazık) Kapadokya turizmine entegre edilmesi için diğer turizm merkezleriyle hızlı ulaşım ağının sağlanması amacıyla Antalya-Konya-Aksaray-Nevşehir-Kayseri tren hattı tamamlanacaktır.
7.C.5.2. 7.C.3.2.	Tarihsel Çekim Noktalarının Çevresinde Yeme-İçme ve Günübirlik Ticari Merkezlerin Oluşturulması	2014-2018 ve 2019-2023	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -KOSGEB -AHİKA -Özel Sektör	- Fizibilite çalışması yapılması -Üst yapı çalışmalarının yapılması	Restore edilen ya da çevre düzenlemesi yapılan tarihi ve kültürel çekim noktalarının ziyaretçiler tarafından izlenilebilirliğini kolaylaştıracak ticari üniteler oluşturulacaktır.
7.C.5.2. 7.C.3.2.	Kentsel Üstyapı Eksikliklerinin Giderilmesi	2014-2018 ve 2019-2023	-Ulaştırma Bakanlığı -İl Özel İdareleri -Belediyeler	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar -Özel Sektör	- Fizibilite çalışması yapılması -Üst yapı çalışmalarının yapılması -Ulaşım yatırımlarının yapılması	-Kentsel mekân kalitesinin iyileştirilmesi/artırılması amacıyla kentsel üst yapı çalışmalarına hız verilecektir. -Kent merkezlerinde iyileştirme, ticaret ve konut mekân kalitesinin artırılması amacıyla kentsel mekân standartları oluşturulacaktır. -Yönlendirmeyi ve bilgilendirmeyi kolaylaştırıcı bilgilendirme ve yön levhaları iyileştirilecek ve içeriği zenginleştirilecektir. -Kent merkezlerinde gerek yerel halkın gerekse Bölgeye gelen ziyaretçilerin daha iyi vakit geçirebilecekleri kentsel yeşil alanlar (parklar, çocuk oyun alanları, mesire yerleri vb.) oluşturulacaktır. -Kent içi toplu taşıma sistemi geliştirilecektir.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.5.3. 7.C.3.2. 7.C.5.2.	Tarihi, Kültürel ve Mimari Özelliği Olan Yapıların Ve Ören Yerlerinin Restorasyonu, Onarımı ve Çevre Düzenlemesinin Yapılması	2014-2018	-Valilikler -İl Özel İdareleri -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -İlgili Belediyeler	-Bölge Üniversitelerinin Mühendislik-Mimarlık Fakülteleri -Mimarlar Odası İl Temsilcilikleri -Müze Müdürlükleri -Tarihi Kentler Birliği -STK'lar -AHİKA -Tescilli Yapı Sahipleri -Özel Sektör	-Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Fizibilite çalışması yapılması -Çevre düzenlemesinin yapılması -Restorasyon çalışmalarının yapılması -Üst yapı çalışmalarının yapılması	-Bölge illerindeki 1. Derece Sit kapsamında olup kamulaştırılmayan ve kesin inşaat yasağı getirilen taşınmazların Hazineye ait taşınmazlar ile takas edilebilmeleri için koruma amaçlı imar planlarının yapılmasına öncelik verilecektir. -Ev sahiplerinin evlerini restore etmeleri konusunda bilgilendirme ve teşvik çalışmaları yapılacaktır. -Kapadokya Bölgesi'nde yer alan sit alanları ve ören yerlerinde yürütülen faaliyetlerin benzerliğinden ötürü uygulama birliğinin sağlanması açısından bölgenin tamamında aynı koruma kurulunun görevli olması sağlanacaktır. -Ören yerlerinin çevre düzenlemesi yapılacaktır. -Bölge illerindeki tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların restorasyonu ve onarım çalışmaları tamamlanacaktır. -Evlerin röleve ve restorasyon projeleri hazırlanacak ve restorasyon çalışmaları yapılacaktır -Ev sahipleri tarafından restore edilemeyen evler kamulaştırılacaktır. -Restore edilen ya da çevre düzenlemesi yapılan tarihi ve kültürel çekim noktalarının çevresinde ziyaretçiler tarafından izlenilebilirliğini kolaylaştıracak ticari üniteler (yeme-içme ve günlük ticari merkezler) oluşturulacaktır.
7.C.5.3. 7.C.3.1 7.C.3.2.	Ihlara Vadisi'nin UNESCO Dünya Kalıcı Miraslar Listesi'ne Alınması	2014-2018	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Valilik -Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar AHİKA	-UNESCO için Tanıtım Dosyası Hazırlanması ve Danışmanlık Hizmeti Alınması	Ihlara Vadisi'nin UNESCO Dünya Kalıcı Miraslar Listesi'ne alınması için çalışmalar yürütülecektir.
7.C.5.3. 7.C.5.2.	Müze Evlerin Kurulması	2014-2018	-Valilikler -İl Özel idareleri -İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-Müze Müdürlükleri -AHİKA -STK'lar	-Fizibilite çalışması yapılması -Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Restorasyon çalışmalarının yapılması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması	-Tüm illerde müze eve dönüştürülebilecek yapılar tespit edilecektir. -Ev sahiplerinin evlerini müze eve dönüştürmeleri konusunda bilgilendirme ve teşvik çalışmaları gerçekleştirilecektir. -Yapılan tüm bu fizibilite çalışmaları sonunda her ilde müze evler kurulacaktır.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.5.3. 7.C.6.1	Kültür Köylerinin Oluşturulması	2014-2018 2019-2023	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü -Valilikler -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -İl Özel İdareleri -İlgili Belediyeler	-Bölge Üniversiteleri -Maliye Bakanlığı -Milli Emlak Genel Müdürlüğü -AHİKA -STK'lar	- Fizibilite çalışması yapılması -Konuya ilişkin plan ve projelerin hazırlanması -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Finansal destek (kredi vb.) sağlanması -Alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması	-Anadolu köy kültürünü korumak, geliştirmek ve değerlendirmek amacıyla otantik özelliği olan köyler tespit edilecektir. -Bu çerçevede, fiziksel planlama çalışmalarına altlık oluşturacak kadastro çalışmaları tamamlanarak, yönetim planları ve fiziki gelişim planları hazırlanacaktır. -Seçilen köylerde yöre halkına pansiyonculuk ve doğa turizmine yönelik eğitim verilecektir. -Belirlenen köylerde alt ve üst yapı çalışmaları tamamlanacaktır. -Yörede pansiyonculuğun geliştirilmesi için köy halkına maddi destekler sağlanacaktır.
7.C.6.1. 7.C.4.1. 7.C.6.2.	Turizm Sektöründe Çalışan Personel İçin Hizmet İçi Eğitim Analizi ve Eğitim Çalışmalarının Gerçekleştirilmesi	2014-2018	-Özel Sektör -İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri -Belediyeler	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -Esnaf ve Sanatkar Odaları -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -STK'lar	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Alan kılavuzluğu eğitimi çalışmalarının yapılması	İşletmelerde hizmet kalitesinin iyileştirilmesi amacıyla tüm turistik işletmelerin yöneticileri ve personeline, her yıl hizmet içi eğitim konularında (insan kaynakları yönetimi, finans kaynakları yönetimi, kalite yönetim sistemleri, gıda güvenliği ve hijyen kalite yönetim sistemleri, çevre yönetim sistemleri vb.) eğitimler verilecektir.
7.C.6.1. 7.C.2.6.	Rehberlik Eğitimi Çalışmaları	2014-2018	-YÖK -Milli Eğitim İl Müdürlükleri -Niğde ve Nevşehir Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -STK'lar -TURSAB -TUOFED	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması -Alan kılavuzluğu eğitimi çalışmalarının yapılması -Rehberlik kurslarının açılması	-Bölgede faaliyet gösteren Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumlarında "Turist Rehberliği" alanında lisans eğitiminin verilmesi için girişimlerde bulunulacaktır. -Turist rehberlerine eğitim verilmesi için Bölge üniversiteleri ve meslek kuruluşları ile işbirliği sağlanacaktır. -Göreme Tarihi Milli Parkı'nı ve Aladağlar Milli Parkı'nı ziyaret edecek turistler için rehberlik hizmeti vermek amacıyla alan kılavuzluğu eğitimi çalışmaları başlatılacaktır.
7.C.6.1. 7.C.2.6.	Geleneksel El Sanatlarına İlişkin Çıraklık Eğitimi Verilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri	-Ticaret ve Sanayi Odası -Esnaf ve Sanatkarlar Odası -AHİKA -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Çıraklık eğitiminin verilmesi -El sanatları kurslarının açılması	İl ve ilçe merkezlerindeki halk eğitim merkezleri tarafından, geleneksel el sanatının gelecek kuşaklara aktarılabilmesi amacıyla her yıl çıraklık eğitimi verilecektir.
7.C.6.1. 7.C.2.6. 7.C.4.2. 7.C.6.2.	Turizm Sektöründe Çalışan Personele Turizm Terminolojisine Yönelik Yabancı Dil Eğitimi Verilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri	-İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -STK'lar -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Yabancı dil kurslarının verilmesi	Turizm sektöründe çalışan personele her yıl tekrarlanmak koşulu ile temel düzeyde İngilizce dil eğitimi verilecek ve teşvik amacıyla eğitime katılanlar belgelendirilecektir.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.6.1. 7.C.2.6.	Girişimciliğin Özendirilmesi	2014-2018	-Valilik -Ticaret ve Sanayi Odaları -Genç İşadamları Dernekleri	-İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -AHİKA -Mersin Ticaret ve Sanayi Odası -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin konferans ve paneller düzenlenmesi	-Üniversite gençlerine yönelik, turizm girişimciliği konularında (konaklama işletmeciliği, eğlence tesisi işletmeciliği, iş planı eğilimleri, turizmde teknoloji kullanımı, turizmde inovasyon örnekleri, organizasyon/pazarlama örnekleri vb. konularda) başarılı uygulamaların (örneklerin) gösterileceği konferans ve seminerler düzenlenecektir. -Benzer faaliyetlerde bulunmuş kurumlarla iletişime geçilecek ve deneyimlerinden yararlanılacaktır (Örneğin, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ile iletişime geçilerek “Girişimci33” Projesi deneyimlerinden yararlanılması).
7.C.6.1	Bölge Üniversiteleri ve Liselerinde Eğitimcilerin ve Eğitimin Kalitesinin Arttırılması	2014-2018	-YÖK -Milli Eğitim Bakanlığı -Kültür ve Turizm Bakanlığı	-İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri -İl Milli Eğitim Müdürlükleri -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -STK'lar	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması	-Örgün mesleki eğitim kurumlarında verilen programların içeriği sektörün ihtiyaçlarına göre belirlenecektir. -Turizm ve otelcilik eğitimi kurumlarında, meslek dersleri eğitimcilerinin yaz dönemlerinde uygulamaya yönelik olarak çalışmalarının sağlanması ve mesleki araştırmalarda bulunmaları sağlanacaktır. -Üniversitelerin “Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümlerinde” okutulmakta olan müfredat yeniden ele alınacak ve güncel turizm türleri, ürünleri ve yeni gelişimler eğitim kapsamına alınacaktır.
7.C.6.2. 7.C.4.2. 7.C.6.1. 7.C.6.2.	İşletmelerde Eğitimli Personel Çalıştırılmasının Sağlanması	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri -Belediyeler	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Ticaret ve Sanayi Odaları -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -STK'lar -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması	İşletmelerde eğitimli personel çalıştırılması amacıyla, her yıl il ve ilçe merkezlerinde bilinçlendirme seminerleri gerçekleştirilecektir.
7.C.6.2. 7.C.4.2. 7.C.6.1. 7.C.6.2.	Turistik İşletmelere Yönelik Menü Oluşturma ve Fiyatlandırma Eğitimleri Verilmesi	2014-2018	-İl Özel İdareleri -Halk Eğitim Merkezleri -Belediyeler	-İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -Ticaret ve Sanayi Odası -Turizm ve Otelcilik Eğitimi Kurumları -STK'lar -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması	Turistik yeme-içme, eğlence ve konaklama tesislerinin işletmecilerine yönelik her yıl yılda bir kez, menü ve fiyatlandırma standardı konusunda eğitim ve uzlaşma imkânı sağlayacak toplantılar yapılacaktır.
7.C.6.2. 7.C.4.2. 7.C.6.2.	Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin/Firmaların Belgelendirilmesi	2014-2018	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Bölge Üniversiteleri -Turizm Meslek Yüksekokulları -Özel Sektör	-Duyuru ve ilanların yapılması (Web sitesi, Gazete, TV ve Radyo) -Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması	Yatırımlara çeşitlilik, kalite ve hız kazandırmak için planlama, yatırım ve danışmanlık alanlarında faaliyet gösterecek olan işletmeler belgelendirilecektir.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.6.3. 7.C.2.3.	Turizm koordinasyon kurullarının kurulması	2014-2018	-İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar -Özel Sektör		Kurumlar arasında işbirliği ve eşgüdümün sağlanması amacıyla bölge illerinde turizm koordinasyon kurullarının kurulması, turizm koordinasyon kurulu olan illerde kurulunun daha etkin ve verimli çalışması için alt koordinasyon kurullarının oluşturulması ve düzenli olarak toplanması, alternatif öneriler içeren uygulanabilir kararlar almaları sağlanacaktır.
7.C.6.3. 7.C.2.3.	"Kapadokya Kültür Turizm Konseyi" nin Kurulması	2014-2018	-İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri		-Konsey oluşturulması için kaynak ayrılması	-Her ilde Kültür ve Turizm Müdürlüğü, sivil toplum kuruluşları, üniversite, belediye, dernekler, odalar, iş adamları ve turizm işletmelerinin üyelerinin bulunduğu bir İl Turizm ve Tanıtım Konseyi oluşturulacaktır. Turizm Tanıtma Konseyi üyeleri şehrin tanıtımına katkı sağlayacak tüm kesimleri ziyaret ederek lobi ve kulis faaliyetleri yürütecektir. -Bölge illerindeki kamu ve özel sektör paydaşlarının yer alacağı 'Kapadokya Kültür Turizm Konseyi'' kurulacaktır. -Turizm Konseyi tarafından, Kapadokya Bölgesi sınırlarının bölge içerisindeki illeri kapsayacak şekilde yeniden çizilerek turizm konusunda bölgenin tamamında tek bir alan yönetiminin uygulanması için çalışmalar başlatılacaktır. -Kapadokya Bölgesi'nin tamamını kapsayacak yeni gezi güzergâhlar oluşturulacaktır.
7.C.6.3. 7.C.3.1	Seyahat Operatörlerine Yönelik Çalışmalar	2014-2018	-Valilikler -Kültür Turizm İl Müdürlükleri	-Belediyeler -STK'lar -Özel Sektör	-Tanıtım etkinlikleri ve organizasyonlarının yapılması	-Bölgeye tur düzenleyen ve düzenleme potansiyeli olan seyahat acenteleri ve tur operatörleri bölgenin sahip olduğu turizm değerlerinin tanıtılması amacıyla bölgeye davet edilecektir. -Yabancı tur operatörleri ile iletişime geçilecek ve bölgedeki termal turizm, inanç turizmi, eko-turizm, dağ ve kış sporları turizmi, golf turizmi ve av turizmi potansiyeli konularında tanıtım gezileri (Fam Trip) organize edilecektir.

İLGİLİ STRATEJİLER	EYLEM	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞ	İLGİLİ KURULUŞLAR	YATIRIM KONUSU	AÇIKLAMALAR / ALT EYLEMLER
7.C.6.4. 7.C.2.3.	Yerel Yönetimlerin ve Bakanlık Temsilciliklerinin Güçlendirilmesi	2014-2018 ve 2019-2023	-Maliye Bakanlığı -Kültür ve Turizm Bakanlığı -Orman ve Su İşleri Bakanlığı DKMPGM	-Belediyeler -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Orman ve Su İşleri İl Müdürlükleri	-Maddi kaynak sağlanması	Özellikle turistik öneme sahip ilçe belediyeleri ile bölge illerindeki korunan alanlardan sorumlu bakanlık il temsilciliklerinin sorumlulukları içerisindeki alanlarda (Milli Park, Sulak Alan, Tabiatı Koruma Alanı) alt ve üstyapı, tanıtım, koruma gibi faaliyetleri daha iyi yürütebilmeleri için daha fazla maddi kaynak ayrılması sağlanacaktır.
7.C.6.4.	Turizm Verilerinin Ulusal ve Uluslararası Kriterler Ölçüsünde Toplanması ve Yayınlanması	2014-2018 ve 2019-2023	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -TÜİK -Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Belediyeler	-Ticaret ve Sanayi Odaları -Özel Sektör	-İlgili kurumların konunun önemi hakkında motive edilmesi	Kültür ve turizm istatistikleri, TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve AB Eurostat şartları doğrultusunda çeşitlendirilecek ve birbirleriyle bütünlük arz etmesi sağlanacaktır.
7.C.6.4. 7.C.2.3. 7.C.6.1	Geleneksel El Sanatları, Kültür ve Turizm Odaklı Faaliyet Gösteren STK'ların Kapasitelerinin Güçlendirilmesi	2014-2018 ve 2019-2023	-Valilikler -AHİKA	-Bölge Üniversiteleri -STK'lar	-Konuya ilişkin eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması	Geleneksel el sanatları, kültür ve turizm odaklı faaliyet gösteren STK üyelerine, insan kaynağı yönetimi, finans kaynağı yönetimi, örgütlenme, proje oluşturma, yazma ve yönetme becerileri vb. konularda eğitimler verilecektir.
7.C.7.1	Kültürel Değerler ve Envanter Konusunda Yapılacak Bilimsel Araştırmaların Desteklenmesi ve Arşivlenmesi	2014-2023	-Valilikler -Belediyeler -AHİKA	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Üniversiteler -STK'lar	-TR71 Bölgesindeki Kültürel Değerlerin Envanterinin Yapılması -TR71 Kültür Arşivinin Oluşturulması	Envanter ve arşivler sürekli gözden geçirilecek ve güncellemeleri yapılarak Ulusal Veri Bankası'na aktarımların sağlanacaktır.
7.C.7.2	Orta Anadolu Kültürel Eksen Programının Oluşturulması	2014-2018	-Valilikler -Belediyeler	-Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri -Üniversiteler -STK'lar -Orta Anadolu Bölgesi Kalkınma Ajansları -AHİKA	-Orta Anadolu Turizm Stratejik Planının Hazırlanması	Orta Anadolu Bölgesi kapsamında tarihsel gelişim odakları ve aksları esaslı Turizm Dolaşım Eksenleri (ör:Konya-Aksaray-Kayseri-Çorum vb.) belirlenecektir.

9. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

9.1 Turizm Potansiyel ve Stratejilerinin Mekânsal Yansımaları

Bölgede turizm sektörü gelişme göstermektedir ve ilerde gelişmesini sürdürecektir önemli mekânsal eksenler bulunmaktadır. Bunlar karayolları üzerindeki hareketliliğe de bağlı olarak devlet ve il yolları üzerinde belirlemektedir.

Nevşehir ili sahip olduğu potansiyeller ile üç mekânsal eksenin kesişim noktasını oluşturmaktadır. Bu üç mekânsal eksen üzerindeki stratejiler ve eylemler sonucu gelişecek turizm türlerinde de farklılaşmalar olmuştur.

Mekânsal eksenlerin taşıdığı potansiyel ve bunların harekete geçirilmesi ile oluşacak yığılmalar sırası ile Harita: 4 ve Harita: 5 de gösterilmiştir.

9.2 Mekânsal Eksen 1: Kırıkkale-Kırşehir-Nevşehir (-Kayseri) Ekseni

Kırıkkale-Kırşehir-Nevşehir karayolu boyunca gelişme göstermektedir. Ayrıca, Kırşehir üzerinden Kayseri yönüne de uzamaktadır. Kültürel ve etnoğrafik turizm ile inanç turizmi potansiyelinin öne çıktığı, eko-turizm olanaklarının da bulunduğu eksendir.

Bu mekânsal eksen üzerindeki yer alan iller ve yerleşmeler diğer önemli potansiyelleri de barındırmaktadır. Örneğin; Kırıkkale’de yer alması öngörülen Sanayi Tarihi Müzesi, Kent ve İş Turizmi açısından önemli bir olanak olacaktır. Ayrıca, il sınırları içerisinde yer alan Kapulukaya Baraj Gölü ile Kızılırmak’ta su sporlarına yönelik faaliyetlerin yer alabileceği değerlendirilmektedir. Yelken, sörf, kürek, kano ve benzeri faaliyetler; Kırıkkale ilini çekici kılacak ve bilinirliğini artacaktır. Su sporları daha çok gençlerin ve öğrencilerin ilgisini çekmekte ve bunlar üniversite sporları olarak da adlandırılmaktadır. İldeki öğrenci potansiyeli de dikkate alındığında bölge için önemli bir faaliyet olarak görülmektedir. Bu tur faaliyetler turizm sektörüne hizmet sunduğu gibi, ilin mekân ve yaşam kalitesini de artıracaktır.

Kırıkkale ve Kırşehir illeri önemli ulaşım akslarında konumlanmıştır. Özellikle Kırıkkale, Orta Anadolu’yu Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu’nun kuzey kesimlerine bağlayan yollar üzerindedir. Bu konumu ile Kırıkkale’nin günümüz Afyon ya da Bozüyük yerleşmelerinin rollerini üstlenebilir ve yol boyu yeme-içme hizmetlerinde uzmanlaşabileceği değerlendirilmektedir.

Kırıkkale, ayrıca yapımı gündemde olan, planlama aşamasında olan Kırıkkale-Karakeçili-Kulu-Konya yolu ile bağlantılarını Akdeniz’i de kapsayacak biçimde geliştirebilir. Böylece kuzey-güney doğrultusunda da önemli bir konum elde edebilir. Bu nedenle bu eksen karayolları üzerinde gelişen Yol Boyu Turizm faaliyetlerinin yoğunlaşacağı eksen olacaktır. Ayrıca inşaat halindeki Ankara-Sivas yüksek hızlı tren projesi kapsamında, Kırıkkale’nin durak noktalardan birisi olması öngörülmektedir.

Kırşehir’de yer alan Seyfe Gölü RAMSAR Alanı Doğa Turizmi açısından önemlidir. Bu bölgede Eko-turizm, kuş gözlemciliği, foto-safari faaliyetleri büyük potansiyel sunmaktadır. Kırşehir, ayrıca Kızılırmak üzerinde bulunan Hirfanlı Baraj Gölü nedeni ile yelken, sörf, kürek gibi spor turizmi olanakları sunarken, il sınırlarında bulunan Japon Bahçesi ile de doğa-kültür turizmi potansiyeli barındırmaktadır.

Bu eksen üzerinde yer alan Kırşehir, Hasandede, Keskin, Hacıbektaş ve Gülşehir, folklorik değerlerin, örneğin “Bozlak” kültürünün ve halk müziğinin öne çıktığı yerlerdir. Folklorik ve kültürel öğelere dayalı etnoğrafik turizm potansiyeline sahiptir. Ayrıca; inanç turizmi de bu bölgede yoğunlaşmaktadır.

Kırşehir jeotermal kaynakları nedeniyle Termal Turizm alanında da önemli bir merkez konumundadır. Benzer biçimde eksenin doğusunda Kırşehir - Kayseri devlet karayolu yakınında bulunan Kozaklı da önemli bir termal merkezdir. Bu iki yerleşme, eksenin ve uzantısının termal kaynaklar açısından odak noktalarıdır.

9.3 Mekânsal Eksen 2: Aksaray-Nevşehir Ekseni (-Kayseri)

TR 71 Bölgesinin turizm açısından omurgasını Aksaray - Nevşehir ve uzantısında da Kayseri olan eksen oluşturmaktadır. Potansiyel ve yoğunlaşmalar Aksaray-Nevşehir-Kayseri karayolu üzerindedir. Baskın nitelik kültür ve eko-turizmdir ve eksen üzerinde turizm faaliyetleri giderek çeşitlenmektedir.

Bu eksen üzerindeki Aksaray ilinde yer alan İhlara Vadisi turizm faaliyetlerinin en fazla yoğunlaştığı kesimler arasındadır. İhlara Vadisi doğal ve kültürel değerleri birlikte barındırmaktadır. Bu nitelikleri ile Kapadokya’nın belirli kesimleri ve Pamukkale’nin taşıdığı potansiyeli barındırmaktadır. Jeolojik oluşumlar ile arkeolojik ve kültürel değerler bu bölge için önemli birer öge olmasının yanında alternatif turizm türlerinin gelişmesi için potansiyeli de bulundurmaktadır. Bu bağlamda; Nevşehir’de yapıla gelen balonculuk turizminin İhlara Vadisi’nin tamamına yayılması öngörülmektedir. İhlara Vadisi’nde doğa yürüyüşleri ve foto-safari faaliyetlerinin yapılması için eylemler dizini oluşturulmalıdır.

Aksaray ilinde bulunan Hasan Dağı ve çevresi, kış ve kayak turizmi, eko-turizm ile yamaç paraşütü, tırmanma gibi spor ve macera turizmi açısından önemli bir kesimdir. Ayrıca Aksaray-ili kuzeybatı sınırında yer alan Tuz Gölü de yine doğa fotoğrafçılığı ve doğa yürüyüşü gibi faaliyetler ile öne çıkmaktadır.

Eksen üzerinde yer alan ve diğer eksenlerin de kesişme noktasında yer alan Nevşehir turizm faaliyetlerinin en geliştiği yer ve odağıdır. Turizm sektörünün en büyük yığılmaları Kapadokya olarak anılan kesimdedir. Bu görece dar alanda yeryüzünün en ilginç jeolojik oluşumları ile erken Hristiyanlık döneminin dini yapıları ve sanat eserleri birlikte bulunmaktadır. Bu durum Kapadokya’yı eşsiz kılmaktadır. Bu kesimde, alternatif turizm eylemleri de yoğunlaşmaktadır. Balon turizmi, atıcılık ve yürüyüş, dağ bisikletçiliği, foto-safari, çömlek yapımı yaygın olarak yapılan eylemlerdir. Son yıllarda ufak çaplı da olsa

kongre ve iş turizminin başladığı da söylenebilmektedir. Kapadokya’da ayrıca; Dünya turizm gündemine oturan çevre sorumluluğu taşıyan, çevreye saygılı turizm eylemlerinin (Responsible Tourism) özellikle yabancı ziyaretçilerle gerçekleştirildiği görülmektedir. Ziyaretçiler, yörenin günlük yaşamına da bir biçimde katılmaktadır. Avanos’taki çömlekçilik ve çömlek yapımına yabancıların katılımı, İngilizce Volunteerism olarak adlandırılan bir türün yansımaları olarak değerlendirilmektedir.

Nevşehir’de turizm çeşitlenmektedir. Bu bağlamda; Golf turizminin geliştirilmesi için daha önce Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca Avanos ilçesi Çavuşin Köyü ile Çat ve Muratpaşa Kasabaları sınırları içinde golf alanları belirlenmiştir. Kurulma çalışmaları yürütülen bu golf sahalarının tamamlanarak hizmete girmesi ile çeşitlilik daha da artacaktır.

Aksaray aynı zamanda ülke ulaşımında önemli bir karayolu aksı üzerinde yer almaktadır. Bu özelliği ile Yol Boyu Turizm faaliyetlerinin yoğunlaşacağı bir merkez olacaktır. Halen planlanma aşamasında olan Antalya-Kayseri hızlı tren hattının gerçekleşmesi durumunda Nevşehir ve Aksaray illerinin potansiyeli ve erişilebilirliği daha da artacaktır.

9.4 Mekânsal Eksen 3: Niğde-Nevşehir Ekseni

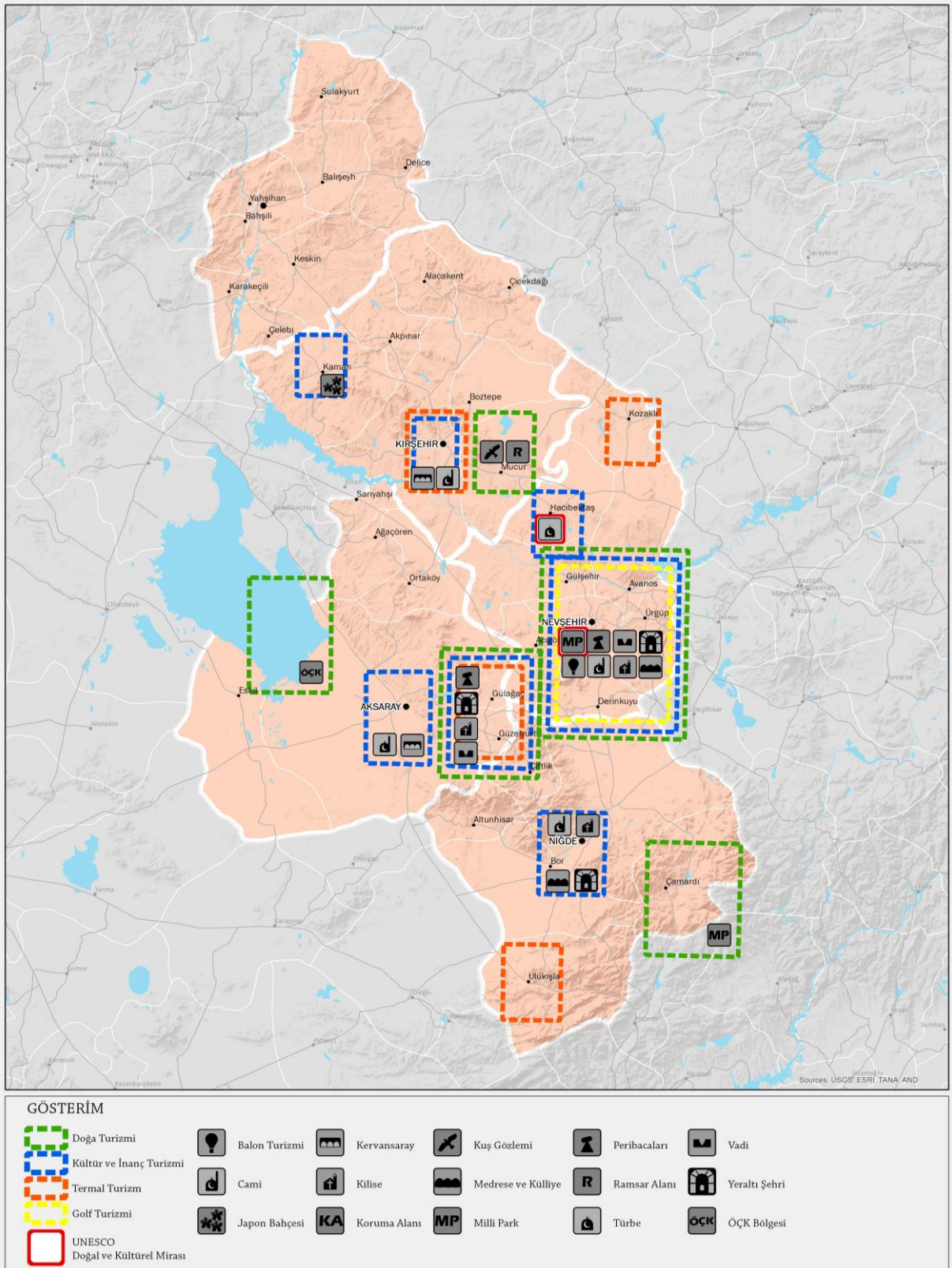
Bu mekânsal eksen, Ulukışla-Niğde-Nevşehir karayolu boyunca ve yakın çevresinde belirmektedir. Mekânsal eksenin güney sınırını oluşturan Ulukışla ilçesindeki termal kaynaklar Niğde turizmi için önemlidir ve bir termal turizm gelişme odağıdır.

Niğde ilinin güney sınırını oluşturan Bolkar Dağları ve Aladağlar, diğer çok önemli alternatif turizm türlerine ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda; Çamardı ve Ulukışla doğa ve dağcılık turizmi için olanaklar sunmaktadır. Bu noktalar macera turizminin gelişeceği bölgelerdir.

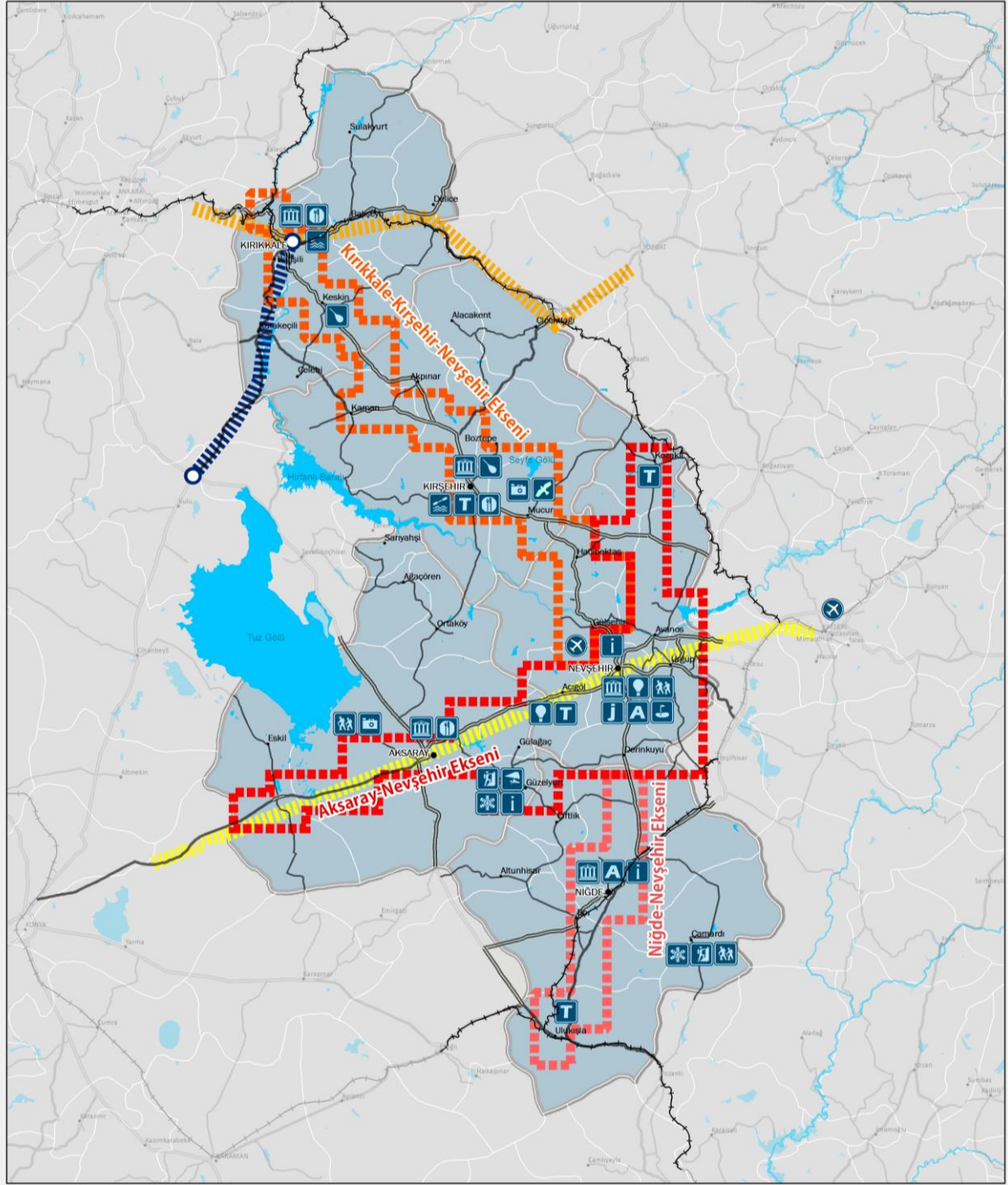
Niğde’de inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek tarihi manastırlar ve hanlar, kervansaraylar gibi tarihi yapılar yer almaktadır. İl bu özellikleri ile inanç turizmi açısından önemli bir potansiyeli barındırmaktadır. Niğde il merkezi ayrıca; kent ve iş turizmi olanaklarına sahiptir.

Bu mekânsal eksen üzerinde; Niğde Çiftehan ve Narlıgöl ile Nevşehir Kozaklı’da bulunan jeotermal kaynaklar termal turizm açısından önemli bir potansiyel ve yoğunlaşmayı oluşturmaktadır. Bunlara yakındaki Kırşehir termal olanakları da eklenmelidir. Özellikle, Çiftehan, Kırşehir ve Kozaklı son yıllarda önemli atılımlar yapmışlardır.

Harita 4:Potansiyellerin Mekâna Yansıması



Harita 5: Stratejilerin Mekâna Yansıması



GÖSTERİM

	Aksaray-Nevşehir Eksen		Arkeoloji Turizmi		Etnografik Turizm		Kent ve İş Turizmi		Termal Turizm		Havaalanı
	Kırkkale-Kırşehir-Nevşehir Eksen		Balon Turizmi		Foto-Safari		Kuş Gözlemi		Yamaç Paraşütü		Proje Halindeki Karayolu
	Niğde-Nevşehir Eksen		Dağcılık		Golf Turizmi		Kış Turizmi		Vol Boyu Turizm		Proje Halindeki Hızlı Tren Hattı
			Doğa Yürüyüşü		Jeoloji Turizmi		Su Sporları		İnanç Turizmi		

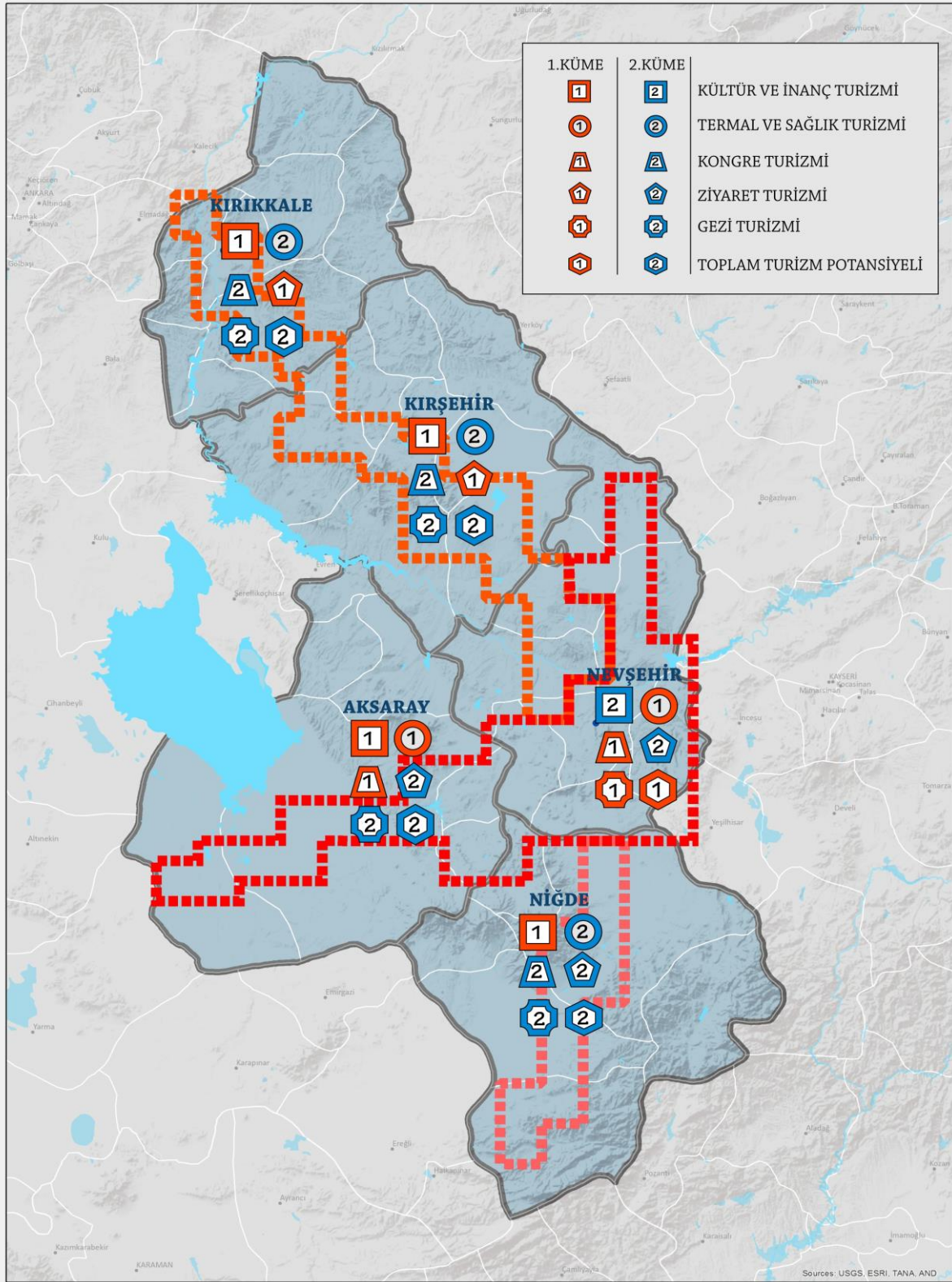
9.5 Kümelenme Analizinin Mekâna Yansıması

Kümelenme çalışması, turizm sektörü birincil ve ikincil kümelenmesini matematiksel olarak vermektedir. Bu kümelenme bir mekânsal dağılım desenini de işaret etmektedir. Bu desen ve kümelenmeler, önceki Bölümde açıklanan eksenlerle benzeşmektedir. Bu durum aşağıdaki haritada gösterilmiştir. Ancak, kümelenme çalışması TUIK tarafından yayınlanan istatistiki verilere dayandırılmış, turizm türleri “Seyahate Çıkış Sebeplerine ve Çeyreklere Göre Seyahat Harcamaları” Tablolarından alınmıştır. Bu nedenle kümelenme çalışmasının turizm türleri daha kısıtlıdır.

Kümelenme türleri ve TR 71 illerine göre dağılımı Harita: 6’de gösterilmiştir.

Harita 6: Turizm Kümelerinin Dağılımı

TURİZM KÜMELENME ANALİZİ



9.6 Değerlendirme ve Sonuç

Bu çalışma, turizm sektörüne özel araştırma ve strateji belgesi üretme çalışmasıdır. Üretilen stratejiler; Bölge Planının diğer bileşenleri ile birlikte, Bölgenin ufku, misyonu ve stratejik amaçları doğrultusunda ele alınacak, bunlar kuşkusuz bir bütünlük içinde tekrar değerlendirilecektir. Öngörüler bu bağlamda değerlendirilmelidir.

Çalışmada aşağıdaki konulara özel bir önem verilmiştir.

- i. Dünya gündeminde olan turizm türleri ele alınmış, Dünya ve Avrupa'daki gelişmeler, Avrupa Birliği kararları dahil araştırılmıştır. Eğimler ve büyüme hızları analiz edilmiş ve çıkarsamalar yapılmıştır.
- ii. Türkiye'deki gelişmeler dikkate alınmıştır. Sektörün tüm yapısal göstergeleri Türkiye, Turizmde önemli destinasyonlar olan Antalya, Muğla, İstanbul ve İzmir ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu karşılaştırmaya, TR 71'e komşu Konya, Kayseri ve Çorum illeri de dahil edilmiştir.
- iii. Gerçekçilik ve katılımcılık Çalışmanın temel özellikleri arasındadır. Çalışma kapsamında 250'nin üzerinde kurum, kuruluş ve kişinin görüşleri alınmış, özenle değerlendirilmiştir.

Sonuçta, 2014-2018 ve 2019-2023 yıllarını kapsayan kısa ve orta vadeli stratejilerle Bölgenin koşullarına uygun eylemler öngörülmüştür. Eylemler, TR 71 illerinin özgün nitelik ve koşullarına uygun olarak önerilmiştir.

Bu bağlamda; 2014-2018 döneminde, Nevşehir dışındaki iller için turizmin teknik ve kurumsal altyapısını geliştirmenin yanı sıra olabildiğince turizm yatırımı yapma öngörüsü geliştirilmiştir. 2019-2023 dönemimde ise Nevşehir dışındaki iller için tüm olanakları kullanarak turizm yatırımı yapma, yatak sayısını artırma, yaşam ve mekan kalitesini artırma önerileri geliştirilmiştir.

Nevşehir için bu öngörüler 2014-2018 dönemi için geçerlidir. Bunun nedeni; Nevşehir ilinin turizm sektöründe önemli kurumsal ve kişisel birikim, ustalık bilgisi ve beceriye sahip olmasıdır. Nevşehir turizm yatırımlarına yönelecek sermaye birikim ve transferi olanakları günümüzde de azımsanmayacak düzeydedir. Nevşehir ili 2019-2023 döneminde elde ettiği gelişmeyi çevre dostu yaklaşımlarla sürdürebilmek çabasında olmalıdır. Kurumsal kapasitenin de sürekli artırılması bir diğer stratejik yönelme olacaktır.

Günümüzde turizm konusunda fazla gelişmemiş olan iller atılım yapacaklardır. Doğal ve kültürel kaynakların dağılımına bağlı olarak; kültür ve eko-turizm başlıkları altında sayılabilecek alt-ürünler gelişecektir. Arkeoloji, inanç, etnografya turizmi gibi türlerin atılım yapacağı değerlendirilmektedir. Yanı sıra, doğal yapı ve kaynak değerlerine bağlı olarak; kuş gözlemciliği, foto-safari, sportif turizm bağlamında, bisiklet, atıcılık, sörf, tırmanma, yamaç paraşütü ve benzerlerinde gelişme beklenmelidir.

Bölgeye özel balonculuk bir diğer gelişme gösterecek turizm ürünüdür. Özellikle Aksaray’da bu faaliyetin kısa zamanda başlayacağı tahmin edilmektedir. Aksaray’da benzer bir olanak kış ve kayak turizmidir.

Termal turizm TR 71’in rekabet üstünlüğü olan en gelişmiş turizm türlerinden birisi olacaktır. TR 71’in Ankara, Adana, Konya ve Kayseri gibi önemli metropollere ve kentlere yakınlığı önemli bir konumsal üstünlük olarak değerlendirilmekte, bu yerleşmelerde yaşayan alım gücü yüksek nüfusun termal turizm için önemli bir talep oluşturacağı sanılmaktadır.

Yukarıda sıralanan gelişmeler, TR 71’in kentsel ve kırsal kesiminde mekân ve yaşam kalitesini artıracaktır. Bu durum turizm sektörünün en önemli yan katkılarından birisidir.

Çalışmada sayısal boyuta da özel bir önem verilmiştir. 2023 yılında TR 71’de 50.000 kişinin üzerinde çalışan turizm ve ilintili sektörlerde istihdam edilecektir. Bu özelliği ile Bölge İç Anadolu’nun en büyük sektörel yığılmalarından birisine sahip olacaktır. Turizm sektöründeki gelişmeler ulaştırma, perakende ticaret, inşaat, iş ve kişi hizmetleri alt-sektörlerinde de gelişmeyi sağlayacaktır.

10.KAYNAKÇA

Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart).

<http://www.aksaraykulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. (2013, Nisan). <http://www.dhmi.gov.tr/> adresinden alındı

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. (1995). Multivariate Data Analysis With Raedings, p.373. USA: Prentice-Hall International, Inc.

Hair, F. J., Black C. W., Badin, N. J., Anderson, E. R., Tatham, R. L. (2005). Multivariate Data Analysis. New Joursey, Pearson Education Inc.

(2011). *Kapadokya Bölgesi Turizm Çalıştayı.* Ahiler Kalkınma Ajansı.

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2013, Nisan). www.kgm.gov.tr adresinden alındı

Kırıkkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart). www.kirikkalekulturturizm.gov.tr adresinden alındı

Kırşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart).

<http://www.kirsehirkulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

Nevşehir Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart). <http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

Niğde Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü.

Niğde Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart). <http://www.nigdekulturturizm.gov.tr/ana-sayfa/1-34199/20130503.html> adresinden alındı

Sharma, S. 1996. Applied Multivariate Techniques. USA: John Willey & Sons, Inc.

T.C. Ahiler Kalkınma Ajansı. (2013, Mart). <http://www.ahi-ka.org.tr/> adresinden alındı

T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013, Nisan). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler:

<http://www.kalkinma.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FC5A73E5CFAD2D9676> adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü. (2013, Mart).

<http://dosim.kulturturizm.gov.tr/TR/Genel/Default.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE> adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kurumsal Portal. (2013, Mart).

<http://kurumsal.kulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013, Nisan). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı

(2013, Mart). *TR 71 Bölge Planı 2010-2013.* Ahiler Kalkınma Ajansı. <http://www.ahi-ka.org.tr/upload/word/bolge%20plani.pdf> adresinden alındı

Türkiye Cumhuriyeti Kırşehir Valiliği. (2013, Mart). <http://www.kirsehir.gov.tr/> adresinden alındı

Türkiye İstatistik Kurumu. (2013, Nisan). Turizm İstatistikleri: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/cikis.zul?> adresinden alındı

Türkiye İstatistik Kurumu. (2013, Nisan). Ulusal Hesaplar: http://www.tuik.gov.tr/AltKategori.do?ust_id=16 adresinden alındı

Türkiye İstatistik Kurumu. (2013, Nisan). İşgücü İstatistikleri: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/isgucuapp/isgucu.zul> adresinden alındı

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2013, Nisan). <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/iata-uyesi-seyahat-acentasi-arama> adresinden alındı

Türkiye Turizm Stratejisi (2023). (2007). Ankara, Türkiye.

Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart).

<http://www.aksaraykulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. (2013, Nisan). <http://www.dhmi.gov.tr/> adresinden alındı

Gezi Haritam. (2013, Nisan). <http://www.geziharitam.com/iller/kirsehir/gezi/tarihi.html> adresinden alındı

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2012, Nisan). www.kgm.gov.tr adresinden alındı

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2013, Nisan). www.kgm.gov.tr adresinden alındı

Kırşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart 5).

<http://www.kirsehirkulturturizm.gov.tr> adresinden alındı

Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2013, Mart 5).

<http://www.nevsehir.kulturturizm.gov.tr/belge/1-41450/diger-tarihi-yapilar.html> adresinden alındı

T.C. Ahiler Kalkınma Ajansı. (2013, Mart). <http://www.ahi-ka.org.tr/> adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kurumsal Portal. (2013, Mart).

<http://kurumsal.kulturturizm.gov.tr/> adresinden alındı

UNWTO. (2012). *UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition.* UNWTO. UnWTO.

(2012, Mayıs). *World Tourism Barometer.* United Nations World Tourism Organisation.