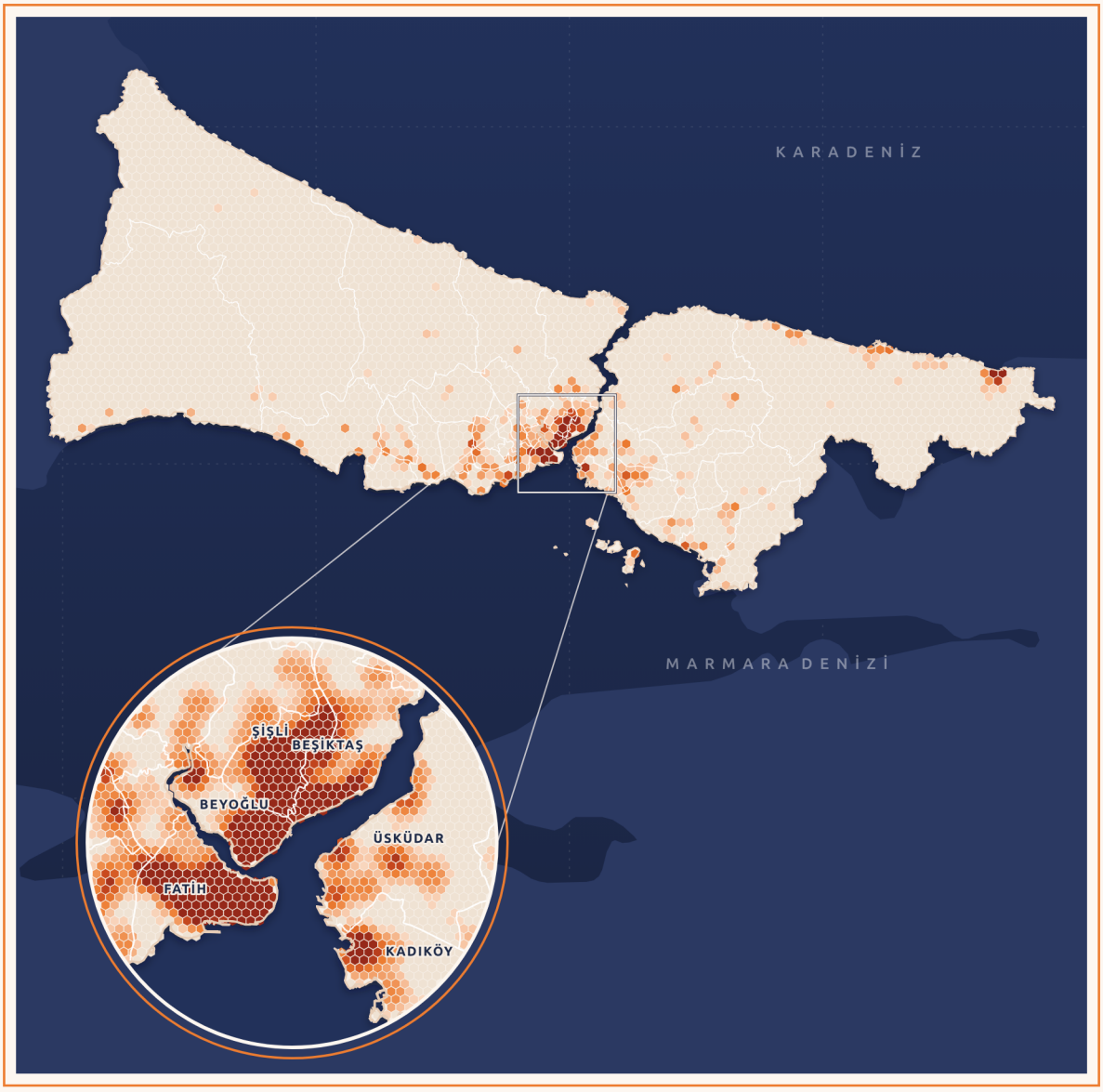
T.C.
İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
KÜLTÜR DAİRESİ BAŞKANLIĞI
TURİZM ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ

CİLT 1



İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANININ OLUŞTURULMASI İŞİ

İstanbul
Turizm Eylem Planı

Sürdürülebilir · Yaratıcı · Akıllı Turizm

RAPOR · 1. CİLT

2024

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER i

ŞEKİL LİSTESİ vii

TABLO LİSTESİ xii

GİRİŞ 1

1. ÜST ÖLÇEKLİ DOKÜMANLARIN İNCELENMESİ 5

1.1. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) 6

1.2. On Birinci Kalkınma Planı - Turizm Özel İhtisas Raporu (2019-2023) 10

1.3. Türkiye Turizm Stratejisi-2023 ve Eylem Planı (2007-2013) 14

1.4. Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023) 18

1.5. 2020-2022, 2021-2023, 2022-2024, 2023-2025 Yılları Yatırım Programı Hazırlama Rehberi 23

1.6. Orta Vadeli Program (2023-2025) 23

1.7. Orta Vadeli Program (2022-2024) 24

1.8. Onuncu Kalkınma Planı-Turizm Özel İhtisas Komisyonu (2014-2019) 25

1.9. Onuncu Kalkınma Planı (2014-2019) 27

1.10. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) 29

1.11. Vizyon 2023 – Teknoloji Öngörüsü Projesi Ulaştırma ve Turizm Paneli Raporu (2003) 31

1.12. 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı 33

1.13. İstanbul Kalkınma Ajansı - İSTKA, İstanbul Bölge Planı (2014-2023) 44

1.14. İBB Stratejik Planı (2020-2024) 46

1.15. Turizm Master Planı Kadim İstanbul (2015-2025)..... 50

1.16. İstanbul İli Tabiat Turizmi Master Planı (2013-2023)..... 53

1.17. İstanbul 2050 Vizyon Strateji Belgesi..... 55

1.18. Bölüm Sonu Değerlendirmesi..... 59

2. MERİ NAZIM İMAR PLANLARINDA TURİZME YÖNELİK MEKÂNSAL KARARLAR 75

2.1. Meri Nazım İmar Planlarında Turizm Fonksiyonu Kararları 75

2.1.1. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Sınıflandırılması..... 77

2.1.2. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların İlçelere Dağılımı 78

2.2. Turizm Alan Kullanımını Etkileyebilecek Plan Notlarının İrdelenmesi ve Değerlendirilmesi..... 86

2.2.1. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar ve İlçelere Dağılımı 91

2.2.2. Meri Nazım İmar Planlarında Turizm Fonksiyonuna İlişkin Potansiyel Alanların Genel Değerlendirilmesi 100

2.3. Mevcut Arazi Kullanımı ile Plan Kararlarının Karşılaştırılması 103

İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TEMEL GÖSTERGE SİSTEM YAKLAŞIMI..... 112

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ ODAKLI YAKLAŞIM 113

3.1. Üstün Evrensel Değer Odaklı Yaklaşım 113

3.2. Korunan Alanlar Odaklı Yaklaşım 114

3.3. İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Sistemi 114

3.4. BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, İstanbul 2050 Vizyonu ve Hedefleri ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Gösterge Uyumu 114

3.5. İstanbul Turizm Eylem Planı Gelecek Trendlere Odaklı Temel Gösterge Sistemi 115

4. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE A MODÜLÜ: ETKİN SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİM 118

4.1. Küresel Eğilimler - Etkin Sürdürülebilir Yönetim 119

4.2. Sürdürülebilir Turizm 119

4.3. Destinasyon Yönetim Organizasyonu (DMO) 121

4.3.1. Londra 122

4.3.2. Paris 129

4.3.3. Roma 137

4.3.4. Barselona 143

4.3.5. Singapur 147

4.4. Turizmde Dijitalleşme 155

4.5. Türkiye ve İstanbul– Etkin Sürdürülebilir Yönetim 156

4.6. Bölüm Değerlendirmesi 158

5. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE B MODÜLÜ: SOSYO EKONOMIK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 159

5.1. Küresel Eğilimler- Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik 159

5.1.1. Turizmin Ekonomik Etki Düzeyi Belirleyicileri 159

5.2. Rakip Şehirlerle Kıyaslandığında İstanbul Destinasyonunun Turist Harcamaları 164

5.2.1. Dolaylı Katkı: İstihdam, Yerel Satın alma, Yerel Girişimciler, Yerel İstihdam 165

5.2.2. Turizmin Sosyal Kültürel Etki Düzeyi Belirleyicileri 171

5.2.3. Bölüm Değerlendirmesi 182

5.3. Türkiye ve İstanbul - Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik 183

5.3.1. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri 183

5.3.2. Turizmin Milli Gelirler İçindeki Payı 193

5.3.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkileri 194

5.4. Istanbul Incoming Turizm Verileri 198

5.5. Turizmin İstanbul Ekonomisindeki Yeri 200

6. İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE C MODÜLÜ: TARİHİ MİRAS VE KÜLTÜREL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 206

6.1. Tarihi Miras Alanlarında Küresel Eğilimler 206

6.2. İstanbul Turizmi, Kültürel Miras ve Sit Alanları ve Alan Yönetimi 208

6.3. İstanbul Tarihi Yarımada Kültür Mirası Alanlarında Seyahat, Konaklama Yoğunluk, Kalış Süresi 216

6.4. Bölüm Sonu Değerlendirmesi 224

7. İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE D MODÜLÜ: ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 226

7.1. Küresel Eğilimler - Çevresel Sürdürülebilirlik 226

7.2. Doğal Alanlara Ziyaretler ve Biyolojik Çeşitliliğin Korunması 233

7.3. Türkiye ve İstanbul – Çevresel Sürdürülebilirlik 235

7.4. Bölüm Değerlendirmesi 240

8. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE E MODÜLÜ: YAPILAŞMIŞ ÇEVREDE SÜRDÜRÜLEBILIRLIK 244

8.1. Küresel Eğilimler - Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik 244

8.2. Bölüm Sonu Değerlendirmesi 245

9. KÜRESEL TURİZM EĞİLİMLERİ VE İSTANBUL 246

9.1. Etkin Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Analizlerinin Değerlendirilmesi 246

9.2. Sosyo-ekonomik Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi 247

9.3. Tarihi Miras ve Kültürel Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi 248

9.4. Çevresel Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi 250

9.5. Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi 251

9.6. Eğilimler ve Öngörüler 252
9.6.1. Kırsal Turizm 255
9.6.2. Döngüsel Ekonomi ve İstanbul Turizmi 256
9.6.3. İstanbul' da Nehir ve Göl Turizmi 259
9.6.4. Z Jenerasyonu 262
9.6.5. Sınır Ötesi- Komşu Turizmi 263
9.6.6. Turizmin en önemli sorunu: Overtourism (Aşırı Turizm) 263
9.6.7. Azalan Müze Ziyaretleri 266
9.6.8. İstanbul'a gelen Turistler için Algılanan Güvenlik Unsuru 267
10. İSTANBUL'UN TURİZM ALTYAPISI 270
10.1. İstanbul'un Sahip Olduğu Turizm Türlerinin İncelenmesi 270
10.1.1. Kültür Turizmi 270
10.1.2. Doğa Turizmi 349
10.1.3. Spor Turizmi 374
10.1.4. Sağlık Turizmi 383
10.1.5. Eğitim Turizmi 392
10.1.6. Kongre ve Etkinlik Turizmi 397
10.1.7. Alışveriş Turizmi 406
10.1.8. Yat ve Kruvaziyer Turizmi 410
10.2. Konaklama Altyapısı 416
10.2.1. Konaklama Tesislerinin Türleri 417
10.2.2. Konaklama Tesislerinin Yatak ve Oda Kapasitesi 421
10.2.3. Konaklama Altyapısının Turizm Türleri İle İlişkisi 424
10.3. Ulaşım Altyapısı 436
10.3.1. Ulaşım Altyapısının Turizm Türleri İle İlişkisi 442
10.4. İstanbul'daki TÜRSAB Üyesi (A Grubu) Seyahat Acenteleri 445
10.5. Bilgi ve Rezervasyon / Seyahat Kanalları 449
10.6. Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi 456

10.7. Sorun ve Potansiyeller 460

KAYNAKÇA 464

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2-1. Nazım İmar Planlarındaki Turizm Alanlarının Mekânsal Dağılımı 76

Şekil 2-2. Plan Notları İle Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar 90

Şekil 2-3. Plan Notları İle Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar ile Plan Lejantlarında Turizm Fonksiyonu Olarak Gösterilen Alanlar 102

Şekil 2-4. Mevcut Arazi Kullanımı İle Plan Kararlarının Karşılaştırılması 109

Şekil 3-1. Gelecek Trendlere Odaklı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Sistemi 117

Şekil 4-1. Londra'da Turist Sayısının Değişimi (2019 – 2021)..... 123

Şekil 4-2. Singapur'a Gelen Turist Sayısı Değişimi (2019 - 2022)..... 150

Şekil 4-3. Kalış Süresi ve Sürdürülebilir Yönetim 155

Şekil 4-4. Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstri Kriterleri..... 157

Şekil 5-1. Turizmin Ekonomiye Katkıları 160

Şekil 5-2. Uluslararası Seyahat Varışları 161

Şekil 5-3. Turizmin Doğrudan Katkısı 162

Şekil 5-4. Küresel Ölçekte Turizm Ekonomisine Yön Veren Ülkeler 163

Şekil 5-5. Türkiye'de Yabancı Turist Harcamaları Oranları (KTBkn.) 164

Şekil 5-6. Uluslararası Turizmden Elde Edilen İhracat Geliri..... 168

Şekil 5-7. Turizmin Doğrudan Dünya GSYİH'sine Katkısı..... 169

Şekil 5-8. Turizmin Toplam GSYİH İçindeki Payı -2021Yılı 170

Şekil 5-9.Turizmin Bileşenleri 172

Şekil 5-10. Turizm Talebi Belirleyicileri..... 174

Şekil 5-11. Literatürde Yer Alan Çalışmalar 175

Şekil 5-12. 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Dağılımı İlk 5 Ülke 189

Şekil 5-13. Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler (2022) 190

Şekil 5-14. Ocak-Ağustos 2023 Dönemi Ziyaretçilerin En Çok Giriş Yaptıkları Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İller Sıralamasında İlk 5 İl..... 193

Şekil 5-15. Turizmin İstihdama Doğrudan Katkısı (1990-2010)..... 195

Şekil 5-16. OECD Ülkelerinde Turizm Sektörünün GSYİH içindeki Payı(2009) 196

Şekil 6-1. İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı sınırları 209

Şekil 6-2. İstanbul'da İlçelere Göre Toplam Ziyaretçilerin Geceleme Sayısı (2009,2019 ve 2022) 217

Şekil 6-3. Yabancı ve Yerli Ziyaretçilere Göre Geceleme Sayısı (Ortalama) 219

Şekil 6-4. İstanbul'da Toplam Konaklama tesislerinde İlçelere Göre Ortalama Toplam Kalış Süresi (2009,2019 ve 2022)..... 221

Şekil 6-5. İstanbul'da Konaklama Tesislerinin Yoğunluk Haritası..... 221

Şekil 6-6. İstanbul'da Eğlence Merkezleri ve Restoranlar Yoğunluk Haritası 222

Şekil 6-7. İstanbul'da Etkinlik/ Kültür Sanat Mekânları ve Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı..... 222

Şekil 6-8. İstanbul'da İlçelere Göre Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasiteleri 223

Şekil 7-1. Otellerde Enerji Tüketimi 228

Şekil 7-2. Karbon Ayakizi Oluşumuna Sebebiyet Veren Turizm Faaliyetleri 230

Şekil 7-3. 2016 Ve 2030 Yılları Arasında Uluslararası Turist Varışlarından Kaynaklanan Bölgesel Emisyonların Ulaşım Modlarına Göre Değerlendirilmesi (Milyon Ton CO2)... 231

Şekil 7-4. Yıllara Göre Yeşil Yıldız Belgesi Olan Tesis Sayıları 235

Şekil 7-5. İstanbul'daki Macera Turizmi Alanları 236

Şekil 7-6. İstanbul'daki Ekoturizm Alanları 237

Şekil 7-7. İstanbul'daki Rekreasyon Turizmi Alanları 239

Şekil 10-1. İstanbul'daki Kültürel Miras Değerlerinin Kültür Varlıkları Envanterine Göre Dağılımı 274

Şekil 10-2. İstanbul'daki Önemli Sivil Mimari Yapı Gruplarının Dağılımı 276

Şekil 10-3. Önemli Konaklama Yapı Gruplarının Dağılımı 279

Şekil 10-4. İstanbul'daki Savunma Yapılarının Alt Kategorilere Göre Dağılımı 280

Şekil 10-5. İstanbul'daki Su Yapılarının Alt Fonksiyonlara Göre Dağılımı 282

Şekil 10-6. İstanbul'daki Dini Alanların Alt Fonksiyonlara Göre Dağılımı 283

Şekil 10-7. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanterindeki Dini Yapıların Türlerine Göre Dağılımı 284

Şekil 10-8. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanteri Ticaret Yapıları 287

Şekil 10-9. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Eğitim Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı 289

Şekil 10-10. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Sosyal-Kültürel Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı 292

Şekil 10-11. İstanbul Kültür Envanterindeki Sağlık Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı 296

Şekil 10-12. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Yönetim ve Diğer Kamu Yapılarının Dağılımı 298

Şekil 10-13. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Doğa Ögelerinin Dağılımı 300

Şekil 10-14. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Ulaşım Yapılarının Dağılımı 301

Şekil 10-15. Hizmet Yapılarının Alt Türlere Göre Dağılımı 302

Şekil 10-16. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Kentsel Öğelerin Dağılımı 304

Şekil 10-17. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Sit Alanları 306

Şekil 10-18. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Boğaziçi Alanı-Unesco Dünya Miras Alanları 311

Şekil 10-19. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Turizm Merkezleri 312

Şekil 10-20. İstanbul'daki Eğlence Mekânları Dağılımı 317

Şekil 10-21. İstanbul'daki Festival Mekânlarının Dağılımı 321

Şekil 10-22. İnanç Turizmi Türleri 322

Şekil 10-23. İstanbul'daki İnanç Turizmi Mekânlarının Dağılımı 328

Şekil 10-24. İstanbul'daki Gastronomi Turizmi Mekânlarının Dağılımı 333

Şekil 10-25. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Kültürel Miras Dağılımı 337

Şekil 10-26. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Yaratıcı Hizmetler Dağılımı 338

Şekil 10-27. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Kültür Endüstrileri Dağılımı 339

Şekil 10-28. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Sanatlar Dağılımı 340

Şekil 10-29. 15-29 Yaş Arası Gençlerin Seyahat Nedenleri (UNWTO) 342

Şekil 10-30. İstanbul'daki Gençlik Turizmi Mekânlarının Dağılımı 348

Şekil 10-31. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Ekoturizm Mekânlarının Dağılımı 357

Şekil 10-32. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Rekreasyon Turizm Mekânlarının Dağılımı ... 365

Şekil 10-33. İstanbul'daki Plaj Alanlarının Dağılımı 366

Şekil 10-34. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Macera Turizmi Mekânlarının Dağılımı 372

Şekil 10-35. İstanbul'daki Spor Turizmi / Kentsel ve Bölgesel Ölçekteki Spor Tesislerinin Dağılımı (Tür) 381

Şekil 10-36. İstanbul'daki Spor Turizmi / Spor ve Aktivite Alanlarının Dağılımı 382

Şekil 10-37. Sağlık Turizminde Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (2019-2022) 385

Şekil 10-38. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Yetkilendirilmiş Sağlık Tesislerinin Dağılımı 389

Şekil 10-39. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluşunun Dağılımı 390

Şekil 10-40. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Güzellik ve Estetik Merkezlerinin Dağılımı .. 391

Şekil 10-41. İstanbul'daki Eğitim Turizmi / Eğitim Tesislerinin Dağılımı 396

Şekil 10-42. İstanbul'daki Kongre ve Etkinlik Turizmi / Kongre ve Fuar Mekânlarının Dağılımı 405

Şekil 10-43. İstanbul'daki Alışveriş Turizmi / Alışveriş Mekânlarının Dağılımı 409

Şekil 10-44. İstanbul'daki Yat ve Kruvaziyer Turizmi / Kruvaziyer ve Marina Limanlarının Dağılımı 415

Şekil 10-45. İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin Dağılımı 418

Şekil 10-46. Konaklama Tesislerinin Türlerine Göre Mekânsal Dağılımı 420

Şekil 10-47. Yatak Kapasitesi Yoğunluğunun Mekânsal Dağılımı 423

Şekil 10-48. Kültür Turizminin Yatak Kapasitesi ile İlişkisi 426

Şekil 10-49. Doğa Turizminin Yatak Kapasitesi ile İlişkisi 427

Şekil 10-50. Spor Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi 429

Şekil 10-51. Eğitim Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi 431

Şekil 10-52. Sağlık Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi 432

Şekil 10-53. Kongre ve Etkinlik Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi 434

Şekil 10-54. Yat ve Kruvaziyer Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi 435

Şekil 10-55. İstanbul'un Küresel Erişilebilirliği 438

Şekil 10-56. İstanbul'un Çevre İllere Erişimi 440

Şekil 10-57. 2022-2023 Yılında Giriş Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Ulaşım Türlerine Göre Dağılımı (Ağustos) 442

Şekil 10-58. İstanbul Ulaşım Altyapısı ve Turizm Türleri İle İlişkisi 444

Şekil 10-59. İstanbul'daki A Grubu Seyahat Acentalarının Dağımı 448

Şekil 10-60. Turizm Alanında Etkili İletişim Kurabilmek İçin Kullanılabilecek Olan Araçlar 450

Şekil 10-61. İletişim ve Bilgilendirme Altyapısı 452

TABLO LİSTESİ

Tablo 1-1. Turizm Hedefleri....9

Tablo 1-2. Kültür ve Turizm Bakanlığı Öneri Turizm Stratejileri 22

Tablo 1-3. İBB Stratejik Planı (2020-2024) plan temaları ve tema alanları 47

Tablo 1-4. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması 47

Tablo 1-5. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması Hedef Performans Göstergeleri 48

Tablo 1-6. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması Hedef Riskleri ve Maliyetler 48

Tablo 1-7. İBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması 49

Tablo 1-8. İBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması Hedef Performans Göstergeleri 49

Tablo 1-9. iBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması Hedef Riskleri ve Maliyetler 50

Tablo 1-10. Bölgesel ve Ulusal Plan, Politika ve Strateji Belgeleri Özet Tablo 70

Tablo 2-1. İl Genelinde Planlı Alanların ve Turizm Alanlarının Yüzölçümü.... 75

Tablo 2-2. Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Payı 75

Tablo 2-3. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Kategorizasyonu ve Alansal Dağılımı.... 77

Tablo 2-4. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların İlçelere Dağılımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir) 79

Tablo 2-5. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının Kategorizasyonu ve Oranları.... 86

Tablo 2-6. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının Alansal Büyüklükleri ve Oranları.... 89

Tablo 2-7. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları.... 91

Tablo 2-8. Açık ve Yeşil Alanlar Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları 93

Tablo 2-9. Diğer İşlev Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları 94

Tablo 2-10. Kentsel Çalışma Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları 96

Tablo 2-11. Konut Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları 98

Tablo 2-12. Turizm Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları 100

Tablo 2-13. Plan Kararlarından Gelen Turizm Alanları ve Oranları 100

Tablo 2-14. Plan Lejantlarında Turizm Fonksiyonu Olarak Gösterilen Alanların Mevcut Arazi Kullanımı ile Karşılaştırılması 103

Tablo 2-15. Plan Kararlarından Gelen Potansiyel Alanların Mevcut Arazi Kullanımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir) 103

Tablo 2-16. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Alanların Mevcut Arazi Kullanımı ile Karşılaştırılması 106

Tablo 2-17. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Alanların Mevcut Arazi Kullanımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir) 107

Tablo 3-1. Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Performans Gösterge Seti 115

Tablo 3-2. İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Modülleri 116

Tablo 4-1. Londra Turizm Politikaları Özet Tablosu 128

Tablo 4-2. Paris Turizm Politikaları Özet Tablosu 137

Tablo 4-3. Roma Turizm Politikaları Özet Tablosu 142

Tablo 4-4. Barselona Turizm Politikaları Özet Tablosu 147

Tablo 4-5. Singapur Turizm Politikaları Özet Tablosu 154

Tablo 5-1. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yıllara ve Aylara Göre Dağılımı (2021-2023) 185

Tablo 5-2. 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak-Ağustos) 186

Tablo 5-3. Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler 190

Tablo 5-4. Ulaşım Yoluna Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (2021-2023) 191

Tablo 5-5. Yıllar İtibariyle Türkiye'ye ve İstanbul'a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Dağılımı (Aylara Göre) 191

Tablo 5-6. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (1969-2019) 192

Tablo 5-7. İstanbul Turizm İstihdam Verileri (2020) 197

Tablo 5-8. Turist Geliş Sayıları 198

Tablo 5-9. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (II. Çeyrek: Nisan-Haziran 2021 – 2022) 200

Tablo 5-10. Milliyetlerine Göre İstanbul'a Gelen Ziyaretçiler 201

Tablo 6-1. İstanbul'da Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Konaklama Tesislerinin Türlerine Göre Ortalama Kalış Süresi (2000-2022) 220

Tablo 9-1. İstanbul' un 32 nehri 260

Tablo 9-2. İstanbul'un Doğal Gölü ve Baraj ve Göletleri 261

Tablo 9-3. Müze Ziyaretçi Sayıları 266

Tablo 10-1. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanteri Alt Gruplarının İlçelere Göre Dağılımı 275

Tablo 10-2. Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na Bağlı Saray, Köşk ve Kasırlar 278

Tablo 10-3. Başlıca Tarihi Fabrika Yapılarının Günümüzdeki Kullanımı 286

Tablo 10-4. İstanbul'da Bulunan Müze İşlevli Kültür Varlıkları Envanterindeki Eğitim Yapıları ve Günümüzdeki İşlevleri 291

Tablo 10-5. Müzeler ve Bağlı Bulundukları Kurumlar 293

Tablo 10-6. Özel Müzeler 295

Tablo 10-7. İstanbul'daki Başlıca Tarihi Karakol Yapıları 299

Tablo 10-8. İstanbul Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri 309

Tablo 10-9. Kıyı Alanı ve Kıyı Arkası Alanda Bulunan Turizm Merkezleri 310

Tablo 10-10. Turizm İşletmesi Belgeli- Turizm Yatırımı Belgeli Eğlence Tesisleri Sayı ve Kapasiteleri 314

Tablo 10-11. İstanbul'da İlçelere Göre Eğlence Mekânları 315

Tablo 10-12. İstanbul'da İlçelere Göre Festival Mekân Sayıları 320

Tablo 10-13. İstanbul'da İlçelere Göre İnanç Turizmi Mekânları 326

Tablo 10-14. Turizm İşletmesi Belgeli- Turizm Yatırımı Belgeli Yeme-İçme Tesisleri Sayı ve Kapasiteleri 331

Tablo 10-15. İstanbul'da İlçelere ve Sektörlere Göre Gastronomi Mekânları 332

Tablo 10-16. İstanbul'un Yaratıcı Turizm Faaliyetleri 335

Tablo 10-17. İstanbul'da İlçelere ve Sektörlere Göre Yaratıcı Turizm Potansiyelleri 336

Tablo 10-18. İlçelere Göre Gençlik Turizmi Alanlarının Dağılımı 346

Tablo 10-19. İlçelere Göre Ekoturizm Değerlerinin (Noktasal) Dağılımı 354

Tablo 10-20. İlçelere Göre Ekoturizm Değerlerinin (Alansal) Dağılımı 355

Tablo 10-21. İlçelere Göre Rekreasyon Turizm Değerlerinin (Noktasal) Dağılımı 359

Tablo 10-22. İlçelere Göre İstanbul'daki Plaj Alanları 362

Tablo 10-23. İlçelere Göre Rekreasyon Turizm Değerlerinin (Alansal) Dağılımı 363

Tablo 10-24. Etkinlik Türlerine Göre Macera Turizmi Faaliyetleri 367

Tablo 10-25. İlçelere Göre Macera Turizmi Mekânlarının Dağılımı 373

Tablo 10-26. Spor Turizminin Altyapı Unsurları 374

Tablo 10-27. İlçelere Göre Kentsel ve Bölgesel Ölçekteki Spor Tesis Türlerinin Dağılımı 376

Tablo 10-28. İlçelere Göre Spor ve Aktivite Alanlarının Dağılımı 378

Tablo 10-29. İlçelere Göre Sağlık Tesislerinin Dağılımı 386

Tablo 10-30. İlçelere Göre Eğitim Alanlarının Dağılımı 393

Tablo 10-31. İlçelere Göre Etkinlik Alanlarının Dağılımı 401

Tablo 10-32. İstanbul'daki Başlıca Kongre Mekânları ve Kapasiteleri..... 402

Tablo 10-33. İstanbul'da Düzenlenen Fuarlara Katılımlar ve Tahsis Edilen Alanlarla İlgili Bilgiler 2010-2020..... 403

Tablo 10-34. İstanbul'da Gerçekleşen Fuarların Türlerine Göre Dağılımı 2010-2023 ... 404

Tablo 10-35. Türkiye'de Düzenlenen Fuarların İstanbul'a Göre Dağılımı..... 404

Tablo 10-36. İlçelere Göre Alışveriş Mekânlarının Dağılımı..... 407

Tablo 10-37. İstanbul'daki Marinaların Uygulama Durumu 412

Tablo 10-38. İstanbul'daki Kruvaziyer Gemi ve Yolcu İstatistikleri 413

Tablo 10-39. İstanbul'daki Deniz Turizmi Tesisleri ve Kapasiteleri..... 414

Tablo 10-40. İlçelere Göre Yat ve Kruvaziyer Liman Sayısı 414

Tablo 10-41. İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı 416

Tablo 10-42. İstanbul'daki Konaklama Tesis Türleri 417

Tablo 10-43. Yurtların Türlerine Göre Dağılımı 419

Tablo 10-44. İstanbul'da İlçelere Göre A Grubu Turizm Acentaları Dağılımı 446

Tablo 10-45. Turistlerin Bilgi Kaynakları 449

GİRİŞ

Turizm ekonomik büyüme ve kalkınma üzerindeki olumlu etkilerine bağlı olarak hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin önemle üzerinde durduğu bir sektör niteliği taşımaktadır. Kalkınmaya katkıları nedeniyle turizm bilgi ve iletişim teknolojileri ile birlikte 21. yüzyılın en hızlı gelişen sektörleri arasında yer almaktadır. Bir başka ifadeyle, yatırımların geri dönüş süresinin diğer sektörlere kıyasla daha kısa olması, istihdamı artırıcı ve döviz getirici etki yaratması nedenleriyle ulusal kalkınma sürecinde turizm sektörü önemli bir yer tutmaktadır.

Hizmet ağırlıklı faaliyetlerin sunulduğu turizm sektörü teknolojik gelişmelerden üretim sektörleri gibi etkilenmemekte, emek-yoğun niteliğine bağlı olarak hem doğrudan istihdama hem de bu sektöre girdiği sağlayan diğer sektörlerde dolaylı istihdama katkıda bulunmaktadır.

1980'lerden itibaren sektörün hızlı bir gelişme gösterdiği Türkiye sahip olduğu coğrafi, doğal, tarihi ve beşeri kaynakları ile turizm arzı bakımından güçlü ve alternatif turizm olanakları açısından zengin bir ülke konumundadır. Ulusal önceliklere paralel şekilde İstanbul Bölgesi'nin küresel rekabet gücünün artırılması için turizm, paydaşlar tarafından stratejik sektörler arasında sayılmıştır.

İstanbul, sahip olduğu kültürel, doğal değerleri ve potansiyelleri ile dünya turizminin önemli kentlerinden birisidir. Buna ek olarak gelişen diğer turizm çeşitleriyle, alternatif bir turizm destinasyonu olma yolunda ilerlemektedir. İstanbul, sadece bir şehir değil, aynı zamanda köprü vazifesi gören coğrafyasıyla Asya ve Avrupa kültürlerini birleştiren bir cazibe merkezi olarak öne çıkmaktadır. İstanbul, sadece tarihi ve kültürel zenginlikleriyle değil, aynı zamanda modern alışveriş merkezleri, lüks oteller, restoranlar ve gece hayatıyla da dikkat çekmektedir. Türk mutfağının eşsiz lezzetleri, ziyaretçilere damak zevkine hitap eden bir deneyim sunmaktadır.

Dünyadaki iklim krizi, biyoçeşitlilik kaybı, sağlıklı gıdaya ve suya erişim gibi ana çevresel sorunların, ekonomik ve sosyal alandaki dengesizliklerin ve eşitsizliklerin derinleşmeye başlamasıyla; Birleşmiş Milletler 2017 yılını sürdürülebilir kalkınma hedefleri çerçevesinde "Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı" olarak ilan etmiştir. Ziyaretçiyi izlemeye yönelik dijitalleşme eğilimlerinin ivme kazandığı, ziyaretçilerin

turistik olmayan alanlara yöneldiği, paylaşım ekonomilerini deneyimlediği bir sürece girilmiştir.

2020 yılı Ocak ayında başlayan Covid-19 pandemisi, kırılgan bir sektör olan turizm sektörünü küresel seyahat pazarında sekteye uğratmıştır. Pandemi dünya genelinde seyahat eğilimlerinde önemli değişimlere yol açmıştır. Hijyenin ön plana çıktığı pandemi süreci ve sonrasında, seyahat alışkanlıklarında çok sayıda değişiklik gündeme gelmiştir ve gelmeye devam etmektedir. Pandemi süreci, tüketici alışkanlıklarını ve tercihlerini etkileyerek farklı turizm türlerini öne çıkartmış durumdadır. Artan dijitalleşme ve yeni dijital teknolojiler ile gezginlerin davranışlarının, eğilimlerinin ve turizm hizmetlerinin pazarlama biçimlerinin değişmeye devam ettiği bir süreç yaşanmaktadır.

İstanbul'un turizm sektörü açısından gelişiminin önemi, kalkınma ve stratejik eylem planlarında açıkça belirtilmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin 2020-2024 Stratejik Planı'nda yer alan 'Üreten İstanbul' teması altında "Kentin Ekonomik Değerinin Yükselmesine Katkı Sağlamak" amacına yönelik hedeflerden birisi de "İstanbul'un turizm potansiyelini geliştirmektir".

Değişen küresel trendler odağında ve Türkiye ekonomisi içinde önemli bir pay sahibi olan turizm sektörünün önemi, kentlerin turizme yönelik eylemlerini yeniden ele almayı zorunlu kılmaktadır.

Çalışma çerçevesinde, İstanbul turizmiyle ilgili kararlar içeren üst düzey belgeler ve kentsel planlar, meri nazım imar planları üzerinden incelenmiş; ayrıca ikincil araştırma yöntemi kullanılarak ulusal ve uluslararası sektör raporları ile istatistikler gözden geçirilmiştir. Yapılan tüm incelemeler sonucunda, İstanbul'a özgü değerlendirmeler yapılmıştır.

Turizm sektöründe hedef kitleye daha etkin bir şekilde ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen Persona Analizi ile İstanbul'un turistik çekiciliklerini ziyaret eden farklı profillerdeki turistlerin özellikleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu analizle birlikte, turistlerin ihtiyaçları, tercihleri ve davranışları tespit edilerek, destinasyona özgü pazarlama stratejilerinin ve hizmetlerin daha etkili bir şekilde tasarlanmasına yönelik kapsamlı bilgiler elde edilmiştir.

Kaynak Pazar Araştırması ise İstanbul'un turizm sektörü için stratejik bir öneme sahip olan ülkeler ve bölgelerdeki potansiyel turistlerin eğilimleri ve tercihlerini anlamak adına

yapılmıştır. Bu araştırma, destinasyonun hangi pazarlara odaklanması gerektiğini belirlemiş ve pazarlama çabalarının bu belirlenen segmentlere daha etkili bir şekilde yönlendirilmesine yardımcı olmuştur.

Rakip Destinasyon Analizi çalışması, İstanbul'un turistik özelliklere sahip diğer şehirlerle kıyaslanmasını içermekte olup, bu kıyaslamalar İstanbul'un turizm potansiyelini artırmak amacıyla stratejik bir perspektif sunmaktadır. Diğer destinasyonlardan elde edilen en iyi uygulamalar, İstanbul'un turizm sektöründe rekabet avantajlarını güçlendirmek adına değerlendirilmiştir. Bu analizler, İstanbul'un turizm sektöründe daha etkili ve rekabetçi bir konuma gelmesine katkı sağlamaktadır.

Araştırma kapsamında, İstanbul'a gelen yabancı uyruklu ziyaretçilerle gerçekleştirilen birebir görüşmeler ve düzenlenen çalıştaylar aracılığıyla yapılan paydaş analizleri, İstanbul turizminin sorun ve potansiyellerini belirlemek üzere bir araya getirilmiştir.

Bu çalışmanın genel amacı; değişen küresel trendler odağında; üst ölçekli dokümanlar, küresel turizm eğilimleri, İstanbul'un mevcut durumu ve turizm potansiyeli ile "İstanbul Vizyon 2050 Strateji Belgesi"nde ortaya konulan vizyon, amaç ve hedefler doğrultusunda katılımcı bir süreçle İstanbul Turizm Eylem Planının oluşturulmasıdır.

İstanbul, dünya çapında tanınan ve popüler bir turistik merkez olmasına rağmen, turizmin sürdürülebilirliği ve gelişimi için stratejik bir plana ihtiyaç duymaktadır. Bu eylem planı, İstanbul'un turizm potansiyelini artırma, çeşitlendirme ve sürdürülebilir bir şekilde yönetme amacıyla gerekli adımları belirlemektedir.

İstanbul turizm eylem planı, bir dizi amaç doğrultusunda şekillendirilmiştir. İlk olarak, turizmi alternatif türlerle çeşitlendirme, kentin zengin kültürel ve tarihi mirasını keşfetmek isteyen herkesin farklı deneyimler yaşamasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu, ziyaretçilere geleneksel turizm faaliyetlerinin ötesinde, İstanbul'un çeşitli yönlerini ve farklı noktalarını keşfetme ve yerel kültürü deneyimleme fırsatı sunacaktır. Etkin ve katılımcı bir turizm yönetim modeli oluşturma amacı, yerel topluluğun turizm kararlarına katılımını artırmayı ve turizm sektörünü sürdürülebilir bir şekilde yönetmeyi amaçlamaktadır. Turizmden elde edilen ekonomik faydayı arttırmak, İstanbul'un ekonomik kalkınmasına katkıda bulunurken, yerel halkın refahını artırmayı hedeflemektedir.

İstanbul'un zengin kültürel ve tarihi mirası, doğal güzellikleri ve çevresinin korunması en önemli öncelik olacaktır. Bu sebeple, turizm eylem planı bu değerleri korumayı ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmeyi hedefleyerek, turizm sektörünün olumsuz etkilerini en aza indirirken çevreyi ve kültürel mirası koruyacaktır.

Etkili tanıtım ve pazarlama faaliyetleriyle kentin marka değerlerini artırma, İstanbul'un dünya çapında tanınırlığını ve cazibesini artırarak turizm gelirlerini artırmayı amaçlamaktadır. İstanbul turizm eylem planı, şehrin rekabet gücünü artırmak için yeni pazarlara erişim sağlayacak stratejiler geliştirerek kentin pazarlama ile yapılacak eylemleri yönlendirecektir. Turizmde hizmet kalitesi, kentsel altyapı ve erişilebilirliğin arttırılması amacı, ziyaretçilere konforlu ve keyifli bir deneyim sunmayı amaçlamakta ve böylece İstanbul'un turizm potansiyelini maksimize ederken yerel halkın yaşam kalitesini de artırmaktadır.

Aynı zamanda Turizm eylem planı, doğal afetler, ekonomik dalgalanmalar, sağlık salgınları gibi kriz durumlarında hızlı bir şekilde tepki verebilme yeteneğini artıracak ve sektörün dayanıklılığını güçlendirecektir. Bu şekilde, İstanbul'un turizm sektörü krizlerle başa çıkma yeteneğini artırarak daha istikrarlı bir gelecek için hazırlıklı olacaktır.

1. ÜST ÖLÇEKLİ DOKÜMANLARIN İNCELENMESİ

Bu bölümde; Türkiye ve İstanbul'un Turizm sektörü ile ilgili geleceğe ilişkin "vizyon, strateji, hedef ve politikalarını" belirleyerek uygulamayı yönlendiren, birbiri ile entegre ve birbirini tamamlayarak örtüşen, üst ölçekte üretilen stratejik plan ve çalışmalar incelenmiştir.

Söz konusu aşağıda belirtilen üst ölçekli stratejik plan ve çalışmaların; vizyon, amaç, ilke, hedef ve stratejileri ile planlama yaklaşımlarına yer verilmiştir.

- On Birinci Kalkınma Planı - Turizm Özel İhtisas Raporu (2019-2023), *T.C. Kalkınma Bakanlığı*
- On birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Onuncu Kalkınma Planı (2014-2019), Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), *T.C. Kalkınma Bakanlığı*
- Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyon Raporu (2014-2019), *T.C. Kalkınma Bakanlığı*
- Türkiye Turizm Stratejisi - 2023, *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı*
- Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023), *T.C. Kalkınma Bakanlığı*
- Yatırım Programı Hazırlama Rehberi (2020-2022,2021-2023,2022-2024,2023-2025 yılları), *T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı*
- Orta Vadeli Program (2022-2024) ve (2023-2025), *T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı*
- Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi -*TÜBİTAK*'ın öncülüğünde yürütülen "Ulaştırma ve Turizm Paneli'nin hazırladığı Temmuz 2003 Tarihli Rapor
- 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, 2009, *İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB)*
- İstanbul Bölge Planı (2014-2023), *İstanbul Kalkınma Ajansı*
- İBB Stratejik Planı (2020-2024), *İstanbul Büyükşehir Belediyesi*
- Turizm Master Planı Kadim İstanbul Raporu (2015-2025), *İstanbul Büyükşehir Belediyesi*
- İstanbul İli Tabiat Turizmi Master Planı (2013-2023), *T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı*
- İstanbul 2050 Vizyon Strateji Belgesi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi- *İstanbul Planlanma Ajansı*

1.1. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)

Kalkınma Bakanlığı tarafından 2018 yılında yayınlanan 11. Kalkınma Planı, her alanda rekabetçiliği ve verimlilik artışını sağlamaya odaklanmıştır. Plan, istikrarlı ve güçlü ekonomi, rekabetçi üretim ve verimlilik, nitelikli insan ve güçlü toplum, yaşanabilir şehirler ve sürdürülebilir çevre ile hukuk devleti, demokratikleşme ve iyi yönetişim gelişme eksenleri olmak üzere beş temel eksenden oluşmaktadır. Tüm eksenler açısından nihai olarak "daha fazla değer üreten, daha adil paylaşan, daha güçlü ve müreffeh Türkiye" vizyonunun gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu yaklaşımla, imalat sanayiinde belirlenen öncelikli sektörler başta olmak üzere yerli üretimin artırılması ve sanayileşmenin hızlandırılması öngörülmektedir. Tarım, turizm ve savunma sanayii kalkınma planında öncelikli gelişme alanları olarak belirlenmiştir.

Planın Turizm odaklı amacı aşağıdaki gibidir;

Değişen tüketici eğilimleri ile teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi, sezon süresinin uzatılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve daha fazla harcama eğilimi olan ziyaretçinin ülkemize çekilmesi ile konaklama süresi ve konaklama dışı harcamaların artırılması, her bir destinasyon özelinde ve odaklı anlayış çerçevesinde sektörde dönüşümün gerçekleştirilmesi ve koruma-kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması temel amaçtır.

<u>Planın Politika ve Tedbirleri</u>

- Mevcut kaynak pazarlarının güçlendirilmesi, geliştirilmesi ve bunun yanı sıra yeni kaynak pazarların yaratılması yoluyla ziyaretçi sayısı artırılacaktır.
    - Başta uzak doğu ülkeleri olmak üzere dünyada yükselen pazar konumundaki ülkelerden ülkemiz için yeni kaynak pazarlar oluşturmaya yönelik çalışmalar yürütülecektir.
    - Ana kaynak pazarımız olan ülkelerin seçilmiş şehirlerinden konaklama kapasitesinin yüksek olduğu turistik bölgelerimize başlatılan doğrudan tarifeli uçuş seferleri ve düzenlendiği bölgelerin sayıları artırılacaktır.
    - Turizmin tanıtımı ve yatırımların artırılması için özel sektörün finansman temininde ve karar süreçlerinde yer aldığı 'Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı' kurulacaktır.

- Başta ana ve yükselen hedef pazarlar olmak üzere yurt dışında algı ve imaj araştırmaları yapılarak bu kapsamda 'yönetim planları' hazırlanacaktır.
- Artan turist sayısını karşılamak üzere yatırım sürecindeki 212.038 yatağa ilaveten Plan döneminde yatak kapasitesi 300.000 artırılacaktır.
- Risk ve kriz durumlarından sektörün etkilenmemesi için 'risk ve kriz yönetim planları' hazırlanacaktır.

➢ Daha fazla gelir bırakan turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, konaklama süresinin uzatılması, konaklama dışı harcama alanlarının yaratılması ve harcama eğilimi yüksek ziyaretçilere ulaşılması yoluyla kişi başı harcama artırılacaktır.

- Gastronomi, golf, sağlık, kruvaziyer, inanç, kongre ve alışveriş gibi daha fazla gelir bırakan turizm çeşitlerine yönelik talebin yüksek olduğu pazarlar tespit edilecek ve bu ülkelerden ziyaretçi sayısının artırılmasına ilişkin çalışmalar yürütülecektir.
- Ortalama konaklama süresini artıracak ve turizmin yılın tamamına yayılmasını sağlayacak sağlık turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve yatırım faaliyetleri yürütülecektir.
- İçerdiği farklı kullanımlarla turizm çeşitliliği sunan, bütüncül planlanmış turizm kentleri hayata geçirilerek ziyaretçilerin konaklama süreleri artırılacak, alışveriş, eğlence ve sportif faaliyetlerle konaklama dışı harcamaları artırılacaktır.
- Büyük ölçekli turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesine yönelik planlama ve arazi tahsis çalışmaları yapılacak, sürdürülebilir bir anlayışla turizmin çeşitlendirilmesi ve sezonun uzatılması amacıyla turizm altyapı yatırımları gerçekleştirilecektir.
- Turizm değerlerimiz destinasyon bazında gruplandırılarak tanıtılacaktır.
- Deniz turizmine katkı sağlamak üzere, talebe ve doğal özelliklere uygun projelendirilmiş yat limanlarının yapılabilir bulunması halinde Kamu-Özel işbirliği (KÖİ) modeli ile hayata geçirilmesi sağlanacak, Plan döneminde başlanacak yat limanı yatırımları ile yat bağlama kapasitesinde yaklaşık 4.500 yatlık kapasite artışı gerçekleştirilecektir.
- Harcama eğilimi yüksek ziyaretçi trafiğini artırmak üzere ana turistik destinasyonlara business class ve comfort class uygulaması yaygınlaştırılacak ve sefer sayıları artırılacaktır.
- Turistik tren seferleri uygulamaya alınacaktır.
- Turizm sektörüne ilişkin dağınık haldeki mevzuat günümüzün ihtiyaçlarına göre gözden geçirilmek suretiyle sektörü ilgilendiren tüm hususlara ilişkin Turizm Temel

Yasası çıkarılacak; turizm hizmetlerinin çeşitlendirilmesi, yatırımların desteklenmesi, turizm işletmeciliğinin teşvik edilmesi ve sektör üzerindeki maliyetlerin azaltılması sağlanacaktır.

- Her bir destinasyon özelinde ve odaklı anlayış çerçevesinde; planlama hiyerarşisi gözetilerek yatırım planlaması dâhil turizmin gelişimi ve yönetimi bütüncül olarak ele alınacak; çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışı ile sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirilecektir.
  - Destinasyon bazında strateji, master plan ve fiziki planlar hazırlanacak ve projeler yürütülecektir.
  - Kıyı alanlarının turizm sektörünün talepleri ile entegre bir şekilde koruma-kullanma dengesi dikkate alınarak bütünleşik yönetimi ve planlaması yapılacaktır.
  - Koruma kullanma dengesi gözetilerek turizm alanlarının taşıma kapasiteleri tespit edilecek ve alanlar buna göre yönetilecektir.
  - Turizm bölgelerindeki içme suyu, kanalizasyon, katı atık bertaraf ve atık su arıtma altyapı yatırımları gerçekleştirilecektir.
  - Sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde; çevreye duyarlı turizm tesislerinin sayısının artırılması ve niteliklerinin geliştirilmesine yönelik mevzuat düzenlemesi yapılacaktır.
  - İklim değişikliğinin turizm sektörü üzerindeki etkilerinin tespitine yönelik çalışmalar yapılacaktır.
- Turizm sektöründe daha yüksek standartlarda hizmet sunumu sağlanacaktır.
  - Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan protokol çerçevesinde yürütülecek uygulamalı eğitim programı ile turizm sektörünün ihtiyacı olan nitelikli ara eleman ihtiyacı karşılanacaktır.
  - Turizm sektörü çalışanları için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen eğitim programlarına sektörün daha fazla katılım sağlamasına yönelik çalışmalar yürütülecek ve talebi karşılayacak şekilde eğitimler verilecektir.
  - Nitelikli personel istihdamını kolaylaştırmak ve personelin barınma ihtiyacının daha konforlu ortamlarda karşılanması için tesislere personel lojman alanı tahsis edilecektir.
  - Renovasyon yoluyla tesislerdeki fiziki şartların iyileştirilmesine yönelik hukuki düzenlemeler yapılacak ve uygulamaya konulacaktır.

- Turizm hizmetlerinde kullanılacak olan tesislerin standartlarının yükseltilmesini sağlamak üzere tesislerin belgelendirilmesine ilişkin sistem yeniden düzenlenecektir.

➢ Başta internet tabanlı uygulamalar olmak üzere turizm sektörünün paylaşım ekonomisinden daha etkin faydalanabilmesine yönelik düzenlemeler yapılacak, sektördeki Ar-Ge faaliyetleri ile teknolojiye dayalı uygulamalar desteklenecektir.

- Turizmde dijitalleşme oranları ve sektörün dijitalleşme konusuna yatkınlığı araştırması yapılacaktır.
- Turizm sektöründe ürün geliştirme, tanıtım ve pazarlamada kullanılmasına yönelik büyük verinin toplanması ve analizi çalışması yürütülecektir.
- Teknoloji destekli olarak ziyaretçi deneyimini artırıcı projeler geliştirilecektir.
- Yurt dışı menşeli mobil ve internet uygulamalarına yönelik mali hususlar başta olmak üzere ülkemiz mevzuatının uyumlaştırılması sağlanacaktır.
- İç turizmi ölçme sistemi kurulacaktır.
- Uygulama farklılıklarını ve bürokratik zorlukları ortadan kaldırmak üzere turizm yatırım süreci elektronik ortama taşınacak ve yatırımcıya iş yapma kolaylığı getirilecektir.

Planda Turizme yönelik projeksiyonlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1-1. Turizm Hedefleri

	2018	2023
Turizm Geliri (Milyar Dolar)	29,5	65,0
Ziyaretçi Sayısı (Milyon)	46,1	75,0
-Yabancı Ziyaretçi Sayısı (Milyon)	39,5	67,7
Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama (Dolar)	647	867
Ortalama Konaklama Süresi (Gece)	9,8	10,0
Ziyaretçi Başına Gecelik Gelir (Dolar)	66	86,7

Kaynak: 2018 yılı verileri TÜİK ile Kültür ve Turizm Bakanlığına aittir. 2023 yılı verileri On Birinci Kalkınma Planı tahminleridir.

Planda İstanbul ile ilgili Politika ve Tedbirler;

(i) Afet yönetimi politikası çerçevesinde, İstanbul'da yer alan kültür ve tabiat varlıklarının afetlere karşı dayanıklı hale getirilmesi sağlanacaktır.
(ii) Öncelikli gelişme alanları politikası çerçevesinde Turizm sektörü ile ilgili "İstanbul'u kruvaziyer seyahatin başlangıç - bitiş noktası yapmak amacıyla, yeni bir kruvaziyer liman yapılacaktır".

1.2. On Birinci Kalkınma Planı - Turizm Özel İhtisas Raporu (2019-2023)

Kalkınma Bakanlığı tarafından 2018 yılında yayınlanan raporun temelini oluşturan vizyon "rekabetçi ve yenilikçi uygulamalarla dünyadaki hızlı değişime ve yeni trendlere uyum sağlayabilen; doğal çevreye ve yerel hayata saygılı, nitelikli personel ile kaliteli hizmet sunan, kamu ve özel sektör işbirliği ile tüm paydaşların ihtiyaçlarına cevap verebilen; sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda ülkemizin mevcut potansiyelini en iyi şekilde değerlendirerek, turizmde lider ülkeler arasına çıkarmayı hedefleyen güçlü, saygın ve vazgeçilmez nitelikte planlı ve verimli bir ulusal endüstri düzeyine çıkarmak" olarak belirlenmiştir.

On Birinci Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu üyeleri hedeflerini BM sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uyumlu ve katkıda bulunacak şekilde geliştirmeye çalışmıştır. Komisyonca belirlenen hedefler; gelişimi ve istihdamı artırıcı, bölgelerarası eşitsizliği giderici, KOBİ'lerin gelişimini teşvik edici, kitle turizminden ziyade alternatif turizm türlerini geliştirici, sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında yer alan yoksulluğu azaltıcı, düşük gelir grubuna ve ülkenin geneline doğrudan ve dolaylı istihdam sağlayıcı ve GSYH'ye katkıda bulunarak ekonomik büyümeyi sağlayıcı niteliktedir.

Bu plan ile turizm sektöründe 'yeşil yıldız' ve 'mavi bayrak' gibi uygulamaların yanı sıra çevrenin korunması, enerji verimliliğine yönelik düzenlemeler yapılması, altyapı yatırımları ile sağlıklı suya erişimin ve atık su hizmetlerinin gelişiminin sağlanması, suda yaşamın desteklenmesi ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkilerin azaltılması, erişilebilir temiz ve yinelenebilir enerji kaynaklarının geliştirilerek üretim ve tüketim içindeki payının arttırılması ve iklim değişikliği ile mücadele edilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca sağlık

turizmini teşvik edici hedefler ile Türkiye'deki sağlık hizmetine sınır aşırı erişim sağlanmaya çalışılmaktadır.

Planın Uzun Vadeli Hedefleri (2033 Yılı)

- Türkiye'nin turistik değerlerini dünyanın tüm ülkelerinde tanınır bir hale getirmek,
- Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik ilkelerinden taviz vermeden dünyanın en önemli dört turizm ülkesi içerisinde yer almak,
- Turizmi on iki aya ve tüm coğrafi bölgelere dengeli bir biçimde yayarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak,
- Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu tüm alt ve üstyapı yatırımlarını tamamlamış olmak,
- Turizmde dijitalleşmede öncü ülkeler arasında yer almak.

On Birinci Kalkınma Planı (2023 Yılı) Hedefleri

- Turizm hizmetlerini çeşitlendirmek,
- Turizmin ülkenin farklı bölgelerinde gelişimini sağlamak,
- Turizmde gelen turist sayısı ve turizm gelirlerini arttırırken, mevcut pazarları korumak ve güçlendirmek, bunun yanında gelişen pazarlara odaklanmak,
- Turizmde dijitalleşme odaklı büyümeyi gerçekleştirmek,
- Turizmde Türk gastronomisini ön plana çıkarmak ve bu alanda markalaşarak büyümeyi sağlamak,
- Bünyesinde ilgili kamu kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının yer alacağı ulusal ve yerel destinasyon yönetim örgütlenmelerini kurarak faaliyetlerine etkin bir biçimde başlamasını sağlamak, Kültür ve Turizm Bakanlığını destinasyon yönetim örgütlenme modeli göz önünde bulundurarak yeniden yapılandırmak,
- Başta 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve 1618 Sayılı Seyahat Acentaları Birliği Kanunu olmak üzere turizmi ilgilendiren mevzuatı yeniden yapılandırmak,
- Ulusal turizm veri bankası kurmak ve turizm istatistiklerini çeşitlendirerek etkin bir biçimde izlemek,
- Türkiye'de iç turizm hacmini arttırmak ve dezavantajlı grupların da turizm hareketliliğine katılabilmesini sağlamak,
- Turizm sektörünün tüm bileşenlerinde diplomalı veya sertifikalı çalışanların istihdam edilmesinin zorunlu hale getirilmesiyle hizmet kalitesinde lider ülke konumuna gelmek.

Hedeflere Dönük Temel Amaç ve Politikalar

- Turizmin gelişimini ulusal ve bölgesel master planlar çerçevesinde sağlamak,
- Eskimeye başlayan tesislere yenileme yatırımında teşvik verilmesi yoluyla rekabetçi bir konuma erişmek veya rekabetçi konumumuzu korumak,
- Marka imajımızı en başarılı ülkeler ile rekabet edebilir bir konuma taşımak,
- Turizm hizmetlerini Y-Z ve Alfa kuşaklarının (2010 ve sonrası) beklentilerine göre şekillendirmek,
- Turizmde küresel eğilimleri sistematik bir biçimde izlemek ve turistik ürünü bu eğilimlere göre dinamik bir biçimde tasarlamak,
- İpek Yolu Turizminin ilgili ülkelerle entegre gelişimini sağlamak,
- Turizm eğitimi ve istihdamı arasındaki bağlantıyı güçlü bir şekilde kurarak insan kaynaklarının nitelik ve nicelik sorununu çözmek,
- Turizm mevzuatının günün koşullarına uygun bir biçimde sürekli güncel olmasını sağlamak,
- Her düzeydeki turizm eğitim kurumlarının sektör beklentilerini karşılayacak nitelikte eğitim vermesini sağlamak,
- Kültür Turizmi, Sağlık Turizmi, Kış Turizmi, Golf Turizmi, Deniz Turizmi, Eko turizm, Kongre ve Fuar Turizmi, Gastronomi Turizmi gibi turizm türlerinin gelişimini sağlamak,
- Özellikle en önemli turizm pazarımız olan Avrupa ülkeleri ile son dönemde gerilen ilişkileri düzeltmek, Avrupa halkları üzerindeki olumlu imaj algısını güçlendirmek,
- Yenilikçi uygulamaları desteklemek,
- Turizm teşviklerinin etkinliğini arttırmak ve bu amaçla teşvikleri ülkenin turizm vizyonu çerçevesinde yeniden düzenlemek, bölge-tür özellikli yıllık teşvik sistemine geçmek,
- Tanıtımda ulusal yaklaşım yerine bölgesel veya destinasyon temelli bir yaklaşımı benimsemek,
- Tanıtım bütçesini arttırmak, turizm gelirlerinin her yıl en az %1'ini tanıtım faaliyetlerine ayırmak,
- Turizm Gelişim Bölgeleri, Turizm Koridorları, Turizm Kentleri ve Ekoturizm bölgelerinin planlı gelişimini sağlamak,
- Altyapı, üstyapı, çevre, ulaşım, kültür, tarih ve sanat alanında gelişmeler sağlayarak bu bileşenlerin turizme katkısını arttırmak,

- Kentleşmeyi planlı bir biçimde gerçekleştirerek aşırı betonlaşmayı önlemek, ıslah gereken alanlarda gerekli çalışmaları yapmak,
- Turizmde yenilenebilir enerji kullanımını arttırmak.

Raporda İstanbul iline yönelik;

i. Turizm işletmelerine yönelik yapılması gereken mevzuat düzenlemeleri kapsamında: Kültür ve Turizm Bakanlığından belge almadan faaliyet gösteren deniz turizmi tesislerinin belge altına alınması, deniz turizmi araçlarında sınıflandırılma yapılmasına ve belge iptalinin düzenlenmesine ilişkin mevzuatın gözden geçirilmesi, yerel yönetimlerce günübirlik gezi teknelerine bağlama ve barınma imkânı sağlanması, günübirlik gezi teknelerinin yüzer lokantalar olarak çalışmasının engellenmesi, iç sularda turizm amaçlı gezi tekneleri faaliyetlerini yürüten araçlar ile İstanbul Boğazı'nın markası olan "boğaz gezisi" yapan tur teknelerinin mevzuat kapsamına alınarak çalışma şekil ve standartlarının belirlenmesi, deniz turizmi araçlarının yolcu taşıma kapasitesinin Deniz Elverişlilik Belgesi'nde belirtilen kapasiteyi aşmamak kaydıyla turizm amaçlı olarak belirlenmesi, bu araçların hizmet kalitesine göre sınıflandırılması, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığınca gemi cins tanımında gezinti tenezzüh teknesi boylarının sınırlandırılması,

ii. Ulaşım altyapısının ve erişilebilirliğin iyileştirilmesine yönelik yapılması gerekenler çerçevesinde; Tren turizmi yatırım teşviklerinin sağlanarak İstanbul - Kars, İzmir-Diyarbakır hatlarının oluşturulması, ülkemizde tren turizmi alanında faaliyet göstermek isteyen yatırımcılar ile yabancı yatırımcıların bir araya getirilmesi ve işbirliği yapmaları konusunda teşvik ve desteklerin sağlanması,

iii. İstanbul'da uluslararası bir limanımız olmamakla birlikte, havayolu taşımacılığında şehrin uluslararası bir bağlantı noktası olması İstanbul'un kruvaziyer turizmde öne çıkması için büyük bir fırsat sunmaktadır. Bu nedenle İstanbul'a modern, bagaj/malzeme indirme bindirme imkânlarını veren ve ihtiyaçlarını temin eden bir kruvaziyer limanın kazandırılması gerekmektedir. Bu karar doğrultusunda, seyahat başlangıç ve bitiş limanı İstanbul'da olacak şekilde hayata geçirilecek bir Merkez Liman Projesi önerilmiştir (Home Port Projesi).

1.3. Türkiye Turizm Stratejisi-2023 ve Eylem Planı (2007-2013)

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan 2007 yılında yayınlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 - Eylem Planı 2007-2013, Türkiye'de ülkenin hemen hemen her bölgesinde farklı turizm türlerinin gelişmekte veya sürdürülmekte olduğunu, bu bölgelerin bütünleşik bir yaklaşım ile ele alınması konusunda yaşanılan eksiklikler nedeniyle Akdeniz ve Ege kıyılarında kitle turizminden kaynaklanan yığılmaların olduğunu; bu durumun turizm destinasyonlarında çarpık kentleşmeye sebebiyet verdiğini, yine alt yapı ve çevre sorunlarının ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Dolayısıyla turizmin tüm ülkeye yayılabilmesinin bütüncül bir yaklaşım benimsenerek turizm destinasyonlarının birbirlerine bağlanabileceği güzergâhların ülke içerisinde aktive edilmesi ile turizm destinasyonu olmasa bile bu güzergâh dâhilinde kalan yörelerin de güçlendirme olasılığının olduğu ifade edilmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetişim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır.

Planın Temel Amacı

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

Planın Ana Hedefi

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, Türkiye'nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek Türkiye'nin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır.

Strateji çalışmasında, söz konusu turizm kaynaklarının noktasal ölçekte planlanması yerine gelişim aksları boyunca turizm koridorları, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve eko turizm bölgeleri oluşturacak şekilde ele alınması, bu değerlerin tanıtımı ve kullanım kriterlerinin belirlenmesi açısından daha doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir.

Bu kapsamda;

- Türkiye Turizm Stratejisi-2023'ün öngördüğü hedeflerle Türkiye'nin her yanına dağılmış durumda bulunan sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültürel açıdan önemli yer ve yerleşmelerin tek tek ele alınmasından çok bunların birbirleriyle entegrasyonu sayesinde daha cazip ve daha güçlü alternatif varış noktaları ve güzergâhlar oluşturulacaktır.
- Güçlü bir turizm güzergâhı ve bölgesel varış noktası oluşturulması ile bu bölgeler içinde zayıf kalan yerleşmelerin kültür, el-sanatları, yeme-içme tesisleri ve konaklama imkânları ile güçlenmeleri de sağlanmış olacaktır.
- Turizm sektörü, tanıtım ve pazarlama aşamalarında da varış noktaları bazında tek elden organize edilerek, yöresel yatırım, tanıtım ve pazarlama imkânlarının bir bütün halinde değerlendirilmesi ve dengelenmesi mümkün olabilecektir.

Çalışma kapsamında, kıyı alanlarında turizm potansiyeli yüksek olan alanların 'Turizm Kentleri' şeklinde bölgesel ölçekte ve özel sektör yatırımlarını özendirici 'arazi geliştirme modeli' anlayışında planlanması ve geliştirilmesi söz konusudur. Bu şekilde sadece kıyı şeridi değil kıyı gerisindeki alanların ve hatta yerleşmelerin bir bütün olarak planlanması, turizm çeşitliliğinin arttırılması, mevcut yerleşmelerin iyileştirilmesi ve dönüşümlerinin sağlanması da mümkün olabilecektir. Bu politikalar, turizm sektörünün sürdürebilirliğinin sağlanması açısından önemlidir.

Planın Vizyonu

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

Hedef ve Stratejiler

- Planlama: Ekonomik gelişimi destekleyen; fiziksel düzeyde uygulanabilir; toplum yönelimli ve sürdürebilir turizm ilkesinin içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konması.
    - Yerel düzeyde turizm potansiyeli bulunan alanlarda sorun odaklı planlama anlayışı yerine, planlama çalışmaları bütüncül olarak ele alınacaktır.

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

➢ Kentsel Ölçekte Markalaşma: Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi.

- Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya'da şehir turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projeleri yaşama geçirilecektir.

➢ Turizm Çeşitlendirilmesi: Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi.

Deniz Turizmi: İstanbul'daki liman kapasitesi hızla geliştirilecektir. İstanbul, Antalya ve İzmir'de bulunan yat limanlarının mega yatları kabul edecek şekilde yenilenmesi sağlanacaktır.

Kongre ve Fuar Turizmi: Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin öncelikle ele alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirici çalışmalar yapılacaktır. Kongre turizmine yönelik planlama ve tahsis çalışmaları yapılarak, yatırımcılara yön gösterici, kongre, fuar vb. etkinlikleri teşvik edici politikalar geliştirilecektir. Kongre turizminde varış noktası yönetim şirketlerinin rolü yeniden düzenlenecektir. Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslararası havaalanına sahip olması sağlanacaktır.

- Her ilde bir kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse de uluslararası kongrelerin Türkiye'de yapılması için tanıtma, planlama ve uygulama projeleri yapılacaktır. Fuar turizminin geliştirilmesi için fuar şehirleri ve merkezleri belirlenerek fuar organizasyonlarını geliştirilecektir.
- İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara Birinci derecede önemli Fuar illeri olarak ve 15 yıllık zaman zarfında bu şartları kazanabilecek 3 ilimiz Adana, Gaziantep, Trabzon İkinci derece önemli fuar ili olarak belirlenerek bu çerçevede planlama çalışmaları yapılacaktır.

➢ Turizm Gelişim Koridorları: Belli bir güzergâhın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi.

- Varış noktası olarak geliştirilecek koridorlar boyunca ulaşım çeşitlendirilerek niteliği geliştirilecektir.

- Koridorlardaki turizm gelişiminin düşük yoğunluklu, nitelikli, yıl boyu hizmet verecek butik otelcilik ve pansiyonculuğa yönlendirilmesi için gerekli planlama çalışmaları yapılacaktır.
- Koridorlar bir varış noktası olarak bütüncül bir şekilde planlanacak, yönetilecek, tanıtım ve pazarlaması gerçekleştirilecektir.

- Turizm Kentleri: Dünya ile yarışabilen markalaşan turizm yerleşmelerin planlanması

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

  Turizm Kentleri: Eylem Planı kapsamında, İstanbul il sınırları içindeki Kilyos Turizm Kenti de dahil olmak üzere, 10 yeni turizm kentinin araştırma ve planlama çalışmaları tamamlanacaktır.
- Yatırım: Turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların arttırılması.
- Örgütlenme: İyi Yönetişim ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK'ların karar vere süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi.
- İç Turizm: İç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması.
- Araştırma-Geliştirme: Turizm sektöründe AR-GE'nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikle ele alınması.
- Ulaşım - Altyapı: Hızla gelişen turizm sektörünün yoğunlaştığı yerleşmelerin altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi.
- Tanıtım ve Pazarlama: Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması.
- Eğitim: Turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesi.
- Hizmet: Turizm sektörünün her bileşeninde Toplam Kalite Yönetiminin etkin kılınması.
- Mevcut Turizm Alanlarının İyileştirilmesi: Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması.
- Turizmin Gelişim Bölgeleri: Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla il kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması.
- Eko-Turizm Bölgeleri: Doğa temelli turizm planlı gelişimi.

Eylem Planında İstanbul ili ile ilgili;

i. Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi hedefi altında;

Deniz turizminin geliştirilmesi için kruvaziyer limanlara özel önem verilecektir. Bu çerçevede, aşağıda verilen alanlarda kruvaziyer limanı fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir. Bu projeler;

- İstanbul Galata Kruvaziyer Limanı
- İstanbul Haydarpaşa Kruvaziyer Limanı
- İstanbul Ataköy Kruvaziyer Limanı
- İstanbul Zeytinburnu Kruvaziyer Limanı'dır.

ii. Turizmin Çeşitlendirilmesi hedefi altında, Kongre ve Fuar Turizmi başlığı altında;

Örgütlenme: Öncelikli olarak İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Konya ve Mersin illerinde kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır.

1.4. Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023)

Kalkınma Bakanlığı tarafından 2014 yılında yayınlanan bölgesel gelişme politikası, ulusal önceliklere uyum ve tamamlayıcılık, fırsat eşitliği, sürdürülebilirlik, verimlilik, katılımcılık, işbirliği ve ortaklık, çok katmanlı yönetişim, yerellik ve yerindenlik ilkeleri çerçevesinde ele alınmaktadır.

Bölgesel gelişmenin vizyonu; "Sosyo-ekonomik ve mekânsal olarak bütünleşmiş, rekabet gücü ve refah düzeyi yüksek bölgeleriyle daha dengeli ve topyekûn kalkınmış bir Türkiye'dir".

Bölgesel gelişme vizyonuna ulaşmak için geliştirilen genel amaçlar ise;

- Bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılarak refahın ülke sathına daha dengeli yayılması,
- Tüm bölgelerin, potansiyellerinin değerlendirilmesi ve rekabet güçlerinin artırılması suretiyle ulusal kalkınmaya azami düzeyde katkı sağlaması,
- Ekonomik ve sosyal bütünleşmenin güçlendirilmesi,

- Ülke genelinde daha dengeli bir yerleşim düzeni oluşturulmasıdır.

Genel amaçlara ulaşmak üzere "Mekânsal Amaçlar" ve "Yatay Amaçlar" belirlenmiştir.

Turizm Sektörüne Yönelik Yatay Amaçlar:

Bölgelerin rekabet gücünün artırılması: Bölgelerde öne çıkan sektör ve kümelerin etkin kılınması, imalat sanayi yanında turizm gibi hizmetler sektörlerinin de kalkınma yönünde harekete geçirilmesi, yenilik ve girişimcilik kapasitesinin geliştirilmesi ve bölgelerin kalkınma önceliklerine hizmet edecek yatırımların artırılması, yerel potansiyelin değerlendirilerek rekabet gücünün artırılmasında önemlidir. Üniversitelerin; işgücü verimliliğini artırmanın yanında, üniversite-iş çevreleri işbirlikleriyle yerel sektörlerin ve ekonominin verimliliğine katkı yapması, bu yönde Ar-Ge kapasitesi oluşturarak harekete geçirmesi; diğer taraftan, üniversite-toplum bütünleşmesini güçlendirerek sosyal gelişmede öncü rol üstlenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede; bölgelerin yenilik ve girişimcilik kapasiteleri ile kümelenmenin geliştirilmesi, yatırım imkânlarının analizi, tespiti, tanıtımı ve yatırım sürecinin desteklenmesi, turizm potansiyelinin yerel ve bölgesel kalkınma için etkili bir şekilde kullanılması, üniversitelerin bulundukları bölgelerle bağlantılarının güçlendirilmesi sağlanacaktır.

Bu yatay amacın uygulanmasında, farklı özelliklerdeki ve gelişmişlik düzeylerindeki bölgeler için uygun araçlar geliştirilmesi esastır.

Yatay amaçlar, mekânsal amaçları destekleyen; bölgesel gelişme politikalarıyla doğrudan ilişkili, bölge ve yerleşimlerin bütünü için geçerli olan alanlarda ulaşılması gereken sonuçlardır.

Yatay amaçlar kapsamındaki stratejiler geliştirilmiştir:

- Bölgesel Gelişmenin Yönetişiminin İyileştirilmesi ve Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi
- Kamu Yatırım ve Destek Uygulamalarının Bölgesel Gelişme Amaçlarıyla Uyumlaştırılması
- Bölgelerin Rekabet Gücünün Geliştirilmesi
    - Yatırım İmkânlarının Tanıtımı ve Yatırım Sürecinin Desteklenmesi
    - Girişimcilik Ortam ve Kültürünün Geliştirilmesi
    - Üretim Organizasyonu ve Kümelerin Geliştirilmesi

  - Bölgesel Yenilik Stratejilerinin Geliştirilmesi
  - Turizm Potansiyelinin Yerel ve Bölgesel Kalkınma İçin Etkili Kullanımı
  - Üniversitelerin Bulundukları Bölgelere Sağlayacakları Katkıların Artırılması
- Sınır Ötesi ve Bölgeler Arası İşbirliklerinin Geliştirilmesi
- Sürdürülebilir Çevre ve Yeşil Ekonominin Desteklenmesi
- Ulaşım Ağının ve Erişilebilirliğin Geliştirilmesi

Kamu Yatırım ve Destek Uygulamalarının Bölgesel Gelişme Amaçlarıyla Uyumlaştırılması

Devlet desteklerinin ulusal kalkınma yanında bölgesel gelişme hedefine de hizmet etmesi

- Turizm konusunda düşük gelirli bölgelerde özel teşvik uygulamaları yapılacak ve kamu destekleri sağlanacaktır. Başta termal turizm olmak üzere turizmi çeşitlendirici yatırımlara özel teşvik tedbirleri uygulanacaktır.

Bölgesel Yenilik Stratejilerinin Geliştirilmesi

Turizm Potansiyelinin Yerel ve Bölgesel Kalkınma İçin Etkili Kullanımı

- Turizm hareketliliğinin yıl geneline yayılması, farklı bölgelere kaydırılarak kalış süreleri ve gelir imkânlarının genişletilmesi ve turizmin bölgesel ve yerel kalkınmadaki katkısının üst düzeye çıkarılması sağlanacaktır.
- Turizm ekonomisinin bölgesel boyutunu güçlendirmek ve kalkınmaya katkısını artırmak amacıyla yönetişimi iyileştirilecek, yerindenlik esasıyla merkezi kuruluşlar, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve ilgili paydaşlarla kurumsal işbirliği mekanizmaları hayata geçirilecektir.
- Ülkemize yurtdışından gelen uluslararası hastalar ile turistlere sunulacak sağlık hizmetlerine dair mevzuat altyapısının geliştirilmesi ve çevresel etki doğuran durumlar için koruma-kullanma dengesinin kurulması amacıyla düzenlemeler yapılacaktır.
- Turizm sektöründe sunulan hizmetlerde nitelik bakımından standartlaşmanın sağlanması, sektörde marka bilincinin geliştirilmesi, bölgelerin turistik potansiyelinin ve varlıklarının (tarihi kişilikler, kültürel mekânlar) koordineli bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması sağlanacaktır.

- Bölgesel bazda destinasyonlar ve turizm türleri arası bağlantıların kurulmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.
- Turizm gelişim bölgeleri, turizm koridorları, turizm kentleri, eko turizm bölgeleri odağında planlama yapılması yoluyla noktasal planlama anlayışından farklılaşacaktır.

Ulaşım Ağının ve Erişilebilirliğin Geliştirilmesi

- Doğu-batı yönünde gelişmiş olan ulaştırma altyapısının kuzey-güney aksları boyunca da geliştirilmesi sağlanacak, düşük gelirli bölgelerin limanlara, metropollere ve turizm bölgelerine olan bağlantıları güçlendirilecektir.
- Ankara üzerinden Samsun-Artvin hattı boyunca, yine Ankara üzerinden Sivas-Erzurum-Van hattı ve Adana-Gaziantep-Şanlıurfa-Şırnak hattı boyunca belirlenmiş olan gelişme koridorlarıyla ülkenin doğu-batı entegrasyonunun artırılması, dış ülkelerle başta mal akımları olmak üzere ilişkilerin güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Bölgelerindeki yerleşimlerin uluslararası ticaret imkanlarının geliştirilmesi sağlanacak, öncelikli gelişme bölgelerinin limanlara, metropollere ve turizm bölgelerine bağlantıları güçlendirilecektir.
- İstanbul-Antalya ulaşım koridoru boyunca metropolleri ve metropollerin çevresindeki illeri turizm niteliği öne çıkan iller ile bağlayan yüksek standartlı demiryolu hatları kurulacaktır. Kuzeydoğu-güneydoğu aksı boyunca demiryolu bağlantıları güçlendirilecektir. Ankara'nın hızlı tren merkezi olması sağlanacak, metropoller arası hızlı tren bağlantıları sağlanacaktır. Çandarlı, Fiyos gibi limanlar başta olmak üzere önemli limanların ulusal ulaştırma ağına entegre edilmesi sağlanacaktır.
- Doğu-batı (Kars-Erzurum-Sivas-Ankara-İstanbul-Edirne) ve kuzey-güney (Samsun-Antalya, Samsun-Mersin-İskenderun, İstanbul-Antalya) ulaşım koridorları boyunca, metropoller ve turizm niteliği öne çıkan iller yüksek standartlı demiryolu hatlarıyla birbirine entegre edilecektir.
- Öncelikle kuzey-güney ulaşım koridorları boyunca, metropoller, üretim merkezleri, turizm şehirlerini birbirine bağlayacak ulaştırma ağları güçlendirilecektir.
- Metropoller ve turizm kentleri başta olmak üzere önemli havalimanlarının bulundukları yerleşimlerle erişilebilirliğini artırmak üzere raylı sistem bağlantıları

kurulacak ve güçlendirilecek, uygun görülen uluslararası havalimanlarının yüksek hızlı tren sistemiyle bağlantı kurmaları sağlanacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından önerilen ve kalkınma ajanslarının katkıları ile hazırlanan İstanbul iline yönelik Turizm stratejileri aşağıdaki gibidir;

Tablo 1-2. Kültür ve Turizm Bakanlığı Öneri Turizm Stratejileri

Ölçek Sınıflama	Bölge-Aks-Yer	Hedefler
Turizm Koridorları	İpek Yolu Turizm Koridoru Ayaş-sapanca koridoru, Adapazarı, Bolu ve Ankara, Sapanca, Geyve, Taraklı, Göynük, Mudurnu, Beypazarı, Güdül ve Ayaş ilçeleri	Koridorun eko-doğa turizm yörüngeli olarak geliştirilmesi ve bölgede yer alan kış turizmi imkânıyla entegre edilmesi. Ankara-İstanbul güzergâhında olması ve tarihi açıdan zengin bir dokuya sahip olması bakımından pansiyonculuğun ağırlıklı olacağı kültür ve eko turizm odaklı geliştirilmesi
Kongre Turizmi	İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin, Diyarbakır	Kongre ve fuar merkezi hüviyetine sahip illerin nitelikli turizm tesislerine, uluslararası havalimanına sahip olmaları sağlanacaktır. Bu doğrultuda etkili tanıtım ve pazarlama stratejileri oluşturulacaktır.
Fuar Turizmi	İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Adana, Gaziantep, Trabzon, Diyarbakır	Fuar turizmi kapasitesinin yüksek olduğu illerde planlama çalışmaları yapılacak ve uluslararası fuarların yapılması yönünde çalışmalar yapılacaktır.
Deniz Turizmi	İstanbul	Çok sayıda kurvaziyer gemilere hizmet verebilen limanlar yapılacaktır.
	İstanbul, Antalya, İzmir	Yat limanları mega yatları kabul edecek şekilde geliştirilecektir.

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kalkınma Ajansları Bölge Planları

1.5. 2020-2022, 2021-2023, 2022-2024, 2023-2025 Yılları Yatırım Programı Hazırlama Rehberi

Rehberlerin amacı, 2020-2025 dönemi Yatırım Programı hazırlıklarına esas olmak üzere, kamu yatırım önceliklerini ve 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun 16'ncı maddesine uygun şekilde; kamu idarelerince uyulması gereken genel ilkeleri, nesnel ve ölçülebilir standartları, hesaplama yöntemlerini, bunlara ilişkin olarak kullanılacak tablo örneklerini ve diğer bilgileri ortaya koymaktır.

Kamu Yatırım Politikasının Öncelikleri

Sektörel Öncelikler

2021-2023; 2022-2024; 2023-2025 dönemleri kamu yatırım tahsislerinde Kamu-Özel işbirliği (KÖİ) modeliyle yürütülenler dâhil, 11. Kalkınma Planının öncelikli imalat sanayii sektörlerine ve bu sektörlere yönelik beşeri ve fiziki altyapıyı güçlendirecek Ar-Ge, dijitalleşme, insan kaynakları, lojistik, enerji ve eğitim gibi yatay alanlar ile tarım, turizm ve savunma sanayii alanlarına öncelik verilecektir.

Sektör/Alt Sektör Öncelikleri

Turizm sektöründe; Türkiye Turizm Stratejisi 2023 kapsamında belirlenen turizm gelişim bölgeleri, turizm gelişim koridorları, turizm kentleri ve eko-turizm bölgeleri başta olmak üzere, turizmin çeşitlendirilmesi politikası ve sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda destinasyon yönetimi yaklaşımıyla geliştirilmiş projelere öncelik verilecektir.

1.6. Orta Vadeli Program (2023-2025)

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan Orta Vadeli Program (2023-2025), temel olarak On Birinci Kalkınma Planı esaslarını dikkate almaktadır. Uygulama dönemi itibarıyla Program aynı zamanda hazırlıkları başlatılan On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028) dönemine geçiş süreci için de önem arz etmektedir. Bununla birlikte program makroekonomik ve finansal istikrarı güçlendirmeyi, yüksek katma değerli üretimi teşvik etmeyi, cari işlemler dengesinde kalıcı iyileşmeyi sağlamayı, verimlilik artışları ve ihracat artışı ile birlikte enflasyonu düşürmeyi amaçlayan Türkiye Ekonomi Modeli ile uyumlu hazırlanmıştır. Programın temel amacı, Türkiye Ekonomi

Model'ini esas alarak yatırım, istihdam, üretim ve ihracatı önceleyen büyümenin sürdürülmesi, verimli ve rekabetçi yerli üretim yapısının güçlendirilmesi, ithalat bağımlılığının azaltılması, kalıcı fiyat istikrarına ulaşılması, beşeri sermaye ve işgücü kalitesinin artırılması, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi, sürdürülebilir, kapsayıcı büyüme ile adaletli paylaşıma yönelik ekonomik dönüşümün gerçekleştirilmesidir. Program süresince, iklim değişikliğinin çevresel, sosyal ve ekonomik alandaki çok yönlü etkileri dikkate alınarak ve kalkınma öncelikleri çerçevesinde ekonominin her alanında ve tüm sektörlerde yeşil dönüşüme önem verilecektir.

Programda Turizm Sektörüne yönelik politikalar aşağıdaki gibidir;

Politika ve Tedbirler

- Değişen tüketici eğilimleriyle teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla alternatif turizm ürünleri belirlenecek, hedef pazarlarda tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.
- Mevcut pazarlarımızın geliştirilmesinin yanı sıra pazar çeşitliliğini sağlamak amacıyla başta uzak doğu ülkeleri olmak üzere dünyada yükselen pazar konumundaki ülkelerden gelen ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik çalışmalar yürütülecektir.
- Ülkemiz turizminin sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde geliştirilmesi amacıyla Ulusal Sürdürülebilir Turizm Programı kapsamında yeni standartlar belirlenecek ve programın tanıtımı uluslararası alanda yapılacaktır.
- Sağlık turizmi alanında ülke tanınırlığı ve tercih edilirliği artırılacak, sağlık turizmi hizmet kapasitesi nitelik ve nicelik olarak geliştirilecek ve "Heal in Türkiye" markasıyla sağlık hizmet ihracatına yönelik tanıtım faaliyetleri yürütülecektir

1.7. Orta Vadeli Program (2022-2024)

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan Orta Vadeli Program (2022-2024)'ın temel amacı, salgın sonrası toparlanma sürecinde büyüme potansiyelini artırmayı ve yüksek katma değerli üretimi önceleyen Türkiye ekonomisi için; nitelikli istihdam oluşturan, enflasyon ve cari açık yaratmayan, ağırlıklı olarak yurtiçi tasarruflar ve doğrudan yabancı yatırımlarla finanse edilen, verimli alanlara yönlendirilmiş yatırımlara ve ihracata dayalı, yeşil dönüşümü dikkate alan istikrarlı, dengeli ve gelir

dağılımı adaletini gözeten bir büyüme yapısının tesis edilmesidir. Bu çerçevede makroekonomik istikrarın korunarak, özel sektöre de yön verecek şekilde ekonomide şeffaflığın ve öngörülebilirliğin artırılması esastır. Bu dönemde, küresel tedarik zincirlerindeki değişimler, dijital ve yeşil dönüşüm gibi eğilimler dikkate alınarak; uluslararası arenada rekabet gücü yüksek, üretim ve istihdam potansiyeli barındıran sektörler desteklenerek, küresel ticaretten alınan payın artırılması ve bu kapsamda cari işlemler dengesinde kalıcı ve sürdürülebilir iyileşmenin sağlanması hedeflenmektedir.

Programda Turizm sektörüne yönelik politikalar aşağıdaki gibidir;

Politika ve Tedbirler

- Turizmin oniki aya ve tüm ülkeye yaygınlaştırılması amacıyla farklı turizm ürünlerini aynı anda sunan ve bütüncül olarak planlanmış turizm alanları oluşturularak nitelikli yatak kapasitesi artırılacaktır.
- Değişen tüketici eğilimleriyle teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla sağlık, gastronomi, festival, kültür, eko-turizm, inanç, eğitim, spor ve bisiklet turizmi gibi alternatif turizm ürünleri belirlenecek, talebin yüksek olduğu pazar ülkeler tespit edilerek tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.

1.8. Onuncu Kalkınma Planı-Turizm Özel İhtisas Komisyonu (2014-2019)

Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan 2013 yılında yayınlanan planın amacı Türkiye'de turizmde, nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmek; daha üst gelir grubuna hitap edecek şekilde turizm ürün ve hizmetlerini çeşitlendirmek ve iyileştirmek; turizm değer zincirinin her bileşeninde kaliteyi arttırarak sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline gelmektir.

"Türkiye turizm sektörü, Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olma noktasını aşmış, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş bir sektör olarak; eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile öncelikle ülke halkının yaşam ortamını iyileştirici, kendi kaynağını yaratabilen, öz denetim yapabilen, rakip varış noktalarıyla yarışabilir, iç verimliliği yüksek bir sektör haline gelecektir. "

Bu kapsamda öncelikler olarak sıralanan;

• Turizmin bölgelerarası gelir ve gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması yönünde katkıda bulunmasına,

• Turizmde sektörel gelişmenin öncelikle yüksek düzeyde nitelik hedefine yönelmesi, nicelik uğruna nitelikten ödün verilmemesine,

• "Turizm yatırımlarının çeşitlendirilmesi, ülke yüzeyine ve tüm yıla yayılması", doğal, kültürel ve tarihi çevrenin korunması", "turizm ürününe özel turizm pazarlarını çekecek nitelikler kazandırılması", "ziyaretçi başına yapılan harcamaların artırılması" gibi sektör için önerilen stratejik tedbirlerle, turizme kültür ve doğa eksenli bir bakış açısı kazandırılmaya, turist profilinin yükseltilmesine çalışılmıştır.

Planın Vizyonu

Türkiye'de turizm sektörü, sürdürülebilirlik ilkesini benimseyerek ziyaretçi sayısı ve turizm gelirlerinde dünyadaki ilk beş ülke arasında yerini alacak, turizm değer zincirindeki tüm unsurlarında, eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile uluslararası bir marka olacaktır.

İklim değişikliği, makro seviyede turizm varış noktalarını bozma, yerel seviyede mevsimselliği ve böylece rekabet gücünü ciddi şekilde etkileme potansiyeline sahiptir. İlk adım, sektörün çevresel etkilerinin azaltılması olmalıdır. İkinci olarak ise "Seyahat ve Turizm "in, kontrolsüz iklim değişikliğine uyumu gerekecektir. Uyum öncelikleri arasında, iklim değişikliğinin kilit çevresel varlıklar, özellikle de en çok tehdit altında olan ekosistemler, koruma alanları ve deniz kaynakları üzerindeki, etkileriyle ilgilenme de yer alacaktır. Üçüncü olarak, "Seyahat ve Turizm", küresel iklim değişikliğine müdahale çabasında önde olmak durumundadır. Seyahat ve Turizm "in önemli bileşenlerinden biri olan havayolu taşımacılığı, Uluslararası Hava Ulaştırması Derneği (IATA) ve Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatı (ICAO) yoluyla, 2020 yılına kadar emisyonlarını kademeli olarak azaltmak, daha sonra karbon-nötr büyüme aramak ve 2050 yılına kadar iddialı olan mutlak indirimleri hedeflemek için yüksek maliyetli taahhütlerde bulunmuştur.

Planda İstanbul ile ilgili;

Yasal Düzenleme ve Örgütlenmeye Yönelik Eylemler: Makro turizm politikasının oluşturulması, özellikle İstanbul ve Antalya gibi büyük şehirlerde yerel yönetimlerin öncü rol üstlenmesi,

Tanıtım ve Pazarlamaya Yönelik Eylemler: İstanbul'un 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olması gibi uluslararası projeler ile Türk kültürünün tanıtılmasıdır.

Raporda İstanbul ile ilgili yer alan politika öncelikleri ve tedbirler;

İstanbul başta olmak üzere gelişme potansiyeli yüksek turizm bölgelerinin kültürel, sosyal ve doğal zenginlikleri sürdürülebilir turizm yaklaşımıyla değerlendirilecek, ulaşım ve teknik altyapı eksiklikleri hızla giderilecektir.

(i) İstanbul'un marka kent olarak dünya turizmine sunulması sağlanacaktır. Dinamik, profesyonel ve mali yönden güçlü bir tanıtım yapılabilmesini sağlamak üzere bu faaliyetlerin finansmanına turizmden doğrudan gelir elde eden kesimin ve ticaret erbabının da katılımı sağlanacaktır.
(ii) Marka kentlerde turizm potansiyeli geliştirilecektir. Kent turizmi ve kültür turizmiyle de öne çıkan 15 kent markalaştırılarak dünya turizmine sunulacaktır. Bu amaçla uluslararası standartlarda şehir müzeleri, ulaşım sistemi, fiziksel ve sosyal altyapı ile ilgili düzenlemeler gerçekleştirilecektir.

1.9. Onuncu Kalkınma Planı (2014-2019)

Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan 2013 yılında yayınlanan, 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planının, ülkemizin 2023 hedefleri doğrultusunda, toplumu yüksek refah seviyesine ulaştırma yolunda temel politika dokümanı olduğu belirtilmektedir. Bu anlamda Onuncu Kalkınma Planı'nın turizme yönelik, amaç, hedef ve politikaları aşağıdaki gibidir;

Türkiye'de turizm ağırlıklı olarak kitle turizmine dayanmaktadır. Sektörde tanıtım ve pazarlamanın iyileştirilmesi, tanıtımın finansmanına özel sektörün daha fazla katılımı önemini korumaktadır. Ayrıca, mesleki belgelendirme sistemiyle ilgili başlatılan çalışmaların sektörün tüm çalışanlarını kapsayacak şekilde yaygınlaştırılması ihtiyacı bulunmaktadır.

İstanbul Turizm Eylem Planı

Sürdürülebilir turizmin özendirilmesi amacıyla, 2008 yılında çevreye duyarlı konaklama tesislerinin standartları belirlenmiş ve belgeleme çalışmalarına başlanmıştır. Turizm merkezlerinde artan yapılaşma, altyapı eksikliği ve çevre sorunlarının giderilmesi, yatırımların turizm odaklı gelişme planlarına uyumunun sağlanması önem arz etmektedir.

Dünyadaki eğilimler, bireylerin eğitim ve refah düzeyindeki yükselmenin artarak devam edeceğini ve turizmde deneyimli gezgin grubunun büyüyeceğini göstermektedir. Turist tercihleri kutuplaşacak, yenilik ve çeşitlilik talebi artmaya devam edecek, konfor ve macera motifleri ağırlıklı hale gelecektir. Bu kapsamda, turizmin çeşitlendirilmesi ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi önem taşımaktadır. Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme potansiyeli bulunmaktadır. Plan döneminde özellikle sağlıklı yaşama yönelik kaplıca, SPA ve benzeri imkânlar ile sağlık altyapısının değerlendirilerek, sağlık turizminin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Amaç ve Hedefler

Turizmde nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelinmesi; daha üst gelir grubuna hitap edecek şekilde turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi; turizm değer zincirinin her bileşeninde kalitenin artırılması ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline gelinmesi temel amaçtır.

Sektörde, doğal ve kültürel değerlerin koruma-kullanma dengesinin gözetilmesi ve nitelikten ödün vermeden sürdürülebilir bir büyümenin gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.

Politikalar

- Sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi sağlanacak ve alternatif turizm türlerinin gelişimi desteklenecektir.
- Turizm türleri bütüncül bir şekilde ele alınarak "Varış Noktası Yönetimi" kapsamında yeni projeler hayata geçirilecektir.

- Pazardaki ve müşteri profilindeki gelişmeler sürekli izlenerek dış tanıtım faaliyetleri etkinleştirilecektir.
- Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin, STK'ların ve halkın turizmle ilgili kararlara katılımı artırılacaktır.
- Turizm sektöründe işgücü kalitesi artırılarak, nitelikli turizm personeliyle turiste daha yüksek standartlarda hizmet sunumuna önem verilecektir.
- Çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışı kapsamında sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirilecek, turizmin sosyokültürel ve çevresel olumsuzlukları azaltılacaktır.

1.10. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)

Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan 2006 yılında yayınlanan, 2007-2013 dönemini kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı raporunda planın, Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda bütüncül bir yaklaşımla gerçekleştireceği dönüşümleri ortaya koyan temel politika dokümanı olduğu belirtilmektedir. Plan "Uzun Vadeli Strateji (2001-2023)" çerçevesinde hazırlanmıştır.

Planın Vizyonu

İstikrar içinde büyüyen, gelirini daha adil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen, AB'ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye'dir. Bu vizyona ulaşmak için Plan'ın, İstanbul Çevre Düzeni Planı'nda belirlenen turizm potansiyelleri kapsamındaki tarihi, kültürel, doğal çevre-değerler ve ekonomik değerler ile ilgili temel ilke ve stratejileri aşağıdaki gibidir;

Planın Temel İlkeleri

Ekonomik, sosyal ve kültürel alanlara bütüncül bir yaklaşım esastır. Toplumsal yapımızın ve bütünlüğümüzün, ortak miras ve paylaşılan değerler çerçevesinde güçlendirilmesi esastır. Doğal ve kültürel varlıklar ile çevrenin, gelecek nesilleri de dikkate alan bir anlayış içinde korunması esastır.

Planda "AB'ye üyeliğin, Türkiye'nin sahip olduğu tarihsel birikim, ekonomik potansiyel, kültürel zenginlik, genç nüfus yapısı ve enerji terminali konumu gibi nedenlerle, hem Birliğin hem de Türkiye'nin gelişmesi yolunda önemli bir sinerji yaratacağı" belirtilerek,

bu konuda Türkiye'nin tarihi birikimi ve kültürel zenginliğinin önemine işaret edilmektedir.

Ayrıca; "üyelik süreci, Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve siyasi yaşamında köklü dönüşümlere yol açarken, demokrasi, hukuk devleti, insan hakları, sağlık, gıda güvenliği, tüketici hakları, rekabet kuralları, kurumsal iyileşme ve çevrenin (tarihi, kültürel ve doğal çevre) korunması gibi birçok alanda AB norm ve standartlarına ulaşılmasının, yaşam kalitesini yükselteceği "ne vurgu yapılarak, çevrenin korunmasının önemi belirtilmiştir.

Plan stratejilerinden 'Ekonomik ve sosyal gelişme eksenlerinden' "Beşeri gelişme ve sosyal dayanışmanın" kapsamında "Kültürün korunması, geliştirilmesi ve toplumsal diyaloğun güçlendirilmesi" stratejisi çerçevesinde; Türkiye'nin *Kültür Turizmi* alanındaki potansiyelinin değerlendirilmesi gereğinin devam ettiği belirtilerek;

- Turizm sektörünün, ülkedeki refah ve gelişmişlik dengesizliklerini azaltıcı doğrultuda yönlendirileceği, turizm potansiyeli olan ancak bugüne kadar yeterince ele alınmamış yörelerde turizmin geliştirilerek ekonomik ve sosyal kalkınma sağlanacağı,
- Sektörle ilgili tüm yatırımların ise "doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi kollayıcı, koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde olmasına azami özen gösterileceği",
- Turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere Turizm Sektörü Ana Planı'nın hazırlanacağı,
- Toplumsal değişim sürecinde kültürel zenginlik ve çeşitliliğimizin korunması, geliştirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılmasının; kültürel politikaların temelini oluşturacağı, plan yaklaşımlarına yer verilmiştir.

Raporda bu kapsamda, "kültürümüzün özgün yapısını ve zenginliğini kaybetmeden gelişime açık olması ve evrensel kültür birikimine katkıda bulunmasının sağlanacağı belirtilerek, Kültür mirasımızın envanterinin çıkarılmasına, bu mirasın korunmasına ve restorasyonuna yönelik çalışmaların planlı bir şekilde sürdürüleceği**,** bu mirasın korunması için yaygın eğitim yoluyla kamuoyu bilincinin artırılmasının sağlanacağı" stratejik plan kararları olarak ortaya konulmuştur.

Plan stratejilerinden "Bölgesel gelişmenin sağlanması" için "Yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişmenin sağlanması ve yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılması" politikası çerçevesinde İstanbul ile ilgili ise; "İstanbul ilinin gelişme

eğilimlerini belirlemek, potansiyellerini tespit etmek ve rekabet gücünü geliştirici politikaların önceliklendirilmesine katkı sağlamak amacıyla; Devlet Planlama Teşkilatının (DPT) koordinasyonunda, Ekonomik İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD) ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi işbirliğiyle "İstanbul Metropolitan Alan İncelemesi" çalışmasının başlatıldığı" belirtilmiştir.

1.11. Vizyon 2023 – Teknoloji Öngörüsü Projesi Ulaştırma ve Turizm Paneli Raporu (2003)

"Ulaştırma ve Turizm Paneli", TÜBİTAK tarafından hazırlanan 2004 tarihinde yayınlanan program kapsamında, "Durum Belirlemesi, Vizyon ve Hedefler, Teknoloji Alanları" konularında, bir yıllık süre içinde bir çalışma yaparak bir rapor hazırlamıştır.

Bu çalışma ile 2023 yılı Türkiye'sinin gerekli teknolojik atılımları yaparak, kalkınmış ülkeler arasındaki yerini alması için, ulaştırmanın en önemli talep edicilerinden birinin turizm olduğu ve yeterli ulaşım olmadan turizmin gerçekleştirilemeyeceği olgusu göz önünde bulundurularak 'Ulaştırma ve Turizm' konuları ile ilgili "2023 Vizyonu" belirlenmiştir.

Türkiye'yi teknolojik atılımlar yapabilen bir ülke konumuna yükseltebilmek temel amacı ve bu amaca yönelik ulaştırma ve turizm "2023 Vizyonları" şöyle belirlenmiştir;

Temel Amaç

Sosyal ve ekonomik açıdan gelişmesini tamamlamış, teknoloji üreten bir ülke haline gelmiş Türkiye'nin dünya sahnesindeki gereken yeri alabilmesidir.

Vizyon

"Türkiye Turizm sektörü 'nün, Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olma noktasını aşmış, ürün çeşitliliğini arttırarak yılın tamamına yayılmış, seyahat özgürlüğünün önündeki yasal ve fiziki engellerin olmadığı, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş bir sektör olarak, eğitilmiş nitelikli işgücüyle, düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleriyle, öncelikle ülke halkının yaşam düzeyini yükseltici, kendi kaynağını yaratabilen, öz denetim yapabilen, rakip destinasyonlarla yarışabilen, iç verimliliği yüksek bir sektör haline gelmesi ve Türkiye'nin "kitle" turizminin yanı sıra "bireysel" turizmin de önemli cazibe merkezlerinden birisi olması" olarak belirlenmiştir.

Yeni ekonomik düzenin turizm sektöründen beklediği rol sektöre büyük sorumluluklar yüklemekte ve yeni anlayış, sektörün zaten bilinen eksikliklerini gidermek ve yapılan yanlışlıklardan dönmek şeklinde özetlenerek 'rehabilitasyon' ve 'sektörde büyüme' olarak iki önemli hedefi de beraberinde getirmektedir.

Turizm sektörü ile ilgili gelişme politikaları ve hedefleri genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleriyle bütünleştirilerek turizm sektörü;

-İnsan kaynaklarının geliştirilmesi,

-Sosyal refahın arttırılması,

-KOBİ'lerin geliştirilmesi,

-Bilim ve teknoloji yeteneğinin geliştirilmesi,

-Sağlıklı bir genel yerleşme düzeni ve kentleşme süreci oluşturulması,

-Doğal ve tarihsel çevre değerlerinin korunması ve geliştirilmesi,

-Sektörel ekonomik etkinlik, hedeflerini destekleyici doğrultuda geliştirilecektir.

Sosyo-Ekonomik faaliyet alanı ile ilgili alınacak önlem ve politikalar kapsamında; Türkiye turizminin en önemli değer kaynakları olan tarihi, kültürel, doğal değerler ile ilgili olmak üzere; "Doğal ve Tarihsel Çevre Değerlerinin Korunması ve Geliştirilmesi" önerisi yer almaktadır. Bu önerinin yaşama geçirilmesinde, üst ölçekli stratejik planlardan, uygulama imar planlarına kadar bir plan hiyerarşisi ve entegrasyonu içinde uygulamayı yönlendirecek olan planlar ve uygulama programlarının hazırlanmasında ve uygulamada; kamu kesiminden merkezi ve yerel yönetimler, özel kesimden sivil toplum kuruluşlarının çalışma bütünlüğünün kurulması öncelikli ve önemli bir uygulama politikası olarak benimsenmeli ve yaşama geçirilmelidir.

Turizm yönetim ve işletmecilik faaliyetlerine yönelik alınacak önlem ve politikalar kapsamında; 2023 Yılı Vizyonunda Türkiye'ye yönelik turizm talebinin ülke nüfusunun % 45' ine yaklaşacağı tahmin edilmiştir.

Eğitim Faaliyetlerine Yönelik alınacak önlem ve politikalar kapsamında; istihdamda ilk sırada yer alacak olan turizm sektörü, bütün diğer alanlarda ciddi teknoloji kullanıcısı olmak durumunda olsa da, nihai turizm ürünün hizmet arzı şeklinde ortaya çıkacak olması nedeniyle, sektörde hizmet üretenlerin sürekli işbaşı eğitimi ön plana çıkacaktır. Eğitilmiş iş gücünü özendirmek üzere mesleki belgelendirme (sertifikasyon) uygulaması için gerekli altyapı oluşturulmalıdır.

1.12. 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı

İstanbul'un sahip olduğu değerler ve bu değerlere yönelik tehditler göz önünde bulundurularak İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan 2009 yılı onanlı "İstanbul Çevre Düzeni Planı" ile *"İstanbul'un evrensel düzeyde taşıdığı kültürel ve doğal öz değerlerine sahip çıkılarak, İstanbul'a doğası, yaşam kalitesi, erişilebilirliği ve sahip olduğu genç dinamik nüfusu ile dünya ölçeğinde güçlenmiş bir kent statüsü kazandırmak"* amaçlanmaktadır.

İstanbul'un uluslararası ölçekteki rolü ile ilgili öngörülen temel yaklaşım ise;

(i) Küresel ölçekte kültür ve turizm kenti olması,
(ii) Küresel üst bölgenin yönetim hizmetlerine talip olması ve üst bölge ekonomisinden daha fazla pay almasıdır.

<u>İstanbul'un Küresel Turizm Pazarında Rekabet Etme Gücü</u>

Yapılan araştırmalar, İstanbul'da kültür ve turizm sektörlerinin rekabetçilik düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Kentin sunduğu kültürel ve sanatsal ortam, eğlence ve alışveriş olanakları ve canlı bir kentsel yaşam kentlerin cazibesini yükselten, turistlerin kalış sürelerini uzatan ve turistlerin tekrar gelme isteğini artıran unsurlardır. İstanbul'un turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilebilmesi ve mevcut kurulu kapasitenin daha verimli kullanılması için otellerin doluluk oranlarını artıracak ve turistlerin kalış sürelerinin uzatacak stratejiler izlenmesi gerekmektedir. Bunun için ise;

- Kentin kültürel altyapısının güçlendirilmesi,
- Turiste sunulan olanakların çeşitlendirilmesi,
- Farklı çekim odaklarının oluşturulması,
- Sürprizlerle dolu ve kaliteli bir kentsel çevrenin oluşturulması,
- Gece ekonomisinin ve canlı bir kentsel/kültürel yaşamın desteklenmesi, önem taşımaktadır.

İstanbul turizminin önemli bir alt sektörü de fuarcılık ve bilimsel etkinlikler *(kongre turizmi)* olarak öne çıkmaktadır. Bu etkinlikler, İstanbul'un küresel ve bölgesel düzeyde

tanınırlığını arttırmasına, İstanbul'a iş ve akademik çevrelerden ziyaretçilerin artmasına katkı yapabilecek faaliyetlerdir.

Kültürel ve sportif organizasyonlar da İstanbul'un küresel düzeyde tanınmasına katkı yapan faaliyetlerdir. Bu alanlarda uluslararası etkinliklerin arttırılması ve olanların niteliğinin yükseltilmesi ve tanıtımlarının geliştirilmesi İstanbul vizyonunda yer almalıdır.

İstanbul İl Çevre Düzeni Planı Yaklaşımı: İstanbul'un kentsel gelişmesi ve geleceği planlanırken;

(i) Kentin bünyesinde sağlıklı yapılaşmayı ve işlevsel bütünleşmeyi öngören ilkelerin esas alınması,

(ii) Kentin ekolojik ortamıyla sürdürülebilirlik ilişkilerinin sağlam temellere oturtulması,

(iii) Kentin küresel metropoller sistemi çerçevesinde üstlenmesi arzulanan rol ve konumunun belirlenmesi, esas alınmıştır.

İstanbul'un sağlıklı bir yapıya kavuşturulabilmesine yönelik hedef ve stratejiler, belirli ilkeler doğrultusunda tanımlanmıştır. Söz konusu ilkelerden Turizm'i de ilgilendiren ilkesel yaklaşım;

"Başta turizm olmak üzere tarihi değerlere ve sanatsal etkinliklere dayalı kültürel faaliyetleri; uluslararası diplomasiye, kongre ve turizme yönelik dış bağlantıları; finans hareketlerine açık ve nitelikli hizmet sunumuna yönelik girişimleri; eğitim ve ileri teknoloji atılımlarını İstanbul için öncelikli işlevle rol arak öngörmek" olarak belirlenmiştir.

İstanbul'un uluslararası ölçekteki rolü ile ilgili öngörülen temel yaklaşım ise;

(i) Küresel ölçekte kültür ve turizm kenti olması,

(ii) Küresel üst bölgenin yönetim hizmetlerine talip olması ve üst bölge ekonomisinden daha fazla pay almasıdır. Bu üst bölge Balkanlar, Karadeniz havzası, Kafkaslar, Orta Asya, Ortadoğu ve Doğu Akdeniz havzasını kapsamaktadır. Dolayısıyla, İstanbul'un bu üst bölgeyle ekonomik, sosyal, tarihi, kültürel, diplomatik, iletişim ve ulaşım bağlantılarının güçlendirilmesi öngörülmekte ve uluslararası bölgesel merkez olarak hizmet vermesi hedeflenmektedir.

Küresel üst bölgenin-Orta Asya, Orta Doğu, Rusya ve Balkanlar kavşağında bulunan İstanbul'un, stratejik coğrafi konumu ve kültürel bağlantıları nedeniyle bu bölgelere hizmet sunan bir odak kimliği kazanılabilmesi için sunduğu bölgesel hizmetin niteliği geliştirilmelidir.

Üzerinde durulması gerekli bir diğer nokta da hazırlanan çevre düzeni planının İstanbul'un geleceğini yönlendirecek bir kapasite plan olduğudur.

Planın Vizyonu

"Çevresel, toplumsal ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda özgün kültürel ve doğal kimliğini koruyarak gelişen, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip bilgi toplumuna dönüşen, yaşam kalitesi yüksek bir İstanbul" olarak belirlenmiştir.

Bu vizyonun öğeleri ise;

Turizm alanında, ürün çeşitliliğini artırarak, eğitilmiş nitelikli işgücü, yüksek düzeyde teknik altyapı, tesis ve servisleriyle, öncelikle ülke halkının yaşam düzeyini yükselterek, rakip destinasyonlarla yarışabilen bir sektör olmak; Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olma noktasını aşarak, "kitle turizminin" yanı sıra "bireysel turizmin" de önemli cazibe merkezlerinden birisi olmaktır.

Plan'ın İstanbul vizyonu; amaç, hedef, strateji şeklinde kurgulanan mantıksal dizgenin başlangıç noktası olup, anılan kavramlara temel referans noktası olmaktadır. Belirlenen vizyon doğrultusunda; İstanbul'un potansiyellerini yansıtan çeşitli bileşenler ön plana çıkarılmalıdır. İstanbul'un sahip olduğu en büyük potansiyel kültür ve turizm potansiyelidir. Bunun yanı sıra finans, bilim ve teknoloji, kongre-fuar, spor, sağlık, yolcu ve yük transfer merkezi, moda, eğlence, uluslararası ilişkiler ve diplomasi konularında da İstanbul uluslararası ölçekte potansiyele sahiptir.

Kültür ve Turizm alanında; İstanbul'da tarihin, kültürün ve turizmin iç içe olması sebebiyle bu sektörler bir arada ele alınmıştır.

İstanbul yaşamının öğeleri olan ve kentin uzun tarihi bir sürece dayalı tarihi ve kültürel zenginliği, küresel ölçekte örnek olacak bir potansiyeldir. Tarihi kimliğini kullanarak kültür turizmini güçlendirmesi, İstanbul'un bu konuda Londra, Paris, Roma, Viyana, Atina gibi diğer dünya kentleri ile arasındaki farkı kapatması bakımından önem arz etmektedir.

İstanbul'un yalnızca tarihi kültür birikimini turizme açmak düşünülmemeli, kongre turizmi, ekolojik turizm gibi farklı turizm çeşitleri de dikkate alınmalıdır. Tarih ve kültür öğelerinin yansıtıldığı kent dokularına yönelik bilinç ve kültür turizmi yanında, açığa çıkmamış İstanbul'u keşfetme turizminin yaygınlaştırılarak, bölgesel ve küresel platformlara taşınmalıdır. Böylelikle, kitle turizmine alternatif entelektüel turizmin desteklenmesi ve çeşitlendirmeye gidilmesi mümkün olabilecektir.

Küresel ortama hitap edecek turizm faaliyetlerinin ve etkinliklerinin İstanbul'un kültürel geçmişini, birikimini ve deneyimlerini yansıtan türden olması gerekmektedir. Böylesine bir yaklaşım aynı zamanda İstanbul'un değerleri üzerinden Türkiye'nin birikimine atıfta bulunabilen turizm anlamında algılanarak da kullanılabilmelidir.

Planın Amacı

"İstanbul'a; sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal kimlik değerleri ile özdeşleşen, kentin öncelikle kültür ve turizm alanlarındaki üstünlüklerini ön plana çıkartan, çevresel, ekonomik ve toplumsal sürdürülebilirlik ilkelerini mekâna yansıtarak yaşam kalitesini yükselten, ekonomik yapısını bilim ve teknolojiye dayalı ticaret ve hizmet ağırlıklı bir ekonomiye dönüştüren, etkin ve katılımcı bir kent yönetimi/yönetişimi yapılandırmasında, kurumsal ve mekânsal planlarını verimli bir araç olarak kullanan küresel ölçekte güçlenmiş bir kent statüsü kazandırmak" olarak belirlenmiştir.

Planlama İlkeleri

İstanbul'un yaşam destek sistemleri olan doğal alanların, insan yapısı altyapının ve yaşam kalitesinin iyileştirilebilmesi ve kent yönetiminin sürdürülebilir olabilmesi için; uluslararası dinamikler ile ülke, bölge ve kent dinamikleri göz önünde bulundurularak ve insan odaklı bir planlama anlayışıyla aşağıdaki gibi tanımlanmıştır;

- Mekânsal gelişmenin kültürel mirasa saygılı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını gözeten, doğal ve kültürel çevreyle uyum içinde olması,
- İnsan faaliyetlerinin yaşam destek sistemlerine, hassas ve kritik ekosistemlere zarar vermeyecek nitelik ve nicelikte gerçekleştirilmesi,
- Kuzeye eğilim gösteren kent gelişimi engellenerek; doğu-batı aksında ve Marmara Denizi boyunca kademelendirilmiş, çok merkezli ve sıçramalı gelişimin sağlanması,

- Merkez ticaret alanı ve alt merkezler belirlenerek, merkezler kademelenmesinin sağlanması,
- Kentin iki yakasında nüfus ve istihdam dengesinin sağlanarak, Boğaz geçişlerindeki yolculuk talebinin azaltılması,
- Kentin doğrusal, kademelendirilmiş, çok merkezli ve sıçramalı gelişimini destekleyecek yüksek kapasiteli raylı ve denizyolu ağırlıklı toplu taşıma sisteminin oluşturulması,
- Estetik, işlevsel ve yapısal yaşam kalitesinin yükseltilmesi,
- Kentsel hizmetlerin kent bütününde dengeli bir şekilde dağıtımı yapılarak, kentin sunduğu imkânlara erişmede adaletin sağlanması,
- Ekoloji-ekonomi dengesi gözetilerek ekonomide yeniden yapılanmanın sağlanması ve uluslararası rekabet üstünlüğü taşıyan veya taşıyabilecek sektörlerin desteklenmesi,
- Bilgi teknolojilerinin ve ar-ge faaliyetlerinin üniversite ve sanayi işbirliği içerisinde geliştirilmesi,
- Plan kararlarının, deprem başta olmak üzere afet riskleri dikkate alınarak üretilmesi, olarak belirlenmiştir.

Hedefler ve Stratejiler

Planın vizyonuna ve amacına ulaşabilmek için belirlenen hedefler ve bu hedefleri mekâna yansıtacak ana ve alt stratejiler kapsamında, Turizmi ilgilendiren Hedef ve stratejiler aşağıdaki gibidir;

- Hedef 1: İstanbul'un Küresel Düzeyde Güçlenmesini Sağlamak,
  - Ana Strateji 1: İstanbul'a Sahip Olduğu Kimliği İle Özdeşleşen Dünya Ölçeğinde Kültür Odaklı Turizm Kenti Statüsü Kazandırmak.

Bu strateji kapsamında tanımlanan politikalar aşağıdaki gibidir;

- Kentin Turizm Potansiyelini Çevreye, Topluma ve Kültürel Varlıklara Zarar Vermeden Geliştirmek

  - Turizm sektöründe gelişimin sağlanması ve kent ekonomisindeki payının arttırılması için sürdürülebilir turizmin sağlanmasına yönelik plan kararlarının oluşturulması ve bu alanlarda standart ve kalitenin geliştirilmesi,

- Havayolu, demiryolu ve denizyolu ulaşımını güçlendirerek İstanbul'un uluslararası ve kent içi erişilebilirliğinin arttırılması,
- Konaklama olanaklarının çeşitlendirilmesi ve mevcut konaklama ünitelerinin fiziksel kalitelerinin iyileştirilmesi,
- Turizm ve turizm ile bağlantılı diğer hizmet sektörlerinde görev yapan insan kaynağı niceliği ve niteliğinin arttırılması.

▪ İstanbul'u Dünya Turizm Sektöründe Marka Haline Getirmek

- İstanbul'un 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olması gibi uluslararası projeler ile uluslararası boyutta Türk kültürünün tanıtılması ve tarihi boyunca farklı kültürleri bir arada yaşatan İstanbul'un sahip olduğu dünya kültür mirasını tüm zenginliğiyle uluslararası boyutta dünya ile paylaşması,
- Sanat ve kültür forumları oluşturulması ve desteklenmesi, İstanbul'da düzenlenen sanat fuarlarının içeriklerinin zenginleştirilmesi, çeşitlendirilmesi, düşük gelir gruplarıyla buluşmasının sağlanması ve bu fuarlara uluslararası boyut kazandırılması. Aynı zamanda, uluslararası galeriler ile koleksiyoncuların 2010 sürecinde İstanbul'a gelmelerini sağlamak için fuarlara danışmanlık ve mali destek hizmeti verilmesi,
- Yapılacak organizasyonlarla İstanbul'un dünyanın dört bir yanından pek çok kültür sanat insanına ve medya temsilcisini de misafir etmesi ve bir dünya kültür başkenti olarak uluslararası alanda ününü perçinlemesi,
- Uluslararası turizm ajans ve acentelerinin İstanbul'da yer seçmeleri, ulusal ajans ve acentelerin ise yurtdışındaki önemli merkezlerde varlıklarını yaygınlaştırmaları için özendirici ve destekleyici önlemlerin alınması,
- Kitle turizmine alternatif olacak turizm faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Kültür turizmine katkı sağlayacak kültürel mirasın, anıtların ve tarihi yapı stokunun korunarak sunumlarının güçlendirilmesi,
- Kültürel zenginliğinin küresel boyutta sergilenmesine yönelik yaygın ve etkin organizasyonlara dayalı turizm faaliyetlerinin arttırılması,
- Kentin sahip olduğu özgün kültürel ve doğal kimliğine uygun olmak koşulu ile kente anlam ve değer katacak yeni anıtsal ve mimari eserlerin yapılması,

- Kentte düzenlenen uluslararası nitelikteki kültür, sanat vb. etkinliklerin, çağdaş bir anlayışla yönetilen müzelerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,
- "24 Saat Yaşayan Kent" kimliğinin geliştirilmesi,
- Kültür endüstrileri ve bu sektörlerde çalışan insanların kümelendiği 'Kültür odaklarının desteklenmesi.
- Çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri göz önünde bulundurularak turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve mevsimlere yayılması,
- İstanbul'daki turizm faaliyetlerinin bölgesel turizm faaliyetleri ile ilişkilendirilmesi,

▪ Turizmi İstanbullu ile bütünleştirmek

- Kentlinin sektörde yatırım yapma ve turizm olanaklarını kullanma kapasitesinin arttırılması,
- İstanbul'daki yerel halkın yaşadığı çevredeki doğal ve kültürel değerleri algılamasının ve benimsemesinin sağlanması,
- Kültür ve sanat faaliyetlerine destek verilmesi ile İstanbullu sanatçıların uluslararası alana açılması,
- İstanbul'un yöneten ve yönetilenlerin İstanbul için birbirlerine dayanarak, güvenerek, bilgi, birikim ve deneyimlerini paylaşarak ortak refahları için el ele çalışıp üretecekleri yepyeni bir yönetişim anlayışına kavuşmaları,
- Kentlilik bilincinin gelişmesi, İstanbullular kentlerinin sahip olduğu değerleri keşfederken böyle bir kentte yaşama şansına sahip oldukları için gurur duymalarının sağlanması,
- İstanbullular farklı sanat disiplinleriyle kucaklaşması ve İstanbullu gençlerin sanatsal faaliyetlerle daha yakın bir ilişki kurma olanağının sağlanması.

Plan Kararları ve Gerekçeleri

İstanbul'un turizm potansiyelinin ve mevcut kapasitesinin değerlendirilebilmesi ve geliştirilmesine yönelik mekânsal kararlar; kültür odaklı turizm, doğa odaklı turizm, günübirlik rekreasyon, ekolojik turizm ve sosyal etkinlik adası başlıkları altında belirlenmiştir.

Kültür Odaklı Turizm Alanlar: Tarihi ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve turizm potansiyelinin yüksek olduğu, Tarihi Yarımada, Haliç, Beyoğlu, Kadıköy, Üsküdar bölgesi için kültür odaklı turizm alanı kararı verilmiştir. İstanbul'un küresel düzlemde tanınırlığını ve çekiciliğini arttırmak açısından kültürel mirasın sürdürülebilir bir biçimde değerlendirilmesi için;

- Tarihsel mirasın bakım ve onarımının yaygınlaştırılması, restorasyon projelerinin desteklenmesi,
- Endüstri mirası yapıların kültürel amaçlı kullanımının desteklenmesi, bu bağlamda Haliç'in kültür aksı olarak değerlendirilmesi,
- Tematik müzelerin kurulması,
- Tematik kültür gezi güzergâhlarının oluşturulması,
- İstanbul'un tarihsel geçmişinin tanıtılması ve markalaştırılması öngörülmektedir.

Doğa Odaklı Turizm Alanları: Plan'da; İstanbul'un Karadeniz ve Marmara kıyılarında yerleşimin olduğu alanlardan kentlinin ve turistlerin günlük yaşam stresinden kurtulmasına olanak veren potansiyel alanlar için doğa odaklı turizm alanı kararı verilmiştir. Bu doğrultuda, Marmara Denizi kıyılarında, Büyükçekmece, Gürpınar, Silivri, Selimpaşa, Kumburgaz ve Mimarsinan'da; Karadeniz kıyılarında ise Kilyos, Şile, Ağva ve Riva'da deniz potansiyelinden yararlanmak üzere doğa odaklı turizm alanları önerilmektedir.

Günübirlik Rekreasyon Alanları: Kentlinin açık ve yeşil alan ihtiyacı başta olmak üzere, kent içinde ve çevresinde günübirlik kullanımına yönelik rekreasyon ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak Plan'da; Avrupa Yakası'nda Rumelifeneri, Kısırkaya, Kilyos, Zekeriyaköy, Karaburun, Yalıköy, Çatalca ve Alibeyköy'de; Anadolu Yakası'nda ise Riva, Şile, Ağva'da günübirlik rekreasyon alanları önerilmiştir.

Ekolojik Turizm Alanları: İstanbul'da ekolojik turizm amaçlı kullanılabilecek alanlar aşağıda sıralanmıştır.

- Terkos ve Kasatura Arasındaki Ormanlık Alan ve Kıyı Şeridi: Terkos- Kasatura Kıyıları ile Terkos Gölü ve civarı tatlı su ve kumul ekosistemleriyle Türkiye'deki en zengin floraya sahip alanlardan olup, ekolojik turizmin çevre ve bitki inceleme amaçlı türüne hizmet edecek niteliktedir.

- Ağıl Dere ve Ağaçlı Kumulları: Karadeniz kıyılarında Terkos ile Kilyos arasında yer alan nadir kumul bitki türlerinin bulunduğu alan, bitki inceleme amaçlı ekolojik turizme hizmet verecek niteliktedir.
- Gümüşdere (Kilyos) Kumulları: Önemli bitki tür ve popülasyonlarını içeren Kilyos Kumulları botanik incelemeleri için önemli bir alandır. Bitki inceleme, tespit amaçlı ekolojik turizme hizmet verecek niteliktedir.
- İstanbul Boğazı'nın Kuzey Kısımları: İstanbul Boğazı'nda henüz yapılaşmamış kıyılardaki kayalar ve kumullar ile Belgrat Ormanı'nı içine alan bu alanda özgü bitki türleri bulunmakta olup, bitki incelemeleri için doğal laboratuar niteliğindedir.
- Büyükçekmece Gölü: Göl çevresi, kuş gözlemciliği için önemli bir eko turizm alanıdır.
- Küçükçekmece Gölü: Çevresi büyük ölçüde yapılaşmakla birlikte, halen birçok kuş türünün konaklama ve geçiş alanı olduğundan kuş gözlemciliği yönünden değerlendirilebilir alandır.
- Hadımköy ve Kemerburgaz Arasındaki Mera ve Fundalıklar: Alanda bulunan beş bitki türü Bern Sözleşmesi listesinde yer alan korunması gereken bitkilerdendir. Bu ve diğer nadir türlerin tespitinde botanikçiler için uygulama alanı niteliğindedir.
- Ömerli Havzası: Bitki araştırmacıları için uygun araştırma alanıdır. Alanın içerisinde bulunan Ömerli Fundalıkları ve Polonezköy Tabiat Parkı, ekolojik turizme uygun niteliktedir.
- Sahilköy ve Şile Arasında Kalan Kumullar ve Ormanlar: Küresel ölçekte tehlike altında bulunan bitki türleri ve topluluklarına ev sahipliği yapan alan, diğer alanlar gibi botanik topluluklarının inceleme ve gezi alanı olarak değerlendirilmektedir.

Önemli bitki alanları dışında, nadir ve tehlike altında bulunan bir ekosistem özelliğini gösteren Beykoz'daki Göknarlık Tabiatı Koruma Alanı da ekolojik turizme hizmet sunan alanlardandır.

Plan Raporu'nda; "Plan Kararları ve Gerekçeleri" kapsamında İstanbul'da "Turizm Çeşitliliği" aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

Turizm Çeşitliliği:

İstanbul'un sahip olduğu turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilebilmesi ve mevcut kurulu kapasitenin daha verimli kullanılması için yukarıda belirtilen konuların dikkate alınması gerekmektedir. Bunun için de kentin turizm altyapısının güçlendirilmesi ve turiste sunulan olanakların çeşitlendirilmesinin yanı sıra yakın çevrede farklı çekim odaklarıyla bütünleşmenin sağlanması önem arz etmektedir.

Bu kapsamda, Pierre Loti ile Eyüp Merkez Bölgesi arasında hizmet veren teleferik hizmetinin kentin farklı cazibe noktalarında da verilmesi olanakları değerlendirilmelidir. Örneğin, bu hatta Sütlüce istikametinde devamlılık kazandırılmalıdır. Bunun dışında, Atatürk Olimpiyat Parkı, Avcılar-Firuzköy Fuar Alanı, Küçükçekmece İç-Dış Kumsal ve Küçükçekmece Gölü açıklarında yapılması öngörülen sosyal etkinlik adası arasında da teleferik, havaray, monoray vb. hizmetler verilebilir.

Turizmin çeşitlendirilmesi ilkesi kapsamında *kongre turizmine* yönelik altyapının geliştirilmesi öngörülmüştür. İstanbul'un kongre turizmindeki önemi her geçen gün artmaktadır. Ancak bu sektöre yönelik mevcut altyapı olması gereken seviyeye ulaşamamıştır. Kongre turizminde organizasyon ve tanıtım sorunu yaşanmakta ve mevcut kapasite verimli kullanılamamaktadır. Küresel turizm piyasasındaki rekabet gücünü arttırmak açısından, İstanbul "yeni bir yüz olma" avantajını ivedilikle kullanmalıdır. Bu ise öncelikle uluslararası normlardaki mevcut kapasitenin daha verimli kullanılması ile mümkün olacaktır. Bunu sağlamak için kentin kültürel altyapısının geliştirilmesi, kent içi ulaşım sorunlarını hafifletecek ve çeşitli odaklar arasında rahat ulaşım imkânları sağlayacak çözümlerinin acilen yaşama geçirilmesi, İstanbul'da görece eksikliği tespit edilen 3 yıldızlı ve özel belgeli tesis (butik otel) kapasitesini arttıracak önlemlerin alınması gerekmektedir. Ayrıca, kongre turistinin profili ve beklentileri gereği yukarıda önerilen yaklaşımlar doğrultusunda İstanbul'u her zaman yaşayan canlı, şenlikli bir kent haline getirmek, kültür ve sanat ortamını geliştirerek kenti kongre turizmine hazır hale getirmek gerekmektedir.

Kültür ve sanat festivalleri İstanbul'un hem yerel, hem de uluslararası kimliğine ve imajına değer katan, ulusal ve uluslararası medyada yer bulan ve dolayısıyla kentleri tanıtan, kente gelen gerek yerli gerekse yabancı ziyaretçi sayısını arttıran, turizmin yanı sıra pek çok başka sektörü de tetikleyerek kentsel ekonomiyi canlandıran ve istihdam oluşturan, kentteki yaşam kalitesine ve toplumsal bütünleşmeye katkıda bulunan, sanatsal üretimin

gelişmesine destek olan, farklı eğlence ve eğitim olanakları sunan faaliyetlerdir. Bu açıdan; Salı Pazarı, Haydarpaşa, Haliç kıyıları, Kâğıthane ve Alibeyköy'de depolama ve sanayi işlevinden dönüşebilecek alanların; uluslararası nitelikteki festivaller için çok fonksiyonlu, donanımlı bir festival ve kültür alanı olarak düzenlenmesi öngörülmüştür. Daha büyük alan gereksinimi olan açık hava festivalleri için ise kent çeperlerinde alternatif alanlar gerekmektedir. Bu işlev için İstanbul'un doğu ve batı yakasında önerilen fuar ve festival alanlarına ilave olarak Hazerfen Havaalanı ve Maltepe Bölge Parkı da uygun seçeneklerdir.

Kültür turizmini destekleyen bir diğer bileşen de *müzelerdir*. İstanbul'u küresel düzlemde tanıtmak ve çekiciliğini arttırmak açısından müzelerin geliştirilmesi gerekmektedir. İstanbul'da uluslararası alanda ilgi çeken müze sayısı azdır. Müzelerin yerli ziyaretçi sayısı da yeterli seviyede değildir. Bu doğrultuda, mevcut müzeleri daha çok ziyaretçi çeker hale getirecek önlemlerin yanı sıra ilgi çekici prestij projeleri olarak çağdaş müzelerin kurulması ve uluslararası düzeyde daha fazla sergilere ev sahipliği yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda, tematik müzelerin kurulması, endüstri mirası yapıların müze amaçlı kullanımının desteklenmesi, müzelerle entegre tematik kültür gezileri güzergahlarının oluşturulması gerekmektedir. Haliç kıyıları, Salıpazarı Limanı, Haydarpaşa Limanı gibi bölgeler merkezi konumları sebebiyle müzeler için ideal yerlerdir.

Kruvaziyer turizmi, İstanbul'un değerlendirmesi gerekli bir diğer turizm çeşidi olup, buna yönelik olarak Plan'da Salıpazarı, Haydarpaşa ve Zeytinburnu (Zeyport) limanlarının kruvaziyer liman olarak hizmet vermesi; ilave olarak Kartal'da da kruvaziyer liman yapılması önerilmiştir.

İstanbul cami, kilise ve sinagogun yan yana olduğu ender şehirlerden biri olarak *inanç turizmi* açısından da büyük bir potansiyele sahip olmakla birlikte; yeteri kadar yararlanılamayan bu inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilerek, hedef kitle olan üç büyük semavi dinin özellikle özel günlerini kapsayacak organizasyonlar yapılması gerekmektedir.

İstanbul'da uluslararası nitelikte çeşitli spor aktivitelerinin yapılması, kent için son derece önemli bir tanıtım fırsatı sağlayacaktır. *Spor turizmi*nin geliştirilmesi kapsamında Plan'da, İstanbul'da son yıllarda başarıyla gerçekleştirilen spor organizasyonlarının (Formula 1, motor sporları, sürat teknesi yarışı) yanı sıra kentin imajını arttıracak ve turizm açısından cazibe noktası haline getirecek çeşitli uluslararası spor organizasyonlarının üstlenilmesi,

gerçekleştirilen çeşitli organizasyonların (Avrasya Maratonu vb.) ise tanınırlığının ve katılımın arttırılması gerekmektedir.

İstanbul'da son dönemde ön plana çıkan bir diğer turizm çeşidi de *sağlık turizmi*dir. İstanbul, sahip olduğu sağlık tesisleriyle son yıllarda sağlık turizmi açısından önemini arttırmaktadır. Bu sebeple Plan'da, mevcut sağlık tesislerinin hizmet kalitelerinin daha da geliştirilerek mevcut talebin arttırılması; kentteki turizm olanaklarının çeşitlendirilmesiyle de İstanbul'a sağlık sorunları sebebiyle gelen hastaların tedavi sonrası kalış sürelerinin uzatılmasını sağlayacak ve tüketici ile sağlık turizmi sektörünü buluşturacak profesyonel organizasyonların geliştirilmesi öngörülmüştür. Plan'da sağlık turizmi ile ilgili olarak sağlık parkı önerisi de yer almaktadır.

İstanbul'un yakın çevresiyle turizm bütünleşmesi sağlaması ve bu doğrultuda kente gelen turistlerin Çanakkale (Truva, Gelibolu Milli Parkı), Yalova (Termal), Bursa (Uludağ), Bolu (Kartalkaya, Abant), Sakarya (Sapanca), Balıkesir (Marmara Adaları) ve Trakya (Yıldız Dağları, Longoz Su Basar Ormanları) gibi önemli turizm odaklarına yönlendirilmesi kente gelen turistlerin kentte kalış süresini arttıracaktır. Türkiye Turizm Stratejisi–2023 Kavramsal Eylem Planı'nda da vurgulanan bu konunun başarılabilmesi için bu olanakların etkin bir şekilde tanıtılması, paket turlar halinde organize edilip pazarlanması ve alt yapı eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir.

1.13. İstanbul Kalkınma Ajansı - İSTKA, İstanbul Bölge Planı (2014-2023)

İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) koordinasyonunda hazırlanan 2014 yılında onaylanan İstanbul Bölge Planı, TR10 Düzey 2 İstanbul Bölgesini kapsamakta ve 2014-2023 yılları arasını hedeflemektedir. 2014-2023 İstanbul Bölge Planı, İstanbul'un ekonomik, sosyal ve mekânsal gelişimini sağlamaya yönelik olarak belirlenen 3 temel eksen üzerinde yükselen stratejilerden oluşmaktadır.

Ekonomik gelişme ekseni, küresel ekonomide söz sahibi, yüksek katma değer üreten, yenilikçi ve yaratıcı bir İstanbul ekonomisi yaratmak üzere oluşturulmuştur.

Sosyal gelişme ekseni, ekonomik alanda yaratılan kazanımların sosyal gelişmeyi de beraberinde getirmesi ve İstanbul'da bütüncül kalkınmanın gerçekleştirilmesi amacı ile adil paylaşan, kapsayıcı ve öğrenen toplum olarak belirlenmiştir. İstanbul'un 2023 yılında

insanların keyifle yaşayıp üretebilecekleri, özgürlük ve yaratıcılıklarını hem bireysel gelişimleri ve hem de toplumsal refahın üretimi için en iyi şekilde kullanabilecekleri bir kent olması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, İstanbul Bölge Planı vizyonunu oluşturan üçüncü ana eksen keyifle yaşanan, özgün kentsel mekânlar ve sürdürülebilir çevre olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda;

2023 İstanbul Bölge Planı vizyonu; "*Yaratıcı ve Özgür İnsanlarıyla, Yenilik ve Kültür Kenti; Özgün İstanbul"* olarak kabul edilmektedir.

Planda Turizm sektörü ile ilgili strateji ve hedefler ise;

Strateji 1. İstanbul'un Ekonomik Anlamda Küresel Çekim Merkezi Olması

2023'te İstanbul'un küresel ekonomide stratejik aktör olabilmesinde finans, turizm, lojistik, sağlık ve eğitim gibi yüksek katma değerli ve yüksek gelir getiren sektörler kilit rol oynayacaktır. Hem bölgesel dinamiklerle öne çıkmış, hem de ulusal politikalarla desteklenmiş bu sektörlerin, ulusal ve yerel ölçekte detaylandırılan stratejilerinin hayata geçirilmesi gerekmektedir.

- Turizm alanında yatırımlara ağırlık verilmesi ve İstanbul'un küresel turizm merkezleri ile rekabet düzeyi yüksek bir cazibe merkezi ve marka kent olmasının sağlanması.
- İstanbul'da sağlık turizmi, sağlık hizmetleri ve sağlık Ar-Ge'si yatırımlarının artırılması; sağlık sektörünün rekabetçiliğinin artırılarak İstanbul'un bu alanda küresel bir merkez olması.

Strateji 2. İstanbul'un küresel rekabet gücünü ortaya koyabileceği ve uluslararası değer zincirinde yüksek katma değerli işlevler edineceği sektörlerde uzmanlaşması ve bu sektörlerin geliştirilmesi.

- Turizm, finans, lojistik, yaratıcı endüstriler ve Ar-Ge yoğun sektörler başta olmak üzere İstanbul'da rekabet gücü yüksek olan öncelikli sektörlerin istihdam ve üretim paylarının artırılması.

Strateji 3. Orman ve tarım alanlarının korunması ve geliştirilmesi.

- Orman alanlarında eko-turizmi artıracak faaliyetlerin yaygınlaştırılması.

1.14. İBB Stratejik Planı (2020-2024)

2020-2024 İBB Stratejik Planı'nı ülkemizde ve dünyadaki örneklerden ayıran en önemli unsur, benzerine çok az rastlanır şekilde katılımcı bir yaklaşımla oluşturulmasıdır. Daha 'adil, yaratıcı ve yeşil' bir kent gerçekleştirmek ve bu kenti yaşayanları ile birlikte bütün paydaşların dâhil edildiği bir süreç yürütülmüştür.

Planın Misyonu: Yeni nesil belediyecilik anlayışıyla şehrin tüm değerlerine sahip çıkarak üreten, kültürel ve sosyal yasamı ile 24 saat yasayan bir İstanbul için erişilebilir hizmetler sunmak.

Planın Vizyonu: Adil, yeşil ve yaratıcı şehir, mutlu İstanbullu.

Planın Temel değerleri :

- Adalet
- Şeffaf ve Hesap verilebilirlik
- Etik
- Kapsayıcılık
- Yenilikçilik
- Çevreye Duyarlıklık
- Liyakat
- Katılımcılık
- İnsan Odaklı
- Çeviklik

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2020-2024 Stratejik Planı hazırlık sürecinde en öne "katılımcılık" anlayışını koymuş, "İstanbul Senin!" sloganıyla yola çıkmış, bir ilk olarak ülkenin en geniş katılımlı stratejik planını hazırlamayı hedeflemiş ve gerçekleştirmiştir.

Planın Temaları ve tema alanları aşağıdaki gibidir;

Tablo 1-3. İBB Stratejik Planı (2020-2024) plan temaları ve tema alanları

	Temalar	Tema Alanları
1	Ulaşılabilir İstanbul	Kentsel Planlama, Ulaşım, Modern Altyapı, Kentsel Bilişim, Acil Sağlık, Afet ve Acil Durum, Kentsel Dönüşüm
2	Çevreye Duyarlı	Yeşil Alan, Deniz, Hava, Su Yönetimi, Enerji ve Enerji Verimliliği, Atık Yönetimi
3	Üreten İstanbul	İstihdam, Turizm, Yerinde Tarım, Girişimcilik, Yatırım Ofisi, Mesleki Eğitimler
4	Paylaşan İstanbul	Sosyal Kapsayıcı Hizmetler, Sosyal Destek Hizmetleri, Sosyal Yardımlar
5	Yaşayan İstanbul	Sağlık, Vektörlerle Mücadele, Kültür ve Sanat, Spor, Etkinlikler, Uluslararası Organizasyonlar, Spor Tesisleri, Hayvan Hakları ve Yaşamı, Veterinerlik Hizmetleri, Denetimler, İzin ve Ruhsat, Tüketici Hakları
6	Eşsiz Miras	Somut/Somut Olmayan Tarihi Varlılarımız
7	Finansal Sürdürülebilirlik	İBB Bütçesi, Tasarruf, Yeni İş Modelleri, Alternatif Finansman Kaynakları, Varlıkların Etkin Yönetimi
8	Katılımcı ve Yenilikçi Yönetim	İyi Yönetişim, İş Sağlığı, Organizasyonel Gelişim, İştirak Yönetimi, Operasyonel Mükemmellik, Paydaş Odaklılık

Stratejik Planda Turizm sektörüne yönelik amaç ve hedefler;

Tema: Üreten İstanbul

Tablo 1-4. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması

Amaç	A4 - Kentin Ekonomik Değerinin Yükselmesine Katkı Sağlamak
Hedef	A4H1 - İstanbul'un Turizm Potansiyelini Geliştirmek
Sorumlu Birim	Kültür Daire Başkanlığı
İşbirliği Yapılacak Birimler	Dış İlişkiler Daire Başkanlığı
	Kültür Varlıkları Daire Başkanlığı
	Bilgi İşlem Daire Başkanlığı
	Sosyal Hizmetler ve Bağımlılıkla Mücadele Daire Başkanlığı

Tablo 1-5. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması Hedef Performans Göstergeleri

Hedef Performans Göstergeleri	Ölçü Birimi	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2019 Tahmini	2020	2021	2022	2023	2024	İzleme Sıklığı	Raporlama Sıklığı
İstanbul'un Marka Değerini Artıracak Festival Sayısı	Adet	25	-	2	4	6	8	10	Üç Ayda Bir	Altı Ayda Bir
İstanbul'un Uluslararası Alanda Etkin Tanıtımının Yapılması Amacıyla Oluşturulacak Dijital Platformların Toplam Görüntülenme ve İndirilme Sayısı	Adet	25	18.245.7	33.245.7	50.745.7	70.745.7	93.245.7	113.245.7		
Ulaşılan Toplam Yabancı Öğrenci Sayısı	Kişi	25	-	15.000	30.000	50.000	75.000	100.000		
Ulusal ve Uluslararası Fuarlara Toplam Katılım Sayısı	Adet	25	1	6	11	16	21	26		

Tablo 1-6. İBB Stratejik Planı Üreten İstanbul Teması Hedef Riskleri ve Maliyetler

Hedef Riski	Çevresel Faktörlerin Turizm Potansiyelini Olumsuz Etkilemesi
	İşbirliği ve Koordinasyon Sağlanan Protokol ve Sözleşme İptalleri
Faaliyet ve Projeler	Turizme Yönelik Faaliyetler
Maliyet Tahmini	₺20.755.351
Tespit	Turizm Gelirlerinin Yeterli Düzeyde Olmaması
İhtiyaçlar	İstanbul'un Turizm Potansiyelinden Fayda Sağlayacak Yatırım ve Gelir Kalemlerinin Oluşturulması

Tema: Eşsiz Miras

Tablo 1-7. İBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması

Amaç	**A7 - Kültürel, Mimari ve Doğal Şehir Mirasını Korumak ve Geliştirmek**
Hedef	A7H2 - İstanbul'un Kültürel ve Tarihsel Kimliğini Yansıtacak Çağdaş Müzeleri Turizm ve Kültür İhtiyaçları Açısından Planlayarak Oluşturmak
Sorumlu Birim	Kültür Varlıkları Daire Başkanlığı
İşbirliği Yapılacak Birimler	Kültür Daire Başkanlığı
	Sosyal Hizmetler ve Bağımlılıkla Mücadele Daire Başkanlığı

Tablo 1-8. İBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması Hedef Performans Göstergeleri

Hedef Performans Göstergeleri	Ölçü Birimi	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2019 Tahmini	2020	2021	2022	2023	2024	İzleme Sıklığı	Raporlama Sıklığı
Müze Ziyaretçi Sayısı	Kişi	20	200.000	240.000	288.000	346.000	414.000	497.000	Üç Ayda Bir	Altı Ayda Bir
Restorasyonu ve Konservasyonu Tamamlanan Yıllık Müze Eser Sayısı	Adet	10	100	110	132	145	159	175		
Geliştirilen ve Zenginleştirilen Taşınır Kültür Varlıkları Sayısı	Adet	20	16.991 (Kümülatif)	17.041	17.141	17.241	17.341	17.441		
Müze Sayısı	Adet	50	5 (Kümülatif)	6	8	10	12	15		

Tablo 1-9. iBB Stratejik Planı Eşsiz Miras Teması Hedef Riskleri ve Maliyetler

Hedef Riski	Müze Eserleri Kaçakçılığı
	Müze Ziyaretçi Sayısındaki Azalma
Faaliyet ve Projeler	Müzecilik Hizmetleri
Maliyet Tahmini	₺119.099.635
Tespit	Müzecilik Faaliyetleri ile İlgili Tanıtım Eksikliği
	Müze Eserlerini Koruma Konusunda Toplumsal Bilincin Yeterli Düzeyde Olmaması
İhtiyaçlar	Müzecilik Faaliyetleri Tanıtımının Artırılması ve Etkin Yönetimi
	Somut ve Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Toplumsal Farkındalığın Artırılması

1.15. Turizm Master Planı Kadim İstanbul (2015-2025)

Turizm dünyada en hızlı gelişen sektörler arasında yer almaktadır. Ülkeler, bölgeler, kentler artan küresel rekabet ortamında sermayeyi, yatırımları ve yüksek gelir bırakan turistleri çekmek için kıyasıya bir yarış içindedir. Birçok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye'de de turizm ekonominin öncü güçlerinden birini teşkil etmekte; istihdam oluşturmak, döviz girişi sağlamak ve yabancı sermaye yatırımlarını çekmek açısından en önemli sektörlerden biri olarak görülmektedir.

Yapılan araştırmalar, gelişen bu turizm pazarında eğilimlerin farklılaştığını, değişen değer yargıları ve tüketim kalıpları sonucu turistlerin artık özgün ve tekil olana yöneldiğini; tercihlerini kültürel açıdan deneyim zenginliğini ve çeşitliliğini en çoğa çıkaracak, tarihi ve doğal çevreye saygılı destinasyonlardan yana yaptıklarını ortaya koymaktadır.

Günümüzde, turistlerin en önemli seyahat nedenleri arasında tarihi ve kültürel miras ile çeşitli sanatsal ve kültürel aktiviteler ön sıralardadır. Anılan turist profili için İstanbul tarihi, kültürel birikimi, özgün coğrafyası ve doğal değerleri ile eşsiz bir kenttir. Bu

nitelikler İstanbul'a turizm potansiyellerini kullanmak açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından 2015 yılında hazırlanan Kadim İstanbul Turizm Master planın amaçları aşağıdaki gibidir;

(i) İstanbul'un özgün değerlerini, yerel özelliklerini hedeflerinde dikkate alarak geliştirmek; bu değer ve özelliklere saygı göstererek, değerlerin geçmişten geleceğe kesintisizliğini sağlamak,
(ii) Şehrin kültür ekonomisini İstanbullu ile birlikte güçlendirmek,
(iii) Turizm gelirlerini artırmak,
(iv) Turist sayısını artırmak,
(v) Kişi başı turizm harcamasını yükseltmek,
(vi) Turistlerin kalış sürelerinin uzatmak,
(vii) Turistlerin tekrar gelmelerini sağlamak,
(viii) Rakip destinasyonlarla yarışabilen güçlü bir sektör geliştirmektir.

Planın Vizyonu

Özgün, tarihi ve kültürel değerlerine saygı gösteren, koruyan, güçlendiren, İstanbullu ile bütünleşen, dünya kentleriyle rekabet eden, kültür ekseninde gelişen, hoş ve çarpıcı bir deneyim sunan, başlangıcı geçmişin derinliklerinde gizli: Kadim İstanbul

Barındırdığı kültürel mirasın korunarak hizmete sunulması, dünya turizm pazarında daha etkin söz sahibi olması, benzer metropoller ile rekabetinde üst basamaklara tırmanması, arzu edilen turist sayısı ve turizm gelirlerine erişilebilmesi amacına ulaşabilmek için 4 ana hedef belirlenmiştir:

- Hedef 1: Eğitilmiş Nitelikli İşgücü, Yüksek Düzeyde Teknik Altyapı, Tesis ve Servisleriyle, Öncelikle İstanbullunun Yaşam Düzeyini Yükselterek, Turizmi Şehir ve İstanbullu İle Bütünleştirmek
  - Eğitim Olanaklarının Geliştirilmesi
  - Aidiyet ve Kentlilik Bilincinin Oluşturulması
  - İstanbullunun Tarihi Alanlara ve Kentsel Mirasa Sahip Çıkması
  - Kentlinin Turizm Yatırımı Yapma Kapasitesinin Artırılması
  - Yabancı Ziyaretçilerin İhtiyaçlarına Göre Planlama Yapılması
  - Şehir İçi Ulaşım Olanaklarının Güçlendirilmesi
  - İstanbul'a Dışarıdan Ulaşım Olanaklarının Güçlendirilmesi

- Konaklama Olanaklarının Güçlendirilmesi
- Yaşam Kalitesinin Artırılması
- Kent Güvenliğinin ve Güvenlik Algısının iyileştirilmesi
- Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesinin Artırılması

➢ Hedef 2: İstanbul'da Turizmin, Kültür Ekseni Üzerinden Geliştirilerek Soyut ve Somut Mirasın Deneyimlenmesini Sağlamak ve Şehrin Kültür Ekonomisini Güçlendirmek

- İstanbul'un Belleği Olan Kültürel Mirasın Korunması
- Kültürel Miras Turizminin Geliştirilmesi
- Somut Olmayan Mirasın Keşfedilmesi
- Kültürel Deneyim Çeşitliliğinin Artırılması
- Kreatif Endüstrilerin Geliştirilmesi
- İnanç Turizminin Geliştirilmesi

➢ Hedef 3: İstanbul'da Turizmi Alternatif Türlerle ve Mekânlarla Çeşitlendirmek

- Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi
- Spor Turizminin Geliştirilmesi
- Doğa Turizminin Geliştirilmesi
- Alışveriş Turizminin Geliştirilmesi
- Festival Turizminin Geliştirilmesi ve Desteklenmesi
- Gençlik Turizminin Geliştirilmesi
- Sağlık Turizminin Geliştirilmesi
- Kongre Turizminin Geliştirilmesi
- Fuar Turizminin Geliştirilmesi
- Yat Turizminin Geliştirilmesi
- Kruvaziyer Turizminin Geliştirilmesi
- Kesif Atlasının Geliştirilmesi
- Kıyı ve Orman Alanlarında Rekreasyon Olanaklarının Geliştirilmesi
- Tüm Turizm Türlerinin Mekânsal Olarak İlişkilendirilmesi

➢ Hedef 4: Kentin Taşıma Kapasitesini Gözeterek, Turizm Arz ve Talep Dengesini Koruyan Etkin Bir Turizm Yönetim Modeli Oluşturmak

- Etkin Turizm Yönetiminin Oluşturulması
- Akıllı Turizm Deneyim Sistemi: SMARTURİSTANBUL
- Turizm Sektöründe Ar-Ge'nin Öncelikle Ele Alınması
- Marka Şehir ve Etkin Tanıtım Çalışmalarının Geliştirilmesi

1.16. İstanbul İli Tabiat Turizmi Master Planı (2013-2023)

Türkiye'de Tabiat turizminin önemi son yıllarda giderek anlaşılmaya başlanmış ve turizm politikaları içerisinde sıklıkla adı geçen geliştirilmesi gerekli alternatif turizm türlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından 2013 yılında hazırlanan planda, sürdürülebilirlik kapsamında tabiatın içerisindeki tarihi - kültürel mirasımızın kaynak değerlerimizin ortaya konulması, canlandırılması ve Tabiat turizmi ürünlerinin zenginleştirilmesi sağlanmaktadır. Tabiat turizmi ayrıca, tabii ve sosyo-kültürel mirasın korunmasında, yöresel kalkınmaya destek vererek bölge halkının sosyal ve ekonomik açıdan yaşam kalitesinin yükselmesine katkıda bulunan bir turizm çeşididir.

Tabiata dayalı turizm yönetiminin entegre bir anlayışla (alan ve çevresinin sahip olduğu tabii, tarihi ve sosyo-ekonomik kaynakların bütüncül ele alınması) değerlendirilmesi de önemlidir.

Tabiat Turizminin İlkeleri

Tabiat turizmi ilkeleri; yararlanma, gelişim, tasarım, kırsal ekonomi, koruma ve pazarlama olmak üzere 6 ana başlık altında özetlenebilir.

Tabiat Turizminin Faydaları

Tabiat turizm aktivitelerinin bulunduğu destinasyonlarda çevre eğitimi imkânı sağlamakta ayrıca bunun yanında, tabiliğin yaşatılmasına olanak sağlayan tutum ve davranışları da teşvik etmektedir. Yine sürdürülebilir bir sanayi ve kalkınma için yöre halkını motive edici bir etkiye de sahiptir.

Tabiat turizmin yöre kalkınmasına sağlayacağı faydaları şunlardır;

- Kırsal alanlara götürülecek altyapı, sağlık ve eğitim gibi hizmetlerin kalite ve sayısında artmasına,
- Tabiat turizminin gelişmesi ile kırsal yöredeki kadınların aile içerisindeki rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha aktif olarak katılmasına,
- Restore çalışmaları ile geleneksel mimari tarz korunarak çevrenin peyzaj açısından planlanmasına,
- Kentte yaşayanların kırsal hayatı yerinde görmesi sonucu kırsal hane halkının problemlerinin fark edilmesi şeklinde çözüme kavuşturulmasına,

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasına,
- Kentte yaşayan insanların kırsal alanları ziyareti sonucu her iki kesim arasında bilgi akışı olabilir. Bunun sonucunda kırsal alandaki halk için yeni şeylerin öğrenilmesi, yeni insanlar tanıma ve dışa açılma; turistler için ise kırsal aile ile birlikte yaşama, yeni dost edinme ve farklı hayat görüşüne sahip olma gibi faydalar sağlanabilir.
- Kırsal halka yerinde istihdam sağlanması,
- Bölge ekonomisinde üretim çeşitliliğinin artırılarak ekonomik istikrarın sağlanmasına,
- Bölgede nitelikli, niteliksiz işgücüne önemli çalışma fırsatlarının oluşturulmasına,
- Bölgede yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesine,
- Yerel düzeyde sanayi ve ticareti uyarıcı altyapı yatırımlarının geliştirilmesine,
- Gençlerin ve toplumun eğitimi ile yerel düzeyde modernizasyon sürecinin sağlanmasına,
- Sosyo-ekonomik gelişme konusunda başka seçeneği olmayan bir yörede yerel halk ve turistler tarafından kullanılabilecek rekreasyonel ve turistik olanaklar sağlanmasına,
- Yerel düzeyde kişisel gelirlerin ve vergi vb. kamu gelirlerinin artmasına,
- Yerel düzeyde imajın geliştirilmesi ve yerel halkın çevreyi koruma ve geliştirme bilincinin artmasına

Planın Hedefleri

- Tabiat Turizminde rekabeti ucuz ürün yerine, markalaşan turizm bölgeleri oluşturarak sağlamak,
- Var olan tabiat turizmi potansiyelimizi sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alıp planlamak,
- Tabiat Turizmini hükümetin sosyo-ekonomik hedeflerini destekleyecek şekilde geliştirmek,
- Tabiat Turizmindeki gelişmeleri sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklemek,
- Uluslararası işbirliğini güçlendirmek,
- Tabiat Turizmi sektörel gelişme politikaları ve hedeflerinin, genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleri ile uyumlu olmasını sağlamak,
- Küresel eğilim taleplerini izlemek ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapmak,

- Sürdürülebilir tabiat turizmi konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarını bilinçlendirmek,
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlama çalışmalarını etkin kılmak,
- Alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, tabiat turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulmasını sağlamak,
- Tabiat turisti profiline odaklanan turizm ürünleri oluşturmak,
- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması için metotlar geliştirmek,
- Tabiat Turizmiyle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğini özendirerek kamunun yükünü hafifletmek,
- Tabiat Turizmi eğitimi ile işgücü kalitesini arttırmak ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamak,
- Öncelikli tabiat turizmi türlerine ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirmek,
- Tabiat Turizmi potansiyelimizi ortaya çıkararak uluslararası bir marka haline gelmek,
- Dünya çapında benzerleriyle yarışabilir düzeyde serbest turizm ticaret bölgeleri oluşturma.

1.17. İstanbul 2050 Vizyon Strateji Belgesi

İstanbul Büyük Şehir Belediyesi İstanbul Planlanma Ajansı tarafından 2022 yılında hazırlanan strateji belgesinde; İstanbul 2050 Vizyonu, "Başka Bir İstanbul Hayalimiz Var" mottosu ile her adımda İstanbul'u düşünen, İstanbul'un ruhunu yeniden yaşatmak için hazırlanan bir rehber niteliğindedir.

İstanbul'un 2050 yılı vizyonu; "*Hayatın tüm çeşitliliğiyle canlı ve özgür olduğu, herkesin iyi yaşadığı bir dünya şehri, İstanbul!*"dur.

İstanbul 2050 Vizyonunun Temel Politikaları:

(i) İstanbul acil olarak adil bir kente dönüşmek zorundadır.
(ii) İstanbul'da iyi yaşam herkesin hakkıdır.
(iii) Özgürlük İstanbul'un ruhundadır.
(iv) İstanbul'un doğası önceliklidir.
(v) İstanbul dayanıklı ve güvenli bir kent olmalıdır.
(vi) İstanbul canlıdır ve yenilikçidir.

(vii) İstanbul çeşitliliğiyle güçlüdür.

(viii) Gençler İstanbul'un enerjisidir.

İstanbul değişime açık olan, dönüşen, girişimciliğin ve yaratıcılığın merkezi olan, uluslararası yatırımlar için çekim merkezi haline gelen, yarattığı zenginliği toplumsal refaha dönüştüren, nitelikli işgücünü ve istihdamı artıran, ekonomik çeşitliliği ile herkesi kapsayan bir kent olmak için yenilikçi düşünce ve yaratıcılığı desteklemelidir. Kentin canlılığı artırılarak, İstanbul dünyanın önde gelen daimî ve vazgeçilmez bir yaratıcılık, yenilik, kültür, sanat, turizm ve spor odağı olmalıdır.

İstanbul 2050 mekânsal stratejileri 3 kademeli mekânsal bir sisteme dayanmaktadır. Kenti bir bütün olarak kültür mirası kabul eden İstanbul 2050 mekânsal stratejileri sisteminde; Fatih, Beyoğlu, Kadıköy ve boğaz yerleşimlerini içeren birinci kademe mekân geleneksel üretim, tarihi ve kültürel merkez, yaratıcılık ve turizm merkezi teknolojik dönüşüm ile geleceğin yenilikçi mekânlarını temsil etmektedir. Her kademe üreten, kendine yetebilen, birbiri ile ilişki kurabilen ve gelecek kuşaklara bugünün değerlerini taşıyan bir yaklaşım ile kurgulanmıştır.

İstanbul'un 2050 yılı vizyonunu ve temel politikalarını hayata geçirmek üzere 7 ana tema altında toplam 38 stratejik amaç ve bu amaçların yol haritasını ortaya koyan 246 hedef tanımlamaktadır. Bu temalardan Turizm sektörüne yönelik olanlar incelenmiştir.

'Etkin ve Kapsayıcı Hareketlilik' teması çerçevesinde; raylı sistemler başta olmak üzere toplu taşımanın geliştirilmesi; yaya, bisiklet ve mikro hareketlilik türlerinin kentte bir ulaşım türü olarak yaygınlaştırılması, kapsayıcı ve bütünleşik bir ulaşım sisteminin oluşturulması, kentin bölgesel ve küresel bağlantılarını güçlendirilmesi için amaç ve hedefler belirlenmiştir.

'İyi Yaşam Sağlayan Canlı ve Duyarlı Mekânlar' teması çerçevesinde; kentsel mekânın İstanbul 2050 yılında nitelikli hâle getirilmesi, kentin biyo-kültürel alanlara yayılmasının önlenmesi, kentin alt merkezlerinin kentte yaşam kalitesini yükseltecek biçimde geliştirilmesi, kamusal mekânların artırılması, canlı, dinamik ve İstanbullular tarafından aktif kullanılan alanlar olması, kültürel mirasın korunarak kentsel yaşamla bağının güçlendirilmesine yönelik yol haritası ortaya konmuştur.

'Dönüşen ve Dayanıklı Ekonomi' teması çerçevesinde; kentte tüm sektörlerde üretimin bilgi, teknoloji ve inovasyon odaklı dönüştürülmesi, katma değerin artırılması, kentin

ekonomik çeşitliliğinin desteklenmesi ve dayanıklılığının artırılması, kaynağını kentin özgünlüklerinden alan bir ekonomik gelişimin sağlanması, kentin yenilikçi ve yaratıcı girişimler için bir çekim merkezi hâline getirilmesi, ekonomide yeşil dönüşümün gerçekleştirilmesi ve kapsayıcı istihdam yapısının oluşturulmasıyla refahın arttığı bir kent için amaç ve hedefler belirlenmiştir.

'Herkes İçin Erişilebilir ve Adil Kentsel Olanaklar' teması çerçevesinde; kültür-sanat, kültürel miras, sağlık, eğitim, barınma, sağlıklı gıda ve spor olanaklarının kent bütününde iyileştirilmesi, bunlara tüm İstanbulluların eşit erişiminin sağlanması, İstanbul'un kültür-sanat ve spor alanında küresel bir odak olmasına yönelik yol haritası tanımlanmıştır.

Tema: Etkin ve Kapsayıcı Hareketlilik

Amaç: Bütünleşik ulaşım sistemleriyle erişilebilir ve konforlu yolculuk sağlamak.

Hedef: Toplumdaki farklı ihtiyaç ve talepler göz önünde bulundurularak toplu taşımada 7/24 kesintisiz hizmet sunumunun yaygınlaştırılması.

Yolculuk taleplerine göre farklı ulaşım türlerinde, kentin gün boyu yaşayan turizm, iş, eğlence gibi alanlarına erişim sağlayan güzergâhlarında, toplu taşıma araçlarının 7 gün 24 saat hizmet vermesi hedeflenmektedir.

Tema: Etkin ve Kapsayıcı Hareketlilik

Amaç: Küresel ve bölgesel bağlantıları güçlü, çevreyle uyumlu insan ve yük hareketliliğini sağlamak.

Yük hareketlerine bağlı lojistik faaliyetlerin yanında, finans, sağlık, eğitim, ticaret, turizm gibi birçok faaliyetin de merkezi olan İstanbul, kent dışından yerli ve yabancı birçok insanın da kısa ve/veya uzun süreli hedefi olmakta, İstanbul'un kalıcı nüfusuna eklenen geçici nüfusla birlikte hareketlilik talebi daha da artmaktadır. İstanbul içinde bulunduğu Akdeniz çanağındaki kruvaziyer gemi rotaları ve bir aktarma merkezi hâline gelen havalimanlarıyla uluslararası arenada oldukça önemli bir noktadadır.

Tema: İyi Yaşam Sağlayan Canlı ve Duyarlı Mekânlar

Amaç: Canlı kentsel yaşamı destekleyen dinamik kamusal mekânları geliştirmek.

Boğaz ve Marmara kıyısı turizm öncelikli ekonomik faaliyetler ve aktivite alanlarıyla desteklenerek canlandırılmalıdır.

Tema: Dönüştüren ve Dayanıklı Ekonomi

Amaç: Ekonomik Çeşitliliği ve Sektörler Arası Etkileşimi Geliştirmek.

Hedef: Doğal ve kültürel potansiyelleri ve sektörel çeşitliliği desteklemek üzere yerel üretimin ve üreticilerin desteklenmesi.

Yerel ekonominin desteklenmesi için yerel değerlerin ekonomiye kazandırılması, İstanbul'un doğal, ekonomik ve kültürel ekosistemi içinde yer alan kente özgü somut ve soyut değerlerin ve ekonominin geleneksel sektörlerinde yaratılan katma değerin desteklenerek artırılması, finans, bilgi ve iletişim teknolojileri, yaratıcı sektörler, turizm gibi İstanbul'un önde gelen sektörleri içerisinde yer alan, diğer sektörlerle yüksek etkileşimi ve dolaylı katkısı bulunan ve ekonomik çeşitliliğe katkı sağlayan sektörlerin güçlendirilmesine yönelik altyapı ve desteklerin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Tema: Herkes İçin Erişilebilir ve Adil Kentsel Olanaklar

Amaç: İstanbulluların aktif katılımıyla kenti sanat ve kültür alanında odak hâline getirmek.

Hedef: Kentin tümünde kapsayıcı ve nitelikli kültür hizmetlerine erişim olanaklarının sağlanması.

Kentsel olanakların düşük olduğu tüm bölgelerde, tüm toplumsal gruplar ve özellikle de dezavantajlı topluluklar için, nitelikli kültürel hizmetlere erişim olanaklarının sağlanması hedeflenmektedir.

Hedef: İstanbul'un kültürel değerlerinin uluslararası görünürlüğünün ve kültürler arası etkileşim olanaklarının artırılması.

Kentteki yaratıcı potansiyelin uluslararası bilinirliğinin artırılması için İstanbul'daki sanatçıların ve yaratıcı aktörlerin uluslararası ağlara katılımının desteklenmesi, misafir sanatçı programlarının arttırılması, etkinlik programlarının geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Hedef: Kültüre ve kültürel mirasa erişimde kent sakinleri ile ziyaretçiler arasında etkileşimi mümkün kılan adil ve dengeli kullanımın sağlanması.

Kent sakinleri ve turistler arasında etkileşim olanaklarının artırılması, kültür ve kültürel mirasa erişimde kent sakinlerinin de ihtiyaçlarını gözeten, adil ve dengeli kullanımının sağlanması hedeflenmektedir.

Tema: Eşit ve Özgür Toplum

Amaç: Bütün Toplumsal ve Kültürel Grupların Özgünlükleriyle Birlikte Yaşayabilmesine İmkân Sağlama

Hedef: Kültürel mirasın ve tarihsel tecrübelerin kültürler arası diyalog ve barışa zemin oluşturacak şekilde paylaşım imkânlarının oluşturulması.

Sembolik önemi olan kültürel miras öğelerinin, kültürlerarası diyalog ve barışa zemin oluşturmak, tarihsel tecrübeleri paylaşmak ve ortak hafızada yer almalarını sağlamak üzere işlevlendirilmesi, somut olmayan miras öğelerinin sürdürülmesi, hafıza mekânlarının ortaya çıkarılmasının sağlanması, bu konuda farklı düzeylerde etkinlikler düzenlenmesi hedeflenmektedir.

1.18. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

İncelenen Ulusal Plan, Politika ve Strateji Belgelerinde; Türkiye Turizm Stratejisi 2023 kapsamında belirlenen turizm gelişim bölgeleri, turizm gelişim koridorları, turizm kentleri ve eko-turizm bölgeleri başta olmak üzere, turizmin çeşitlendirilmesi politikası ve sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda destinasyon yönetimi yaklaşımıyla geliştirilmiş projelere öncelik verilmesi hedeflenmektedir.

Genel olarak Türkiye turizmi için belirlenen stratejiler;

- Turizm hareketliliğinin yıl geneline yayılması, noktasal değil, farklı bölgelere kaydırılarak kalış süreleri ve gelir imkânlarının genişletilmesi ve turizmin bölgesel ve yerel kalkınmadaki katkısının üst düzeye çıkarılması,
- Turizm sektöründe sunulan hizmetlerde nitelik bakımından standartlaşmanın sağlanması, sektörde marka bilincinin geliştirilmesi, bölgelerin turistik potansiyelinin ve varlıklarının (tarihi kişilikler, kültürel mekânlar) koordineli bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması,
- Bölgesel bazda destinasyonlar ve turizm türleri arası bağlantıların kurulmasına yönelik çalışmalar yapılması,
- Turizm gelişim bölgeleri, turizm koridorları, turizm kentleri, eko turizm bölgeleri odağında planlama yapılması yoluyla noktasal planlama anlayışından farklılaşılması,

- Öncelikle kuzey-güney ulaşım koridorları boyunca, metropoller, üretim merkezleri, turizm şehirlerini birbirine bağlayacak ulaştırma ağlarının güçlendirilmesidir.

11. Kalkınma Planı, istikrarlı ve güçlü ekonomi, rekabetçi üretim ve verimlilik, nitelikli insan ve güçlü toplum, yaşanabilir şehirler ve sürdürülebilir çevre ile hukuk devleti, demokratikleşme ve iyi yönetişim gelişme eksenleri olmak üzere beş temel eksenden oluşmaktadır.

Kalkınma Planı kapsamında, bütüncül planlanmış turizm kentleri hayata geçirilerek konaklama sürelerini ve konaklama dışı harcamaları arttırma, tesislerin standartlarını yükseltme, koruma- kullanma dengesi gözetilerek sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde çevreye duyarlı turizm tesis sayılarının arttırılması ve niteliklerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Planda İstanbul ile ilgili politika ve tedbirler;

- Afet yönetimi politikası çerçevesinde, İstanbul'da yer alan kültür ve tabiat varlıklarının afetlere karşı dayanıklı hale getirilmesi sağlanacaktır.
- Öncelikli gelişme alanları politikası çerçevesinde Turizm sektörü ile ilgili İstanbul'u kruvaziyer seyahatin başlangıç - bitiş noktası yapmak amacıyla, yeni bir kruvaziyer liman yapılacaktır.

11. Kalkınma Planı, Turizm Özel İhtisas Raporu'nda;

Türkiye'nin turistik değerlerini dünyanın tüm ülkelerinde tanınır bir hale getirmek, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik ilkelerinden taviz vermeden dünyanın en önemli dört turizm ülkesi içerisinde yer almak, Turizmi on iki aya ve tüm coğrafi bölgelere dengeli bir biçimde yayarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak, Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu tüm alt ve üstyapı yatırımlarını tamamlamış olmak, Turizmde dijitalleşmede öncü ülkeler arasında yer almak ana hedefler olarak belirlenmiştir.

11. Kalkınma Planı, Turizm Özel İhtisas Raporu'nda İstanbul iline yönelik;

- Turizm işletmelerine yönelik yapılması gereken mevzuat düzenlemeleri kapsamında: Kültür ve Turizm Bakanlığından belge almadan faaliyet gösteren deniz turizmi tesislerinin belge altına alınması, deniz turizmi araçlarında sınıflandırılma yapılmasına ve belge iptalinin düzenlenmesine ilişkin mevzuatın gözden geçirilmesi, yerel yönetimlerce günübirlik gezi teknelerine bağlama ve barınma imkânı sağlanması, günübirlik gezi teknelerinin yüzer lokantalar olarak çalışmasının engellenmesi, iç sularda turizm amaçlı gezi tekneleri faaliyetlerini yürüten araçlar ile İstanbul Boğazı'nın markası olan "boğaz gezisi" yapan tur teknelerinin mevzuat kapsamına alınarak çalışma şekil ve standartlarının belirlenmesi, deniz turizmi araçlarının yolcu taşıma kapasitesinin Deniz Elverişlilik Belgesi'nde belirtilen kapasiteyi aşmamak kaydıyla turizm amaçlı olarak belirlenmesi, bu araçların hizmet kalitesine göre sınıflandırılması, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığınca gemi cins tanımında gezinti tenezzüh teknesi boylarının sınırlandırılması,
- Ulaşım altyapısının ve erişilebilirliğin iyileştirilmesine yönelik yapılması gerekenler çerçevesinde; Tren turizmi yatırım teşviklerinin sağlanarak İstanbul - Kars, İzmir-Diyarbakır hatlarının oluşturulması, ülkemizde tren turizmi alanında faaliyet göstermek isteyen yatırımcılar ile yabancı yatırımcıların bir araya getirilmesi ve işbirliği yapmaları konusunda teşvik ve desteklerin sağlanması,
- İstanbul'a modern, bagaj/malzeme indirme bindirme imkânlarını veren ve ihtiyaçlarını temin eden, seyahat başlangıç ve bitiş limanı İstanbul'da olacak şekilde hayata geçirilecek bir Merkez Liman Projesi önerilmiştir (Home Port Projesi).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, Sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek Türkiye'nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek Türkiye'nin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır.

Eylem planı kapsamında İstanbul ili ile ilgili alınan kararlar;

- İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara Birinci derecede önemli Fuar illeri belirlenerek uluslararası fuarların yapılması yönünde çalışmalar yapılacaktır. Kongre ve fuar merkezi hüviyetine sahip illerin nitelikli turizm tesislerine, uluslararası havalimanına sahip olmaları sağlanacaktır. Bu doğrultuda etkili tanıtım ve pazarlama stratejileri oluşturulacaktır.

- Deniz turizminin geliştirilmesi için kruvaziyer limanlara özel önem verilecektir. Bu çerçevede, aşağıda verilen alanlarda kruvaziyer limanı fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir. Bu projeler;
  - İstanbul Galata Kruvaziyer Limanı
  - İstanbul Haydarpaşa Kruvaziyer Limanı
  - İstanbul Ataköy Kruvaziyer Limanı
  - İstanbul Zeytinburnu Kruvaziyer Limanı'dır.
- Öncelikli olarak İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Konya ve Mersin illerinde kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır.
- İstanbul il sınırları içindeki Kilyos Turizm Kenti de dâhil olmak üzere, 10 yeni turizm kentinin araştırma ve planlama çalışmaları tamamlanacaktır.
- İstanbul-Antalya ulaşım koridoru boyunca metropolleri ve metropollerin çevresindeki illeri turizm niteliği öne çıkan iller ile bağlayan yüksek standartlı demiryolu hatları kurulacaktır.

İncelenen Çevre Düzeni ve Bölge Planlarında *çevresel sürdürülebilirlik* ilkesi çerçevesinde İstanbul'da Turizm ile ilgili hedefler;

- Dünya ölçeğinde kültür odaklı turizm kenti statüsü kazandırmak
- İstanbul'da Turizmi alternatif türlerle ve mekânlarla çeşitlendirmek
- İstanbul'da konaklama tesislerinde kalış süresini arttırmak
- Kişi başı ortalama turist harcamalarını arttırmak
- Turizm aktivitesini metropolün tümüne ve tüm yıla yaymak
- Hizmet kalitesini artırmak
- Turizm işlevi yüklenen mekânlardaki özgün karakterlerin bozulmadan korunmasını ve devamlılığını sağlamak
- Eko-turizmi artıracak faaliyetleri yaygınlaştırmak
- Turizmi şehir ve İstanbullu ile bütünleştirmek
- Kenti sanat ve kültür alanında odak hâline getirmek
- Markalaşan turizm bölgeleri oluşturarak Turizm arz ve dengesini koruyan etkin bir Turizm Yönetim Modeli oluşturmaktır.

2009 yılı 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planında; Turizmde çeşitliliğin arttırılarak, tüm bölgelere ve tüm yıla yayılması, tarihi ve kültürel turizmin canlandırılması

hedeflenmiştir. Plan, bu vizyon ile hazırlanarak kültür alanlarının önemine vurgu yapmış, kültür eksenli turizm politikalarının benimsenmesi öngörülmüştür.

Turizm'i de ilgilendiren ilkesel yaklaşım ise; "Başta turizm olmak üzere tarihi değerlere ve sanatsal etkinliklere dayalı kültürel faaliyetleri; uluslararası diplomasiye, kongre ve turizme yönelik dış bağlantıları; finans hareketlerine açık ve nitelikli hizmet sunumuna yönelik girişimleri; eğitim ve ileri teknoloji atılımlarını İstanbul için öncelikli işlevle rol arak öngörmek" olarak belirlenmiştir.

- Hedef: İstanbul'un Küresel Düzeyde Güçlenmesini Sağlamak,

  Ana Strateji: İstanbul'a Sahip Olduğu Kimliği İle Özdeşleşen Dünya Ölçeğinde Kültür Odaklı Turizm Kenti Statüsü Kazandırmak.

  - Kentin Turizm Potansiyelini Çevreye, Topluma ve Kültürel Varlıklara Zarar Vermeden Geliştirmek
  - İstanbul'u Dünya Turizm Sektöründe Marka Haline Getirmek
  - Turizmi İstanbullu ile bütünleştirmek

Plan kararlarında *Çevresel Sürdürülebilirlik* konusu, 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı'nın temel bileşenini oluşturmaktadır. İstanbul'da yaşam destek sistemleri olarak adlandırılabilecek ekolojik tabanlı doğal alanların başında her iki yakanın kuzeyini doğrusal bir şekilde kat eden orman alanları ile Tekirdağ il sınırından başlayıp çoğunlukla Silivri-Çatalca bölgesinde yoğunlaşan tarım toprakları gelmektedir. Diğer önemli doğal alanlar;

- Terkos ve Kasatura Arasındaki Ormanlık Alan ve Kıyı Şeridi
- Ağıl Dere ve Ağaçlı Kumulları
- Gümüşdere (Kilyos) Kumulları
- İstanbul Boğazı'nın Kuzey Kısımları
- Büyükçekmece ve Küçükçekmece Gölü
- Hadımköy ve Kemerburgaz Arasındaki Mera ve Fundalıklar
- Ömerli Havzası
- Sahilköy ve Şile Arasında Kalan Kumullar ve Ormanlar

Ömerli İçme Suyu barajı etrafındaki endemik bitki örtüleri ile havza alanlarını birbirine bağlayan ekolojik koridor ve kuşaklardır. Buna mukabil havanın temizlenmesi, toprağın

korunması, yeraltı sularının beslenmesi, ekolojik döngünün sürdürülebilirliği ve ekonomik girdileri gibi pek çok fonksiyon üstlenen doğal alanların; kentteki yaşamı devam ettiren ve yaşam kalitesini yükseltilebilen vazgeçilmez unsurlar olduğu görülmektedir. Bu nedenle, doğal kaynakların istenen ve olması gereken kalitede varlığını sürdürmesi esastır.

Doğa Odaklı Turizm Alanları

Doğa Odaklı Turizm Alanları; İstanbul'un doğal değerlerinin korunması, iyileştirilmesi ve geliştirilmesine yönelik, koruma-kullanma dengesinin sağlandığı, ekolojik yapıya uyumlu, çevresi ile bütünleşen, nüfusun eğlenme, dinlenme ve tatil ihtiyaçlarına yönelik rekreasyon ve turizm alanlarıdır. Plan'da; İstanbul'un Karadeniz ve Marmara kıyılarında yerleşimin olduğu alanlardan kentlinin ve turistlerin günlük yaşam stresinden kurtulmasına olanak veren potansiyel alanlar için, doğa odaklı turizm alanı kararı verilmiştir. Bu doğrultuda Marmara Denizi kıyılarında; Büyükçekmece, Gürpınar, Silivri, Selimpaşa, Kumburgaz ve Mimarsinan'da, Karadeniz kıyılarında ise Kilyos, Şile, Ağva ve Riva'da deniz potansiyelinden yararlanmak üzere doğa odaklı turizm alanları önerilmiştir.

Günübirlik Rekreasyon Alanları

Kentlinin açık ve yeşil alan ihtiyacı başta olmak üzere, kent içinde ve çevresinde günübirlik kullanımına yönelik rekreasyon ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin olarak Plan'da Avrupa Yakası'nda; Rumelifeneri, Kısırkaya, Kilyos, Zekeriyaköy, Karaburun, Yalıköy, Çatalca ve Alibeyköy'de, Anadolu Yakası'nda ise Riva, Şile, Ağva'da günübirlik rekreasyon alanları önerilmiştir. Plan'da orman içi rekreasyon alanları gösterilmemekle birlikte, orman alanlarında orman ekosistemine (flora ve faunanın çeşitliliği ve sürdürülebilirliğine) zarar vermeyecek şekilde (koruma/kullanma dengesi içinde) ve ilgili kurumun uygun görüşü alınmak koşuluyla günübirlik rekreatif kullanımlara izin verilebileceği plan notlarında açıklanmaktadır. Plan'da ayrıca, Kıyı Kanunu kapsamında kıyıların "kamu yararı ilkesi" esas alınarak kamusal kullanımlarının arttırılmasına yönelik olarak, kentsel yeşil ve günübirlik rekreasyon için düzenlemeler yapılmıştır.

Yukarıda belirtilenlerin dışında, kullanım ömrü biten maden ve taş ocağı alanlarından Büyükşehir Belediyesince alt ölçekli planlarda belirlenecek "günübirlik rekreasyona uygun alanlar", ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak doğa onarımı çalışmaları ile paralel günübirlik rekreasyona yönelik düzenlenebilecektir. Bu kapsamda, Eyüp Taş

Ocakları ile Karadeniz kömür ocaklarının, İstanbul'da yaşayanların günübirlik rekreasyon ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte ele alınması kararı alınmıştır.

İstanbul'un Ekolojik Turizm Alanları

Çevre Düzeni Planı'nda, ekolojik dengenin sürdürülebilirliğinin sağlanması için İstanbul'un biyolojik çeşitliliği değerlendirilmiş ve uygun yerlerde ekolojik turizm faaliyetlerinin yapılması öngörülmüştür. Bu doğrultuda; Avrupa Yakası'nda: Çatalca'nın kuzeyinde ve Büyükçavuşlu'da, Anadolu Yakası'nda: Riva (Öğümce Köyü çevresi), Şile (Hasanlı Köyü çevresi) ve Ağva'da, ekolojik turizm alanları önerilmektedir.

İstanbul Kalkınma Ajansının hazırladığı 2023 İstanbul Bölge Planı vizyonu; "*Yaratıcı ve Özgür İnsanlarıyla, Yenilik ve Kültür Kenti; Özgün İstanbul" olarak kabul edilmektedir.*

Planda Turizm sektörü ile ilgili strateji ve hedefler;

- İstanbul'un küresel rekabet gücünü ortaya koyabileceği ve uluslararası değer zincirinde yüksek katma değerli işlevler edineceği sektörlerde uzmanlaşması ve bu sektörlerin geliştirilmesi.
- Keyifle yaşanan, özgün kentsel mekânlar ve sürdürülebilir çevre olarak belirlenmiştir. İstanbul'un küresel turizm merkezleri ile rekabet düzeyi yüksek bir cazibe merkezi ve marka kent olmasının sağlanması.
- Eko-turizmi artıracak faaliyetlerin yaygınlaştırılması.

İBB'nin hazırladığı Stratejik Planın (2020-2024) vizyonu: *"Adil, yeşil ve yaratıcı şehir, mutlu İstanbullu" dur.*

Planda Turizme yönelik hedefler;

- İstanbul'un Turizm potansiyelini geliştirmek
- İstanbul'un kültürel ve tarihsel kimliğini yansıtacak çağdaş müzeleri turizm ve kültür ihtiyaçları açısından planlayarak oluşturmaktır.

İBB'nin hazırladığı Turizm Master Planı Kadim İstanbul plan raporunun vizyonu; *"Özgün, tarihi ve kültürel değerlerine saygı gösteren, koruyan, güçlendiren, İstanbullu ile bütünleşen, dünya kentleriyle rekabet eden, kültür ekseninde gelişen, hoş ve çarpıcı bir deneyim sunan, başlangıcı geçmişin derinliklerinde gizli: Kadim İstanbul" dur.*

İstanbul Turizm Eylem Planı

Planda Turizme yönelik hedefler;

- Eğitilmiş Nitelikli İşgücü, Yüksek Düzeyde Teknik Altyapı, Tesis ve Servisleriyle, Öncelikle İstanbullunun Yaşam Düzeyini Yükselterek, Turizmi Şehir ve İstanbullu İle Bütünleştirmek
- İstanbul'da Turizmin, Kültür Ekseni Üzerinden Geliştirilerek Soyut ve Somut Mirasın Deneyimlenmesini Sağlamak ve Şehrin Kültür Ekonomisini Güçlendirmek
- İstanbul'da Turizmi Alternatif Türlerle ve Mekânlarla Çeşitlendirmek
- Kentin Taşıma Kapasitesini Gözeterek, Turizm Arz ve Talep Dengesini Koruyan Etkin Bir Turizm Yönetim Modeli Oluşturmaktır.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın hazırladığı İstanbul İli Tabiat Turizmi Master Planı (2013-2023) vizyonu; *"Sürdürülebilirlik kapsamında Tabiatın içerisindeki tarihi - kültürel mirasımızın kaynak değerlerimizin ortaya konulması, canlandırılması ve Tabiat turizmi ürünlerinin zenginleştirilmesi"dir.*

Planın Hedefleri

- Tabiat Turizminde rekabeti ucuz ürün yerine, markalaşan turizm bölgeleri oluşturarak sağlamak,
- Var olan tabiat turizmi potansiyelimizi sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alıp planlamak,
- Tabiat Turizmini hükümetin sosyo-ekonomik hedeflerini destekleyecek şekilde geliştirmek,
- Tabiat Turizmindeki gelişmeleri sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklemek,
- Uluslararası işbirliğini güçlendirmek,
- Tabiat Turizmi sektörel gelişme politikaları ve hedeflerinin, genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleri ile uyumlu olmasını sağlamak,
- Küresel eğilim taleplerini izlemek ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapmak,
- Sürdürülebilir tabiat turizmi konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarını bilinçlendirmek,
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlama çalışmalarını etkin kılmak
- Alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, tabiat turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulmasını sağlamak,
- Tabiat turisti profiline odaklanan turizm ürünleri oluşturmak,

- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması için metotlar geliştirmek
- Tabiat Turizmiyle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğini özendirerek kamunun yükünü hafifletmek,
- Tabiat Turizmi eğitimi ile işgücü kalitesini arttırmak ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamak,
- Öncelikli tabiat turizmi türlerine ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirmek,
- Tabiat Turizmi potansiyelimizi ortaya çıkararak uluslararası bir marka haline gelmek
- Dünya çapında benzerleriyle yarışabilir düzeyde serbest turizm ticaret bölgeleri oluşturma.

İBB-İstanbul Planlama Ajansı'nın hazırladığı İstanbul 2050 Vizyon Strateji Belgesinde belirlenen vizyon*; "Hayatın tüm çeşitliliğiyle canlı ve özgür olduğu, herkesin iyi yaşadığı bir dünya şehri, İstanbul "dur.*

İstanbul 2050 mekânsal stratejileri 3 kademeli mekânsal bir sisteme dayanmaktadır. Kenti bir bütün olarak kültür mirası kabul eden İstanbul 2050 mekânsal stratejileri sisteminde; Fatih, Beyoğlu, Kadıköy ve boğaz yerleşimlerini içeren birinci kademe mekân geleneksel üretim, tarihi ve kültürel merkez, yaratıcılık ve turizm merkezi teknolojik dönüşüm ile geleceğin yenilikçi mekânlarını temsil etmektedir.

Hedef: Toplumdaki farklı ihtiyaç ve talepler göz önünde bulundurularak toplu taşımada 7/24 kesintisiz hizmet sunumunun yaygınlaştırılması.

Yolculuk taleplerine göre farklı ulaşım türlerinde, kentin gün boyu yaşayan turizm, iş, eğlence gibi alanlarına erişim sağlayan güzergâhlarında, toplu taşıma araçlarının 7 gün 24 saat hizmet vermesi hedeflenmektedir.

Amaç: Küresel ve bölgesel bağlantıları güçlü, çevreyle uyumlu insan ve yük hareketliliğini sağlamak.

Yük hareketlerine bağlı lojistik faaliyetlerin yanında, finans, sağlık, eğitim, ticaret, turizm gibi birçok faaliyetin de merkezi olan İstanbul, kent dışından yerli ve yabancı birçok insanın da kısa ve/veya uzun süreli hedefi olmakta, İstanbul'un kalıcı nüfusuna eklenen geçici nüfusla birlikte hareketlilik talebi daha da artmaktadır. İstanbul içinde bulunduğu

Akdeniz çanağındaki kruvaziyer gemi rotaları ve bir aktarma merkezi hâline gelen havalimanlarıyla uluslararası arenada oldukça önemli bir noktadadır.

Amaç: Canlı kentsel yaşamı destekleyen dinamik kamusal mekânları geliştirmek.

Boğaz ve Marmara kıyısı turizm öncelikli ekonomik faaliyetler ve aktivite alanlarıyla desteklenerek canlandırılmalıdır.

Hedef: Doğal ve kültürel potansiyelleri ve sektörel çeşitliliği desteklemek üzere yerel üretimin ve üreticilerin desteklenmesi.

Yerel ekonominin desteklenmesi için yerel değerlerin ekonomiye kazandırılması, İstanbul'un doğal, ekonomik ve kültürel ekosistemi içinde yer alan kente özgü somut ve soyut değerlerin ve ekonominin geleneksel sektörlerinde yaratılan katma değerin desteklenerek artırılması, finans, bilgi ve iletişim teknolojileri, yaratıcı sektörler, turizm gibi İstanbul'un önde gelen sektörleri içerisinde yer alan, diğer sektörlerle yüksek etkileşimi ve dolaylı katkısı bulunan ve ekonomik çeşitliliğe katkı sağlayan sektörlerin güçlendirilmesine yönelik altyapı ve desteklerin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Amaç: İstanbulluların aktif katılımıyla kenti sanat ve kültür alanında odak hâline getirmek.

Hedef: Kentin tümünde kapsayıcı ve nitelikli kültür hizmetlerine erişim olanaklarının sağlanması.

Kentsel olanakların düşük olduğu tüm bölgelerde, tüm toplumsal gruplar ve özellikle de dezavantajlı topluluklar için, nitelikli kültürel hizmetlere erişim olanaklarının sağlanması hedeflenmektedir.

Hedef: İstanbul'un kültürel değerlerinin uluslararası görünürlüğünün ve kültürler arası etkileşim olanaklarının artırılması.

Kentteki yaratıcı potansiyelin uluslararası bilinirliğinin artırılması için İstanbul'daki sanatçıların ve yaratıcı aktörlerin uluslararası ağlara katılımının desteklenmesi, misafir sanatçı programlarının arttırılması, etkinlik programlarının geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Hedef: Kültüre ve kültürel mirasa erişimde kent sakinleri ile ziyaretçiler arasında etkileşimi mümkün kılan adil ve dengeli kullanımın sağlanması.

Kent sakinleri ve turistler arasında etkileşim olanaklarının artırılması, kültür ve kültürel mirasa erişimde kent sakinlerinin de ihtiyaçlarını gözeten, adil ve dengeli kullanımının sağlanması hedeflenmektedir.

Hedef: Kültürel mirasın ve tarihsel tecrübelerin kültürler arası diyalog ve barışa zemin oluşturacak şekilde paylaşım imkânlarının oluşturulması.

Sembolik önemi olan kültürel miras öğelerinin, kültürlerarası diyalog ve barışa zemin oluşturmak, tarihsel tecrübeleri paylaşmak ve ortak hafızada yer almalarını sağlamak üzere işlevlendirilmesi, somut olmayan miras öğelerinin sürdürülmesi, hafıza mekânlarının ortaya çıkarılmasının sağlanması, bu konuda farklı düzeylerde etkinlikler düzenlenmesi hedeflenmektedir.

Tablo 1-10. Bölgesel ve Ulusal Plan, Politika ve Strateji Belgeleri Özet Tablo

	BELGE ADI	KURUM	ÇALIŞMA VİZYONU	VİZYON DÖNEMİ	ANAHTAR KELİMELER	TURİZM YAKLAŞIMI
1	ONBİRİNCİ KALKINMA PLANI	T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI	Plan, istikrarlı ve güçlü ekonomi, rekabetçi üretim ve verimlilik, nitelikli insan ve güçlü toplum, yaşanabilir şehirler ve sürdürülebilir çevre ile hukuk devleti, demokratikleşme ve iyi yönetişim gelişme eksenleri olmak üzere beş temel eksenden oluşmaktadır.	2019-2023	DAHA FAZLA GELİR BIRAKAN TURİZM, KORUMA-KULLANMA DENGESİ, İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ, TURİZMDE DİJİTALLEŞME	Bütüncül planlanmış turizm kentleri hayata geçirilerek konaklama sürelerini arttırma, konaklama dışı harcamaları arttırma, tesislerin standartlarını yükseltme, koruma kullanma dengesi gözetilerek sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde çevreye duyarlı turizm tesislerinin sayılarının arttırılması ve niteliklerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.
2	ON BİRİNCİ KALKINMA PLANI (TURİZM ÖZEL İHTİSAS RAPORU)	T.C. KALKINMA BAKANLIĞI	Daha fazla değer üreten, daha adil paylaşan, daha güçlü ve müreffeh Türkiye	2019-2023	İSTİKRARLI VE GÜÇLÜ EKONOMİ REKABETÇİ ÜRETİM VE VERİMLİLİK NİTELİKLİ İNSAN, GÜÇLÜ TOPLUM YAŞANABİLİR ŞEHİRLER, SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE İYİ YÖNETİŞİM	Değişen tüketici eğilimleri ile teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi, sezon süresinin uzatılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve daha fazla harcama eğilimi olan ziyaretçinin ülkemize çekilmesi ile konaklama süresi ve konaklama dışı harcamaların artırılması, her bir destinasyon özelinde ve odaklı anlayış çerçevesinde sektörde dönüşümün gerçekleştirilmesi ve koruma-kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması temel amaçtır.
3	TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ-2023	T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI	Sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesi	2023	KATILIMCILIK, ŞEFFAFLIK, MARKALAŞMA ULUSLARARSI PAZAR, İYİ YÖNETİŞİM, KALİTE YÖNETİMİ	Planlama, yatırım, örgütlenme, iç turizm, AR-GE, hizmet, ulaşım ve altyapının güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama, eğitim, kentsel ölçekte markalaşma, turizmin çeşitlendirilmesi, mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu ve varış noktalarının geliştirilmesi konusunda uzun vadeli stratejiler önerilmiştir.
4	YATIRIM PROGRAMI HAZIRLAMA REHBERİ	T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI		2020-2022, 2021-2023, 2022-2024, 2023-2025	SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM, TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ	Turizm gelişim bölgeleri, turizm gelişim koridorları, turizm kentleri ve eko-turizm bölgeleri başta olmak üzere, turizmin çeşitlendirilmesi politikası ve sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda destinasyon yönetimi yaklaşımıyla geliştirilmiş projelere öncelik verilecektir.
5	BÖLGESEL GELİŞME ULUSAL STRATEJİSİ	T.C. KALKINMA BAKANLIĞI	Sosyo-ekonomik ve mekânsal olarak bütünleşmiş, rekabet gücü ve refah düzeyi yüksek bölgeleriyle daha dengeli ve topyekûn kalkınmış bir Türkiye	2014-2023	ULUSAL ÖNCELİKLERE UYUM VE TAMAMLAYICILIK, FIRSAT EŞİTLİĞİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, VERİMLİLİK, KATILIMCILIK, İŞBİRLİĞİ VE ORTAKLIK, ÇOK KATMANLI YÖNETİŞİM, YERELLİK VE YERİNDENLİK	Turizmin kalkınma yönünde harekete geçirilmesi, yenilik ve girişimcilik kapasitesinin geliştirilmesi ve bölgelerin kalkınma önceliklerine hizmet edecek yatırımların artırılması, yerel potansiyelin değerlendirilerek rekabet gücünün artırılması, Turizm potansiyelinin yerel ve bölgesel kalkınma için etkili kullanımı

6	ONUNCU KALKINMA PLANI	T.C. KALKINMA BAKANLIĞI	Nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelinmesi, üst gelir grubuna hitap eden turizm türlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi, turizm sektörünün sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde öncü bir sektör haline gelmesi	2014-2019	SAĞLIK TURİZMİ, NİTELİKLİ İŞGÜCÜ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, REKABET GÜCÜ	Sağlık turizmi başta olmak üzere pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin gelişimi, bu türlerin "varış noktası yönetimi" kapsamında bütüncül bir şekilde ele alınması, yerel yönetimlerin etkinliğinin arttırılması, personel ve hizmet kalitesinin arttırılarak daha yüksek standartlarda hizmet sunulması hedeflenmektedir.
7	ONUNCU KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYON RAPORU	T.C. KALKINMA BAKANLIĞI	Türkiye'de turizm sektörü, sürdürülebilirlik ilkesini benimseyerek ziyaretçi sayısı ve turizm gelirlerinde dünyadaki ilk beş ülke arasında yerini alacak, turizm değer zincirindeki tüm unsurlarında, eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile uluslararası bir marka olacaktır.	2014-2019	SOSYAL EŞİTLİK, TOPLUMSAL REFAH, KÜLTÜREL ZENGİNLİK, KAYNAK VERİMLİLİĞİ, YEREL KONTROL, YEŞİL EKONOMİ	Kısa dönem yanında uzun dönem turizmi desteklemek, kamu kurumları ile stratejik yeşil büyüme girişimleri uyumlaştırılması, eğilimlerin izlenerek yeni turizm trendlerini yaratmak hedeflenmektedir.
8	VİZYON 2023 ULAŞTIRMA VE TURİZM PANELİ RAPORU – 2003 / VİZYON 2023 – TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ PROJESİ	TUBİTAK	Bölgesinde ve dünyada adil ve kalıcı bir barışın tesisi için çaba gösteren; Demokratik ve adil bir hukuk sistemine sahip; Yurttaşları ülkelerinin geleceğinde söz ve karar sahibi; Sağlık, eğitim ve kültür gereksinimlerinin karşılanması devlet tarafından güvence altına alınmış; Sürdürülebilir gelişmeyi gözeten; gelir dağılımı dengeli; Bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşmiş; üreten; net katma değerini kendi beyin gücüne dayanarak artırabilen bir Türkiye	2003-2023	YAŞAM KALİTESİNİN YÜKSELTİLMESİSÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞ İÇİN TEKNOLOJİK ALTYAPININ GÜÇLENDİRİLMESİ	Turizm alanında, ürün çeşitliliğini artırarak, eğitilmiş nitelikli işgücü, yüksek düzeyde teknik altyapı, tesis ve servisleriyle, öncelikle ülke halkının yaşam düzeyini yükselterek, rakip destinasyonlarla yarışabilen bir sektör olmak; Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olarak, "kitle turizminin yanı sıra "bireysel turizm "in de önemli cazibe merkezlerinden birisi olmak
9	DOKUZUNCU KALKINMA PLANI	DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI	Türkiye turizm sektörü, Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olma noktasını aşmış, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş bir sektör olarak; eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile öncelikle ülke halkının yaşam ortamını iyileştirici, kendi kaynağını yaratabilen, öz denetim yapabilen, rakip varış noktalarıyla yarışabilir, iç verimliliği yüksek bir sektör haline gelecektir.	2007-2013	BÖLGELER ARASI GELİR VE GELİŞMİŞLİK DENGESİZLİKLERİNİN AZALTILMASI, PAZARLAMA KANALLARININ GENİŞLETİLMESİ, UZUN DÖNEM TURİZMİ SAĞLAMAK, REHABİLİTASYON VE BÜYÜME	Turizmin gelişim eğilimini sürdürebilmesi için karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitlerini öne çıkarmak, turizmin sürdürebilir gelişme stratejilerinde aktif rol almasını sağlamak hedeflenmektedir.
10	ORTA VADELİ PROGRAM	T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI		2022-2024	TURİZMİN 12 AYA YAYILMASI, TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ, PAZAR ÜLKELER TESPİT EDİLEREK TANITIM FAALİYETLERİNİN ARTTILMASI	Farklı turizm türlerini aynı anda sunan bütüncül turizm alanları oluşturmak, Değişen tüketici eğilimleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda alternatif turizm ürünleri belirlemek hedeflenmektedir.

11	ORTA VADELİ PROGRAM	T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI	Çevresel, toplumsal ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda özgün kültürel ve doğal kimliğini koruyarak gelişen, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip bilgi toplumuna dönüşen yaşam kalitesi yüksek bir İstanbul	2023-2025	SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM, TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ, SAĞLIK TURİZMİ	Ulusal Sürdürülebilir Turizm Programı kapsamında yeni standartlar belirlenecek programın tanıtımı uluslararası alanda yapılacaktır. Sağlık turizmi alanında hizmet kapasitesi iyileştirilecek "Heal in Türkiye" markası ile tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.
12	1/100.000 ÖLÇEKLİ İSTANBUL ÇEVRE DÜZENİ PLANI RAPORU	İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Yaratıcı ve Özgür İnsanlarıyla, Yenilik ve Kültür Kenti; Özgün İstanbul		REKABETÇİLİK KÜLTÜR ODAKLI TURİZM GÜÇLÜ KENTSEL BÖLGE SİSTEMİ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM SÜRDÜRÜLEBİLİR KENT YÖNETİM SİSTEMİ KENTSEL İŞLEVSEL BÜTÜNLEŞME YÜKSEK YAŞAM KALİTESİ GÜÇLÜ SOSYAL SERMAYE AFETE DUYARLI KENTSEL GELİŞME TARİHİ KİMLİK KONGRE TURİZMİ (FUAR VE BİLİMSEL ETKİNLİKLER) MARKALAŞMA	İstanbul'da tarihin, kültürün ve turizmin iç içe olması sebebiyle bu sektörler bir arada ele alınmıştır. İstanbul yaşamının öğeleri olan ve kentin uzun tarihi bir sürece dayalı tarihi ve kültürel zenginliği, küresel ölçekte örnek olacak bir potansiyeldir. İstanbul'un yalnızca tarihi kültür birikimini turizme açmak düşünülmemeli, kongre turizmi, ekolojik turizm gibi farklı turizm çeşitleri de dikkate alınmalıdır. Tarih ve kültür öğelerinin yansıtıldığı kent dokularına yönelik bilinç ve kültür turizmi yanında, açığa çıkmamış İstanbul'u keşfetme turizminin yaygınlaştırılarak, bölgesel ve küresel platformlara taşınmalıdır. Böylelikle, kitle turizmine alternatif entellektüel turizmin desteklenmesi ve çeşitlendirmeye gidilmesi mümkün olabilecektir.
13	2014-2023 BÖLGE PLANI	İSTANBUL KALKINMA AJANSI	Adil, yeşil ve yaratıcı şehir, mutlu İstanbullu	2014-2023	REKABET, MARKA KENT, KÜRESEL MERKEZ	Turizm alanında yatırımlara ağırlık verilmesi ve İstanbul'un küresel turizm merkezleri ile rekabet düzeyi yüksek bir cazibe merkezi ve marka kent olmasının sağlanması. Orman alanlarında eko-turizmi artıracak faaliyetlerin yaygınlaştırılması.
14	İBB STRATEJİK PLANI	İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Özgün, tarihi ve kültürel değerlerine saygı gösteren, koruyan, güçlendiren, İstanbullu ile bütünleşen, dünya kentleriyle rekabet eden, kültür ekseninde gelişen, hoş ve çarpıcı bir deneyim sunan, başlangıcı geçmişin derinliklerinde gizli: Kadim İstanbul	2020-2024	ULAŞILABİLİR İSTANBU, ÇEVREYE DUYARLI, ÜRETEN İSTANBUL, PAYLAŞAN İSTANBUL YAŞAYAN İSTANBUL, EŞSİZ MİRAS, FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, KATILIMCI VE YENİLİKÇİ YÖNETİM	Turizm potansiyelini geliştirmek, İstanbul'un kültürel ve tarihsel kimliğini yansıtacak çağdaş müzeleri Turizm ve Kültür ihtiyaçları açısından planlayarak oluşturmak
15	TURİZM MASTER PLANI KADİM İSTANBUL	İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Sürdürülebilirlik kapsamında Tabiatın içerisindeki tarihi - kültürel mirasımızın kaynak değerlerimizin ortaya konulması, canlandırılması ve Tabiat turizmi ürünlerinin zenginleştirilmesi	2015-2025	AKILLI TURİZM, KÜLTÜR EKSENİ, TURİZMDE ÇEŞİTLİLİK, ULUSLARARASI VE BÖLGESEL TURİZM ÖRGÜTLENMESİ	Eğitilmiş Nitelikli İşgücü, Yüksek Düzeyde Teknik Altyapı, Tesis ve Servisleriyle, Öncelikle İstanbullunun Yaşam Düzeyini Yükselterek, Turizmi Şehir ve İstanbullu İle Bütünleştirmek İstanbul'da Turizmin, Kültür Ekseni Üzerinden Geliştirilerek Soyut ve Somut Mirasın Deneyimlenmesini Sağlamak ve Şehrin Kültür Ekonomisini Güçlendirmek İstanbul'da Turizmi Alternatif Türlerle ve Mekânlarla Çeşitlendirmek Kentin Taşıma Kapasitesini Gözeterek, Turizm Arz ve Talep Dengesini Koruyan Etkin Bir Turizm Yönetim Modeli Oluşturmak

16	İSTANBUL İLİ TABİAT TURİZMİ MASTER PLANI	T.C. ORMAN VE SU İŞLERİ BAKANLIĞI	Hayatın tüm çeşitliliğiyle canlı ve özgür olduğu, herkesin iyi yaşadığı bir dünya şehri, İstanbul!	2013-2023	SÜRDÜRÜLEBİLİR TABİAT TURİZMİ, EKOTURİZM, TABİAT TURİZMİ, KIRSAL ALAN KALKINMASI, YARIŞILABİLİR DÜZEYDE SERBEST TİCARET TURİZM BÖLGELERİ, KIRSAL EKONOMİ	Kaynakların sürdürülebilir kullanımı, Aşırı kullanım ve atıkların azaltılması, Çeşitliliğin muhafaza edilmesi, Yerel toplumu planlamaya dâhil etme ve yerel ekonominin desteklenmesi, Turizm endüstrisi ve kamu arasında karşılıklı koordinasyon sağlanması, Personel eğitimi ve turistlerin bilgilendirilmesi
17	İSTANBUL 2050 VİZYON STRATEJİ BELGESİ	İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ İSTANBUL PLANLAMA AJANSI		2050	ÇEVREYİ KORUYAN VE DEĞİŞEN İKLİME UYUMLU KENT ETKİN VE KAPSAYICI HAREKETLİLİK, BÜTÜNLEŞİK VE AKILLI ALTYAPI SİSTEMLERİ, İYİ YAŞAM SAĞLAYAN CANLI VE DUYARLI MEKÂNLAR, DÖNÜŞTÜREN VE DAYANIKLI EKONOMİ, HERKES İÇİN ERİŞİLEBİLİR VE ADİL KENTSEL OLANAKLAR, EŞİT VE ÖZGÜR TOPLUM	Kentin canlılığı artırılarak, İstanbul dünyanın önde gelen daimî ve vazgeçilmez bir yaratıcılık, yenilik, kültür, sanat, turizm ve spor odağı olmalıdır. Yolculuk taleplerine göre farklı ulaşım türlerinde, kentin gün boyu yaşa yan turizm, iş, eğlence gibi alanlarına erişim sağlayan güzergâhlarında, toplu taşıma araçlarının 7 gün 24 saat hizmet vermesi hedeflenmektedir. Boğaz ve Marmara kıyısı turizm öncelikli ekonomik faaliyetler ve aktivite alanlarıyla desteklenerek canlandırılmalıdır.

Tüm bu dokümanlardaki ortak hedef ve stratejiler genel olarak aşağıdaki gibidir;

- Ekonomik Kalkınma: Ekonomik değerin yükseltilmesi, turizm gelirlerinin artırılması, turist sayısının artırılması ve turizmde çeşitliliğin sağlanması,
- Turizm Potansiyelinin Artırılması: İstanbul'un turizm potansiyelini artırmak, turist sayısını yükseltmek ve kişi başı turizm harcamasını artırmak,
- Uluslararası Görünürlük ve Etkileşim: İstanbul'un kültürel değerlerinin uluslararası görünürlüğünün artırılması ve kültürler arası etkileşim olanaklarının artırılması,
- Adil ve Dengeli Kullanım: Kültürel mirasa erişimde kent sakinleri ile ziyaretçiler arasında adil ve dengeli kullanımın sağlanması,
- Toplumsal ve Kültürel Grupların Birlikte Yaşayabilmesi: Tüm toplumsal ve kültürel grupların özgünlükleriyle birlikte yaşayabilmesine imkân sağlanması,
- Kültürel Ekonomi: İstanbul'un kültür ekonomisini güçlendirmek, kültürel ve yaratıcı sektörlerde faaliyet gösteren aktörlerin desteklenmesi ve kültürel mirasın ekonomik değerinin artırılması,
- Kültür ve Turizm Ürün Çeşitliliği: Turizm ürün çeşitliliğini artırarak, İstanbul'u sadece kitle turizmi değil, bireysel turizmin de önemli bir cazibe merkezi haline getirmek,
- Sürdürülebilirlik: Çevresel, toplumsal ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda hareket edilmesi. Doğal ve kültürel varlıkların korunarak geleceğe aktarılması,
- Eğitim ve Nitelikli İşgücü: Turizm sektöründe eğitilmiş ve nitelikli işgücünün oluşturulması, eğitim olanaklarının geliştirilmesi ve kentlilik bilincinin artırılması,
- Kültürel Mirasın Korunması: Tarihi ve kültürel değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılması, kültürel mirasın turizme kazandırılması ve kültürel mirasa erişimde adil ve dengeli kullanımın sağlanması,
- Altyapı ve Ulaşım: İstanbul'un ulusal ve uluslararası ulaşım altyapısının güçlendirilmesi, şehir içi ulaşım olanaklarının geliştirilmesi ve konaklama olanaklarının artırılması.

Bu strateji ve hedefler, İstanbul'un hem kültürel mirasını koruyarak hem de ekonomik olarak güçlenmesini sağlayarak, şehri dünya turizminde üst sıralara taşımayı amaçlamaktadır.

2. MERİ NAZIM İMAR PLANLARINDA TURİZME YÖNELİK MEKÂNSAL KARARLAR

Bu bölümde öncelikle İstanbul genelinde, ilçe bazında meri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında turizm fonksiyonu verilen alanlar ile plan hükümlerinden turizm işlevine imkân veren alanların analizi yapılmaktadır. Daha sonra bu alanların mevcut durumdaki arazi kullanımı ile uyumu incelenmiştir.

2.1. Meri Nazım İmar Planlarında Turizm Fonksiyonu Kararları

Çalışma kapsamında yapılan analizlerde yürürlükte olan 1/5.000 ölçekli nazım imar planları esas alınmış ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Planlama Müdürlüğü'nden 21.08.2023 tarihinde elde edilen CBS tabanlı plan verileri temel altlık olarak kullanılmıştır. Buna göre İstanbul genelinde farklı tarihlerde onaylanmış 983 adet Nazım İmar Planı yürürlüktedir.

İl yüzölçümünün yaklaşık %77'si planlanmıştır. Planlarda 'turizm fonksiyonu' verilen alanlar ise ilin yaklaşık %1'ini oluşturmaktadır (Tablo 2-1).

Tablo 2-1. İl Genelinde Planlı Alanların ve Turizm Alanlarının Yüzölçümü

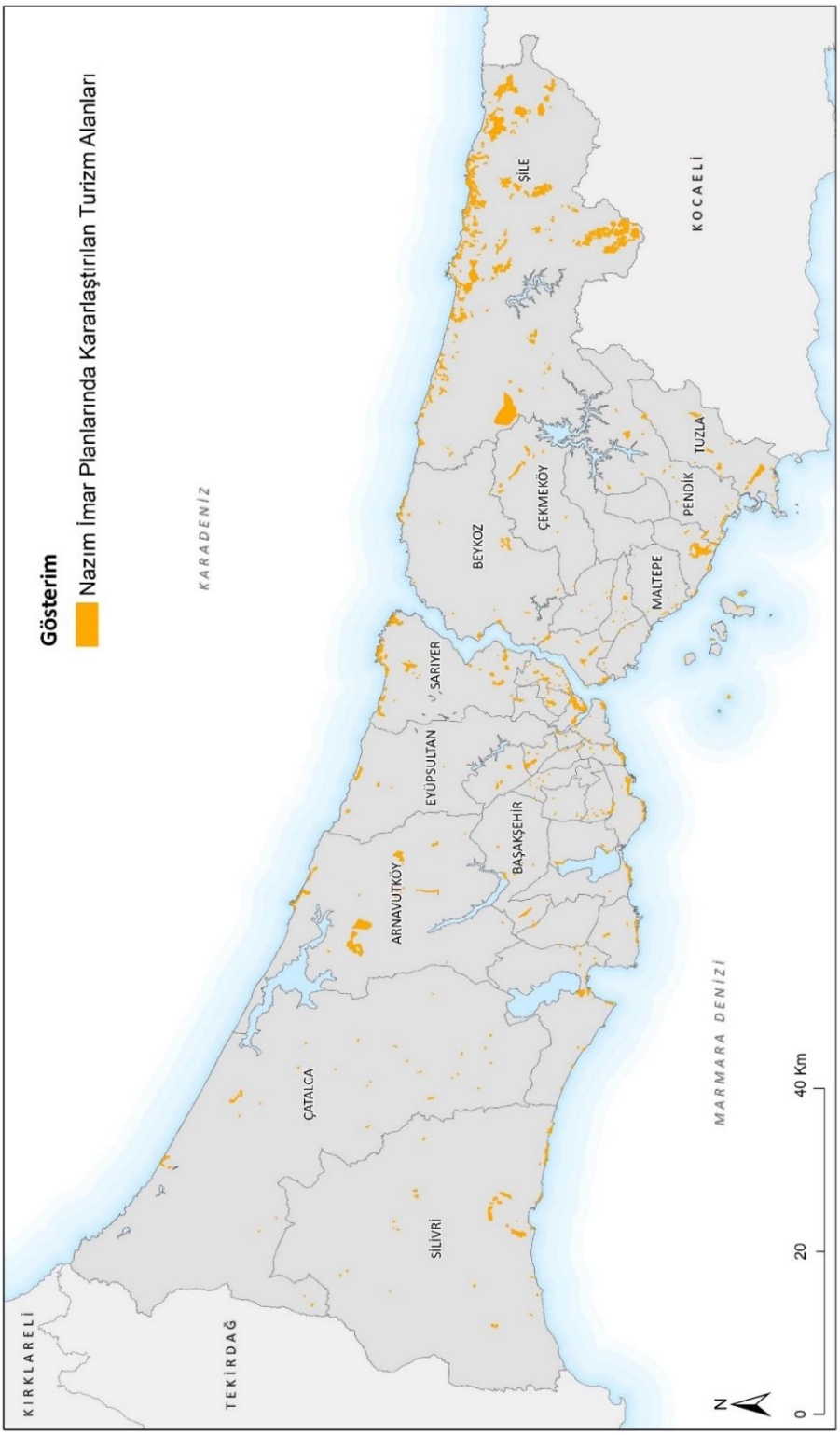
	İstanbul Yüzölçümü (Göller Hariç)	Toplam Planlı Alan	Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanlar
Alan (Ha)	534.492,4	410.969,7	5.432,1
Oran (%)	100,00%	76,89%	1,02%

Turizm fonksiyonu verilen alanların toplam planlı alanlar içindeki oranı ise %1,32'dir (Tablo 2-2). Bu alanların il genelinde mekânsal dağılımı Tablo 2-1'de gösterilmektedir.

Tablo 2-2. Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Payı

	Toplam Planlı Alan	Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanlar
Alan (Ha)	410.969,7	5.432,1
Oran (%)	100,00%	1,32%

Şekil 2-1. Nazım İmar Planlarındaki Turizm Alanlarının Mekânsal Dağılımı



2.1.1. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Sınıflandırılması

Meri nazım imar planlarında turizme yönelik kullanılan lejantlar tarandığında 180 farklı tanımlama getirildiği görülmüştür. Bu nedenle bu tanımlamalar içeriğe göre sınıflandırılarak, 11 kategori belirlenmiştir (Tablo 2-3).

Bu kategoriler ekolojik turizm alanı, günübirlik tesis alanı, kamping alanı, konaklama alanları, tarımsal nitelikli turizm alanı, turizm alanı ve tercihli olarak konut, ticaret, hizmet, kültür ve rekreasyon gibi başka fonksiyonlarla birlikte karma kullanım verilen plan kararlarından oluşmaktadır. Tablo 2-3'den görülebileceği gibi, il genelinde planlı alanlar içinde en çok payı sırasıyla günübirlik tesis alanları, tarımsal nitelikli turizm alanları ve yalnızca turizm alanı olarak tanımlanan alanlar almaktadır.

Tablo 2-3. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların Kategorizasyonu ve Alansal Dağılımı

Turizm Alanları	Alan (Ha.)	Oran (%)
Ekolojik Turizm Alanı	62,26	1,1%
Günübirlik Tesis Alanı	1.333,25	24,5%
Kamping Alanı	25,59	0,5%
Konaklama Alanları	90,28	1,7%
Tarımsal Nitelikli Turizm Alanı	1.327,13	24,4%
Turizm Alanı	1.236,97	22,8%
Turizm ve Diğer Çalışma Alanları	463,87	8,5%
Turizm ve Konut Alanları	297,26	5,5%
Turizm ve Kültür Alanı	16,32	0,3%
Turizm ve Rekreasyon Alanı	26,69	0,5%
Turizm, Konut ve Diğer Çalışma Alanları	552,46	10,2%
Toplam	**5.432,09**	**100,0%**

Turizmin dâhil olduğu karma kullanım verilen alanların toplamı ise %25'lik bir oranı oluşturmaktadır. Dolayısıyla nazım imar planlarında turizm yatırımları için belirgin bir esneklik sağlandığı söylenebilir. Bu nedenle su havzaları, orman alanları, tarihi ve doğal sit alanlarının yoğunlaştığı bölgelerde turizm tesis yatırımları için önemli sınırlayıcılar olduğu dikkate alınmalıdır.

2.1.2. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların İlçelere Dağılımı

Meri nazım imar planlarında kararlaştırılan turizm fonksiyonlarının bu çalışma kapsamında belirlenen sınıflandırmaya göre ilçeler bazında dağılımı incelenmiş ve Sancaktepe ile Sultanbeyli ilçelerinde hiç turizm alanı planlanmadığı görülmüştür. Diğer 37 ilçe içinde en çok turizm alanı plan kararı Şile ilçesinde verilmiştir. Tüm turizm alanı kararlarının neredeyse yarısını kapsayan Şile ilçesini Arnavutköy, Sarıyer ve Silivri ilçeleri takip etmektedir. En az turizm alanı plan kararı ise Güngören, Esenyurt ve Ümraniye ilçelerindedir.

Tablo 2-4. Planlarda Turizm Fonksiyonu Verilen Alanların İlçelere Dağılımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir)

İLÇELER	EKOLOJİK TURİZM ALANI (HA)	GÜNÜBİRLİK TESİS ALANI (HA)	KAMPİNG ALANI (HA)	KONAKLAMA ALANLARI (HA)	TARIMSAL NİTELİKLİ TURİZM ALANI (HA)	TURİZM ALANI (HA)	TURİZM VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TURİZM VE KONUT ALANLARI (HA)	TURİZM VE KÜLTÜR ALANI (HA)	TURİZM VE REKREASYON ALANI (HA)	TURİZM, KONUT VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TOPLAM (HA)	ORAN (‰)
ADALAR	-	15,46	-	-	-	-	-	-	9,68	-	-	25,14	4,6
ARNAVUTKÖY	-	51,50	-	-	-	49,14	125,54	-	-	-	178,05	404,22	74,4
ATAŞEHİR	-	-	-	0,27	-	0,46	1,35	-	-	-	16,80	18,88	3,5
AVCILAR	-	25,06	-	0,40	-	-	-	-	-	-	-	25,46	4,7
BAĞCILAR	-	-	-	0,95	-	1,21	0,39	-	-	-	-	2,54	0,5
BAHÇELİEVLER	-	-	-	2,45	-	1,54	-	-	-	-	7,98	11,98	2,2
BAKIRKÖY	-	-	-	0,17	-	25,27	22,56	-	-	26,69	6,43	81,12	14,9
BAŞAKŞEHİR	-	20,61	-	-	-	2,58	22,89	-	-	-	7,32	53,40	9,8
BAYRAMPAŞA	-	-	-	0,40	-	1,79	-	-	-	-	-	2,19	0,4
BEŞİKTAŞ	-	-	-	22,27	-	2,62	19,96	-	0,60	-	1,36	46,81	8,6
BEYKOZ	-	26,70	-	27,85	-	3,13	-	7,60	-	-	11,49	76,78	14,1
BEYLİKDÜZÜ	-	20,39	-	-	-	9,51	-	-	-	-	-	29,90	5,5
BEYOĞLU	-	-	-	6,74	-	-	80,44	-	-	-	-	87,18	16,0
BÜYÜKÇEKMECE	-	13,40	-	1,57	-	45,39	5,20	3,18	-	-	5,23	73,96	13,6

İLÇELER	EKOLOJİK TURİZM ALANI (HA)	GÜNÜBİRLİK TESİS ALANI (HA)	KAMPİNG ALANI (HA)	KONAKLAMA ALANLARI (HA)	TARIMSAL NİTELİKLİ TURİZM ALANI (HA)	TURİZM ALANI (HA)	TURİZM VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TURİZM VE KONUT ALANLARI (HA)	TURİZM VE KÜLTÜR ALANI (HA)	TURİZM VE REKREASYON ALANI (HA)	TURİZM, KONUT VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TOPLAM (HA)	ORAN (‰)
ÇATALCA	-	53,18	8,25	-	1,12	19,36	3,41	-	-	-	1,33	86,65	16,0
ÇEKMEKÖY	62,26	4,64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66,90	12,3
ESENLER	-	-	-	-	-	-	7,58	-	-	-	-	7,58	1,4
ESENYURT	-	-	-	-	-	1,23	-	-	-	-	-	1,23	0,2
EYÜP	-	6,98	-	9,55	-	44,04	0,21	-	-	-	-	60,78	11,2
FATİH	-	-	-	3,78	-	-	-	12,36	1,57	-	-	17,71	3,3
GAZİOSMANPAŞA	-	-	-	-	-	0,29	-	-	0,96	-	33,67	34,92	6,4
GÜNGÖREN	-	-	-	-	-	0,17	-	-	-	-	-	0,17	0,03
KADIKÖY	-	0,20	-	0,13	-	4,39	0,25	-	3,06	-	-	8,04	1,5
KAĞITHANE	-	-	-	-	-	-	8,82	-	-	-	-	8,82	1,6
KARTAL	-	5,78	-	-	-	-	-	-	-	-	129,89	135,67	25,0
KÜÇÜKÇEKMECE	-	21,07	-	0,31	-	-	0,08	-	-	-	-	21,46	4,0
MALTEPE	-	2,48	-	0,54	-	1,33	-	-	-	-	-	4,35	0,8
PENDİK	-	52,88	-	-	-	6,95	2,48	-	-	-	9,48	71,79	13,2
SARIYER	-	134,06	-	5,67	-	52,39	13,61	50,46	-	-	29,41	285,61	52,6
SİLİVRİ	-	95,83	-	4,15	-	32,19	87,36	46,96	-	-	-	266,48	49,1

İLÇELER	EKOLOJİK TURİZM ALANI (HA)	GÜNÜBİRLİK TESİS ALANI (HA)	KAMPİNG ALANI (HA)	KONAKLAMA ALANLARI (HA)	TARIMSAL NİTELİKLİ TURİZM ALANI (HA)	TURİZM ALANI (HA)	TURİZM VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TURİZM VE KONUT ALANLARI (HA)	TURİZM VE KÜLTÜR ALANI (HA)	TURİZM VE REKREASYON ALANI (HA)	TURİZM, KONUT VE DİĞER ÇALIŞMA ALANLARI (HA)	TOPLAM (HA)	ORAN (‰)
SULTANGAZİ	-	20,28	-	-	9,26	0,52	-	-	-	-	-	30,07	5,5
ŞİLE	-	657,67	14,86	-	1.316,74	894,68	7,51	176,71	-	-	-	3.068,18	564,8
ŞİŞLİ	-	18,69	-	0,44	-	7,76	14,41	-	-	-	3,54	44,83	8,3
TUZLA	-	70,20	2,48	1,24	-	5,76	11,29	-	-	-	81,76	172,73	31,8
ÜMRANİYE	-	-	-	0,85	-	0,53	0,38	-	-	-	-	1,76	0,3
ÜSKÜDAR	-	16,17	-	0,32	-	17,65	15,21	-	-	-	11,64	60,99	11,2
ZEYTİNBURNU	-	-	-	0,25	-	5,09	12,93	-	0,45	-	17,10	35,82	6,6
TOPLAM (HA)	**62,26**	**1.333,25**	**25,59**	**90,28**	**1.327,13**	**1.236,97**	**463,87**	**297,26**	**16,32**	**26,69**	**552,46**	**5.432,09**	**1.000,00**

2.1.2.1. Ekolojik Turizm Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %1,1'lik bir payı olan ekolojik turizm fonksiyonu verilen alanlar yalnızca Çekmeköy ilçesinde bulunmaktadır. İlçede yürürlükte olan üç farklı nazım imar planında yer verilen bu kararlar plan notlarında benzer şekilde açıklanmaktadır.

Buna göre ekolojik turizm alanları; tarımsal ürünlerin satış ve pazarlamasının yapılabileceği pazar alanları, günübirlik alanlarda yer alabilecek fonksiyonlar, konaklama alanları, fuar alanları, rekreatif, dinlenme ve eğlenmeye yönelik tesisler, kamp alanları, spor alanları, sağlık turizmi, yaşlı bakım ve dinlenme tesislerinin yapılabileceği alanlardır. Bu alanlarda yapılanma şartları E: 0.40 ve Hmaks:3 kattır. Yine bu alanlarda kentlilerin günübirlik rekreatif ihtiyaçlarının karşılanacağı hobi bahçeciliği, at çiftliği, manej ve eğitim alanları, fidan yetiştirme sahaları, çay bahçesi, kır lokantası, kır gazinosu, büfe ve wc gibi kullanımlar ile tema parkları, gezi alanları, yürüyüş, koşu, bisiklet gibi açık havada yapılabilen spor faaliyetleri; piknik alanları, kamp alanları gibi açık alan düzenlemeleri yer alabilir. Örtü altı kullanımlar yapı yaklaşma mesafelerine uyulması şartı ile emsal değerine dâhil değildir.

2.1.2.2. Günübirlik Tesis Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %24,5 ile en büyük paya sahip olan günübirlik tesis alanlarında, Şile ilçesi yaklaşık 658 hektar ile ön plana çıkmaktadır. Sarıyer (134 ha.) ve Silivri (96 ha.) de takip eden ilçelerdir.

Günübirlik tesis alanları, sadece turistlere değil tüm İstanbullulara hizmet eden ve kentlilerin rekreasyon amaçlı açık ve yeşil alan ihtiyacını da belli bir oranda karşılayan kullanımlardır. Bu nedenle planlarda yer verilmesi gerekmekle birlikte, özellikle orman alanları ve su kaynaklarının bulunduğu ilçelerde koruma-kullanma dengesinin gözetilmesi önemlidir. Kentlilerin daha kolay erişebileceği ve nüfusun yoğun olduğu merkezi ilçelerde planlanması uygun olacaktır.

Nazım imar planlarında günübirlik tesis alanlarına hiç yer verilmeyen 15 ilçe Ataşehir, Bağcılar, Bahçelievler, Bakırköy, Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Esenler, Esenyurt, Fatih, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kâğıthane, Ümraniye ve Zeytinburnu ilçeleridir. Bu ilçelerin

yüksek nüfus ve yapılaşma yoğunluğuna sahip oldukları düşünüldüğünde günübirlik tesis alanı planlanmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir.

2.1.2.3. Kamping Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %0,5'lik bir payı olan kamping alanları Şile, Çatalca ve Tuzla ilçelerinde planlanmıştır.

Kamping alanlarında bungalov, açık kahve, büfe, duş, wc, çamaşırhane vb. tesislerin belli yapılaşma sınırları içinde yapılabilmesine olanak tanınmıştır. Ancak plan notlarında, bu alanların endemik bitki türlerini ve doğal yapısını korumak, bitki örtüsünü veya doğal yapıyı bozucu düzenlemelerden kaçınmak gerekliliği de ortaya konmuştur.

2.1.2.4. Konaklama Alanları

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %1,7'lik bir payı olan konaklama alanlarına en çok Beykoz, Beşiktaş ve Eyüp ilçelerinin planlarında yer verilmiştir.

Otel, motel, konaklama tesisi gibi lejantları kapsayan konaklama alanları kategorisine planlarda hiç yer verilmeyen ilçeler; Adalar, Arnavutköy, Başakşehir, Beylikdüzü, Çatalca, Çekmeköy, Esenler, Esenyurt, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kâğıthane, Kartal, Pendik, Sultangazi ve Şile'dir.

2.1.2.5. Tarımsal Nitelikli Turizm Alanı

Tarımsal nitelikli turizm alanı kategorisi il genelinde planlanan turizm alanları içinde %24,4 ile ikinci sıradadır. Şile, Sultangazi ve Çatalca ilçelerinde planlanmıştır. Bu alanlarda yerel tarım, hayvancılık ve orman ürünlerine yönelik faaliyetler, organik tarım faaliyetleri, çiçek ve sebze yetiştiriciliği amacıyla seracılık faaliyetleri yapılabilmektedir.

Bu kategoriyi kapsayan planların notları incelendiğinde; tarımsal ürünlerin yetiştirilmesi ve kullanımına yönelik eko turizm konaklama tesisleri, doğa sporlarına, sanat ve hobi faaliyetlerine yönelik hobi bahçeleri ve butik oteller, botanik bahçesi, biniş parkuru, mini golf alanı, piknik alanı, trekking ve koşu parkurları, serbest gezinti alanı, kaykay pisti, tırmanma kayası, vb. rekreatif tesisler, açık gösteri ve eğlence alanları, lunapark, fuar ve sergi üniteleri hayvanat bahçesi gibi düzenlemeler ile günübirlik kullanıma dönük

lokanta, çay bahçesi gibi kullanımlar, huzurevleri, bakımevleri ve fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri gibi kullanımlara izin verildiği görülmektedir. Ancak bu faaliyetler ile ilgili yapılaşma koşullarına sınırlamalar getirilmiştir.

2.1.2.6. Turizm Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde "turizm alanı" kategorisine dâhil edilen alanlar, %22,8'lik bir pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu kategoriye, farklı ifade edilmiş de olsa yalnızca turizm tesis alanı, turizm merkezi sınırı gibi lejantlar alınmıştır.

Turizm alanı kategorisinin ilçelere dağılımına bakıldığında Şile ilçesi yaklaşık 895 hektar ile tüm ilçelerin önüne geçmektedir. Sırasıyla Sarıyer, Arnavutköy, Büyükçekmece ve Eyüp ilçeleri de en çok paya sahip ilçelerdendir.

Planlarında bu kategoriye hiç yer verilmeyen ilçeler ise Adalar, Avcılar, Beyoğlu, Çekmeköy, Esenler, Fatih, Kâğıthane, Kartal ve Küçükçekmece'dir.

2.1.2.7. Turizm ve Diğer Çalışma Alanları

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %8,5'lik bir payı olan turizm ve diğer çalışma alanları fonksiyonu verilen alanlar; en çok Arnavutköy, Silivri ve Beyoğlu ilçelerinde planlanmıştır.

Adalar, Avcılar, Bahçelievler, Bayrampaşa, Beykoz, Beylikdüzü, Çekmeköy, Esenyurt, Fatih, Gaziosmanpaşa, Güngören, Kartal, Maltepe ve Sultangazi ilçelerinde ise bu kategorideki plan kararlarına hiç yer verilmemiştir.

Bu kategoriye ticaret ve hizmet gibi fonksiyonlara da izin verilen plan kararları dâhil edilmiştir. Fuar, kongre merkezi, iş merkezi, özel sağlık tesisleri, yönetim merkezi gibi işlevler turizm ile birlikte bulunmaktadır. Bu alanlardaki yapılaşma koşulları her plan bölgesinde farklılaşmaktadır.

2.1.2.8. Turizm ve Konut Alanları

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %5,5'lik bir payı olan turizm ve konut fonksiyonu verilen alanlar; en çok Şile, Sarıyer ve Silivri ilçelerinde planlanmıştır. Ayrıca

daha az oranda Fatih, Beykoz, Büyükçekmece ilçelerinin planlarında da mevcuttur. Bunun dışındaki ilçelerde bulunmamaktadır.

Bu kategori, çoğunlukla düşük ya da orta yoğunluklu konut alanlarında tercihli olarak turizm tesisleri yapılabilmesine olanak sağlayan ve karma kullanım verilen plan kararlarından oluşmaktadır.

2.1.2.9. Turizm ve Kültür Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %0,3'lük bir payı olan turizm ve kültür fonksiyonu verilen alanlar; Adalar, Kadıköy, Fatih, Gaziosmanpaşa, Beşiktaş ve Zeytinburnu ilçelerinde planlanmıştır. Bunların dışındaki ilçelerde bulunmamaktadır. Bu kategori turizm işlevi ile birlikte kültürel tesis işlevini de barındıran plan kararlarından oluşmaktadır.

2.1.2.10. Turizm ve Rekreasyon Alanı

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %0,5'lik bir payı olan turizm ve rekreasyon fonksiyonu verilen alanlar; yalnızca Bakırköy ilçesinde planlanmıştır. Bunun dışındaki ilçelerde bulunmamaktadır. Bu kategori turizm işlevi ile birlikte rekreasyon işlevini de barındıran plan kararlarından oluşmaktadır.

2.1.2.11. Turizm, Konut ve Diğer Çalışma Alanları

İl genelinde planlanan turizm alanları içinde %10,2'lik bir payı olan turizm, konut ve diğer çalışma alanları fonksiyonu verilen alanlar; Arnavutköy, Kartal, Tuzla, Gaziosmanpaşa, Sarıyer, Zeytinburnu, Ataşehir, Üsküdar, Beykoz, Pendik, Bahçelievler, Başakşehir, Bakırköy, Büyükçekmece, Şişli, Beşiktaş ve Çatalca ilçelerinde dağılım göstermektedir. Diğer ilçelerde ise bu kategorideki plan kararlarına hiç yer verilmemiştir.

Bu kategoriye tercihli olarak turizm ile birlikte konut, ticaret ve hizmet gibi fonksiyonlara da izin verilen plan kararları dâhil edilmiştir. Fuar, kongre merkezi, iş merkezi, özel sağlık tesisleri, yönetim merkezi ve konut gibi işlevler turizm tesisleri ile birlikte planlanmıştır. Bu alanlardaki yapılaşma koşulları her plan bölgesinde farklılaşmaktadır.

2.2. Turizm Alan Kullanımını Etkileyebilecek Plan Notlarının İrdelenmesi ve Değerlendirilmesi

1/5000 ölçekli nazım imar planlarını inceleme sürecinde turizm işlevinin sadece plan lejantları kararları ile getirilmediği, aynı zamanda turizmden farklı fonksiyon getirilen alanlara da plan notu ile turizm kullanımına imkân verdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle İstanbul'un 39 ilçesinde onaylanmış planlara ait olan 915 adet plan notu incelenerek turizm işlevine imkân veren plan notları ortaya çıkarılmıştır. Turizm alan kullanımını etkileyecek olan bu plan notları "turizm tesis alanı, konaklama alanları, otel, motel, tatil köyü, pansiyon, kamp alanı, ticaret ve hizmet alanları bünyesindeki turizm kullanımları, turistik tesis, günübirlik tesis alanları, gezi ve seyir alanları, rekreasyon alanları"nı kapsayan anahtar kelimeler çerçevesinde taranmış, 180 adet plandan 265 adet plan notu tespit edilerek değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma kapsamında incelenen turizm işlevine imkân veren plan notu ifadeleri beş başlık altında toplanmıştır.

Tablo 2-5. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının Kategorizasyonu ve Oranları

Kullanımlar	Adet	Oran (%)
Açık ve Yeşil Alanlar		
- Ağaçlandırılacak Alan		
- Fuar Alanları		
- **Fuar, Panayır ve Festival Alanı**	14	5,3%
- Kıyı Alanları		
- Park ve Dinlenme Alanları		
- Rekreasyon Alanları		
Diğer İşlev Alanları		
- Doğal Değerleri Korunacak Alanlar		
- **Doğal Sit Alanları**	5	1,9%
- Özel Orman Alanları		
- SK-3 Rumuzlu Sürdürüleblir Koruma ve Kontrollü Kullanım Alanı		

Kullanımlar	Adet	Oran (%)
Kentsel Çalışma Alanları		
- Bölgesel İş Alanları		
- Kentsel Çalışma Alanları		
- Kültürel Tesis Alanları		
- Merkezi İş Alanları		
- Prestij+Hizmet Alanları		
- Sanayi+Depolama Alanları		
- **Sosyal+Kültürel Alanlar**	112	42,3%
- Tali İş Merkezleri		
- Ticaret Alanları		
- Ticaret+Depolama Alanları		
- Ticaret+Hizmet Alanları		
- Ticaret+Hizmet+Kültür Alanları		
- Ticaret+Hzimet Alanları		
- Transfer Merkezi Alanları		
Konut Alanları		
- Konut Alanları		
- **Konut Alanları (Seyrek 60 ki/ha)**	33	12,5%
- Konut+Ticaret Alanları		
- Konut+Ticaret+Hizmet Alanları		

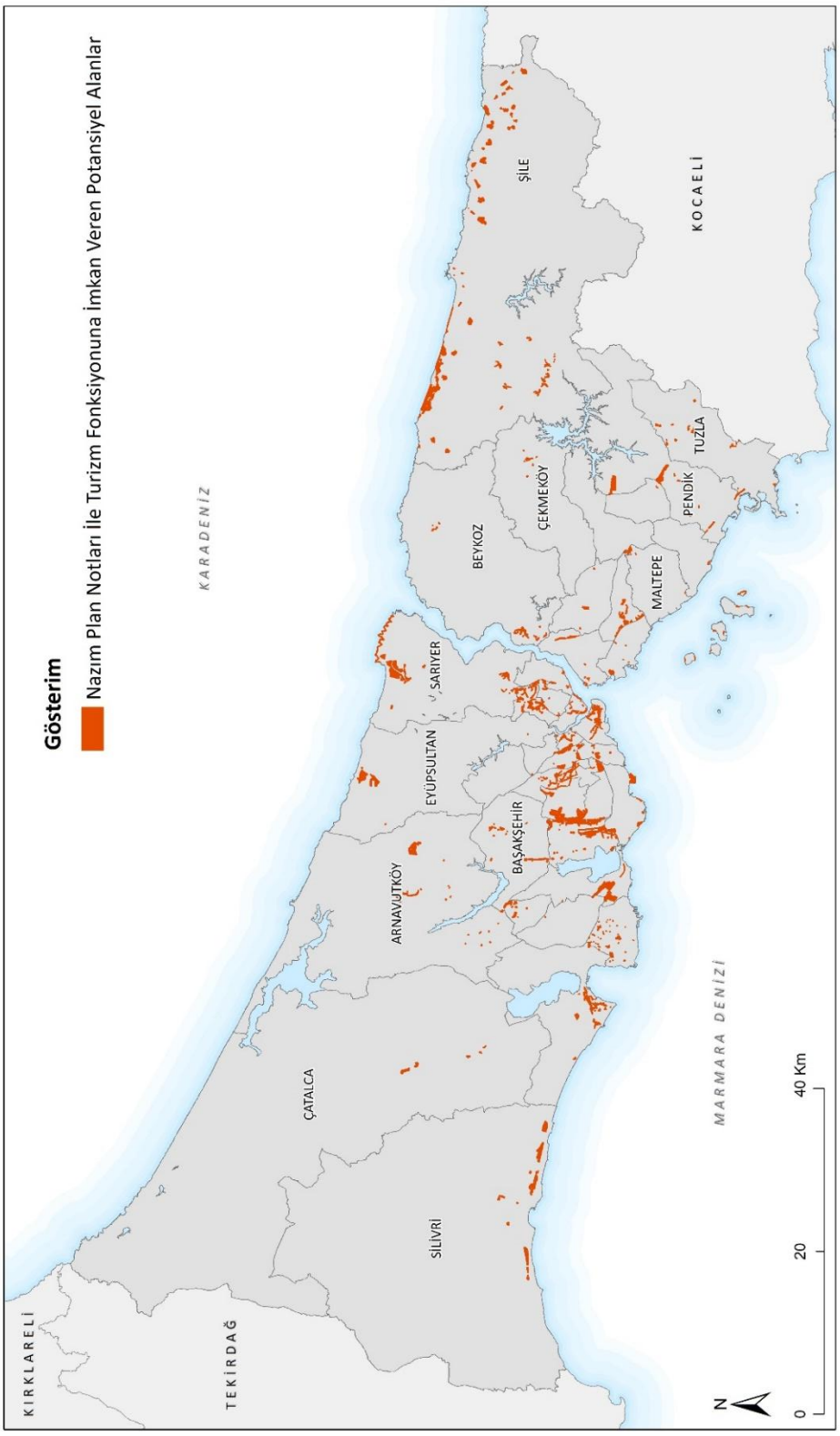
Kullanımlar	Adet	Oran (%)
Turizm Alanları		
- Deniz Turizm Tesisleri		
- Ekolojik Turizm Alanları		
- Günübirlik Tesis Alanları		
- Günübirlik+Rekreasyon Alanları		
- Kamp Alanı		
- Kamu Eğitim Dinlenme+Turistik Tesis Alanları		
- Konaklama Tesis Alanları		
- Konut+Konaklama Alanları		
- Konut+Turizm Alanları		
- **Tarımsal Nitelikli Turizm Alanları**	101	38,1%
- Ticaret+Konaklama Alanları		
- Ticaret+Turizm Alanları		
- Ticaret+Turizm+Konut Alanı		
- TİCTK Rumuzlu Ticaret+Turizm+Konut Alanı		
- TİCTK-1/2 Rumuzlu Ticaret+Turizm+Konut Alanı		
- Turizm Tesis Alanı		
- Turizm+Hizmet+Ticaret Alanları		
- Turizm+Konaklama Alanları		
- Turizm+Rekreasyon Alanları		
- Yat Limanı Alanı		
Toplam	265	100,0%

Yukarıda da bahsedildiği üzere plan kararlarından gelen toplam 5.432 ha. alan turizm fonksiyonu kararı olan alanlardı. Bunun haricinde plan notlarından gelen, turizm fonksiyonuna izin veren potansiyel alan büyüklüğü ise 3.820 ha. olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2-6. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının Alansal Büyüklükleri ve Oranları

Kullanımlar	Alan (Ha.)	Oran (%)
Açık ve Yeşil Alanlar	413,4	10,8%
Diğer İşlev Alanları	372,7	9,8%
Kentsel Çalışma Alanları	2.862,7	48,8%
Konut Alanları	1.111,6	29,1%
Turizm Alanları	60,4	1,6%
Toplam	**3.820,8**	**100,0%**

Şekil 2-2. Plan Notları İle Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar



2.2.1. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar ve İlçelere Dağılımı

Plan notları ile turizm fonksiyonlarına potansiyel olabilecek alanların tespit edilmesi çalışmasında belirlenen sınıflandırmaya göre alanların ilçeler bazında da dağılımı irdelenmiştir. 1.797 adet, 3.820 hektar büyüklüğündeki alan, turizm fonksiyonu için potansiyel alanlar olarak tespit edilmiştir. Sultangazi ilçesi hariç her ilçede turizm fonksiyonuna potansiyel oluşturan plan notu tespit edilmiştir. Diğer 38 ilçe içinde en çok turizm fonksiyonu ile ilgili plan notu Şile ilçesinde verilmiştir. Şile ilçesini Küçükçekmece, Sarıyer ve Bağcılar ilçeleri takip etmektedir. En az turizm alanları ile ilgili plan notları ise Esenyurt, Maltepe ve Sultanbeyli ilçelerindedir.

Tablo 2-7. Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Adalar	10,1	0,3
Arnavutköy	118,2	3,1
Ataşehir	80,9	2,1
Avcılar	173,4	4,5
Bağcılar	234,0	6,1
Bahçelievler	1,9	0,1
Bakırköy	81,9	2,1
Başakşehir	129,7	3,4
Bayrampaşa	110,7	2,9
Beşiktaş	11,1	0,3
Beykoz	49,8	1,3
Beylikdüzü	52,8	1,4
Beyoğlu	29,2	0,8
Büyükçekmece	121,1	3,2

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Çatalca	48,2	1,3
Çekmeköy	15,4	0,4
Esenler	65,6	1,7
Esenyurt	1,1	0,0
Eyüpsultan	155,7	4,1
Fatih	95,5	2,5
Gaziosmanpaşa	2,0	0,1
Güngören	51,4	1,3
Kadıköy	21,6	0,6
Kâğıthane	123,0	3,2
Kartal	3,3	0,1
Küçükçekmece	322,3	8,4
Maltepe	1,3	0,0
Pendik	200,5	5,2
Sancaktepe	19,8	0,5
Sarıyer	284,4	7,4
Şile	789,7	20,7
Silivri	234,0	6,1
Şişli	66,7	1,7
Sultanbeyli	1,4	0,0
Tuzla	50,7	1,3
Ümraniye	9,4	0,2
Üsküdar	27,3	0,7
Zeytinburnu	25,9	0,7
Toplam	**3.820,8**	**100,0**

2.2.1.1. Açık ve Yeşil Alanlar Kapsamındaki Turizm Plan Notları

İstanbul ilçeleri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında yapılan incelemeler sonucunda planların açık ve yeşil alan işlevi getirilen bölgelerinde turizm işlevine imkân veren plan notları tespit edilmiştir. Bu plan notlarına göre aşağıda belirtilen işlev alanları içinde piknik, gezi, seyir alanları, spor alanları, sosyal-kültürel tesisiler vb. ağırlıklı olmak üzere ticaret ve konaklama tesisleri, kamp alanları, günübirlik turizm tesis alanları gibi işlevlerin yer almasına imkân verilmektedir.

- Ağaçlandırılacak Alanlar
- Rekreasyon Alanları
- Park ve Dinlenme Alanları
- Rekreatif Amaçlı Günübirlik Tesisler
- Park ve Rekreasyon Alanları
- Fuar, Panayır ve Festival Alanları

Açık ve yeşil alanlar kapsamındaki turizm plan notları; Adalar, Beykoz, Beyoğlu, Çatalca, Eyüpsultan, Maltepe, Pendik, Sarıyer, Şile, Silivri ve Tuzla 11 ilçede tespit edilmiştir. Plan notlarına göre yapılan çalışmaya göre de açık ve yeşil alanlar içerisinde en fazla potansiyel ise rekreasyon alanlarından gelmektedir.

11 ilçeden plan notları ile turizm fonksiyonuna en fazla imkân veren ilçe ise Şile olmuştur. Şile ilçesini sırasıyla Pendik ve Silivri ilçeleri takip etmektedir.

Tablo 2-8. Açık ve Yeşil Alanlar Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Adalar	10,06	2,43
Beykoz	7,22	1,75
Beyoğlu	5,10	1,23
Çatalca	38,61	9,34
Eyüpsultan	0,96	0,23
Maltepe	0,51	0,12
Pendik	82,39	19,93

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Sarıyer	30,94	7,48
Şile	188,88	45,69
Silivri	44,28	10,71
Tuzla	4,49	1,09
Toplam	**413,43**	**100,00**

2.2.1.2. Diğer İşlev Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notları

İstanbul ilçeleri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında yapılan incelemeler sonucunda çeşitli alan kullanımlarında da turizm işlevine imkân veren plan notları olduğu tespit edilmiştir. Bu plan notlarına göre aşağıda belirtilen işlev alanları içinde sit alanları, orman alanları, koruma alanları vb. gibi alanlarda turizm fonksiyonu için potansiyel olabilecek alanların yer almasına imkân vermektedir.

- Sit Alanları
- Doğal Değerleri Korunacak Alanlar
- Orman Alanları
- Koruma ve Kontrollü Kullanım Alanları

Diğer işlev alanları kapsamındaki turizm plan notları; Pendik, Sarıyer, Şile ve Tuzla olmak üzere 4 ilçede tespit edilmiştir. 4 ilçeden plan notları ile turizm fonksiyonuna en fazla imkân veren ilçe ise Sarıyer olmuştur. Sarıyer ilçesini sırasıyla Pendik ve Silivri ilçeleri takip etmektedir.

Tablo 2-9. Diğer İşlev Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Pendik	96,24	25,82
Sarıyer	236,65	63,49
Şile	29,80	7,99
Tuzla	10,05	2,70
Toplam	**372,74**	**100,00**

2.2.1.3. Kentsel Çalışma Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notları

İstanbul ilçeleri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında yapılan incelemeler sonucunda kentsel çalışma alan kullanımlarında da turizm işlevine imkân veren plan notları olduğu tespit edilmiştir. Bu plan notlarına göre aşağıda belirtilen işlev alanları içinde; çoğunlukla merkezi bölgelerde yer alan kentsel çalışma alanları pansiyon, otel-motel vb. ağırlıklı olmak üzere konaklama kullanımına imkân verilmektedir.

- Bölgesel İş Alanları
- Kentsel Çalışma Alanları
- Kültürel Tesis Alanları
- Merkezi İş Alanları
- Prestij+Hizmet Alanları
- Sanayi+Depolama Alanları
- Sosyal+Kültürel Alanlar
- Tali İş Merkezleri
- Ticaret Alanları
- Ticaret+Depolama Alanları
- Ticaret+Hizmet Alanları
- Ticaret+Hizmet+Kültür Alanları
- Ticaret+Hizmet Alanları
- Transfer Merkezi Alanları

İstanbul genelinde en fazla turizm işlevine imkân veren grup kentsel çalışma alanları olmuştur. İstanbul ilçeleri nazım imar planlarında turizm alanı olarak tarif edilen 5.432 ha alana ek olarak kentsel çalışma alanlarındaki çeşitli plan notları ile turizm fonksiyonu olarak kullanılabilecek 1.862,71 ha. alan bulunmaktadır.

Tablo 2-10. Kentsel Çalışma Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Arnavutköy	10,23	0,55
Ataşehir	79,69	4,28
Avcılar	137,74	7,39
Bağcılar	233,99	12,56
Bahçelievler	1,93	0,10
Bakırköy	20,18	1,08
Başakşehir	81,47	4,37
Bayrampaşa	110,66	5,94
Beşiktaş	10,89	0,58
Beykoz	5,62	0,30
Beylikdüzü	32,89	1,77
Beyoğlu	23,96	1,29
Büyükçekmece	90,47	4,86
Çatalca	9,60	0,52
Çekmeköy	15,43	0,83
Esenler	65,56	3,52
Eyüpsultan	27,86	1,50
Fatih	95,52	5,13
Gaziosmanpaşa	2,02	0,11
Güngören	51,41	2,76
Kadıköy	2,66	0,14
Kâğıthane	110,53	5,93
Kartal	3,25	0,17
Küçükçekmece	260,98	14,01
Maltepe	0,84	0,05
Pendik	21,16	1,14
Sarıyer	5,78	0,31

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Şile	10,47	0,56
Silivri	189,68	10,18
Şişli	66,71	3,58
Sultanbeyli	1,36	0,07
Tuzla	36,19	1,94
Ümraniye	7,91	0,42
Üsküdar	24,41	1,31
Zeytinburnu	13,66	0,73
Toplam	**1.862,71**	**100,00**

Kentsel çalışma alanları kapsamındaki turizm plan notlarının, ilçelerdeki dağılım oranı ise, en fazla Küçükçekmece ilçesi daha sonra sırası ile Bağcılar ve Silivri ilçeleri takip etmektedir. Adalar, Esenyurt ve Sancaktepe ilçelerinde ise turizm potansiyeli oluşturabilecek kentsel çalışma alanlarına ait herhangi bir plan notu bulunmamaktadır.

2.2.1.4. Konut Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notları

İstanbul ilçeleri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında yapılan incelemeler sonucunda konut alan kullanımlarında da turizm işlevine imkân veren plan notları olduğu tespit edilmiştir. Bu plan notlarına göre aşağıda belirtilen işlev alanları içinde otel, motel, tatil köyü, pansiyon, kamping, bungalov, günübirlik tesisler, apart otel, butik otel, turizm tesisleri, misafirhaneler, rekreasyon ve konaklamaya yönelik tesislerin kullanımına imkan verilmektedir.

- Konut Alanları
- Konut+Ticaret Alanları
- Konut+Ticaret+Hizmet Alanları

Tablo 2-11. Konut Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Arnavutköy	107,97	9,71
Ataşehir	1,23	0,11
Avcılar	35,62	3,20
Bakırköy	1,63	0,15
Başakşehir	48,18	4,33
Beykoz	37,01	3,33
Beylikdüzü	19,95	1,79
Büyükçekmece	30,59	2,75
Esenyurt	1,06	0,09
Eyüpsultan	126,88	11,41
Kadıköy	18,92	1,70
Kâğıthane	12,52	1,13
Küçükçekmece	61,36	5,52
Pendik	0,72	0,06
Sancaktepe	19,79	1,78
Sarıyer	11,04	0,99
Şile	560,55	50,43
Ümraniye	1,47	0,13
Üsküdar	2,92	0,26
Zeytinburnu	12,21	1,10
Toplam	**1.111,61**	**100,00**

Kentsel çalışma alanlarından sonra turizm işlevine imkân veren en fazla grup konut alanları olmuştur. Plan notlarının, ilçelerdeki dağılım oranı ise alanın yarısını oluşturan Şile ilçesi olmuştur. Şile ilçesini sırasıyla Eyipsultan ve Arnavutköy ilçeleri takip etmektedir.

2.2.1.5. Turizm Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notları

İstanbul ilçeleri 1/5.000 ölçekli nazım imar planlarında yapılan incelemeler sonucunda turizm alanlarını da içeren karma kullanımlarda da turizm işlevine imkân veren plan notları olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda belirtilen işlevlerin büyük bir çoğunluğu plan kararlarında bahsedilen alan kullanımlarını karşılamaktadır. Bu alanların dışında planda gösterilemeyen ama plan notlarında bahsedilen turizm işlevine imkân veren plan notları olduğu tespit edilmiştir.

- Deniz Turizm Tesisleri
- Ekolojik Turizm Alanları
- Günübirlik Tesis Alanları
- Günübirlik+Rekreasyon Alanları
- Kamp Alanı
- Kamu Eğitim Dinlenme+Turistik Tesis Alanları
- Konaklama Tesis Alanları
- Konut+Konaklama Alanları
- Konut+Turizm Alanları
- Tarımsal Nitelikli Turizm Alanları
- Ticaret+Konaklama Alanları
- Ticaret+Turizm Alanları
- Ticaret+Turizm+Konut Alanı
- TİCTK Rumuzlu Ticaret+Turizm+Konut Alanı
- TİCTK-1/2 Rumuzlu Ticaret+Turizm+Konut Alanı
- Turizm Tesis Alanı
- Turizm+Hizmet+Ticaret Alanları
- Turizm+Konaklama Alanları
- Turizm+Rekreasyon Alanları
- Yat Limanı Alanı

Tablo 2-12. Turizm Alanları Kapsamındaki Turizm Plan Notlarının İlçelere Göre Dağılımı ve Oranları

İlçeler	Alan (Ha)	Oran (%)
Bakırköy	60,05	99,40
Beyoğlu	0,19	0,31
Beşiktaş	0,13	0,22
Şile	0,04	0,07
Toplam	**60,41**	**100,00**

Turizm alanları ve dâhil olduğu karma kullanımlarda turizm plan notlarının ilçelere göre dağılımı incelediğinde; Bakırköy, Beyoğlu, Beşiktaş ve Şile ilçeleri olmak üzere 4 ilçede tespit edilmiştir. 4 ilçeden plan notları ile turizm fonksiyonuna en fazla imkân veren ilçe ise Bakırköy olmuştur. Bu grubun diğer gruplardan daha az turizm potansiyeli oluşturması ise plan notlarından tespiti yapılan işlevlerin büyük bir kısmının plan kararlarında gösterilmiş olmasıdır.

2.2.2. Meri Nazım İmar Planlarında Turizm Fonksiyonuna İlişkin Potansiyel Alanların Genel Değerlendirilmesi

Tablo 2-13. Plan Kararlarından Gelen Turizm Alanları ve Oranları

	Plan Lejantlarından Gelen Turizm Alanları	Plan Notlarından Gelen Turizm Alanları
Alan (Ha)	5.432	3.820
Oran (%)	58,71	41,29

İstanbul ilçerine ait 983 adet nazım imar planı ve bu planların plan notları incelenerek turizm fonksiyonu olarak belirtilmiş ya da plan notları ile turizm fonksiyonuna imkân veren alanlar mekânsal olarak tespit edilmiştir.

Sonuç olarak plan lejantlarında belirtilen 5.432 ha. turizm alanı ile plan notlarında ifade edilen potansiyel 3.820 ha. turizm alanı tespit edilmiştir.

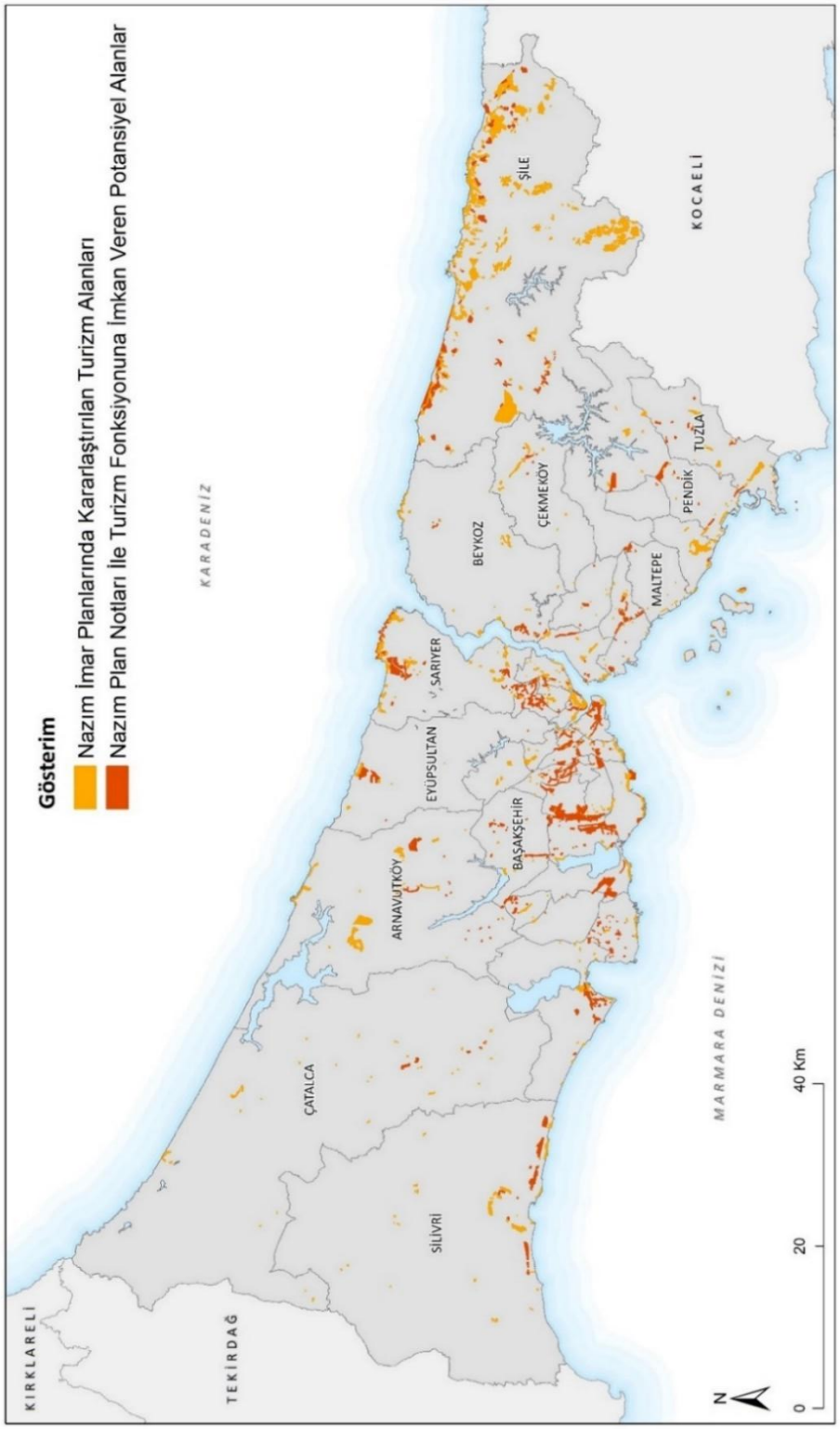
Plan notlarından gelen turizm kullanımına potansiyel oluşturabilen hükümler beş başlık altında incelenmiş ve her grubun ilçelere göre dağılımı tespit edilmiştir.

Kentsel çalışma alanları ve konut alanları ile ilgili plan notlarında; karma alan kullanımlarının çok fazla olması, alan kullanım dengesinin planlarda daha net ifade edilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

Açık yeşil alanlar ve diğer işlev alanları kapsamında doğal çevrenin korunması ve turizme katkı sağlaması bakımından önem arz etmektedir. Koruma-kullanma dengesi sağlanarak bu alanlar, şehirlerin kamusal alan ihtiyacı ile donatı ihtiyaçlarını karşılayarak turizm için önemli potansiyel alanları oluşturmaktadır. Turizmin sürdürülebilirliğini sağlayacak en temel grubu oluşturtmaktadır.

Turizm alanları ilgili grupta ise ağırlık olarak plan lejantlarında gösterilen alanlardır. Turizm türlerine göre plan kararları detaylandırılmış, plan notlarında ise yapılaşma kararları ile varsa karma kullanımlardan gelen turizm fonksiyona imkân veren alanlar tespit edilmiştir.

Şekil 2-3. Plan Notları İle Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Potansiyel Alanlar ile Plan Lejantlarında Turizm Fonksiyonu Olarak Gösterilen Alanlar



2.3. Mevcut Arazi Kullanımı ile Plan Kararlarının Karşılaştırılması

İstanbul il genelinde; 5.432 ha. alan plan kararlarından gelen turizm fonksiyonu olarak gösterilen alanlar ile 3.820 ha. alan turizm fonksiyonu için potansiyel oluşturan plan notları tespiti yapılmış ve toplam 9.252 ha. alan İstanbul için turizm potansiyeli oluşturmaktadır.

Bu alanların mevcut arazide kullanımı ile plan kararları karşılaştırılarak; plan kararları ile arazi kullanımının uyumu incelenmiş, turizm için potansiyel oluşturan alanların arazide tespiti yapılmıştır.

Tablo 2-14. Plan Lejantlarında Turizm Fonksiyonu Olarak Gösterilen Alanların Mevcut Arazi Kullanımı ile Karşılaştırılması

Alanlar	Alan (Ha)	Oran (%)
Plan Kararları Uygulanmış Alanlar	867,56	15,97
Potansiyel Alanlar	4.564,53	84,03
Toplam	**5.432,09**	**100,00**

Plan lejantlarından gelen turizm alanlarının sadece %15,97 gibi az bir kısmında plan kararlarının uygulanmış olduğunu tespit ediyoruz. Plan lejantlarında turizm fonksiyonu olarak gösterilen ancak arazi de uygulaması gerçekleşmemiş alanlar ise turizm kararı devam eden potansiyel alanlar olarak kabul edilmiştir. Bu potansiyel alanların mevcut arazide kullanımları tespit edilmiştir.

Tablo 2-15. Plan Kararlarından Gelen Potansiyel Alanların Mevcut Arazi Kullanımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir)

Kullanımlar	Alan (Ha)	Oran (‰)
Ağaçlık Alan	322,70	70,70
Akaryakıt ve Servis İstasyonu Alanı	0,41	0,09
Ana İstasyon (Gar)	5,37	1,18
Askeri Alan	32,33	7,08
Boş Alan	968,87	212,26

Kullanımlar	Alan (Ha)	Oran (‰)
Depolama Alanı	4,41	0,97
Diğer	7,58	1,66
Eğitim Alanı	4,81	1,05
Eğitim Alanı-Mevcut Konut Alanı	4,01	0,88
Yüksek Öğretim Alanı	5,50	1,21
Genel Otopark Alanı	4,59	1,01
Kamu Hizmet Alanı	21,01	4,60
Kamu Hizmet Alanı-Ticaret Alanı	0,35	0,08
Kent Ormanı	1,17	0,26
Kumsal- Plaj	10,80	2,37
Kültürel Tesis Alanı	0,22	0,05
Kültürel Tesis Alanı-Sosyal Tesis Alanı	0,44	0,10
Maden Çıkarım ve İşletme Alanı	88,21	19,32
Marina/Liman	3,29	0,72
Mesire Alanı	0,03	0,01
Mevcut Konut Alanı	234,17	51,31
Meydan	0,45	0,10
Mezarlık Alanı	1,11	0,24
Orman Alanı	1325,58	290,41
Park ve Yeşil Alan	7,40	1,62
Pasif Yeşil Alan	5,54	1,21
Rekreasyon Alanı	1,55	0,34
Sanayi Alanı	175,56	38,46
Sosyal Tesis Alanı	0,54	0,12
Spor Alanı	12,86	2,82
Spor Alanı-Ticaret Alanı	2,54	0,56
Tarım Alanı	1224,85	268,34
Tarım ve Hayvancılık Tesis Alanı	3,35	0,73
Teknik Altyapı Alanı	0,13	0,03

Kullanımlar	Alan (Ha)	Oran (‰)
Ticaret-Konut Alanı	25,29	5,54
Ticaret-Sanayi Alanı	32,90	7,21
Ticaret Alanı	24,61	5,39
Toplam	**4.564,53**	**1000,00**

Yukarıdaki tabloya göre meri nazım imar planlarında turizm alan kararı bulunan potansiyel alanların, mevcut arazi kullanımı ile karşılaştırıldığında sırasıyla en fazla orman alanları, tarım alanları, boş alanlar ve ağaçlık alanlar olduğu tespit edilmiştir. Alanın %84,13'ünü oluşturan bu potansiyel turizm alanları, güncel arazi kullanımında doğal alanlar ya da boş alanlarda da bulunduğu tespit edilmiştir. Yapılaşmış ya da diğer kullanım alanları olarak kullanılan alanlar, alanın %15,87'sini oluşturmaktadır.

4.566 ha alan plan kararları ile turizm fonksiyonları için kullanılmasına izin veren ancak bu potansiyelin arazide henüz hayata geçmemiş kısmını oluşturmaktadır. Bu alanların plan kararları uygulanarak hem turizm alanları için doğru yer seçimi hem de İstanbul ili için turizm alanlarının planlı gelişmesinin yolu açılmaktadır.

Ayrıca, nazım imar planlarında gösterilemeyen ancak plan notları ile turizm fonksiyonlarının kullanımına imkân veren alanların, yukarıda detaylı bahsedildiği üzere mekânsal olarak tespiti yapılmıştır.

Bu alanların da mevcut arazi de kullanımları incelenmiş, turizm için potansiyel oluşturan alanların arazide tespiti yapılmıştır. Plan notları ile gelen alanlarda, bu alanların planlarda gösteriminin turizmden farklı alanlar olduğu ancak plan notları hükümleri ile de turizm fonksiyonuna imkân verdiği için tespiti yapılmıştır. Bunun sonucu olarak yapılan arazi kullanımı ile karşılaştırılması çalışmasında, arazi de eğer bir turizm alanı varsa plan notlarının vermiş olduğu imkânın kullanılmış olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 2-16. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Alanların Mevcut Arazi Kullanımı ile Karşılaştırılması

Alanlar	Alan (Ha)	Oran (%)
Plan Kararları Uygulanmış Alanlar	245,31	6,42
Potansiyel Alanlar	3575,56	93,58
Toplam	**3820,87**	**100,00**

Plan notlarından gelen turizm fonksiyonuna imkân veren alanların sadece %6,42'sinin arazide uygulanmış olduğu tespit edilmiştir. Plan notları ile turizm fonksiyonuna imkân veren ama bu plan kararlarının gerçekleşmediği alanlar ise potansiyel alanlar olarak kabul edilmiştir. Bu potansiyel alanların mevcut arazide kullanımları tespit edilmiştir.

Tablo 2-17. Plan Notları ile Turizm Fonksiyonuna İmkân Veren Alanların Mevcut Arazi Kullanımı (Oranlar Binde Olarak Verilmiştir)

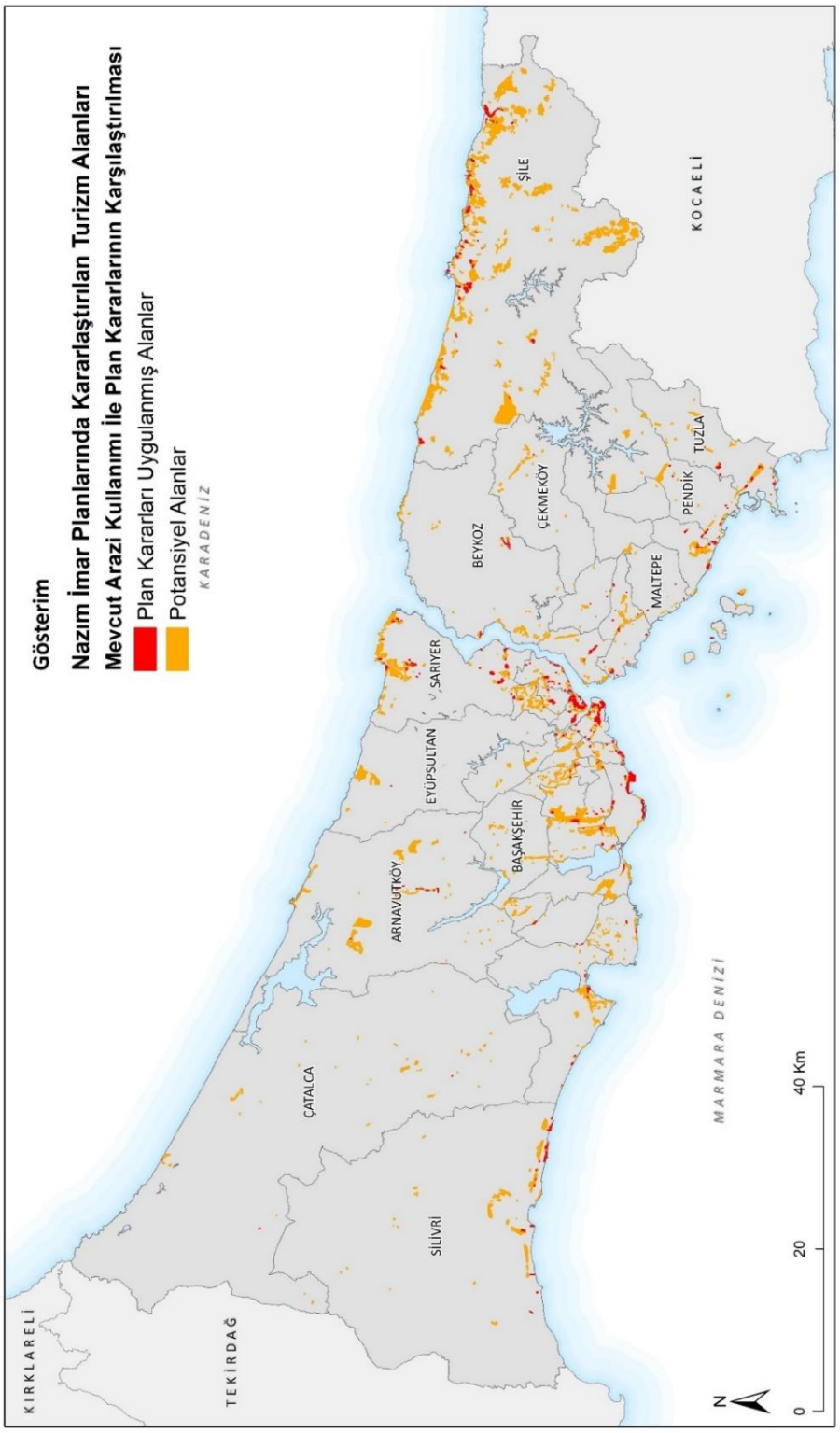
Kullanımlar	Alan (Ha)	Oran(‰)
Ağaçlık Alan	54,89	15,35
Akaryakıt ve Servis İstasyonu Alanı	0,04	0,01
Askeri Alan	1,18	0,33
Belediye Hizmet Alanı	13,59	3,80
Belediye Hizmet Alanı-Kamu Hizmet Alanı	13,80	3,86
Boş Alan	382,40	106,95
Depolama Alanı	8,47	2,37
Diğer	1,27	0,35
Donatı Alanı	0,56	0,16
Eğitim Alanı	3,29	0,92
Eğitim Alanı-Mevcut Konut Alanı	0,14	0,04
Enerji Depolama Alanı	0,91	0,26
Genel Otopark-Mevcut Konut Alanı	0,07	0,02
Genel Otopark-Ticaret Alanı	1,07	0,30
İskele	0,34	0,09
Kamu Hizmet Alanı	2,85	0,80
Kamu Hizmet Alanı-Mevcut Konut Alanı	0,22	0,06
Kamu Hizmet Alanı-Ticaret Alanı	9,62	2,69
Karma Kullanım	3,11	0,87
Kumsal- Plaj	187,37	52,40
Kültürel Tesis Alanı	2,43	0,68
Kültürel Tesis Alanı-Ticaret Alanı	0,41	0,12
Lojistik-Depolama Alanı	5,49	1,53
Maden Çıkarım Ve İşletme Alanı	8,87	2,48
Mevcut Konut Alanı	620,02	173,40
Orman Alanı	431,78	120,76
Park ve Yeşil Alan	20,59	5,76

Kullanımlar	Alan (Ha)	Oran(‰)
Pasif Yeşil Alan	1,82	0,51
Pazar Alanı	0,76	0,21
Sağlık Tesisi Alanı	0,63	0,18
Sanayi-Konut Alanı	12,15	3,40
Sanayi Alanı	297,08	83,09
Sosyal Tesis Alanı	3,10	0,87
Spor Alanı	8,62	2,41
Spor Alanı-Ticaret Alanı	11,32	3,17
Tarım Alanı	312,39	87,37
Ticaret-Konut Alanı	624,75	174,73
Ticaret-Sanayi Alanı	297,17	83,11
Ticaret Alanı	226,91	63,46
Ticaret Alanı-Donatı Alanı	3,80	1,06
Yüksek Öğretim Alanı	0,29	0,08
Toplam	**3.575,56**	**1000,00**

Meri nazım imar planlarının plan notlarından gelen potansiyel alanların mevcut arazi kullanımı ile karşılaştırılması sonucunda en fazla kullanım sırasıyla Ticaret+Konut alanı, mevcut konut alanı ve orman alanlarıdır. Karma kullanımlarda ve yapılaşmış alanlarda potansiyel alanların ağırlıklı bulunması, bu alanlarda plan notları ile turizm fonksiyonlarında özellikle otel-motel, pansiyon vb. kullanımlar ile konaklama imkânlarına olanak sağlamasıdır. Açık yeşil alanlar da ise ağırlıklı olarak park ve rekreasyon alanları, günübirlik turizm tesis alanları, kamp alanları gibi doğa ile uyumlu turizm alanlarını desteklemektedir.

İhtiyaca ve geleceğe dönük sürdürülebilir turizm hedefleri için 3.575 ha alan plan notlarından gelen imkân ve sınırlar çerçevesinde turizm fonksiyonları için kullanılabilir

Şekil 2-4. Mevcut Arazi Kullanımı İle Plan Kararlarının Karşılaştırılması



İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TEMEL GÖSTERGE SİSTEM YAKLAŞIMI

İstanbul Turizm Eylem Planı çerçevesini oluşturacak olan ana odak noktaları ile uluslararası sürdürülebilir turizm gösterge sistemlerini temel alan bir *'sistem yaklaşımı'* önerisi yer almaktadır. Söz konusu yaklaşım; Küresel Turizm Eğilimleri ve İstanbul'un Dünya Turizmindeki yeri analizinin sistematik bir yaklaşım ile senteze ulaşılmasını sağlamaktadır. Sistem yaklaşımı, raporun takibi konusunda anahtar bir çerçeve sunmaktadır.

Küresel turizm eğilimleri ve İstanbul'un Dünya turizmdeki konumu başlıkları İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge modülleri çerçevesinde analiz edilmektedir. Etkin sürdürülebilir yönetim, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik, tarihi miras ve kültürel sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, yapılaşmış çevrede sürdürülebilirlik temaları küresel düzeyde, Türkiye ve İstanbul ölçeğinde analiz edilmektedir.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ ODAKLI YAKLAŞIM

BM Dünyası Turizm Örgütü (UNWTO) turizmi mevcut tanımın ötesinde kendi özelliklerini tam olarak dikkate alan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel ziyaretçilerin ve sektörün ihtiyaçlarına hitap eden etkiler, çevre ve ev sahibi topluluklar olarak tarif etmektedir. İstanbul Turizm Eylem Planı'nın odak noktası *Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri* çerçevesinde; çevrenin, destinasyonun, turizm çeşitlerinin, ziyaretçinin, ev sahibi yerel topluluğun, yerel ve merkezi yönetimin bütüncül bir yaklaşımla ele alınmasından oluşmaktadır. Tüm bu unsurlar Turizm Eylem planında yerel ve küresel iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik konusundaki sorumluluğu almayı ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini uygulamasına katkıda bulunmayı gerektirmiştir. Eylem plan, söz konusu yüksek sorumluluk gerektiren strateji ve eylemlerin uygulanmasında büyük, orta ve küçük ölçekli tüm turizm türleri ve işletmeleri için uygulanabilir olmasını hedeflemektedir. Küresel olarak lider sektör durumundaki turizmin yaşam kalitesi ve refah temelli bir yaklaşım ile ulusal ve yerel bir zeminde planlamasını gerektirmektedir.

3.1. Üstün Evrensel Değer Odaklı Yaklaşım

Dünya Mirası Kültür Varlıkları için Kültür Mirası Etki Değerlendirmesi (KMED) Rehberi (2011) Yeni yapılanmaların/ bayındırlık projelerinin Dünya Mirası (DM) alanlarının Üstün Evrensel Değeri (ÜED) üzerindeki etkilerini doğru bir şekilde değerlendirmek için yapılacak *Kültür Mirası Etki Değerlendirmesi* (KMED) hazırlık sürecine rehberlik etmektir. Üstün Evrensel Değer (ÜED) kavramı Dünya Miras Sözleşmesi'nin ruhunu oluşturur ve Liste'ye kayıtlı varlıklarla ilgili tüm eylemler bu temel kavramla ilişkilidir. Dünyanın Kültürel ve Doğal Mirası'nın korunması için 1972'de oluşturulan Dünya Miras Sözleşmesi, "tüm insanlığın dünya mirasının" bir parçası olan ve "korunarak gelecek kuşaklara aktarılmaya" layık olan 'İstisnai Evrensel Değer'e sahip varlıkları gözetir. Dünya mirası bağlamında ve özelde söz konusu kültür varlığının niteliklerine ilişkin bir değerlendirme sunmak DM varlığının ve onun ÜED'inin, özgünlük ve bütünlüğünün, durumunun, bulunduğu bağlamın (diğer kültür mirası niteliklerini de içeren) ve özelliklerin birbiri ile ilişkilerinin kapsamlı olarak anlaşıldığını; Yeni proje veya değişim önerilerinden kaynaklanan etki türlerinin anlaşıldığını; Değişim önerilerinin alanın kültür miras öğeleri

ve özellikle ÜED'i, bütünlüğü ve özgünlüğü üzerindeki etkilerinin (yararlı veya olumsuz) değerlendirilmesidir.

3.2. Korunan Alanlar Odaklı Yaklaşım

İstanbul 5.510 kilometrekarelik bir alan üzerinde yaklaşık 2500 doğal bitki çeşidine ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'nin floristik zenginliği bir kıta ile İstanbul'un zenginliği de ülkeler ile kıyaslanabilecek zenginliktedir. İstanbul'un florasının zenginliği bulunduğu coğrafik konum (kıtalar ve denizler arasında yer alması) jeolojik yapısı, topoğrafyası ve iklimine bağlıdır. İstanbul'un olağanüstü zengin bir habitat çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır (kalkerli meralar, kıyı kumulları, sulak alanlar, fundalıklar, kayın -meşe - gürgen ormanları, meşe baltalık ormanları ve turbalıklar vb.) Örneğin İstanbul, Türkiye'nin ve Doğu Avrupa'nın en zengin fundalıklarına sahiptir.

3.3. İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Sistemi

İstanbul Turizm Eylem Planı, gelecek trendleri analiz ederek stratejileri ortaya koyarken İstanbul 2050 Vizyon stratejilerini, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini ve GSTC Kriterlerini bir araya getiren gelecek trendlere odaklı gösterge sistemi ile analiz edilmektedir.

3.4. BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, İstanbul 2050 Vizyonu ve Hedefleri ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Gösterge Uyumu

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, gezegeni korurken refahı artırmak için yoksul, zengin ve orta gelirli tüm ülkeler tarafından yapılan bir eylem çağrısıdır. Yoksulluğu sona erdirmenin, ekonomik büyümeyi inşa eden ve eğitim, sağlık, sosyal koruma ve iş fırsatları dâhil olmak üzere bir dizi sosyal ihtiyacı karşılayan ve aynı zamanda iklim değişikliği ve çevrenin korunmasıyla mücadele eden stratejilerle el ele gitmesi gerekmektedir. Küresel

Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterleri sürdürülebilir turizme ilişkin ortak bir anlayış sağlamak adına oluşturulmuştur. Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri ile Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında güçlü bir ilişki vardır. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterlerini benimseyerek BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin karşılanmasına katkıda bulunulmaktadır. Ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutların tümü Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri tarafından ele alınmaktadır. Kriterlerin uygulanması, Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Gündemine ve 17 adet Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SKH) katkıda bulunmasına yardımcı olacaktır. Kriterlerin her birine karşılık, ona en yakın ilişkide olan 17 SKH'lerinden biri veya daha fazlası yer almaktadır.

3.5. İstanbul Turizm Eylem Planı Gelecek Trendlere Odaklı Temel Gösterge Sistemi

Küresel Sürdürülebilir Turizm kriterleri, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler) ile uyumludur ve sürdürülebilirliğin dört temel direğine dayanmaktadır:

Tablo 3-1. Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Performans Gösterge Seti

A	Küresel çapta Turizmin Etkin Sürdürülebilir Yönetimi
B	Küresel çapta Turizme Yönelik Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik
C	Küresel çapta Turizme Yönelik Tarihi Miras ve Kültürel Sürdürülebilirlik
D	Küresel çapta Turizme yönelik Çevresel Sürdürülebilirlik

Kaynak: www.gstc.com

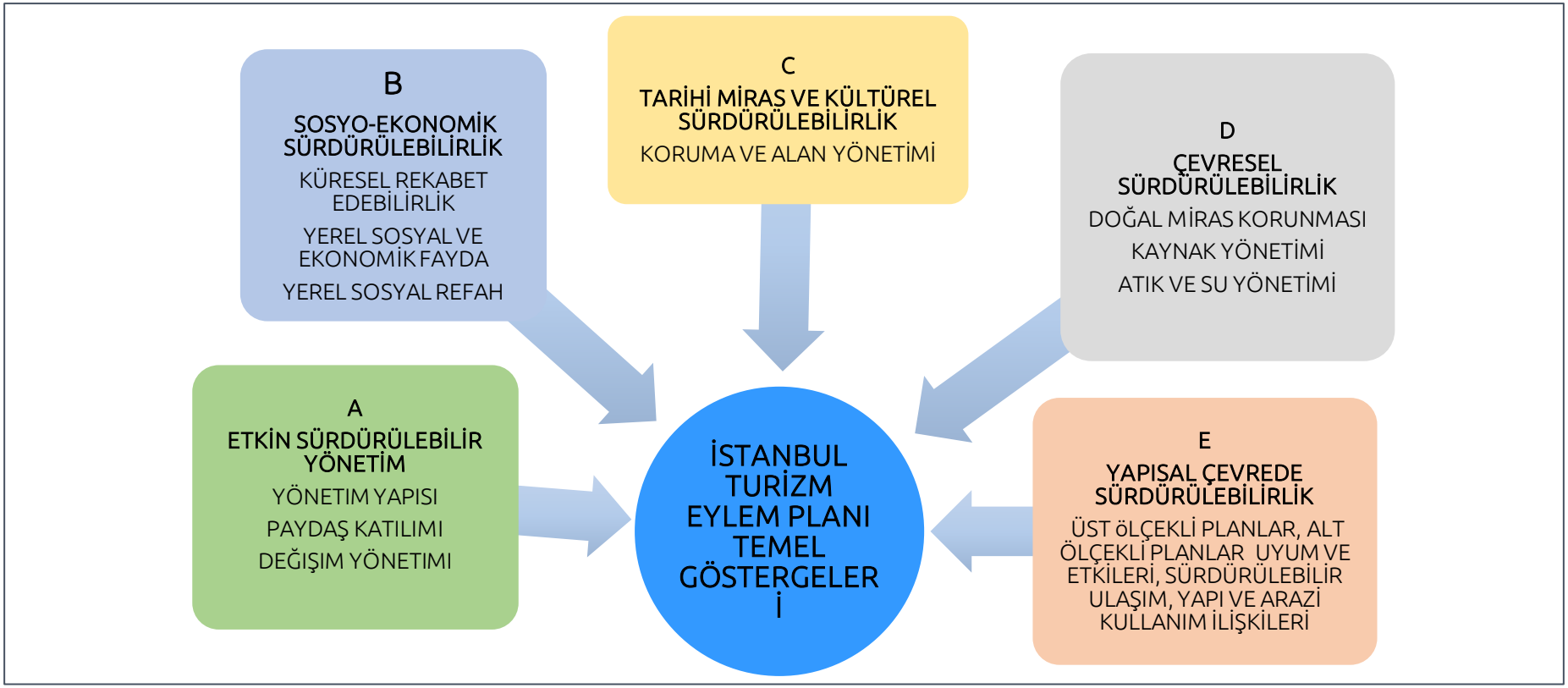
İstanbul'a özel olarak yapılan Turizm Eylem Planı Temel Göstergelerine 'Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik' başlıklı beşinci bir modül eklenerek (Tablo 3-1) İstanbul Vizyonu 2050 'nin yaşam kalitesini ve sosyal refahı hedeflerini odağına alan bir gösterge sistemi önerisi getirilmiştir (Tablo 3-2) (Şekil 3-1).

Tablo 3-2. İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Modülleri

A	*İstanbul'da Turizmin Etkin Sürdürülebilir Yönetimi*
B	*İstanbul'da Turizmin Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirliği*
C	*İstanbul'da Turizmin Tarihi Miras ve Kültürel Sürdürülebilirliği*
D	*İstanbul'da Turizmin Çevresel Sürdürülebilirliği*
E	*İstanbul'da Turizmin Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirliği*

İstanbul Turizm Eylem Planı analiz ve sentez aşamalarında kullanılacak olan **'gelecek trendlere odaklı gösterge sistem yaklaşımı'** hem küresel hedeflerin hem yerel hedeflerin uygulanmasını sağlayacak stratejilerin üretilmesine olanak sağlayacaktır.

Şekil 3-1. Gelecek Trendlere Odaklı Sürdürülebilir Turizm Gösterge Sistemi



Kaynak: GSTC ve Green Destination Baz Alınarak İstanbul Turizm Eylem Planı için Yazar Grubu tarafından üretilmişti

4. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE A MODÜLÜ: ETKİN SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİM

Sürdürülebilir yönetim, uzun vadeli destinasyon sürdürülebilirliğini sağlamak için turizm çözüm stratejilerinin planlanması, koordine edilmesi ve uygulanmasını ifade etmektedir. Bu stratejiler, hem seyahat edenlerin hem de yerel halkın, bir turizm destinasyonundan en verimli şekilde yararlanmasını sağlamaktadır (Solimar İnternational, 2023). Sürdürülebilir yönetim sistemlerinde, sektöre kaynak olabilecek her türlü bileşenin etkin ve verimli yönetimi esastır. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi'ne göre, etkili bir sürdürülebilir turizm uygulaması için gerekli parametreler şu şekildedir (GSTC; 2016);

- Destinasyon yönetimi
- Yasal uyum
- Bütüncül raporlama
- Katılım
- Müşteri deneyimi
- Doğru tanıtım
- Çevresel uyum (Binalar, altyapı vb.)
- Etki ve bütünlük
- Sürdürülebilir uygulamalar ve materyaller
- Herkes için erişim

Turizm destinasyonlarının geliştirilmesi ve geliştirilerek yönetilmesi hususu, bütüncül bir yaklaşımı ve yönetişimi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, hükümetin turizm politikalarındaki kapasitesi, koordinasyon ve işbirliğine ek olarak paydaş katılımı ile belirlenir (UNWTO, tarih yok). Mevcut durum değerlendirmesine ek olarak, sürdürülebilir yönetim yaklaşımlarını içeren uygulamalar (politika, strateji, eylem vb.), turizm destinasyonun doğru tanıtımı ve kaynak verimliliği esas alınarak; etki, bütüncüllük ve çevresel uyum kriterleri gözetilerek uygulamaya konur.

İstanbul Turizm Eylem Planı'nın 'Gelecek trendlere odaklı gösterge sistemi'nin A modülü, turizmin destinasyonlarının sürdürülebilir yönetimine odaklanmaktadır.

4.1. Küresel Eğilimler - Etkin Sürdürülebilir Yönetim

Sürdürülebilir turizm yönetimi kapsamında ülkeler, 2020 öncesinde sahip oldukları turizm politikalarını güncellemeye başlamışlardır. Hem içinde bulunduğumuz teknoloji çağı, hem de pandemiden sonra değişen eğilimler, "Sürdürülebilir Turizm" kavramını öne çıkarmaktadır. Özellikle pandemi dönemi sonrasında sektörde öne çıkan turizm firmaları, seyahat şirketleri ve konaklama tesisleri, turistlerin ilgisini çekebilmek için sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda kendilerini güncelleme yoluna gitmişlerdir. Küresel ölçekte artan sürdürülebilirlik farkındalığı neticesinde, sürdürülebilir turizm yaklaşımına olan ilgi gittikçe artmaktadır.

4.2. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini dikkate alarak turizm sektörünün gelecekteki sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı, turizm faaliyetlerinin sadece kısa vadeli ekonomik faydalarını değil, aynı zamanda uzun vadeli çevresel ve sosyal faydalarını da dikkate almaktadır. Sürdürülebilir turizmin ilkeleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Agyeiqaah, 2017);

Çevresel Koruma

Turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için çevrenin korunmasına öncelik verilmelidir. Bu çerçevede, atık yönetimi, su kullanımı, enerji verimliliği, doğal alanların korunması ve turistik bölgelerin çevresel sürdürülebilirliği gibi konulara dikkat edilmesi gerekmektedir.

Sosyal Uyum

Turizm faaliyetleri, yerel halkın kültür, gelenek ve değerlerini korumalı ve onlara saygı duymalıdır. Turizm faaliyetleri yerel toplulukların refahını artırmalı, istihdam yaratmalı ve yerel halkın sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamalıdır.

Ekonomik Sürdürülebilirlik

Turizm faaliyetleri, yerel ekonomileri desteklemeli ve turizm gelirlerinin yerel halka yarar sağlamasına olanak tanımalıdır. Bu, yerel ürünlerin kullanımı, turizm faaliyetlerinde yerel halkın istihdam edilmesi, yerel kültürel ve doğal kaynakların turizm gelirleri yoluyla korunması ve turizm faaliyetlerinin yüksek ekonomik etkileri için vergi gibi yöntemlerle mali kaynaklar yaratılması gibi yollarla gerçekleştirilebilir.

Katılım ve İş Birliği

Sürdürülebilir turizm, turistlerin, yerel halkın, turizm işletmelerinin ve yerel yönetimlerin iş birliği yaparak, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için katılımını gerektirir. Böylece, sürdürülebilir turizmin yönetimini ve uygulanmasını kolaylaştıracaktır.

Kalite ve Rekabet

Sürdürülebilir turizm, turizm hizmetlerinin kalitesini artırmayı amaçlamalıdır. Turizm faaliyetleri, turistlerin memnuniyetini artırmak için yüksek kalitede hizmetler sunmalı, turizm faaliyetlerinin yerel toplumlar ve doğal alanlar üzerindeki etkilerini en aza indirmek için yüksek kalitede çevresel ve sosyal uygulamalar geliştirmelidir (UNWTO, 2013).

Pandemi sonrası dönemde, sürdürülebilir turizm eğilimleri ile birlikte, turizm sektörünün yeniden canlandırılması için sürdürülebilir turizm, alternatif bir yol olarak görülmeye başlanmıştır. Turistlerin, sürdürülebilir turizm ilkelerini göz önünde bulundurarak seyahat etmeleri, turizm sektörünün gelecekteki sürdürülebilirliğini sağlamada kritik bir öneme sahiptir (Sharma ve diğ., 2020). Pandemiden sonra artan sürdürülebilir turizm eğilimine ek olarak, küresel ölçekte gerçekleşen turizm faaliyetlerinde yerel turizm ön plana çıkmış ve turistlerin ülke içi seyahatlerinde artış meydana gelmiştir (Gössling ve diğ. 2020). Bu durum, yerel turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır.

4.3. Destinasyon Yönetim Organizasyonu (DMO)

Yerel STK'ların, topluluk ve yerli temsilcilerin, akademi dünyasının ve yerel ticaret odalarının katılımıyla yerel yönetimler tarafından yönetilen katılımcı yönetişim yapıları, "Destinasyon Yönetim Organizasyonları" (DMO–Destination Management Organisations) olarak bilinen yapıları oluşturmaktadır. DMO'lar genellikle yerel turizm kurulları, konseyleri veya kalkınma örgütlerini içermektedir. Yerel turizm işletmeleri ağı (oteller, turistik yerler, ulaşım hizmetleri, rehberler ve ekipman kiralama gibi hizmet sağlayıcılar, restoranlar vb.), herhangi bir turizm destinasyonun önemli bir parçasını oluşturmaktadır ki DMO'lar tüm bu turizm destinasyonu ve destinasyon ağları arasındaki ilişkiyi bütüncül bir yaklaşımla ele alarak, destinasyon kullanımının sürdürülebilir olmasını sağlarlar (Turizm Destinasyonu Yönetimi).

Dilimize Destinasyon Yönetim Organizasyonu (DMO) olarak çevirebileceğimiz bu yapılar; turizm sektörünün bileşenlerini kamu/özel ayrımı yapmaksızın bir araya getiren, ortak akıl süreçlerine dayanan, katılımcı, şeffaf organizasyonlardır. Bu organizasyonlarda konvansiyonel turizm yönetimi anlayışının dışında bir anlayışla, bölgede yaşayan insanların, yerel ekonomik aktörlerin ve turizm sektörü bileşenlerinin karar alma mekanizmalarında söz hakkı bulunmaktadır. DMO yapıları ilk gelişim süreçlerinde her kent için bir tane kurulurken, günümüzde bu yapıların her destinasyon için ayrı ayrı kurulmaya başlandığı da göze çarpmaktadır.

İstanbul'un Rekabet Edebileceği Şehirlerde Turizmin Organizasyon Yapısı ve Turizm Politikaları

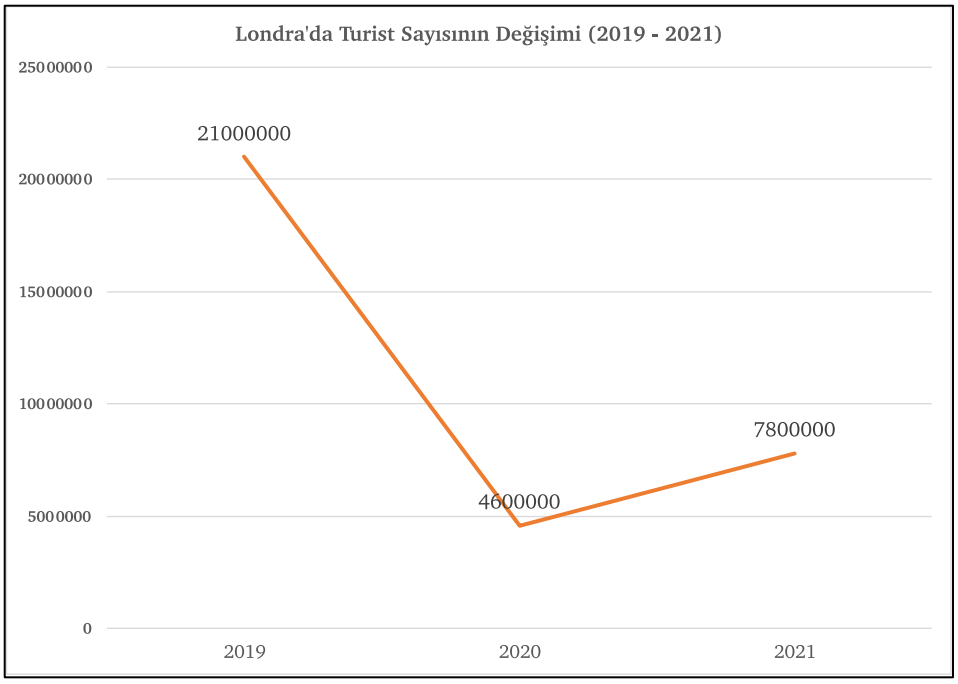
Pandemi dönemi sonrasında İstanbul'un turizm vizyonunun belirlenmesi için İstanbul'un Dünya'da rekabet edebileceği şehirler incelenmiştir. İstanbul'un turizmde rekabet edebileceği şehirlerarasında Avrupa'dan Londra, Paris, Berlin, Amsterdam, Roma ve Barselona; Amerika'dan New York; Orta Doğu'dan Dubai; Asya'dan ise Bangkok ve Singapur ön plana çıkmaktadır. Söz konusu şehirlerin öncelikle turizmde organizasyon yapıları aktarılmış, daha sonra ise pandemi öncesindeki turizm vizyon ve stratejileri, pandemi döneminde geliştirdikleri turizm politikaları ve pandemi dönemi sonrasındaki turizm vizyonları ve politikaları detaylı olarak açıklanmıştır.

4.3.1. Londra

Londra'da turizm yönetiminde farklı düzeylerde birçok kurum yer almaktadır. Bunların başında İngiltere Turizm Ajansı ve İngiltere Turizm Konseyi gelmektedir. Bu iki kurum VisitBritain ve VisitEngland Platformları kapsamında Birleşik Krallık ve İngiltere'nin turizm ekseninde tanıtılmasını ve turizm sektörünün geliştirilmesi için çalışmaktadır. Bir diğer önemli kurum ise Londra Belediyesi'dir. Londra Belediyesi bünyesinde kurulan London & Partners Ajansı, Londra'nın turizm ve yatırım fırsatlarını dünyaya tanıtmak ve Londra'nın küresel olarak önde gelen şehirlerdeki konumu korumak amacıyla kurulmuştur ve Londra'nın resmi turizm kuruluşu olma görevini üstlenmektedir. Kamu özel ortaklığına dayanan bu ajans Londra'da turizm sektörünün geliştirilmesi için çeşitli programlar ve etkinlikler düzenlemektedir. Londra'nın turizm sektörünü yönetmek için ayrıca Londra Belediyesi bünyesinde bir Turizm ve Kültür Departmanı (Tourism and Culture Directorate) bulunmaktadır. Bu departman, Londra'yı turizm açısından tanıtmak, turistlere bilgi sağlamak ve turizm işletmeleri için destek sağlamak gibi görevleri üstlenmektedir. Ayrıca, turizm sektörü ile ilgili düzenlemeler ve politikalar için sorumlu olan bir dizi yerel yetkilendirme organı da bulunmaktadır. Bu kurumların yanı sıra Londra'da turizmin yönetiminde etkili olan ve öne çıkan diğer kurumlar ise Londra Turizm Federasyonu ve Londra'daki turizm işletmelerine finansal destek sağlayan Londra Ticaret Odası'dır. Londra'daki turizm sektörü aynı zamanda özel sektör kuruluşları tarafından da desteklenmektedir. Turistik cazibe merkezleri, otel zincirleri, tur operatörleri, tur rehberleri, restoranlar ve diğer turizm işletmeleri, turizm sektörünün yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Turizm işletmeleri, turistlerin ziyaretleri için çeşitli hizmetler sunmakta ve turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktadır. Turizm danışmanlık firmaları, turizm sektöründe çalışan işletmelere danışmanlık hizmetleri sunarak sektörün gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Londra'da turizm yönetimi hem merkezi hükümet hem de yerel yönetimler tarafından koordine edilmektedir Londra'nın turizm organizasyonunda merkezi ve yerel yönetimin beraber yer aldığı kamu – özel iş birliği modeli ön plandadır.

Şekil 4-1. Londra'da Turist Sayısının Değişimi (2019 – 2021)



Kaynak: (City of London, 2022)

Covid-19 Pandemi döneminden önce 2019 yılında Londra'ya gelen turist sayısı 21 milyon iken bu sayı 2020 yılında %78,09 oranında azalarak 4,6 milyon olmuştur. 2021 yılında ise 2020 yılına göre %41,02 oranında artmış ve 7,8 milyon olmuştur (City of London, 2022) (Şekil 4-1).

4.3.1.1. Pandemi Öncesi Dönemde Londra'nın Turizm Vizyonu ve Stratejileri

Küresel Pandemi dönemi öncesinde Londra'nın temel turizm amacı daha çok turist çekmeye odaklanmıştır. Hedefleri arasında turistlerin ilgisini çekebilecek etkinliklerin ve kültürel faaliyetlerin düzenlenmesi, turistlere sunulan konaklama, yeme-içme, ulaşım ve alışveriş imkânlarının iyileştirilmesi, turizm sektöründe istihdamın artırılması ve turistlerin güvenliği için alınan tedbirlerin yeterliliği gibi konulara odaklanılmıştır. Londra Belediyesi, Turizm ve Yaratıcı Sanatlar Bakanlığı gibi kurumlar, turizm sektörünü geliştirmek ve Londra'yı dünyanın önde gelen turistik destinasyonlarından biri haline getirmek için çeşitli çalışmalar yürütmüşlerdir. Londra'da turizmi artırmak için ünlü tiyatro oyunları, sergiler, festivaller ve konserler gibi çeşitli kültürel faaliyetler

gerçekleştirilmiştir. Bunların yanı sıra Londra'da pandemi öncesi dönemde turizm sektörünün öncelikli hedeflerinden biri, Londra'nın tarihi ve kültürel zenginliklerini turistlere daha etkili bir şekilde tanıtmak olmuştur.

Öte yandan Londra Belediyesi 2019 yılında "Londra'da Sürdürülebilir Turizm Strateji Belgesi'ni yayınlamıştır. Bu stratejinin temel hedefleri arasında, turizmin Londra'nın ekonomisine ve toplumuna katkısını artırmak, ziyaretçi sayısını artırmak, fakat aynı zamanda doğal kaynakları ve çevreyi korumak ve Londra'nın kültürel mirasını korumak yer almıştır. Stratejinin ana hedefleri arasında, Londra'nın turizm endüstrisi için sürdürülebilir bir kalkınma sağlaması, ziyaretçi memnuniyetinin artması, yerel ekonomiye ve istihdama katkı sağlaması, turizm sektörünün çevre üzerindeki etkilerinin azaltılması ve çevre dostu turizm uygulamalarının teşvik edilmesi yer almıştır. Bunun yanı sıra, Londra Belediyesi turizm sektörünün daha adil ve eşitlikçi bir şekilde dağılımını sağlamak için turizmin olumsuz etkilerini özellikle de yerel toplumun işlerini ve yaşam tarzlarını etkileyebilecek artan kira ve yaşam maliyetleri, Londra Belediyesi tarafından ele alınmaktadır. Bu nedenle, Londra Belediyesi, turizm endüstrisinin daha adil bir şekilde dağıtılması için çalışmalar yürütmekte ve yerel halkın turizm sektöründen daha fazla fayda sağlamak için çaba sarf etmeyi hedeflemiştir.

Bu kapsamda pandemi dönemi öncesinde Londra'nın turizm modelindeki temel stratejiler aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Sürdürülebilir turizm: Londra'nın turizm sektörünün, çevre ve toplum üzerindeki etkisinin en az olacağı şekilde sürdürülebilir olması hedeflenmiştir. Bu kapsamda, enerji verimliliği, atık yönetimi, çevre dostu ulaşım sistemleri gibi konular ön plana çıkmıştır.
- Yüksek kaliteli turizm hizmetleri: Londra, yüksek kaliteli turizm hizmetleri sunarak turistlerin memnuniyetini artırmayı ve turizm sektöründe dünya çapında bir üne sahip olmayı hedeflemiştir. Bu kapsamda, konaklama, yiyecek-içecek, turizm aktiviteleri ve etkinlikleri gibi alanlarda kalite standartlarının belirlenmesi ve denetlenmesi öncelikli hedefler arasında yer almıştır.
- Kültürel mirasın korunması ve tanıtımı: Londra, zengin kültürel mirası ve tarihi dokusu ile Dünya'da turistler için önemli bir destinasyon noktası olmuştur. Bu

nedenle, kültürel mirasın korunması, restorasyonu ve turistlerin erişimine açık hale getirilmesi hedeflenmiştir.

- Teknoloji ve yenilik: Londra, teknolojik gelişmelere ayak uydurarak turistlere yenilikçi turizm hizmetleri sunmayı hedeflemiştir. Bu kapsamda, dijital turizm teknolojileri, mobil uygulamalar ve sanal gerçeklik gibi alanlara yatırım yapılmıştır.
- Tanıtım ve pazarlama: Londra, turistlere yönelik kapsamlı bir pazarlama stratejisi benimseyerek destinasyonun tanıtımını yapmıştır. Bu kapsamda, sosyal medya, dijital reklamcılık, basılı yayınlar, fuarlar ve etkinlikler gibi tanıtım araçları kullanılmıştır. Ayrıca, turizm sektöründe önemli bir paya sahip tur operatörleri, seyahat acenteleri ve hava yolu şirketleri ile iş birliği yapılarak pazarlama stratejileri geliştirilmiştir.

4.3.1.2. Pandemi Döneminde Londra'nın Turizm Politikası

Pandemi döneminde İngiltere'de turizm yönetimi için çeşitli politikalar geliştirilmiştir. Bunlar arasında, Covid-19 salgınına karşı alınan önlemleri ve seyahat kısıtlamalarını yönetmek, turizm sektörünün yeniden açılması için stratejiler geliştirmek ve turizm sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak yer almaktadır. Londra Belediyesi de pandemi sırasında turizm sektörüne destek sağlamak için yerel düzeyde birtakım önlemler almıştır. Bunlar arasında, turizm işletmelerine finansal yardım sağlama, yerel halka turizm sektörünün yeniden açılması hakkında bilgi verme ve turizm sektörü çalışanlarına eğitim ve destek sağlama gibi çeşitli adımlar yer aldı. Bu eğitim ve destekler aşağıda da sıralandığı gibi genel olarak pandemi sürecinin gerektirdiği hijyen talimatları, çeşitli sağlık destekleri ile işletmelerin ekonomik olarak devamlılığını sağlamaya yönelik maddi desteklerdir. Pandemi döneminde Londra'daki turizm sektörü çalışanlarına verilen eğitim ve desteklerden bazıları şunlardır;

Hijyen ve sanitasyon eğitimleri: Turizm işletmelerinde çalışanlar, hijyen ve sanitasyon konularında eğitilmiş ve işletmelerin Covid-19 önleme protokollerine uygun şekilde çalışmaları sağlanmıştır.

Psikolojik destekler: Pandemi döneminde turizm sektörü çalışanlarının psikolojik sağlıklarını korumak için çeşitli destekler sunulmuştur. Bu destekler arasında, psikolojik danışmanlık, stresle başa çıkma yöntemleri gibi hizmetler yer almıştır.

Online eğitimler: Çalışanlar için online eğitimler sunulmuştur. Bu eğitimlerde, işletmelerin ve çalışanların Covid-19 önleme protokollerine uygun şekilde çalışmaları, ziyaretçilerle iletişim kurarken dikkat edilmesi gereken konular, sosyal mesafe kuralları gibi konular ele alınmıştır.

Mali destekler: İngiltere hükümeti, pandemi nedeniyle turizm sektörü çalışanlarına finansal destek sağlamıştır. Çalışanlara maaş desteği, işletme sahiplerine kira ve işletme giderleri desteği gibi çeşitli yardımlar sunulmuştur.

Yeniden eğitim programları: Bazı turizm işletmeleri, pandemi nedeniyle faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmışlardır. Bu işletmelerde çalışanlar, yeniden eğitim programlarına dâhil edilerek farklı sektörlere geçiş yapmaları sağlanmıştır.

Ayrıca, turistlerin güvenli bir şekilde seyahat etmelerini sağlamak amacıyla Covid-19 Pandemi dönemine yönelik çeşitli sağlık ve güvenlik önlemleri de alınmıştır. Turizm sektörünün yeniden açılması için Londra Belediyesi, "Let's Do London" (Visit London, 2023) kampanyasını başlatmıştır. Bu kampanya, turistleri yeniden Londra'ya çekmek ve yerel ekonomiyi canlandırmak için çeşitli etkinlikler, sergiler ve festival gibi etkinlikler düzenlenmesini öngörmüştür. Özetlemek gerekirse, pandemi döneminde Londra'da turizm yönetimi için alınan politika ve önlemlerin turizm sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak, turistleri güvende tutmak ve yerel ekonomiyi canlandırmak için tasarlandığı söylenebilir.

4.3.1.3. Pandemi Dönemi Sonrasında Londra'nın Turizm Vizyonu ve Politikaları

2021 ve özellikle 2022 yıllarında ise Londra turizm sektöründe pandemi nedeniyle yaşanan zorluklar nedeniyle öncelikli stratejiler, turizmin canlandırılması ve toparlanması üzerine odaklanmıştır. Bununla birlikte, turistlerin güvenliğinin sağlanması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi ve dijital teknolojilerin kullanımı da öne çıkan diğer stratejiler arasındadır. Bunun yanı sıra, Londra Belediyesi, turizm sektöründe sürdürülebilirliği teşvik etmek için çalışmalar sürdürmüştür. Bu kapsamda,

çevre dostu turizm uygulamalarının teşvik edilmesi, sürdürülebilir ulaşım seçeneklerinin geliştirilmesi gibi adımlar atılmıştır ve günümüzde de bu tip uygulamalar devam etmektedir. Son dönemde her ne kadar pandemi döneminin etkileri hafiflemiş olsa da pandemi döneminin etkileri Londra'nın turizminde halen etkisini hissettirmekte ve turist sayısı önceki yıllara göre düşük seviyelerde seyretmektedir. City of London Corporation'ın yayınladığı istatistiklere göre 2018 yılında Londra'yı 6.69 milyon kişi ziyaret etmişken bu sayı 2019'da 7.74 milyona yükselmiş fakat pandemi etkisiyle 2020'de 1.55 milyonla sınırlı kalmıştır. 2021 yılında ise 1.54 milyona düşmüş 2022 yılının ilk dokuz ayında ise yalnızca 3.5 milyona kadar yükselebilmiştir (RJS Associates Ltd., 2022). Bu nedenle, Londra turizm stratejileri pandemi döneminden önceki yıllara kıyasla temel politikalarını değiştirmiştir. Bu kapsamda Londra'da pandemi sonrasında geliştirilen turizm stratejileri aşağıdaki stratejiler ekseninde şekillenmektedir;

Yerli Turizmi Teşvik Etme: Londra turizmi için yerli turistlerin potansiyeli artmaktadır. Bu nedenle, yerli turistlerin Londra'ya seyahat etmelerini teşvik etmeye odaklanılmıştır. Bu amaçla, yerel ziyaretçiler için cazip turistik mekânlar ve etkinlikler sunulmaktadır.

Sürdürülebilir Turizm: Londra turizmi, sürdürülebilir turizm hedefleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu nedenle, çevreye duyarlı turizm faaliyetleri teşvik edilmekte ve çevre dostu politikalar benimsenmektedir.

Dijital Turizm: Dijital turizm, son yıllarda tüm dünyada hızla gelişmektedir. Londra da bu trende ayak uydurmakta ve dijital turizm stratejileri ile turizm faaliyetleri desteklenmektedir. Örneğin, online rezervasyon, dijital haritalar ve uygulamalar, online tur rehberleri gibi dijital platformlar turistlere sunulmaktadır.

Turist Deneyiminin geliştirilmesi: Londra turizm stratejileri, turist deneyimini geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla, turistlerin bölgeye gelmeden önce ve geldikten sonra tüm ihtiyaçlarını karşılayacakları bir hizmet sunulmaktadır. Örneğin, turistler için konaklama, ulaşım, restoranlar, turistik mekânlar ve etkinlikler hakkında bilgi içeren bir platform sunulmaktadır.

Bu stratejiler, Londra turizminde sürdürülebilir büyümeyi ve pandemi sonrası turist sayısının artmasını hedeflemektedir. Covid-19 Pandemi döneminden sonra turizm sektörünün yeniden canlanması için VisitBritain Platformu da 2022 – 2023 dönemi için önceliklerini belirlemiştir (VisitBritain, 2022).

Bunlar sırasıyla;

- Yabancı ziyaretçi değerlerinin yeniden kurulması
- Dijitalleşme ve veri yönetimi yoluyla geleceğin inşası
- Sürdürülebilir ve dayanıklı turizm ekonomisinin kurulması
- Politika ve destekler ile turizme güvenin yeniden sağlanması
- Güçlü ve donanımlı insan kaynağı ile küresel bir takım oluşturulması

London & Partners tarafından ise Londra Belediyesi bünyesinde hazırlanmış olan Londra 2030 Turizm Vizyon belgesinde Brexit krizi, iklim değişikliği, korona virüs pandemisi ve dijital dönüşüm ekseninde Londra'nın 2023 yılı için turizm vizyonu aktarılmıştır. Londra 2030 Turizm Vizyon belgesinde;

- Destinasyonları yönetmek
- Londralılar için turizmin katkısı arttırmak
- Sürdürülebilirlikte lider olmak

Başarı kriterleri yeniden belirlemek (London & Partners, 2022) olmak üzere dört temel ilke belirlenmiştir.

Tablo 4-1. Londra Turizm Politikaları Özet Tablosu

Pandemi Öncesi Turizm Politikaları	Pandemi Sonrası Turizm Politikaları	Güncel Turizm Vizyonu	Öne Çıkan Turizm Türleri
Turizmin Londra'nın ekonomisine ve toplumuna katkısını artırmak Ziyaretçi sayısını artırırken doğal kaynakları ve çevreyi korumak Londra'nın kültürel mirasını korumak	Destinasyonları yönetmek, Londralılar için turizmin katkısı arttırmak Sürdürülebilirlikte lider olmak Başarı kriterlerini yeniden belirlemek	Londra hem ziyaretçiler hem de Londralılar için harika bir deneyim olacak. Londra'yı deneyimlemek, değerlerimizi hissetmek ve markamızı yaşamak olacaktır; bu bir şehir olarak kim olduğumuzun merkezinde yer almaktadır.	Sürdürülebilir Turizm Kitle Turizmi

4.3.2. Paris

Paris'te turizmin organizasyon yapısında birçok kurum yer almaktadır. Bunlardan en çok ön plana çıkanlar ise yerel yönetim düzeyindeki Paris Belediyesi bünyesinde kurulan Paris Turizm Ofisi (*Direction de l'Action Economique et de l'Emploi - Direction du Tourisme*) ve Visit Paris Region Platformu'dur. Paris Belediyesi Turizm Ofisi Paris'te turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için çalışmakta, turizm sektöründe çalışanların istihdamını artırmak, turizm ürünlerinin çeşitliliğini ve kalitesini artırmak, Paris'in turizmdeki uluslararası rekabetçiliğini artırmak için faaliyetler yürütmektedir. Visit Paris Region Platformu ise Paris Bölgesel Turizm Komitesi (*Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France*) tarafından kurulmuş olup, Paris'in yanı sıra Île-de-France bölgesindeki turistik yerleri tanıtmak için çalışmaktadır. Paris'teki turizmin yönetilmesinde etkili olan diğer kurumlar ise şu şekilde sıralanabilir;

Paris İl Turizm Dairesi (*Direction départementale de l'État*): Paris İl Turizm Dairesi, Paris İl Hükümeti'nin bir bölümüdür ve turizm sektörünün geliştirilmesi ve yönetilmesinden sorumludur.

Paris Turizm İşletme ve İnovasyon Merkezi (*Paris&Co*): Paris Turizm İşletme ve İnovasyon Merkezi, turizm sektöründeki yenilikleri ve girişimleri teşvik eden bir kurumdur.

Paris Turizm ve Kongre Bürosu (*Paris Convention and Visitors Bureau - PCVB*): Paris'in turizm faaliyetlerini ve kongre turizmini tanıtmak, teşvik etmek ve yönetmek amacıyla kurulmuştur. Bu kurum Paris'te turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde büyümesine yardımcı olmakta aynı zamanda turizm hizmetleri hakkında turistlere bilgi sağlamakta ve yardımcı olmaktadır.

Turizm İşletmeleri Federasyonu (*Fédération des Entreprises du Tourisme*): Turizm İşletmeleri Federasyonu, Paris'teki turizm sektörü işletmeleri arasında iş birliği ve dayanışmayı teşvik etmekte, ayrıca turizm sektöründe istihdamın artırılması, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve turistlerin memnuniyetinin sağlanması için çalışmalar yürütmektedir.

Fransa'da merkezi yönetim düzeyinde turizm yönetiminde yer alan kurumlar ise aşağıdaki gibidir;

Fransız Turizm Geliştirme Ajansı (*Atout France*): Fransa genelinde turizmi teşvik eden bir ajanstır. Paris için de ayrı bir birimleri bulunan ajans bünyesinde şehrin turizm faaliyetlerine destekler verilmektedir.

- Ekonomi ve Finans Bakanlığı altında ise "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Ticaret, Zanaat ve Turizmden Sorumlu Ekonomi, Maliye ve Sanayi ve Dijital Egemenlik Delegesi" bulunmaktadır.

Paris'teki turizm yönetimde genellikle kamu ve yerel yönetimin ön planda olduğu gözükmektedir. Kamu kuruluşları turizm yönetimi doğrudan yürütmekte ve alt birimler kurarak daha etkili bir yürütme sağlamayı hedeflemektedir.

4.3.2.1. Pandemi Öncesi Dönemde Paris'in Turizm Vizyonu ve Stratejileri

Covid-19 Pandemi dönemi öncesinde Paris'in turizm stratejileri öncelikle kentin tarihi, kültürel ve sanatsal zenginliklerinin tanıtımına odaklanan ve kültür turizmini ön plana çıkaran bir yaklaşım ekseninde gelişmiştir. Bu doğrultuda, kentteki müzeler, sanat galerileri, tiyatrolar ve diğer kültürel mekânların öncelikli olarak tanıtıldığı söylenebilir. Bu eksende turizm sektöründeki restoranlar, kafeler ve butik otellerin sayısı arttırılarak, turistlerin Paris'in rakibi olan diğer şehirlere göre daha kaliteli bir atmosfere sahip olması hedeflenmiştir. Bununla birlikte, şehrin turizm sezonunu genişletmek, sürdürülebilir turizm uygulamalarını yaygınlaştırmak ve turistlerin Paris'te geçirdikleri süreyi artırmak gibi hedeflere de odaklanılmıştır.

Paris'te 2019 öncesinde turizm stratejileri, turistlerin şehirde daha uzun süre kalmasını ve daha fazla harcama yapmasını sağlamak için yoğunlaştırılmıştır. Bu amaçla, şehrin tarihi ve kültürel mirasının tanıtım çalışmalarına öncelik verilmiş, etkinlikler ve festivaller düzenlenmiş, gastronomi turizmi geliştirilmiş ve lüks turizm için altyapı kurgulanmıştır. Paris Belediyesi ve Fransız Turizm Ofisi, turizm sektöründe iş birlikleri yaparak Paris'i Dünya genelinde tanıtmayı ve turistlerin kaliteli bir deneyim yaşamasını sağlamak için de çalışmalar yürütmüştür. Örneğin, Paris Belediyesi, 2017 yılında turizm aktivitesini artırmak ve turistlerin Paris'te daha uzun süre kalmalarını sağlamak için hafta sonlarına yönelik bir kampanya başlatmıştır. "Paris'te Hafta Sonu" kampanyası (Paris je t'aime,

2017) kapsamında farklı turist gruplarına alternatif hafta sonu öneri rehberleri hazırlanmış, otel fiyatlarında indirimler yapılmış, restoranlarda özel menüler sunulmuş ve şehirdeki turistik yerlerde ücretsiz veya indirimli giriş imkânı sağlanmıştır. Ayrıca, Paris Belediyesi de hafta sonu boyunca çeşitli etkinlikler, konserler ve gösteriler düzenlemiştir. Bu kampanya her yıl yenilenerek devam ettirilmekte turistlerin yanı sıra yerli halkın da Paris'te zaman geçirmesini teşvik etmektedir. Pandemi öncesindeki dönemde bu kampanyanın yanı sıra, şehirdeki tarihi ve kültürel mirasın tanıtımı için Paris Belediyesi tarafından "Paris Rendez-Vous" adlı bir platform (Paris je'tamie Shopping, 2017) oluşturularak Paris'te ziyaret edilecek yerleri, etkinlikleri, restoranları, alışveriş yerlerini ve daha birçok turistik noktayı tanıtmayı amaçlamıştır. Bu platformda ayrıca turistlerin ziyaretlerini daha iyi planlamalarına yardımcı olacak müzelerin ve turistik mekanların ücretsiz günleri, metro hatları, bisiklet kiralama ve toplu taşıma güzergahları gibi konularda rehber niteliğinde bilgiler de yer almıştır. Paris Rendez-Vous ile turizm sektöründe yer alan şirketler, platform üzerinden etkinliklerini ve hizmetlerini tanıtma imkânı bulmuştur.

Öte yandan Paris Turizm Ofisi çeşitli turizm paydaşlarıyla iş birliği yaparak Paris'teki turizm faaliyetlerini arttırmayı amaçlamıştır. Bunlar arasında, turizm sektöründe faaliyet gösteren yerel şirketler, tur operatörleri, hava yolu şirketleri, turizm dernekleri ve diğer turizm ajansları bulunmaktadır. Bu kurumlarla yapılan iş birlikleri sonucunda turizm faaliyetlerinde görülen etkiler şu şekilde sıralanabilir;

- Paris'in turizm tanıtımı ve pazarlama faaliyetleri artırılarak Paris'in turizm sektöründe daha fazla görünürlüğe sahip olması ve daha fazla turistin ilgisini çekmesi sağlanmıştır.
- Paris'te sunulan turistik aktivite ve turistik hizmet artmıştır ve böylece turistlerin Paris'e daha uzun süreler için kalması ve daha fazla para harcaması teşvik edilmiştir.
- Turistlerin Paris'te daha kolay seyahat etmeleri sağlanarak Paris'i daha rahat keşfetmelerine ve daha fazla turistik noktayı ziyaret etmelerine yardımcı olunmuştur.
- Turizm sektörünün Paris ekonomisine katkısını artırmıştır. Turistlerin harcamaları, yerel ekonomiyi canlandırmış ve turizm sektöründe istihdam olanakları yaratmıştır.

Pandemi öncesindeki dönemde Paris'te gastronomi turizmi de oldukça önemli bir konumda olmuştur. Paris'te dünya çapında ünlü restoranlar, pastaneler ve gurmeler için özel etkinlikler düzenlenmiş ve lüks turizm için altyapı geliştirilmiştir. Paris, lüks turizm pazarındaki rekabetçi konumunu korumak ve geliştirmek için 2019 öncesinde çeşitli adımlar atmıştır. Bu adımların bazıları şöyle sıralanabilir;

- Lüks turizm fuarlarına ev sahipliği yapmak: Paris, lüks turizm endüstrisindeki en büyük fuar olan "International Luxury Travel Market" (ILTM) fuarına ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, lüks seyahat endüstrisindeki diğer önemli fuarlar da Paris'te düzenlenmektedir.
- Yeni lüks otellerin açılması: Paris, lüks seyahatçilere hitap eden yeni otellerin açılması için teşvikler sunmuştur. Örneğin, Four Seasons ve Peninsula gibi dünyaca ünlü lüks otel markaları Paris'te yeni oteller açmışlardır.
- Yeni lüks alışveriş merkezlerinin açılması: Paris, lüks alışveriş yapan seyahatçilere hitap etmek için yeni lüks alışveriş merkezleri açmıştır. Örneğin, "La Samaritaine" adlı lüks alışveriş merkezi 2019 yılında yenilenerek yeniden açılmıştır.
- Lüks seyahat hizmetlerinin geliştirilmesi: Paris, lüks seyahatçilere özel hizmetler sunan yeni şirketlerin kurulmasını teşvik vermiştir. Örneğin, lüks otomobillerle havaalanı transferleri ve özel turlar gibi özel hizmetler sunan şirketler Paris'te faaliyet göstermektedir.

2019 Covid-19 Pandemi dönemi öncesinde Paris'in turizm politikasında hedef turist kitlesi, oldukça çeşitli demografik özelliklere sahip turistler olsa da ağırlıklı olarak kültürel turizm, romantik tatiller ve alışveriş turizmi için önemli bir destinasyon olması hedeflenmiştir. Özellikle Asya pazarlarından gelen turistlerin çekilmesi amaçlanmış, bunun için bir dizi strateji uygulamıştır. Bunların başında şu adımlar gelmiştir;

- Asya'daki turizm fuarlarına katılım: Paris Turizm Ofisi, Asya'daki turizm fuarlarına aktif olarak katılım sağlamış ve Paris'te yapılacak etkinlikleri ve fırsatları tanıtmıştır.

- Asya dillerinde turistik broşürler ve web sitelerinin hazırlanması: Paris Turizm Ofisi, Asya pazarındaki turistleri çekmek için turistik broşürler ve web siteleri hazırlamış ve Asya dillerinde yayınlamıştır.
- Asyalı ünlüleri Paris'te ağırlama: Paris Turizm Ofisi, Asyalı ünlüleri Paris'te ağırlayarak, bu ünlülerin Paris'teki deneyimlerini Asya pazarında tanıtmıştır.
- Asyalı tur operatörleriyle iş birliği kurulması: Paris Turizm Ofisi, Asyalı tur operatörleriyle iş birliği yaparak, Paris'e yönelik tur paketleri oluşturmuş ve bu paketleri Asya pazarında tanıtmıştır.
- Asya'daki seyahat acentelerine yönelik eğitimler verilmesi: Paris Turizm Ofisi, Asya'daki seyahat acentelerine yönelik eğitimler düzenleyerek, Paris'teki turistik yerleri ve etkinlikleri tanıtmıştır.

Özetlemek gerekirse, pandemi öncesi dönemde Paris'in turizm politikası genel olarak turistlerin Paris'te daha çok vakit geçirerek daha çok harcama yapmasına veya turizmin türünü lüks turizme çekerek daha çok harcama yapacak ve daha kaliteli bir turizm deneyimi yaşamak isteyen kitleyi çekmek olmuştur. Son olarak, Paris'in turizm politikası hem yerel halkın hem de turistlerin güvenliğine özen gösteren bir anlayışla şekillenmiş; turizm polisleri ve güvenlik görevlileri turistlerin güvenliğini sağlamak için görevlendirilmiştir.

4.3.2.2. Pandemi Döneminde Paris'in Politikası

Pandemi döneminde tüm Dünya'da olduğu gibi Paris'te de turizm sektörü oldukça etkilenmiştir. Seyahat kısıtlamaları, karantina uygulamaları ve salgın endişesi nedeniyle turist sayısında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Pandemi nedeniyle Paris'te birçok turistik mekân ve müze kapatılmış, etkinlikler iptal edilmiş ve seyahat kısıtlamaları uygulanmıştır. Paris Turizm Ofisi, turistlerin güvenli bir şekilde seyahat edebilmeleri için kapsamlı bir sağlık protokolü uygulayarak önceden covid-19 testi yaptırılması, aşı olunması ve belirli sağlık belgelerinin sunulması gibi birçok önlem alınmıştır.

Pandemi öncesinde Paris'te turizm genellikle tarihî ve kültürel miras, moda, sanat ve lüks deneyimler etrafında şekillenirken, pandemi sürecinde turizm politikaları daha çok yerel turizme yönelmiştir. Örneğin Paris Turizm Ofisi "Doğayla İç İçe Paris" teması altında, Paris'in parkları, bahçeleri ve diğer açık alanları hakkında bilgi veren bir turizm kampanyası yürütmüştür.

Pandemi sürecinde, Paris'te turizmde dijitalleşme de hız kazanmıştır. Örneğin, sanal tur ve müze turları daha popüler hale gelmiş, bu turlar turistlerin evlerinden çıkmadan Paris'teki müzeleri ve tarihî yerleri sanal olarak ziyaret etmelerine imkân tanımıştır. Ayrıca, restoran ve mağazalar gibi yerler, çevrimiçi platformlarda yer almaya ve müşterilere çevrimiçi hizmetler sunmaya başlamıştır. Paris Belediyesi ve diğer turizm kuruluşları, pandemi sürecinde turizm sektöründeki işletmeleri ekonomik açıdan desteklemek amacıyla birçok politika geliştirmiştir. Örneğin, belediye işletmelerin kira ödemelerini ertelemiş ve turizm sektöründeki çalışanların maaşlarını korumak için maddi yardımlarda bulunmuştur. Ayrıca, turistik yerlerin açılması ve seyahat kısıtlamalarının kaldırılması konusunda hükümet ve turizm kuruluşlarıyla iş birlikleri yapılmıştır.

Paris Belediyesi, pandemi sonrasında turizm faaliyetlerinin canlanması için de çeşitli politikalar geliştirmiştir. Bunların arasında, turistlerin güvenliğini sağlamak için hijyen önlemlerinin artırılması, açık hava aktivitelerinin teşvik edilmesi ve turistlerin Paris'teki yerel kültürü deneyimlemeleri için çeşitli etkinlikler düzenlenmesi gibi uygulamalar yer almıştır. Paris "kültür ve sanatın merkezi" kimliğini korumak için pandemi döneminde de Müzeler, sergiler ve diğer kültür etkinlikleri, sıkı sağlık ve güvenlik önlemleri altında kültür etkinliklerine devam etmiştir. Paris'teki oteller, pandemi nedeniyle seyahat planları değişen turistler için esnek rezervasyon politikaları sunmaya başlamıştır. Pandemi döneminde Paris'te birçok turizm faaliyeti sınırlı veya durdurulmuş olsa da açık hava etkinlikleri, yürüyüş turları, bisiklet turları, açık hava müzeleri ve açık hava restoranları etkinlikleri gibi bazı aktiviteler devam ettirilmiştir. Ayrıca Paris Turizm ve Kongre Bürosu, Pandemi döneminde dijital turizm deneyimlerini geliştirerek turistlere Paris'i evlerinden çıkmadan keşfetme imkânı sunmuştur. Sanal müze turları, çevrimiçi sergiler, dijital etkinlikler, sanal şehir turları ve çevrimiçi yemek deneyimleri gibi uygulamalar geliştirilmiştir. Ayrıca, turistlerin daha sürdürülebilir bir şekilde seyahat etmeleri için de çeşitli kampanyalar yürütülmüştür. Paris Belediyesi ve turizm sektörü temsilcileri, pandemi sonrası turizmin yeniden canlandırılması için farklı stratejiler ve kampanyalar geliştirmeye devam etmektedir.

4.3.2.3. Pandemi Dönemi Sonrasında Paris'in Turizm Vizyonu ve Politikaları

Pandemi döneminde Paris'in turizm politikası genel olarak lüks turizm, kültürel turizm ve dijital turizm gibi konularda yoğunlaşırken, pandemi sonrasında Paris'in turizm politikaları, öncelikli olarak ziyaretçilerin sağlığı ve güvenliği konusuna odaklanırken, aynı zamanda turizm sektörünün iyileşmesine yardımcı olmak için ekonomik tedbirler içeren bir strateji izlemektedir. Bunlardan ön plana çıkanlar şunlardır;

- Turistlerin güvenliği: Paris'te turistlerin güvenliği için bir dizi önlemler arasında turistlerin sağlığına uygun şekilde temizlenen oteller, turistlerin güvenliği için düzenlenen geziler ve müzelerde alınan sağlık önlemleri sıralanabilir.
- Yerel turizme destek: Pandemi döneminde yurt dışından gelen turistlerin sayısında düşüş yaşanırken, yerel turizm teşvik edilmiştir. Paris Turizm Ofisi, yerel turizmi canlandırmak için bir dizi kampanya ve reklam çalışması düzenlemiştir.
- Yeni turizm trendlerine uyum: Pandemi döneminde turizmde ortaya çıkan doğa turizmi, açık hava etkinlikleri ve küçük gruplar halinde yapılan turlar pandemi sonrasında da popülerliğini korumuş, Paris'te bu trendlere uygun turizm faaliyetleri düzenlenmiştir.
- Dijital turizm: Pandemi döneminde önemi artan dijital turizm ekseninde Paris Turizm Ofisi, turistlerin Paris'teki deneyimlerini dijital ortamda paylaşmalarını teşvik etmiş ve Paris'in dijital olarak tanıtımının yapılmasını sağlamıştır.

Ayrıca Fransa merkezi yönetiminin turizm geliştirme ajansı olan ATOUT France Covid-19 pandemi döneminden sonra ülke genelinde turizm faaliyetlerinin yeniden canlandırılması için beş temel ilke belirlemiştir. Bunlar aşağıda sıralanmıştır;

- Turist sayısını arttırmak amacıyla Fransa'nın tanıtımının yapılması
- Fransa'nın Küresel düzeyde lider konumunda olan destinasyonlarının markalaştırılması
- Bölgesel projeler geliştirilerek yatırımların arttırılması
- İşletme zekâsı programı geliştirerek sektördeki arz ve talep üzerine verilerin sağlanması
- Kaliteye katkı sunmak ve yükseltilmesini sağlamak

Ayrıca Fransa Hükümeti'nin geliştirdiği "Plan de Relance Tourisme" (Turizmi Canlandırma Planı) ile turizm sektöründe istihdamın korunması ve yeniden canlandırılması, işletmelerin ekonomik dayanıklılıklarının arttırılması ve turistlerin yeniden seyahat etmeye başlaması teşvik edilmiştir. Paris Belediyesi de bu planın bir parçası olarak turizm işletmelerine 3 milyon Euro değerinde mali yardım programı başlatmıştır.

Pandemi sonrasındaki dönemde Paris'in güncel turizm politikaları aşağıdaki başlıklar halinde açıklanabilir;

- Sürdürülebilir Turizm: Paris Belediyesi, turizm sektöründe sürdürülebilirliği artırmak için çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Bunlar arasında çevre dostu ulaşım ağları, yeşil alanların artırılması, atık yönetimi ve su tasarrufu gibi uygulamalar yer almaktadır. Belediye ayrıca turizm sektöründeki işletmelerin sürdürülebilirlik kriterlerine uygun olup olmadığını denetleyerek, sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaşmasını hedeflemektedir.
- Dijitalleşme: Paris Belediyesi, turizm sektöründeki işletmelerin dijitalleşmesini ve teknolojiyi kullanımını teşvik etmekte, bu kapsamda turizm sektöründe çalışanlara dijital becerilerin kazandırılması için eğitimler düzenlemektedir. Ayrıca belediye, turistlerin dijital platformlar aracılığıyla Paris hakkında bilgi edinmelerini ve turizm deneyimlerini planlamalarını kolaylaştırmak için mobil uygulamalar ve web siteleri geliştirmektedir.
- Turistlerin Memnuniyeti: Paris Belediyesi, turistlerin memnuniyetini artırmak için de çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Bunlar arasında turistlere yönelik hizmetlerin iyileştirilmesi, turizm deneyiminin kalitesinin artırılması, turistlerin güvenliğinin sağlanması, turistik mekânların bakım ve temizliğinin yapılması, turistlere yönelik etkinliklerin düzenlenmesi ve turizm sektöründe çalışanların turistlere daha iyi hizmet verebilmesi için eğitimlerin verilmesi gibi uygulamalar yer almaktadır.
- Turizm Çeşitliliği: Paris Belediyesi, son dönemde turizm sektöründe çeşitliliğin artırılması için çalışmalar yapmaktadır. Bunlar arasında alternatif turizm türlerinin (kültür turizmi, gastronomi turizmi, sanat turizmi, spor turizmi vb.) teşvik edilmesi, turizm sezonunun uzatılması, turizm sektöründe çalışanların çeşitliliği ve kapsayıcılığı gibi konular yer almaktadır. Belediye ayrıca, turizm sektöründeki işletmelerin çeşitliliğini artırmak için küçük ve orta ölçekli işletmelere destek sağlamaktadır.

- Kültürel Mirasın Korunması: Paris turizm politikalarının bir parçası olarak kültürel mirasın korunmasına büyük önem vermektedir. Bu kapsamda Paris Belediyesi, müzelerin ve kültürel mekânların yenilenmesi ve modernizasyonu da turizm politikalarının bir parçası olarak ele alınmaktadır. Paris Belediyesi, kültürel mirasın korunması konusunda sürdürülebilir turizm politikaları geliştirerek hem turistlerin hem de yerel halkın bu mirası keşfetmelerini ve korunmasını sağlamayı hedeflemektedir.

Son dönemde Paris, özellikle genç ve yaratıcı turistlerin ilgisini çekmeye odaklanmıştır. Şehir, müzeler, sanat galerileri, tasarım stüdyoları, moda mağazaları, restoranlar ve kafeler gibi yaratıcı ve yenilikçi yerleri ön plana çıkarmaktadır. Bu kapsamda, moda haftaları, sanat bienalleri, tasarım fuarları gibi etkinlikler düzenlenmekte ve bu etkinliklerin turizm açısından çekiciliği artırması hedeflenmektedir. Ayrıca, sürdürülebilir turizm politikalarına da ağırlık verilmekte ve şehirdeki yeşil alanlar, bisiklet yolları ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik yatırımlar yapılmaktadır.

Tablo 4-2. Paris Turizm Politikaları Özet Tablosu

Pandemi Öncesi Turizm Politikaları	Pandemi Sonrası Turizm Politikaları	Güncel Turizm Vizyonu	Öne Çıkan Turizm Türleri
Turistlerin şehirde daha uzun süre kalması ve daha fazla harcama yapmasını sağlamak	Genç ve yaratıcı turistlerin çekilmesi Lüks turizmin arttırılması	Turistlerin güvenliğinin sağlanması, yerel turizme destek, yeni turizm trendlerine uyum (sürdürülebilir turizm) ve dijital turizmin geliştirilmesi	Lüks turizm, Kültür Turizmi, Dijital Turizm

4.3.3. Roma

Roma'nın turizm yönetimi büyük ölçüde yerel yönetimler ekseninde yürütülmektedir. Roma Belediyesi bünyesindeki "Büyük Etkinlikler, Spor, Turizm ve Moda Departmanı (Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda)" altında Tourismo Roma platformu kurulmuştur. Roma'da turizmin tanıtımı, pazarlanması, yönetimi, turizm konusunda yayınların hazırlanması gibi pek çok organizasyon bu platform tarafından yürütülmektedir.

Bunların yanı sıra bölgesel düzeyde Lazio Bölgesel Turizm Ajansı, Roma'daki turizm sektörünü geliştirmek ve tanıtmak için çalışmaktadır. Bu ajans, turizm işletmelerine

çeşitli hizmetler sumakta, turizm sektörünün gelişimini desteklemekte ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için çalışmalar yürütmektedir. Ulusal düzeyde ise İtalya Turizm Bakanlığı ve İtalya Turizm Ajansı turizmin gelişiminden sorumlu olan ana kurumlardır. Bu iki kurum, turizm sektörünü geliştirmek, turizm işletmelerini desteklemek, turizm ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmak ve İtalya'daki turizm faaliyetlerini koordine etmek için çalışmaktadır.

4.3.3.1. Pandemi Öncesi Dönemde Roma'nın Turizm Vizyonu ve Stratejileri

İtalya'nın en önemli turistik şehirlerinden biri olan Roma'nın küresel Covid-19 Pandemi döneminden önceki turizm politikası, Roma'nın kültürel ve tarihi zenginliklerine odaklanmıştır. Roma, tarihi yapıları, müzeleri, sanat galerileri, kiliseleri ve diğer turistik yerleri ile turistlerin ilgisini çekmekte özellikle, antik Roma İmparatorluğu'na ait kalıntılar, Colosseum, Pantheon ve Vatikan Müzeleri gibi yerler turistlerin en çok ziyaret ettiği yerler arasında yer almaktadır. Roma'nın turizm politikaları, şehirdeki turist deneyimini geliştirmek ve turist sayısını artırmak için çeşitli stratejileri içermekteydi. Bunlar arasında kültürel miras alanlarının restorasyonu, turistlere yönelik rehberlik hizmetleri, turistik rotaların geliştirilmesi, turizm fuarlarına katılım ve turizm sektörüne yatırım gibi hedefler ekseninde şekillenmiştir. Ayrıca, Roma'nın turizm politikaları sadece şehir merkezine değil, çevredeki Tivoli Bahçeleri, Ostia Antik Kenti, Pompeii ve Amalfi Sahili gibi yerler gibi diğer turistik yerlere de odaklanarak bütüncül bir yaklaşımı benimsemiştir. Roma'nın turizm hedefleri arasında ayrıca, turist deneyimini geliştirmek için turistlere yönelik rehberlik hizmetleri, tarihi yerlerdeki kalabalığı azaltmak için bilet satış sisteminin geliştirilmesi ve turistik yerlerdeki güvenliği artırmak için polis gücünün yoğunlaştırılması gibi konular da yer almıştır. Roma, aynı zamanda İtalya'da yapılan turizm harcamalarında en büyük paya sahip olduğu için turizm hedeflerinin sürdürülebilirliğine de odaklanılmıştır. Bu kapsamda çevre koruma ve sürdürülebilir turizm politikaları da gündeme gelmiştir.

Roma Belediyesi, turistlerin tarihi alanlara erişimini kolaylaştırmak için Roma Pass adlı bir turistik kart programı başlatmıştır. Ayrıca, Roma Belediyesi, turistlerin şehirdeki etkinlikleri takip etmelerine yardımcı olan bir mobil uygulama olan "Roma Today" uygulamasını da piyasaya sürmüştür. Roma Belediyesi ayrıca, turizm sektöründe

istihdamı artırmak için "Tourism in Rome" adlı turizm sektöründe çalışanlara yönelik eğitim ve iş imkânları sağlamayı amaçlayan bir program da başlatmıştır.

2019 yılında "Roma Turizm Stratejisi" adlı bir plan oluşturmuştur. Bu planın odak noktası, Roma'nın sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmasına yardımcı olacak stratejileri belirlemektir. Planın stratejileri arasında, Roma'nın yıl boyunca ziyaret edilmesini sağlamak, turistlerin çeşitli ilçeleri keşfetmelerini teşvik etmek ve Roma'nın turizm sektöründe lider bir konumda kalmasını sağlamak yer almıştır. Ayrıca Roma'da turizm sektöründe çalışanların niteliklerini artırmak, turizm sektöründeki iş fırsatlarını artırmak ve yerel ekonominin turizm ile desteklenmesi gibi konular da plan kapsamında ele alınmıştır.

Roma'da turizm sektörü tarafından, 2020 Covid-19 Pandemi dönemi öncesinde çeşitli turist profilleri hedeflenmiştir. Özellikle Avrupa ülkelerinden gelen turistler, Roma'nın ana turist kaynakları arasında yer alıyor olsa da Asya ve Kuzey Amerika gibi diğer bölgelerden de turistlerin sayısı giderek artmaya başlamıştır. Roma turizminde, tarihi ve kültürel miras, arkeolojik siteler, müzeler, sanat galerileri ve yeme-içme deneyimleri önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, tarih ve kültür meraklısı turistlerin yanı sıra, sanatseverler, gastronomi tutkunları, doğa meraklıları ve din turizmi sevenler de Roma'yı ziyaret etmektedir. Ayrıca, 2020 öncesinde Roma'da popüler bir turizm türü olan kruvaziyer turizmi de önemli bir yer tutmaktaydı. Roma'ya yaklaşık 80 km. uzaklıkta bulunan Civitavecchia Limanı, Akdeniz'deki birçok kurvaziyer gemisinin durak noktası olması nedeniyle yıl boyunca birçok kurvaziyer turisti Roma'yı ziyaret etmektedir.

Covid-19 Pandemi dönemi öncesinde Roma yönetimi, çeşitli turist profillerini hedefleyen bir dizi strateji geliştirmiştir. Öncelikli olarak, kentteki tarihi ve kültürel miraslarını vurgulayan bir pazarlama stratejisi yürütülmüştür. Ayrıca, turistlerin kenti gezmeleri ve keşfetmeleri için daha sürdürülebilir ulaşım alternatifleri geliştirmeye odaklanmıştır. Bu kapsamda, bisiklet yolları, yaya yolları ve toplu taşıma seçenekleri genişletilmiştir. Roma yönetimi bunların yanı sıra, yüksek gelirli turistlerin ilgisini çekmek için lüks konaklama ve yeme-içme seçeneklerinin geliştirilmesine de yatırım yapmıştır. Roma'nın tarihi merkezinde yer alan lüks oteller, yüksek kaliteli restoranlar ve barlar, Roma'yı ziyaret eden turistlerin kentin lüks yüzünü deneyimlemelerini sağlamıştır. Ancak, Covid-19

Pandemisi nedeniyle 2020 ve 2021 yıllarında Roma turizmi büyük ölçüde etkilenmiş ve bu turizm planlarının uygulanması büyük ölçüde aksamıştır.

4.3.3.2. Pandemi Döneminde Roma'nın Turizm Politikası

İtalya, çok turist çekmesi nedeniyle Dünya'da Covid-19 virüsünün ilk görülüğü ülkelerden biri olmuştur. Bu nedenle Avrupa'daki diğer ülkelerden daha çok etkilendiği söylenebilir. Covid-19 pandemisi nedeniyle ciddi bir krizle karşı karşıya kalan Roma'da turizm sektörü, İtalya hükümeti ve Roma belediyesi, tarafından çeşitli politikalar geliştirilerek desteklenmiştir. Öncelikle İtalyan hükümeti, turizm sektörünü desteklemek için mali yardımlar sağlamıştır. Turistik işletmelerin borçlarının ertelenmesi veya yapılandırılması gibi yardımlar ile turistik işletmelerin faaliyetlerini sürdürmelerine ve çalışanlarının maaşlarını ödemelerine yardımcı olmuştur. Hükümet ayrıca turistlerin güvenliğini sağlamak için de çeşitli önlemler almıştır. Örneğin, turistik yerlerde ve müzelerde sosyal mesafe önlemleri uygulanmış maske takma zorunluluğu getirilmiş ve ziyaretçi sayılarında sınırlandırmaya gidilmiştir.

Aynı şekilde Roma belediyesi de turizm sektörünü desteklemek için çeşitli politikalar geliştirmiştir örneğin, turizm işletmelerinin vergi ödemelerinde kolaylıklar sağlanmış ve turistik yerlerin temizliği ve bakımı için ek kaynaklar tahsis etmiştir. Roma belediyesi, turistlerin Roma'ya yeniden gelmelerini teşvik etmek için çeşitli kampanyalar da düzenlemiştir. Bunlar arasında indirimli turist kartları, müze bileti ve diğer turistik hizmetlerin sunulması ve Roma'nın tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtımı için dijital pazarlama kampanyaları yapılması yer almıştır.

Covid-19 Pandemi döneminde Roma'ya gelen turistlerin profilinde de bir değişme yaşanmıştır. Özellikle Çin, Güney Kore ve Japonya'dan gelen turistlerin sayısı ciddi şekilde düşmüş, bunun yanı sıra Avrupa Birliği ve ABD'den gelen turistlerin sayısında da azalma yaşanmıştır. Bu dönemde Roma'da turizm sektöründe de bir takım uyum çalışmaları yapılmıştır. Turizm işletmeleri pandemi döneminde daha esnek politikalar uygulamış örneğin rezervasyonların değiştirilmesine veya iptal edilmesine izin vererek turistlerin seyahatlerini planlamalarını kolaylaştırmışlardır. 2021 ve sonrasında seyahat kısıtlamalarının kaldırılması ve aşılama kampanyaları sayesinde turist sayıları yeniden artmaya başlamıştır.

4.3.3.3. Pandemi Dönemi Sonrasında Roma'nın Turizm Vizyonu ve Politikaları

Pandemi sonrasında Roma turizm politikaları, turizm sektöründeki toparlanma ve sürdürülebilirliği sağlama amacıyla çeşitli stratejiler etrafında şekillenmektedir. Bu stratejiler arasında, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, dijital pazarlama, turizm sektöründeki istihdamın artırılması ve turistlerin güvenliği için önlemler alınması yer almaktadır.

Roma, turizm ürünlerini çeşitlendirmek için yeni turistik rotaların oluşturulmasına öncelik vermektedir. Bu rotalar, turistlerin ilgisini çekecek farklı tarihî ve kültürel yerleri kapsamaktadır. Ayrıca, Roma dijital pazarlama stratejileri ile de turizm sektöründeki toparlanmaya destek vermektedir. Şehir, turizm sektöründeki istihdamı artırmak için turizm eğitimi ve mesleki eğitim programları düzenlemekte ve turizm sektörüne yönelik yeni iş fırsatları yaratmaya çalışmaktadır. Turistlerin güvenliği konusunda ise, Roma Belediyesi pandemi sonrası dönemde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hijyen kurallarına uygunluğunu denetlemekte ve turistlerin sağlığını korumak için önlemler almaktadır. Ayrıca, turistlerin turistik yerlere erişimlerinde ve tarihi yerleri ziyaretlerinde sosyal mesafe kurallarına uyulmasını sağlamaktadır. Sürdürülebilir turizm konusunda ise yeşil turizm, enerji verimliliği, çevre koruma ve doğal alanların korunması gibi konularda projeler yürütmektedir.

2021 yılında, Roma Belediyesi Turizm ve Kalkınma Departmanı tarafından "Roma Turizmi 2021-2023: Turizm, Kültür ve Yeniden Doğuş adlı turizm planı" (Piano strategico del turismo di Roma Capitale 2021-2023: Turismo, Cultura e Rinascita) yayınlanmıştır. Bu plan, Roma'nın turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek, turizmin kültürel ve tarihi zenginliği korumak ve geliştirmek, turist memnuniyetini artırmak ve turizm sektöründe istihdamı desteklemek amacıyla oluşturulmuştur. Planda, beş ana başlık altında pandemi sonrasında turizm hedefleri özetlenmiştir. Bu başlıklar aşağıda açıklanmıştır:

Roma Turizminin Gelişimi: Roma'nın turizm sektörünün gelişimini teşvik etmek ve turist sayısını artırmak amacıyla çeşitli stratejiler belirlemek

Turizm Yönetimi: Roma'da turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak, turizm işletmelerinin kalitesini artırmak ve turizm yönetimini geliştirmek için stratejiler belirlemek

Kültür ve Tarihî Miras: Roma'nın kültürel ve tarihi zenginliklerinin korunmasını ve geliştirilmesini sağlamak, turistlerin kültür ve tarihî mirasını keşfetmelerini teşvik etmek için stratejiler belirlemek

Sürdürülebilirlik: Roma'da turizm faaliyetlerinin çevresel etkisini minimize etmek, doğal kaynakları korumak ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için stratejiler oluşturmak

Turizm İstihdamı: Roma'da turizm sektöründe istihdamı artırmak, turizm işletmelerinin niteliğini ve verimliliğini artırmak için politikalar geliştirmek

Roma'nın güncel turizm planı, şehrin turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmayı benimsemesi, turist memnuniyetinin arttırılması turizm sektöründe istihdamın desteklenmesi amacıyla kapsamlı strateji ve hedefleri içermektedir.

Özetlemek gerekirse Roma yönetimi pandemi sonrası dönemde turizm sektöründeki toparlanmayı desteklemek ve turizmi sürdürülebilir kılmak için çeşitli turizm politikaları izlemektedir. Şehir, turistik rotaların çeşitlendirilmesi, dijital pazarlama stratejileri, turizm sektöründeki istihdamın artırılması ve turistlerin güvenliği gibi konulara öncelik vermektedir.

Tablo 4-3. Roma Turizm Politikaları Özet Tablosu

Pandemi Öncesi Turizm Politikaları	Pandemi Sonrası Turizm Politikaları	Güncel Turizm Vizyonu	Öne Çıkan Turizm Türleri
Roma'nın yıl boyunca ziyaret edilmesini sağlamak Turistlerin çeşitli ilçeleri keşfetmelerini teşvik etmek Roma'nın turizm sektöründe lider bir konumda kalmasını sağlamak	Turistik rotaların çeşitlendirilmesi Şehrin turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmayı benimsemesi Dijital pazarlama stratejileri Turizm sektöründeki istihdamın artırılması Turistlerin güvenliği	"Roma Turizmi 2021-2023: Turizm, Kültür ve Yeniden Doğuş" Planı Sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek, turizmin kültürel ve tarihi zenginliği korumak ve geliştirmek, turist memnuniyetini artırmak ve turizm sektöründe istihdamı desteklemek	Sürdürülebilir Turizm Kültür turizmi

4.3.4. Barselona

Barselona'da turizm yönetimi yerel, bölgesel ve merkezi olmak üzere farklı düzeylerdeki kurumlar tarafından yürütülmektedir.

Barselona'da turizm yerel düzeyde "Visit Barcelona" platformu üzerinden Barselona Turizm Birliği tarafından yönetilmektedir. Bu kurum 1993 yılında Barselona Belediyesi, Ticaret, Sanayi ve Lojistik Odası ve Barselona Tanıtım Kurumu tarafından kurulmuştur. Ayrıca şehrin yönetiminden sorumlu olan kurum olarak Barselona Şehir Konseyi de turizm ile ilgili kararların alınması ve uygulanmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

Bölgesel düzeyde, turizm yönetimi Katalonya Turizm Ajansı (Agència Catalana de Turisme) tarafından yürütülmektedir. Bu ajans, Katalonya'daki turizm faaliyetlerini teşvik etmek, yönetmek ve koordine etmekten sorumludur. Katalonya Turizm Ajansı, bölgesel turizm stratejileri belirlemek, Katalonya'nın turizm alanında tanıtımını yapmak ve turizm faaliyetlerini geliştirmek için diğer kurumlarla iş birliği yapmaktadır.

Merkezi düzeyde ise İspanya Turizm Ajansı (Instituto de Turismo de España) turizm yönetiminden sorumludur. Bu ajans, İspanya'nın turizm faaliyetlerinin tanıtımını yapmak, turizm endüstrisini geliştirmek, turistlerin ülkeye gelmesini teşvik etmek ve turizm sektöründeki diğer konuları yönetmekle görevlidir. Ayrıca İspanya'da Sanayi, Ticaret ve Turizm Bakanlığı da bulunmaktadır. Bakanlığın, İspanya'nın turizm stratejilerini belirlemek, turizm sektörünün gelişimini teşvik etmek, turizm faaliyetlerinin düzenlenmesini ve sürdürülebilirliğini sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır.

4.3.4.1. Pandemi Öncesi Dönemde Barselona'nın Turizm Vizyonu ve Stratejileri

Avrupa ve İspanya'nın en popüler turizm destinasyonlarından biri olan Barselona'nın Covid-19 Pandemi dönemi öncesinde turizm politikasının sürdürülebilir turizm ve yerel ekonomiyi desteklemek üzerine odaklandığı söylenebilir. Şehrin hedefleri arasında turist kalitesinin artırılması, turistlerin çeşitlendirilmesi, turizm faaliyetlerinin yerelleştirilmesi, kentin tarihi ve kültürel mirasının korunması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesi yer almıştır.

Pandemi dönemi öncesinde Barselona'daki turizm faaliyetlerinin artması ile birtakım sorunlar yaşanmıştır. Bu nedenle turizm politikası bu sorunları çözmeye odaklanmıştır. Özellikle, Airbnb ve benzeri platformlar aracılığıyla konutların yasadışı kiralanması, şehirdeki konut fiyatlarını yükseltmiş ve yerel halkın karşılanabilir konuta erişiminde sorunlar yaratmıştır. Bunların yanı sıra turist kalabalıkları, çevre ve gürültü kirliliği de yaşanan sorunlar arasında sıralanabilir. Bu nedenle, belediye turizm politikalarında yerel halkın yaşam kalitesini korumaya yönelik önlemler almak için çalışmalar yürütmüş daha sürdürülebilir bir turizm modeli benimsemiştir. İzlenen stratejilerden bazıları şunlardır;

Konaklama sınırlamaları: Turistlerin belirli noktalarda yığılmasını önlemek için yeni yasal düzenlemeler geliştirmiştir. Bu düzenlemeler kapsamında, konaklama sağlayan sitelerin sayısı sınırlandırılmış ve bölgesel bir dağılım stratejisi benimsenmiştir.

Turist vergisi: Turizm sektöründen elde edilen gelirlerin artırılması için turist vergisi uygulamasına başlanmıştır. Bu vergi, turistlerin kentin tarihi ve kültürel zenginliklerinin korunmasına katkıda bulunmak amacıyla kullanılmıştır.

Sürdürülebilir turizm politikaları: Çevre kirliliği ve kalabalıklarının önlenmesi amacıyla sürdürülebilir turizm politikalarını benimsemiştir. Bu politikalar arasında, bisiklet kullanımının teşvik edilmesi, atık yönetimi, su tasarrufu ve yenilenebilir enerji kullanımı yer almaktadır.

Turistlerin çeşitlendirilmesi: Gelen turistlerin çeşitlendirilmesi için, kültür turizmi, doğa turizmi ve gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerine yönelik projeler geliştirilmiştir. Kültür turizmi için yeni müze ve sanat galerileri açılmış, doğa turizmi için kent yakınlarındaki doğal alanları yeniden düzenlenmiş, gastronomi turizmi için ise yerel restoranlar ve yemek festivalleri teşvik edilmiştir.

Yerel halkın katılımı: Turizm politikalarının oluşturulmasında ve uygulanmasında yerel halkın katılımını sağlamak için, turizm sektörü temsilcileri, yerel halk ve belediye yetkilileri arasında düzenli toplantılar gerçekleştirilmiştir.

2017 yılında Barselona Belediyesi'ne bağlı Barselona Turizm Dairesi (Barselona Tourism) tarafından "Barselona Turizm Planı 2020" adlı strateji belgesi yayınlanmıştır (Barselona Turizm Planı, 2020). Plan'ın temel hedefi 2020 yılına kadar turizmin daha sürdürülebilir ve yenilikçi hale getirilmesidir. Plan kapsamında, Barselona'nın turizm sektöründe

sürdürülebilir büyümesinin sağlanması, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve yerelleştirilmesi, turist deneyiminin geliştirilmesi ile kentin tarihi ve kültürel mirasının korunması amaçlanmıştır. Bu plan kapsamında, turistlerin çeşitlendirilmesi amacıyla çeşitli kampanyalar yürütülmüştür. Örneğin, kültür turizmine yönelik "Barselona, Kültürün Başkenti" kampanyası kapsamında, kentin müze ve sanat galerilerinin tanıtımı yapılmıştır. Sürdürülebilir turizm uygulamaları kapsamında ise, kentte bisiklet yolu ağının genişletilmesi ve bisiklet kullanımının teşvik edilmesi, atık yönetimi konusunda geri dönüşüm oranlarının artırılması ve atık toplama noktalarının yaygınlaştırılması, yerel ürünlerin kullanımının teşvik edilmesi gibi çalışmalar yapılmıştır. Bu turizm planlamasının hedefleri, kentin turizm sektöründe sürdürülebilirliği ve yenilikçiliği sağlamak amacıyla oluşturulmuş olsa da Covid-19 pandemisi nedeniyle turizm sektörü dünya genelinde yaşanan kriz Barselona'nın turizm faaliyetlerini de durma noktasına getirmiştir.

4.3.4.2. Pandemi Döneminde Barselona'nın Turizm Politikası

Pandemi döneminde Barselona'da turizm sektöründe önemli bir düşüş yaşanmıştır. İspanya, Mart 2020'de Covid-19 pandemisi nedeniyle sınırları kapatmıştır. Ekonomik olarak turizme oldukça bağımlı bir yapıya sahip Barselona'da ciddi bir ekonomik kriz yaşanmasına neden olmuştur. Barselona'da turizm faaliyetlerinin sınırlı olması nedeniyle, turizm sektöründe çalışan binlerce kişi işsiz kalmış veya gelirleri büyük ölçüde azalmıştır. Barselona Belediyesi, turizm sektörünün pandemi nedeniyle yaşadığı sorunları hafifletmek için çeşitli önlemler almıştır. Örneğin, restoran ve kafe sahiplerine teraslarını genişletme izni vererek açık hava alanları yaratılmasını sağlamıştır. Ayrıca, turizm sektöründe çalışanlara eğitim ve destek programları sunulmuştur. Bunun yanı sıra, şehirde açık alandaki turistik yerlerdeki kalabalıkların azaltılması için de bazı önlemler alınmıştır. Örneğin, Park Güell gibi turistik mekânlara ziyaretçi sayısı kısıtlamaları getirilmiş, Barceloneta plajında güvenli mesafe koşullarını sağlamak için önlemler alınmıştır. Pandeminin sonraki dönemlerinde ise Barselona yönetimi, turizm sektörüne yönelik düzenlemeler yaparak yerli halkın ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurmuştur. Özellikle, şehir merkezindeki turist yoğunluğunun azaltılması için, turistik sayısının sınırlandırılması kararları alınmıştır.

Barselona, pandemi döneminde turizm sektöründeki sorunları ele almak için turizm işletmelerinin ayakta kalması, turizm sektörünün yeniden canlandırılması ve yerli halkın

ihtiyaçlarının karşılanması konularına odaklanan politikalar geliştirmiştir. Pandemi döneminde turizm işletmelerine yönelik bir dizi ekonomik destek programı uygulanmıştır. Program kapsamında turizm çalışanlarının maaşlarının ödenmesi, turizm sektöründeki işletmelerin kira, elektrik ve su gibi giderleri için yardımlar yapılmıştır. Ayrıca, turizm sektörünün yeniden canlandırılması için çeşitli stratejiler de geliştirilmiştir. Bunların arasında, turizm işletmelerinin dijitalleştirilmesi, turistlere daha az kalabalık alanlar sunmak amacıyla alternatif turizm rotalarının oluşturulması ve turistlerin şehre daha sürdürülebilir bir şekilde gelmesi konuları ön plana çıkmaktadır.

Pandemi Dönemi Sonrasında Barselona'nın Turizm Vizyonu ve Politikaları

Barselona'nın güncel turizm politikaları, özellikle pandemi nedeniyle değişiklik göstermiştir. Turistlerin sağlığını ve güvenliğini korumaya yönelik önlemler alınmış ve sürdürülebilir turizm hedefleri benimsenmiştir. Bu kapsamda Barselona'da turizm faaliyetlerinin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini en aza indirmesi hedeflenmekte ve turizmin sürdürülebilir kalkınmaya katkısının arttırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca, turizmin yerel ekonomiye katkısının arttırılması ve turizm sektöründe çalışanların koşullarını iyileştirilmesi de hedeflemektedir.

Barselona'nın covid-19 Pandemi dönemi sonrasında hazırlanmış güncel bir turizm planı bulunmasa da Barselona yönetimi turizm konusunda aşağıdaki hedefleri benimsemiştir;

- Turizm faaliyetlerinin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini en aza indirmek
- Turizmin yerel ekonomiye katkısını artırmak
- Turizm sektöründe çalışanların koşullarını iyileştirmek
- Turist deneyimlerini geliştirmek
- Sürdürülebilir turizm için kamu-özel iş birliğini sağlamak

Bu kapsamda son dönemde turizm konusunda Barselona'da izlenen stratejilerden bazıları aşağıda sıralanmıştır;

- Yerel topluluğun turizme dâhil edilmesi, turizm gelirinin yerel ekonomiye daha fazla katkı sağlaması için yerel işletmelerin desteklenmesi ve turizme dayalı ekonomik çeşitliliğin arttırılması
- Turizm sektörü ile yerel toplum arasındaki diyaloğu geliştirilmesi ve turizmin toplumsal kabulünü arttırılması

- Turistlerin çevresel bilincinin artırılması
- Sürdürülebilir ulaşım seçeneklerinin teşvik edilmesi
- Yerel kültürün ve gastronomi mirasının korunması ve teşvik edilmesi
- Sürdürülebilir konaklama seçeneklerinin teşvik edilmesi
- Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin izlenmesi ve değerlendirilmesi
- Turizm faaliyetlerinin dengelemesi ve yönetimi için bir turizm envanteri oluşturmak ve turizm yoğunluğunun azaltılması için çözümler üretilmesi
- Turizm sektörünün yenilikçiliğinin teşvik edilmesi ve dijital dönüşümün desteklenmesi.

Tablo 4-4. Barselona Turizm Politikaları Özet Tablosu

Pandemi Öncesi Turizm Politikaları	Pandemi Sonrası Turizm Politikaları	Güncel Turizm Vizyonu	Öne Çıkan Turizm Türleri
Turist kalitesinin artırılması Turistlerin çeşitlendirilmesi Turizm faaliyetlerinin yerelleştirilmesi Kentin tarihi ve kültürel mirasının korunması Sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesi	Turizm faaliyetlerinin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini en aza indirmek Turizmin yerel ekonomiye katkısını artırmak Turizm sektöründe çalışanların koşullarını iyileştirmek Turist deneyimlerini geliştirmek Sürdürülebilir turizm için kamu-özel iş birliğini sağlamak	Turizmin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini en aza indirilmesi Turizmin yerel ekonomiye katkısının arttırılması	Sürdürülebilir Turizm

4.3.5. Singapur

Singapur Güneydoğu Asya'da yer alan bir ada ülkesi ve aynı zamanda bir şehir devletidir. Singapur'da turizm Ticaret ve Sanayi Bakanlığı bünyesinde kurulmuş olan Singapur Turizm Kurulu (Singapore Tourism Board - STB) tarafından yönetilmektedir. Kurul 1964'te Singapur Turizm Tanıtım Kurulu Singapore Tourist Promotion Board) olarak kurulmuş, 1997 yılında ise günümüzdeki ismi almıştır. Bu kurum, Singapur turizm endüstrisini yönetmek, teşvik etmek ve geliştirmek, turizmin tanıtımı, pazarlanması, turizm ürünleri ve hizmetleri için kalite standartlarının belirlenmesi, turizm eğitimi ve

istihdamı teşvik etmek gibi faaliyetler yürütmektedir. Singapur Turizm Kurulu bünyesinde pazarlama, politika ve planlama, iş birliği, deneyim geliştirme, uluslararasılık ve teknoloji dönüşümü olmak üzere altı adet müdürlük bulunmakta ve her birinin altında çeşitli temalarda çalışma grupları yer almaktadır.

Singapur'un turizm Singapur Turizm Kurulu tarafından yönetilse de ülkenin diğer önemli turizm birlikleri ve şirketleri ile de iş birliği içinde çalışılmaktadır. Bunlardan bazıları; Singapur Havayolları (Singapore Airlines - SIA), Çin - Singapur Havalimanları Şirketi (Changi Airport Group - CAG), Otel ve Restoranlar Birliği (Singapore Hotel Association - SHA) ve Tur Operatörleri Derneği (National Association of Travel Agents Singapore - NATAS)'dir. Bu aktörler, Singapur turizm endüstrisinde farklı alanlarda faaliyet göstermektedirler ve sektörün sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunmaktadırlar.

4.3.5.1. Pandemi Öncesi Dönemde Singapur'un Turizm Vizyonu ve Stratejileri

Singapur'un, Covid-19 Pandemi döneminden önceki turizm hedefleri turizm endüstrisini geliştirmek ve ülkeye daha fazla turist çekmek üzerine odaklanmıştır. Bu eksende birçok strateji ve program geliştirmiştir. Bu stratejilerden ön plana çıkanlar aşağıda sıralanmıştır.

- Singapur Turizm Yenilik Stratejisi (Singapore Tourism Innovation Strategy - SITIS): Singapur Turizm Kurulu tarafından 2016 yılında başlatılan SITIS, turizm endüstrisinde yenilikçi fikirleri teşvik etmeyi amaçlayan bir programdır. SITIS kapsamında, turizm endüstrisinde dijital teknolojilerin kullanımı, turist deneyimlerinin geliştirilmesi, çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırılması gibi alanlarda projeler desteklenmiştir.
- Turizm Geliştirme Stratejisi (Tourism Development Strategy - TDS): Singapur, turist deneyimlerinin geliştirilmesine odaklanan bir strateji geliştirerek, turistlerin çeşitli kültürel ve eğlence etkinliklerine katılmaları, turistlere daha iyi konaklama seçenekleri sunulması, yemek kültürünün tanıtımı gibi alanlarda çalışmalar yürütmüştür.
- Singapur Marka Stratejisi (Singapore Brand Strategy): Singapur, turizmde daha güçlü bir marka oluşturmak için geliştirdiği strateji kapsamında, Singapur'un

turistik yerleri, kültürü, yemekleri ve turizm endüstrisindeki yenilikçi uygulamaları tanıtmak için birçok pazarlama kampanyası yürütülmüştür.

- Kongre Turizmi Stratejisi (Business Events Strategy): Singapur, kongre turizminde lider konumuna gelmek için de strateji geliştirmiştir. Bu strateji kapsamında, Singapur'da daha fazla uluslararası kongre ve etkinlik düzenlenmesi için çalışmalar yapılmıştır.
- Turizmde Sürdürülebilirlik Stratejisi (Sustainable Tourism Strategy): Singapur, turizm endüstrisinde sürdürülebilir büyüme sağlamak için, turizm endüstrisinde çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırılması, kültürel mirasın korunması gibi konulara ağırlık vermiştir.

Singapur'un turizm sektörü için Singapur Turizm Kurulu, 2016-2020 yılları arasını kapsayan bir "Singapur Turizm Geliştirme Stratejisi 2016-2020" başlıklı turizm planı yayınlamıştır. Planın temel hedefleri, Singapur'un turizm endüstrisini sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek, turist sayısını artırmak, turist harcamalarını artırmak ve Singapur'u turizm açısından daha çekici hale getirmek olarak özetlenebilir. Bu planın önemli stratejileri ise şu şekildedir;

- Singapur'un turizm çeşitliliğini artırmak ve daha fazla turizm pazarına girmek için pazarlama faaliyetlerini artırmak
- Singapur'daki turistik yerlerin kalitesini artırmak ve yeni turistik yerler yaratmak
- Turistlerin Singapur'da unutulmaz bir deneyim yaşamalarını sağlamak için turist hizmetlerini geliştirmek
- Turizm endüstrisi paydaşları arasındaki iş birliğini artırmak ve turizm sektöründeki inovasyonu teşvik etmek
- Singapur'un sürdürülebilir turizm uygulamalarını geliştirmek ve çevre dostu turizm faaliyetlerini teşvik etmek
- Turizm endüstrisinde teknolojinin kullanımını artırmak ve turizm deneyimini iyileştirmek.

Bu stratejilerin uygulanması amacıyla birçok projeye yatırım yapılmış ve Singapur Turizm Kurulu ülkenin turizm endüstrisinde çeşitli yeniliklere imza atılmıştır. Bunlar arasında çevre dostu otellerin teşvik edilmesi, turistler için mobil uygulamaların

geliştirilmesi, turizm endüstrisindeki dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve turistler için yeni deneyimlerin yaratılması yer almaktadır.

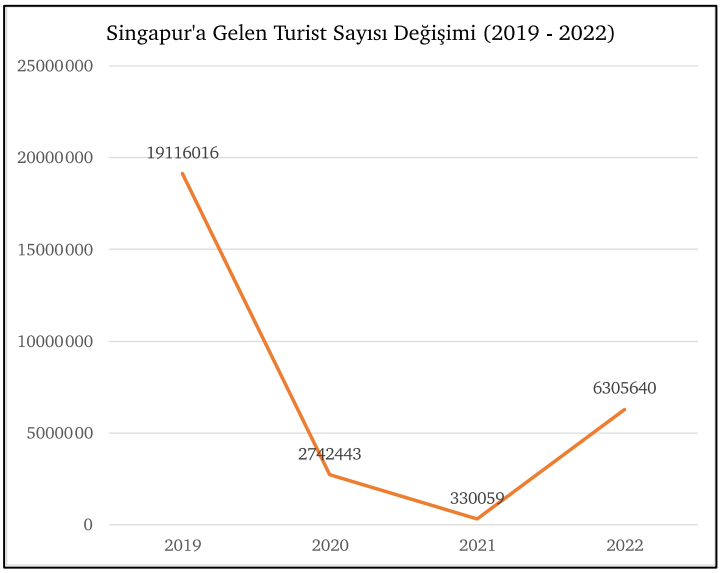
Singapur, turizm endüstrisindeki bu stratejilerin ve programların uygulanmasıyla birlikte turist sayısını artırmayı başarmıştır. Singapur Turizm Kurulu'nun verilerine göre 2019 yılında, Singapur'a gelen turist sayısı 19,1 milyona ulaşmış ve turizm sektöründen elde edilen gelir 27,7 milyar Singapur doları olarak gerçekleşmiştir (Singapore Tourism Board, 2020).

Covid-19 Pandemisi nedeniyle Singapur'da da turizm sektörü oldukça olumsuz etkilenmiş ve Singapur da turist sayısında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Singapur, turizm sektörünü yeniden canlandırmak için yeni stratejiler geliştirmeye devam etmektedir.

4.3.5.2. Pandemi Döneminde Singapur'un Turizm Politikası

Singapur Turizm Kurulu'nun verilerine göre 2020 yılında turizmden elde edilen gelir ise 4.8 milyar Singapur dolarına kadar düşmüştür (Singapore Tourism Board, 2021). Singapur'a gelen turist sayısı 2019 yılında 19,1 milyon iken 2020 yılında %85,86 oranında azalarak 2,7 milyona düşmüş, 2021 yılında ise yalnızca 330 bin kişi olmuştur. 2022 yılında Singapur'a gelen turist sayısı ise 6,3 milyon olarak kaydedilmiştir (The Singapore Department of Statistics, 2023) (Şekil 4-2).

Şekil 4-2. Singapur'a Gelen Turist Sayısı Değişimi (2019 - 2022)



Kaynak: (The Singapore Department of Statistics, 2023)

Singapur hükümeti, pandemi döneminde turizm sektöründe yaşanan sorunları hafifletmek için bir dizi politika ve önlem geliştirmiştir. Bu politikalardan ön plana çıkanlar aşağıda açıklanarak sıralanmıştır;

Finansal destek programları: Turizm işletmelerine finansal destek sağlamak için çeşitli programlar başlatılmıştır. Bu programlar arasında, işletmelerin çalışanlarının maaşlarını ödemelerine yardımcı olmak için sunulan özel maaş destek programları, kira indirimleri ve turizm işletmelerine özel hibe programları yer almıştır.

Ücretsiz turizm işletmeleri danışmanlığı hizmetleri: Turizm işletmelerine yönelik ücretsiz danışmanlık hizmetleri sağlamak için bir dizi program başlatılmıştır. Bu programlar, işletmelerin dijitalleşme, yeniden yapılandırma ve pazarlama stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olmayı hedeflemiştir.

Vergi indirimleri ve teşvikler: Singapur hükümeti, turizm işletmelerine vergi indirimleri ve teşvikler sunarak, işletmelerin nakit akışını artırmaya ve işletme maliyetlerini azaltmaya yardımcı olmuştur.

Yerli turizmi teşvik etmek: Singapur hükümeti, yerli turizmi teşvik etmek için programlar başlatmıştır. Bu programlar arasında, yerli turistlere özel teklifler sunmak, yerli turizm işletmelerine özel destekler sağlamak ve yerli turizmi teşvik etmek için pazarlama kampanyaları düzenlemek yer almıştır.

Sağlık ve güvenlik protokolleri: Singapur hükümeti, turistlerin güvenliğini sağlamak için sıkı sağlık ve güvenlik protokolleri uygulamıştır. Bu protokoller arasında, turistlerin negatif Covid-19 test sonucu göstermeleri, otel karantinasına tabi tutulmaları ve ülkeyi ziyaret etmeden önce elektronik seyahat izni alınması gibi uygulamalar bulunmaktadır.

Tüm bu politikalar, Singapur'un turizm sektörünü desteklemeye ve pandemi döneminde sektörde yaşanan sorunları hafifletmeye yardımcı olmuştur. Pandemi döneminde Singapur'un turist kitlesi önemli ölçüde değişmiştir. Pandemi öncesinde Singapur, genellikle iş amaçlı seyahat edenler, alışveriş turistleri ve Asya Pasifik bölgesinden gelen turistler tarafından ziyaret edilen bir destinasyon iken pandemi döneminde turist profili büyük ölçüde yerel turistlere ve bölgeden gelen diğer turistlere kaymıştır. Singapur hükümeti, pandemi sırasında yerli turizmi teşvik etmek için çeşitli programlar yürütmüştür. Bu programlar, yerli

turistlerin yerel turizm işletmelerine harcama yapmalarını teşvik etmek için tasarlanmıştır. Ayrıca Singapur pandeminin belirli süreçlerinde Hong Kong, Çin ve Malezya gibi Asya ülkelerinden turistleri kabul etmiştir.

4.3.5.3. Pandemi Dönemi Sonrasında Singapur'un Turizm Vizyonu ve Politikaları

Singapur'un güncel turizm politikaları, pandemi sonrası turizmin canlanması için tasarlanmıştır. Singapur turizm stratejileri, sürdürülebilir turizm, dijital turizm, deneyimli turizm ve sağlık turizmi alanlarına odaklanmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi açıklanabilir;

- Sürdürülebilir turizm ile Singapur'un çevreye duyarlı bir turizm endüstrisine sahip olmasını amaçlamaktadır. Singapur, yeşil alanları, ulusal parkları ve doğal yaşam alanlarını korumak için sürdürülebilir turizm uygulamaları benimsemektedir. Buna ek olarak, Singapur, sıfır atık ve geri dönüşüm programlarıyla çevresel sürdürülebilirliği de destekleyen uygulamalar geliştirmektedir.
- Dijital turizm ise Singapur'da turist deneyimini dijitalleştirerek geliştirme stratejisidir. Singapur, mobil uygulamalar ve dijital teknolojiler aracılığıyla turist deneyimini zenginleştirmeyi hedeflemektedir. Singapur, turistlerin ihtiyaç duydukları bilgilere hızlıca erişmelerine olanak tanıyan bir dizi dijital araç sunmaktadır.
- Deneyimli turizm yaklaşımı ile Singapur'da turistlerin benzersiz deneyimler yaşamalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Singapur, restoranlar, alışveriş merkezleri, müzeler, festivaller ve etkinliklerle zengin bir kültür ve eğlence turizmi sunmaktadır.

Sağlık turizmi de Singapur'un sağlık hizmetlerine odaklanan bir turizm stratejisidir. Singapur, yüksek kaliteli sağlık hizmetleri, dünya çapında tanınmış sağlık kurumları ve uzman doktorlar sunmaktadır. Singapur ayrıca, sağlık ve wellness turizmi için dünya çapında ün kazanmış spa ve sağlık merkezleri sunmaktadır.

Singapur'un hedeflediği turist kitlesi oldukça çeşitlilik göstermektedir. Singapur'da, alışveriş, yemek, eğlence, kültür ve tarih turları gibi turizm türleri öne çıkmaktadır. Singapur'un iş, alışveriş, kültür, gastronomi, eğlence ve sağlık turizmi çeşitli turizm türlerine yönelik geniş bir turist kitlesi hedefi bulunmaktadır. Singapur, dünyanın en ünlü

markalarını içeren lüks alışveriş merkezleri, Michelin yıldızlı restoranları, müzeleri ve tarihi yerleriyle ünlüdür. Singapur ayrıca, aile dostu turistik yerleri, tema parkları ve su parkları çekim noktaları da sunmaktadır.

Singapur'un güncel turizm politikaları, her yıl milyonlarca turisti çekmek için yenilikçi ve sürdürülebilir turizm stratejilerine odaklanmaktadır. Singapur Turizm Kurulu, ülkeyi ziyaret eden turistlerin çeşitliliğini arttırmak ve turizm sektörünü sürdürülebilir hale getirmek için turizmi çeşitlendirmeye yönelik stratejiler geliştirmiştir. Singapur'un turizm stratejileri arasında, dijital teknolojilerin kullanımı ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri de öne çıkmaktadır. Ülkenin turist hedef kitlesi arasında, yüksek gelirli seyahat edenler, iş seyahati yapanlar, konferans ve etkinlik katılımcıları ve aileler yer almaktadır. Turizm çeşitliliği, Singapur turizm stratejilerinin önemli bir parçasıdır. Kültür turları, gastronomi turları, aile tatilleri, doğa turları, sağlık turizmi ve MICE (Toplantılar, teşvikler, konferanslar ve sergiler) turizmi gibi farklı turizm türleri ile turizm sektöründe çeşitlilik sağlanmaktadır. Bu turizm türlerinden ön plana çıkanlar aşağıda açıklanmıştır;

Kültürel turizm: Singapur, çeşitli etnik grupların bir arada yaşadığı bir ülke olduğundan, turistlere zengin kültürel deneyimler sunmaktadır. Ülkede, geleneksel festivaller, müzeler, tarihi yerler ve zengin mutfak kültürü gibi birçok kültürel etkinlik düzenlenmektedir.

İş turizmi: Singapur, Asya'nın finans ve iş merkezi olarak kabul edilmektedir. Ülke, birçok uluslararası konferans, sergi ve fuara ev sahipliği yapmaktadır.

Yeşil turizm: Singapur, sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak için yeşil turizme odaklanmaktadır. Birçok doğal park ve koruma alanına sahip olduğundan turistlerin katılabileceği çeşitli doğa yürüyüşleri, bisiklet turları ve doğa gezileri düzenlenmektedir.

Aile turizmi: Singapur, aile dostu bir destinasyon olarak da bilinmektedir. Birçok tema parkı ve müzede çeşitli aile etkinlikleri sunulmaktadır.

Gezginler için turizm: Singapur, birçok gezginin uğrak noktasıdır. Ülke, dünyanın en iyi havaalanlarından birine sahiptir ve konaklama seçenekleri açısından oldukça çeşitlidir.

Singapur turist kitlesi olarak ise, genel olarak kültürel turistleri, iş seyahatleri yapanları, aileleri ve gezginleri hedeflemektedir. Ülke, özellikle Çin, Hindistan, Endonezya,

Avustralya ve Japonya gibi Asya-Pasifik bölgesinden turistlerin yanı sıra ABD ve Avrupa'dan turistleri de çekmeye çalışmaktadır.

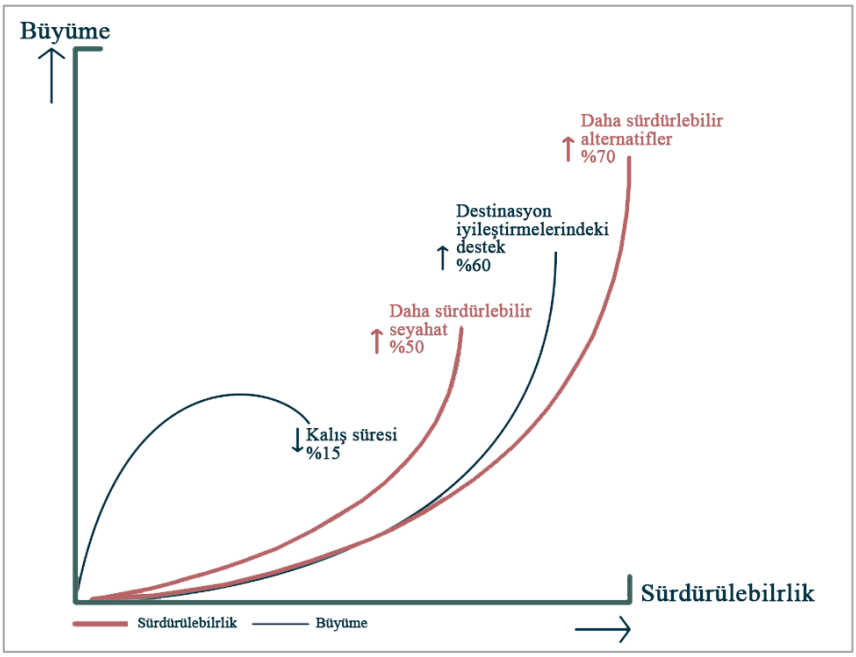
Singapur, sürdürülebilir turizm faaliyetlerine büyük önem vermektedir. Yeşil turizm, doğal ve kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir kalkınma konularına odaklanarak, turizmin çevresel etkisini azaltmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte, Singapur'da dijital turizm geliştirilmesi de önemli bir stratejidir. Dijital teknolojiler, turizm faaliyetlerinin daha verimli, yenilikçi ve kişiselleştirilmiş hale getirilmesine yardımcı olmaktadır. Singapur'un turizm politikaları, turizm sektörünün sürdürülebilirliğine ve çeşitliliğine odaklanarak, dijital teknolojilerin kullanımı ve yüksek gelirli turistlerin çekilmesi üzerine stratejiler geliştirilmektedir.

Tablo 4-5. Singapur Turizm Politikaları Özet Tablosu

Pandemi Öncesi Turizm Politikaları	Pandemi Sonrası Turizm Politikaları	Güncel Turizm Vizyonu	Öne Çıkan Turizm Türleri
Singapur'un turizm endüstrisini sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek Turist sayısını ve harcamalarını artırmak Singapur'u turizm açısından daha çekici hale getirmek	Turizmin yeniden canlandırılması Sürdürülebilir turizmi geliştirmek Dijital turizm deneyimlerini arttırmak Turizm deneyimlerini arttırmak Yüksek kaliteli sağlık turizmini hizmetlerini geliştirmek Yenilikçi turizm stratejileri geliştirmek	*Sıfırla, iyileştir, yeniden canlandır* *(RESET, RECOVER, REIGNITE)* Pandemi sonrası turizmin yeniden canlandırılması	Kültür turizmi Kongre / İş Turizmi Yeşil Turizm Lüks Turizm

Yapılan araştırmaya göre uluslararası gezginlerin %50'sinden fazlasının daha sürdürülebilir seyahat etmek istedikleri ve neredeyse %70'inin seyahat endüstrisinin sunduğu daha sürdürülebilir alternatifleri değerlendirdikleri görülmüştür. Bir destinasyonun sürdürülebilirliğindeki en önemli hususlardan biri kalış süresidir. Yapılan araştırmalara göre, aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere küresel ölçekte kalış süresi %15 oranında düşüş göstermesine rağmen, daha sürdürülebilir alternatiflere olan ilgi artış göstermektedir (Reali, t.y.).

Şekil 4-3. Kalış Süresi ve Sürdürülebilir Yönetim



Kaynak: (Reali, t.y. referans alınarak oluşturulmuştur)

4.4. Turizmde Dijitalleşme

Turizm sektöründe yer alan teknolojik faaliyetler, sektörün sürdürülebilir yönetimine katkı sağlamaktadır. Özellikle pandemi sonrası turizm sektöründe yönelimin fazla olduğu dijitalleşme ile birlikte, çeşitli uygulamalar ön plana çıkmıştır. Sektör, pandemi sonrasında dijital teknolojilere daha fazla odaklanarak, turizm faaliyetlerini dijitalleştirmiş ve sanal turlar, dijital müze gezileri, çevrimiçi konserler, çevrimiçi etkinlikler ve diğer dijital deneyimler sunmaya başlamıştır (Gretzel ve diğ. 2020).

Turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda çevrimiçi rezervasyon sistemlerini kullanma oranlarında pandemiden sonra artışlar gözlenmiştir. Konaklama tesislerinde çevrimiçi rezervasyon sistemleri pandemi öncesi dönemde de kullanılıyor olsa da özellikle müzeler, turistik çekim noktaları ve restoranlar vb. yeme-içme ve eğlence mekânlarının çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin kullanımı hızla artmaktadır. Özellikle pandemi sonrası dönemde turistler müzeler ve diğer turistik noktalarda çevrimiçi biletleme veya rezervasyon hizmetlerini kullanarak uzun sıralarda beklememek için ek bir ücret ödemeyi

daha çok tercih etmeye başlamıştır. Bunların yanı sıra konaklama tesislerinde self check-in, temassız ödeme (Apple Pay, PayPal, Google Pay vb.) ve seyahatlerde insansız bagaj teslimatı (online baggage drop vb.) uygulamalar yaygınlaşmaktadır.

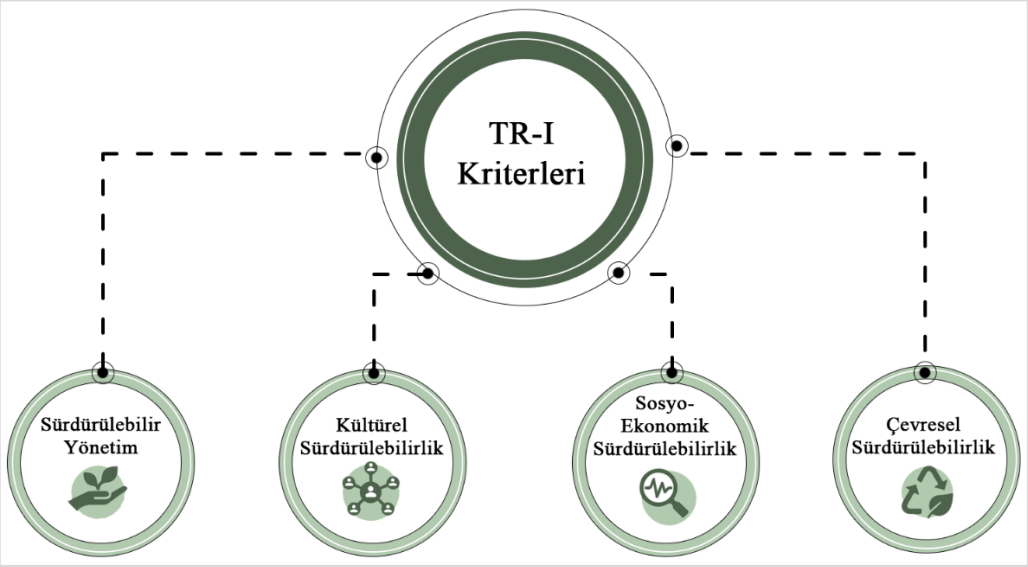
- Tourismverse

Dünya Turizm Forumu Enstitüsü ve blockchain destekli Turizm Yatırım Fonu olan TourismX, Sandbox platformunda barındırılan sanal bir mahalle olan Tourismverse'ü geliştirmek için işbirliği yapmaktadır. Tüm ülkelerin destinasyonları sanal olarak ziyaret etmesini ve farklı aktivitelerle turizm içeriğiyle etkileşime geçmesini amaçlamaktadır. "Sandbox'taki Tourismverse ekosistemi", turizm sektörüne dâhil edilerek, meta veri tabanının kendisini eğlence ve video oyun deneyimlerinden nasıl farklılaştırdığını vurgulayacaktır. İlgili turizm destinasyonlarında gerçek zamanlı deneyim avantajlarını kullanarak, turizm endüstrisindeki meta veri tabanı, müşterilerin seyahat deneyimini geliştirecektir.

4.5. Türkiye ve İstanbul– Etkin Sürdürülebilir Yönetim

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı ile birlikte Türkiye için sürdürülebilir Turizm Programı geliştirilmiştir. Program kapsamında hazırlanan Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstri Kriterleri (TR-I), Türk turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimini sağlamak ve turizm paydaşlarının katılımları ile Türk turizm sektöründe ortak bir anlayış belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. TR-I kriterleri dört ana başlıkta hazırlanmıştır (TGA, 2023);

Şekil 4-4. Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstri Kriterleri



Kaynak: (TGA, 2023 referans alınarak oluşturulmuştur.)

İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB), sürdürülebilir turizm hareketlerine olan teşviki artırmak, düzenlemek ve geliştirmek amacı ile 2014 yılında kurulan İBB Turizm Şube Müdürlüğü öncülüğünde "Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC)"ne üye olmuştur. İstanbul; Berlin, Barselona, Valensiya ve Atina gibi sürdürülebilir turizmde öne çıkan kentlerin üye olduğu bu konseye, Türkiye'den üyelik alan ilk şehir olma özelliğindedir (Vısıt Istanbul, 2023).

İBB tarafından geliştirilen "Visit İstanbul" markası kapsamında, İstanbul'un turistik yerlerinin gözlemlenebileceği canlı kameralar, internet sayfasında herkesin erişimine açıktır. Benzer şekilde İstanbul'da gerçekleşecek sosyo-kültürel aktiviteler, ulaşım bilgileri, müzeler ve tüm bunlar ile ilgili satın alımlar; İBB tarafından geliştirilen akıllı uygulamalar ile sağlanabilmektedir. "İBB Turizm Müdürlüğü, ziyaretçilerin kullanımına yönelik sunmuş olduğu merkezler, harita, rehber, broşür, kullanışlı mobil uygulamalar, sosyal medya ve Visit Istanbul dijital platformu aracılığıyla yönlendirme yaparak ziyaretçilerin İstanbul'u kolaylıkla keşfetmelerini sağlamaktadır." Sanal araçların aktifleştirilmesi projesi ile turizm altyapısının sürdürülebilir yönetimi hedeflenmektedir.

4.6. Bölüm Değerlendirmesi

Sürdürülebilir yönetim ve buna bağlı olarak gelişen teknoloji kullanımı ve DMO yapıları gibi alternatifler, turizm sektörüne kaynak olan mekân, sosyo-kültürel etkinlik, ürün gibi her türlü girdinin etkin ve verimli kullanımını sağlamaktadır. Sürdürülebilir yönetim ile birlikte yerli turizm teşvik edilmiş olur ki bu da, turizm destinasyonlarının canlandırılması ve kullanımlarının devamlılığının sağlanmasında etkili bir yoldur.

Sektöre dahil olan dijital çözümlerin sunduğu online rezervasyon, dijital harita, telefon uygulamaları ve dijital tur rehberliği seçenekleri ile birlikte bu tür meta veri deneyimleri, küresel olarak turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğini korumanın, yenilemenin ve birlikte yaratmanın en iyi yolu sağlanmış olur. Turizm sektöründeki dijitalleşmenin, seyahat deyimlerini daha kusursuz, sorunsuz ve daha kaliteli yapması; bu doğrultuda da, Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunacak şekilde ilerlemeye devam etmesi öngörülmektedir. (Digital Transformation, tarih yok) Dijitalleşme ile birlikte aşırı turizm (overtourism) veya mevsimsel kalabalıklık gibi zorlukların üstesinden gelinmektedir ve turizm destinasyonlarının sürdürülebilir kullanımı sağlanmaktadır.

2010'lu yıllarda İstanbul Kongre Turizminde Avrupa'da ilk üçteyken, rakip şehirlerin DMO yapılarını oluşturmasından sonra, kongre turizminde ellinci sıralara kadar gerilemiştir. Bu sebeple, DMO yapısı, İstanbul için acil planlanması gereken bir oluşumdur. İstanbul'da DMO yapılanmasının kurulması ile birlikte mevcut turizm yönetiminden kaynaklanan; koordinasyon sorunlarının, ortak proje geliştirme kültürünün, kentin doğru konumlanmasını sağlayacak markalaşma çalışmalarının, kültür varlıkları başta olmak üzere kentteki turizme katkı sağlayacak öğelerin korunmasının ve geliştirilmesinin, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesinin, ortak bir vizyon çerçevesinde yatırım geliştirme kültürünün önü açılacaktır.

5. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE B MODÜLÜ: SOSYO EKONOMIK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

İstanbul Turizm Eylem Planı'nın 'Gelecek trendlere odaklı gösterge sistemi'nin B modülü Turizmin destinasyon ekonomisine doğrudan ve dolaylı ekonomik katkısı ile turizmin sosyal ve demografik ilişkisini ölçmektedir.

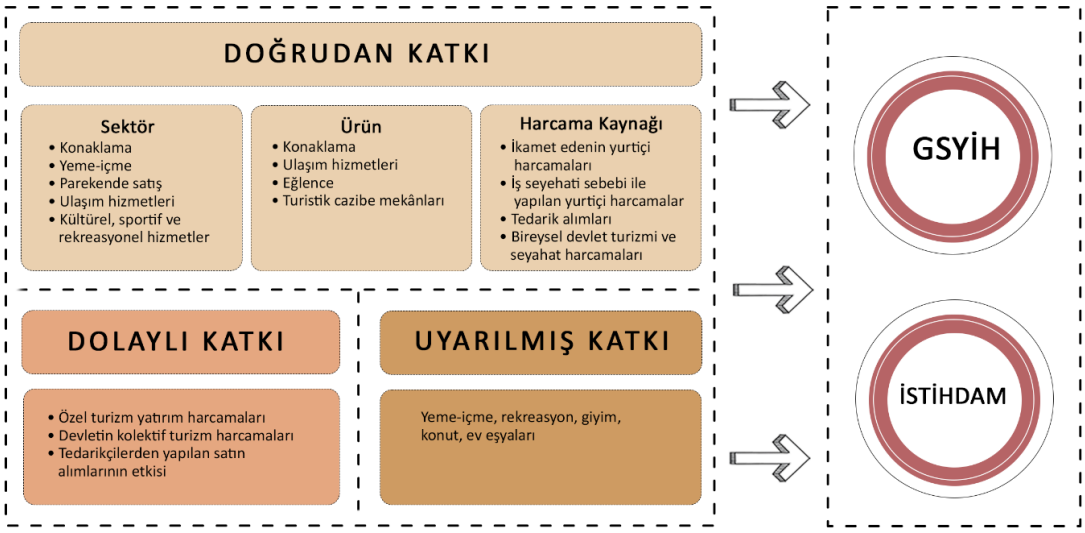
5.1. Küresel Eğilimler- Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik

İstanbul Turizm Eylem Planı'nın 'Gelecek trendlere odaklı gösterge sistemi' nin B modülü Turizmin destinasyonun ekonomiye doğrudan ve dolaylı ekonomik katkısını ölçmektedir. Uygun kriterler; ziyaretçi hacmi seviyesi, ziyaretçi harcamaları, istihdam, yatırım ve ekonomik faydanın dağılımının kanıtlarını içerir. Turizmin destinasyona doğrudan ve dolaylı ekonomik katkısı hakkında yıllık raporlar ve çeşitli ekonomik etki ölçümlerini kapsayan verileri (örn. Hacim, harcama, istihdam, yatırım ve ekonomik faydaların destinasyona yayılması) içermektedir.

5.1.1. Turizmin Ekonomik Etki Düzeyi Belirleyicileri

Turizm sektörünün yerel ekonomiler üzerindeki etkisi "Doğrudan katkı", "Dolaylı katkı" ve "Uyarılmış katkı" olarak üçe ayrılmaktadır. Bu etkiler; sektörün yapısına ve turizm faaliyetlerinin yerel ekonomi ile ilişkisine göre farklılaşarak her ülkede değişkenlik gösterebilmektedir (WTTC, 2020). Doğrudan katkı; oteller, seyahat acenteleri, havayolları ve tur şirketlerine ek olarak restoranlar ve turistlere hizmet veren diğer etkinlikler gibi doğrudan turizm ile ilgilenen faaliyetler tarafından oluşturulan GSYİH'yi temsil etmektedir. Dolaylı katkı; turizmde sermaye yatırımı, turizme yönelik devlet harcamaları/teşvikleri ve tedarik zinciri etkileri gibi turizm sektörünün üstlendiği faaliyetler doğrultusunda ortaya çıkan etkilerdir. Uyarılmış katkı ise; sektörde doğrudan veya dolaylı olarak istihdam edilenlerin harcamaları yoluyla turizme yapılan ekonomik katkıyı temsil etmektedir (Lemma, 2014).

Şekil 5-1. Turizmin Ekonomiye Katkıları

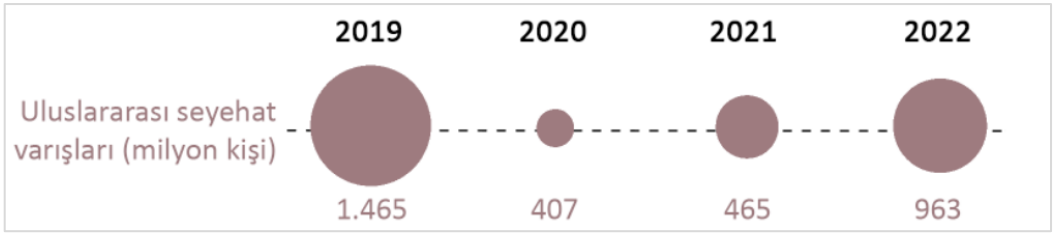


Kaynak: (Lemma, 2004 ve WWTC, 2020 referans alınarak oluşturulmuştur.)

5.1.1.1. Doğrudan Katkı: Seyahat varışları & Seyahat Harcamaları

Turizmin ekonomiye doğrudan katkısı, seyahat varışları ve seyahat harcamaları gibi parametreler ile ölçülebilmektedir. 2009-2019 yılları arasında, uluslararası seyahatte %64'lük bir büyüme meydana gelmiştir. On yıl süren kesintisiz büyümenin neticesinde; 2009'da yaklaşık 900 milyon olan dünya çapındaki turist varış sayısı, 2019'da 1,5 milyara yükselmiştir. Uluslararası turist varışları (gecelik ziyaretçiler) 2019'da 1.465 milyon iken; 2020'de 407 milyona düşmüştür. Pandemi sebebi ile ortaya çıkan karantinalar ve seyahat kısıtlamaları, ziyaretçi talebinde düşüşe neden olmuştur. Bir yıl içerisinde (2019-2020), uluslararası turist varışlarında %72'lik bir düşüş yaşanmıştır. Seyahat kısıtlamaları devam etmesine rağmen, 2021'de uluslararası seyahat edenlerin sayısı 456 milyona yükselmiştir; ancak yine de, 2021 yılı turist varış sayısı, 2019 yılı istatistiklerinin %69 altında kalmıştır. 2022 yılında, uluslararası seyahat edenlerin sayısı 2021'e kıyasla iki kattan fazla artarak 963 milyona ulaşmıştır; ancak yine de 2019 seviyelerinin %34 altında kalmıştır. Özetle pandemi sebebi ile 2020, 2021 ve 2022'de toplamda 2,6 milyar uluslararası varış kaybı yaşanmıştır ki bu da, 2019'da kaydedilen varışların neredeyse iki katına tekabül etmektedir (UNWTO, 2023).

Şekil 5-2. Uluslararası Seyahat Varışları



Kaynak: (UNWTO, 2023 referans alınarak oluşturulmuştur.)

2022 verilerine göre dünyada en çok uluslararası turist varışlarının gerçekleştiği ülke 79 milyon ile Fransa'dır. İkinci sırada 72 milyon ile İspanya yer alırken, üçüncü sırada 51 milyon ile Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır (UNWTO, 2023). Dünya Turizm Örgütü'nün 2022 verilerine göre Türkiye, Dünyada en çok turist varışlarının olduğu listede, 50 milyon ile dördüncü sırada yer almaktadır (UNWTO, 2023).

2023 verilerine göre ise birinci sırada 117 milyon turist varışı ile yine Fransa gelmektedir. Fransa'yı sırasıyla 51 milyon ile Meksika ve 45 milyon ile ABD takip etmektedir. Bu listede Türkiye 15 milyon ile 9. Sırada yer almaktadır (Wisevoter, 2023).

Uluslararası turist ziyaretçi harcamaları 2019 yılında 1,9 trilyon ABD Doları'na ulaşmıştır. 2022 yılında, yurtiçi seyahat harcamalarında %20,4'lük, yurtdışı seyahat harcamalarında ise %81,9'luk bir artış görülmüştür (Word Travel & Tourism Council, 2022).

2022 yılında turizm sektöründe en çok harcama yapan ülke 109 milyar USD ile Çin olmuştur. İkinci sırada 57 milyar USD ile ABD yer alırken, üçüncü sırada 51 milyar USD ile Almanya yer almaktadır (UNWTO, 2023).

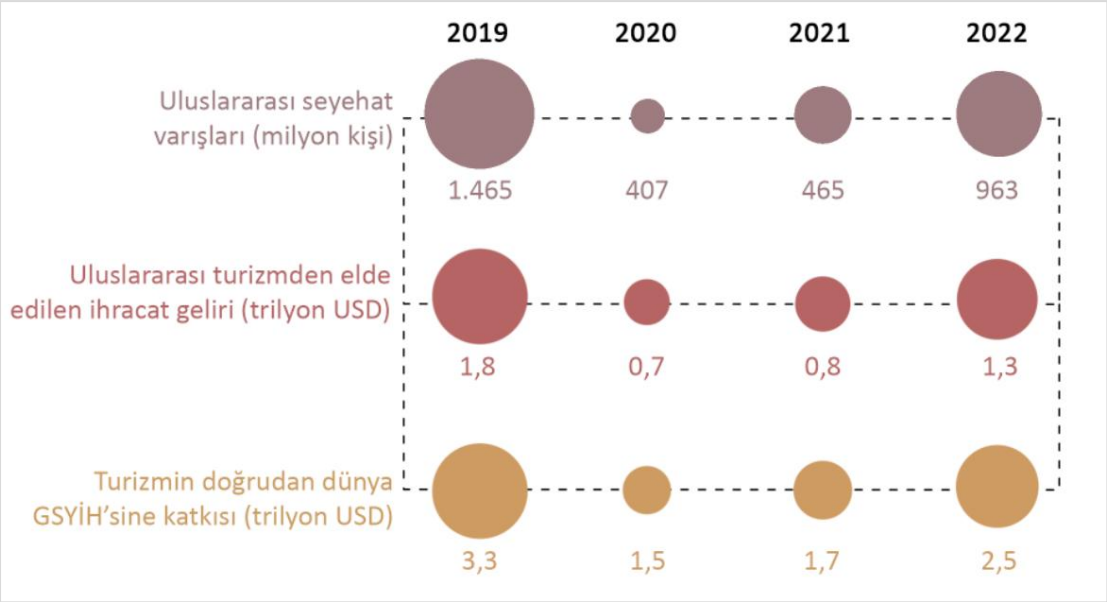
Dünya Turizm Örgütü tarafından 2022 yılı verileri referans alınarak hazırlanan, dünyada turizmden en çok gelir sağlayan ülkelerin listesine göre birinci sırada 135 milyar USD ile Amerika Birleşik Devletleri (ABD) yer almaktadır. ABD'yi sırasıyla 73 milyar USD ile İspanya ve 68 milyar USD ile Birleşik Krallık (BK) takip etmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün 2022 yılında hazırladığı "Dünya Turizm Barometresi" raporuna göre Türkiye, turizm harcamalarının arttığı ülkeler arasında yer almaktadır (UNWTO, 2022).

2023 TÜİK verilerine göre, Türkiye'de ikamet eden vatandaşların yurt içi seyahat harcamaları bir önceki yılın birinci çeyreğine göre %82,8 artış göstermiştir (Toplam 22 milyar TL). Bu harcamaların %95'ini kişisel harcamalar oluştururken; yaklaşık 1 milyar TL'lik %5,5'lik kısmını ise paket tur harcamaları oluşturmuştur.

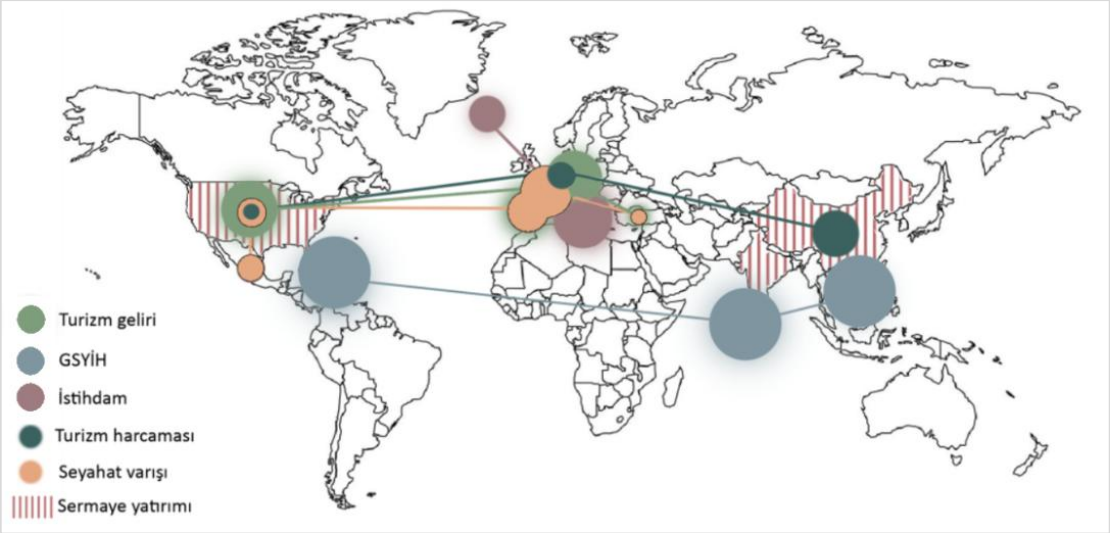
Turizm, ekonomik fırsatlar, çevre koruma ve kültürel sürdürülebilirlik sağlama potansiyeli nedeniyle yerli grupların sürdürülebilir kalkınması ve güçlendirilmesi için bir mekanizma olarak kabul edilmektedir (Carr, Ruhanen ve Whitford, 2016). Turizmin milli gelire, istihdama, ithalat ve ihracata doğrudan etkisi bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler, turizmi ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmaktadırlar. Turizm sektörü bir hizmet sektörüdür; bu nedenle, turizmin üretimi ve istihdamı artırıcı özellikleri bulunmaktadır. (Ekşioğlu, t.y.)

Şekil 5-3. Turizmin Doğrudan Katkısı



Yukarıda özeti verilen grafikte görüleceği üzere, uluslararası seyahat varışları, ihracat geliri ve turizmin doğrudan GSYİH'e katkısı; 2020 yılının birinci çeyreğinde başlayan pandemi etkisiyle, bir önceki yıla göre düşüş göstermiştir. Ancak 2020 yılından itibaren tüm bu parametrelerdeki nicel değerler, artmaya devam etmiştir.

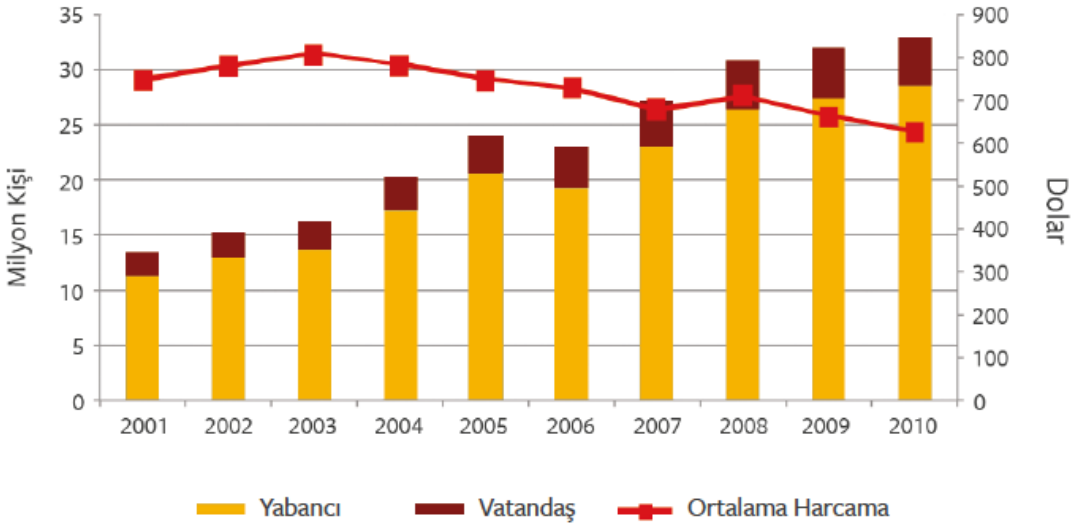
Şekil 5-4. Küresel Ölçekte Turizm Ekonomisine Yön Veren Ülkeler



2022 ve 2023 yıllarında turist varışlarının en çok gerçekleştiği ülke Fransa'dır. Ardından ABD, İspanya, Meksika ve Türkiye gelmektedir. ABD diğer kategorilerde de karşımıza ilk sıralarda çıkmaktadır. En çok turizm harcamasında Çin'den sonra ikinci sırada yer alan ABD, en çok gelir sağlayan ülkeler listesinde birinci sıradadır. Sermaye yatırımı en fazla olan ülke, yine ABD'dir. Her ne kadar ABD bu göstergelere göre ilk sıralarda yer alsa da, GSYİH oranı diğer ülkelere göre yüksek olan, dolayısı ile turizmin gelişmekte olduğu ülkeler Karayip ülkeleri, Makao ve Maldivler gibi okyanus ülkeleridir.

Turizm sektöründe kadınların, part-time çalışanların, ikinci bir işi olanların ve çok genç ya da çok yaşlı kişilerin çalıştırıldığı yaygın olarak gözlenmektedir. Ev kadınları, öğrenciler ve emekliler gibi işsizlik istatistiklerinde yer almayan kişilerin, mevsimlik olarak yoğun bir biçimde işe alınmaları nedeniyle, turizm sektörünün işsizlik sorununun çözümüne katkısı ilk bakışta görüldüğü kadar fazla değildir. Diğer taraftan, bazı turizm işletmelerinin imalat sanayine oranla daha iyi iş koşulları ya da ücret sağlayarak mevsimlik işgücü talebinde bulunması, söz konusu sektörlerden turizme işgücü akımına yol açacaktır (Yıldız, 2011: 65). Turizm sektörünün bu özelliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bu sektörün geliştirilmesi ile yeni iş olanaklarının arttırılmasında, dolayısıyla istihdam üzerinde önemli rol oynayacaktır (Çeken ve Erdem, 2003: 23).

Şekil 5-5. Türkiye'de Yabancı Turist Harcamaları Oranları (KTBkn.)



5.2. Rakip Şehirlerle Kıyaslandığında İstanbul Destinasyonunun Turist Harcamaları

Dünya şehirleri ve İstanbul' da 1 haftalık tatil harcaması kıyaslamaları;

Lizbon (Portekiz)	440,20 İngiliz sterlini
Sevilla, İspanya	492,94 İngiliz sterlini
İstanbul, Türkiye	274,14 İngiliz sterlini
Budapeşte, Macaristan	412,03 İngiliz sterlini
Prag, Çek Cumhuriyeti	505,67 İngiliz sterlini
Porto, Portekiz	444,22 İngiliz sterlini
Split, Hırvatistan	399,29 İngiliz sterlini
Madrid, İspanya	558,49 İngiliz sterlini
Roma, Italya	615,49 İngiliz sterlini
Barcelona, İspanya	579,22 İngiliz sterlini

Kaynak: (TripAdvisor verileri ile yapılan The Sun Gazetesi araştırması, 2021)

Bu bazı turist profillerine cazip de görünse, yüksek gelirli turistin İstanbul'dan uzaklaşmasına sebep olmaktadır. İstanbul'un tanıtımı için acil bir imaj araştırmasına gereksinim duyulmaktadır.

5.2.1. Dolaylı Katkı: İstihdam, Yerel Satın alma, Yerel Girişimciler, Yerel İstihdam

Turizm, günümüzde sadece gelişmekte olan ülkelerin değil gelişmiş ülke ekonomileri için de döviz girdisi sağlayan, istihdama olumlu etkiler yapan, uluslararası alanda ülkelerin iletişim ve etkileme gücünü arttıran, bütünleştirici ve barış ortamı yaratılmasına etki eden bir endüstridir." (Bilgiçli ve Altınkaynak, t.y.) Turizm sektörü "emek-yoğun" içerikli bir sektör olduğundan, sektörde yer alan her türlü aktivite doğrudan veya dolaylı olarak istihdam olanakları oluşturmaktadır. Direkt olarak turistik harcamalara bağlı olmayan, birincil olarak diğer sektörde meydana gelen ancak turizmi de etkileyen istihdam türü dolaylı istihdamdır. Turizm işletmelerinden gelen gelirin yeniden harcanması sonucu elde edilen istihdam ise ek istihdam olarak nitelendirilmektedir.

2019 yılında, turizm sektöründe yaratılan istihdam, küresel istihdamın %10.4'ünü oluşturmaktaydı (2019 yılı küresel GSYİH: 10 trilyon ABD Doları). 2022 yılında, sektöre 22 milyon yeni istihdam yaratılmıştır ki bu; 2021'e göre %7,9'luk bir artışı temsil etmektedir (Word Travel %Tourısm Councıl, tarih yok).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarında önemli rol oynayan turizm sektöründe 300 milyondan fazla kişinin istihdamı sağlanmaktadır ki bu da dünyadaki istihdamın yaklaşık %9'unu oluşturmaktadır. 2024'te turizmde sağlanacak olan istihdamın 350 milyonu bulması öngörülmektedir ki bu da global istihdamın %12,2'sine tekabül etmektedir (Buluk ve Özkök, 2016).

2021 verilerine göre, turizm sektöründe yaratılan istihdam oranının en fazla olduğu ülke Malta'dır. Malta'da turizm sektöründe yaratılan istihdam, toplam istihdamın %15.6'sını oluşturmaktadır. Ardından sırası ile Yunanistan (toplam istihdamın %13'ü), İspanya (toplam istihdamın %12'si) ve İzlanda (toplam istihdamın %11.6'sı) gelmektedir (OECD, tarih yok) .

Türkiye'de turizm sektörü toplam istihdamı (doğrudan ve dolaylı istihdam dâhil olmak üzere) 2005-2015 yılları arasında artış göstermiştir. Türkiye turizm istihdamındaki artışın temelini, dolaylı istihdamdaki büyüme oluşturmaktadır (Şit, 2016).

Dünya Ticaret Örgütü istatistiklerine göre yaklaşık olarak 1992-2017 yılları arasında turizm sektörü %4,1 oranında büyüme göstermiştir. Sektör, küresel ölçekte hizmet ihracatının %25'ini karşılamakta ve dünya GSYİH'sinin %10'unu oluşturmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü'nün 2014 ve 2015 yıllarını kapsayan analizine göre; turizm ve seyahat hizmetleri, %25,9'luk bir oran ile dünya hizmeti ihracatında birinci sırada yer almaktadır. Dünyada istihdam edilen her 11 kişinden 1'i, turizm sektöründe çalışmaktadır (Turizm Günlüğü, 2017) .

İstihdam kavramını farklı şekillerde tanımlamak mümkündür. Genel anlamıyla istihdam, "çalışmak ve gelir sağlamak istek ve iradesinde olan kişilerin, mal veya hizmet üretiminde çalıştırılmaları" olarak tanımlanabilir (Ünlüönen vd. 2007:164; Yağcı, 2003:169).

Turizmin ekonomiye dolaylı katkısı, turizm yatırımları/teşvikler ve tedarikçilerden yapılan satın alımlar gibi parametreler ile ölçülebilmektedir. Satın alma genellikle, ürünleri doğru görünen bir fiyatta teslim etme algısı temelinde neredeyse rastgele seçilen farklı tedarikçilerin bir koleksiyonu şeklinde tanımlanabilmektedir (Quayle, 2006).

Turizm, yoğun yatırım faaliyetlerinin yaşandığı dönemlerde ve yatırımlar sonuç verdiğinde bir bölgeyi etkilemektedir. Bu etkiler, ekonomik birimler arasındaki bağlantılara bağlıdır. Yatırım için harcanan para, inşaat ve birkaç diğer endüstri sektörüne gidecektir. Bunlar ev halklarından imalat tesislerine kadar değişen ekonomik birimlere bağlantıları olacaktır. Turistler tarafından harcanan para da ekonomiye bağlantılı olacak birkaç sektör aracılığıyla girecektir.

Her iki durumda da çarpan etkileri, bağlantıların gücüne bağlıdır. Çarpan, temel gelirin ekonomi içinde dolaşırken oluşturduğu yeni ekonomik faaliyet miktarını yansıtır. Bazı sektörler, ekonomideki diğer sektörlere güçlü bağlantılara sahiptir ve büyük bir çarpan etkisi vardır. Diğerleri ise zayıf bağlantılara ve küçük çarpanlara sahiptir. Bağlantılar olmadığı takdirde, yerel halkın içinde yaşadığı yerde turizm endüstrisinin canlı olması ve sefalet yaşaması mümkündür. Örneğin, belirli bir destinasyon bölgesinde bulunan yıl boyunca açık olan tatil köyleri yerel işgücünü tamamen işe alırsa içeceklerini, meyve, sebze ve tavuk ürünlerini yerel çiftçilerden satın alırsa; yerel eğlencecileri işe alırsa; ve

konuk odalarının mobilyalarını yerel üreticilerden satın alırsa, bağlantılar güçlü olacak ve gelir çarpanı yüksek olacaktır. Eğer bu mal ve hizmetlerin çoğu başka bir eyalet veya ülkeden ithal edilmiş olsaydı bağlantı zayıf olurdu.

Tefler (1996) çalışmasında beş yıldızlı bir otelin yemek sipariş sürecini, satın alma kalıplarını ve satın alma ağını belirlemeye yönelik dört ana amacı belirlemiştir. (Zencir, 2022). Birinci amaç, gelişmekte olan bir ülkede beş yıldızlı bir otelin yiyecek satın alma alışkanlıklarını belgelemek; ikinci amaç, bir otel tarafından çeşitli kaynaklardan yiyecek elde etmek için kullanılan satın alma ağının karmaşıklığını araştırmak; üçüncü amaç, otel doluluk oranları ile gıda alım düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek ve son amaç, gelişmekte olan bir ülkede beş yıldızlı bir otelde yerel gıdaların ne ölçüde kullanıldığını değerlendirmektir. Otel işletmesinde doluluk oranları ile aylık toplam gıda alımları arasında güçlü bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Otel için iki ana gıda tedarik kaynağı, küçük yerel tedarikçiler ile ofisleri olan ticaret şirketleridir. Gıda tedariki ile ilgili olarak, güvenli bir gıda tedarik sisteminin gereklilikleri nedeniyle, beş yıldızlı otellerin genellikle gıda ithal ettiği belirtilmektedir. Ancak ürün çeşitliliğine sahip verimli bir tarım bölgesinde, beş yıldızlı bir otel olan Aquila Prambanan, gıda ürünlerinin büyük bir bölümünü yerel tedarikçilerden satın almakta, bu da dış ekonomilerin sızıntı seviyesini azaltmaktadır.

Bir örnekle açıklayacak olursak; yöresel mutfak ürünlerinin satın alma süreçlerinin incelenmesi sonucunda, işletmelerin ürünlerini (ham ve yarı mamul) yörenin tedarikçi kaynağından ve yerel üreticiden satın almayı tercih etmesinden dolayı taze ve hijyenik ürünler elde edilmesinin daha kolay ve daha az maliyetli olacağını belirtmiştir. Hizmet üreten işletmelerin mutfak bölümleri için yaptıkları ham ve yarı mamul madde alımları için yöresel tedarikçileri seçmeleri neticesinde, teslimat sürelerinin daha kısa ve hızlı olması, aynı zamanda karşılıklı güven oluşması durumunda ödeme kolaylıkları vb. karşılıklı kazanımların ortaya çıkabileceğini ifade etmiştir. Bu sistematik derleme kapsamında incelenen çalışmaların önerileri, işletme sahiplerine ve yönetimine yönelik olmak üzere incelenebilir. Hizmet işletmelerinin satın alma yöneticilerinin, satın alma süreci yönetimi için beklenen genel süreç işleyiş bilgisi, risk yönetimi, katılımcı karar alma süreçlerini yönetebilme kapasitesi ve üst seviyede iletişim ve empati kurma kabiliyetlerine sahip olma becerisi toplamda sürecin ve zincirin başarı seviyesini etkileyecektir (Serkan 2017).

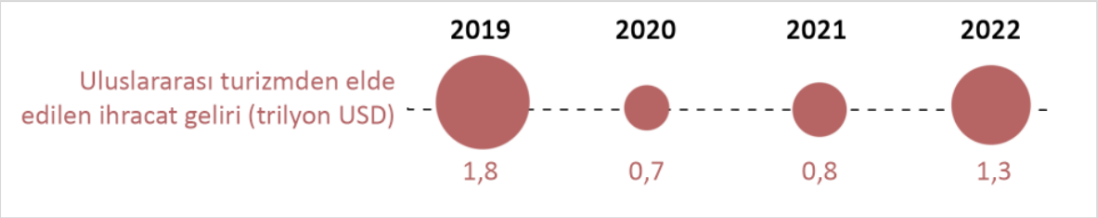
UNWTO tarafından geliştirilen Turizm Yatırım Raporu'na göre, 2015 ile 2019 yılları arasında doğrudan yabancı yatırım sayısı en fazla olan ülke Birleşik Krallık'tır (173 doğrudan yabancı yatırım projesi). Ardından sırasıyla ABD (164 doğrudan yabancı yatırım projesi) ve Almanya (127 doğrudan yabancı yatırım projesi) gelmektedir. Aynı yıllar arasında, Türkiye'deki doğrudan yabancı yatırım proje sayısı 24'tür (UNWTO, 2020).

Statista'nın verilerine göre 2019 yılında seyahat ve turizm sektöründe sermaye yatırımı en fazla olan ülke 209 milyar USD ile ABD'dir. İkinci sırada 169,9 milyar USD ile Çin yer almaktadır ve Çin'i 51,6 milyar USD ile Hindistan takip etmektedir (Statista, 2019).

Turizm sektöründe tedarikçilerden yapılan satım alımlar da, tıpkı yatırım ve teşvikler gibi ekonomiye dolaylı katkı sağlamaktadır.

Uluslararası turizmden elde edilen ihracat gelirleri, 2019'a göre 2020'de %62 ve 2021'de %59 oranında düşmüştür. 2022'de ihracat gelirlerinde bir artış gözlemlense de; pandemi öncesi seviyelerin %34 oranında altında kalmıştır. 2019, 2020 ve 2021 yıllarını kapsayan üç yıllık dönemde; turizmden elde edilen ihracat gelirlerinde toplam 2,6 trilyon USD kayıp yaşanmıştır ki bu, 2019'da elde edilen gelirin 1,5 katıdır (UNWTO, 2023).

Şekil 5-6. Uluslararası Turizmden Elde Edilen İhracat Geliri



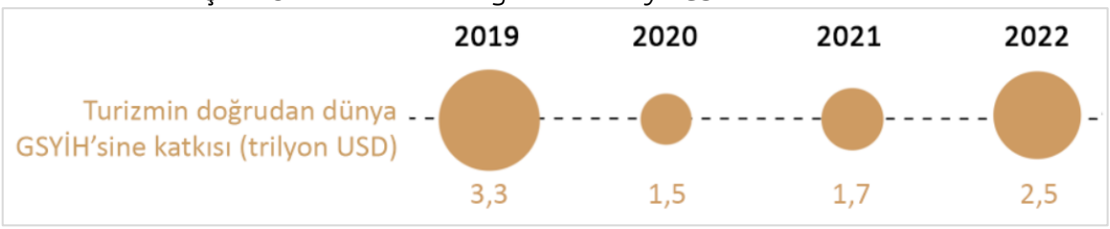
Kaynak: (UNWTO, 2023 referans alınarak oluşturulmuştur.)

Ülke sınırları içerisinde belirli bir dönem aralığında üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeri olan tanımlanan GSYİH, bir ekonomi çıktısının nicel değerinin ölçümünde kullanılan en yaygın araçlardan biridir. GSYİH, direkt olarak bir ekonomik çıktıyı ifade etmektedir. Dolayısı ile GSYİH oranı, doğrudan o ülkenin ekonomik büyümesinin göstergesidir (GSYİH'nın Önemi, 2023).

2019 yılında turizmin küresel GSYİH'e katkısı 10 trilton USD'dir ki bu, %10,4'lük bir paya eşdeğerdir. 2022 yılında bu oran 7,7 trilyon USD ile %7.6'ya düşmüştür. Statista

tarafından 2023 yılı tahminleri, toplam GSYİH payının, 9.5 trilyon USD ile %9,2'ye çıkacağı yönündedi (Statista, 2023).

Şekil 5-7. Turizmin Doğrudan Dünya GSYİH'sine Katkısı



Kaynak: (UNWTO, 2023 referans alınarak oluşturulmuştur.)

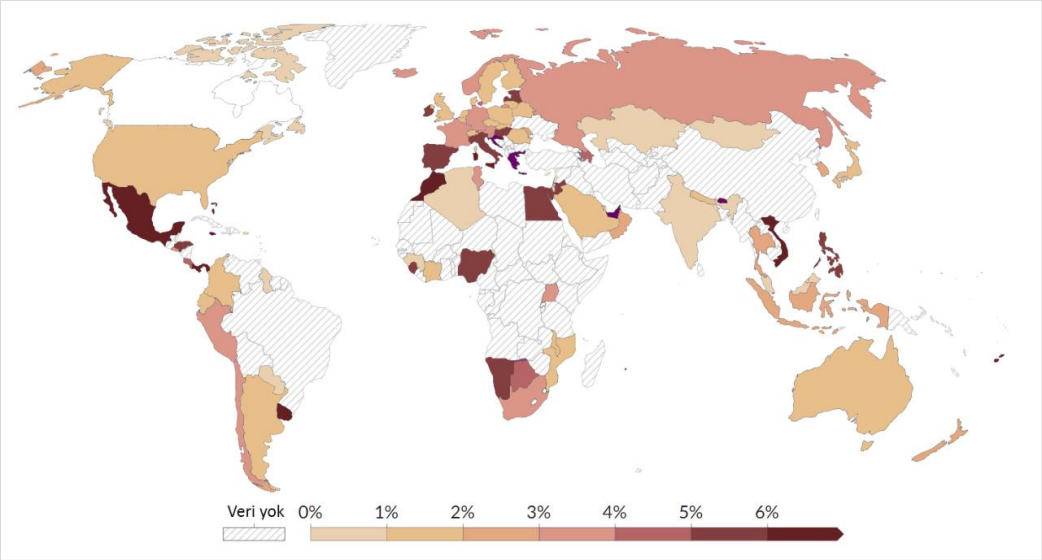
Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan Dünya Ekonomik Durumu ve Beklentileri (WESP) raporunda, gelişmekte olan küçük ada devletlerindeki turizm sektörünün gelişiminin önemi vurgulanmaktadır. (UNWTO, 2022c). 2019 yılında dünya çapında doğrudan seyahat ve turizmden elde edilen GSYİH payının en yüksek olduğu ülke %50,2 ile Makao olmuştur. (Statisca, 2019) Ardından sırası ile Maldivler (%32,5), Aruba (%32) ve Seyşeller (%26.4) gelmektedir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından hazırlanan ve doğrudan turizm GSYİH'sini gösteren aşağıdaki haritadan da anlaşılacağı üzere turizmin direkt olarak sağladığı GSYİH ortalaması (2008-2011 yılları); Aruba (%21) ve St. Lucia (%30) gibi Karayip ülkelerinde ve Çin'in özel idari bölgelerinden biri olan Makao'da (%49.6) diğer ülkelere göre daha fazladır (UNWTO, t.y.).

2021 yılında, turizmin toplam GSYİH içindeki payına bakıldığında ilk sırada St. Lucia yer almaktadır. Ardından sırası ile Aruba, Makao ve Bahamalar gelmektedir (Share of tourism in total GDP, 2021, 2021).

Türkiye'nin turizm GSYİH'sine katkısı 2019 yılında %11'lik bir oran ile 78,2 milyar USD iken bu oran, 2020'de 36,9 milyar USD ile %5,1'e düşmüştür. 2022 yılında Türkiye'nin, küresel turizm GSYİH'sine katkısı yeninden artış göstererek, 59,3 milyar USD ile %60,6'a çıkmıştır (WTTC, 2022).

Şekil 5-8. Turizmin Toplam GSYİH İçindeki Payı -2021Yılı



Turizm sektörü, küçük ve orta ölçekli işletmelerin birbirlerine bir değer zinciri ile bağlantılı olduğu gelişmekte olan ülkelerde, çevresel alanlarda yerel ve bölgesel gelişme için bir araç olarak görülmektedir (Adiyia vd. 2017: 105). Bölgesel kalkınmada oldukça önemli bir role sahip olan turizm hareketleri, yerel halkın gerçekleştireceği girişimcilik faaliyetleri aracılığı ile bölge ekonomisine önemli katkılar sağlayabilmektedir. Girişimcilik özelliği ile kişinin var olduğu sosyal yapı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bireyler ait oldukları toplumun, eğitim düzeyi, sosyal çevresi ve ekonomik durumundan etkilenmekte ve zihin dünyası bu ortamda şekillenmektedir (Ersoy, 2010: 73).

Küresel ölçekte finansman sağlayıcıların yatırımlarına ek olarak; oteller ve tatil köyleri gibi konaklama yerleri de "Komisyona dayalı teşvik", "Tanınırlık programları", "Ödül bazlı teşvik", "Takım bazlı teşvik" ve "Uzun vadeli teşvik" gibi daha fazla satış için çeşitli teşvik programları uygulayabilmektedir. (Oteller ve Tatil Köylerinde Daha Fazla Satış İçin Teşvik Programı Türleri, tarih yok) Turizm sektöründe herhangi bir yatırımda bulunmak isteyen girişimciye vergi indirimi, faiz desteği, yatırım yeri tahsisi, KDV muafiyeti, gümrük vergisi muafiyeti ve sigorta primi işveren payı gibi çeşitli teşvikler sunulabilmektedir (İzmir Ticaret Odası, t.y.) Teşvikler, yatırımın türüne ve ülkelerin yasal düzenlemelerine göre değişiklik gösterebilmektedir.

5.2.2. Turizmin Sosyal Kültürel Etki Düzeyi Belirleyicileri

Turizm, insanların kişisel veya iş/mesleki amaçlarla olağan çevrelerinin dışındaki ülkelere veya yerlere hareketini içeren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur. Bu kişilere ziyaretçi denir (bunlar turist ya da gezici olabilir; yerleşik ya da yerleşik olmayan kişiler olabilir) ve turizm, bunların bir kısmı turizm harcamalarını da içeren faaliyetleriyle ilgilidir (UNWTO). Turizm; yarattığı iş kolları, ihracatı yönlendiren gücü ve dünyada refahın sağlanmasına olan katkısı ile küresel ekonomideki diğer sektörlere kıyasla en hızlı gelişen endüstrilerden biridir (WTTC, 2018).

Turizm, yöredeki alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişmesini ve yöre halkının bu hizmetlere ulaşımını kolaylaştıran ekonomik etkilere sahiptir (Kreag, 2001: 6-7). Turizm ekonomik girdi üzerinden yarattığı etki bakımından yörenin sosyal ve kültürel yapısı üzerinde etkiler yaratabilmektedir. Turizmin toplumsal değişime doğrudan bir etkisinin ne kadar olduğu veya olup olmadığı tartışmalı bir konudur. Ancak turizmin insanlar arası ilişkilerin yoğun bir şekilde yaşandığı ve kültürel yapıların iç içe bir şekilde temas halinde olduğu düşünüldüğünde, bu ilişkinin yarattığı toplumsal bir örüntü biçimi ve yapının ortaya çıkması muhtemeldir. Turizm, başta ekonomik olarak toplum üzerinde bir etki yaratır ki, bu etki diğer ilişkilerin ortaya çıkmasının öncüsü olur. Başka bir deyişle, turizme katılımın ana katalizörü ekonomik beklentilerdir ve sonrasında yaşanan etkiler bunun bir sonucudur. Turizm ile birlikte bir yörede üretim ilişkilerinin değiştiği, yeni istihdam olanakları ile birlikte yörede yaşayanların gelir seviyelerinde artışlar olduğu ve tarımdan endüstriye geçişin ve buna ait ilişkilerin yaşandığı bir toplum yapısı ortaya çıkmaktadır (Aykaç, 2009: 105). Diğer taraftan turizmde arz ve talep arasında oluşan doğal bir köprü bulunmaktadır. Destinasyondaki oluşturulan arz ve talep anahtar rol oynamaktadır.

5.2.2.1. Turizmde Arz ve Talep Kavramları

Turistik Arzın Tanımı

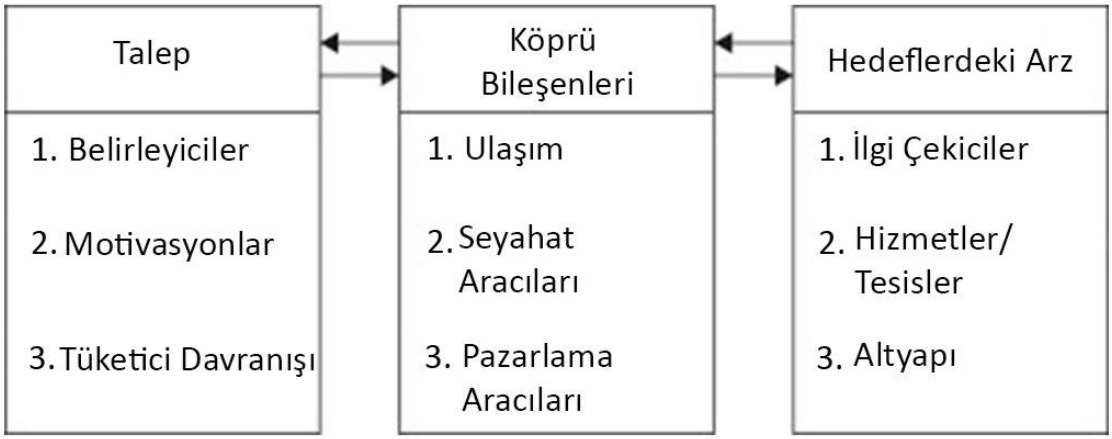
Turizm karmaşık bir olgudur: birçok farklı aktör vardır ve arz ve talep coğrafi olarak ayrılmıştır ancak üretim ve tüketim aynı noktada gerçekleşmektedir. Bir turizm sistemi, destinasyonda ki turizm arzı, arz ve talep arasındaki köprü unsurlar ve turizm talebi arasındaki etkileşimi gösteren bir çerçeve olarak tanımlanabilir (Vanhove, 2011:95-130).

Turizm arzı; bir ülke, bölge veya yörenin turistlere satmaya hazır olduğu turistik zenginlikler bütünüdür (Ünlüönen vd. 2014:75).

Talep ve arz arasındaki ilişki köprü unsurları aracılığıyla iki yönlü bir bağlantıdır. Turizm sisteminde destinasyondaki arz anahtar unsurdur. Tüketici ve üreticinin turistik ürüne bakış açısı oldukça farklıdır. Tüketici açısından turizm ürünü, evden çıktıkları andan geri dönene kadar yaşanan deneyimlerin toplamıdır (Vanhove, 2011, 95-130). Turizm arzı; bir ülke, bölge veya yörenin turistlere satmaya hazır olduğu turistik zenginlikler bütünüdür (Ünlüönen vd. 2014:75).

Turizm arzı, bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalıyla turistlere sunduğu maddi ve manevi hizmetlerin bütünüdür (Olalı ve Timur, 1988:171). Genel manada turizm arzı, turistik ihtiyaçların karşılanması için bir ülke, bölge ya da yörede belirli bir fiyata veya bedelsiz olarak turistlerin emrine verilebilen turistik mal ve hizmetlerin tamamından oluşur (Olalı, 1991).

Şekil 5-9.Turizmin Bileşenleri



Kaynak: (Vanhove, The Economics of Tourism Destinations 2011:95-130).

5.2.2.2. Turizme Yönelik Talebi Oluşturan Unsurlar

Herhangi bir toplumda tatil ve seyahat talebinin hacmini sürdüren ve sınırlayan faktörlerdir (Burkart ve Medlik, 1981). Turizm talebinin belirleyicileri, neden bazı ülkelerin nüfusunun turizme yüksek bir eğilim gösterdiğini, diğerlerinin ise düşük bir eğilim gösterdiğini açıklar. Bu belirleyiciler, motivasyonlar ve tüketici davranışlarından ayrılmalıdır. Burkart ve Medlik, motivasyonları 'turizm seçimlerini etkileyen ihtiyaçlar, istekler ve arzular olarak ifade edilen bireyler içinde çalışan içsel faktörler' olarak tanımlar.

Efektif (Gerçek) Turizm Talebi: Efektif turizm talebi, turizmde aktif bir şekilde yer alan ya da turizme katılmak için gerekli şartları sağlamış gerçek kişilerden oluşmaktadır (İçöz, 2005: 104-105). Hemen hemen bütün turizm istatistiklerinde yer alan ve en yaygın ölçülen turizm talebi bileşenidir. Turizmde aktif olarak yer alan ya da kaynaktan çekim merkezine doğru seyahat eden "fiili" turistler gibi gerçek kişi sayısıdır. Efektif talep, satın alma isteği ile birlikte satın alma gücü, yani parasal olanaklar da kullanılarak seyahat ve turizm ürünlerinden yararlanan grupları ifade etmektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeciler ve yöneticilerin en fazla ilgilendikleri turizm talebi bileşenidir (Bahar ve Kozak, 2012: 11).

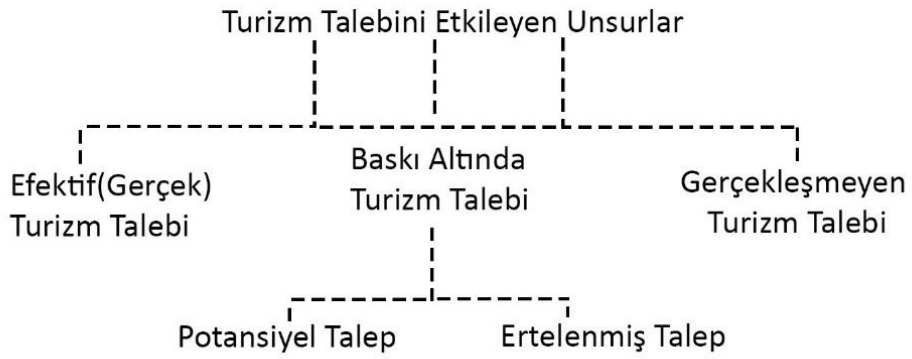
Baskı Altında Turizm Talebi: Çeşitli nedenlerle seyahat edemeyen nüfustan oluşmaktadır. Bu doğrultuda baskı altındaki turizm talebi, iki şekilde incelenmektedir. Birincisi, çeşitli sebeplerle seyahat edemeyen ancak gelecekte seyahat edebilecek durumda olan kişilerin oluşturduğu potansiyel taleptir. İkincisi olan ertelenmiş talep ise arz kaynaklarından meydana gelen herhangi bir nedenle ertelenen taleptir (İçöz, 2005: 104-105).

Gerçekleşmeyen Turizm Talebi: Seyahat etmek için gerekli olanaklara sahip olmayan veya bu isteği gerçekleşemeyen kişilerden oluşmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012: 11).

Turizm Talebi Belirleyicileri

Turizm talebinin belirleyicileri, nüfusun tatil ve seyahat talebinin hacmine sınır koyan ve herhangi bir ülkede dikkate alınan faktörlerdir. Bu belirleyiciler, ülkelerin turizm katılım oranlarının neden yüksek ya da düşük olduğu sorusuna yanıt aramaktadır (Vanhove, 2011: 61).

Şekil 5-10. Turizm Talebi Belirleyicileri



Kaynak: İçöz (2005)

Pazarlama yöneticileri, tüketicilerin tatil seçimlerini neden ve nasıl yaptığını bilmelidir, ancak aynı zamanda içsel psikolojik süreçlerin farklı tatil destinasyonları ve ürün tipleri arasında seçim yapma konusundaki etkisini anlamak da gereklidir. Bu süreçler, pazarlama içinde alıcı davranışının yönlerini ifade eder (Middleton, Fyall, Morgan ve Ranchhold, 2009). Burada sadece belirleyiciler ele alınmaktadır. Middleton, belirleyicileri 10 başlık altında özetler;

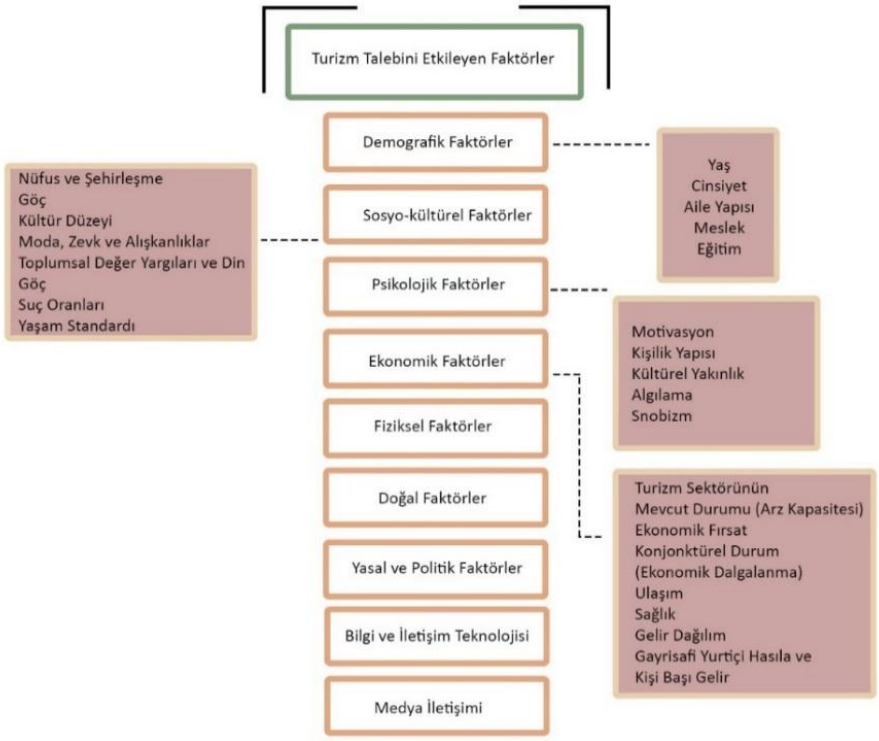
- Ekonomik faktörler ve karşılaştırmalı fiyatlar
- Demografik faktörler
- Coğrafi faktörler
- Turizme sosyo-kültürel tutumlar
- Hareketlilik
- Hükümet/düzenleyici
- Medya iletişimi
- Bilgi ve iletişim teknolojisi
- Çevresel endişeler ve daha sürdürülebilir turizm formlarına talep
- Uluslararası siyasi gelişmeler ve terör eylemleri

Ancak, turizm talebi aynı zamanda ürün arzındaki değişikliklere ve arz kapasitesine duyarlıdır. Bir örnek olarak, Lyon şehri, mükemmel hızlı tren bağlantıları nedeniyle Belçikalılar için kısa bir tatil destinasyonu haline gelmiştir. Talep ve arz etkileşimde bulunur (Middleton, Fyall, Morgan ve Ranchhold, 2009).

5.2.2.3. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebi, Özcan (2016: 44)'a göre, ekonomik faktörler, sosyo-kültürel faktörler, demografik faktörler, psikolojik faktörler ve siyasi ve yasal faktörler olmak üzere beş grupta değerlendirilebilmektedir.

Şekil 5-11. Literatürde Yer Alan Çalışmalar



Kaynak: İçöz (2005) ve Özcan (2016)'nın yapmış olduğu çalışmalardan faydalanılarak derlenmiştir.

Demografik faktörler

Demografik faktörler, seyahat ve turizm talebini etkileyen temel nüfus özelliklerini tanımlamak için geniş bir şekilde kullanılmaktadır. Hızla değişen ekonomik değişimlerden çok daha yavaş çalışan, turizm pazarlarını belirleyen temel özellikler; nüfus büyüklüğü, hane halkı büyüklüğü ve bileşimi, yüksek düzeyde boşanma ve yeniden evlenme veya yeni ortaklıklar, gelişmiş ülkelerdeki nüfusun yaşlanması ve düşen doğum oranları gibi özellikler yer almaktadır. Her ne kadar demografinin bir yönü olmasa da ileri ve yükseköğrenimdeki artan genç nüfus, ürettikleri turizm talebinin düzeyi ve türü için

güçlü bir belirleyici olabilmektedir (Middleton vd. 2009: 62). Demografik faktörler yaş, cinsiyet, aile yapısı, meslek ve eğitim olmak üzere 5 grupta incelenmektedir.

Yaş faktörü

Yaş faktörü, turizm talebinde etkili olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu konuda yapılan araştırmalar, gençlerin ve yaşlıların turizm hareketlerine daha çok eğimli olduğunu göstermektedir. Gençlerde seyahat oranının yüksekliği, seyahat kültürünün gelişmesinin yanısıra geleneksel aile yapısında görülen değişim neticesinde bu kuşağın (15-24 yaş arası) daha bağımsız hareket edebilmesi, gelir düzeyinin yükselmesi ve aile sorumluluğunun olmamasından kaynaklanmaktadır (Dinçer, 1993: 35).

Orta yaş grubu ise iş, evlilik ve çocuk sahibi olma ve bakım gibi nedenlerle seyahat için daha az zaman kaynak ayırabilmektedir. Yaşlı kesimde ise (55–65 yaş arası) gereksinimlerin karşılanması, sosyal güvenlik konusunda bir sıkıntının kalmaması, boş zamanın çoğalması, gelir düzeyinin yüksekliği ve çocuk sorununun olmaması bu kesim için önemlidir. Bu nedenle, özellikle gelişmiş ülkelerde ileri yaş grubunun ulusal ve uluslararası turizm hareketlerine katılması yüksek düzeyde olmaktadır (Dinçer, 1993: 36).

Cinsiyet

Cinsiyet faktörünün, seyahate katılmanın türü ve süresi üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Şöyle ki; kadınlarda konaklama süresi erkeklere oranla daha fazla olduğu halde, erkekler de transit seyahatler daha fazladır. Kadınlar kültürel aktivitelerde erkeklerden daha çok, sportif aktivitelerde ise erkekler kadınlardan daha çok faaldirler. Benzer şekilde, erkeklerde ferdi seyahat eğilimi güçlü olmasına karşın, kadınlar grup seyahatlerine daha fazla ilgi duymaktadırlar. Ayrıca yapılan araştırmalar; erkeklerin, kadınlara oranla daha çok seyahate çıktığını göstermektedir (Ata, 1985: 26).

Aile yapısı

Bekâr, evli ya da çocuklu olup olmama, çocuk sayısı, aile ve akraba bağlılıkları vb. aile yapısı ile ilgili özellikler de bireylerin turizm hareketlerine katılmasını, seyahat ve konaklama süresini etkilemektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2009: 72). Bu doğrultuda bekâr olan bireylerin aile sahibi olan bireylere göre daha çok turizm olayına katılması ya da çocuk sahibi olmayan ailelerin çocuk sahibi olanlara göre daha çok seyahat etmesi örnek olarak verilebilir (Tribe, 2011).

Meslek

Kişinin mesleği, meslekteki durumu ve dolayısıyla üyesi olduğu sosyal sınıfın da turizm talebini etkilediği görülmektedir. Turizme katılma ve meslek arasındaki ilişki iki şekilde açıklanabilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012: 124).

Eğitim düzeyi

Eğitim, turizm talebi araştırmacılarının dikkate aldığı değişkenlerden biri olarak dikkat çekmektedir. Eğitimin en önemli özelliği, insan sermayesine önemli derecede katkı sağlamasıdır. Araştırmalar göstermektedir ki, kendi eğitimini geliştiren bireyler, daha fazla seyahat eğiliminde olabilmektedir. Örneğin, üniversite eğitimi almış bireyler, lise eğitimi almış bireylere oranla daha farklı zevk ve alışkanlıklara sahip olabilmektedir. Böylesi bireylerin de seyahat eğilimleri daha yüksek olabilmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2009: 312). ABD' de yapılan bir araştırmanın sonucuna göre; iyi eğitim almış kişilerin toplam turizm harcamaları içindeki payı oldukça yüksektir. Örneğin, aile reisinin lise diploması bulunmayan ailelerin yalnızca % 50' si tatil harcaması yaparken, bu oran lise diploması olanlarda % 65, üniversite bitirmiş olanlarda % 75 ve lisansüstü derecesine sahip olanlarda % 85 olduğu tespit edilmiştir (İçöz, 2005: 143).

Göç

Göç ve turizm ilişkisine dair çalışmaların çoğu her ne kadar anket ve nüfus sayımı verilerine dayansa da bu çalışmalar turizm aktiviteleri ile göç arasındaki ilişki hakkında geniş çıkarımlar sağlamaktadır (Kuentzel & Ramaswamy, 2005, s.21).

Göç ve turizm birbirinin hem sebebi hem de sonucu olabilecek iki önemli olgudur. Bu durumu aslında her iki olgunun da birbiriyle ne kadar iç içe olduğunu ve turizmin göçün bir formu olduğu ve/ya göçün bir çeşit turizm sayılabileceği şeklinde okumak mümkündür. Söz konusu ilişkinin ne kadar karmaşık ve iç içe olduğunu aşağıdaki ifadelerden anlayabiliriz. Buna göre;

- Turizmin gelişmesi göçü önler,
- Turistik bölgeler göç hareketlerinin çekim merkezidir,
- Göçün artması doğayı tahrip ettiği için turizmi baltalar,
- Göçün artması turistik faaliyetleri ve ticareti arttırır,
- Göç ve uluslararası ticaret turizmi teşvik eder,

- Turizmdeki gerileme tersine göçe yol açar.

Örneğin alternatif turizm, geleneksel turizmle nüfusun kıyı kesimlerine dengesiz ve sağlıksız bir şekilde yığılmasını önleyerek ülkenin demografik yapısını istikrara kavuşturur ve istikrarsız göçlerin önüne geçmiş olur (Çelik, 2016, s. 8).

Sosyo-kültürel Faktörler

Turizm talebi üzerinde etkili olan birçok faktör arasında ekonomik faktörler önem arz etse de bir o kadar da sosyo-kültürel faktörler etkin olmaktadır. Sosyo-kültürel faktörleri; moda, zevk ve alışkanlıklar, nüfus ve kentlileşme, göç, suç oranları, kültür düzeyi, toplumsal değer yargıları ve din, yaşam standardı oluşturmaktadır. Sosyo-kültürel farkındalık ve etkileri, bir turistin veya bir grup turistin bir destinasyonu, ürünü veya deneyimi desteklemesine veya bunlardan kaçınmasına neden olabilir (Tjiptono ve Yang, 2018).

Nüfus ve kentleşme

Kentlerin, ekonomik büyüme ve kalkınmaya paralel olarak hızla gelişmesi, nüfus düzeylerinin artması, bu kentlerde yaşayan insanların yeni ihtiyaçlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kentlerdeki kırsal ve rekreasyon alanlarının yetersizliği, diğer bir deyişle; doğa ile bütünleşme olanağının olmaması, belirli bir süre için de olsa, şehir hayatından kaçış olgusunu meydana getirmektedir. Böylece; şehrin trafik sorunu, gürültüsü, hava kirliliği, şehrin kalabalıklığı, monotonluk vb. faktörler; insanlarda, kısa ya da uzun süreli yer değiştirme ve dinlenme ihtiyacını gündeme getirmektedir (Bayer, 1992: 210).

Suç oranları

Suç ve güvenlik kaygıları, ister gerçek, ister algılanan olsun, davranışı, gidilecek yer seçimini ve memnuniyeti doğrudan etkileyebilir. Turistler aşırı bir şekilde kaygı duyduklarında, seyahatlerini iptal edebilirler, erteleyebilirler ya da daha az risk içeren alternatif yerleri seçebilirler (Barker, 2002). Turist güvenliği konusu, turist çeken ülkelerin devlet turist stratejisinin merkezinde yer almaktadır. Hiç kimse, ailesinin güvenliğini riske atacak bir yere gitmek istemez. Bu nedenle ülkeler, kontrol ve gözetimin yüksek olduğu, suç oranlarının düşük olduğu bölgelerde turistik faaliyetlerini gerçekleştirmek istemektedirler (Fox, Edwards ve Wilkes, 2010: 92).

Kültür düzeyi

Kültür, kavramsal olarak pek çok olguyu içinde barındıran geniş bir yelpazedir. Örneğin; bir kişinin doğumundan itibaren aldığı dil eğitimi, giyinme şekli, aile yapısı, değerleri, sosyal yaşantısı gibi unsurlar, o kişinin ait olduğu kültürün çatısı altında şekillenmektedir. İnsanlar yaşamda bazı sosyal ilişkileri, değerleri, gelenekleri ve dili öğrenerek sosyal bir varlık haline gelmektedirler. Bu bağlamda, en gelişmemişinden en gelişmişine kadar her çeşit toplulukta kültür adı verilen olguyla karşılaşılmaktadır (Güvenç, 1996: 102).

Kültür düzeyi ile turizm talebi arasında oldukça güçlü bir ilişki söz konusudur. Kültür düzeyi yükseldikçe, insanların çeşitli rekreasyon faaliyetlerine katılma isteği de artmaktadır. Örneğin; konsere, tiyatroya gitmek, tarihi müzeler ve sanat olaylarını görmek, izlemek, tenis ya da golf oynamak, kayak yapmak gibi turizm faaliyetlerine katılanlar eğitim düzeyi yüksek, gelir düzeyi fazla ve belli sosyal statüsü olan insanlardır. Bununla birlikte; iki ayrı kavram gibi görünen kültür ve turizm olayı bir bütün olarak, bir turizm bölgesinin sosyo-ekonomik gelişiminde de çok büyük bir rol oynamaktadır (MacDonald ve Jolliffe, 2003: 308).

Moda, Zevk ve Alışkanlıklar

Sosyo-kültürel faktörlerden ilki ve belki de en önemlisi; moda, zevk ve akışkanlıklardır (Onaran, 1964: 68). Moda, turistik mal ve hizmetlerin talep görmesinde önemli faktörlerden biridir. Moda, zevk ve alışkanlıkların en bilindik özelliği, talep üzerinde daha önce belirtilen gelir ve fiyat gibi ekonomik nitelikteki faktörlerin etkilerini bir yere kadar azaltmalarıdır. Bilhassa turistik bölgelerdeki turizm ürünleri, genellikle moda eğilimlerinin etkisi altında kalmaktadır. Turizmin uluslararası niteliği nedeniyle farklı ülkelerden, farklı davranışlara ve inançlara sahip insanlar farklı mal ve hizmetler talep etmektedir (Yağcı, 2001).

Yaşam standardı

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yapılan tanıma göre yaşam kalitesi, bireylerin hayatlarında sahip oldukları hedeflere, yaşamdan beklentilerine, yaşam standartlarına ve duydukları endişelere ilişkin, içinde bulundukları kültür ve benimsedikleri değer yargıları çerçevesinde, algıları olarak ifade edilmiştir (Mathew & Sreejesh, 2017; Skevington, Lotfy & O'Connell, 2004). Küreselleşme ile birlikte meydana gelen iletişim teknolojisindeki hızlı

gelişmeler, ulaşım araçlarının hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerinde ortaya çıkan gelişmeler uluslararası turizmin gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Mullings, 1999; Facio vd. 2004).

Psikolojik Faktörler

- Kişilik yapısı
- Motivasyon
- Algılama
- Öğrenme
- Snobizm

Seyahat motivasyonları olarak da adlandırılmakta olan turist motivasyonları, 1960'lı yıllardan itibaren akademik alanda ilgi gören dinamik bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Turist motivasyonu, turist davranışının arkasında yatan son derece önemli bir değişken ve itici güç olarak bilinmektedir (Crompton, 1979: 409). Bu doğrultuda turist motivasyonu, insanların bir destinasyonu neden ziyaret ettikleri ve o destinasyonu seçme nedenlerinin neler olduğunun anlaşılmasının, destinasyona yönelik ziyaretçi talebini artırmada etkili olan bir unsurdur (Yuan ve Mcdonald, 1990: 42).

İnsanlar algılama yoluyla çevresindeki uyarıcılara anlam vermektedirler. Algılama, dış dünyadaki soyut ve somut nesnelere ilişkin olarak alınan duyumları yorumlama ve anlamlı hale getirme sürecidir. Algılama hem algılanan uyarıcının hem de algılayan kişinin özelliklerine bağlı olarak oluşmaktadır. Mal veya hizmet hakkında tüketicinin beynindeki imaj, ilk defa algılanan özelliklerle biçimlenmektedir. Örneğin, konaklama işletmelerinin iç dekorasyonunda, salonların düzenlenmesinde, tanıtıcı broşürlerin ve reklâmlardaki renk kullanımlarında, büyük ölçekli afişlerin düzenlenmesinde, hatta işletmenin logosunun belirlenmesinde algılama unsuru göz önüne alınmaktadır. Ayrıca bir gazete ya da dergide yer alan reklâmın büyüklüğü arttıkça, algılanma olasılığı da artacağı düşünülmektedir. Mesajın tekrarlanması da mesajın algılanma ihtimalini artırabilmektedir. Sonuç olarak algılama, ihtiyaçları, güdüleri ve tutumları etkileyerek satın alma davranışını yönlendirebilmektedir (Güleç, 2006; Hayta, 2008; Özcan, 2016).

Öğrenme, pekiştirilmiş tekrarlama veya deneyim sonucu davranışta görülen oldukça kalıcı bir değişimdir. Öğrenme, bir davranış değişikliğidir; çünkü bir bilgiyi veya bir beceriyi öğrenen bir insanın davranışlarında ister istemez belirli bir değişim olmaktadır.

Ancak davranışlarda meydana gelen değişikliklerin bir öğrenme olayı olarak kabul edilebilmesi için söz konusu davranış değişikliklerinin uzun süreli olması gerekmektedir. Turistlerin satın alma davranışını kavrayabilmek için onların turistik mal ve hizmetlerin varlığından nasıl haberdar olduğunu bilmek gerekmektedir (Güleç, 2006; Hayta, 2008; Özcan, 2016).

5.2.2.4. Topluluğun desteklenmesi

Mathur (2011) göre turizm; kaybolan geleneklerin yeniden canlanmasını sağlar; küresel boyutta insana saygı hassasiyetini geliştirir; kültürel kabul, etkileşim ve farkındalığı artırır; sanat ve kültürün korunmasını teşvik eder ve ziyaretçilere saygıyı ve onlarla bağlantı kurulmasını güçlendirir. Turizm, insan etkileşimlerinin endüstrisidir ve toplumda inanç ve güven oluşturmaktadır. Turizm nedeniyle küresel düzeyde meydana gelen değişiklikler tüm kültürlerden insanlara farklı din ve değerleri birleştirmektedir. Toplum temelli turizm yaklaşımı halka, yerel değerlerin ve kaynakların korunmasına katılmayı, sürdürülebilirliği ve turizmin kalitesini yönetmek suretiyle topluma faydalı olmasını öğretmektedir (Mathur, 2011: 286-287). Turizmin yerel halk üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi, sadece doğrudan maliyetlere, yaratılan kar ve iş gibi faydalara değil, olumlu, olumsuz ve dolaylı çeşitli etkilere bağlıdır. Turizmin etkileri aşağıdakiler açısından değerlendirilebilir (Ashley, 2000: 17);

Hane halkı varlıkları üzerindeki etkiler:

- Hane halkının diğer faaliyetleri ve stratejileri üzerine etkileri
- Çeşitli hane halkı hedeflerine katkıda bulunulması
- Dış politika ortamına ve insanların dış güçleri etkileme kapasitesine etkisi

5.2.3. Bölüm Değerlendirmesi

Sosyo-ekonomik sürdürülebilirlik kriterlerinin temel amacı; yerel ekonomik faydanın sağlanması ve yerel toplumun sosyal refahını daima iyileştirmeye odaklı vizyonlar geliştirmektir. GSTC kriterlerine göre, turizm sektörü destinasyon ekonomisine dolaylı ve doğrudan katkı sağlamaktadır. Her bir organizasyonun merkezinde; turizmin yerel topluluklara olumsuz etkisini minimize etmek ve üstel olarak artan bir şekilde pozitif katkılarını arttırmaktır. Burada bahsedilen sürdürülebilir turizm uygulamaları; toplumların küresel boyutta turizm farkındalığının arttırılmasını, insana saygının öneminin kavranmasını ve insanlar arasında kültürel kabulü amaçlamaktadır.

Günümüz sektörlerinde turizmin yoğun olarak algılandığı destinasyonlarda, sektörün sürdürülebilirliği ve geleceği açısından; yerel halkın çevrelerine daha duyarlı olmaları, çevreci uygulamalar ile turizm gelişimine daha fazla katkıda bulunmalarını sağlayarak aidiyet duygularını arttırmak hedeflenmektedir.

Turizm sektöründeki zamanla gözle görülür büyümeler beraberinde yasal düzenlemeler adına farklı sorumluluklar getirmekte ve olası ihlaller ve yaşanması muhtemel mağduriyetlere sebep olmaktadır.

Bu bağlamda yerel halkın insani haklarının korunması için uluslararası standartların uygulanması gerekmektedir. Toplumsal sürdürülebilirlik için yapılması gerekenleri de şu noktalarda toplamak mümkündür (Cernea 1 993: 11-13);

- Yerel halkın önceliği
- Yerel halkın kararlara katılımı
- Sosyal ve kültürel kimliklerin korunması ve geliştirilmesi,
- Kültürel yaşam ve kültürel varlıkların korunması (Ceylan, 2001).

Turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmek, olumlu olanları en üst düzeye çıkarabilmek için ziyaretçilerin ihtiyaçları ile çevre, yerel topluluklar ve turizm endüstrisi arasında denge kurulması şarttır. Bahsedilen dengeyi kurmak için sürdürülebilir turizm esastır (Podovac ve Jovanović Tončev, 2016) (Ataberk, 2020). Sonuç olarak, sürdürülebilir bir turizmde hedeflenen sosyo-ekonomik yararlar göz önünde bulundurulursa, turizmin

hâkim olduğu destinasyonun yerel halkının güvenliği ve o yörenin ekonomisi bütüncül bir şekilde ele alınmalıdır.

5.3. Türkiye ve İstanbul - Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik

Dünya turizm endüstrisi özellikle II. Dünya savaşından sonra hızla gelişmiş, daha geniş halk kitlelerine ve uzak mesafelere yayılmıştır. Bu gelişmede ülkelerin refah seviyelerinin yükselmesiyle birlikte turizme ayrılan kaynakların arttırılmasının ve ülke halkları arasındaki yakınlaşmalarında önemli bir etkisi vardır (Selçuk 2008:39).

Türkiye'de turizm sektörü özellikle 1980'lerden itibaren önemli bir gelişme göstermeye başlamış ve ülke ekonomisine ciddi boyutlarda katkı sağlayan gelir kaynaklarından biri durumuna gelmiştir. Ayrıca dünyadaki çok sayıda turist için de Türkiye popüler bir turist çekim merkezi halini almıştır. Özellikle 1983–1989 yılları arasında turist sayıları ve turizm gelirleri bakımından Türk Dış Turizminin, diğer geleneksel turizm gelirlerine göre artış oranı bir önceki yılla karşılaştırıldığında %127 ile rekor düzeye çıkmıştır. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1980 yılında %0,6'dan, 2001 yılında % 6,9'a; bununla beraber turizm gelirlerinin toplam ihracat içindeki payı da aynı dönemlerde %11,2'den %28,8'e yükselmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, tarih yok).

5.3.1. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Turizm, günümüzde döviz girdisini artırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve sosyal iletişimi sağlayıcı etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektördür. Türk ekonomisinin de vazgeçilmez temel taşlarından birisi olan turizm, bugünkü dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir konudur (Çımat ve Bahar, 2003:2).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, küreselleşmenin de etkisiyle dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve değişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, küresel seyahatin demokratikleşmesi, yatırımlar, hisse devirleri, sermaye akışkanlığı, finans ve banka

sektörlerinin turizm endüstrisiyle bağlarının güçlenmesi, uluslararası turizmin gelişmesine büyük bir önem kazandırmıştır (Çeken, Dalgın ve Karadağ, 2008:72, Yarcan, 1998:74).

Türkiye'de ekonomi politikalarının derinlemesine tartışılmaya başlandığı 1960'lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başlandığı yıllar olarak ifade edilmektedir. Ancak hedefler ve gerçekleşme sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980'li yıllara kadar toplam sabit sermaye yatırımlarının %0,7'sini geçememiştir (Demirtaş, 2000:2-4). Turizmin, bugünkü düzeyine ulaşmasında, 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile sektöre sağlanan yatırım teşviklerinin ve mali desteğin çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Türkiye'nin GSMH'si içindeki turizmin payı, 1980 yılında %0,6 dan 2003 yılında %5,5'e; turizmin ihracat geliri içindeki payı aynı yıllar için %11,2'den %28'e; dış ticaret açığını kapama payı ise %6,5 den %79,2 ye çıkmıştır. Ayrıca bugün, turizm sektörü Türkiye genelinde çalışan nüfusun %5,5 ine denk gelen 1 milyonu aşkın bir istihdam yaratmış bulunmaktadır (Hepaktan ve Çınar, 2010:136).

Türkiye, 1983 yılında 1,6 milyon turist ile 411 milyon dolar turizm geliri, 2009 yılında 32 milyon turist ağırlayıp 21,2 milyar dolar gelir elde etmiş ve 2008 yılında sağlanan turizm gelirinin dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı yüzde 31,3'e çıkmıştır. Türkiye dünya turizmindeki pazar payını % 2,5'e çıkardığında, 2010 yılı rakamları 25 milyon turist ve 25 milyar ABD doları gelir, 2020 rakamları ise 40 milyon turist ve 50 milyar ABD doları gelir olması tahmin edilmektedir (WTO, 2003, Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003 ve 2009).

Türk ekonomisinin genel trendi hem hizmet ve hem de sanayi sektörlerinde üretimin ve talebin genişlemesi yönündedir. Bu nedenle turizm, ekonominin genel trendine uygun olarak gelişmektedir. Türkiye'nin geleneksel tarım ve sanayi ürünleri ihracatından, gerekli döviz gereksinimini bütünüyle kapatacak bir gelişme beklemek, kısa ve orta vadede gerçekleşmesi zor bir olasılıktır. İşçi dövizleri ve dış finansman girdileri ise her zaman istenen boyutlara ulaşamamaktadır. Bundan dolayı dış aktif turizmin, Türkiye için önemli döviz girdisi sağlayabileceği görülmektedir. Çünkü turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini müşterinin ülkesine kadar göndermek zorunluluğu yoktur. Böylelikle, ihracı mümkün olmayan servet ve hizmetler bir döviz kaynağı haline getirilebilmektedir (Çımat & Bahar, 2003) .

Tablo 5-1. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yıllara ve Aylara Göre Dağılımı (2021-2023)

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI					
	YILLAR			% DEĞİŞİM ORANI	
AYLAR	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
OCAK	509 787	1 281 666	2 005 967	151,41	56,51
ŞUBAT	537 976	1 541 393	1 870 414	186,52	21,35
MART	905 323	2 079 565	2 335 728	129,70	12,32
NİSAN	790 687	2 574 423	3 321 824	225,59	29,03
MAYIS	936 282	3 873 212	4 500 242	313,68	16,19
HAZİRAN	2 047 596	5 014 821	5 584 021	144,91	11,35
TEMMUZ	4 360 952	6 664 970	7 148 044	52,83	7,25
AĞUSTOS	3 982 168	6 304 770	6 660 700	58,33	5,65
EYLÜL	3 513 453	5 475 453		55,84	
EKİM	3 471 540	4 803 198		38,36	
KASIM	1 763 982	2 551 483		44,64	
ARALIK	1 892 520	2 399 441		26,79	
TOPLAM	**24 712 266**	**44 564 395**		**80,33**	
8 AYLIK TOPLAM	**14 070 771**	**29 334 820**	**33 426 940**	**108,48**	**13,95**

Kaynak: (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)

2023 yılı Ocak-Ağustos döneminde ülkemize gelen 33.426.940 yabancı ziyaretçinin 917 728 (2.75%) günübirlikçidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açıklanan Sınır Giriş istatistiklerine göre, 2023 yılının 8 aylık döneminde ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısında, 2022 yılının aynı dönemine göre; yüzde 13,95 oranında artış yaşanmıştır. Yabancı ziyaretçi sayısı, 2023 yılının Ocak-Ağustos döneminde 33 milyon 426 bin kişiye yükselmiştir. İlk 6 aylık döneme ilişkin yurt dışı vatandaş ziyaretçi sayısı olan 3,3 milyon rakamı da eklendiğinde ziyaretçi sayısı 36 milyon 754 bin kişiye ulaşmaktadır.

Tablo 5-2. 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak-Ağustos)

2021-2023 YILLARINDA ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI (OCAK - AĞUSTOS)								
	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
MİLLİYET	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Cezayir	15 798	118 585	182 226	0,11	0,40	0,55	650,63	53,67
Fas	51 808	153 302	175 388	0,37	0,52	0,52	195,90	14,41
Güney Afrika Cumhuriyeti	3 306	42 443	42 629	0,02	0,14	0,13	1183,82	0,44
Libya	109 740	136 369	128 166	0,78	0,46	0,38	24,27	-6,02
Mısır	62 414	139 793	120 306	0,44	0,48	0,36	123,98	-13,94
Sudan	14 444	29 577	15 019	0,10	0,10	0,04	104,77	-49,22
Tunus	63 027	138 035	116 621	0,45	0,47	0,35	119,01	-15,51
DİĞ. AFRİKA ÜLKELERİ	126 755	176 157	143 087	0,90	0,60	0,43	38,97	-18,77
TOPLAM AFRİKA	**447 292**	**934 261**	**923 442**	**3,18**	**3,18**	**2,76**	**108,87**	**-1,16**
Arjantin	3 160	24 848	29 620	0,02	0,08	0,09	686,33	19,20
Brezilya	8 041	49 800	66 215	0,06	0,17	0,20	519,33	32,96
Kolombiya	11 817	47 265	43 272	0,08	0,16	0,13	299,97	-8,45
Şili	1 430	10 404	16 237	0,01	0,04	0,05	627,55	56,06
Venezuela	5 330	12 054	13 890	0,04	0,04	0,04	126,15	15,23
DİĞ. GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	4 418	23 307	29 056	0,03	0,08	0,09	427,55	24,67
TOPLAM GÜNEY AMERİKA	**34 196**	**167 678**	**198 290**	**0,24**	**0,57**	**0,59**	**390,34**	**18,26**
TOPLAM KUZEY AMERİKA	**15 140**	**26 239**	**31 665**	**0,11**	**0,09**	**0,09**	**73,31**	**20,68**
TOPLAM ORTA AMERİKA	**3 219**	**15 248**	**19 547**	**0,02**	**0,05**	**0,06**	**373,69**	**28,19**
TOPLAM AMERİKA	**52 555**	**209 165**	**249 502**	**0,37**	**0,71**	**0,75**	**297,99**	**19,28**
Bahreyn	26 934	71 096	48 942	0,19	0,24	0,15	163,96	-31,16
Birleşik Arap Emirlikleri	24 688	106 716	96 760	0,18	0,36	0,29	332,26	-9,33
Irak	479 849	822 758	749 869	3,41	2,80	2,24	71,46	-8,86
İsrail	112 061	534 818	623 444	0,80	1,82	1,87	377,26	16,57
Katar	61 456	74 352	55 705	0,44	0,25	0,17	20,98	-25,08
Kuveyt	140 473	373 629	302 008	1,00	1,27	0,90	165,98	-19,17
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	28 784	117 446	133 871	0,20	0,40	0,40	308,03	13,99
Lübnan	100 203	187 736	170 204	0,71	0,64	0,51	87,36	-9,34
Suudi Arabistan	6 713	270 972	640 744	0,05	0,92	1,92	3936,53	136,46
Ürdün	197 207	356 245	292 198	1,40	1,21	0,87	80,65	-17,98
Yemen	11 980	22 407	25 271	0,09	0,08	0,08	87,04	12,78
DİĞ. BATI ASYA ÜLKELERİ	307 308	421 562	412 354	2,18	1,44	1,23	37,18	-2,18
TOPLAM BATI ASYA	**1 497 656**	**3 359 737**	**3 551 370**	**10,64**	**11,45**	**10,62**	**124,33**	**5,70**
Bangladeş	3 549	15 616	15 403	0,03	0,05	0,05	340,01	-1,36
Çin Halk Cumhuriyeti	19 193	53 483	138 044	0,14	0,18	0,41	178,66	158,11
Endonezya	25 162	78 401	110 454	0,18	0,27	0,33	211,58	40,88
Filipinler	35 715	59 650	79 748	0,25	0,20	0,24	67,02	33,69
Hindistan	23 484	128 772	171 238	0,17	0,44	0,51	448,34	32,98
İran	556 035	1 537 363	1 535 053	3,95	5,24	4,59	176,49	-0,15
Malezya	2 305	39 119	58 283	0,02	0,13	0,17	1597,14	48,99
Pakistan	41 845	117 415	93 959	0,30	0,40	0,28	180,60	-19,98
Singapur	1 086	11 555	18 776	0,01	0,04	0,06	964,00	62,49
Tayland	3 051	15 438	24 357	0,02	0,05	0,07	406,00	57,77
DİĞ. GÜNEY ASYA ÜLKELERİ	48 838	90 429	127 097	0,35	0,31	0,38	85,16	40,55
TOPLAM GÜNEY ASYA	**760 263**	**2 147 241**	**2 372 412**	**5,40**	**7,32**	**7,10**	**182,43**	**10,49**
TOPLAM ASYA	**2 257 919**	**5 506 978**	**5 923 782**	**16,05**	**18,77**	**17,72**	**143,90**	**7,57**

Kaynak: (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)

Tablo 5.2(Devam): 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak-Ağustos)

2021-2023 YILLARINDA ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI (OCAK - AĞUSTOS)								
	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
MİLLİYET	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Almanya	1 871 801	3 850 816	4 082 994	13,30	13,13	12,21	105,73	6,03
Avusturya	200 321	345 482	369 522	1,42	1,18	1,11	72,46	6,96
Belçika	227 194	453 823	441 335	1,61	1,55	1,32	99,75	-2,75
Çek Cumhuriyeti (Çekya)	54 033	221 535	279 018	0,38	0,76	0,83	310,00	25,95
Danimarka	60 744	259 182	227 505	0,43	0,88	0,68	326,68	-12,22
Finlandiya	15 543	79 454	77 477	0,11	0,27	0,23	411,19	-2,49
Fransa	417 214	730 452	739 981	2,97	2,49	2,21	75,08	1,30
Hollanda	409 253	933 070	894 447	2,91	3,18	2,66	127,99	-4,14
İngiltere (Birleşik Krallık)	106 297	2 360 404	2 652 188	0,76	8,05	7,93	2120,57	12,36
İrlanda	15 387	93 835	114 763	0,11	0,32	0,34	509,83	22,30
İspanya	46 481	184 972	209 733	0,33	0,63	0,63	297,95	13,39
İsveç	119 732	310 028	267 345	0,85	1,06	0,80	158,93	-13,77
İsviçre	113 266	237 414	236 504	0,80	0,81	0,71	109,61	-0,38
İtalya	60 345	255 706	386 195	0,43	0,87	1,16	323,74	51,03
İzlanda	441	2 707	2 595	0,00	0,01	0,01	513,83	-4,14
Lüksemburg	5 606	9 395	11 198	0,04	0,03	0,03	67,59	19,19
Macaristan	51 205	120 543	150 907	0,36	0,41	0,45	135,41	25,19
Norveç	25 391	140 723	148 164	0,18	0,48	0,44	454,22	5,29
Polonya	377 590	795 441	1 083 151	2,68	2,71	3,24	110,66	36,17
Portekiz	12 584	47 894	60 741	0,09	0,16	0,18	280,59	26,82
Slovakya	25 330	160 255	187 046	0,18	0,55	0,56	532,67	16,72
Yunanistan	54 298	345 016	431 562	0,39	1,18	1,29	535,41	25,08
DİĞ. AVRUPA OECD ÜLKELERİ		12			0,00			-100,00
TOPLAM AVRUPA OECD	4 270 056	11 938 159	13 054 371	30,35	40,70	39,05	179,58	9,35
Arnavutluk	55 182	100 218	97 841	0,39	0,34	0,29	81,61	-2,37
Bosna Hersek	83 947	145 988	123 963	0,60	0,50	0,37	73,90	-15,09
Bulgaristan	642 408	1 713 340	1 828 334	4,57	5,84	5,47	166,71	6,71
Estonya	25 081	58 300	60 299	0,18	0,20	0,18	132,45	3,43
Güney Kıbrıs Rum Kesimi	1 147	7 486	9 405	0,01	0,03	0,03	552,66	25,63
Hırvatistan	14 396	38 063	41 781	0,10	0,13	0,12	164,40	9,77
Karadağ	11 675	18 317	18 096	0,08	0,06	0,05	56,89	-1,21
Kosova	87 247	131 831	112 420	0,62	0,45	0,34	51,10	-14,72
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	105 871	176 294	163 504	0,75	0,60	0,49	66,52	-7,25
Letonya	23 238	59 821	75 733	0,17	0,20	0,23	157,43	26,60
Litvanya	60 511	163 233	186 017	0,43	0,56	0,56	169,76	13,96
Malta	3 717	10 054	9 204	0,03	0,03	0,03	170,49	-8,45
Romanya	341 526	623 610	700 474	2,43	2,13	2,10	82,60	12,33
Sırbistan	153 697	260 633	215 606	1,09	0,89	0,65	69,58	-17,28
Slovenya	9 012	30 999	34 751	0,06	0,11	0,10	243,97	12,10
DİĞ. AVRUPA OECD DIŞI ÜLKELERİ	1 031	2 042	2 122	0,01	0,01	0,01	98,06	3,92
TOPLAM AVRUPA OECD DIŞI	1 619 686	3 540 229	3 679 550	11,51	12,07	11,01	118,58	3,94
TOPLAM AVRUPA	5 889 742	15 478 388	16 733 921	41,86	52,76	50,06	162,80	8,11

Kaynak: (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)

Tablo 5.2 (Devam1): 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak-Ağustos)

2021-2023 YILLARINDA ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI (OCAK - AĞUSTOS)								
	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
MİLLİYET	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Azerbaycan	260 807	488 965	557 449	1,85	1,67	1,67	87,48	14,01
Beyaz Rusya (Belarus)	154 364	155 641	209 763	1,10	0,53	0,63	0,83	34,77
Ermenistan	5 427	24 306	22 114	0,04	0,08	0,07	347,87	-9,02
Gürcistan	150 510	876 604	1 081 158	1,07	2,99	3,23	482,42	23,33
Kazakistan	234 741	524 375	616 319	1,67	1,79	1,84	123,38	17,53
Kırgızistan	59 102	96 656	111 989	0,42	0,33	0,34	63,54	15,86
Moldova	139 078	196 778	204 498	0,99	0,67	0,61	41,49	3,92
Özbekistan	157 853	282 328	317 328	1,12	0,96	0,95	78,86	12,40
Rusya Fed.	2 460 537	3 004 157	4 351 254	17,49	10,24	13,02	22,09	44,84
Tacikistan	23 706	47 982	51 182	0,17	0,16	0,15	102,40	6,67
Türkmenistan	9 582	24 966	73 267	0,07	0,09	0,22	160,55	193,47
Ukrayna	**1 441 708**	**444 186**	**561 278**	**10,25**	**1,51**	**1,68**	**-69,19**	**26,36**
TOPLAM B.D.T.	5 097 415	6 166 944	8 157 599	36,23	21,02	24,40	20,98	32,28
Amerika Birleşik Devletleri	217 809	639 951	851 977	1,55	2,18	2,55	193,81	33,13
Avustralya	6 164	74 848	125 769	0,04	0,26	0,38	1114,28	68,03
Güney Kore	6 752	52 721	99 009	0,05	0,18	0,30	680,82	87,80
Japonya	3 664	15 977	45 285	0,03	0,05	0,14	336,05	183,44
Kanada	37 623	122 880	152 449	0,27	0,42	0,46	226,61	24,06
Meksika	14 878	62 776	92 423	0,11	0,21	0,28	321,94	47,23
Yeni Zelanda	**1 313**	**9 169**	**19 942**	**0,01**	**0,03**	**0,06**	**598,32**	**117,49**
TOPLAM DİĞER OECD	**288 203**	**978 322**	**1 386 854**	**2,05**	**3,34**	**4,15**	**239,46**	**41,76**
TOPLAM MİLLİYETSİZ	**37 509**	**60 294**	**51 194**	**0,27**	**0,21**	**0,15**	**60,75**	**-15,09**
TOPLAM OKYANUSYA	**136**	**468**	**646**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**244,12**	**38,03**
YABANCI TOPLAM	**14 070 771**	**29 334 820**	**33 426 940**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**108,48**	**13,95**

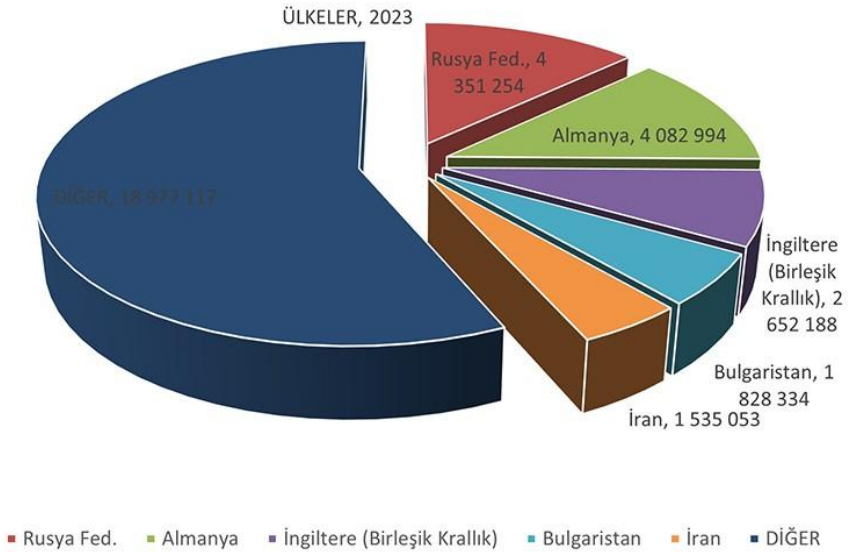
(*): 2023 yılı verileri geçicidir.

Kaynak: (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)

Tablo 5-2'de 2021-2023 yılları arasında Türkiye'ye turist gönderen 89 ülke görülmektedir. Rusya, Almanya, İngiltere, Bulgaristan ve İran Türkiye'nin ziyaretçi profilini oluşturan ilk 5 ülke sıralamasında yer almaktadır.

2023 yılında ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında Rusya ziyaretçi sayısı 2022 yılına göre %44,8 artış göstererek (4.351.254) ile birinci, Almanya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2022 yılına göre %6 artış göstererek (4.082.994) ile ikinci, İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısı 2022 yılına göre 12,3 artış göstererek (2.652.188) ile üçüncü sıradadır. İngiltere'yi İran, Bulgaristan, Gürcistan, Hollanda, Fransa, Suriye ve İtalya izlemektedir.

Şekil 5-12. 2021-2023 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Dağılımı İlk 5 Ülke



Kaynak: (www.ktb.gov.tr verilerinden referans alınarak oluşturulmuştur)

2023 yılı Ocak - Ağustos döneminde Ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Rusya Fed. %13,02 (4.351.254) ile birinci, Almanya %12,21 (4.082.994) ile ikinci, İngiltere (Birleşik Krallık) %7,93 (2.652.188) ile üçüncü sıradadır. İngiltere (Birleşik Krallık) ülkesini Bulgaristan ve İran izlemektedir. 2021-2023 Yılları Ocak-Ağustos verilerine göre 2023 yılı ülkemize 33.426.940 ziyaretçi kayıt altına alınmıştır.

Uluslararası turizmin sürekli ve kesintisiz artışı, gelişen birçok ülkenin devamlı büyüyen bu endüstriye ilgi duymasına neden olmuştur. Türkiye gibi gelişen bir ülkenin pazar payı almak üzere uluslararası turizm endüstrisine ilgi duymasının nedenleri ise kısaca şöyle belirtilebilir (ManisalıYarcan,1987:9);

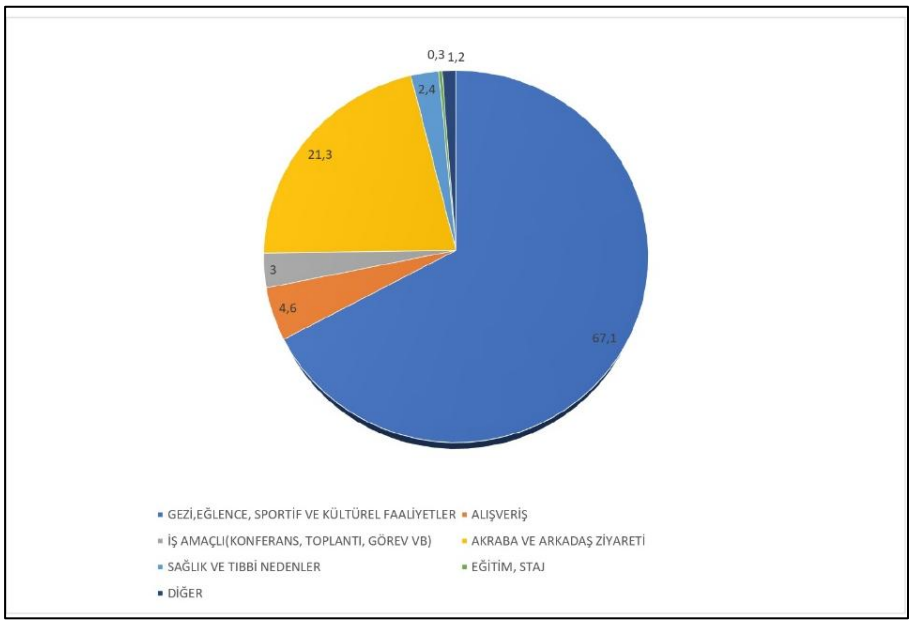
- Turizm talebi her geçen gün hızla artmaktadır.
- Turizm döviz darboğazı sorunlarına çözüm getirebilmektedir.
- Turizm endüstrisinin gelişme maliyetleri düşük olabilmektedir.
- Turizm ekonomik kısıtlamalardan, tarife ve kotalardan daha az etkilenmektedir.

Tablo 5-3. Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler

		Kaçıncı Gelişiniz				Toplam
		İlk kez geliyorum	2. - 3. gelişim	4. - 5. gelişim	6. ve üzeri gelişim	
s6. İstanbul ziyaretinizin sebebi nedir?	Seyahat/Eğlence/Tatil	53,2%	29,0%	7,8%	10,1%	100,0%
	İş/Kongre/Toplantı	25,7%	25,0%	15,7%	33,6%	100,0%
	Arkadaş/Akraba ziyareti	26,4%	30,2%	17,9%	25,5%	100,0%
	Alışveriş	26,3%	36,8%	10,5%	26,3%	100,0%
	Sağlık/Tıbbi Nedenler	45,5%	36,4%	9,1%	9,1%	100,0%
	Eğitim/Konferans	38,9%	27,8%	11,1%	22,2%	100,0%
	Diğer	40,9%	36,4%	13,6%	9,1%	100,0%
Toplam		44,8%	29,2%	10,2%	15,8%	100,0%

%65,6'lık kısmı oluşturan gezi-eğlence, sportif ve kültürel etkinlikler için ülkemize gelen yabancıların %53,2'si ilk kez, %13,8'lik kısmı oluşturan iş, kongre ve toplantı için gelenlerin %33,6'sı ve üzeri kez, %10,4'lük kısmını oluşturan akraba ve arkadaş ziyareti için gelenlerin %30,2'si 2-3 kez, %3,7'lik kısmını oluşturan alışveriş için gelenlerin %36,8'i 2-3 kez İstanbul'a gelmişlerdir.

Şekil 5-13. Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler (2022)



Tablo 5-4. Ulaşım Yoluna Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (2021-2023)

(OCAK - AĞUSTOS) AYLARINDA ULAŞIM YOLUNA GÖRE ÜLKEMİZDEN ÇIKIŞ YAPAN ZİYARETÇİLER 2021-2023													
		TOPLAM			Değişim Oranı %	Yabancı			Değişim Oranı %	Vatandaş (Yurtiçi + Yurtdışı İkametli)			Değişim Oranı %
		2021	2022	2023	2023/2022	2021	2022	2023	2023/2022	2021	2022	2023	2023/2022
Ziyaretçi	DENİZ	303 008	1 345 511	2 060 106	53,11	124 698	979 492	1 504 878	53,64	178 310	366 019	555 228	51,69
	HAVA	13 139 969	26 850 301	32 206 678	19,95	10 565 393	21 600 216	24 837 579	14,99	2 574 576	5 250 085	7 369 099	40,36
	KARA	3 890 379	8 729 648	10 481 392	20,07	2 301 435	5 659 175	6 358 626	12,36	1 588 944	3 070 473	4 122 766	34,27
	TREN	26 389	38 983	52 926	35,77	1 339	10 845	16 389	51,12	25 050	28 138	36 537	29,85
	Toplam	**17 359 745**	**36 964 443**	**44 801 102**	**21,20**	**12 992 865**	**28 249 728**	**32 717 472**	**15,82**	**4 366 880**	**8 714 715**	**12 083 630**	**38,66**
Günübirlikçi	DENİZ	72 758	528 496	918 397		52 454	519 670	917 728		20 304	8 826	669	
	HAVA												
	KARA												
	TREN												
	Toplam	**72 758**	**528 496**	**918 397**		**52 454**	**519 670**	**917 728**		**20 304**	**8 826**	**669**	

Geçici verilere göre: 2023 yılı Ocak - Ağustos döneminde Ülkemize giriş yapan vatandaş ziyaretçi sayısında geçen yılın aynı ayına göre %37,11 (12.310.003) değer ile bir artış kaydedilmiştir. Çıkış yapan vatandaş ziyaretçi sayısında ise %38,66 değerinde (12.083.630) bir artış kaydedilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Tablo 5-5. Yıllar İtibariyle Türkiye'ye ve İstanbul'a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Dağılımı (Aylara Göre)

	TÜRKİYE				İSTANBUL			
	YILLAR			DEĞİŞİM ORANI	YILLAR			DEĞİŞİM ORANI
AYLAR	2020	2021	2022	2022/2021 (%)	2020	2021	2022	2022/2021 (%)
OCAK	1.787.435	509.787	1.281.666	151,41	1.017.034	334.825	791.578	136,42
ŞUBAT	1.733.112	537.976	1.541.393	186,52	962.151	350.913	956.482	172,57
MART	718.097	905.323	2.079.565	129,70	374.101	545.608	1.156.400	111,95
NİSAN	24.238	790.687	2.574.423	225,59	960	419.686	977.888	133,00
MAYIS	29.829	936.282	3.873.212	313,68	847	384.630	1.402.366	264,60
HAZİRAN	214.768	2.047.596	5.014.821	144,91	66.725	684.621	1.470.586	114,80
TEMMUZ	932.927	4.360.952	6.664.970	52,83	301.930	1.130.999	1.759.506	55,57
AĞUSTOS	1.814.701	3.982.168	6.304.770	58,33	436.198	1.002.722	1.665.983	66,15
EYLÜL	2.203.482	3.513.453	5.475.453	55,84	460.670	975.916	1.607.045	64,67
EKİM	1.742.303	3.471.540	4.803.198	38,36	533.405	1.152.771	1.584.692	37,47
KASIM	833.991	1.763.982	2.551.483	44,64	439.920	997.620	1.341.948	34,51
ARALIK	699.330	1.892.520	2.399.441	26,79	408.040	1.044.693	1.304.252	24,85
TOPLAM	12.734.213	24.712.266	44.564.395	80,33	5.001.981	9.025.004	16.018.726	77,49

Kaynak: (Turizm İstatistikleri Raporu,2022)

İstanbul'daki sınır kapıları olan İstanbul, Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanları ile Haydarpaşa, Pendik, Tuzla, Zeytinburnu, Ambarlı ve Karaköy limanlarından 2022 yılı Aralık ayı itibariyle giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 1.304.252 2021 yılının aynı dönemi ile karşılaştırdığımızda, %24,85 oranında bir artış olduğu görülmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Tablo 5-6. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (1969-2019)

YILLAR	İHRACAT RAKAMLARI	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACATA ORANI (%)	İTHALAT GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİNİN İTHALATA ORANI (%)
1969	537,0	36,6	6,8	801,0	42,2	5,3
1970	588,0	51,6	8,8	948,0	47,7	5,0
1971	677,0	62,9	9,3	1 171,0	42,2	3,6
1972	835,0	103,7	12,4	1 563,0	59,3	3,8
1973	1 317,1	171,5	13,0	2 086,0	93,0	4,5
1974	1 532,2	193,7	12,6	3 777,6	151,8	4,0
1975	1 401,1	200,9	14,3	4 738,7	155,0	3,3
1976	1 960,0	180,5	9,2	5 128,0	207,9	4,1
1977	1 753,0	204,9	11,7	5 796,3	268,5	4,6
1978	2 288,0	230,4	10,1	4 599,0	102,5	2,2
1979	2 261,2	280,7	12,4	5 069,4	95,1	1,9
1980	2 910,1	326,7	11,2	7 909,4	114,7	1,5
1981	4 702,9	381,3	8,1	8 933,4	103,3	1,2
1982	5 746,0	370,3	6,4	8 842,7	108,9	1,2
1983	5 727,8	411,1	7,2	9 235,0	127,3	1,4
1984	7 133,6	840,0	11,8	10 756,9	276,8	2,6
1985	7 958,0	1 482,0	18,6	11 343,4	323,6	2,9
1986	7 456,7	1 215,0	16,3	11 104,8	313,6	2,8
1987	10 190,0	1 721,1	16,9	14 158,0	447,7	3,2
1988	11 662,0	2 355,3	20,2	14 335,4	358,0	2,5
1989	11 624,7	2 556,5	22,0	15 792,1	565,0	3,6
1990	12 959,3	3 225,0	24,9	22 302,1	520,0	2,3
1991	13 593,5	2 654,0	19,5	21 047,0	592,0	2,8
1992	14 714,6	3 639,0	24,7	22 871,1	776,0	3,4
1993	15 345,1	3 959,0	25,8	29 428,4	934,0	3,2
1994	18 105,9	4 321,0	23,9	23 270,0	866,0	3,7
1995	21 637,0	4 957,0	22,9	35 709,0	912,0	2,6
1996	23 225,5	5 962,1	25,7	43 626,6	1 265,0	2,9
1997	26 261,1	8 088,5	30,8	48 558,7	1 716,0	3,5
1998	26 974,0	7 808,9	28,9	45 921,4	1 753,9	3,8
1999	26 587,2	5 203,0	19,6	40 671,3	1 471,0	3,6
2000	27 774,9	7 636,0	27,5	54 502,8	1 711,0	3,1
2001	31 334,2	10 450,7	33,4	41 399,1	1 738,0	4,2
2002	36 059,1	12 420,5	34,4	51 553,8	1 880,0	3,6
2003	47 252,8	13 854,9	29,3	69 339,7	2 424,8	3,5
2004	63 167,0	17 076,6	27,0	97 539,8	2 954,5	3,0
2005	73 476,4	20 322,1	27,7	116 774,2	3 394,6	2,9
2006	85 534,7	18 594,0	21,7	139 576,2	3 270,9	2,3
2007	107 271,8	20 942,5	19,5	170 062,7	4 043,3	2,4
2008	132 027,2	25 415,1	19,2	201 963,6	4 266,2	2,1
2009	102 142,6	25 064,5	24,5	140 928,4	5 090,4	3,6
2010	113 883,2	24 931,0	21,9	185 544,3	5 874,5	3,2
2011	134 906,9	28 115,7	20,8	240 841,7	5 531,5	2,3
2012	152 478,5	29 351,4	19,2	236 545,1	4 593,4	1,9
2013	157 610,2	34 305,9	21,3	242 177,1	5 253,6	2,1
2014	151 802,6	32 309,0	21,8	251 661,3	5 470,4	2,2
2015	143 934,9	31 464,8	21,9	207 203,4	5 698,3	2,8
2015	143 934,9	31 464,8	21,9	207 203,4	5 698,3	2,8
2016	142 606,2	22 107,4	15,5	198 601,9	5 049,8	2,5
2017	156 992,9	26 283,6	16,7	233 799,6	5 137,2	2,2
2018	167 967,2	29 512,9	17,5	223 046,0	4 896	2,2
2019	171 531,0	34 520, 3	20,1	202 705,0	4 403	2,1

Şekil 5-14. Ocak-Ağustos 2023 Dönemi Ziyaretçilerin En Çok Giriş Yaptıkları Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İller Sıralamasında İlk 5 İl



Kaynak: (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün Verileri Referans Alınarak Oluşturulmuştur)

Türkiye'nin sahip olduğu turistik potansiyele karşın, dünya genelinde ve özellikle de Akdeniz bölgesindeki pazar payı küçüktür. Dünya turizminin odak noktalarından birini oluşturan Türkiye, dünya turizminde, gelen turist sayısı ve turizm gelirleri açısından ancak %1,5-2 düzeyinde düşük bir paya sahiptir. Türkiye kendisine yönelik turizm talebini arttırabilmek ve ekonomik gelişmesini tamamlayabilmek için turizm talep koşullarını çok iyi analiz etmek durumundadır (Küçüktopuzlu,1991:109).

5.3.2. Turizmin Milli Gelirler İçindeki Payı

Turizmin ulusal gelire etkisi önemli olmakla birlikte bu etkiyi şu şekilde ifade etmek mümkündür. Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri ülkede; konaklama, gezi eğlence, yeme içme, ulaşım, alışveriş, hediyelik eşya vb. gibi gereksinimleri karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar söz konusu ülkenin ekonomik olarak gelirinin doğrudan artmasına neden olacaktır. Ancak, gelir etkisi bununla sınırlı değildir. Turizm sektörünün, daha önce de belirtildiği gibi, irili ufaklı birçok sektörle ilişkili olması, elde edilen turizm gelirlerinin

bu sektördeki birçok mal ve hizmetin üretim, tüketim, ihracat ya da ithalatına yol açacaktır. Elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörleri sahipleri tarafından harcanarak ve ekonomi içerisinde çeşitli şekillerde el değiştirerek diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır (Bahar ve Kozak, 2008:161-162).

5.3.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkileri

Bir sektörün ekonomi üzerindeki en belirgin etkilerinden biri yarattığı istihdam olanaklarıdır. Günümüzde ekonomik anlamda en etkin sektör olan hizmetler sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, emek-yoğun üretim özelliği nedeniyle diğer sektörlerden farklı bir yapıya sahiptir. Turizm sektörünün genelinde makineleşme ve otomasyon olanaklarının bazı bilgisayar sistemlerinin kullanımı dışında sınırlı düzeyde kalması; mal hizmet üretiminde sektörün emek yoğunluğunu korumasına etki etmekte ve yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi oluşturmaktadır (Mill ve Morrison, 1992:294; Ünlüönen ve Şahin, 2011:3).

Turizmin sağladığı istihdam etkisi genellikle gizlidir. Turizm, yoğun sezon döneminde diğer sektörlerden işgücü transfer etmektedir. Ancak, bu transfer edilen kişiler istihdam hesaplamalarına dâhil edilmemektedirler. Bu durum da, turizmin istihdam üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi zorlaştırmaktadır. Diğer yandan sektörde istihdam edilenlerin çoğunluğunun sigortasız çalıştırılması, bu kişilerin çalıştıkları halde kayıtlarda işsiz olarak görülmelerine neden olmaktadır (Akın, Şimşek, & Akın, 2012).

5.3.3.1. Doğrudan İstihdam

Emek-yoğun yapısal özelliğe sahip turizm sektöründe üç farklı istihdam türünden söz edilmektedir (Baytok, Gül, Mankan, Bilgiçli, Caber, Kızanlıklı, ve Şahin, 2008:169; Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2007:165-166; Kozak, Kozak ve Kozak, 2001:85).

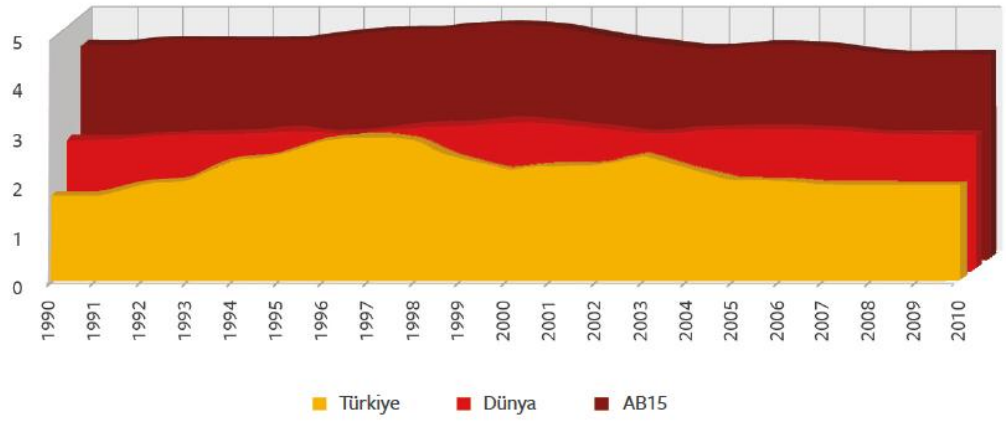
Doğrudan istihdam: Turizm sektörünün kendisinden kaynaklanan ve ona bağımlı olan işlerdir. Konaklama, yeme-içme işletmeleri, hediyelik eşya satan mağazalar, bar ve gece kulüpleri, seyahat acenteleri, ulaştırma işletmeleri ve turizm örgütlerinde yaratılan işler doğrudan istihdam sınıfına girmektedir. Dolaylı istihdam: Turizm işletmelerine ihtiyaç duyduğu girdileri sağlayan sektörde ve turizm işletmelerinin yapmış oldukları harcamalar sayesinde birtakım gelirler elde eden diğer bazı sektörlerde oluşan istihdamı

içermektedir. Örneğin, herhangi bir restoranın kapasite arttırmak için yapmış olduğu inşaatta çalışan işçiler ya da bir otel işletmesinin satışa sunduğu hediyelik eşyaları üreten imalat sanayi işletmesinde çalışanlar dolaylı istihdamı oluştururlar.

5.3.3.2. Dolaylı İstihdam

Dolaylı İstihdam: Turizm işletmelerine ihtiyaç duyduğu girdileri sağlayan sektörde ve turizm işletmelerinin yapmış oldukları harcamalar sayesinde birtakım gelirler elde eden diğer bazı sektörlerde oluşan istihdamı içermektedir. Örneğin, herhangi bir restoranın kapasite arttırmak için yapmış olduğu inşaatta çalışan işçiler ya da bir otel işletmesinin satışa sunduğu hediyelik eşyaları üreten imalat sanayi işletmesinde çalışanlar dolaylı istihdamı oluştururlar.

Şekil 5-15. Turizmin İstihdama Doğrudan Katkısı (1990-2010)



Kaynak: WTTC verilerinden derlenmiştir

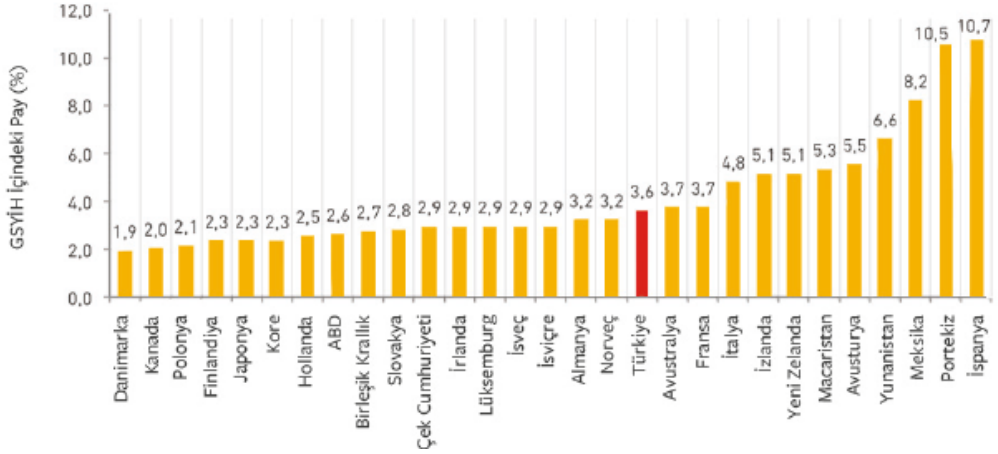
5.3.3.3. Uyarılmış İstihdam

Uyarılmış istihdam: Turizm sektöründen elde edilen gelirin tekrar harcanması sonucu meydana gelen ek istihdam artışıdır. Başka bir ifadeyle; turizm çoğaltanın etkileri sonucu ortaya çıkan istihdam da denilebilir. Market, kuyumcu gibi işyerlerinde meydana gelen istihdam artışı bu kapsamda ele alınabilir.

Turizm önemli bir ekonomik etkinliktir. Her ne kadar doğal felaketler, salgın hastalıklar ve terör gibi olaylar, bölgesel ya da küresel bazda turizmde zaman zaman dalgalanmalara

neden olsa da, turizmin hızlı gelişimini bugün olduğu gibi gelecekte de sürdüreceği tahmin edilmektedir. Çünkü bir taraftan insanların turizm talebi her geçen gün artmakta, diğer taraftan da ülkeler, ekonomilerindeki çıkmazları turizm gelirleri ile aşmaya çalışmaktadırlar.

Şekil 5-16. OECD Ülkelerinde Turizm Sektörünün GSYİH içindeki Payı(2009)



Kaynak: (OECD, Tourism Trends and Policies 2010)

Turizmin ekonomi içindeki yerini belirleyen kabul görmüş ölçütler, ülkeler arasında standart karşılaştırmalar yapılmasına olanak sağlamaktadır. Uluslararası turizmin ekonomik etkileri, her ülkede aynı yöntemlerle ölçülmektedir. Bu ölçülerde baz alınan belli başlı göstergeler; turist sayıları, harcamalar, yatak kapasitesi, istihdam vb. göstergelerdir. Bunun yanında 1970'li yılların başından beri turizmin ülke ekonomisine etkisinin belirlenmesinde, döviz gelirleri sağlaması, ihracata etkisi; gayri safi milli hasıla içindeki önemi, ödemeler dengesine katkısı, istihdam sağlaması ve çarpan etkisi gibi ölçütler kullanılmaktadır. Bir ülkede turizm gelirlerinin gayrisafi milli hasıla içindeki payının %5 ve daha fazla olması o ülkenin turizm ülkesi ve ekonomisinin kısmen turizme bağlı olduğunun göstergesi olarak yorumlanabilir (Yarcan, 1998a: 10; 1998b: 27).

Turizm İleri-Geri Bağlantıları ve Ekonomik Katkısı

Türkiye'nin turizm gelirinin gayri safi milli hâsıla içindeki payı % 5.5'tir. Aynı yılda turizm gelirinin ihracat gelirlerine oranı ise % 24.5'tir. Dolayısıyla turizm, Türkiye'nin ekonomisi ve kalkınması için hayati bir öneme sahiptir (Bahar, 2020: 151).

Tablo 5-7. İstanbul Turizm İstihdam Verileri (2020)

Faaliyet kodu	Faaliyet Grupları (*)	İstanbul	
	(NACE Rev.2 Sınıflandırmasına Göre)	İş yeri	Sigortalı
55	Konaklama	3.579	43.809
56	Yiyecek Ve İçecek Hizmeti Faal.	33.785	205.89
79	Seyahat Acentesi, Tur Oper. Rez. Hiz	3.67	23.171
90	Yaratıcı Sanatlar, Eğlence Faal.	855	6.919
91	Kütüphane, Arşiv Ve Müzeler	110	1.38
92	Kumar Ve Müşterek Bahis Faal	772	1.872
93	Spor, Eğlence Ve Dinlence Faal.	2.786	17.231
96	Diğer Hizmet Faaliyetleri	11.695	45.313
Toplam -Total		**57.252**	**345.585**

5.4. Istanbul Incoming Turizm Verileri

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre, kenti ziyaret eden yabancı turist sayısı 2022'de 16 milyon 18 bin 726'ya ulaşmıştır. 2021 yılında 9 milyon 25 bin 4 kişinin ziyaret ettiği kentte 2022'de gelen turist sayısı, 6 milyon 993 bin 722 kişi artmıştır.

Tablo 5-8. Turist Geliş Sayıları

TÜRKİYE	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
OCAK	1.104.754	1.146.815	1.250.941	1.170.333	1.055.474	1.539.496	1.461.570	1.787.435	509.787	1.281.666
ŞUBAT	1.268.440	1.352.184	1.383.343	1.240.633	1.159.833	1.670.238	1.527.070	1.733.112	537.976	1.541.393
MART	1.841.154	1.851.980	1.895.940	1.652.511	1.587.007	2.232.358	2.139.766	718.097	905.323	2.079.565
NİSAN	2.451.031	2.652.071	2.437.263	1.753.045	2.070.322	3.293.176	2.655.561	24.238	790.687	2.574.423
MAYIS	3.809.190	3.900.096	3.804.158	2.485.411	2.889.873	4.022.254	3.678.440	29.829	936.282	3.873.212
HAZİRAN	4.073.906	4.335.075	4.123.109	2.438.493	3.489.940	5.318.984	4.505.594	214.768	2.047.596	5.014.821
TEMMUZ	4.593.511	5.214.519	5.480.502	3.468.202	5.075.961	6.617.380	5.671.801	932.927	4.360.952	6.664.970
AĞUSTOS	4.945.999	5.283.333	5.130.967	3.183.003	4.658.463	6.307.508	5.383.332	1.814.701	3.982.168	6.304.770
EYLÜL	4.266.133	4.352.429	4.251.870	2.855.397	4.076.630	5.426.818	4.792.818	2.203.482	3.513.453	5.475.453
EKİM	3.402.460	3.439.554	3.301.194	2.449.948	2.992.947	4.291.574	3.755.467	1.742.303	3.471.540	4.803.198
KASIM	1.709.479	1.729.803	1.720.554	1.353.280	1.652.795	2.190.622	1.966.277	833.991	1.763.982	2.551.483
ARALIK	1.442.995	1.580.041	1.464.791	1.302.157	888.365	2.147.878	1.950.705	699.330	1.892.520	2.399.441
TOPLAM	34.909.052	36.837.900	36.244.632	25.352.213	10.840.595	45.058.286	39.488.401	12.734.213	24.712.266	44.564.395

ISTANBUL	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022

Ocak	532.276	635.283	691.496	692.172	559.372	831.307	918.949	1.017.034	334.825	791.578
Şubat	617.015	696.054	732.202	674.465	590.175	848.510	984.689	962.151	350.913	956.482
Mart	838.201	866.985	944.931	783.164	742.479	1.073.002	1.165.591	374.101	545.608	1.156.400
Nisan	936.961	1.014.662	1.037.506	715.161	835614	1.144.041	1.329.868	960	419.686	977.888
Mayıs	1.058.771	1.079.598	1.182.906	869.446	830019	984.028	1.016.809	847	384.630	1.402.366
Haziran	957.894	1.090.284	1.091.357	707.050	827.494	1.100.389	1.361.302	66.725	684.621	1.470.586
Temmuz	926.266	1.155.407	1.400.183	924.686	1.319.549	1.502.397	1.666.319	301.930	1.130.999	1.759.506
Ağustos	1.074.950	1.290.218	1.333.515	908.663	1.247.384	1.391.036	1.540.120	436.198	1.002.722	1.665.983
Eylül	1.006.014	1.181.742	1.205.089	800.675	1.045.896	1.235.301	1.359.175	460.670	975.916	1.607.045
Ekim	998.442	1.132.655	1.125.263	790.951	1.122.266	1.230.070	1.347.554	533.405	1.152.771	1.584.692
Kasım	770.288	844.289	848.420	663.524	831.982	1.014.984	1.088.372	439.920	997.620	1.341.948
Aralık	754.789	855.806	821.809	674.030	888.365	1.077.925	1.127.915	408.040	1.044.693	1.304.252
TOPLAM	**10.474.867**	**11.842.983**	**12.414.677**	**9.203.987**	**10.840.595**	**13.432.990**	**14.906.663**	**5.001.981**	**9.025.004**	**16.018.726**

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2015'den itibaren, ülkemizde yaşanan çeşitli politik durumlar ve terör olaylarından dolayı, iyiye giden turizmde bir kırılma olmuş ve turist sayısı 2016'da düşmüştür. Sektörümüz, benzer bir kırılmayı 2018-2019 arası tecrübe etmek zorunda kalmış ve 2019 yılında tüm dünyada turizm zirve noktasına ulaşmışken, Türkiye düşüş yaşamıştır.

İstanbul'da geleneksel olarak 1990'lardan beri kültür ve tarihe dayanan turizm hareketliliği, pek çok ülke için sebep ve kararlardan dolayı şekil değiştirmeye başlamıştır. Özellikle turizm çeşitliliği, turizmin İstanbul'un pek çok bölgesine yönlendirilmesi gibi önlemler asla alınmadığı için geldiğimiz noktada, Avrupa'nın en ucuz şehir destinasyonu haline gelmiştir.

5.5. Turizmin İstanbul Ekonomisindeki Yeri

Ülkemizdeki seyahat acentelerinin yaklaşık %35'i İstanbul'da bulunmaktadır (yaklaşık 4,000 acente). İstanbul yılda 16 milyon civarı uluslararası ziyaretçiyi ağırlamakta olup bu durum 40 farklı sektöre doğrudan ekonomik fayda sağlamaktadır. İstanbul, 2010-2016 yılları arasında dünya genelinde en çok ziyaret edilen 10 şehir arasında yer almıştır.

Türkiye'nin toplam ekonomik üretiminin %25'ini oluşturan ve ülkenin dış ticaretinin neredeyse yarısını yöneten uluslararası bir lojistik merkez olarak İstanbul, uzmanlar tarafından iyi planlanmış bir yönetim gerektiren sofistike bir turizm destinasyonudur. İstanbul'a yaklaşık 50 ülkeden uçakla 3 saat gibi kısa bir sürede ulaşılabilir ve 300'den fazla noktaya doğrudan uçuş seçenekleri bulunmaktadır.

TUİK'in Nisan-Haziran aylarını 2021 ve 2022 yılları için kıyaslamasında, Turizm gelirleri tablosuna baktığımızda;

Tablo 5-9. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (II. Çeyrek: Nisan-Haziran 2021 – 2022)

(Bin $-Thousand $)

Harcama türü	2021	(%)	2022	(%)
Toplam turizm geliri	3 003 628	100,0	8 717 103	100,0
Kişisel harcamalar	2 436 913	81,1	6 273 064	72,0
Yeme-içme	622 763	20,7	1 511 465	17,3
Konaklama	293 665	9,8	838 830	9,6
Sağlık	196 954	6,6	436 212	5,0
Ulaştırma (Türkiye içi)	196 333	6,5	500 659	5,7
Spor, eğitim, kültür	11 529	0,4	64 110	0,7
Tur hizmetleri	9 702	0,3	24 282	0,3
Uluslararası ulaştırma	463 961	15,4	1 273 164	14,6
Cep telefonu dolaşım harcamaları	8 227	0,3	16 436	0,2
Marina hizmet harcamaları	10 520	0,4	10 321	0,1

Tabloda belirtildiği gibi Turizm gelirlerinin %30'u yeme-içme, %10'u otel, %15'i uluslararası ulaştırmaya harcanırken, tur hizmetleri ile spor, eğitim ve kültür turizminden elde edilen gelirler %1'in altındadır. Yani artan turizm gelirlerimiz tur ve kültür turizmine gelir olarak yansımamaktadır.

Tablo 5-10. Milliyetlerine Göre İstanbul'a Gelen Ziyaretçiler

Ülkeler	2009	2010	2011	Ülkeler	2013	2014	2015	Ülkeler	2016
ALMANYA	1.112.590	892.968	986.099	ALMANYA	1.179.396	1.205.976	1.298.235	ALMANYA	938.794
İngiltere (Birleşik Krallık)	427.575	359.634	391.845	RUSYA FED.	573.910	589.950	489.014	İRAN	602.961
FRANSA	384.504	342.298	399.620	Amerika Birleşik Devletleri	503.019	533.442	562.377	SUUDİ ARABİSTAN	458.431
Amerika Birleşik Devletleri	367.127	361.008	444.894	FRANSA	481.214	494.315	464.262	İngiltere (Birleşik Krallık)	346.281
İTALYA	363.738	403.579	407.183	İngiltere (Birleşik Krallık)	467.110	497.561	527.334	FRANSA	337.289
RUSYA FED.	363.563	407.431	489.766	İTALYA	450.996	466.030	351.338	ABD	298.344
HOLLANDA	272.831	209.198	233.066	İRAN	375.403	590.920	755.707	RUSYA FEDERASYONU	274.764
İSPANYA	229.181	200.678	198.150	HOLLANDA	285.965	298.959	302.283	UKRAYNA	266.631
İRAN	228.504	272.927	361.558	LİBYA	261.476	265.115	230.123	IRAK	255.500
UKRAYNA	162.853	136.502	154.728	UKRAYNA	247.102	257.560	270.428	HOLLANDA	242.291
AZERBAYCAN	154.232	138.600	154.179	IRAK	241.262	354.063	492.318	AZERBAYCAN	173.967
AVUSTURYA	145.092	115.557	133.299	AZERBAYCAN	228.630	240.433	229.375	KUVEYT	159.980
JAPONYA	133.865	175.412	161.181	İSPANYA	205.173	235.834	187.842	CEZAYİR	158.572
İSVİÇRE	129.270	101.092	121.817	GÜNEY KORE	166.439	225.593	202.425	İTALYA	155.126
BELÇİKA	115.979	105.392	111.170	AVUSTURYA	162.874	167.036	174.239	ÇİN	141.701
TÜRKMENİSTAN	112.157	112.411	134.748	İSVİÇRE	159.089	159.066	156.793	TÜRKMENİSTAN	139.075
YUNANİSTAN	81.083	95.360	106.007	JAPONYA	155.155	153.084	90.081	ÜRDÜN	132.436
İSRAİL	79.742	46.652	43.748	TÜRKMENİSTAN	144.065	174.233	162.569	AVUSTURYA	126.103
GÜNEY KORE	77.279	101.334	129.222	BELÇİKA	132.460	140.990	141.573	LÜBNAN	122.266
ÇİN	65.897	71.291	89.754	ÇİN	129.136	182.996	283.897	İSVEÇ	121.304

Ülkeler	2017	Ülkeler	2018	2019	Ülkeler	2021	Ülkeler	2022
ALMANYA	986.560	Almanya	1.071.635	1.111.561	Almanya	832.915	Rusya Fed.	1.495.024
İRAN	900.810	İran	934.860	923.138	İran	769.127	Almanya	1.237.314
SUUDİ ARABİSTAN	557.834	Rusya Fed.	618.551	721.719	Rusya Fed.	747.285	İran	1.097.993
IRAK	517.653	Irak	609.589	677.144	Fransa	379.572	Amerika Birleşik Devletleri	717.107
RUSYA FED.	494.084	Fransa	448.872	508.669	Irak	340.323	İngiltere	613.199
İNGİLTERE	380.943	İngiltere	455.610	489.796	Ukrayna	335.620	Fransa	567.475
FRANSA	370.517	Amerika Birleşik Devletleri	370.112	459.909	Amerika Birleşik Devletleri	324.032	İsrail	473.563
UKRAYNA	304.275	SUUDİ ARABİSTAN	628.577	444.891	Hollanda	259.774	Irak	423.945
Amerika Birleşik Devletleri	270.887	ÇİN	351.808	378.172	Özbekistan	232.859	SUUDİ ARABİSTAN	390.353
HOLLANDA	253.805	Kuveyt	276.300	337.679	İngiltere (Birleşik Krallık)	229.876	Kuveyt	388.926
KUVEYT	241.930	Ukrayna	323.467	331.776	Ürdün	217.936	Özbekistan	366.681
ÇİN	221.870	Ürdün	281.927	325.511	Kuveyt	207.314	Hollanda	337.056
TÜRKMENİSTAN	217.504	İsrail	226.170	307.727	Libya	191.177	Ürdün	324.705
AZERBEYCAN	216.162	Hollanda	280.916	294.451	Azerbaycan	188.765	Kazakistan	302.869
CEZAYİR	205.915	İtalya	224.151	284.419	İsrail	174.837	İtalya	302.218
ÜRDÜN	189.633	Türkmenistan	237.154	279.431	Lübnan	146.501	Azerbaycan	272.431
ÖZBEKİSTAN	177.604	Cezayir	274.828	275.404	Kazakistan	138.475	İspanya	240.656
LÜBNAN	165.800	Lübnan	236.892	255.763	Mısır	119.166	Fas	233.549
İTALYA	163.034	Libya	186.542	254.467	Belçika	118.541	Libya	217.078
İSRAİL	151.212	Azerbaycan	249.063	244.201	Tunus	118.052	Mısır	208.978

Ülkeler	2017	Ülkeler	2018	2019	Ülkeler	2021	Ülkeler	2022
İSRAİL	151.212	Azerbaycan	244.201	249.063	Avusturya	118.037	Ukrayna	208.631
KAZAKİSTAN	150.457	Özbekistan	230.731	221.186	İsveç	117.384	Hindistan	200.544
İSVEÇ	150.204	Fas	215.864	163.846	Fas	113.254	Lübnan	199.845
AVUSTURYA	138.493	İspanya	210.733	154.037	Suriye	108.583	Cezayir	193.876
BELÇİKA	122.193	Kazakistan	200.031	166.762	İsviçre	97.416	Tunus	191.680
GÜNEY KORE	109.113	Güney Kore	193.205	144.218	İtalya	95.011	Avusturya	166.706
TUNUS	107.776	Hindistan	183.501	122.114	İspanya	94.487	Belçika	164.436
İSVİÇRE	106.759	Suriye	181.721	136.984	Romanya	90.359	Pakistan	161.285
FAS	104.511	İsveç	170.553	171.600	Pakistan	85.196	İsveç	160.621
KKTC	101.203	Tunus	167.077	137.959	Kosova	75.716	Romanya	160.440
SURİYE	99.958	Mısır	163.358	137.408	Katar	74.999	İsviçre	152.497
LİBYA	98.497	Avusturya	157.128	150.017	Kırgızistan	72.164	Kanada	146.605
MISIR	97.265	Belçika	139.614	130.545	Kanada	64.958	Endonezya	143.470
KIRGİZİSTAN	94.140	Romanya	139.228	127.223	Gürcistan	56.890	Suriye	138.976
ROMANYA	91.830	İsviçre	135.443	123.671	Filistin	52.806	Bulgaristan	100.806
İSPANYA	89.051	Pakistan	121.878	107.649	Bulgaristan	50.998	Kırgızistan	100.695
DANİMARKA	82.650	Endonezya	119.147	112.409	Danimarka	49.567	Birleşik Arap Emirlikleri	95.350
ENDENOZYA	77.908	Yunanistan	111.152	85.989	Bosna Hersek	49.042	Kosova	90.130
YUNANİSTAN	75.602	Kanada	110.581	88.791	Cezayir	48.675	Avustralya	89.768
BULGARİSTAN	74.945	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	106.825	109.405	Arnavutluk	47.462	Güney Kore	86.161
PAKİSTAN	72.664	Malezya	105.445	90.131	Milliyetsiz (Haymatlos)	47.385	Gürcistan	86.083
HİNDİSTAN	71.821	Tayvan	104.375	95.253	Endonezya	45.326	Meksika	85.572
KANADA	67.715	Kırgızistan	100.774	96.821	Birleşik Arap Emirlikleri	44.189	Malezya	83.956
GÜRCİSTAN	64.454	Katar	97.730	89.498	Afganistan	44.179	Yunanistan	83.109
TAYVAN	59.295	Bulgaristan	92.372	82.325	Etiyopya (Habeşistan)	43.574	Katar	81.850
BAHREYN	58.533	Japonya	91.317	72.399	Umman	43.384	Danimarka	78.742
MALAZYA	56.542	Danimarka	88.559	87.785	Hindistan	43.338	Beyaz Rusya (Belarus)	78.739
KOSOVA	54.421	Brezilya	86.652	67.938	Bahreyn	43.292	Filistin	73.706
AVUSTRALYA	53.495	Avustralya	86.101	69.457	Beyaz Rusya (Belarus)	41.540	Polonya	73.144
NORVEÇ	48.869	Umman	73.909	49.542	Sırbistan	39.713	Çin Halk Cumhuriyeti	72.061
KATAR	47.642	Bahreyn	70.700	67.493	Yunanistan	36.407	Umman	71.211
BİRLEŞİK ARAP EMİR.	45.371	Kosova	70.497	67.406	Tacikistan	35.522	Bahreyn	68.981
ARJANTİN	44.303	Milliyetsiz (Haymatlos)	69.323	56.537	Filipinler	33.986	Bosna Hersek	68.349
BREZİLYA	43.104	Polonya	60.898	46.812	Meksika	33.510	Tacikistan	67.025
JAPONYA	42.406	Gürcistan	60.067	61.286	Çin Halk Cumhuriyeti	31.701	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	66.336
SIRBISTAN	40.576	Güney Afrika Cumhuriyeti	59.527	45.566	Norveç	31.631	Brezilya	66.317

- 2009'dan 2015'e kadar İngiltere, Fransa, Hollanda ve İtalya; İstanbul'a ziyaretçi gönderen ilk 10 ülke arasında yer alırken, 2016'dan itibaren İngiltere ve Fransa azalan rakamlarla dururken, diğer Avrupa ülkeleri alt sıralara düşmüştür.
  Özellikle 2016'dan sonra İran ve Suudi Arabistan yanında, Irak, Cezayir, Ürdün, Lübnan, Fas, Mısır gibi Ortadoğu ülkelerinden gelişler artmış ve Afganistan, Suriye vatandaşları gibi bilinen turizm istatiksellerince sayılması imkânsız olan pek çok ziyaretçinin/ göçmenlerin de girişleri ile İstanbul'un yabancı profili tamamen değişmeye başlamıştır. Sonuç olarak OECD ülkelerinin Türkiye ve İstanbul turizmindeki payı %50 düşmüş, CIS (Rusya ve diğer) ülkeleri ile Orta Doğu ülkeleri payları artmıştır.
- 2021 ve 2022'de aynı şekilde profil değişimi devam etmiştir.
- Amerika Birleşik Devletleri'nden gelişlerde ise, 2016'ya kadar üst seviyelerde iken, 2017'de azalmış, 2019'a kadar biraz toparlasa da halen azalan oranlarda kalmıştır. 2021'deki ABD vatandaşı ziyaretçi sayısı ise 2022'de 2 katı artarak 700 bin kişi üzerine çıkmıştır. Ancak, Official Airline Guide (OAG) verilerine göre, tüm havayolları ile İstanbul'a gelen ABD vatandaşı sayısı 328000 olarak hesaplanmıştır. Bu da, bakanlık verileriyle önemli bir çelişki yaratmaktadır.
- Bunun dışında, yılda yaklaşık 120 milyon yurt dışına seyahat eden Çin pazarı, çok önemli olmasına rağmen hiçbir turizm politikası uygulanmamış, sektöre anlatılmamış ve çok az Çinli turist İstanbul'a gelebilmiştir.
- Ayrıca, İstanbul komşu ülkeler turizminde de sınıfta kalmaktadır. İran hariç, politik süreçlerdeki olumsuzluklardan dolayı komşu ülkelerimizden potansiyelimiz olan ziyaretçiler gelmemektedir. ABD sadece Kanada'dan yılda 20 milyon ziyaretçi alırken, bizim Avrupa ve Asya ülkeleri komşularımızdan aldığımız ziyaretçi sayıları oldukça düşük seviyededir.

6. İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE C MODÜLÜ: TARİHİ MİRAS VE KÜLTÜREL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

6.1. Tarihi Miras Alanlarında Küresel Eğilimler

Günümüzün en önemli varlıklarını oluşturan doğal, tarihsel ve arkeolojik alanlar; mimari, doğal, tarihsel, kültürel mirası, sanatsal ve estetik değerleri yaşatmak yoluyla, geçmiş ile gelecek arasında sürekli bir kültür bağı oluşturmaktadır (Türk, 2000). Kültürel miras turizminin önemli bir bileşeni olan arkeolojik kültür varlığı turizmi (arkeoturizm) geçmiş uygarlıklar mirasının ve onların ortaya koyduğu tarihsel ve kültürel değerlerin korunmasını da içermektedir. Ayrıca, az gelişmiş veya kalkınmakta olan bölgelere de turizmin götürülmesi açısından, bu tip turizm devletler tarafından desteklenmektedir. Türkiye, coğrafi konumu ve köklü tarihinden gelen, dünyanın hiçbir ülkesinde görülmeyen zenginlikte ve yoğunlukta evrensel önemde bir tarih, arkeoloji ve kültür mirasına sahiptir.

Arkeoturizm veya Arkeoloji turizmi, turistlerin arkeolojiye olan ilgisini ve tarihi alanların korunmasını teşvik etmeyi amaçlayan bir kültür turizmi şeklidir.

Arkeoloji turizmi, ortak kültürel mirasımız hakkında farkındalığı arttırır ve insanları arkeolojik alanları ve tarihi yerleri ziyaret etmeye teşvik eder, aynı zamanda bu değerli kaynakların tanınmasını, bilinmesini sağlar (https://en.wikipedia.org/wiki/Archaeological_tourism).

Genel sorun olarak, Arkeolojik çalışmaların sonunda bir turizm ürünü ortaya çıkmasına rağmen, yapılan arkeolojik çalışmaların ayrıca bir arkeoturizm planlaması içermediği açıktır(*http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/1828).*

Arkeolojik turizm, arkeolojik alanlar, müzeler, yorumlama merkezleri ziyaretleri, tarihi olayların canlandırılması ve yerli ürünlerin, festivallerin veya tiyatroların yeniden keşfi dâhil olmak üzere, kamusal arkeolojik tanıtımla ilgili tüm ürünleri içerebilir.

Arkeolojik alanlar ve tarihi yerler, dünya çapında başlıca turistik yerlerdir. Ancak bir dezavantajı, arkeolojik kazı alanlarına oldukça fazla kalabalık insan yükü vardır. Herşeye rağmen Arkeoloji Turizmini günümüzde bir adım yukarı taşımış olan Arkeo Parklar söz

konusudur. Arkeolojik alanları ziyaret edenlerin sayısı her yıl artmakta ve trafikteki artış sitelerin zarar görmesine neden olabilmektedir. Sonuçta, Arkeolojik alanlar kırılgan kaynaklardır ve yetersiz alan yönetimi, alanla ilgili sosyal, tarihi, eğitimsel ve ekonomik potansiyelinin bozulmasına ve hatta yok olmasına neden olabilir.

Arkeo Parklar

Kentsel arkeolojik alanlar kentsel dokuları içeren arkeolojik sit alanlarıdır. Bu alanların "kentsel arkeolojik park" olarak mekânsal düzenlemesi yapılmaktadır. Bu şekilde arkeolojik kazı bittikten sonra alan kent içi yaşamına başarılı bir şekilde sokularak kentin tarihi katmanları sergilenmektedir.

Ayrıca bu noktalarda kurulan müzelerde çıkan tarihi eserler sergilenir. Bu parklar aynı zamanda bir park ya da müze olmanın yanı sıra tarihi alanların ve tarihi peyzajların korunmasında da rol almaktadır. Bu çeşitler arkeolojik parkların temel bileşenleridir.

Bir arkeolojik park, 'geçmişin' halka sunulduğu bir araçtır. Böyle bir parkın geliştirilmesi, yalnızca bir açık alan ortamındaki antik ve tarihi manzaraları korumakla kalmaz, aynı zamanda yerel mirası teşvik eder, turizmi artırır ve ekonomik büyüme yaratır. İstanbul'daki tarihi miras alanlarının bu amaçla kullanılmasından kaynaklanabilecek mevcut ve potansiyel çatışmalar, arkeolojik parkların tanımlanması için kriterler belirlenerek azaltılabilir. Bu kentin çeşitli biçimlerde şekillenmesi nedeniyle kültürler, kentsel arkeoloji açısından zenginlik göstermektedir. İstanbul'un kentsel dokusunun gelişimi incelendiğinde üç farklı dönemle karşılaşılmaktadır. Bunlar Bizans, Konstantinopolis ve İstanbul'dur (Bayraktar, 2010).

İstanbul' da, 2010'lu yıllarda, Küçükyalı Arkeoloji alanı, Saraçhane Arkeoloji alanı, Karamurat Arkeolojik Alanı (Çatalca) gibi bölgelerde Arkeo Park lar kurulması tasarlanmıştır. Istanbul'daki en önemli örnek, tamamlandığında Yenikapı Arkeopark ve Arkeoloji Müzesi yerleşkesi olacaktır.

2010 yılında dünyadaki önemli Arkeoloji alanlarına ziyaretlerle ilgili çıkartılan bir veri araştırmasında görülmektedir ki; Türkiye'den Efes antik şehrinin yabancı ve yerli ziyaretçi sayıları ve geliri oldukça yüksektir.

Economic Impact- Global Heritage Tourism Revenues in Developing and Emerging Countries and Regions
October 2010 - *GHF Estimates and Published Data*

Top 50 Global Heritage Sites	Country	Domestic Visitors	International Visitors	Total Site Visitors (2009 est.)	Total Revenues (in $1,000s)
The Great Wall	China	16,000,000	8,200,000	24,200,000	$2,888,000,000
Mausoleum of the First Qin Emperor	China	10,000,000	8,000,000	18,000,000	$1,920,000,000
Memphis and its Necropolis	Egypt	400,000	4,600,000	3,000,000	$936,000,000
Imperial Palaces of the Ming and Qing Dynasties	China	5,200,000	1,800,000	7,000,000	$904,000,000
Historic Cairo	Egypt	1,400,000	2,600,000	4,000,000	$576,000,000
Ephesus	Turkey	800,000	2,700,000	3,500,000	$572,000,000

Kaynak:(http://globalheritagefund.org/images/uploads/docs/GHFVanishingValueofHeritageDatabase102010.pdf)

İstanbul Arkeoloji Müzesi istatistiklerinde, 2018 yılında müzeyi ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı 276 bin 369 kişidir. Aynı şekilde Türk ve İslam Eserleri Müzesi'ni 146 bin 49 kişi ziyaret etmiştir. Topkapı Sarayı ise 2018 de 2 milyon 223 bin 928 turist almıştır. Bunun yanında antik Bizans eseri Yerebatan Sarnıcı da 997 bin 826 ziyaretçi almıştır.

6.2. İstanbul Turizmi, Kültürel Miras ve Sit Alanları ve Alan Yönetimi

Taşıdığı "Üstün Evrensel Değer ve niteliklerden", "farklı kültür ve medeniyetlere dair yaptığı istisnai tanıklıktan" dolayı İstanbul'un Tarihi Alanları, 1985 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmiştir. Şehrin bu emsalsiz niteliklerini ve istisnai tanıklığını koruma ve gelecek nesillere aktarma misyonuyla hazırlanan Tarihi Yarımada Yönetim Planı 2011 yılında onaylanmış ve yürürlüğe girmiş ve 2018 yılında revize edilmiştir (İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı, İBB & TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Türkiye 1983 yılında Dünya Mirası Sözleşmesi'ni imzalamıştır. Dünya Mirası Komitesi tarafından 1978 yılından itibaren oluşturulmaya başlanan Dünya Mirası Listesi'ne (World Heritage List) dört bölgeden oluşan 'İstanbul'un Tarihi Alanları' (Historic Areas of İstanbul) 1985 yılında kaydolmuştur. UNESCO'nun Dünya Mirası Listesine giren bölgeler;

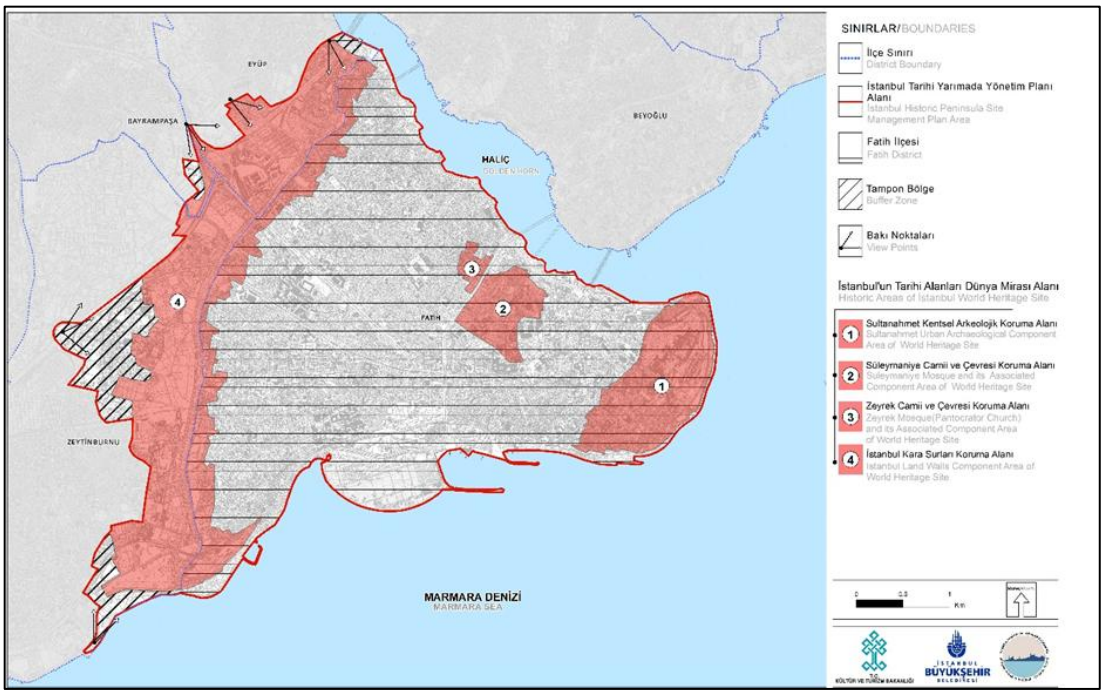
• Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı

• Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı

• Zeyrek Camii (Pantokrator Kilisesi) ve Çevresi Koruma Alanı

• İstanbul Kara Surları Koruma Alanı

Şekil 6-1. İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı sınırları



Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı

Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı, Tarihi Yarımada'nın doğusunda, İstanbul'un birinci tepesi üzerinde yer almakta ve Topkapı Sarayı'nın yer aldığı Sur-i Sultani Bölgesi ile Sultanahmet Bölgesi olmak üzere kendi içinde iki farklı bölgeden oluşmaktadır. Sur-i Sultani Bölgesi; Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Aya İrini Müzesi gibi müzelerin yer aldığı bölge İstanbul I Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulunun 12 Temmuz 1995 tarih ve 6848 sayılı kararı ile I. Derece Arkeolojik Sit, Sultanahmet Bölgesi ise sahip olduğu anıtsal eserlerin yanı sıra kısmen konut, kısmen de ticaret ve turizm işlevleriyle birlikte Kentsel Arkeolojik Sit Alanı olarak

ilan edilmiştir. Bu bölge, iki büyük imparatorluğun ve medeniyetin merkezidir. Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı, günümüzde barındırdığı anıtsal eserler, yer üstü kalıntıları ve yer altında bulunan eserler açısından Tarihi Yarımada içinde ulusal ve uluslararası ölçekte üstün kültürel ve tarihi değeri olan özellikli bir alanı temsil etmektedir. Yönetim Planı Alanı sınırları içinde yer alan toplam 10.151 kültür varlığının 992'si Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı'nda bulunmaktadır. Alandaki 992 tescilli eser, Dünya Mirası Alanı içinde yer alan toplam 2867 eserin %35'ine karşılık gelmektedir. Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı en fazla tescilli eserin yer aldığı miras alanıdır. Bu alandaki 992 eserin 354'ünü anıtsal yapılar oluşturmaktadır. Toplam 354 anıt eserin 347'si mevcut, yedisi kayıp anıt eserdir. Alanda ayrıca, 446'sı mevcut ve 59'u kayıp olmak üzere, toplam 505 adet sivil mimarlık örneği bulunmaktadır.

Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı

Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı, Tarihi Yarımada'nın kuzeyinde İstanbul'un üçüncü tepesinin Haliç'e bakan yamacında yer almaktadır. Doğu-batı yönünde Atatürk Bulvarı ile İstanbul Üniversitesi arasında; kuzey-güney yönünde ise Şehzade Külliyesi'nden Haliç kıyısına kadar uzanmaktadır. İsmini sınırları içinde bulunan Süleymaniye Külliyesi'nden almaktadır. Semt geleneksel evleri ve organik formlarını koruyan sokakların oluşturduğu mahalleri ile tipik Osmanlı Dönemi yerleşimi özelliklerini göstermektedir. Bölgenin ana ögesini Süleymaniye Külliyesi ve onun çevresinde gelişen mahalle dokusu oluşturmaktadır. Doku ögeleri; semtin merkezini temsil eden Cami, caminin haziresi, imaret, çarşı, sıbyan mektebi, medrese, darüşşifa, kütüphane ve diğer hizmet yapıları ile çevresindeki mahallelerdir.1981'de koruma altına alınan Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı, Tarihi Yarımada kentsel ve tarihi sit alanı sınırları içerisinde yer almaktadır. Dünya Mirası Listesi'ne 1985 yılında dâhil edilen "İstanbul'un Tarihi Alanları"nın dört bileşeninden biri olan Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı'nın (i), (ii), (iii) ve (iv) no.lu kültürel kriterlere uygun olarak tanımlanmıştır. Bu Koruma Alanı'nın Dünya Mirası Listesi'ne alınması kararında; Kanuni Sultan Süleyman'ın emriyle Mimar Sinan'ın inşa ettiği kalfalık eseri Süleymaniye Külliyesi'ne atıf yapılmakta ve bu geleneksel yerleşmede tescil edilmiş ve korunmakta olan 525 ahşap evin bulunduğu vurgulanmaktadır. Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı'nda 127'si kayıp, 793'ü mevcut toplam 920 tescilli eser bulunmaktadır. Alan'daki 358 anıt eserden yedi adedi yok olmuştur. Sivil mimarlık örneği sayısı 395'i mevcut 120'si kayıp olmak

üzere 515'tir. Tarihi Yarımada'da bulunan diğer miras alanı bileşenlerinden farklı olarak Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı'nda iki adet tescilli meydan bulunmaktadır.

Zeyrek Camii (Pantokrator Kilisesi) ve Çevresi Koruma Alanı

Zeyrek Camii (Pantokrator Kilisesi) ve Çevresi Koruma Alanı, İstanbul'un dördüncü tepesinde ve eteklerinde yer almakta, doğuda Atatürk Bulvarı ile sınırlanmaktadır. İstanbul'un diğer bir tepesinde konumlanmış olan ve yine Dünya Mirası Alanı statüsü olan Süleymaniye semtinden (ve Süleymaniye Camii ve Külliyesi'nden) Atatürk Bulvarı ile ayrılmaktadır. Alan'ın batısında ise Tarihi Yarımada'nın önemli yapılarından biri olan Fatih Camii ve Külliyesi bulunmaktadır. Yaklaşık 10 hektar büyüklüğündeki Zeyrek Camii (Pantokrator Kilisesi) ve Çevresi Koruma Alanı, İstanbul'un Tarihi Alanları Dünya Mirası Alanı içerisinde en küçük yüzölçümüne sahip koruma alanıdır. İstanbul'un dördüncü tepesi olarak bilinen ve Bizans'ın ilk döneminde manastırlar bölgesi olarak tanınan Zeyrek semti bugün anıtsal yapılarıyla o dönemin izlerini hala taşımaktadır. Kimi bitişik düzende ahşap evlerden oluşan geleneksel doku, konut alanı özelliğini öteden beri korumuştur. Ancak yangınlar, bakımsızlık ve göç gibi nedenlerle zaman içinde önemli tahribata uğramıştır. 1979 yılında koruma altına alınan Zeyrek semtinin Dünya Mirası Listesi'ne alınma kararı incelendiğinde asıl önem taşıyan olgunun Pantokrator Kilisesi olduğu anlaşılmaktadır. Karara temel teşkil eden ICOMOS hazırlık raporunda bu yapı, Ayasofya, Aya İrini, Kariye ve Blahernai Sarayı ile eşdeğer olarak sıralanmakta ve kentin tarihsel gelişiminde taşıdığı öneme vurgu yapılmaktadır. Bu açıdan Zeyrek semtinin Dünya Mirası Alanı olarak değerlendirilmesinde bölgede yer alan bu dini anıtsal eserin önemi büyüktür. Alanda 67'si kayıp toplam 254 kültür varlığı bulunmaktadır. Alandaki toplam kültür varlığı sayısı Yönetim Planı Alanı genelindeki kültür varlıklarının yaklaşık %3'ünü, Dünya Mirası Alanı genelindeki toplam kültür varlığı sayısının ise yaklaşık %10'unu oluşturmaktadır. Alandaki kültür varlıkları içerisinden 42'si anıt eser, 125'i ise sivil mimarlık örneği niteliğindedir. Anıt eserlerin 42'si mevcuttur, 13'ü yok olmuştur; sivil mimarlık örneklerinin ise 125'i mevcut, 54'ü ise kayıp eserlerdir.

İstanbul Kara Surları Koruma Alanı

İstanbul Kara Surları Koruma Alanı, Tarihi Yarımada'nın batı sınırında, kuzey – güney doğrultusunda Haliç'ten Marmara Denizi'ne kadar uzanmaktadır. İstanbul Kara Surları, üç temel kısımdan oluşmaktadır. Bunlar; Sur yapısı, Kara Surları İç Koruma Alanı ve Kara Surları Dış Koruma Alanı olarak tanımlanmaktadır. Sur yapısı ve Kara Surları İç Koruma Alanı Fatih ilçesi sınırlarında yer alırken, Kara Surları Dış Koruma Alanı Zeytinburnu, Eyüp sultan ve Bayrampaşa ilçeleri sınırları içerisinde yer almaktadır. 447 yılında yapılan ve İstanbul'u karadan gelen saldırılara karşı koruyan, arkeolojik ve tarihi öneme sahip İstanbul Kara Surları, 1985 yılında İstanbul'un Tarihi Alanları'ndan biri olarak UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ne dâhil edilmiştir. İstanbul Kara Surları Koruma Alanı'nda toplam 5639 yapı bulunmaktadır. Tescilli olan 701 yapının 55'i kayıptır. İstanbul Kara Surları Koruma Alanı'nda bulunan tescilli eserler, Dünya Mirası Alanlarında yer alan toplam tescilli eserlerin %25'i, Yönetim Planı Alanı'nda bulunan toplam tescilli eserlerin ise %7'sidir. Alanda yer alan tescilli 701 eserin 233'ünü anıtsal yapılar, 315'ini ise sivil mimarlık örnekleri oluşturmaktadır. Alanda kayıp 55 tescilli eserin 20'si anıtsal yapı, 28'i sivil mimarlık örneği, 7'si ise haziredir.

Yönetim Planı'nda 16.02.2012 tarihli ICOMOS raporunda İstanbul Dünya Mirası Alanlarının 'üstün evrensel değer' beyanında eksik olduğu işaret edilen ve dört alanın her birinin üstün evrensel değere nasıl katkıda bulunduğu, birbirleriyle ve Tarihi Yarımada ile aralarında kurulan bağlantı, dört alan ile Tarihi Yarımada arasındaki ilişki, alanın üstün evrensel değer niteliklerinin Tarihi Yarımada'ya katkısı, "seri varlık" oluşturan dört alan arasındaki bağların ve bunların dört değil tek bir Dünya Mirası Alanı oluşturduğunun vurgulanmış, komşu bölgelerin üstün evrensel değer niteliklerine ve listedeki varlığa nasıl katkıda bulunduğunun anlaşılması için dört alan ve Tarihi Yarımada arasındaki bağlantıların tanımlanması ifadeleriyle belirtilen hususların şehircilik / kent planlama yaklaşımı ile ele alınmıştır.

Sanayi Dönemi öncesinde ve günümüzde Tarihi Yarımada'daki kentin bütünlüğünü kuran önemli ögelerden biri olan koruma duvarları (surlar) ile başlatılmakta, kentin Antik Dönemlerinde ve Osmanlı Dönemi'nde nüvesini teşkil eden Sultanahmet ve çevresi mevkii ile devam etmekte, "kültürel süreklilik" ve "kutsal işlevlerde süreklilik" yaklaşımı

ile diğer Dünya Mirası Alanları ile ilişkilendirilmekte ve detaylandırılmakta, yeri geldikçe kentin fizik mekânının düzenlenmesindeki bütüncül yaklaşıma dikkat çekilmektedir.

Sit Alanları

Tarihi Yarımada içerisinde Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu tarafından ilk olarak 1953'te Sultanahmet Bölgesi için "Arkeolojik Park" kararı alınmış, ardından 1979'da Zeyrek, 1981'de ise Süleymaniye; ibadet yapıları, çevrelerindeki hizmet yapıları ve sivil dokuyla birlikte "koruma alanı" olarak tanımlanmıştır. Bu kararlardan ancak on beş yıl sonra I Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 12 Temmuz 1995 tarih ve 6848 sayılı kararıyla eski idari yapılanmaya göre Eminönü ve Fatih ilçelerinin tamamını kapsayan 1562 hektar büyüklüğündeki İstanbul Suriçi, farklı statülerde tasnif edilerek sit alanı ilan edilmiştir. Bu karara göre;

• Sur-i Sultani'nin içi I Derece Arkeolojik Sit

• Sultanahmet kentsel bölgesi Kentsel Arkeolojik Sit Alanı

• Tarihi Yarımada'nın tamamı Kentsel ve Tarihi Sit Alanı olarak tanımlanmıştır.

Turizm Merkezleri

2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu; 16 Mart 1982 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanun ile Bakanlar Kurulunun ilan ettiği turizm alanlarında Kültür ve Turizm Bakanlığı, her ölçekteki planları yapmaya, yaptırmaya, resen onaylamaya ve tadil etmeye yetkilidir. Turizm Teşvik Kanunu'na dayanarak Yönetim Planı Alanı sınırları içinde ilan edilen turizm merkezleri; Sultanahmet Meydanı Turizm Merkezi, Eminönü Barbaros Evleri Turizm Merkezi ve Ataköy Turizm Merkezi'dir. Yönetim Planı Alanı'nda turizm merkezleri için yapılan / yapılmakta olan planların Tarihi Yarımada siluetini olumsuz etkilememesi, tarihi doku içerisinde ve Sur Tecrit Alanı'nda yeni yapılaşma baskılarına neden olmaması, yapılı çevrenin ve surların korunması için, UNESCO'nun benzer uygulamalarda önerdiği üzere, ICOMOS Kültürel Mirası Etki Değerlendirme Uygulaması kapsamında ele alınması gerekmektedir. İstanbul'da 2634 Sayılı Yasa kapsamında ilan edilen 21 adet Turizm Merkezi bulunmaktadır. Bunlar;

- Akaretler Turizm Merkezi
- Ataköy Turizm Merkezi

- Baltalimanı Turizm Merkezi
- Barbaros Evleri Turizm Merkezi
- Beşiktaş Atik Ali Paşa Yalısı Turizm Merkezi
- Beykoz Hünkâr Kasrı Turizm Merkezi
- Beyoğlu Tophane Salıpazarı Turizm Merkezi
- Boğaziçi Okullar Bölgesi Turizm Merkezi
- Çırağan Sarayı Turizm Merkezi
- Galata Kulesi ve Çevresi Turizm Merkezi
- İstinye Koyu Turizm Merkezi
- İstinye Turizm Merkezi Tevsii
- Park Otel Turizm Merkezi
- Sarıyer İstinye Turizm Merkezi
- Sultanahmet Meydanı Turizm Merkezi
- Şişli Bomonti Turizm Merkezi
- Taşkışla II Nolu Turizm Merkezi
- Taşkışla Turizm Merkezi
- Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi
- Yeşilyurt Turizm Merkezi
- Kocaeli Sakarya Kıyı Bandı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

Yenileme Alanları

05 Temmuz 2005 tarihinde yürürlüğe giren "5366 sayılı Yıpranan Tarihi ve Kültürel Taşınmaz Varlıkların Yenilenerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkında Kanun" sit alanlarında; sınırları yerel yönetimler tarafından önerilen ve Bakanlar Kurulu tarafından ilan edilen "yenileme alanı" tanımını getirmektedir. Bu Kanun ile yerel yönetimlere ilan edilen yenileme alanlarında koruma planlarından bağımsız olarak "yenileme projeleri" yapmak ve uygulamak konusunda yetki verildiği düşünülmektedir. Yenileme projelerini değerlendirmek üzere farklı yenileme alanlarından sorumlu olan I ve II Numaralı Yenileme Alanı Kültür Varlıklarını Koruma Kurulları kurulmuştur. 5366 sayılı Kanun; koruma alanlarında "koruma" kavramıyla uyuşmayan "yenileme" eylemini teşvik etmesi, koruma planı kararları dışında alan büyüklükleri, nitelikleri birbirinden farklı yenileme alanlarında proje geliştirmeye imkân vermesi ve bölgenin sosyo-ekonomik yapısının sağlıklaştırılmasına yönelik bir içerik taşımaması açılarından eleştirilmektedir.

UNESCO Dünya Mirası Komitesi'nin 2006 yılından itibaren İstanbul'un Tarihi Alanları hakkında almış olduğu kararlarda da aynı eleştirilere yer verdiği izlenmektedir. Yönetim Planı Alanı'nda 5366 sayılı Kanun kapsamında ilan edilen ve Bakanlar Kurulu tarafından onaylanan 22 adet yenileme alanı bulunmaktadır. Bu yenileme alanlarından 21 tanesi Fatih ilçesi, biri ise Zeytinburnu ilçesindedir. Tarihi Yarımada (günümüzdeki adıyla Fatih ilçesi) plan hazırlama sürecinde, 5366 sayılı Kanun kapsamında İstanbul Yenileme Alanı Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulunca onaylanan avan projeler değerlendirilerek planlara aktarılmıştır. Yenileme Alanlarında, öncelikle Koruma Amaçlı İmar Planlarında öngörülen fonksiyonlar ve plan bütünlüğüne uyulması esas olup, koruma kriterlerine aykırı olmamak şartı ile konut-ticaret-turizm-konaklama gibi fonksiyonlar ve sağlık-eğitim-sosyal-kültürel alan, belediye hizmet alanı, yönetim alanı, park ve çocuk oyun alanları gibi donatılar yer alabileceği hususu benimsenmiştir.

Müzeler

Yönetim Planı Alanı'nda Türkiye ve İstanbul için önem taşıyan müzeler bulunmaktadır. İçeriklerine göre değerlendirildiğinde, 14 "tarih" müzesi, beş "sanat tarihi" ve altı "mesleki kurum ve kuruluş" müzesi, üç "şahıs" müzesi ve bir "sanat" müzesi bulunmaktadır. Yıllara göre müzelerin ziyaretçi sayılarına bakıldığında, Topkapı Sarayı Müzesi'nin ziyaretçi sayısının en fazla olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, Aya Sofya Müzesi, Yerebatan Sarnıcı ve Müzesi, Panorama 1453 Fetih Müzesi, Arkeoloji Müzeleri ve Kariye Müzesi izlemektedir. Bunun yanında, Tarihi Yarımada'da özel müzeler de faaliyet göstermektedir. Bunların arasında Yahya Kemal Müzesi, Dimitri Kantemir Müzesi, Rezzan Has Müzesi, Cumhuriyet Eğitim Müzesi, İstanbul Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Tıp Tarihi Müzesi sayılabilir

Tarihi Yarımada Yönetim Planı

Temel değerlere sahip olan ve 2011 onanlı İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda belirlenen vizyon güncelleme sürecinde değiştirilmemiştir. Bu vizyon; "Zengin tarihi birikimini koruyup, yaşayan, üreten, sosyal-ekonomik mekânsal ve kültürel kimliğini geleceğe aktaran bir Tarihi Yarımada için kullanıcıların ve yaşayanların katılımıyla tüm kurum ve kuruluşları ile eşgüdüm ve şeffaflık içinde yürütülen; Tarihi Yarımada'nın üstün evrensel değerini koruyan bir Yönetim Planı" olarak tanımlanmıştır. Önerilen hedef, strateji ve eylemlerin, revize edilmiş temalara göre dağılımı Yönetim ve Eşgüdüm,

Koruma - Planlama, Koruma - Restorasyon, Erişilebilirlik, Eğitim, Bilinçlendirme ve Katılım, Ziyaretçi Yönetimi ve Risk Yönetimi. Yönetim Planı Alanı tampon bölgesiyle birlikte 2168 hektardır. Bu alan içerisinde Fatih ilçesinin tamamı, Kara Surları Koruma Alanı ve Yönetim Alanı tampon bölgesine giren kısımları nedeni ile Eyüpsultan, Bayrampaşa ve Zeytinburnu olmak üzere dört ilçe bulunmaktadır. Yönetim Planı Alanı'na fonksiyonel dağılım açısından bakıldığında, ulaşım alanları 626 hektarla birinci sırayı almakta ve alanın %29'unu oluşturmaktadır. Yönetim Alanı'nda ikinci sırada gelen ve alanın %22'sini oluşturan konut alanları 476 hektarlık alan kaplamaktadır. Alan büyüklüğü açısından üçüncü sırada ise %21'lik değer ile yeşil alan ve mezarlık alanları toplamı 453 hektardır. Tarihi Yarımada'da idari tesisler, üniversiteler, hastaneler, ticaret alanları gibi merkezi işlevlerin alanları toplamı alanın yaklaşık %20'sini kaplamaktadır.

6.3. İstanbul Tarihi Yarımada Kültür Mirası Alanlarında Seyahat, Konaklama Yoğunluk, Kalış Süresi

Turizm Stratejisi 2023 belgesinde belirtilen uzun vadeli turizm stratejisinin ana hedefi; sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın arttırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanmasıdır (2023 Vizyonu). Türkiye turizmine İstanbul'un yaptığı katkı önemlidir. Euromonitor (2011) verilerine göre 2009 yılında ziyaretçi girişlerine göre İstanbul uluslararası en çok ziyaretçi çeken şehirlerarasında 9. sırada yer almaktadır. Ocak ve Şubat aylarında İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayısı Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısının %50'sini geçmektedir.

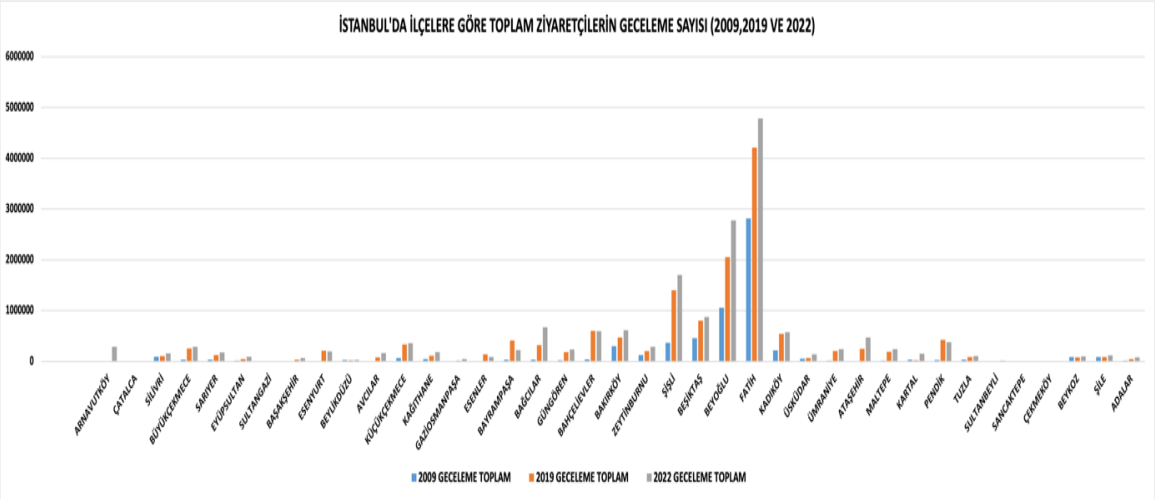
Tarih ve coğrafyadan gelen miras ile beslenen İstanbul'da turizm zenginliği daha geniş kitlelere yayılmakta, gelişen teknoloji ve hizmet sektörü ile marka değeri giderek yükselmektedir. Turizmin bu derece önemli olduğu İstanbul'da konaklama sektörünün payı ve sorumluluğu büyüktür. İstanbul'daki konaklama sektöründe en büyük pay tesis sayısı bakımından dört yıldızlı otellere, yatak kapasitesi bakımından 33.996 rakamı ile bir ila beş yıldızlı otellere aittir. Konaklama tesislerinin turizm ve iş merkezleri ile doğru orantılı olarak Fatih, Beyoğlu, Beşiktaş ve Atatürk Havalimanı çevresinde ağırlık kazandığı

görülmektedir. İstanbul'daki yeni otel yatırımları ise 36.000 yatak kapasitesi ile mevcut kapasitenin yaklaşık %25'ine tekabül etmektedir (TUROB, 2013). İstanbul'daki yatak kapasitesi 152.441 olup, bunun 50.185'i Fatih ilçesindedir.

İstanbul Tarihi Yarımada'da yer alan 47 adet dört ve beş yıldızlı konaklama tesisi Ordu Caddesi, Millet Caddesi ve Vatan Caddesi gibi genelde bölgenin ana ulaşım arterleri üzerinde yer seçmiştir. Ayrıca Sultanahmet, Cankurtaran semtleri de dört ve beş yıldızlı tesislerin tercih ettikleri bölgelerdir. Bu semtler aynı zamanda bir, iki ve üç yıldızlı oteller ile pansiyonların yer aldığı ve aynı zamanda restoran, turistlere yönelik eşya satışı gibi fonksiyonların yoğunlaştığı bölgelerdir. Geçmiş yıllarda da otellerin yer aldığı Laleli ve Sirkeci semtlerinde yeniden konaklama yatırımları yapılmaya başlamıştır. Fatih ilçesinde 426.002 olan nüfusa otellerdeki kapasite de eklendiğinde, özellikle turizmin yoğun olduğu dönemlerde toplam gece nüfusunun 490.000 dolayında seyrettiği söylenebilir (Fatih Belediyesi Ruhsat ve Denetim Müdürlüğü, 2014).

Yıllara göre incelediğinde 2019 ve 2022 yılları arasında tarihi yarımada ve tampon ilçelerinde ziyaretçilerin geceleme sayısı artış görülmektedir.

Şekil 6-2. İstanbul'da İlçelere Göre Toplam Ziyaretçilerin Geceleme Sayısı (2009,2019 ve 2022)



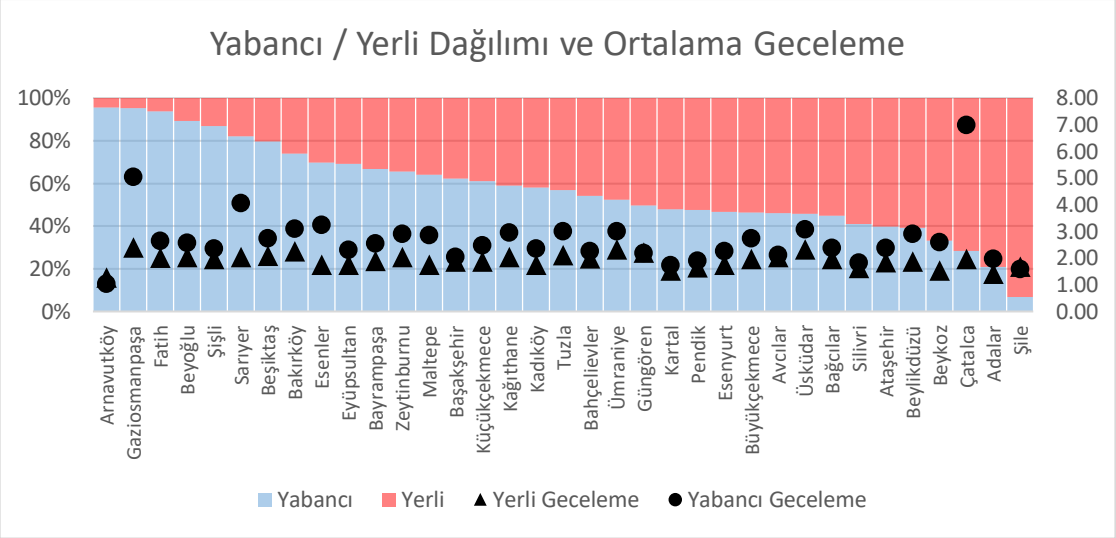
Yukardaki şekle göre İstanbul'da ilçelere göre toplam ziyaretçilerin geceleme sayısının en yüksek olduğu ilçeler Tarihi Yarımada Yönetim Planı ve tampon bölgeleri içindeki ilçelerdir; Fatih, Beyoğlu, Şişli, bu ilçeleri Zeytinburnu, Bakırköy ve Kadıköy izlemektedir.

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin konaklama tercihleri açısından kayda değer farklılıklar olduğu izlenmektedir. Kültür Üçgeni her üç yılda da yabancıların ağırlıklı olarak tercih ettiği bölgedir. Bu bölgede 2009 yılında %88,9 olan yabancı ziyaretçi gelişlerinin toplam içindeki oranı bir miktar düşmüş ve 2019'da %74,7'ye, 2022'de ise %73'e gerilemiş olsa da yabancı ziyaretçiler açsından en çok tercih edilen bölge olmayı sürdürmüştür. Buna karşılık Avrupa ve Anadolu Yakasının Kültür Üçgeni dışındaki ilçelerde yabancı ziyaretçilerin payları sırasıyla %20 ve %5-6 olmuştur. Yerli ziyaretçilerin Kültür Üçgenine gelişlerinin 2009 yılındaki oranı %67,7 iken bu oran 2010'da %41,7'ye, 2022 de ise %33'e düşmüştür. Buna karşılık her iki yakada da Kültür Üçgeni dışındaki bölgelerde kayda değer bir artış olduğu görülmektedir.

Bu eğilimler geceleme sayılarına da çarpıcı bir biçimde yansımıştır. Yerli ziyaretçilerin Kültür Üçgenindeki geceleme oranları ile Üçgen dışındaki ilçelerdeki gecelemeler ters orantılı bir biçimde ilerlemiş, Kültür Üçgeni içindeki gecelemeler düşerken, Üçgen dışındaki ilçelerde gecelemelerin toplam içindeki payı belirgin bir biçimde artmıştır. Bu bakımdan özellikle Avrupa Yakasındaki artışlar dikkat çekicidir. 2022 itibarıyla yerli ziyaretçilerin tesise geliş ve gecelemelerinin toplam içindeki payı (%42) Kültür Üçgeninin (%33) üzerine çıkmıştır. Anadolu yakasındaki gelişmeler de kayda değerdir.

Özet olarak, İstanbul'a gelen ziyaretçilerin konaklama tesislerine giriş ve gecelemelerinin mekânsal dağılımı 2009, 2019 ve 2022 yılları temel alınarak incelendiğinde daha önceki çalışmaların da ortaya koyduğu gibi Kültür Üçgeni olarak adlandırdığımız bölge hala turistlerin birinci tercihi olmayı sürdürmektedir. Bu bölge içinde Fatih İlçesi İstanbul'un en çok turist ağırlayan ilçesidir. Bunu sırasıyla Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy izlemektedir. 2009 yılında bu merkezi alan dışında kalan alanlarda konaklamalar son derece düşüktür. Batı yakasında merkezi bir konumda ve eski bir yerleşme olan Bakırköy ile daha ziyade sayfiye niteliğinde olan Silivri, doğuda Pendik, Tuzla ve Karadeniz kıyılarında Sarıyer, Şile haricinde hemen yok denecek kadar azdır. Oysa 2019 itibarıyla yeni eğilimlerin ortaya çıktığı, Batı yakasında Kültür Üçgenine yakın Zeytinburnu, Bahçelievler, Bağcılar, Bayrampaşa gibi merkezi ilçelerde yoğunlaşmalar ortaya çıktığı; turist geliş ve gecelemelerinin Kâğıthane, Küçük Çekmece, Esenyurt, Büyük Çekmece gibi çeper ilçelere de kaydığı gözlenmektedir.

Şekil 6-3. Yabancı ve Yerli Ziyaretçilere Göre Geceleme Sayısı (Ortalama)



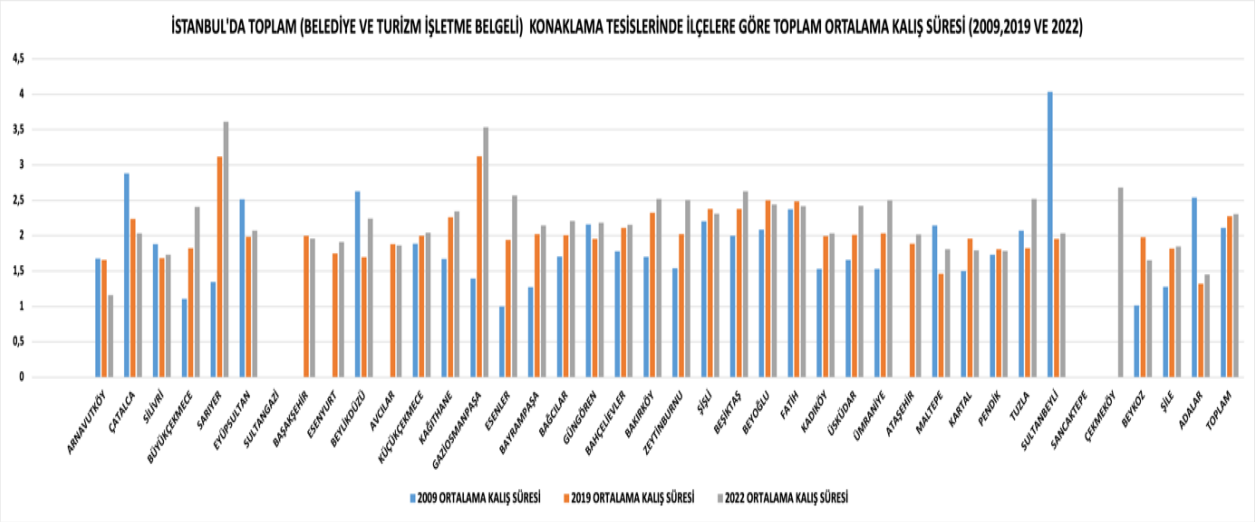
Yabancı ziyaretçilerin ise çepere gitmedikleri ve kent merkezini tercih ettiği görülmektedir. 2018 yılında İstanbul'da en yüksek geceleme Fatih ilçesindeki konaklama tesislerinde gerçekleşmiştir. İstanbul genelindeki tüm Turizm İşletmesi Belgeli tesisler için toplam geceleme sayısı 20.983.823' tür.

Ortalama kalış süresi açısından incelendiğinde 2009 yılında yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış sürelerinin 2 ila 2.38 gün olduğu ilçeler Kadıköy hariç olmak üzere Kültür Üçgeni içindeki ilçeler ve çeperdeki birkaç ilçe ile sınırlıdır. Merkezde Fatih, Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş'ın yanısıra çeperde Avrupa Yakasında Beylikdüzü ve Çatalca, Anadolu yakasında ise Tuzla ve Adalar dışında tüm ilçeler ortalama kalış süresi 2 civarındadır. Bunlar dışındaki ilçeler de 2'nin altındadır. Önemli istisna ortalama 4 gece kalış süresi ile Sultanbeyli'dir. 2019 yılında ise İstanbul genelinde ortalama kalış sürelerinde az da olsa bir artış olduğu gözlenmektedir. Kültür Üçgeni ilçelerinde bu süre 2,5 güne çıkarken, bu ilçeler dışında Batıda Zeytinburnu, Bakırköy, Bahçelievler, Bağcılar, Bayrampaşa, Kâğıthane, Küçükçekmece, Başakşehir ve Doğuda Üsküdar ve Ümraniye'de de kalış sürelerinin 2 civarına yükseldiği görülmektedir. 2022 yıllarına gelindiğinde ortalama kalış süresinin İstanbul genelinde arttığı, 9 ilçe dışında hepsinde ortalama 2 günün üzerine çıktığı görülmektedir. Ortalama kalış süresi 3 günün üzerine çıkan tek ilçe ise Sarıyer'dir.

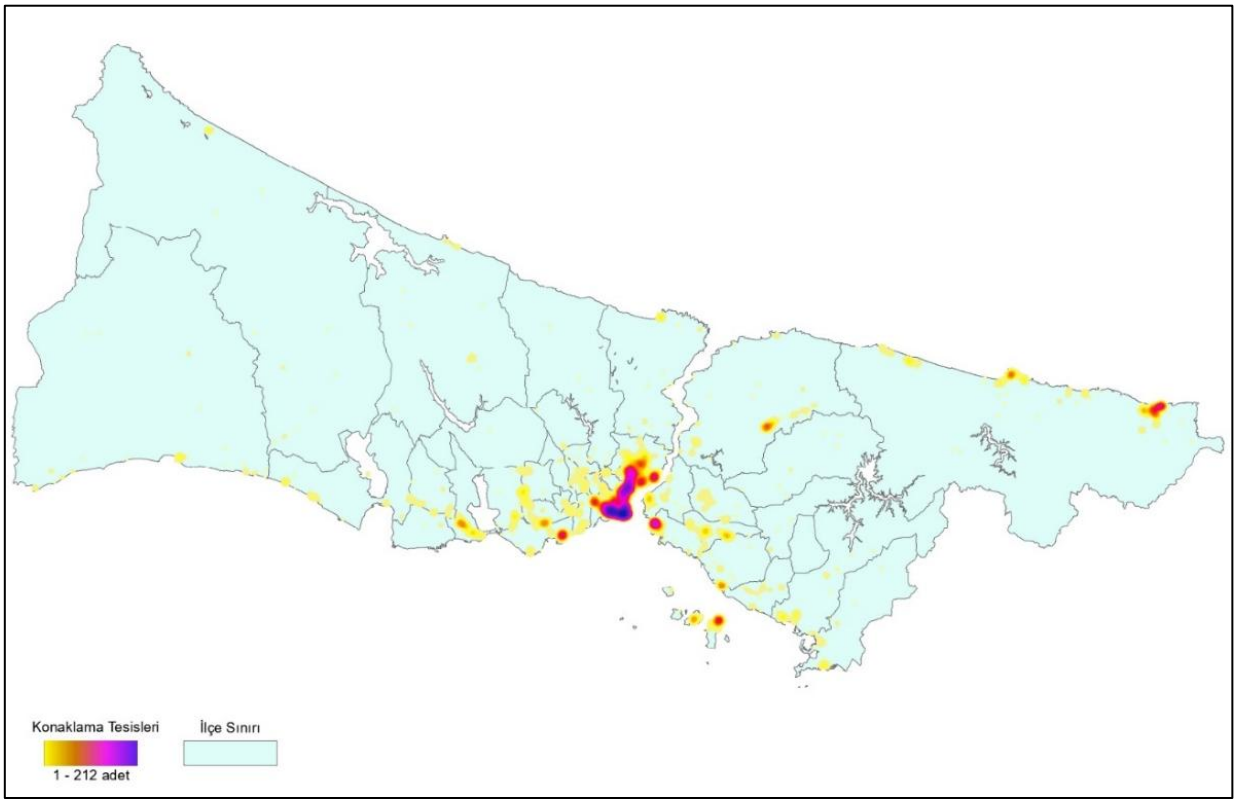
Tablo 6-1. İstanbul'da Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Konaklama Tesislerinin Türlerine Göre Ortalama Kalış Süresi (2000-2022)

Yıllar	Yabancı Ziyaretçilerin Bakanlık Belgeli Tesislerde Ortalama Kalış Süresi	Yerli Ziyaretçilerin Bakanlık Belgeli Tesislerde Ortalama Kalış Süresi	Yabancı Ziyaretçilerin Belediye Belgeli Tesislerde Ortalama Kalış Süresi	Yerli Ziyaretçilerin Belediye Belgeli Tesislerde Ortalama Kalış Süresi
2000	2,3	1,7	2,3	1,8
2001	2,3	1,8	2,8	1,5
2002	2,4	1,9	2,7	1,5
2003	2,6	1,8	2,6	1,5
2004	2,4	1,8	2,7	1,5
2005	2,2	1,6	2,4	1,4
2006	2,1	1,7	2,3	1,4
2007	2,3	1,7	2,3	1,9
2008	2,3	1,7	2,1	1,7
2009	2,3	1,8	2,7	1,6
2010	2,3	1,7	2,2	1,6
2011	2,4	1,7	2,7	1,7
2012	2,5	1,7	3,0	2,2
2013	2,5	1,7	3,0	1,9
2014	2,5	1,7	3,0	2,1
2015	2,5	1,6	3,0	2,2
2016	2,5	1,6	3,0	1,8
2017	2,6	1,7	2,5	1,8
2018	2,6	1,8	2,5	1,8
2019	2,6	1,8	2,3	1,8
2020	2,6	1,8	2,3	1,8
2021	2,6	1,9	2,2	1,9
2022	2,5	1,9	2,2	1,8

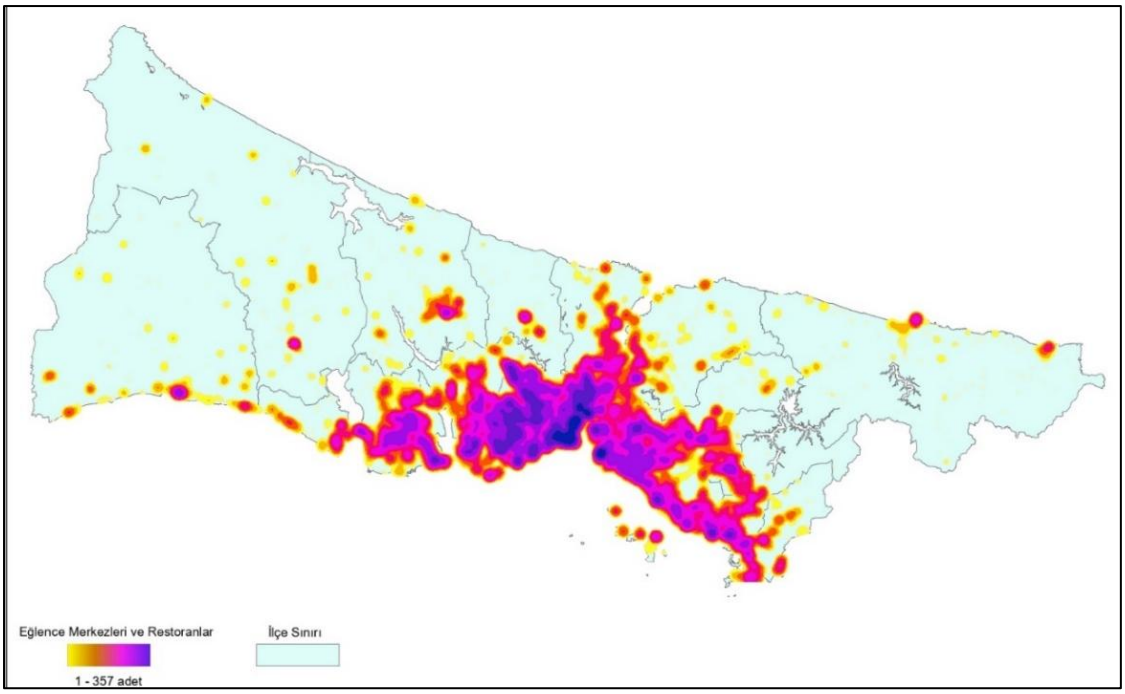
Şekil 6-4. İstanbul'da Toplam Konaklama tesislerinde İlçelere Göre Ortalama Toplam Kalış Süresi (2009,2019 ve 2022)



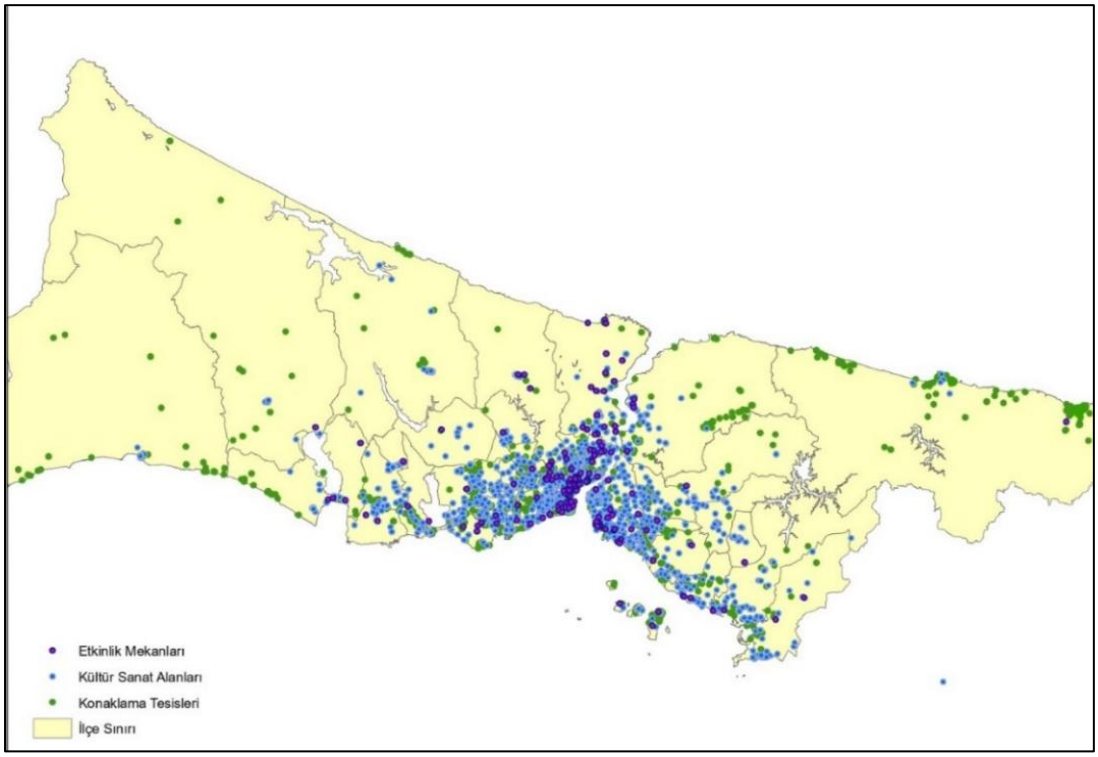
Şekil 6-5. İstanbul'da Konaklama Tesislerinin Yoğunluk Haritası



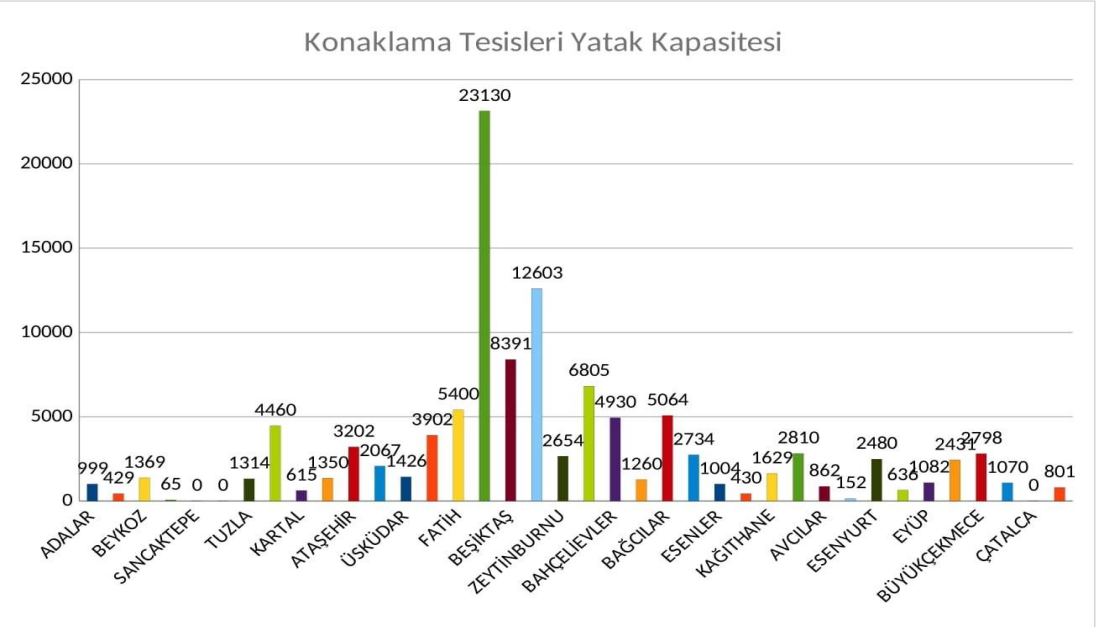
Şekil 6-6. İstanbul'da Eğlence Merkezleri ve Restoranlar Yoğunluk Haritası



Şekil 6-7. İstanbul'da Etkinlik/ Kültür Sanat Mekânları ve Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı



Şekil 6-8. İstanbul'da İlçelere Göre Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasiteleri



Konaklama Tesislerinin Doluluk Oranları

İstanbul'daki Bakanlık İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli konaklama tesisleri doluluk oranları açısından incelendiğinde 2009 yılından 2019'a önemli artışlar meydana geldiği görülmektedir. 2009 yılında Bakanlık Belgeli tesislerin doluluk oranı ortalama %41; Belediye Belgeli tesislerinki ise %30'dur. 2019 yılında bu oranlar sırasıyla %62 ve %56 olmuştur. Pandemi sonrasında, 2022 yılında da bu İstanbul'un bu doluluk oranlarını yakaladığı görülmektedir. 2022 yılında Bakanlık Belgeli Tesisler i%63 ve Belediye Belgeli Tesisler ise %61 doluluk oranına sahip olmuştur. Bu yıllar arasında önemli olan 2009 yılında doluluk oranları kent ortalamasının üzerinde seyreden çok az sayıda ilçe olması; 2019 yılına gelindiğinde ise doluluk oranlarının çok sayıda ilçede artmasıdır.

6.4. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Sonuç olarak; Tarihi Yarımada Yönetim Planı; BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri çerçevesinde İstanbul Turizm Eylem planı paydaşlarınca uygulanabilir bir zemine oturtulabilir niteliktedir. Bu açıdan bakıldığında, Tarihi yarımada yönetim planı, İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Göstergelerinin üçüncü modülü olan Tarihi Miras ve kültürel sürdürülebilirlik teması için yeterli çerçeve sunmaktadır.

Kültür mirasının korunması

Kültürel mirasın korunması kriteri için sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim planı çerçevesinde; Üstün Evrensel Değerin korunması, Yönetim Planı içerisinde yer alan, üstün evrensel değere katkıda bulunan sivil mimari örneklerinin bir bütün içerisinde korunması ve gelecek nesillere aktarılmasını, Kültür mirasının özgünlüğünün korunması, Üstün evrensel değer gözetilerek Alanın dinamik tarihi kent merkezi olarak korunması, Siluetin korunmasını gerekli kılmaktadır. Turizm işletmelerinin tarihi, arkeolojik, kültürel ve manevi öneme sahip yerel/bölgesel mülklerin, alanların ve geleneklerin korunmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunması ve yerel/bölge halkının bunlara erişimini engelleyecek tedbirler almaması gerekmektedir. Tarihi yarımadada bulunan işletmeler, kültürel mirasın korunmasına katkı yapmalıdır, zira mevcut durum istatistikleri İstanbul'a gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin en uzun konaklama süresi ve konaklama yeri yoğunluğu Tarihi yarımada ilçelerini kapsamaktadır. Tarihi Yarımada içindeki tüm turizm paydaşları kültür mirasının korunması ve yaşatılması için destek olacağı gibi mekânlara yerel/bölge halkının erişimi için imkânı için gereklilikleri yerine getirmelidir.

Alanı etkileyecek büyük projelerin tasarım aşamasında KÜMED raporlarının hazırlanmasına devam edilmelidir. Alanda yapılan çalışmalarda afet riskinin dikkate alınmalı, mekânsal gelişmenin kültürel mirasa saygılı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını gözeten, doğal ve kültürel çevreyle uyum içinde olması beklenmelidir. Somut ve somut olmayan kültürel değerlerin ulusal ve uluslararası mevzuata uygun, sürdürülebilir koruma ve kullanımının sağlanmalıdır. Bu gereklilikler için İstanbul Tarihi Yarımada

Yönetim Planı uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır. İstanbul Turizm Eylem Planı ve İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim planı birlikte çalışan eylemleri içermelidir.

Kültürel Etkileşimler

İstanbul Turizm Eylem Planı paydaşları, yerel/bölgesel yararlar ile ziyaretçi tatminini en üst düzeye çıkarmak üzere yerel/bölge topluluklarına, kültürel veya tarihsel açıdan hassas alanlara yapılan ziyaretlerin yönetimi ve tanıtımı için uluslararası ve ulusal iyi uygulamaların yanı sıra yerel/bölgede kabul gören yönlendirmeleri takip etmelidir. Bu kriter analizinde; özellikle ziyaretçilerin kültür mirasının korunması, kültürel etkileşimlere olan açıklığı gibi konularda anket yapılarak İstanbul Turizm Eylem Planı kültür mirası koruma eylemleri belirlenmelidir. İstanbul Tarihi yarımada özelinde ziyaretçi anketi veri eksikliği bulunmaktadır.

Kültür ve mirasın sunulması

Uluslararası sürdürülebilirlik kriterlerinde turizm paydaşları, yerel/bölge halkının fikri mülkiyet haklarına saygı gösterirken, geleneksel ve çağdaş yerel kültürün otantik unsurlarının tümünü operasyonlarında tasarım, dekorasyon, mutfak değerlendirmektedir. Bu açıdan bakıldığında; tarihi yarımada yer alan turizm konaklama ve tüm turizm unsurlarının ülkemizin yaşayan kültürel mirasını geleneksel mutfak, perakende satış, etkinlikler ve diğer hizmetlerdeki belirginliği henüz ölçülmemiş olduğu görülmektedir. Kültür mirası unsurlarının işletmeler tarafından kullanılması konusunda Telif hakkı ve fikri mülkiyet haklarının gözetilip gözetilmediği konusu araştırma konusudur. İstanbul Turizm Eylem Planı paydaşlarının, İstanbul Tarihi Yarımada ilçelerinde kalan tüm turizm işletmelerinde kültür mirası unsurlarını tanıtım, tasarım ve pazarlama aşamalarında hangi şekilde kullanabilecekleri konusunda eylem ve stratejileri kapsamalıdır.

Yerel Ekonomik Gelişme

İstanbul Tarihi yarımada yönetim planı içinde yer alan tüm ilçelerde; turizmin dolaylı ve doğrudan etkileri ölçülebilir hale getirilmelidir. Şu an için mevcut veriler ışığında konaklama süresi, konaklama türü, seyahat türü, gibi ana kriterler dışında en yüksek konaklama süresine sahip olan Tarihi yarımada ilçelerinde turizm faaliyetlerinin ekonomik yapıya olan katkısı net olarak hesaplanmış değildir.

7. İSTANBUL TURİZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE D MODÜLÜ: ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Çevre, bir turizm kaynağı olma özelliğini taşırken, turizmin en önemli etkileri de yine çevreye olmaktadır (Demirtaş,2011). "Turizmin ekonomik yönünün ağır basması, turizm ve çevre arasındaki ilişkinin uzun yıllar ihmal edilmesine neden olmuştur" (Kızılırmak, 2011).

Doğal çevre bileşenleri, turizm aracılığı ile ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Kösebalaban, 1996). Turizm sektörü ve doğal çevre arasındaki ilişki kritiktir. Bütüncül olmayan turizm uygulamaları, doğal çevre tahribatına yol açabilir. Tam tersi yönde, kapsamlı sürdürülebilir turizm yaklaşımları, doğal kaynakların korunmasına yardımcı olabilir.

İstanbul Turizm Eylem Planı'nın "Gelecek trendlere odaklı gösterge sisteminin D modülü, turizmin çevreye olan faydalarının en üst düzeye çıkarılmasına ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesine odaklanmaktadır.

7.1. Küresel Eğilimler - Çevresel Sürdürülebilirlik

Turizm sektöründeki uygulamalar doğrultusunda giderek artan arazi talebi, tarımsal alanlar üzerinde baskı oluşturmaktadır ki bu da kaynakların sürdürülebilir kullanımını engellemektedir. Öte yandan sektör faaliyetlerine bağlı olarak artan su tüketimi ve kanalizasyon sularının etkili yönetilememesi, su kaynakları üzerinde bir baskı oluşturmaktadır. Özellikle ulaşım faaliyetlerine bağlı olarak artan CO2 miktarı, hava seragazı etkisini artırmakta ve iklim değişikliğine karşı risk azaltım ve uyum stratejilerinin gelişmesinin önünde engel oluşturmaktadır.

Çevreye duyarlı ve verimli satın alma

Çevre bilinci, hem turistlerin hem de turizm işletmelerinin satın alma davranışlarını etkilemektedir. Çevreye duyarlı yeşil satın alma stratejileri, sektörün sürdürülebilirliği konusunda önem teşkil etmektedir. Bu tür satın stratejileri, yeşil pazarlama alternatifleri ile somut bir hâl almaktadır.

"Yeşil pazarlama veya ekolojik pazarlama, çevreye duyarlı bir yaklaşımla tüketicilerinin ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması anlamına gelmektedir." (Atay ve Dilek, 2013). Bu bağlamda eko-etiket ve eko-marka gibi yeşil pazarlama stratejileri, müşterilerin çevreye duyarlı satın alımlarını olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle otelciler, üreticiler ve yeşil tedariki tercih eden müşteriler gibi farklı sektörlerde sürdürülebilir turizm araçlarının etkinliğini sağlamak için yeşil pazarlama uygulamaları geliştirilmiştir (Patwary ve diğerleri, 2022'de atıfta bulunduğu gibi).

Eko-etiket/marka, tüketicileri çevre dostu ürünler satın almaya teşvik eden yeşil pazarlamanın temel araçlarından biridir (Patwary ve diğerleri, 2022). Eko-etiket sahibi ürünler veya eko-etiket kullanan işletmeler, ürünün çevresel etkileri konusunda bilinçlidir ve tüketicileri de bilinçlendirerek bu tür ürünlerin kullanımına teşvik ederler. Çevre dostu ya da genel anlamıyla eko-marka özelliklerine sahip bir ürünün varlığı, sembolik bir değer oluşturur ve tüketicilerin yeşil sertifikaya sahip olan ve olmayan ürünlerin ayrımını yapmasını kolaylaştırır. Dolayısı ile çevre dostu ürünlerin bu şekilde ayrımının yapılması, tüketicilerin bu tür ekolojik ürün veya hizmet kullanım potansiyelini artırmaktadır.

Benzer şekilde işletmelerde enerji verimli beyaz eşya ve geri dönüştürülebilir ürün kullanımına öncelik veren, su ve enerji tasarrufuna ek olarak sıfır atık politikalarını benimseyen yeşil otelcilik uygulamaları da (örneğin, ekolojik otel yıldızlama sistemi), ziyaretçilere ekolojik satın alım seçeneği sunmaktadır. Bu doğrultuda küresel ölçekte turizm konaklamaları konusunda faaliyet gösteren işletmelerin sayısını artırarak yeşil uygulamalara teşvik etmek amacıyla Yeşil Oteller Birliği kurulmuştur (Yeşil Otelciler Derneği, tarih yok).

Yapılan araştırmaya göre, kullanıcılar tercih yapmaları gerektiği taktirde çevresel zararı daha az olan ürün kullanımına yöneleceklerini belirtmişlerdir (Çetin Gürkan ve diğerleri, 2015'te atıfta bulunduğu gibi).

Küresel iklim teknolojisi şirketi CHOOOSE ile iş birliği içinde tüketicilere uçuş rezervasyonu yaparken karbon dengeleme satın alma seçeneği sunmaktadır. Opsiyonun eklenmesinden bu yana, alım oranı her ay ortalama %33 oranında artmış ve satın alımların çoğu (%85) uluslararası uçuş rezervasyonu yapan tüketiciler tarafından yapılmıştır (WTTC, 2023).

Trip.com Grubu'nun 2022 yılında hazırladığı sürdürülebilir Seyahat Tüketici Raporu'na göre (WTTC, 2023'te atıfta bulunduğu gibi);

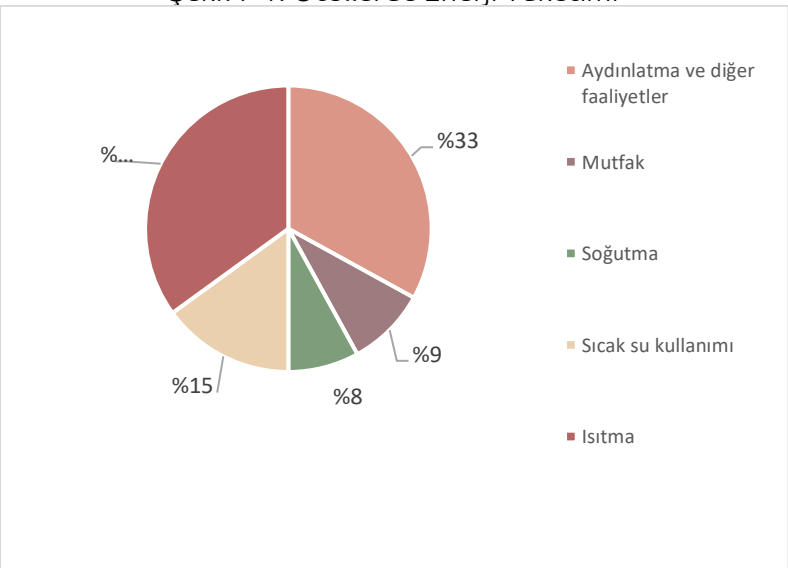
-Katılımcıların %69'u sürdürülebilir seyahat seçeneklerini aktif olarak aramışlardır.
-Katılımcıların %59'u son yıllarda sürdürülebilir bir seyahatin bir türünü seçmişlerdir.
-Katılımcıların %75'i gelecekte sürdürülebilir seyahati seçme isteği olduğunu belirtmiştir.
-Katılımcıların %59'u karbon emisyonlarını dengelemek için zaten bir ödeme yaptıklarını ve uygun fiyatlı olduğu taktide bu tür ürünleri değerlendirmeye istekli olduklarını belirtmişlerdir.

Enerji tasarrufu

"Turizm sektörü, enerji sektöründe yılda 1 milyar Dolar civarında bir canlanma yaratmaktadır. Turizm gelirinin %10 artışında enerji sektöründe artış %0,8 civarında olmaktadır. Diğer yandan turizm sektörünün yarattığı 1 milyar Dolar gelirin %85'i de yine oteller ve lokantalar kaynaklı olarak gerçekleşmektedir" (Öztürk ve diğerleri, 2018).

Turizm sektöründe enerji kullanımının en yoğun gerçekleştiği alanlar otel odaları ile motor kullanımına bağlı olan faaliyetlerdir (Genel kullanıma açık alanlardaki aydınlatma, ısıtma, soğutma, havalandırma ve iklimlendirme sistemleri, su pompaları, asansör, vb.) (Öztürk ve Diğerleri, 2018).

Şekil 7-1. Otellerde Enerji Tüketimi



Kaynak: (Öztürk ve diğerleri, 2018'de atıfta bulunduğu gibi)

Turizm sektöründeki enerji kullanımını optimize etmek ve sektörde enerji verimliliği sağlamak için işletmelerin, yenilenebilir enerji alternatiflerine yönelmesi ve güneş enerjisinin hâkim olduğu sistemlerin (güneş enerjili su ısıtma sistemleri, güneş enerjili iklimlendirme mekanizmaları, solar fotovoltaik sistemler vb.) kullanımının yaygınlaşması gerekmektedir.

Turizm işletmelerinin enerjide "yeşillenme" eğilimini benimsemek için alabileceği önlemlerden bazıları şunlardır;

- Başta mutfaklar olmak üzere tüm alanlarda enerji tasarruflu ekipmanların kullanılması.
- Elektrikli cihazların kullanılmadığı zamanlarda kapatılması.
- Enerji farkındalığının yaratılması. Yönetimin ve personelin, enerji yönetiminin yararları ve sakıncaları konusunda bilgi sahibi olunmasının sağlanması.

Su tasarrufu

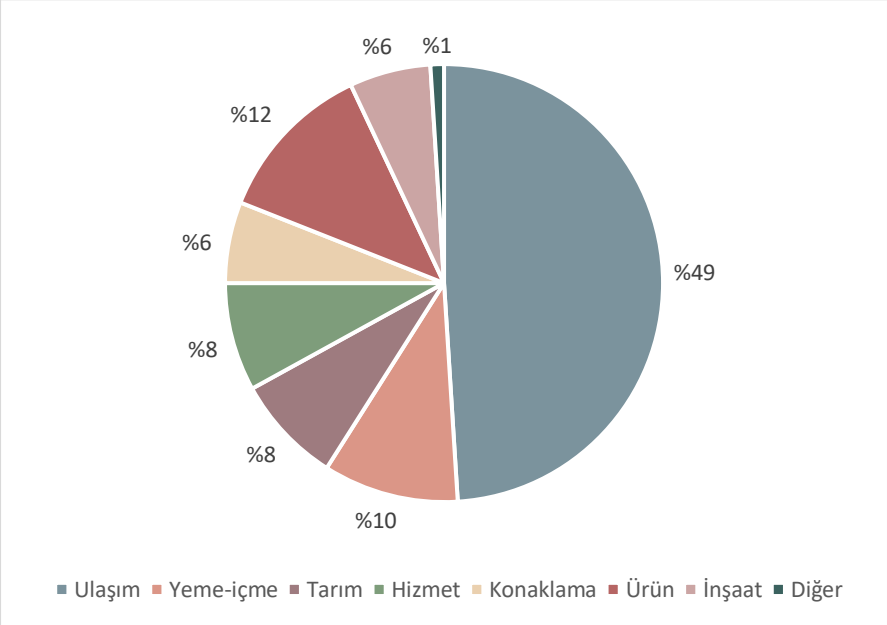
Su kaynakları, turizm sektörünün en kritik doğal çevre bileşenlerinden biridir. (UNWTO, tarih yok) Kurvaziyer turizmi, yat turizmi ve doğa turizmi gibi turizm çeşitlerinin doğrudan doğruya su kaynaklarının kullanımı ile ilişkilidir. Su kaynaklarının kullanımı oteller, yüzme havuzları, golf sahaları ve turistlerin kişisel ihtiyaçları için önem arz etmektedir (Sunlu, 2003).

Turizmde su kaynaklarının aşırı kullanımı, su kıtlığına sebebiyet vermektedir. Hem iklimin sıcak olması hem de turistlerin tatil süresince yaptıkları faaliyetler sebebi ile su tüketimleri günlük 440 litreye kadar çıkabilmektedir ki bu ortalama bir İspanyol şehrinin kent sakinlerinin kullandığı su miktarının neredeyse iki katına eş değerdir (Sunlu, 2003'te atıfta bulunduğu gibi). Benzer şekilde, tropik bir ülkede yer alan ortalama bir golf sahası; 60.000 köylünün gündelik hayatlarına kullandığı su miktarı kadar su tüketmektedir (Okafor, 2023).

Sera gazı emisyonları

Dünya genelindeki karbon emisyonlarının yaklaşık olarak %8'i turizm sektöründeki faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. Seyahatlere bağlı olarak gerçekleşen ulaşım hizmetleri ve turizm yapıları içerisinde yer alan ekipmanlardan meydana gelen salımlar, hava kalitesi üzerinde olumsuz bir etki bırakmaktadır.

Şekil 7-2. Karbon Ayakizi Oluşumuna Sebebiyet Veren Turizm Faaliyetleri

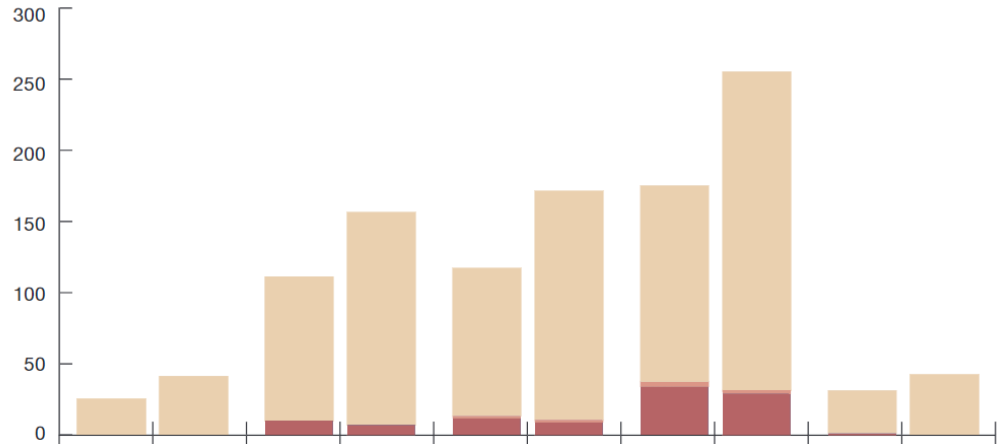


Kaynak: (Turizmin Karbon Ayak İzi, tarih yok)

Dünya Turizm Örgütü'ne göre turizm sektörü, ağırlıklı olarak üç ana ulaşım modunu (havayolu, karayolu ve demiryolu) kullanmaktadır ki bu ulaşım modları, denizyolu ulaşım alternatifine göre daha fazla karbondioksit emisyonunu açığa çıkarmaktadır. Genel olarak karbondioksit (CO2) emisyonlarının %75'i, ulaşımdan kaynaklanmaktadır. (Okafor, 2023 ve UNWTO, 2019). Turizm faaliyetlerine bağlı olarak gerçekleşen karbon salımlarının da %49'u ulaşım hizmetlerinden kaynaklanmaktadır. Turizm faaliyetleri yalnızca karbondioksit değil, karbonmonoksit ve hidrokarbon gibi emisyonların salımına da sebebiyet verebilmektedir (örneğin; kış turizmine bağlı olarak kar motorlarının kullanımı) (Okafor, 2023).

Uluslararası turizmden kaynaklanan CO2 emisyonlarının ulaşım modlarına göre analizi aşağıdaki grafik üzerinden incelendiğine, en büyük payın havayoluna ait olduğu görülmektedir.

Şekil 7-3. 2016 Ve 2030 Yılları Arasında Uluslararası Turist Varışlarından Kaynaklanan Bölgesel Emisyonların Ulaşım Modlarına Göre Değerlendirilmesi (Milyon Ton CO2)



	Afrika		Amerika		Asya-Pasifik		Avrupa		Orta Doğu	
	2016	2030	2016	2030	2016	2030	2016	2030	2016	2030
Havayolu	25	41	101	149	104	161	138	223	30	42
Demiryolu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Karayolu	0	0	10	0	1	1	37	31	1	0

Kaynak: (UNWTO, 2019 referans alınarak oluşturulmuştur)

Uluslararası turizm faaliyetlerinden kaynaklanan ulaşım ile ilgili CO2 salımı, 2016 yılında 458 milyon ton CO2 idi. Bu rakamın, 2030 yılında 665 milyon ton CO2'ye yükselmesi beklenmektedir ki bu, 2030 yılı CO2 salımında 2016'ya göre %45'lik bir artış anlamına gelmektedir. CO2 salımlarında en büyük pay Avrupa ülkelerine aittir ve 2030 projeksiyonunda da en büyük CO2 salımının yine Avrupa'ya ait olacağı öngörülmektedir. Avrupa'nın uluslararası turizm destinasyonlarında birincil sırada yer aldığı düşünülürse, CO2 salımlarında birincil sırada yer alması beklenen bir sonuç olacaktır (UNWTO, 2019).

Turizm sektöründe konaklamanın önemi yadsınamaz. Oteller, tatil köyleri ve pansiyon gibi konaklamaya bağlı olarak faaliyette bulunan birimlerin sahip oldukları konaklama

kapasitesi doğrultusunda barındırdıkları klima, minibar ve buzdolabı gibi tehçizatlar ozon tabakasını incelten bileşenler (kloroflorokarbonlar, hidrokloroflorokarbonlar, halonlar, metil bromür, karbon tetraklorür, klorobromometan ve metil kloroform) içermektedir. (Sunlu, 2003'te atıfta bulunduğu gibi).

Küresel ölçekte karbon ayakizi sıralamasında, Kanada 75 milyon ton CO2 ile en fazla karbon salımının gerçekleştiği ülke olarak ilk sırada yer almaktadır. Ardından sırası ile 47 milyon ton CO2 ile Meksika ve 12 milyon ton CO2 ile Birleşik Krallık gelmektedir (Lenzen ve diğerleri, 2018).

Atıksu

Turizm faaliyetlerine bağlı olarak gerçekleşen denizyolu taşımacılığı, petrol sızıntıları ve katı atıkların boşaltımı sebebi ile doğal su kaynakları üzerinde kirletici bir etki oluşturmaktadır. (Okafor, 2023). "Bir litre yağ veya petrol 30.000 – 40.000 litre deniz suyunu kirleterek, deniz suyu içerisindeki serbest oksijeni yok etmektedir" (Kösebalaban, 1996'da atıfta bulunduğu gibi). Yalnızca deniz taşımacılığı değil, altyapısı olmayan veya yetersiz olan turizm işletmeleri de kanalizasyon sularını doğal su kaynakları üzerine akıtmaktadır. Tüm bunlar, yalnızca suyun pH dengesini bozmakla kalmamakta, aynı zamanda sudaki tüm organizmaları, dolayısı ile su ekosistemini bütünüyle etkilemektedir.

Turizm işletmeleri, atıksuyu bir kaynak olarak kullanabilirler. Atıksuyun yeniden kullanımı ile tatlı su kaynaklara olan talep azaltılabilir (UNEP, 2003).

Katı atık

Avrupa'daki turistlerin her biri günde en az 1 kg katı atık üretmektedir. Gelişmiş ülkelerden gelen turistlerin günlük katı atık üretimleri 1 kg'ın üzerine çıkabilmektedir. Örneğin; ABD turistleri için günlük katı atık üretim miktarı neredeyse 2 kg'dır. (UNEP, 2003'te atıfta bulunduğu gibi). 2001 yılında küresel ölçekte 692,5 milyon uluslararası turist 4,8 milyon tondan fazla katı atık üretmiştir ki bu katı atık üretiminin %58'i Avrupalı turistlere aittir (UNEP, 2003).

Yalnızca yurtdışı seyahatleri değil, yurtiçi seyahatleri de katı atık oluşumunda önemli bir paya sahiptir. Yapılan bir araştırmaya göre, Fransa'da şehirlerarası seyahat eden vatandaşların, seyahatleri esnasında günlük hayatlarında olduğundan daha fazla katı atık ürettiği görülmüştür (UNEP, 2003).

7.2. Doğal Alanlara Ziyaretler ve Biyolojik Çeşitliliğin Korunması

Organizmaların birbirleri ile ve fiziksel çevreleri ile etkileşimleri, ekosistem adı verilen biyolojik topluluğu oluşturmaktadır. Bu biyolojik topluluklar (diğer bir adı ile ekosistemler), doğrudan doğruya turizm sektöründeki cazibe merkezleri olabilirler (örneğin; yağmur ormanları, deniz çayırları, mercan resifleri vb.) (Okafor, 2023).

Turizm seçeneklerinden biri olan doğa turizmi, biyolojik çeşitliliğin sunmuş olduğu cazibe merkezleri ile yakından ilişkilidir. Doğa turizmi faaliyetlerine bağlı olarak, bitkisi örtüsünde ve yaban hayatında tahribatlar meydana gelebilmektedir ki bu tür biyolojik çeşitliliği barındıran doğal çevrede meydana gelebilecek olası bir kayıp ya da hasar, turizm potansiyelini de doğrudan etkilemektedir (Sunlu, 2003). Örneğin, mercan resiflerinin bulunduğu bir sualtı ekosistemi, sektöre sualtı dalış gibi bir faaliyet alanı sunmaktadır. Ancak sualtı dalışları esnasında mercanların üzerine basılması veya bulunduğu ekosistemden alınarak yerinden edilmesi gibi müdahaleler, biyolojik toplulukların yaşam alanındaki dengeye kalıcı hasarlar bırakabilmektedir. Benzer şekilde, turizm faaliyetlerine bağlı olarak su kaynaklarında artan katı atık miktarı, deniz habitatı üzerinde ciddi risklere yol açmaktadır.

Turizm faaliyetlerine bağlı olarak, turistlerin seyahatleri esnasında egzotik meyveleri veya canlıları bulundukları ekosistemden alarak, yerel çevresel dinamiklere uygun olmayan bir yere götürmesi de ekosistem dengesinin bozulmasına sebebiyet vermektedir. (Sunlu, 2003'te atıfta bulunduğu gibi). Artan turizm yapıları sebebi ile orman arazilerine verilen hasar ve rekreasyonal faaliyetlere bağlı olarak gelişen orman yangınları ve av turizmi de benzer şekilde turizmin flora ve fauna üzerindeki etkisine örnek olarak verilebilir (Kösebalan, 1996).

Yaban hayatı etkileşimleri

"Hayvanların bazı destinasyonların başlıca turistik simgelerini oluşturması ve yaban hayat turizminin artan popülaritesi nedeniyle doğal hayata ilgi duyan turistlerin %20-%40 arasında bir oranı doğrudan vahşi yaşam ile temas kurma amacı ile seyahatlerini geçekleştirmektedir" (Yenişehirlioğlu ve Cihangir, 2021'de atıfta bulunduğu gibi).

Turistlerin yaban hayatı ile etkileşimleri incelendiğinde, turistlerin genellikle anne ve yavru grupları izlemeye istekli oldukları görülmüştür; bu gruplar üreme sisteminin birincil adımını oluşturan gruplar içerisinde olduğundan turizmin yaban hayatı üzerindeki etkilerinin izlenmesi gerekmektedir. Turizm faaliyetlerinin yaban hayatı üzerindeki etkileri üç yolla olabilmektedir: Davranışsal değişiklikler, fizyolojik değişiklikler ve habitata verilen zarar (INTOSAI, 2013).

Hayvan sağlığı refahı

"Turizm endüstrisi hayvanları farklı şekillerde metalaştırarak turistik ürün haline dönüştürebilmektedir. Hayvan temelli turizm türlerine olan ilginin gün geçtikçe artmasıyla, turizm endüstrisinde hayvan kullanımı ve hayvan etiği önemli bir hâle gelmiştir. Ancak, hayvanların kullanılmasına ve haklarına yönelik çeşitli uluslararası yasalar, ilkeler ve çeşitli sivil toplum örgütleri olasına rağmen turizm endüstrisinde hayvan kullanımı ve hayvan etiğin yeterince yerleşmemiş olduğu görülmektedir" (Yenişehirlioğlu ve Cihangir, 2021).

Turistler genellikle hayvanları kısa mesafeden görmek, yakın çekim fotoğrafları çekebilmek isterler. Ancak bu, özellikle yaşam döngülerinin hassas dönemlerinde hayvanları korkutabilir ve üreme üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (INTOSAI, 2018).

"Araştırmacılar, 230.000 ila 550.000 arasında hayvanın, refahları üzerinde zararlı bir etkiye sahip cazibe merkezlerinde tutulduğunu tahmin etmektedirler. Bunun yanında, refah ve koruma üzerinde yararlı etkileri olması muhtemel olan yalnızca 1.500 ila 13.000 hayvan, turistik yerlerde tutulmaktadır. Fil gezintileri, ayı barınakları, deniz kaplumbağası çiftlikleri, timsah çiftlikleri, ayı safra çiftlikleri ve köpekbalığı kafesi dalışları en fazla sayıda hayvanın tutsak olduğu (500.000'den fazla) merkezlerdir" (Yenişehirlioğlu ve Cihangir, 2021).

Örneğin, dünyanın en pahalı kahvesi olan Kopi Luwak üretimi için Endonezya'nın Sumatra Adası'na özgü palmiye misk kedileri (Luwak kedileri), yalnızca kahve üretimi için esir tutulmaktadır.

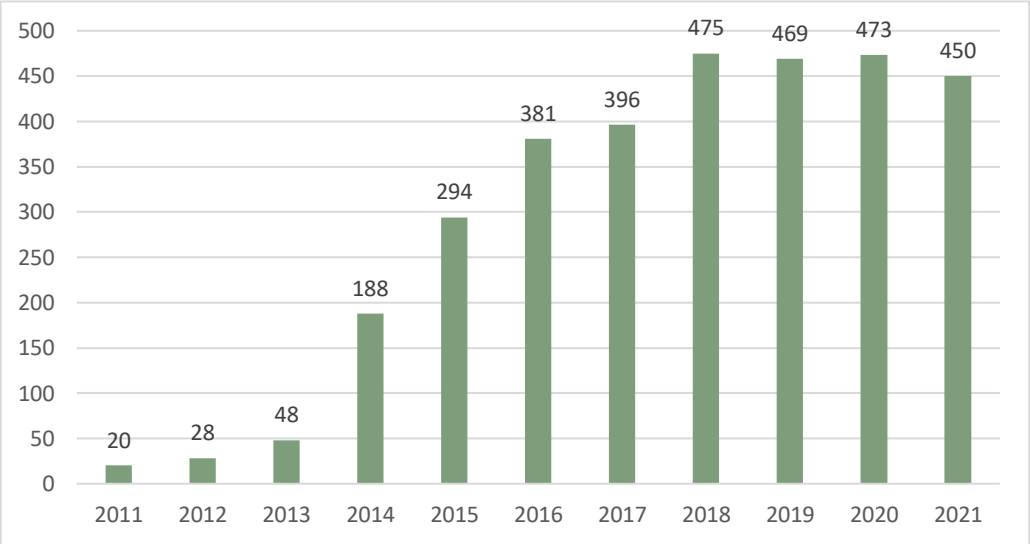
"Av turizmi, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcıların kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan

etkinliklerdir" (Şafak, 2003). Av turizmi her ne kadar ekonomiye katkıda bulunan bir turizm seçeneği olsa da, yaban hayatı üzerinde tehlike oluşturmaktadır. Özellikle bilinçsiz avcılık faaliyetleri, yaban hayatı ekosistemine kalıcı hasarlar bırakmakta ve yaban hayatı popülasyonunun devamlılığını riske sokmaktadır.

7.3. Türkiye ve İstanbul – Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevrenin korunması ve çevre bilincinin geliştirilmesi kapsamında 1993 yılından itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından, gerekli kriterlere sahip olan konaklama tesislerine, "Çevre Dostu Kuruluş Belgesi (Çam Simgesi) verilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, tarih yok) .

Şekil 7-4. Yıllara Göre Yeşil Yıldız Belgesi Olan Tesis Sayıları



Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022)

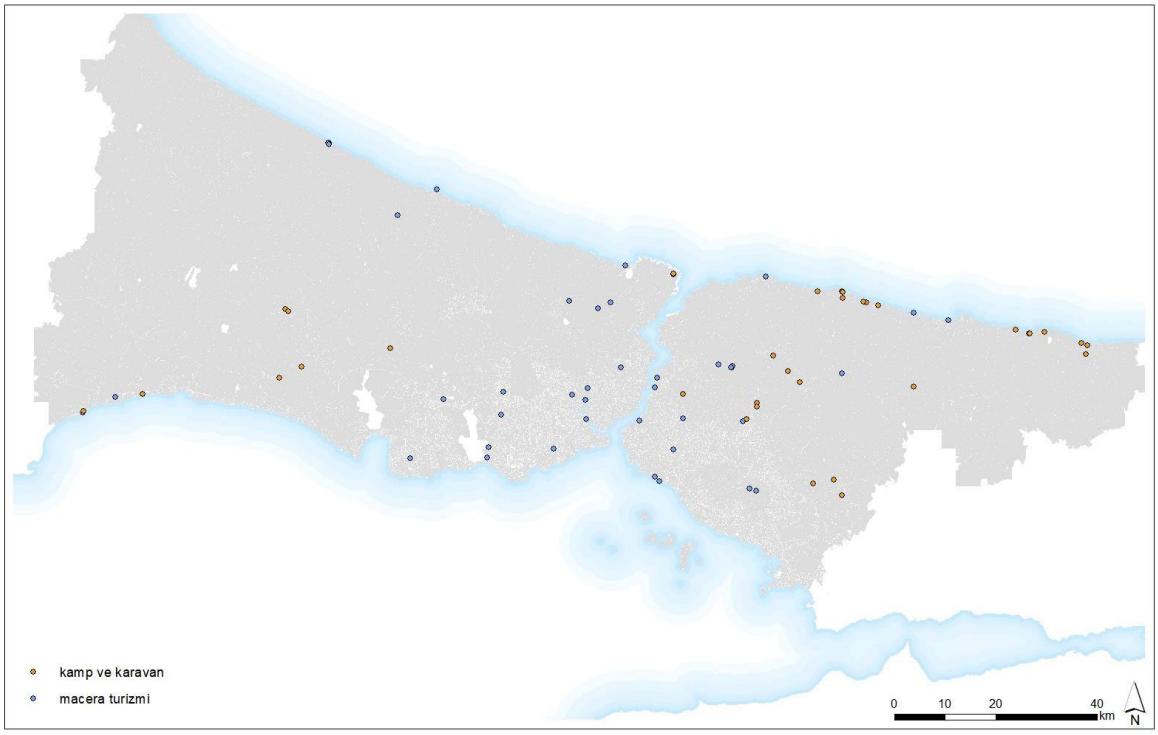
"2021 yılı sonu itibariyle; Turizm İşletmesi Belgeli konaklama tesisi sayısı 4.801, olup bu tesislerin 450 adedi (% 9,37'si) çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesi (yeşil yıldız) ile belgelendirilmiştir" (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). En fazla yeşil yıldıza sahip işletme ile Antalya (toplam 228 yeşil yıldızlı otel) birinci sırada yer alırken, Antalya'yı toplam 61 yeşil yıldızlı otel ile İstanbul takip etmektedir (ASAN Danışmanlık, 2022).

Macera turizmi potansiyeli

Türkiye'de doğa ve macera turizmine hitap edebilecek nitelikteki yerlerin sayısı az değil. Toplam alanı 850 bin hektara yakın 40 milli parkın yanı sıra 90 bin hektarı aşan büyüklüğüyle 192 tabiat parkı bulunmaktadır (TÜRSAB, 2014).

İstanbul; Forestanbul Kemerburgaz, Park of İstanbul (Çekmeköy), Şehri Macera (Bakırköy), Extremeland, Atatürk Arberatum, Belgrad Ormanları, Şile ve Ağva'da yer alan aktivite alanları gibi çeşitli macera parklarına sahiptir. Ayrıca günlük yürüyüşler, Ziplining (sabit iple kayma), Tırmanış, Serbest düşme, Bungee Jumping, Paraşütle atlama, Rafting, Dağ Bisikleti, gibi aktiviteler İstanbul ve çevresinde yapılmaktadır ve oldukça popülerdir.

Şekil 7-5. İstanbul'daki Macera Turizmi Alanları



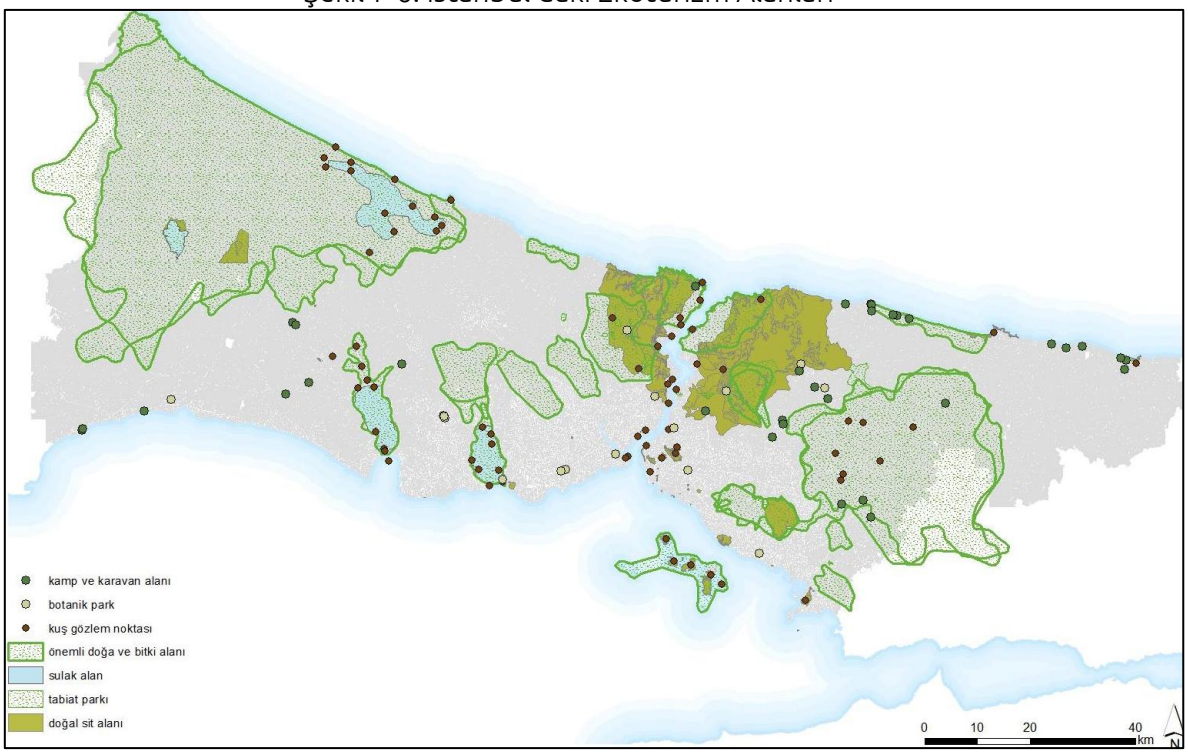
Ekoturizm potansiyeli

İstanbul'un zengin bir flora ve faunaya sahip olması özellikle eko-turizm açısından katma değer yaratmıştır. İstanbul'un birçok ilçesi eko-turizmin gelişimi için değerlendirilebilecek kaynaklara sahiptir. Şile, Çatalca, Belgrad Ormanları ve Beykoz ekoturizm denilince ilk akla gelen ilçelerdir.

Ayrıca İstanbul'dan kısa mesafelerde (1-2 saat) gidilebilen, Ekoturizm destinasyonları vardır (çoğunlukla hafta sonu kaçamağı ya da günübirlik gidilir; Adalar, Sapanca, Maşukiye, Erikli, Yalova, Ağva, vb.).

Diğer yandan İstanbul'un Şişli, Şile, vb. çeşitli ilçelerinde ekolojik pazarlar kurulmaktadır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) hizmetleri olan temiz enerji kullanan şehir içi otobüsler de ekolojik kabul edilirken, yeni hibrit metrobüsler İstanbul'da hem enerji tüketimini hem de seyahat suresini azaltmaktadır.

Şekil 7-6. İstanbul'daki Ekoturizm Alanları



Rekreasyon turizmi potansiyeli

Rekreasyonel aktiviteler, insanın doğasından gelen ve daha çok doğa ile bütünleşmeye yönelik aktivitelerdir. İstanbul da sahip olduğu çeşitli rotalar ve doğa ile bütünleşik alanlar ile çeşitli rekreasyonel aktiviteler sunmaktadır.

Bisiklet Turları: Kızıltoprak-Kartal arası sahil yolu, İTÜ Maslak kampüs içi, Belgrad Ormanı ve Polonezköy.

Mağara Turizmi: İstanbul'da yalnızca ekipmanlı normal ziyaretçilerin rehber eşliğinde ziyaret edebilecekleri İkigöz Mağarası yer almaktadır.

Sportif Olta Balıkçılığı: Galata Köprüsü, Sarayburnu, Bebek Akıntıburnu ve Kuleli sahili.

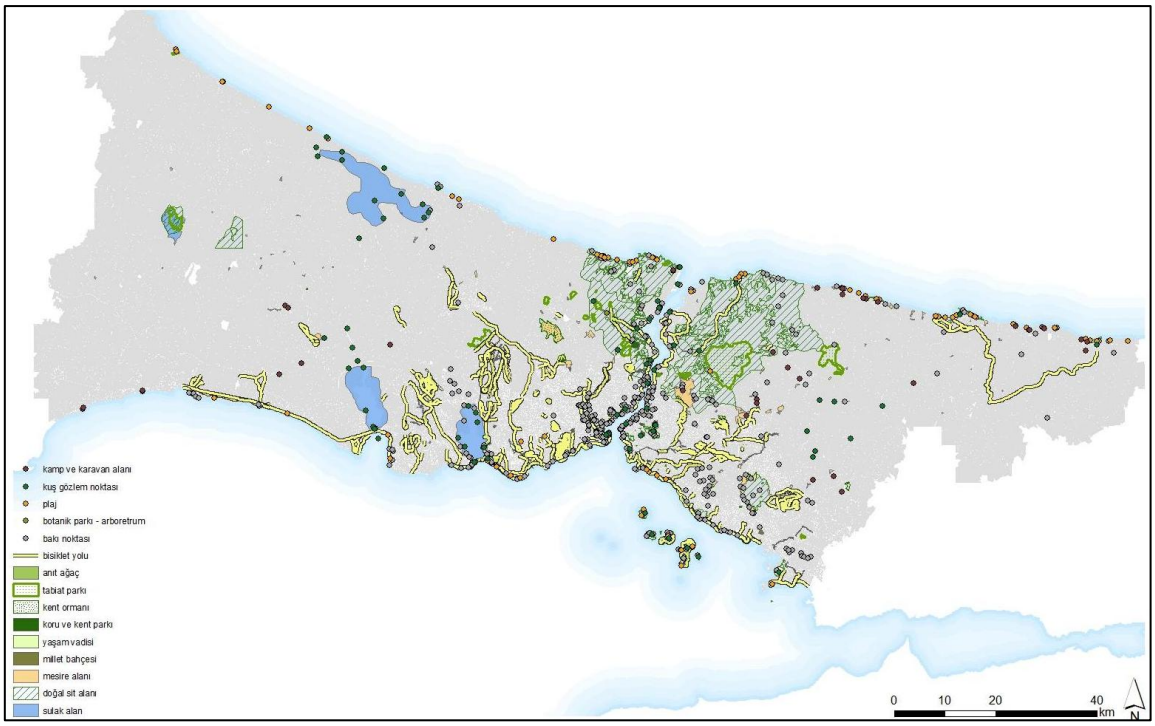
Kuş Gözlemciliği: Çamlıca, Büyükçekmece ve Küçükçekmece Gölleri, Boğaziçi ve Şile Adaları, Terkos ve Adalar. Bitki İnceleme: Terkos-Kasatura Kıyıları, Ağaçlı Kumulları, Kilyos Kumulları, Batı İstanbul Meraları, Kuzey Boğaziçi, Sahilköy-Şile Kıyıları ve Ömerli Havzası öne çıkar.

Bitki İnceleme: Terkos-Kasatura Kıyıları, Ağaçlı Kumulları, Kilyos Kumulları, Batı İstanbul Meraları, Kuzey Boğaziçi, Sahilköy-Şile Kıyıları ve Ömerli Havzası.

Doğa Yürüyüşleri: Cemile Sultan Korusu – Kandilli, Büyük Ada, Ömerli-Şile-Ağva orman yürüyüş rotaları, Maçka Parkı, Bebek Parkı, Fethi Paşa Korusu – Üsküdar, Validebağ Korusu – Üsküdar, Fenerbahçe Parkı – Kadıköy, Büyük Çamlıca Korusu, Çatalca, Yıldız Parkı korusu, Emirgan Korusu, Mihrabat Korusu, Hidiv Kasrı ve korusu, Polenezköy

Plajlar: Adalar, Kilyos, Şile, Ağva, Çatalca, Fenerbahçe Caddebostan, Florya, Tuzla, Kıyıköy Sandal ve Olta Balıkçılığı: İstanbul Boğazı ve kıyıları.

Şekil 7-7. İstanbul'daki Rekreasyon Turizmi Alanları



Spor turizmi potansiyeli

TÜRSAB spor turizmi rakamlarına göre, 2014 yılında 550 binin üzerinde yabancı turist Türkiye'ye sportif faaliyet amaçlı gelmiş ve 900 milyon USD'nin üzerinde harcama yapmıştır. Türkiye'de spor turizminin toplamdan aldığı pay yüzde 1.5 düzeyindedir. Bu pastadan en çok golf ve futbol pay almaktadır. Bir spor turisti ortalama bir turistin 2 katı kadar harcama yapmaktadır. Bir başka deyişle, Türkiye'ye gelen yabancı sporsever turistin harcaması yaklaşık olarak 1.648 USD'dir. Türkiye'de Belek'e gelen golfseverlerin sayısı 160 bine yakınken, Antalya'da kamp yapan futbol takımı sayısı ise 1.200 civarındadır ve bu takımların yüzde 90'ı yabancı uyruklu vatandaşları içermektedir (TÜRSAB, 2014).

"İstanbul, futbol maçları, tenis kupaları, voleybol ve basketbol turnuvaları, bilardo, beyzbol, hentbol maçları ve yüzme, golf müsabakaları gibi çok çeşitli sportif etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Dünyanın her yerinden sporcular ve sporseverler kıtalararası etkinlikler için İstanbul'da bir araya gelmektedir.

Formula1: Dünya çapında milyonlarca izleyicisi bulunan Formula 1 DhLTurkish Grand Prix 2020, dokuz yıl aradan sonra 13-14-15 Kasım 2020 tarihlerinde Tuzla Intercity İstanbul Park'ta gerçekleştirilmiştir.

Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışı: Profesyonel veya amatör, herkes için İstanbul'da yılda bir kez düzenlenen Asya'dan Avrupa'ya yüzme yarışmasıdır. 1 yıldır Dünya'dan ve ülkemizden binlerce sporcu dostluk için, yarışmak için, mücadele etmek ve sınırlarını keşfetmek için İstanbul'da bir araya gelmektedir.

İstanbul Maratonu: İstanbul Maratonu, dünyanın tek kıtalar arası maratonu ve Asya yakasında başlayan ve İstanbul Boğazı'nı geçerek şehrin Avrupa yakasına uzanan bir etkinliktir.

Belek bölgesi Türkiye'nin en önemli golf destinasyonu olup toplamda 15 adet golf sahası, yaklaşık 50.000 yatak kapasitesi ve 2.000.000 milyon ziyaretçi sayısı ile ülkemizin güzide turizm merkezleri arasında yer almaktadır" (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

7.4. Bölüm Değerlendirmesi

Çevreye olan faydaları en üst düzeye çıkarmak ve olumsuz çevresel etkileri en aza indirmek amacı ile küresel ölçekte sürdürülebilir turizm alternatiflerine yönelim artmıştır (UNWTO, 2023). Sürdürülebilir turizm, sektördeki sürdürülebilir uygulamaları ifade etmektedir (GSTC, 2023). Sürdürülebilir turizm, sektörün olumlu ve olumsuz etkilerini kabul eder, olumsuz etkileri en aza indirmeyi ve olumlu etkileri en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşımı farklı boyutlarıyla ele almak gerekirse çevresel olarak sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerini yürütürken aynı zamanda doğal kaynakları ve çevreyi korumak için alınması gereken önlemleri içermektedir. Örneğin atık yönetimi, enerji tasarrufu, su tasarrufu, doğal alanların korunması ve sürdürülebilir kullanımı gibi konular bu kapsamda ele alınabilir. Bu önlemler, turizm faaliyetlerinin çevresel etkilerini en aza indirmek ve turizm sektörünün doğal kaynakları tüketme oranını azaltmak için tasarlanmıştır.

Kapalı döngü sistemler oluşturarak kaynak kullanımını azaltmaya odaklanan döngüsel ekonomi uygulamaları ile birlikte, pek çok otel ve tatil köyü, atık miktarını azaltmaya ve

enerji verimli araç kullanımına teşvik çeşitli geri dönüşüm uygulamalarına başlamıştır (Ellen Macarthur Foundation, tarih yok).

Turizm ve seyahatin en önemli bileşenlerinden biri taşımacılıktır. Çevreye olan faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olası zararlı etkilerin en aza indirilmesi konusunda sürdürülebilir ulaşım alternatiflerinin kullanımı önemlidir. Yürüyüş, bisiklet, toplu taşıma, araç paylaşımı, elektrikli araçlar ve scooter gibi seçenekleri içeren sürdürülebilir ulaşım modlarının turizm faaliyetleri içerisinde teşvik ediliyor olması, sektörde meydana gelen taşımacılık faaliyetlerinin olası çevresel zararlarını azaltmada yardımcı olmaktadır. Turizm sektörüne çevresel anlamda en fazla zarar veren alt bileşenlerden birinin ulaşım olduğu göz önüne alındığında; artan mikro-hareketlilik ve elektrikli araç kullanımı, olumsuz çevresel etkileri en aza indirmede oldukça etkili bir yöntemdir. Çevre dostu ulaşım modlarına yönelim ile birlikte etkisi artan enerji verimli ulaşım çözümleri, karbon emisyonlarını azaltarak sürdürülebilir turizmde büyük bir etki yaratmaktadır. Bu gibi yenilikçi çözümleri benimseyerek seyahat edenler, karbon ayak izlerini en aza indirerek seyahat etmektedir (ENERGY5 Your Way, tarih yok). Sürdürülebilir ulaşım yöntemleri ile seyahat etmek, karbon emisyonlarını azaltmakta ve hava kalitesini olumlu yönde etkilemektedir.

Öte yandan, sürdürülebilir gıda ve gastronomi, malzemelerinin teminini yerel ve organik yolla sağlayarak nakliyeyi en aza indirmeyi, dolayısı ile gıdanın karbon ayak izini minimize etmeyi hedeflemektedir. Sürdürülebilir gıda ve gastronomi uygulamaları, aynı zamanda gıda israfını da azaltmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu doğrultuda bazı oteller gıda israfını azaltmak amacıyla çeşitli teşvik programları (kompostlama, sıfıt atık, konukları atıkları yanında götürmeye teşvik ve atıkları yeniden kullanma gibi) uygulamaktadır ki bu aynı zamanda gıdanın verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanımını da sağlamaktadır (Staromiejska, 2023).

İşletmeler katı atık kontrolünü denetim ve yönetim mekanizmaları ile sağlamalıdırlar. İşletmeler, turizm faaliyetlerine bağlı olarak oluşacak olan katı atık miktarını; kaynak azaltma, yeşil satın alımlara yönelme, katı atıkların yeniden kullanımı ve sıfır atık anlayışı gibi alternatif yöntemler ile azaltabilirler. Özellikle restoran işletmelerinde meydana gelen gıda atıklarının yerinde ayrıştırma yöntemi ile geri dönüşümünün sağlanması, turizmde katı atık yönetimi için önem teşkil etmektedir. Öte yandan zararlı maddelerin

tümü, arıtılmadığı takdirde çevre üzerinde ciddi bir etkiye sahiptir. Bu tür tehlikeli atıklar, bertaraf edilmeden önce özel arıtma prosedürlerine tabii tutulmalıdır; sıradan yerinde arıtmaya, açık depolama sahalarına konulmaya veya kontrolsüz bir şekilde yakılmaya uygun değildir. Turizm tesislerinde yaygın olarak görülen zararlı maddeler arasında boyalar, temizleyiciler, yağlar, piller ve böcek ilaçları yer almaktadır (UNEP, 2003).

Turizm sektörünün sürdürülebilirliğine ilişkin ekolojik oteller yıldızlama sistemi, çevre dostu ekolojik otellerin sınıflandırılması amacı ile geliştirilmiştir. Bu sisteme göre oteller; enerji, su, atık, ekolojik faaliyet ve çevre koruma kategorilerinde yaptığı uygulamalar doğrultusunda birden beşe kadar yıldız almaktadır. "Her bir kategori için alınan yıldızların ortalaması alınarak, otelin yeşile ve çevreye karşı duyarlılığını gösteren yeşil yıldız sayısı belirlenmektedir." Benzer şekilde turizm sektörü ile çevresel etkisi değerlendirmeleri esas alınarak, Türkiye'de "Mavi Bayrak", "Çevre Dostu İşletme Paketleri", "Yeşil Yıldız" ve "Beyaz Yıldız" projeleri yer almaktadır (Kızılırmak, 2011).

Turizmin çevresel etkileri göz önüne alındığında, çevre ile etkileşimi en yüksek olan doğa turizmi, rekreasyon turizm, spor turizmi ve ekoturizm; sektörün olası olumsuz etkilerini en aza indirmede birer potansiyel yöntem olacaktır. Doğal alanlara karşı sorumlu bir seyahat anlayışını benimseyen ekoturizm, sürdürülebilir yöntemleri kullanarak, çevreyi korumayı ve yerel halkın refahını iyileştirmeyi içeren bir turizm biçimidir. Ekoturizm, ziyaret edilen alanlar üzerinde minimum çevresel etkiyi amaçlar. Dolayısı ile bu tür turizm anlayışlarının çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması amacı ile benimsenmesi gerekmektedir.

8. İSTANBUL TURIZM EYLEM PLANI TEMEL GÖSTERGE E MODÜLÜ: YAPILAŞMIŞ ÇEVREDE SÜRDÜRÜLEBILIRLIK

8.1. Küresel Eğilimler - Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik

Turizm pazarlarının artması ve genişlemesi, ayrıca daha büyük ve daha fazla turist destinasyonunun yaratılması turizm üzerinde çok büyük etkilere neden olacağına işaret etmektedir. Ülkeler ve şehirler, Küresel düzeyde, turizm tesislerinin ve destinasyonlarının gelişimini yeterli bir şekilde dağıtmanın yanı sıra, en çok ziyaret edilen ve en çekici turizm yerlerinin sürdürülemez bir şekilde gelişmesine neden olabilecek aşırı kalabalıklaşmayla ilgili ortaya çıkabilecek tehlikelerle mücadele etmek zorunda kalacaktır. Destinasyonlar, turizm pazarında rekabet gücünün sağlanması amacıyla bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Sürdürülebilir turizm göstergeleri destinasyon şehirlerin mekansal planı ile uyumlu stratejileri içermektedir. BM Sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile sürdürülebilir turizm indiaktörleri mekansal planlar ile uyum, bütünleşiklik gibi ana kriterlerde buluşmaktadır. Mekansal planlamanın sürdürülebilir turizm gelişimine nasıl entegre edileceğini belirlemek ve sürdürülebilir turizm gelişimi içindeki olası yollara karar vermeyi gerektirmektedir. Bu amaçla İstanbul üst ölçekli planlar, Ulusal strateji belgeleri ve strateji planlarının turizm ile olan ilişkisinin değerlendirelerek eylem çerçevesi içine alınması gerekmektedir.

İstanbul- Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik

İstanbul Turizm Eylem Planı'nın sürdürülebilir turizm gösterge seti olan 'Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik' modülü için yasal uyum, arazi kullanım, binalar ve altyapı, sürdürülebilir uygulamalar ve malzemeler ile herkes için sürdürülebilir ulaşım başlıkları altında yapılan analizlere yer verilecektir.

8.2. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Üst ölçekli planlar ve Strateji belgeleri ile Arazi Kullanım, binalar ve altyapı, sürdürülebilir uygulamalar ve malzemeler, herkes için sürdürülebilir ulaşım göstergeleri ile uyum içinde olması planlanan İstanbul Turizm Eylem Planı analizlerine göre;

Üst ölçekli planlar ve strateji belgeleri uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır,

- İstanbul ilçelerinde yer alan turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlar ile yürürlükteki tüm yerel/bölgesel, ulusal ve uluslararası mevzuat ve düzenlemeleri ile uyumlu eylemler konusunda görüşleri alınarak bilgi sahibi yapılabilir,
- İstanbul turizm paydaşları, sürdürülebilir arazi Kullanım, Binalar ve altyapı konusunda tüm gerekliliklere karşı güçlü ve zayıf yönleri belirlenebilir, böylelikle turizm paydaşlarının arazi kullanımı ve içinde bulunulan yerel/bölgedeki faaliyetlerle ilgili yasalara yönelik farkındalık ve uyum derecesi ortaya konabilir,
- İstanbul turizm paydaşlarının, üst ve alt ölçekli planlar ile uyumlu yeni turizm alanları yaratması konusunda yer seçimi, sürdürülebilir tasarım ve erişim faaliyetlerinde tarihi, kültürel ve doğal mirası dikkate almaları konusunda gereklilikler ortaya konabilir, İstanbul eko sistemi ile uyumlu peyzaj ve estetik kriteri tasarım yolu ile uyumlu hale getirebilir,
- İstanbul turizm paydaşları, eylem planı aracılığı ile Risk faktörleri (iklim değişikliği, doğal olaylar ve ziyaretçi güvenliği dâhil) değerlendirme yollarını kavrayabilir ve uygulayabilir,
- İstanbul turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlar ile uyumlu mevcut ve yeni turizm ürünlerinde Sürdürülebilir uygulamalar ve materyaller konusunda bilgilendirilerek güçlü ve zayıf yanları ortaya konabilir,
- İstanbul turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlara uyumlu olarak 'Herkes için erişim' stratejisi konusunda güçlü ve zayıf yönleri analiz edilebilir,
- İstanbul turizm paydaşlarının turizm alanlarına, binalara, faaliyetlere, operasyonun niteliğine uygun olarak, fiziksel engelli ve diğer özel ihtiyaçları olan kişiler tarafından erişilebilirlik konusundaki güçlü ve zayıf yanları analiz edilebilir.

9. KÜRESEL TURİZM EĞİLİMLERİ VE İSTANBUL

İstanbul Turizm Eylem Planı Küresel Turizm Eğilimleri ve İstanbul'un Dünya Turizmindeki konumuna ait veriler; BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu 'Sürdürülebilir Turizm göstergeleri' çerçevesi içinde 5 ana başlık altında değerlendirilmektedir.

Etkin sürdürülebilir yönetim, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik, tarihi miras ve kültürel sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, yapılaşmış çevrede sürdürülebilirlik temaları küresel düzeyde, Türkiye ve İstanbul ölçeğinde analiz edilmektedir.

9.1. Etkin Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Analizlerinin Değerlendirilmesi

Sürdürülebilir yönetim ve buna bağlı olarak gelişen teknoloji kullanımı ve DMO yapıları gibi alternatifler, turizm sektörüne kaynak olan mekân, sosyo-kültürel etkinlik, ürün gibi her türlü girdinin etkin ve verimli kullanımını sağlamaktadır. Sürdürülebilir yönetim ile birlikte yerli turizm teşvik edilmiş olur ki bu da, turizm destinasyonlarının canlandırılması ve kullanımlarının devamlılığının sağlanmasında etkili bir yoldur.

Sektöre dahil olan dijital çözümlerin sunduğu online rezervasyon, dijital harita, telefon uygulamaları ve dijital tur rehberliği seçenekleri ile birlikte bu tür meta veri deneyimleri, küresel olarak turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğini korumanın, yenilemenin ve birlikte yaratmanın en iyi yolu sağlanmış olur. Turizm sektöründeki dijitalleşmenin, seyahat deyimlerini daha kusursuz, sorunsuz ve daha kaliteli yapması; bu doğrultuda da, Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunacak şekilde ilerlemeye devam etmesi öngörülmektedir (UNWTO, tarih yok). Dijitalleşme ile birlikte aşırı turizm (overtourism) veya mevsimsel kalabalıklık gibi zorlukların üstesinden gelinmektedir ve turizm destinasyonlarının sürdürülebilir kullanımı sağlanmaktadır.

Özel sektör paydaşlarının da dahil edildiği bu yapılar sayesinde, turist üreten yani kaynak pazar olan Londra, Berlin gibi şehirler, biz destinasyon şehirlerini turizmde geçmeye başlamıştır. Örneğin, 2010'lu yıllarda İstanbul Kongre Turizminde Avrupa'da ilk üçteyken, rakip şehirlerin DMO yapılarını oluşturmasından sonra, kongre turizminde ellinci sıralara kadar gerilemiştir. Bu sebeple, DMO yapısı, İstanbul için acil planlanması gereken bir

oluşumdur. İstanbul'da DMO yapılanmasının kurulması ile birlikte mevcut turizm yönetiminden kaynaklanan; koordinasyon sorunlarının, ortak proje geliştirme kültürünün, kentin doğru konumlanmasını sağlayacak markalaşma çalışmalarının, kültür varlıkları başta olmak üzere kentteki turizme katkı sağlayacak öğelerin korunmasının ve geliştirilmesinin, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesinin, ortak bir vizyon çerçevesinde yatırım geliştirme kültürünün önü açılacaktır.

9.2. Sosyo-ekonomik Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi

Sosyo-ekonomik sürdürülebilirlik kriterlerinin temel amacı; yerel ekonomik faydanın sağlanması ve yerel toplumun sosyal refahını daima iyileştirmeye odaklı vizyonlar geliştirmektir. Küresel Sürdürülebilir turizm kriterlerine göre, turizm sektörü destinasyon ekonomisine dolaylı ve doğrudan katkı sağlamaktadır. Her bir organizasyonun merkezinde; turizmin yerel topluluklara olumsuz etkisini minimize etmek ve üstel olarak artan bir şekilde pozitif katkılarını arttırmaktır. Burada bahsedilen sürdürülebilir turizm uygulamaları; toplumların küresel boyutta turizm farkındalığının arttırılmasını, insana saygının öneminin kavranmasını ve insanlar arasında kültürel kabulü amaçlamaktadır.

Günümüz sektörlerinde turizmin yoğun olarak algılandığı destinasyonlarda, sektörün sürdürülebilirliği ve geleceği açısından; yerel halkın çevrelerine daha duyarlı olmaları, çevreci uygulamalar ile turizm gelişimine daha fazla katkıda bulunmalarını sağlayarak aidiyet duygularını arttırmak hedeflenmektedir.

Turizm sektöründeki zamanla gözle görülür büyümeler beraberinde yasal düzenlemeler adına farklı sorumluluklar getirmekte ve olası ihlaller ve yaşanması muhtemel mağduriyetlere sebep olmaktadır.

Bu bağlamda yerel halkın insani haklarının korunması için uluslararası standartların uygulanması gerekmektedir. Toplumsal sürdürülebilirlik için yapılması gerekenleri de şu noktalarda toplamak mümkündür (Cernea 1 993: 11-13);

• Yerel halkın önceliği;

• Yerel halkın kararlara katılımı;

• Sosyal ve kültürel kimliklerin korunması ve geliştirilmesi;

• Kültürel yaşam ve kültürel varlıkların korunması (Ceylan, Turizm ve Sürdürlebilir Gelişme, 2001).

Turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmek, olumlu olanları en üst düzeye çıkarabilmek için ziyaretçilerin ihtiyaçları ile çevre, yerel topluluklar ve turizm endüstrisi arasında denge kurulması şarttır. Bahsedilen dengeyi kurmak için sürdürülebilir turizm esastır (Podovac ve Jovanović Tončev, 2016). (Ataberk, Sürdürlebilir Kırsal Turizme Bütüncül Yaklaşım, 2020). Sonuç olarak, sürdürülebilir bir turizmde hedeflenen sosyo-ekonomik yararlar göz önünde bulundurulursa, turizmin hâkim olduğu destinasyonun yerel halkının güvenliği ve o yörenin ekonomisi bütüncül bir şekilde ele alınmalıdır.

Ülkemiz turizm potansiyelinin yüksek olduğu ülkelerden biridir. Turizm potansiyelinin temel bileşenleri de sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi değerleridir. Bu değerler uzun sürede korunabildikleri sürece uluslararası turizm pazarındaki payımız hızla büyümeye devam edecektir. Pazardaki söz sahibi olabilmek için ülkemizin turizm değerlerinin tanıtımına gereken önemin verilmesi gerekmektedir (Çelik, 2005).

9.3. Tarihi Miras ve Kültürel Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi

Sonuç olarak; Tarihi Yarımada Yönetim Planı; BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri çerçevesinde İstanbul Turizm Eylem planı paydaşlarınca uygulanabilir bir zemine oturtulabilir niteliktedir. Bu açıdan bakıldığında, Tarihi yarımada yönetim planı, İstanbul Turizm Eylem Planı Sürdürülebilir Turizm Göstergelerinin üçüncü modülü olan Tarihi Miras ve kültürel sürdürülebilirlik teması için yeterli çerçeve sunmaktadır.

Kültür mirasının korunması

Kültürel mirasın korunması kriteri için sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim planı çerçevesinde; Üstün Evrensel Değerin korunması, Yönetim Planı içerisinde yer alan, üstün evrensel değere katkıda bulunan sivil mimari örneklerinin bir

bütün içerisinde korunması ve gelecek nesillere aktarılmasını, Kültür mirasının özgünlüğünün korunması, Üstün evrensel değer gözetilerek Alan'ın dinamik tarihi kent merkezi olarak korunması, Siluetin korunmasını gerekli kılmaktadır. Turizm işletmelerinin tarihi, arkeolojik, kültürel ve manevi öneme sahip yerel/bölgesel mülklerin, alanların ve geleneklerin korunmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunması ve yerel/bölge halkının bunlara erişimini engelleyecek tedbirler almaması gerekmektedir. Tarihi yarımadada bulunan İşletmeler, kültürel mirasın korunmasına katkı yapmalıdır, zira mevcut durum istatistikleri İstanbul'a gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin en uzun konaklama süresi ve konaklama yeri yoğunluğu Tarihi yarımada ilçelerini kapsamaktadır. Tarihi yarımada içindeki tüm turizm paydaşları kültür mirasının korunması ve yaşatılması için destek olacağı gibi mekânlara yerel/bölge halkının erişimi için gereklilikleri yerine getirmelidir.

Alanı etkileyecek büyük projelerin tasarım aşamasında KÜMED raporlarının hazırlanmasına devam edilmelidir. Alanda yapılan çalışmalarda afet riskinin dikkate alınmalı, mekânsal gelişmenin kültürel mirasa saygılı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını gözeten, doğal ve kültürel çevreyle uyum içinde olması beklenmelidir. Somut ve somut olmayan kültürel değerlerin ulusal ve uluslararası mevzuata uygun, sürdürülebilir koruma ve kullanımının sağlanmalıdır. Bu gereklilikler için İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır. İstanbul Turizm Eylem Planı ve İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim planı birlikte çalışan eylemleri içermelidir.

Kültürel Etkileşimler

İstanbul Turizm Eylem Planı paydaşları, yerel/bölgesel yararlar ile ziyaretçi tatminini en üst düzeye çıkarmak üzere yerel/bölge topluluklarına, kültürel veya tarihsel açıdan hassas alanlara yapılan ziyaretlerin yönetimi ve tanıtımı için uluslararası ve ulusal iyi uygulamaların yanı sıra yerel/bölgede kabul gören yönlendirmeleri takip etmelidir. Bu kriter analizinde; özellikle ziyaretçilerin kültür mirasının korunması, kültürel etkileşimlere olan açıklığı gibi konularda anket yapılarak İstanbul Turizm Eylem Planı kültür mirası koruma eylemleri belirlenmelidir. İstanbul Tarihi Yarımada özelinde ziyaretçi anketi veri eksikliği bulunmaktadır.

Kültür ve mirasın sunulması

Uluslararası sürdürülebilirlik kriterlerinde turizm paydaşları, yerel/bölge halkının fikri mülkiyet haklarına saygı gösterirken, geleneksel ve çağdaş yerel kültürün otantik unsurlarının tümünü operasyonlarında tasarım, dekorasyon, mutfak değerlendirmektedir. Bu açıdan bakıldığında; tarihi yarımada yer alan turizm konaklama ve tüm turizm unsurlarının ülkemizin yaşayan kültürel mirasını geleneksel mutfak, perakende satış, etkinlikler ve diğer hizmetlerdeki belirginliği henüz ölçülmemiş olduğu görülmektedir. Kültür mirası unsurlarının işletmeler tarafından kullanılması konusunda Telif hakkı ve fikri mülkiyet haklarının gözetilip gözetilmediği konusu araştırma konusudur. İstanbul Turizm Eylem Planı paydaşlarının, İstanbul Tarihi yarımada ilçelerinde kalan tüm turizm işletmelerinde kültür mirası unsurlarını tanıtım, tasarım ve pazarlama aşamalarında hangi şekilde kullanabilecekleri konusunda eylem ve stratejileri kapsamalıdır.

Yerel Ekonomik Gelişme

İstanbul Tarihi yarımada yönetim planı içinde yer alan tüm ilçelerde; turizmin dolaylı ve doğrudan etkileri ölçülebilir hale getirilmelidir. Şu an için mevcut veriler ışığında konaklama süresi, konaklama türü, seyahat türü, gibi ana kriterler dışında en yüksek konaklama süresine sahip olan Tarihi yarımada ilçelerinde turizm faaliyetlerinin ekonomik yapıya olan katkısı net olarak hesaplanmış değildir.

9.4. Çevresel Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi

Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Çevre, bir turizm kaynağı olma özelliğini taşırken, turizmin en önemli etkileri de yine çevreye olmaktadır (Demirtaş,2011). "Turizmin ekonomik yönünün ağır basması, turizm ve çevre arasındaki ilişkinin uzun yıllar ihmal edilmesine neden olmuştur" (Kızılırmak, 2011).

Turizm sektöründeki uygulamalar doğrultusunda giderek artan arazi talebi, tarımsal alanlar üzerinde baskı oluşturmaktadır ki bu da kaynakların sürdürülebilir kullanımını engellemektedir. Öte yandan sektör faaliyetlerine bağlı olarak artan su tüketimi ve kanalizasyon sularının etkili yönetilememesi, su kaynakları üzerinde bir baskı oluşturmaktadır. Özellikle ulaşım faaliyetlerine bağlı olarak artan CO2 miktarı, hava

seragazı etkisini artırmakta ve iklim değişikliğine karşı risk azaltım ve uyum stratejilerinin gelişmesinin önünde engel oluşturmaktadır.

Doğal çevre bileşenleri, turizm aracılığı ile ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Kösebalaban, 1996). Turizm sektörü ve doğal çevre arasındaki ilişki kritiktir. Bütüncül olmayan turizm uygulamaları, doğal çevre tahribatına yol açabilir. Tam tersi yönde, kapsamlı sürdürülebilir turizm yaklaşımları, doğal kaynakların korunmasına yardımcı olabilir.

9.5. Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik Analizlerinin Değerlendirilmesi

Üst ölçekli planlar ve Strateji belgeleri ile Arazi Kullanım, Binalar ve altyapı, Sürdürülebilir uygulamalar ve malzemeler, Herkes için sürdürülebilir ulaşım göstergeleri ile uyum içinde olması planlanan İstanbul Turizm Eylem Planı analizlerine göre;

Üst ölçekli planlar ve strateji belgeleri uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır.

İstanbul ilçelerinde yer alan turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlar ile yürürlükteki tüm yerel/bölgesel, ulusal ve uluslararası mevzuat ve düzenlemeleri ile uyumlu eylemler konusunda görüşleri alınarak bilgi sahibi yapılabilir.

İstanbul turizm paydaşları, sürdürülebilir arazi Kullanım, binalar ve altyapı konusunda tüm gerekliliklere karşı güçlü ve zayıf yönleri belirlenebilir, böylelikle turizm paydaşlarının arazi kullanımı ve içinde bulunulan yerel/bölgedeki faaliyetlerle ilgili yasalara yönelik farkındalık ve uyum derecesi ortaya konabilir.

İstanbul turizm paydaşlarının, üst ve alt ölçekli planlar ile uyumlu yeni turizm alanları yaratması konusunda yer seçimi, sürdürülebilir tasarım ve erişim faaliyetlerinde tarihi, kültürel ve doğal mirası dikkate almaları konusunda gereklilikler ortaya konabilir, İstanbul eko sistemi ile uyumlu peyzaj ve estetik kriteri tasarım yolu ile uyumlu hale getirebilir.

İstanbul turizm paydaşları, eylem planı aracılığı ile Risk faktörleri (iklim değişikliği, doğal olaylar ve ziyaretçi güvenliği dâhil) değerlendirme yollarını kavrayabilir ve uygulayabilir.

İstanbul turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlar ile uyumlu mevcut ve yeni turizm ürünlerinde Sürdürülebilir uygulamalar ve materyaller konusunda bilgilendirilerek güçlü ve zayıf yanları ortaya konabilir.

İstanbul turizm paydaşları, üst ve alt ölçekli planlara uyumlu olarak 'Herkes için erişim' stratejisi konusunda güçlü ve zayıf yönleri analiz edilebilir,

İstanbul turizm paydaşlarının turizm alanlarına, binalara, faaliyetlere, operasyonun niteliğine uygun olarak, fiziksel engelli ve diğer özel ihtiyaçları olan kişiler tarafından erişilebilirlik konusundaki güçlü ve zayıf yanları analiz edilebilir.

9.6. Eğilimler ve Öngörüler

İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge A Modülü: **Etkin Sürdürülebilir Yönetim**			
Destinasyon yönetimi		Doğru tanıtım	
Yasal uyum		Çevresel uyum (Binalar, altyapı vb.)	
Bütüncül raporlama		Etki ve bütünlük	
Katılım		Sürdürülebilir uygulamalar ve materyaller	
Müşteri deneyimi		Herkes için erişim	

İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge B Modülü: **Sosyo Ekonomik Sürdürülebilirlik**	
Ekonomik katkı 	Kapsayıcılık 
İstihdam 	Emniyet ve güvenlik 
Tedarik alımları 	Herkes için erişim 
Sosyal katılım 	

İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge C Modülü: **Tarihi Miras ve Kültürel Sürdürülebilirlik**	
Kültür varlıklarının korunması 	Ziyaretçi yönetimi 
Somut olmayan kültürel miras 	Rehberlik 

İstanbul Turizm Eylem Planı

İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge D Modülü: **Çevresel Sürdürülebilirlik**			
Çevreye duyarlı ve verimli satın alımlar		Doğal alanlara ziyaretler	
Enerji tasarrufu		Biyolojik çeşitlilik	
Su tasarrufu		Yaban hayatını koruma	
Sera gazı emisyonları		Hayvan sağlığı refahı	
Atıksu		Ziyaretçi yönetimi	
Katı atık			

İstanbul Turizm Eylem Planı Temel Gösterge E Modülü: **Yapılaşmış Çevrede Sürdürülebilirlik**			
Yasal uyum		Çevresel uyum	
Üst ölçekli plan ve stratejiler		Sürdürülebilir uygulamalar ve materyaller	
Herkes için erişim			

İstanbul Büyükşehir Belediyesi sınırları içinde yer alan İstanbul şehrinin toplam yüzölçümü 5.460,85 km2'dir. Bu yüzölçümünün %34,9'u Anadolu yakasında, geri kalanı ise Avrupa yakasında yer alır. Bu büyük şehrimizde en önemlisi İstanbul destinasyonu için bir Şehir Turizm Stratejisini oluşturmaktır. Özellikle Kentsel Gelişme ve Kentsel dönüşümün hızla yaşandığı şehrimizde turizm Sektörünün bu kentsel gelişmelere entegre edilmesi gerekmektedir.

9.6.1. Kırsal Turizm

Kırsal Gelişmede Turizmin önemi tartışılamaz seviyede önemlidir. Kırsal gelişme Planlarında Turizm Sektörünün kırsal alanların var olan kültürel ve doğal özelliklerinin planlı kullanımı ile entegre edilmesi şarttır.

Çin modeli: Gelişmiş olan Batı Çin şehirlerinden, gelişmekte olan kırsal turizm destinasyonlarına fonlama ve direk finansal destekler, teknoloji destekleri sağlanmaktadır.

Benzer bir modeli İstanbul' da kurarak; örnek: Kadıköy Belediyesi, Çatalca ilçesinin Doğa ve Ekoturizm Planını yapıp, planın uygulanması için gerekli yatırımları finansal destek ve yatırımcı getirme yönetimleri ile sağlayabilir. Kırsal alandaki turizm planlaması aynı zamanda kentsel gelişim içinde kırsal alanların Turizm ile bütünleşik olarak gelişimini sağlayacaktır.

Fakirliği Önlemede Kırsal Turizm

Dünyada halen 700 milyon insan günde 1,5 USD ve altına çalışmaktadır.

Çin örneği: 2019 yılında Çin Devleti fakirliği önlemede Turizmi en önemli endüstri olarak ilan etmiştir.

Çin'de 128.000 köy ve 100 milyon kırsal nüfus var. 1950'lerde kırsal nüfusu yerinde geliştirme amaçlı uygulanan politika; Tarım, el sanatları ve Kapitalist sermaye gelişimine önem vermiş. 1978 deki Kominist Parti toplantısında kapalı bir ülke olmayı bırakıp Dünyaya açılma kararı ve Reform kararları alındığında, Tarım ve Kırsal Alan Reformlarına başlamıştır.

İlk önce deniz kıyılarında yaşayana 200 milyon nüfusu kalkındırmak için Resort – Deniz Kum Güneş turizmi alanları, teşvikleri ve tahsisleri yapılmıştır. 1990'ların başında Kırsal

alanlar desteklenmeye başlanmış ve 1996 da fakirlik kalmayacak mottosuyla, Kırsal Turizm kırsal alanları önemli bir gelir kaynağı haline getirilmeye başlanmıştır.

2020'ye gelindiğinde 99 milyon Çinli fakirlik sınırından kurtarılmıştır. Çin Devlet politikası gereği, önemli tarımsal üretimi yoksa köyler turizme kazandırılmış; turistik değerlere de sahip değilse re-locate edilmiştir (son 20 yılda 10 milyon civarı kırsal alan halkı yeni yerlere kurulup oralara yerleştirilmiş).

Son 20 yılda Çin sınırları içinde beşbinden fazla (5.000) Kültürel Miras Köyü gerektiği şekilde restore edilerek turizme kazandırılmıştır. Son 10 yılda Kırsal Turizm gelirleri 28 milyon RMD den 180 milyon RMB ye çıkmıştır.

Uygun olan köylerdeki tüm eski evlere devlet finansı ile restore edilmiştir.

Köylerin içlerine kadar hızlı ve kolay ulaşım ağları kurulmuştur.

Tüm uygun nehirlerde elektrikli bot, kano, vs. su gezintisi ve aktiviteleri oluşturulmuştur.

Köy kahvesi gibi yerler – eskiyi koruyan anlayışa modern Café ve Bar gibi eğlence mekânlarına çevrilmiştir.

Köy üretimi ya da civar köylerden gelen pek çok ürün satış dükkânları açılmıştır.

Gelecek turistler için alternatifleri olan küçük köy lokantaları açılması teşvik edilmiştir.

Köy halkına ait folklore, dans gibi somut olmayan kültür, sahnesi olan show alanları oluşturularak profesyonel dans ve gösterilere dönüştürülmüştür.

Tüm bu turistik faaliyetlerde köy halkının sermaye teşviki önceliklendirilmiş; Doğal Park alanları gibi gezi rotası yapılmış kırsal turizm merkezlerinin yönetimi de, önce eğitilerek sonra köy halkının bireylerine verilmiştir. Gelişen köylere milyonlarca şehirden geri dönüşler olmuştur.

9.6.2. Döngüsel Ekonomi ve İstanbul Turizmi

Döngüsel ekonomi, tüm kaynakların özellikle doğal kaynakların akıllıca kullanılmasını gerektiren bir yaklaşımı ifade eder. Bu yaklaşım, verimliliği artırmakla kalmaz, aynı zamanda atık miktarını azaltır. Son yıllarda, döngüsel ekonomi kurumsal sosyal

sorumluluğun bir parçası olarak daha yaygın hale gelmiş ve şirketlerin stratejileri ve taahhütleri arasında yer almıştır. Ancak, bu kavram açık bir şekilde ifade edilirken, uygulamada firmaların genellikle belirsizlikle karşı karşıya kaldığı ve döngüsel ekonomi uygulamalarının eksiksiz bir şekilde sıralanamadığı bir gerçektir. Türkiye'deki firmalar, küresel bir trend olarak bu kavramı daha fazla kullanmaya başlamıştır.

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, politika geliştirme ve temel düzenleme hazırlığının uyumlaştırılması sorumlulukları arasında yer almaktadır. Döngüsel Ekonomi (CE) kavramı, 2020 yılında yapılan bir değişiklikle Çevre Hukuku'nun Genel İlkeleri'nin 3. maddesine ilk kez dâhil edildi. Dolayısıyla, hukuk düzeyinde CE, ulusal mevzuatta yerini almıştır. Bu bağlamda, Bakanlığı'n ilgili alt/ikincil mevzuatı güncellenmiş ve CE yaklaşımı göz önünde bulundurularak iyileştirmeler yapılmıştır. CE ile ilgili bir AB projesi, Türkiye'nin Döngüsel Ekonomi'ye Geçiş Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teknik Destek (DEEP projesi) Şubat 2022'de resmi olarak başlatıldı. Ana kamu kurumlarının katılımıyla Ulusal Döngüsel Ekonomi Eylem Planı ve Yol Haritası hazırlanacak ve yayınlanacaktır. Bu planın 2023'ün dördüncü çeyreğinde yayınlanması planlanmaktadır. Ayrıca, Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda yürütülen AB Yeşil Anlaşması üzerine devam eden bir çalışma bulunmaktadır. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Döngüsel Ekonomi'nin başlıca sorumlusu kurumdur. Henüz ayrıntılı bir CE politikası olmamakla birlikte, Bakanlık atık kullanımı, alternatif hammadde, yan ürünler vb. için düzenlemeler uygulamıştır.

Ayrıca, 2020'den bu yana, Türkiye, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) desteğiyle "Gıda Kaybı ve Atığının Önlenmesi, Azaltılması ve İzlenmesine İlişkin Türkiye Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı"nı uygulamaktadır.

Döngüsel Ekonomi ve Turizm (Dünya Turizm Örgütü):

COVID-19 krizi, yerel tedarik zincirlerinin önemini ve mal ve hizmetlerin üretim ve tüketim şeklini yeniden düşünme ihtiyacını artırdı ki bu ikisi de döngüsel ekonominin temel unsurlarıdır.

Turizm işletmeleri için döngüsel ekonomi, yalnızca yenilik, farklılaşma ve gelir akışlarının çeşitlendirilmesi fırsatlarıyla bağlantılı olmakla kalmaz, aynı zamanda hükümetlerin ve yatırımcıların çevresel, sosyal ve yönetişim (ESG) politikalarına artan ilgi göstermesi nedeniyle rekabetçilik getirebilir.

Turizm destinasyonları için döngüsel ekonomi, turizmin sürdürülebilir kalkınma etkilerini artırma fırsatı sunar; yeni işlerin ve daha kapsayıcı yerel değer zincirlerinin oluşturulması yoluyla yerel nüfus için refah yaratır, böylece işletmelerle bölgeler arasında olumlu bir döngü oluşturur.

Turistler için döngüsel ekonomi, olumlu bir iz bırakma, amaçlı seyahat etme fırsatı sunar ve davranış değişikliği aracılığıyla turizm ekosisteminin dönüşümü konusunda çarpan etkilere yol açabilir.

Turizmin kapsamlı ve evrensel değer zinciri, hizmet sunumunda kullandığımız malzemeleri ve ürünleri nasıl daha uzun, daha iyi ve daha döngüsel bir şekilde kullanabileceğimizi düşünmek için birçok fırsat sunar, böylece değer ve iş birlikleri oluşturarak ve depo atığını mümkün olduğunca sıfıra yaklaştırarak çözüm yaratır. Döngüsel ekonomi prensiplerinin uygulanmasıyla daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir turizm modeline başarılı bir şekilde geçiş, etkin kamu-özel iş birliği ve ortaklıklar, hükümetler arası iş birliği, etkili politikalar ve politika araçları ve finansman gibi faktörlere bağlı olacaktır.

Döngüsel Ekonomi UNWTO Yol Haritası

Turizmde plastik döngüsel ekonomi oluşturma

Küresel Turizm Plastik Girişimi, plastik kirliliğinin kök nedenlerini ele almak için turizm sektörünü ortak bir vizyonun ardında bir araya getirmektedir. Bu girişim, turizmin plastik kirliliği dâhil olmak üzere deniz çevresindeki plastik kirliliği konusundaki uluslararası yasal olarak bağlayıcı araç olan yaklaşan uluslararası düzenlemeye hazırlıklarını desteklemektedir. İmzacıların, sorunlu ve gereksiz plastikleri ortadan kaldırmayı, yeniden kullanım modellerini veya tekrar kullanılabilir alternatifleri tanıtmayı, tedarikçiler ve atık yöneticileri ile işbirliğini teşvik etmeyi ve ilerlemeleri yıllık olarak rapor etmeyi taahhüt ettiği gönüllü bir taahhüt olarak işlev görmektedir. Amaç, turizmde plastiklerin döngüsel ekonomisine geçişi sağlamaktır.

Turizmde gıda değer zincirlerini dönüştürme

Turizmde Gıda Atığı Azaltımı Küresel Yol Haritası, turizm paydaşlarının gıda atığı azaltma stratejilerini benimsemesini teşvik etmeyi amaçlayan yeni bir çerçevedir ve sektörün sürdürülebilir gıda sistemlerine katkısını artırmayı hedeflemektedir. Bu Yol Haritası, SDG12.3'ün uygulanmasını destekler ve daha sürdürülebilir ve döngüsel bir şekilde gıda yönetiminden kaynaklanan fırsatları turizm paydaşlarının dikkatine sunmayı amaçlamakta; bu, maliyet etkili ve çevresel olarak sorumlu bir strateji olan gıda atığını azaltmayı özellikle vurgulamaktadır.

Döngüsellik, Turizmde İklim Eylemi Glasgow Bildirisi çerçevesindeki önemli bir etkeni temsil etmekte; bu, turizm paydaşlarının iklim değişikliği ile mücadeleyi hızlandırmayı amaçlamaktadır.

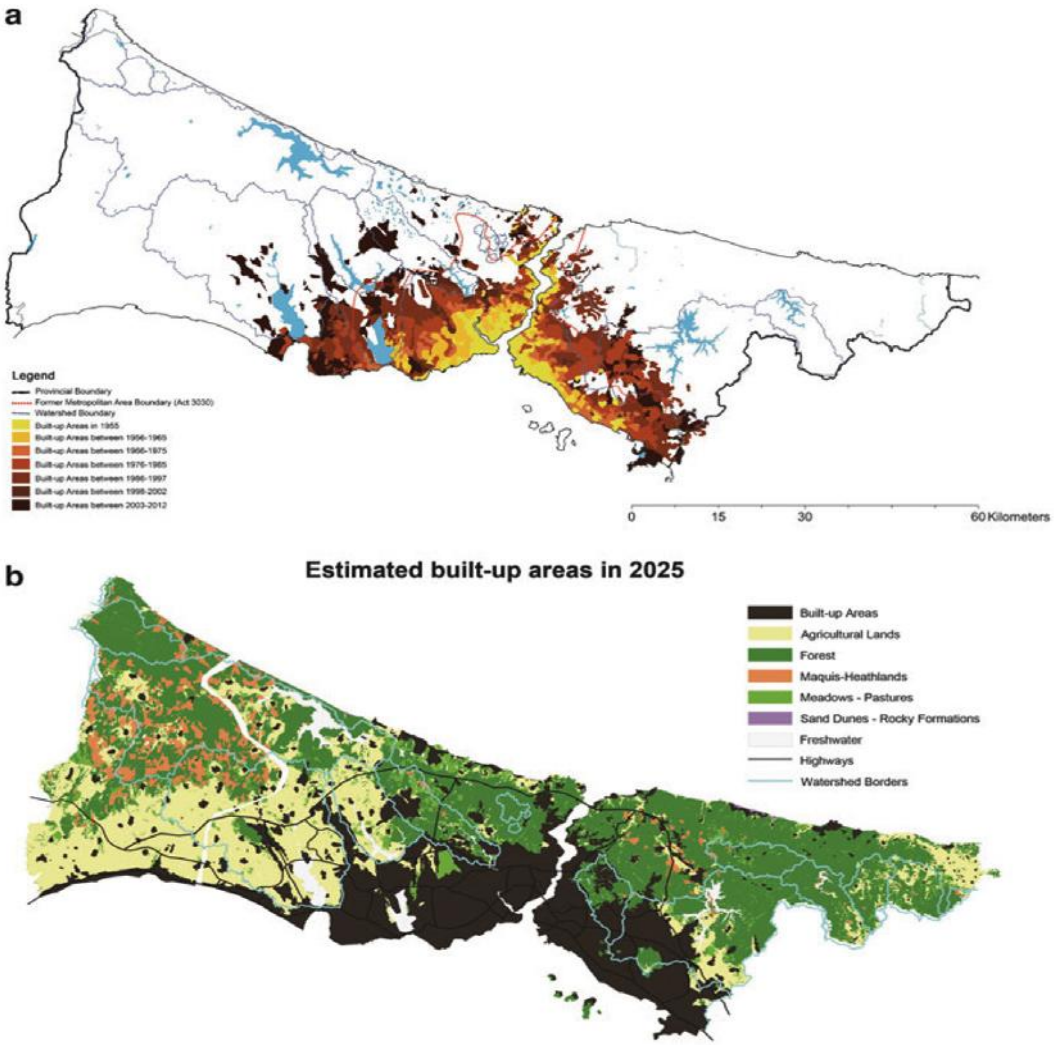
Tüm bu girişimler, 'One Planet Sürdürülebilir Turizm Programı' çatısı altında uygulanmaktadır.

9.6.3. İstanbul' da Nehir ve Göl Turizmi

İstanbul'daki en büyük nehir, aynı zamanda Kocaeli Yarımadası'nın en geniş akarsuyunu oluşturan Riva Deresi'dir. Kocaeli'nden başlayan 71 km uzunluğundaki Riva Deresi, güneydoğu ve kuzeybatı yönünde ilerleyerek Riva Köyü yakınlarından Karadeniz'e dökülmektedir. Şehre içme suyu sağlayan yedi büyük havza mevcuttur. Ömerli Havzası şehrin ana içme suyu kaynağını oluşturmaktadır, ancak son yıllarda artan kentleşme ve havza alanı içindeki kaçak yerleşimler nedeniyle kapasitesi gitgide azalmaktadır.
İstanbul'un önemli nehir su kaynakları Boğaz'a dökülen Küçüksu Deresi ve Göksu Deresi'dir. Kağıthane ve Alibeyköy Dereleri Haliç'e, Sazlıdere Küçükçekmece Gölü'ne, Karasu Deresi Büyükçekmece Gölü'ne, Trança Deresi ise Terkos Gölü'ne dökülmektedir.
Şehrimizde ayrıca üç tane küçük ama önemli göl bulunmaktadır. Bu göllerin üçüde Avrupa yakasında yer almaktadır. Terkos Gölü, şehre su temin etmek amacıyla kullanılmaktadır. Marmara Denizi kıyısı boyunca uzanan Küçükçekmece Gölü (11 km²) ve Büyükçekmece Gölü (16 km²) suları, denize yakınlıkları nedeniyle tuzludur, dolayısıyla insanların tüketimi amacıyla kullanılamamaktadır *(İstanbul İklim Değişikliği Eylem Planı – İBB).*

Tablo 9-1. İstanbul' un 32 nehri

Nehir Adı	Doğduğu yer	Denize döküldüğü yer	Uzunluğu
Alibey Deresi	Tayakadın	Haliç	
Fener Deresi			
Haramidere	Akçaburgaz	Marmara Denizi	
Kemerdere			
Lomborloz Deresi		Çatalca	
Çayırbaşı Deresi	Bahçeköy	İstanbul Boğazı	
Kâğıthane Deresi	Tayakadın	Haliç	12.5 km
Pot Deresi		Karadeniz	
Kuşdili Deresi	Kayışdağı	Marmara Denizi	9 km
Tavukçu Deresi	Sultançiftliği	Marmara Denizi	
Ayamama Deresi	Habipler	Marmara Denizi	40 km
Riva Deresi	Tepecik	Karadeniz	32 km
Sazlıdere	Boyalık	Küçükçekmece Gölü	10 km
Göksu Deresi		İstanbul Boğazı	
Küçüksu Deresi		İstanbul Boğazı	
Halkalı Deresi		Küçükçekmece Gölü	
Nakkaşdere		Küçükçekmece Gölü	
Eşkinoz Deresi		Küçükçekmece Gölü	
Ambarlı Deresi		Marmara Denizi	
Menekşe Deresi			
Hasanoğlu Deresi			
Hamamdere	Başakşehir	Küçükçekmece Gölü	
Topuz Deresi			
Kurudere			
Çakıl Deresi		Büyükçekmece Gölü	
Istranca Deresi		Durusu Gölü	
Karasu Deresi			
Sarısu Deresi			
Hiciv Deresi			
Ağva Deresi (Yeşilçay)		Karadeniz	
İstinye Deresi	Hacıosman	İstanbul Boğazı	
Uludere			



Tablo 9-2. İstanbul'un Doğal Gölü ve Baraj ve Göletleri

Adı
Büyükçekmece Gölü
Küçükçekmece Gölü
Terkos Gölü
Kâmil Abduş Gölü Elmalı Baraj Gölü
Ömerli Baraj Gölü
Alibey Baraj Gölü
Darlık Baraj Gölü
Sazlıdere Baraj Gölü

9.6.4. Z Jenerasyonu

Global Incentive Turizm istatistiklerinde yer alan verilere göre; seyahat edenlerin %75'i "21-42" yaş grubu aralığındadır. Bunların yarısı "21-31" yaş grubundadır. Artık çalışan nüfus ve seyahat eden geniş kitle haline gelen Z jenerasyonuna yönelik turizm pazarlama planları yapılmalıdır.

İstanbul 8 bin yıllık tarihi ile bir tarih, kültür ve doğa cazibe merkezidir. Kültür turizmi ile birlikte farklı turizm türleri de tercih edilmektedir.

Z jenerasyonu için turizm trendleri

Sürdürülebilirlik, Z jenerasyonunun daha sorumlu ve çevre dostu seyahat uygulamalarına doğru öncülük ettiği seyahat endüstrisinde merkezi bir odak haline getirmektedir. Gen Z, önceki nesillerden çevresel ve sosyal olarak çok daha bilinçlidir ve sürdürülebilirlik düşünceleri, farklı markaları nasıl değerlendirdiklerini büyük ölçüde etkilemektedir.

Seyahat planlarında daha çok Internet ve sosyal medya reklamları ve sosyal influencer'lardan etkilenmektedirler.

Z jenerasyonu, internet ve sosyal medyada büyümüş dijital yerliler olarak paylaşılan özelliklere sahiptir. Neslin sergilediği temel eğilimler arasında sürtünmesiz, oyunlaştırılmış ve kişiselleştirilmiş deneyimlere talep, seyahat uygulamalarına yoğun bağımlılık ve diğer faktörler arasında sürdürülebilirlik bilincine sahip yaşam tarzları bulunmaktadır.

Z Jenerasyonunun seyahat acentesi kullanımı artırmaktadır (70'ler, 80'ler ve 90'larda seyahat acenteleri insanlar için önemliydi, çünkü internet o dönemde yoktu). TikTok gibi sosyal medyalarda seyahat acentesi ile çalışmanın gizli avantajları hakkında viral yayınlar yapılmaya başlanmıştır.

Z Jenerasyonun 2022 de en çok tercih ettiği destinasyonlar; Amalfii (Italya), Barcelona (İspanya), Lizbon (Portekiz), Bangkok (Thailand), Bali (Endonezya), Lima (Peru), Tokyo (Japonya), Londra (İngiltere) kentleridir.

Bu şehirlerin ortak yönü, İstanbul ile kıyaslandığında, alışveriş, eğlence ve algılanan güvenli şehir konularında belirgin üstünlüklerle ön plana çıkıyorlar. Genel turistik

atraksiyonlarla yetinmeyip, yeni keşiflere yeni ziyaret noktalarına yöneliyorlar. Seyahat uygulamaları kullanıyorlar ancak genelde var olan global olanları (Google maps, expedia, airbnb, über, etc.) tercih ediyorlar.

Bu şehirlerin ortak yönü, İstanbul ile kıyaslandığında, alışveriş, eğlence ve algılanan güvenli şehir konularında belirgin üstünlüklerle ön plana çıkıyorlar. Genel turistik atraksiyonlarla yetinmeyip, yeni keşiflere yeni ziyaret noktalarına yönelmektedirler. Seyahat uygulamaları kullanmakta ancak genelde var olan global olanları (Google maps, expedia, airbnb, über, etc.) tercih etmektedirler.

9.6.5. Sınır Ötesi- Komşu Turizmi

Özellikle güneyde İran ve Kuzeyde Bulgaristan ve Yunanistan'dan İstanbul'a doğrudan gelen milyonlarca ziyaretçi vardır. Türkiye'den giden ve kültürel bağları olan yabancı pasaportlu olanların yanında, pek çok yabancının da komşu ülke turizminde İstanbul' u tercih ettiği görülmektedir.

9.6.6. Turizmin en önemli sorunu: Overtourism (Aşırı Turizm)

Son zamanlarda "aşırı turizm" veya "turizm fobisi" gibi terimler başlıklarda yer aldı. Bu terimler, kent destinasyonlarına artan turizm akışlarını yönetme zorluklarını ve turizmin şehirler ve sakinleri üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. Dünya nüfusunun yarısından fazlası şehir bölgelerinde yaşamaktadır ve bu oranın 2050 yılına kadar %70'e ulaşması tahmin edilmektedir. Ayrıca, artan sayıda kentsel turist, doğal kaynakların kullanımını artırmakta, sosyo-kültürel etkilere yol açar ve altyapı, hareketlilik ve diğer tesislere baskı yapmaktadır.

"Aşırı turizm," bir destinasyonun veya bu destinasyonun belirli bölgelerinin, vatandaşların yaşam kalitesini veya ziyaretçilerin deneyim kalitesini olumsuz bir şekilde aşırı etkileyen turizmin etkisi olarak tanımlanabilir. Sorumlu Turizm Ortaklığı, "aşırı turizm"i "ev sahiplerin veya misafirlerin, yerli halkın veya ziyaretçilerin, çok fazla ziyaretçi olduğunu ve bölgedeki yaşam kalitesinin veya deneyimin kabul edilemez şekilde kötüleştiğini

hissettiği destinasyonlar" olarak tanımlar. Bu, turizmi hem yaşanabilir hem de ziyaret edilebilir yerler yapmak için kullanma konusunda Sorumlu Turizmin tam zıttıdır. Genellikle hem ziyaretçiler hem de ev sahipleri bu kötüleşmeyi aynı anda deneyimlerler.

Ziyaretçilerin ve yerel sakinlerin faydasına olarak turizmi uygun bir şekilde yönetmek, her zaman sektör için temel bir konu olmuştur. "Aşırı turizm" gibi popüler terimler ortaya çıkmadan önce, UNWTO turizmin taşıma kapasitesini "turist destinasyonunu aynı anda ziyaret edebilecek maksimum sayıdaki insan sayısı, fiziksel, ekonomik ve sosyo-kültürel çevrenin tahrip olmasına ve ziyaretçilerin memnuniyet kalitesinde kabul edilemez bir azalmaya neden olmadan" olarak tanımlamıştır.

Turizm, yalnızca ziyaretçileri değil, aynı zamanda yerel toplulukları da düşünerek geliştirilip yönetildiğinde sürdürülebilir olacaktır. Bu, toplum katılımı, yoğunluk yönetimi, mevsimsellik azaltma, kapasite sınırlarını ve her destinasyonun özgünlüklerini saygı gösteren dikkatli planlama ve ürün çeşitlendirmesi ile başarılabilir. Son on yıllarda uluslararası turistler, 1950'de 25 milyon uluslararası varıştan, 2017'de 1,3 milyarın üzerine çıktı. UNWTO, sektörün 2030'a kadar yıllık %3,3 büyümeye devam etmesinin beklendiğini ve 1,8 milyar turistin sınırları aşacağı bir yıl olan 2030'u tahmin etmektedir.

Günümüzde hem yerel hem de uluslararası turizmden elde edilen gelir, birçok şehrin ve çevresinin sosyo-ekonomik ve kültürel gelişimine önemli katkıda bulunmaktadır. Ancak, kentsel turizmin büyümesi aynı zamanda sürdürülebilir büyümeyi sağlama ve turizmin gelişimi açısından doğal kaynakların kullanımı, sosyo-kültürel etki, altyapıya baskı, hareketlilik ve yoğunluk yönetimi gibi olumsuz etkileri en aza indiren uygulamaları sağlama konusunda önemli zorluklar yaratmaktadır. Son yıllarda, bu zorluklar yeni platform turizm hizmetleri aracılığıyla kentsel bölgelerde turizm konaklama arzının artışı ile birleşmiştir.

Overtourism Nasıl oluyor, nasıl zararlar veriyor

Turizm yoğunluğu, yalnızca ziyaretçi sayısı ile ilgili değil, onları yönetme kapasitesi ile ilgilidir. Birçok ziyaretçiyi yönetebilen şehirler bulunurken, diğerleri daha az ziyaretçi ile zorluk yaşamaktadır.

Çok fazla ziyaretçi, muhtemelen mevsimsellikle daha da kötüleşiyor: Bu durumda rahatsız edici olarak algılanan ziyaretçi sayısının kesin sayısıdır. Bu, şehrin bazı

bölgelerinde kalabalık hissi veya artık şehirde sakinlerin ziyaretçilerden uzaklaşabileceği hoş mekânların olmadığı hissi olabilir.

Çok fazla olumsuz ziyaretçi etkisi: Bu durumda ziyaretçilerin etkisi olumsuz algılanır. Bu, tur otobüslerinin cazibe merkezlerine yakın durması veya büyük turist kalabalıklarının yanlışlıkla ana caddeleri tıkaması nedeniyle yolların sıkışmasını içerebilir. Aynı zamanda gürültü rahatsızlığı, gürültü ve diğer rahatsızlıkları içerir ki, bu rahatsızlığı yerel halkın neden olduğu durumlarda bile ziyaretçilerin neden olduğu algılanabilir.

Ziyaretçi ekonomisinin fazla fiziksel etkisi: Ziyaretçilere yönelik hizmetlerin fiziksel etkisi de rahatsızlığa neden olabilir. Buna örneğin, ziyaretçilere yönelik otellerin, tesislerin veya perakende yerlerin aşırı yaygınlaşması dâhildir.

Turizm yoğunluğu genellikle şehir genelinde değil, belirli bölgelerde daha yaygın bir sorundur. Turizm baskısı, şehrin popüler bölgeleri veya ana cazibe merkezleri ile daha fazla ilişkilidir. Yine de en çok ziyaret edilen şehirlerde bile, sadece birkaç veya hiç turistin görülemeyeceği bölgeler bulmak mümkündür.

Turizm yoğunluğu yalnızca turizme özgü bir sorun değildir. Turizm yoğunluğu, bir şehrin kaynakları ve altyapısının aşırı baskı altında olduğu veya belirli bölgelerinde olduğu algılandığında meydana gelebilir. Bununla birlikte, sadece turistler veya diğer ziyaretçiler bu hizmetleri ve altyapıyı kullanmazlar. Şehirde yaşayanlar ve işe gidip gelenler, şehri geçici olarak ziyaret edenlerle bu alanları ve hizmetleri kullanmak için rekabet ederler. Ayrıca, turizm yoğunluğu ile ilişkilendirilen genellikle sorunlar, yeni platform turizm hizmetleri aracılığıyla kısa vadeli kiralamaların genişlemesi gibi, sadece turizm sektörünü değil, aynı zamanda emlak piyasasını da ilgilendiren konuları içerebilir.
Teknolojik veya akıllı çözümler elbette önemlidir, ancak sanıldığının aksine turizm yoğunluğu sorununu çözmezler. Akıllı teknolojiler, yoğunluk yönetimini ele almak için en etkili çözüm olarak kabul edilir. Ancak, bu tür araçların potansiyel faydalarına rağmen, tek başlarına yeterli değildirler. Şehir turizmi ile karşılaşan zorlukları ele almak, çoğu kez çatışan çıkarlara sahip olan birden fazla paydaş arasında yoğun iş birliği gerektirir ve bu uzun vadeli bir çabadır.

9.6.7. Azalan Müze Ziyaretleri

Müze giriş ziyaretçi sayıları turizmin iyi olduğu 2011 yılı ile Covid-19 öncesi 2019 senesi ve sonra toparlanma yılı olan 2022'de ele alınmıştır.

Tablo 9-3. Müze Ziyaretçi Sayıları

Müze Adı	Ziyaretçi Sayıları			
	2011	2019	2022	2023
Ayasofya Müzesi	3.196.110	3.768.168	0	
Topkapı Sarayı Müzesi	3.024.152	2.720.000	2.352.000	
Topkapı Sarayı Müzesi Harem Bölümü	743.258	303.000		
Dolmabahçe Sarayı			1.336.000	
Beylerbey Sarayı	342.000		349.691	
Galata Kulesi	0		1.242.943	
Yerebatan Sarayı Müzesi		997.000	1.346.734	2.500.000
Panorama 1453 Tarih Müzesi		412.000	268.000	
Miniatürk			447.000	
Şerefiye Sarnıcı			263.000	
Kariye Müzesi	387.481	200.173	0	
Aya İrini Müzesi	5.526	72.000	0	
Fethiye Müzesi	19.533	0	0	
İstanbul Arkeoloji Müzeleri	382.148	469.000	530.065	
Hafıza 15 Temmuz	0		231.175	
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	141.589	187.000	218.329	
İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	76.447	230.000	152.585	
Galata Mevlevihanesi Müzesi	5.134		133.632	
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	35.451	81.000	91.635	
Hisarlar Müzesi (Rumeli Hisarı)*	69.676	112.000	39.075	
Mehmet Akif Ersoy Hatıra Evi			24.937	
İstanbul Havalimanı Müzesi			7.882	
Adam Mickiewicz Müzesi		3.022	4.515	
İstanbul a gelen turist sayıları	**8.057.000**	**14.906.000**	**16.018.726**	

Yukarıdaki tabloda, müze giriş sayılarının (Ayasofya, Kariye gibi tarihi binaların camiye dönüştürülmesi dışında) azalan bir trendde devam ediyor olduğunu göstermektedir.

9.6.8. İstanbul'a gelen Turistler için Algılanan Güvenlik Unsuru

İstanbul, şu anki İsrail-Filistin savaşında bile sanki burada oluyormuş gibi etkilenmektedir. Talihsiz ve çok acı olan doğu Anadolu depremlerinde de aynı şekilde bir algı ile turist rezervasyon sayıları sert düşüş göstermiştir.

Öncelikle İstanbul için skalası olan güvenlik sorunlarını bir tablo halinde çıkarmak ve her olabilecek durum için özel hazırlıklı olmak gerekmektedir. Internet ve sosyal medya'dan hızlı cevaplar ve reklam/tanıtım uzmanlarınca hızla devreye alınacak anti-algı yönetimi kampanyaları önceden hazırlanmalıdır. Turizmde algı yönetimi turizm pazarlamasının en önemli unsuru haline gelmiştir.
Turistlerin kendilerini güvende hissetmeleri için, Visit. istanbul uygulaması üzerinden, maksimum 2 gün içinde cevap verilecek bir acil durum/yardım formu eklenmelidir. Turiste aynı anda cevap vermeyi gerektirecek acil durumlarda ise, kolluk kuvvetleri devreye hızla sokulmalıdır. Şu anda Çin, Cape Town (Güney Afrika) bu tip acil durum turist yardımlarını uygulamaktadır).

IBB tarafından maliye bakanlığı ile iş birliği ile "Turist satın aldığı eşyayı (mal ve ürünler için) fiş/faturasını sakladığı takdirde en az 7 gün boyunca (ya da kaldığı süre boyunca) değiştirme ve iadesini esnaf/mağazanın itirazı olmadan yapabilmelidir. Visit.istanbul uygulaması bunun garantisini verebilir. İstanbul ili sınırları içindeki tüm mağaza ve dükkânlar buna uyarsa, turistin kendisini alışverişte daha güvenli hissetmesi sağlanacaktır (Kunming, China da bu şu an uygulanmaktadır).

Istanbul – Tourism for all

Katılımcı planlama ve turizm trendlerini izleyen veri merkezi ile İstanbul Turizminin İstanbul' da bulunan herkes için faydalı ve önemli olduğu ortaya konmalıdır.

- Turistler
- Güvenlik
- Temizlik ve hijyen
- İstanbul Sürdürülebilir Turizm kriter ve uygulamaları hakkında bilgilendirilme ve şehre saygı

- Güvenli ve temiz şehir içi ulaşım
- Aktivite ve turlar hakkında detaylı bilgilendirme (Visit.istanbul)
- Overtourism olmaması için İstanbul yönetim ve uygulamalarını bilmek
- Turizm sektör paydaşları
- Seyahat Acentesi ve Tur Operatörlerine İstanbul'a getirdikleri turistler için teşvikler
- Uluslararası Kongre, Incentive ve Event lerin İstanbul'a gelmesi için özel teşvikler (özellikle beklenen yerel yönetim himayesinde Event Venue nün ücretsiz yâ da çok düşük maliyetli sağlanması. Bu Pratik olarak pek çok Avrupa ve Asya destinasyonunda yapılmaktadır.)
- İBB Turizm Müdürlüğü'nün uygulayacağı Sürdürülebilir Turizm kriterlerine uyan sektör paydaşlarına teşvikler
- Çocuklu ailelere yönelik aktivite ve otel/konaklama imkânlarının artması sağlanmalı
- Örneğin Akvaryum gezisi için turistik yerlere free shuttle'lar, DMO (IBB Turizm müdürlüğü) tarafından organize edilebilir – maliyeti atraksiyon merkezleri tarafından karşılanabilinir.
- Self-servis turların (ör. mobile guide, vs.) daha net ve kullanışlı olarak turistlere sunulması.
- Dijital ve güvenli ödeme kolaylıkları (karekod okuyan POS ve cep telefonu uygulamaları).
- IBB Kültür tarafından restore edilen çeşitli Kültürel Miras alanlarına özel turlar düzenlemek.
- Her ilçe kendi bölgesinde olan yerli yabancı turizm aktivitelerinden faydalanmalıdır. Lokal konaklama vergilerin bir bölümü ilçe belediyesine devredilebilir.
- Bölgesinde ikamet edenler için, turistik işletme açma, turistik yatırım yapmada kolaylıklar ve teşvikler sağlanabilir.
- Özellikle Kırsal Turizm için katılımcı planlamanın yerel yönetim tarafından yapılarak; kırsal alanın yaşayanları ve sahiplerine elde edilecek kardan büyük oranlarda pay bırakacak şekilde yatırımcıların teşvik edilmesi (Çin'de uygulanan sistem).

- Yabancı turistlerin, özellikle Overturizm yüksek sezonlarda bu kırsal alanlara yönlendirilmeleri; free ve kolay transferlerle taşınmaları
- Kırsal Turizm özel ürün üretim süreçleri, methodları planlanmalı ve teşviklerle yerel halktan isteyenlere yaptırılmalı
- Bu Turizm Köylerinin tanıtımını turistlerin en yoğun bulunduğu bölgelerden ve Visit.istanbul üzerinden tanıtımını yapmak
- Mahallelerde gece açık halk pazarları (turistlere yönelik) kurdurarak Belediye gelirini orada yaşayanlara bırakmak
- İBB Turizm Müdürlüğü ve diğer alt DMO'lar
- Sürdürülebilir Turizm kriterlerini set ederek uygulamaya koymak ve takip etmek
- Değişen turist profiline ve yeni jenerasyon turist beklentilerine ve trendlere uygun Destinasyon Yönetimi
- INSTO Network (UWNTO)'e girerek çok kapsamlı bir İstanbul Veri Merkezi kurulması
- Turizm Araştırmaları için seçilen Akdemiysen ve Üniversitelere finansal destek verilmesi
- Yaratıcı Turizmi geliştirmek için Turizm/Kültür Tecrübe Merkezleri kurmak ve buralarda turistlere kısa ama güzel vakit geçirici eğitimler vermek (Ebru sanatı, Cam sanatı, Folklor)
- Yabancı Sürdürülebilirlik dernek, kurum ve destinasyon bazında iş birlikleri

10. İSTANBUL'UN TURİZM ALTYAPISI

10.1. İstanbul'un Sahip Olduğu Turizm Türlerinin İncelenmesi

Demografik ve ekonomik anlamda Türkiye'nin en önemli şehirlerinden biri olan İstanbul; eşsiz coğrafyası, kültürel mirası ve tarihi geçmişi göz önünde bulundurulduğunda ise Türkiye'nin dünyaya açılmasını sağlayan en önemli turizm merkezidir (Subaşılar, 2011).

Asya ile Avrupa'yı birleştiren bir köprü görevi gören İstanbul, tarih ve kültürün birleştiği bir nokta olarak her yıl milyonlarca turisti ağırlamaktadır. İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından hazırlanan İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu'na göre, İstanbul 2022 yılında 16.018.726 yabancı turisti ağırlamıştır.

İstanbul ziyaretçilerine, müzeler, tarihi çarşılar, dini yapılar, anıtlar vb. kültürel mekânları görme imkânını, çok alternatifli sanatsal ve kültürel etkinlikler ile sportif etkinliklere katılma imkânını ve sınırsız alışveriş imkânını bir arada barındıran bir seyahat sunmaktadır. Aynı zamanda, İstanbul bu çeşitliliğiyle farklı yaş, dil, din ve sosyal gruplardaki insanları çekmektedir (İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2023).

İstanbul inanç turizminden, sağlık, deniz, doğa, kültür, kongre ve fuar turizmine, tematik bölgelerden gastronomiye, golf ve eko turizme varıncaya kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. İstanbul'un sahip olduğu turizm türleri detaylı olarak bu bölümde incelenmiştir. 2021yılında hazırlanan 'İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi ' nden elde edilen veriler kullanılmıştır.

10.1.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi bir ülkenin veya bölgenin kültürünü, özellikle de gidilen coğrafi bölgelerdeki insanların yaşam tarzını, yerel halkın tarihlerini, dinlerini, mimarilerini, sanat ve zanaatlarını deneyimlemek ve öğrenmek için yapılan gezi, seyahat ve tatilleri içeren bir turizm türüdür.

Kültür turizmi; bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel çekiciliklerini öğrenmenin, keşfetmenin, deneyimlemenin ziyaretçinin temel

motivasyonu olduğu bir turizm türüdür. Kültür turizmi ürünleri, sanat ve mimariyi, tarihi ve kültürel mirası, mutfak mirasını, edebiyatı, müziği, yaratıcı endüstrileri, insanların yaşam tarzlarını, değer sistemlerini, inançlarını ve kültürlerini kapsar.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre kültür turizmi; "eğitim turları, gösteri sanatları ve kültür turları, festivallere ve diğer kültürel etkinliklere seyahat, sit ve anıt ziyaretleri, müze ziyaretleri, doğayı incelemek, folklor veya sanat amaçlı, destinasyonda yaşayan insanlar ve hayat şekilleri ile bağ kurmak, tecrübe etmek amacıyla yapılan tüm turizm çeşitlerini kapsar."

Kültür turizmi, farklı kültürler arasındaki etkileşimin artırılmasına olanak sağlar. Diğer yandan, destinasyonda yaşayanlar üzerine çok büyük sosyal etkide bulunur. Kültür turizmi, kimlikleri güçlendirmeye, kültürler arası anlayışı geliştirmeye ve bir bölgenin mirasını ve kültürünü korumaya yardımcı olur.

Kültür-turizm ilişkisine bakılacak olursa; eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıklara ait kalıntıların görülmesi amacıyla yapılan seyahatler, araştırma ve inceleme için yapılan geziler kişilerin ufuklarını açmakta ve kültür turizmini oluşturmaktadır. Ayrıca kültür turizminin temelinde başka değişik amaç ve sebepler de yatmaktadır. Tarihi yapıların, eski sanat eserlerinin ve müzelerin ziyaret edilmesi, araştırma ve keşif için yapılan geziler bu kapsamda yer almaktadır. Değişik medeniyetlerden kalma şehirler, köyler, eserler, ilginç folklorik yapı, tabii değerler ile beşeri unsurların oluşturduğu yerleşim alanları, el sanatları, dokumacılık, değişik tarımsal üretim teknikleri vb. turistik talebin oluşmasına farklı oranlarda etki etmektedir (Zengin, 2006).

"Kültürel Miras (Cultural Heritage); insanlık tarihinin başlangıcından bu yana, İnsanın yaratıcılığı ve toplumlararası etkileşimler sonucunda ortaya çıkan kültürel değerlerin birikimidir" şeklinde tanımlanmıştır (Kuyucu & Bulu, 2007).

İstanbul'da kültür, sanatsal üretimin yanında İstanbul halkının sürdürdüğü gündelik yaşantısının önemli mekânları olan kiliselerden camilere ibadet merkezlerini de içermektedir.

İstanbul'da surlar, saraylar, köşkler, kasırlar, sarnıçlar, su kemerleri, çeşmeler, bedestenler, kuleler, meydanlar ve anıtlar gibi turistleri kente çekecek çok sayıda tarihi değerler bulunmaktadır.

İstanbul'un kültür turizmi kapsamında; kültürel miras turizmi, eğlence, festival, yaratıcı, inanç, gastronomi turizmi ele alınmıştır.

10.1.1.1. Kültürel Miras Turizmi

Kültür turizmi bir ülkenin veya bölgenin kültürünü, özellikle de gidilen coğrafi bölgelerdeki insanların yaşam tarzını, yerel halkın tarihlerini, dinlerini, mimarilerini, sanat ve zanaatlarını deneyimlemek ve öğrenmek için yapılan gezi, seyahat ve tatilleri içeren bir turizm türüdür. Turistlerin arkeolojik ve tarihî alanları ziyaretleri veya bazı yerel kültürleri öğrenmek ve deneyimlemek için yaptıkları geziler bu kapsamda değerlendirilebilir.

Kültürel miras turizmi, tarihi mimari eserler, sanatsal açıdan önemli anıtlar ve arkeolojik yapılar ile kısıtlı kültürel miras ve koruma anlayışının yanı sıra modern zamanda yapılan yapıların sosyal toplum tarafından kabul görmesi sonucu oluşan tüm soyut ve somut varlıkların toplamıdır (Aksoy & Ünsal, 2012). Bir diğer tanıma göre Kültürel Miras Turizmi, geçmişteki toplumların ekonomik, sosyal ve politik yönlerini bize tarihi öğretilerle yansıtan kültürel değerleri olarak ifade edilmektedir (Khakzad, Pieters, & Van Balen, 2015).

Kültürel miras kavramı tarihi ve mimarı kalıntılar, anıtlar, müzelerde sunulan sanat gösterileri, felsefe gibi soyut formlar, tarihteki büyük kişi ve olayların ve kutlanması, farklı yaşam tarzları, folklorun oluşturduğu unsurlar, eğitim unsurları, yani görünen bütün yönleriyle gelenek, görenekler, sanat, kendine özgü edebiyat ve miras kavramı içinde değerlendirildiği için çok daha geniş bir yelpazeyi temsil etmektedir (McGettigan & Burns, 2001)

İstanbul, coğrafi konumu ve evrensel öneme sahip köklü bir tarih, arkeoloji ve kültür mirasına sahiptir. Arkeoloji turizmi, ortak kültürel miras hakkında farkındalığı arttırır ve insanları arkeolojik alanları ve tarihi yerleri ziyaret etmeye teşvik eder. Aynı zamanda bu değerli kaynakların tanınmasını, bilinmesini sağlar (Wikipedia, 2021).

Arkeolojik alanlar ve tarihi yerler dünya çapında başlıca turistik yerlerdir. Arkeolojik alanlar kırılgan kaynaklardır ve yetersiz alan yönetimi, alanla ilgili sosyal, tarihi ve ekonomik potansiyelinin bozulmasına ve hatta yok olmasına neden olabilmektedir. Bu risklerin yanında sahip olduğu avantajları arkeopark alanlarının ortaya çıkarılmasıyla ön plana çıkmıştır.

Arkeolojik Parklar (Arkeoparklar)

Arkeolojik alanlar, kentsel dokuları içeren arkeolojik sit niteliğindeki alanlarıdır. Bu alanların, arkeolojik kazıları bittikten sonra "kentsel arkeolojik park" olarak mekânsal düzenlemesi yapılmaktadır. Böylelikle bu alanlar kent içi yaşama başarılı bir şekilde entegre edilmekte ve kentin tarihi katmanlarının kontrollü bir şekilde sergilenmesine imkan tanımaktadır (AUZEF, 2021). Ayrıca bu noktalarda kurulan müzelerde çıkan tarihi eserler kısaca geçmiş sergilenir. Bu parklar aynı zamanda bir park ya da müze olmanın yanı sıra tarihi alanların ve tarihi peyzajların korunmasında da rol almaktadır.

Arkeolojik parkların geliştirilmesi yalnızca açık alandaki antik ve tarihi manzaraları korumakla kalmaz; aynı zamanda yerel mirası teşvik eder, turizmi artırır ve ekonomik büyüme yaratmaktadır. İstanbul'un kentsel dokusunun gelişimi incelendiğinde Roma, Bizans ve Osmanlı olmak üzere üç farklı döneme ilişkin kültürel katmanlarla karşılaşabilmektedir.

İstanbul'un tek arkeopark alanı Küçükyalı Arkeopark alanıdır. Saraçhane Arkeoloji Parkı olarak adlandırılan alan arkeolojik kalıntıları ile park niteliği taşımaktadır. Karamurat Arkeolojik Alanı (Çatalca) yine arkeolojik buluntular içeren bir diğer alandır. En önemli alanlardan bir diğeri olan Yenikapı Arkeopark ve Arkeoloji Müzesi yerleşkesi ise henüz arkeopak alanı olarak kullanılmamaktadır. Haydarpaşa Garı'nda 300 dönümlük arazide 2018 yılından beri devam eden kazı çalışmalarında Klasik Dönem, Helenistik, Bizans, Roma, Osmanlı ile Cumhuriyet Dönemlerine ait kalıntılar elde edilmiştir. Bu alan kente yeni bir arkeolopark alan olarak kazandırılabilir.

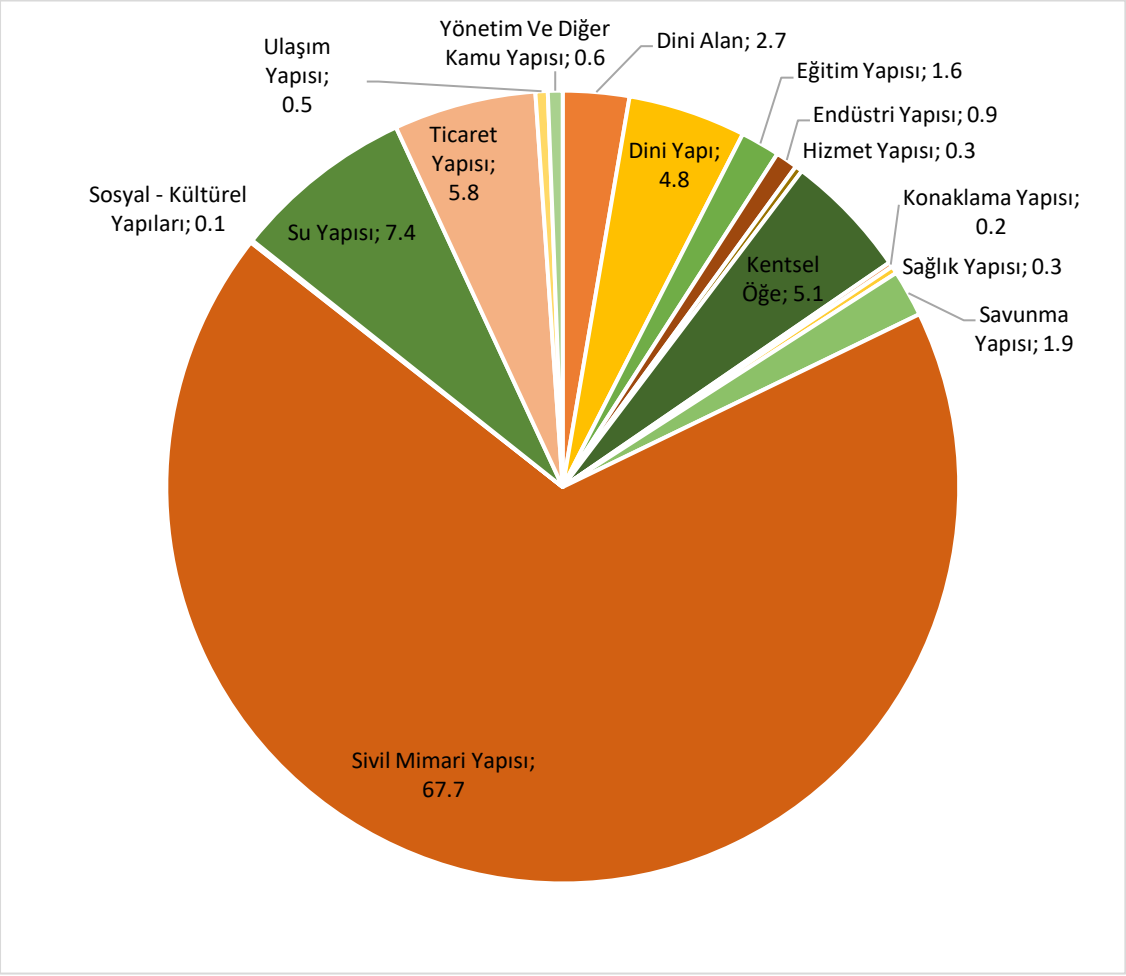
İstanbul'un Kültürel Miras turizmine altlık oluşturan verileri detaylı olarak incelenmiştir.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Planlama Müdürlüğü (31.734 tane) ve Kültürel Miras Koruma Şube Müdürlüğünden (KMKM) alınan kültür varlıkları envanteri verileri (34.850 tane) karşılaştırılarak, İstanbul'daki Kültürel Miras alanları KMKM ana sınıflandırması

kullanılarak 16 ana kategoride ele alınmıştır: Sivil Mimari Yapı, Konaklama Yapısı, Savunma Yapısı, Su Yapısı, Dini Alan, Dini Yapı, Endüstri Yapısı, Ticaret Yapısı, Eğitim Yapısı, Sosyal-Kültürel Yapı, Sağlık Yapısı, Yönetim ve Diğer Kamu Yapısı, Doğa Öğesi, Ulaşım Yapısı, Hizmet Yapısı ve Kentsel Öğe.

Şekil 10-1'de toplam kültürel miras envanterinin alt gruplara göre dağılım yüzdeleri gösterilmektedir. Tablo 10-1'de ise Kültür varlıkları envanteri alt gruplarının ilçelere göre dağılımı gösterilmektedir.

Şekil 10-1. İstanbul'daki Kültürel Miras Değerlerinin Kültür Varlıkları Envanterine Göre Dağılımı



Tablo 10-1. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanteri Alt Gruplarının İlçelere Göre Dağılımı

İlçe Adı	Dini Alan	Dini Yapı	Eğitim Yapısı	Endüstri Yapısı	Hizmet Yapısı	Kentsel Öğe	Konaklama Yapısı	Sağlık Yapısı	Savunma Yapısı	Sivil Mimari Yapısı	Sosyal - Kültürel Yapıları	Su Yapısı	Ticaret Yapısı	Ulaşım Yapısı	Yönetim ve Diğer Kamu Yapısı	Genel Toplam
Adalar	20	38	9	2	7	39	12	3	1	1467	1	42	17	2	7	1667
Arnavutköy	4	5		2	1	8		1	10	24		17	2	4	1	79
Ataşehir						1										1
Avcılar		3		1		14			2	15		13		3		51
Bağcılar		1				1				11		3		1		17
Bahçelievler	1					2				1		6				10
Bakırköy	4	6	5	1	1	13			2	193		9	1	19	3	257
Başakşehir		2		6		8						3		6		25
Bayrampaşa	1		1			4			1	2		6				15
Beşiktaş	17	52	23	7	6	191	8	1	5	1622	6	146	21	8	22	2135
Beykoz	41	39	10	44	4	72		1	5	1092		96	22	19	8	1453
Beylikdüzü						2				3		2		2		9
Beyoğlu	54	182	68	64	17	157	17	20	20	4567	13	243	546	7	44	6019
Büyükçekmece	3	5	1	3		2			2	25		16	10	2	1	70
Çatalca	14	13	1	1	1	12			16	226		26	9	11	1	331
Çekmeköy	3	1				1				2		1				8
Esenler						2				3		8	1			14
Esenyurt		1								2						3
Eyüpsultan	179	168	23	10	4	38			81	503	2	209	11	2	4	1234
Fatih	339	710	277	46	45	771	12	29	282	6053	8	917	1166	15	55	10725
Gaziosmanpaşa						2						10				12
Güngören						1										1
Kadıköy	17	66	23	32	3	57	1	1	2	1238	2	61	46	23	17	1589
Kâğıthane	2	2	2	3	1	4				11		13		2	2	42
Kartal	3	8	1	3		3				82		14	2	3		119
Küçükçekmece	1	3		5		7				6		11	1	3	1	38
Maltepe	1	3	1	1		7				55		5	1	3		77
Pendik	2			1		8				17		1				29
Sancaktepe	2	2				1				2		2				9
Sarıyer	36	54	10	7	2	113	1		11	1441		178	11	15	18	1897
Silivri	8	16	2	10	1	31	1		6	170		32	27	11	2	317
Sultanbeyli		1							1			1				3
Sultangazi												16				16
Şile	12	19	1	2	1	5	9		3	1072		7	1	8	5	1145
Şişli	5	25	20	15	6	18	11	12	2	890	2	19	7	2	8	1042
Tuzla	5	4	2			13	3		1	125		12	10		2	177
Ümraniye		1	3							2		2				8
Üsküdar	123	172	51	24	9	109		6	8	1978		355	30	9	8	2882
Zeytinburnu	27	14	2	17	2	14	1	14	181	14		19	7		3	315
Genel Toplam	**924**	**1616**	**536**	**307**	**111**	**1732**	**76**	**88**	**642**	**22915**	**34**	**2521**	**1949**	**180**	**212**	**33843**

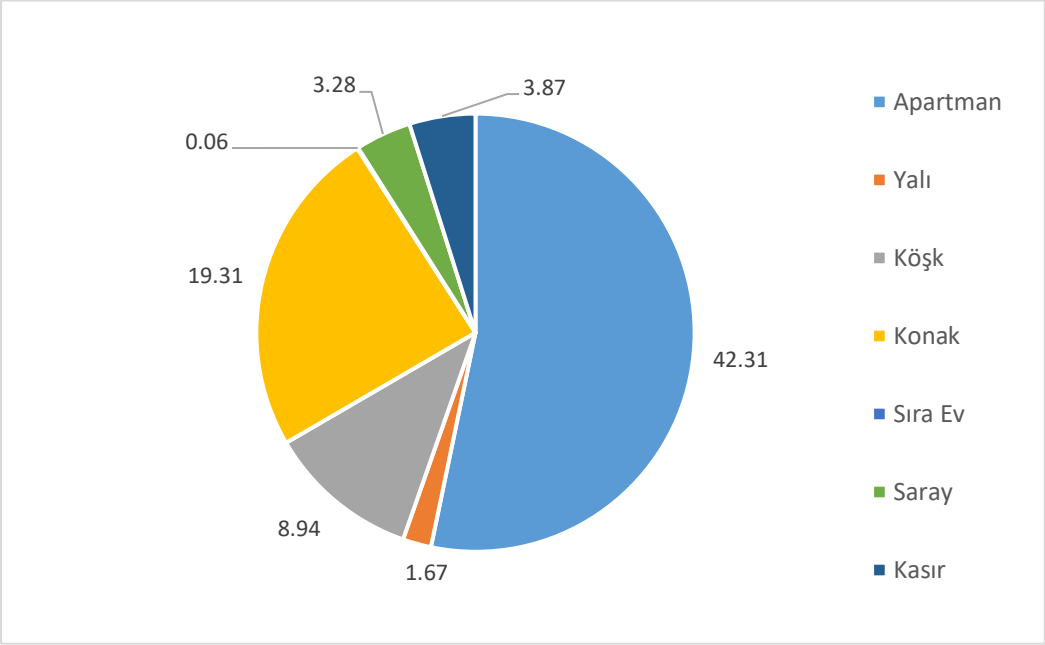
i. Sivil Mimari Yapılar

Kültür varlıkları envanterine göre sivil mimari yapıları arasında yer alan apartman, yalı, köşk, konak, sıra evler, saray, kasır, sahilhane ve sivil mimari yapısı kalıntısı gibi yapılara ilişkin veriler incelenmiştir.

Buna göre yapıların %0,28'ini Akaretler, Fatih ve Beyoğlu'ndaki sıra evler; %3,04'ünü apartmanlar oluşturmaktadır. Yalılar %1,58, köşkler ve konaklar ise toplam %2,11 oranındadır. Yapı adı tespit edilemeyen yapılar "Diğer Sivil Mimari Yapısı" alt kategorisinde yer almaktadır.

Aşağıdaki şekilde Diğer Sivil Mimari Yapıları ve Sivil Mimari Yapı Kalıntıları dışındaki bütün kullanım türlerinin kendi içindeki dağılımları gösterilmiştir.

Şekil 10-2. İstanbul'daki Önemli Sivil Mimari Yapı Gruplarının Dağılımı



Beşiktaş ilçesi Akaretler semtinde bulunan Akaretler Sıraevleri Osmanlı Dönemi mimari stilinin hâkim olduğu sivil mimari örneklerindendir. Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemini temsil eden sivil mimari örneği olarak apartmanlar, günümüzde varlığını çeşitli kullanımlarla devam ettirmektedir. Beyoğlu ilçesi özgün yapısını devam ettiren apartman yapılarıyla pek çok örneği barındırmaktadır. Hacımimi Mahallesinde bulunan ve konut

işlevi ile varlığını sürdüren Doğan Apartmanı; Tomtom Mahallesinde bulunan, günümüzde konut ve Ekvador İstanbul Fahri Konsolosluğu olarak karma kullanım ile işlevini devam ettiren Glavani Apartmanı, Şahkulu Mahallesinde bulunan, konut ve ticaret kullanımında olan Bağdatlıyan Apartmanı Osmanlı Dönemi mimarisinin yaşayan örnekleridir. Gümüşsuyu Mahallesinde bulunan Ankara Palas, konut ticaret ve büro kullanımı ile Cumhuriyet Dönemi sivil mimari örneği olan apartmanlara örnektir. Asmalımescit Mahallesi Meşrutiyet Caddesi üzerinde bulunan ve eski adı Rosolimo Apartmanı olan İstanbul Araştırmaları Enstitüsü günümüzde müze olarak varlığını devam ettirmektedir. Fatih ilçesinde bulunan Tayyare Apartmanları olarak bilinen Harikzedegan Apartmanları günümüzde otel olarak kullanılmaktadır.

İstanbul, imparatorluklar başkenti olması sebebiyle, saraylarla ve köşklerle taçlanmıştır. Topkapı Sarayı, Dolmabahçe Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, Ihlamur Kasrı, Küçüksu Kasrı, Aynalıkavak Kasrı, Maslak Kasırları; söz konusu anıt eserlerin ilk akla gelenlerindendir.

2012 yılında yapılan Turizm Master Planına Yönelik Veri Toplama İşi envanter verilerine göre, İstanbul'da 635 adet kasır, köşk, yalı ve konak bulunduğu tespit edilmiştir. İstanbul'un Sarıyer ilçesinde, Büyükdere Piyasa Caddesi'nde yer alan ve günümüzde Sadberk Hanım Müzesi'nin faaliyet gösterdiği Azaryan Yalısı, Orta Avrupa mimarisinin görüldüğü sivil mimari örneğidir. Sarıyer ilçesi Emirgan Mahallesinde bulunan ve Osmanlı mimarisinin bir örneği olan Şerifler Yalısı'nın Harem bölümü kalıntı haldedir. Yalının Selamlık bölümü ise, vakfın işlevini sürdürdüğü bina olarak kullanılmaktadır. Beşiktaş İlçesi Ortaköy Mahallesinde bulunan ve Osmanlı Neo-klasik dönem mimari stilini yansıtan Esma Sultan Yalısı, günümüzde yeme-içme ve eğlence mekânı olarak varlığını devam ettirmektedir.

İstanbul'da bulunan köşk yapıları, dönemin mimari özelliklerini çoğunlukla taşımaktadır. Müze, okul, ticari amaçlı yapı, sosyal tesis vb. kullanımlar ile varlığını sürdürmektedir. Bu köşklerden 9 adedi günümüzde müze olarak ziyaretçilerin kullanımına açıktır. Müze kullanımındaki köşklerden Şişli İlçesi Türkali Mahallesinde bulunan Ihlamur Kasrı Maiyet Köşkü ve Ihlamur Kasrı Merasim Köşkü, Kadıköy İlçesi Erenköy Mahallesinde bulunan Kazım Karabekir Köşkü, Sarıyer İlçesi Emirgan Mahallesinde bulunan Atlı Köşk bu örneklerdendir. Üsküdar'da bulunan kayıp eser niteliğindeki Hüseyin Avni Paşa Köşkü,

2014 yılında çıkan yangınla fiziki işlevini yitirmiştir. Köşkün müze ve kütüphane kullanımına tahsisiyle yeniden inşası için çalışmalar başlamıştır.

İBB'ye bağlı ve günümüzde sosyal tesis olarak kullanılan kasır ve köşkler; Beykoz ilçesinde Çubuklu sırtlarında yer Hidiv kasrı, Emirgan korusu içerinde yer alan Sarı, Pembe, Beyaz Köşk, Yıldız Parkı içinde yer alan Çadır Köşkü ve Malta Köşkü ve Üsküdar ilçesi Valide bağ korusu içerisinde yer alan Küçük Çamlıca köşkü'dür.

Osmanlı Dönemi sivil mimari örneklerinden saraylar günümüzde müze, otel, okul gibi işlevlerle hizmet vermektedir. Dolmabahçe Sarayı, Tekfur Sarayı, Çırağan Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, İbrahim Paşa Sarayı, Topkapı Sarayı, Çifte Saraylar, Galatasaray Üniversitesi, Kabataş Erkek Lisesi olarak kullanılan Feriye Sarayları bu saraylardan başlıcalarıdır. Üsküdar ilçesi Kandilli Mahallesi'nde bulunan Adile Sultan Sarayı günümüzde yeme-içme ve eğlence mekânı olarak varlığını devam ettirmektedir. Antik dönem ve Bizans kültür dönemi saraylarının bir kısmı ise atıl durumda veya kalıntı olarak işlevini yitirmiş haldedir. Bizans Dönemi kültür mirası olan ve 1600 yıllık geçmişe sahip Boukaleon Sarayı ise restore edilmektedir.

İstanbul Yassıada sınırları içerisinde bulunan Osmanlı Döneminde Anglosakson tarzda inşa edilen Bulwer Şatosu, büyük depremler sonucu zarar görmesinden sonra restore edilmiştir.

Aşağıdaki tabloda T.C. Cumhurbaşkanlığı Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na bağlı saray, köşk ve kasırlar gösterilmektedir.

Tablo 10-2. Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na Bağlı Saray, Köşk ve Kasırlar

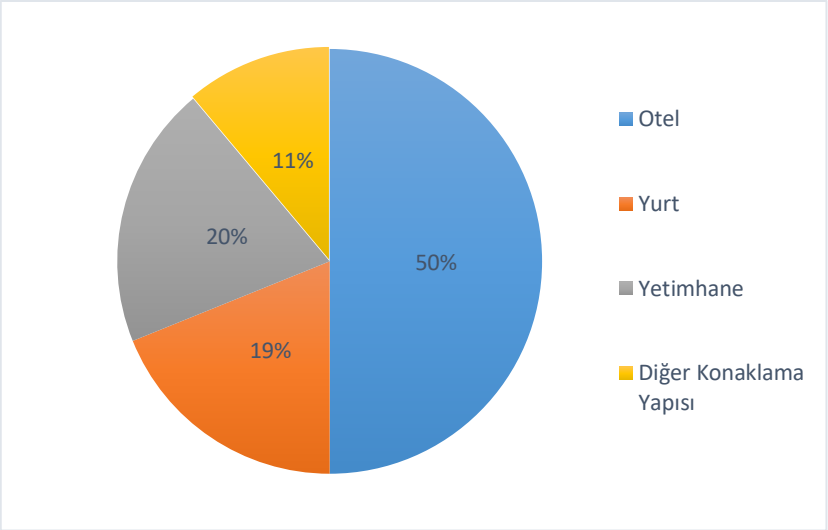
Saray, Kasırlar	Topkapı Sarayı
	Dolmabahçe Sarayı
	Yıldız Sarayı
	Beylerbeyi Sarayı
	Küçüksu Kasrı
	Ihlamur Kasrı
	Beykoz Mecidiye Kasrı
	Aynalıkavak Kasrı
	Maslak Kasrı

Kaynak: https://www.millisaraylar.gov.tr/

ii. Konaklama Yapıları

İstanbul'da bulunan tarihi ve tescilli konaklama yapıları arasında yer alan otel, yurt, yetimhane ve diğer konaklama yapıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Buna göre konaklama yapılarının %50'sinin otel, %19'unun yurt, %20'sinin yetimhane ve %11'inin diğer konaklama yapıları olduğu görülmektedir.

Şekil 10-3. Önemli Konaklama Yapı Gruplarının Dağılımı



İstanbul'da bulunan konaklama yapılarından oteller incelendiğinde; Beyoğlu ilçesinde bulunan tarihi Pera Palas Oteli ve Büyük Londra Oteli ve Büyükada'da bulunan Splendid Otel, Osmanlı kültür dönemi yapıları olarak günümüzde otel olarak işlevini sürdürmektedir.

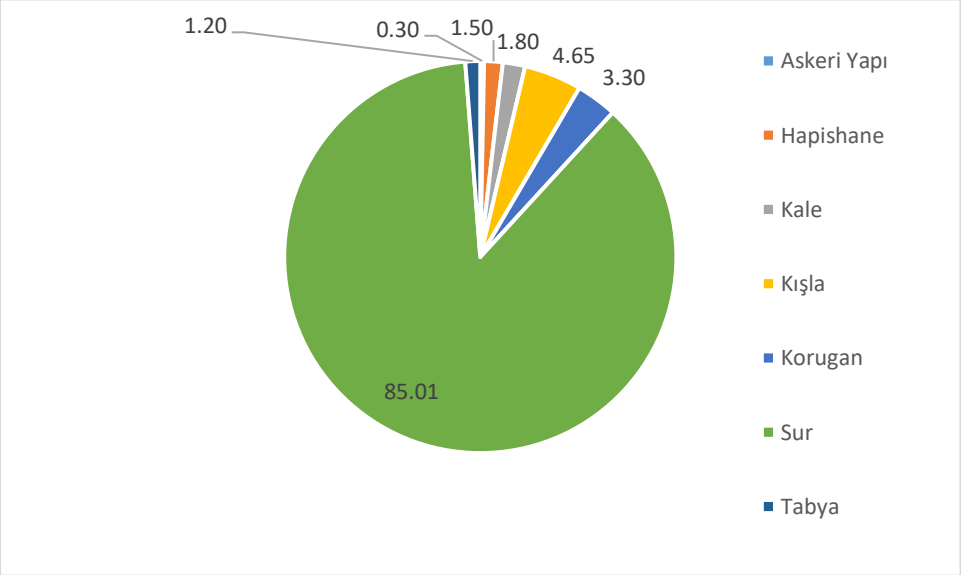
İstanbul'da bulunan ve kültür varlıkları envanterine kayıtlı yurt yapıları incelendiğinde, Fatih ilçesi Süleymaniye'de bulunan Milli Savunma Yurdu, Kalenderhane Mahallesinde bulunan Darü'l Muallim Öğrenci Yurdu ve Beyoğlu ilçesi Asmalı Mescit Mahallesinde bulunan Narmanlı Yurdu örnek olarak verilebilir. Yetimhane yapıları incelendiğinde ise, Beşiktaş İlçesi Bebek Mahallesinde bulunan Fransız Yetimhanesi, Adalar ilçesi Maden Mahallesinde bulunan Büyükada Rum Yetimhanesi ve Heybeliada'da bulunan Panayia (Kamariotissa) Manastırı - Rum Yetimhanesi öne çıkmaktadır. Büyükada'da bulunan Rum Yetimhanesi anıt eser olarak restorasyon sürecindedir.

İstanbul'da Şişli ilçesinde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Darülaceze, mimari dokusu korunarak devam ettirilmekte ve günümüzde işlevini bakımevi olarak sürdürmektedir.

iii. Savunma Yapıları

Kültür varlıkları envanterine göre savunma yapıları arasında kale, sur, kışla, kule vb. yapılar yer almaktadır. İstanbul'da toplam 667 savunma yapısı ve kalıntısı yer almaktadır. Bunların %85,01'ini surlar, %4,65'ini kışlalar oluşturmaktadır. Diğer savunma yapısı grubu ise hisar, burç yapıları vb. kalıntıları içermektedir. Şekilde savunma yapılarından Diğer Savunma Yapısı ve Savunma Yapısı Kalıntısı dışındaki diğer savunma yapılarının kendi içindeki dağılımı gösterilmiştir.

Şekil 10-4. İstanbul'daki Savunma Yapılarının Alt Kategorilere Göre Dağılımı



İstanbul Kara Surları, İstanbul'un çevresinde bulunan, Doğu Roma zamanında yapılmış şehir duvarlarıdır. Tarihi Yarımada'yı içine alan bölgede; Yedikule'den başlayarak, 10.Yıl Caddesi, Prof. Dr. Necmettin Erbakan Caddesi, Beylerbeyi Caddesi'ne paralel şekilde ilerleyerek Ayvansaray'a bağlanan İstanbul Kara Surları; Haliç Hattı'nın güneybatısına konumlanmış, Yavedut Caddesi, Ayvansaray Caddesi ve Kadir Has Caddesi paralelinde bulunan Haliç Surları; Karaköy'de bulunan Galata surları Bizans ve Osmanlı döneminin önemli savunma yapılarıdır. İstanbul'un fethinin sembolleri arasında yer alan tarihi surlar, dünyanın en uzun tarihi eserleri arasında yer almaktadır. Surların uzunluğu 22 km'dir. Haliç surları 5,5 km, kara surları 7,5 km, Marmara surları 9 km'dir. Tarihi surlar kara surları, hendek, dış sur ve iç sur olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır.

Bizans Dönemi'nde Karadeniz'den Marmara Denizi'ne kadar uzanır şekilde inşa edilmiş, Silivri'de bulunan Anastasius Surları büyük tahribatlar sonucu zarar görmüştür. Günümüzde, Silivri'nin sahile yakın bölgesinde farklı mahallelerde Anastasius Surları'nın kalıntıları bulunmaktadır.

İstanbul'un ve Türkiye'nin en eski açık hava müzelerinden birisi olan Yedikule Hisarı ve Zindanları, Sarayburnu'ndan Bakırköy'e uzanan sahil yolu üzerindedir. 413–439 yılları arasında yaptırılan, imparatorların zafer alayları ile şehre giriş yaptığı zamanlarda kullandığı Altın Kapı'nın iki pilonu (anıtsal giriş) ile kara surlarına ait iki kuleye; İstanbul'un fethinin ardından üç kuleli bir surun eklenmesiyle Yedikule Hisarı bugünkü görünümünü almıştır. Bizans'a Karadeniz'den gelen yardımları engellemek amacıyla yapılmış olan Anadolu Hisarı, Rumeli Hisarı'nın tam karşısında Beykoz ilçesinde yer almaktadır.

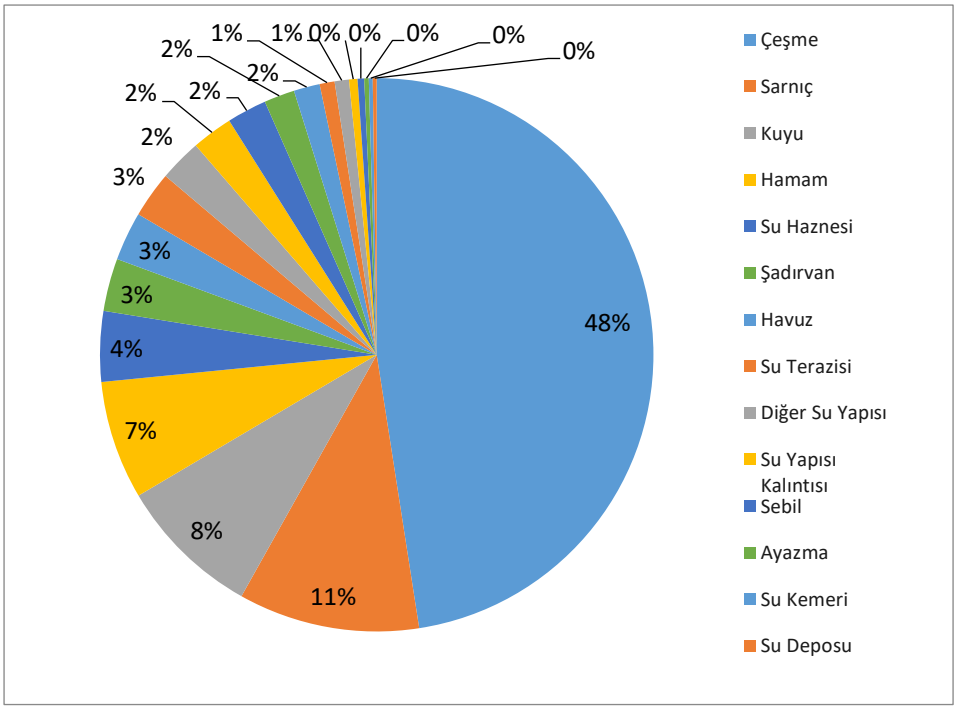
İstanbul'da bulunan kışlalardan Taşkışla, Arnavutköy'de bulunan Askeri Kışla ve Gümüşsuyu Kışlası günümüzde üniversite işlevi ile varlığını sürdürmektedir. Sarıyer ilçesi Tarabya Mahallesinde bulunan kışla, Üsküdar ilçesi Selimiye'de bulunan Selimiye Kışlası, Fatih ilçesinde bulunan Demirkapı Kışlası savunma yapıları olarak anıt eser niteliğindedir.

İstanbul'daki tarihi savunma yapılarının en yoğun olduğu ilçeler sırasıyla, Fatih, Zeytinburnu, Eyüpsultan ve Beyoğlu'dur.

iv. Su Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre su yapıları arasında hamam, çeşme, sebil, maksem, sarnıç, ayazma, kuyu, şadırvan gibi yapılar yer almaktadır. Su yapılarının alt sınıflarının dağılımı incelendiğinde, %48 oranla çeşme yapıları ve %11 oranla sarnıç yapıları öne çıkmaktadır.

Şekil 10-5. İstanbul'daki Su Yapılarının Alt Fonksiyonlara Göre Dağılımı



İstanbul'da bulunan su yapılarının ilçelere göre dağılımı incelendiğinde; Üsküdar, Sarıyer, Fatih, Beyoğlu ilçeleri öne çıkmaktadır.

Osmanlı Dönemi kültürel ve mimari izlerini taşıyan çeşmelerden Üsküdar ve Tarihi Yarımada'da bulunan Sultan III. Ahmet çeşmeleri, Sultanahmet'te bulunan Alman Çeşmesi ve Karaköy'de bulunan Tophane Çeşmesi musluğundan su akan çeşmelerden başlıcalarıdır.

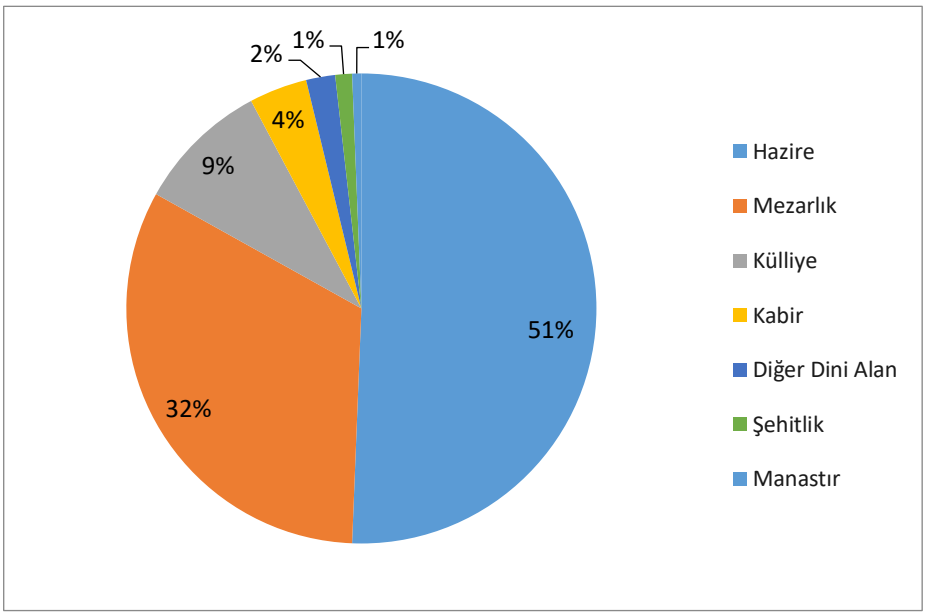
İstanbul'da bulunan hamam yapılarının büyük çoğunluğu, korunarak, kullanılarak veya fonksiyon değiştirerek, Osmanlı Dönemi mimari ve kültür mirası olarak günümüze kadar ulaşmıştır. Tarihi Üsküdar Çinili Hamamı, Fatih ilçesinde bulunan Cağaloğlu Hamamı ve Çemberlitaş Hamamı anıt eser niteliğindeki tarihi hamamlar turistik amaçla yoğun olarak kullanılmaktadır. Fatih ilçesinde bulunan Cibali Ayakapı Hamamı, Cağaloğlu Hamamı, Üsküdar ilçesinde bulunan Çinili Hamam Osmanlı Dönemi'nde inşa edilerek günümüzde hala mevcut işlevini sürdüren hamamlardan başlıcalarıdır. Beşiktaş ilçesi Ortaköy Mahallesinde bulunan Hüsrev Kethuda Hamamı günümüzde yeme-içme ve eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Atıl, harabe, kalıntı veya kayıp eser niteliğindeki hamamlar da mevcuttur.

İstanbul'da bulunan su kemerleri Antik Dönem, Bizans Dönemi ve Osmanlı Dönemi kültür miraslarıdır. Fatih İlçesi Zeyrek Mahallesi'nde bulunan Bozdoğan (Valens) Su Kemeri anıt eser niteliğindedir. Alibeyköy Deresi üzerinde bulunan Mağlova Su Kemeri ve Sultangazi ilçesinde bulunan Güzelce Su Kemeri, Eyüpsultan İlçesi Göktürk Mahallesi'nde bulunan Uzun Kemer ve Eyüpsultan İlçesi Pirinççi Mahallesi'nde bulunan Eğri (Kovuk) Kemer tarihi kemerlerin başlıcalarıdır. Çatalca İlçesi Atatürk Mahallesi'nde bulunan Başhavuz Su Kemeri kalıntı haldedir.

v. Dini Alanlar ve Dini Yapılar

İstanbul'da bulunan dini alanlar türlerine göre hazire, mezarlık, külliye, kabir, şehitlik, manastır ve diğer dini alanlar olarak sınıflandırılmıştır. Dini alanların türlerine göre dağılımına bakıldığında, %51 oranı ile hazire ve %32 oranı ile mezarlık alanları öne çıkmaktadır.

Şekil 10-6. İstanbul'daki Dini Alanların Alt Fonksiyonlara Göre Dağılımı



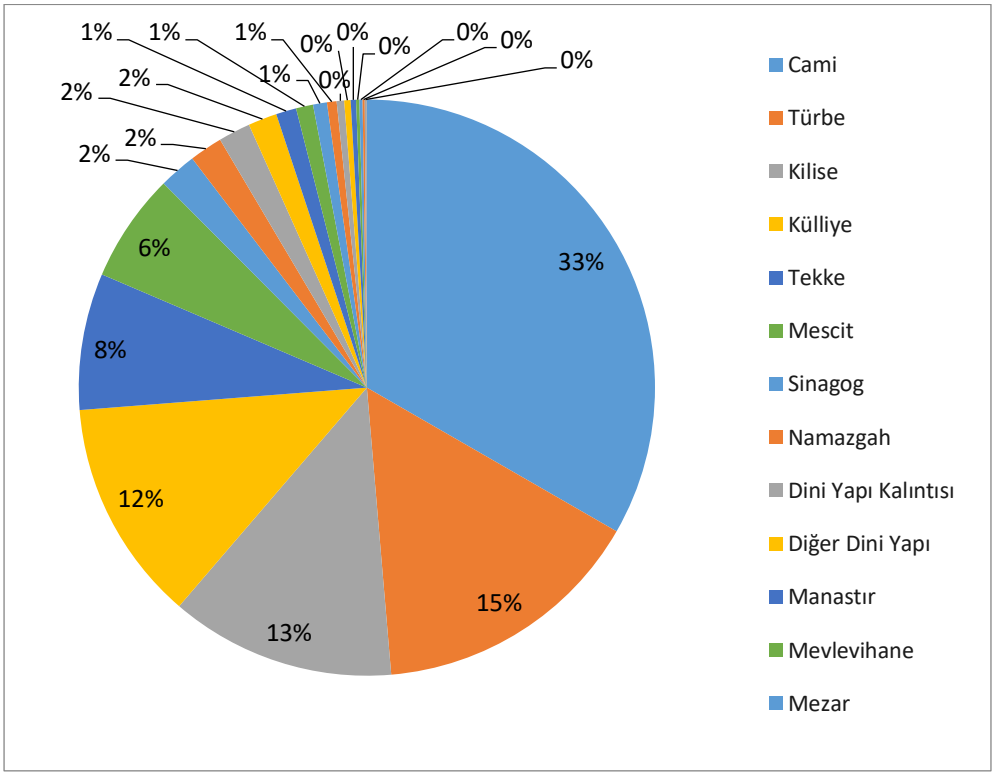
İstanbul'da bulunan 490 adet hazirenin 3 adedi atıl, boş ve işlevsiz durumdadır. Mevcut işlevini yitirerek; otopark, park, cami ek yapısı, ticaret yapısı gibi işlevler ile fonksiyon değiştirmiş hazireler de mevcuttur.

Mezarlık alanları Müslüman, Hıristiyan, Musevi mezarlıkları, Şehitlik anıtları ve özel niteliği olan mezarlıklar olarak sınıflanmaktadır.

Fatih ilçesi Molla Gürani Mahallesinde bulunan Murad Paşa Külliyesi, Haseki Sultan Mahallesinde bulunan Haseki Sultan Külliyesi, Sümbül Efendi Mahallesinde bulunan Sümbül Efendi Külliyesi, Üsküdar ilçesinde bulunan Aziz Mahmut Hüdayi Külliyesi tarihi kültürel envantere kayıtlı külliyelerin başlıcalarıdır.

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre dini yapılar arasında cami, kilise, sinagog, manastır, türbe, mezar, tekke, zaviye, muvakkithane, namazgâh, patrikhane, mevlevihane, mescit vb. yapılar, kültür varlıkları envanterindeki dini yapıların alt kategorileridir.

Şekil 10-7. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanterindeki Dini Yapıların Türlerine Göre Dağılımı



İstanbul'da Ortaçağ, Bizans, Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi'nden günümüze kadar ulaşan 556 adet cami yapısı mevcuttur. Pek çoğu Osmanlı Döneminin mimari stil özelliklerini taşısa da farklı mimari tarzlarda (barok, rokoko, paleolog devir vb.) inşa edilen yapılardan dönüşerek mevcut işlevini kazanan camiler mevcuttur. Atıl veya harabe durumda olan ya da restore edilmekte olan camiler de bulunmaktadır. Fatih İlçesi Balat Mahallesinde bulunan Fethiye Camii müze ve cami olmak üzere birlikte kullanımdadır.

Topkapı Sarayı Sofa Camii ve Fatih İmrahor Camii müze kullanımındadır. Şişli Camii, Firuzağa Camii, Sokullu Mehmet Paşa Camii, Nuru Osmaniye Camii Osmanlı Dönemi'ne ait anıt eser niteliğindeki camilerin başlıcalarıdır.

Beyoğlu ilçesinde bulunan Anglikan Kilisesi ve St. Antuan Kilisesi, Sarıyer ilçesinde bulunan Yaver Paşa (Ermeni) Katolik Kilisesi ve Fatih ilçesinde bulunan Sveti Stefan Bulgar Kilisesi Neo-Gotik tarzda inşa edilmiş yapılardır. Fatih ilçesinde bulunan Balina Panavia Rum Kilisesi, Eğrikapı Panagia Suda Rum Ortodoks Kilisesi ve Meşrutası, Edirne Kapı Hagios Georgios Kilisesi ve Meşrutası ve Ayiavlaherna Ayazmasında Osmanlı Dönemi mimari stili hâkimdir. Kiliselerin birçoğu aktiftir ve ziyarete açıktır. Bir kısmı ise kalıntı, atıl ve boş durumdadır. Silivri'de bulunan Aziz Dimitrios Kilisesi ve Silivri İlçesi Ortaköy Mahallesi'nde bulunan kilise cami olarak kullanılmaktadır. Ayasofya Camii de Osmanlı-Bizans Dönemi'ne ait bir anıt eser olarak Ayasofya Kilisesi iken, günümüzde cami işlevi ile ziyarete açık durumdadır. Fatih İlçesi Cankurtaran Mahallesi'nde bulunan Aya İrini Kilisesi müze olarak kullanılmaktadır.

İstanbul'da bulunan kiliseler mezhep sınıflarına göre kategorize edildiğinde, Ortodoks ve Apostolik inancına ait kiliselerin sayıca öne çıktığı görülmektedir. Kiliselerin en fazla sayıda olduğu ilçeler sırasıyla Fatih, Adalar, Üsküdar, Beyoğlu, Beşiktaş ve Şişli'dir.

İstanbul'da bulunan tekkeler çoğunlukla Fatih, Üsküdar ve Eyüpsultan ilçelerinde bulunmaktadır. Üsküdar ilçesi Beylerbeyi mahallesinde bulunan tekke, günümüzde vakfa ait aşevi olarak kullanılmaktadır. Fatih ilçesinde bulunan Sinan Erdebili Tekkesi vakıf olarak; Sofular Tekkesi ve Sokullu Mehmet Paşa Tekkesi Kuran Kursu olarak; Kadir Tekkesi ise İslami İlimler Araştırma Enstitüsü olarak kullanılmaktadır. Türbe cami, okul bahçesi olarak fonksiyon değiştirilerek kullanılan ya da günümüzde kalıntı ve harabe durumda olan tekkeler de mevcuttur.

İstanbul'da bulunan 35 adet sinagogun en fazla olduğu ilçeler Fatih Üsküdar, Beyoğlu, Beşiktaş ve Adalar'dır. Beyoğlu ilçesinde bulunan İtalyan Sinagogu, Cumhuriyet Dönemi'nde gotik tarzda inşa edilen bir eserdir. Beyoğlu ilçesinde bulunan Zülfaris Sinagogu müze olarak, Terziler Sinagogu ise sanat galerisi olarak ziyarete açıktır.

İstanbul'da bulunan kültür varlıkları envanterindeki dini yapıların ilçelere göre dağılımı incelendiğinde Fatih, Beyoğlu, Üsküdar ve Eyüpsultan ilçelerinin öne çıktığı görülmektedir.

vi. Endüstri Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre endüstri yapıları arasında fabrika, tersane, değirmen, yoğurthane, atölye, gazhane, taş ambarları, elektrik santralleri, basmane, darphane gibi yapılar yer almaktadır. İstanbul'da yer alan başlıca tarihi fabrika yapılarının günümüzdeki kullanımları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 10-3. Başlıca Tarihi Fabrika Yapılarının Günümüzdeki Kullanımı

Fabrika Yapısı Adı	Günümüzdeki Kullanım
Şişli Bomonti Bira Fabrikası	Otel
Küçükçekmece Eski Kibrit Fabrikası	Kültür-Sanat Merkezi
Beşiktaş Cihannüma Nobel İlaç Fabrikası	Boş
Sarıyer Baltalimanı Nişasta Fabrikası	Kalıntı
Beyoğlu Tophane-i Amire	Kültür-Sanat Merkezi
Eyüpsultan Nişancı Feshane Binası	Kültür-Sanat Merkezi
Beyoğlu Tuz Ambarı	Boş
Eyüpsultan Nişancı Ateş Tuğla Fabrikası	Bilinmiyor
Fatih Cibali Tütün Fabrikası	Kadir Has Üniversitesi
Beykoz Göksu Mesiresi Halat Fabrikası	Kullanılmıyor
Beşiktaş Yıldız Çini Fabrika-i Hümayunu	Fabrika
Beykoz Hamidiye Kâğıt Fabrikası	Boş
Beykoz Kışlası Kâğıthane ve Çuha Fabrikası	Atıl
Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası	Etkinlik Alanı

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

İstanbul'da bulunan gazhane yapılarından Kadıköy İlçesi Hasanpaşa Mahallesinde bulunan Kadıköy Gazhanesi restore edilerek müze ve ziyarete açık duruma getirilmiştir. Fatih ilçesinde bulunan Yedikule Gazhanesi ise restore edilmektedir. Üsküdar İlçesi Kuzguncuk Mahallesinde bulunan Kuzguncuk Gazhanesi ve Şişli ilçesinde bulunan Dolmabahçe Gazhanesi atıl durumdadır.

Kadıköy İlçesi Caferağa Mahallesinde bulunan eski hal binası günümüzde Haldun Taner Sahnesi; Beyoğlu ilçesi Sütlüce Mahallesinde bulunan eski Mezbaha yapısı günümüzde Haliç Kongre Merkezi olarak işlevini sürdürmektedir.

Fatih ilçesi Cankurtaran'da Topkapı Sarayı avlusunda bulunan Darphane-i Amire adı ile bilinen tarihi darphane yapısı anıt eser tescillidir. Ek yapıları ile beraber sayısı 15 adettir.

Dönemin yönetim ve kamu yapısı olarak hizmet vermiş olan ve geçmişte İstanbul Müzesi ve Toplumsal Tarih Merkezi kurulması amacıyla Tarih Vakfının sorumluluğunda olan eser, günümüzde adli süreçlerden dolayı işlevsiz olarak varlığını sürdürmektedir.

Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen ve Rasathane-i Amire adıyla rasathane olarak kamu yapısı işleviyle hizmet veren yapısı günümüzde Boğaziçi Üniversitesine bağlı olarak Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü adıyla hizmet vermektedir.

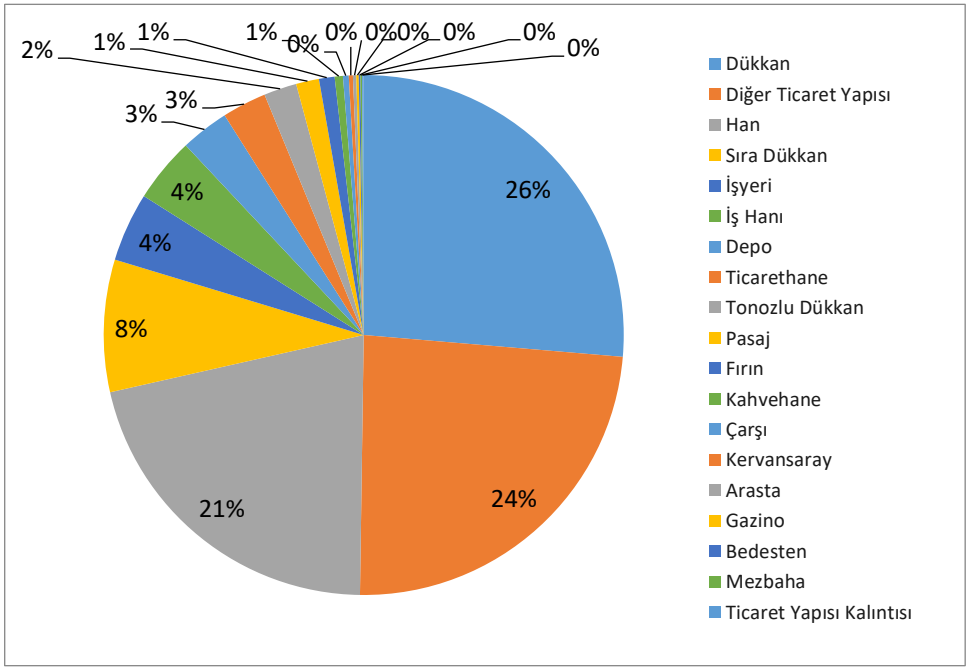
Feshane, Santral İstanbul, Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası, Bomonti Bira Fabrikası ve Paşabahçe Şişe Cam Fabrikası kentin simge özelliği taşıyan endüstri yapılarındandır.

İstanbul'da bulunan, kültür varlıkları envanterindeki sanayi yapılarının ilçelere göre dağılımı incelendiğinde; Beyoğlu, Fatih, Beykoz, Kadıköy ve Üsküdar ilçeleri öne çıkmaktadır.

vii. Ticaret Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre ticaret yapıları arasında kervansaray, han, arasta, bedesten, çarşı, iş hanı, vb. yapılar yer almaktadır. Ticaret yapılarının alt kategorilere göre dağılımı incelendiğinde, %26 oran ile dükkânlar, %21oran ile hanlar ve %8 oran ile sıra dükkânlar öne çıkmaktadır.

Şekil 10-8. İstanbul'daki Kültür Varlıkları Envanteri Ticaret Yapıları



İstanbul'da bulunan kültür varlıkları envanterindeki ticaret yapılarının ilçelere göre dağılımına bakıldığında, Fatih ve Beyoğlu ilçelerinin öne çıktığı görülmektedir.

Kapalıçarşı, Beyazıt, Nuruosmaniye ve Mercan semtlerinin ortasında yer alan dünyanın en büyük çarşısı ve en eski kapalı çarşılarından biridir. Kapalıçarşı'da yaklaşık 4.000 dükkân bulunmaktadır. Kapalıçarşı sıklıkla dünyanın ilk alışveriş merkezi olarak anılır.

İstanbul'un en eski kapalı çarşılarından ve Fatih ilçesi Eminönü semtinde yer alan Mısır Çarşısı, aslında Yeni Cami'nin yapılışı sırasında bu camiye gelir getirmek amacıyla inşa ettirilmiştir. Tahmis Kapısı (Balıkpazarı Kapısı), Haseki Kapısı (Bahçe Kapı), Çiçekpazarı Kapısı, Yenicami Kapısı, Tahtakale'ye açılan Ketenciler Kapısı ve Eminönü Kapısı olmak üzere 6 kapıya sahip olan çarşıda 86 dükkân yer almaktadır.

İstanbul'da bulunan han yapıları arasında Ortaçağ, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi eserleridir. Beyoğlu İlçesi Karaköy semtinde bulunan Podesta Binası - Ceneviz Ticaret Sarayı (Ceneviz Temsilciliği Konağı) diğer adıyla Bereket Han olarak bilinen yapı, günümüzde müze olarak kullanılmaktadır. Ortaçağ mimarisi stili hakimdir. Fatih ilçesinde bulunan Eirene Kulesi kalıntılarının bulunduğu ve Ortaçağ mimarisinden izler taşıyan Sağır Han, kalıntı haldedir. Fatih ilçesinde bulunan Abud Efendi Hanı, Hasan Paşa Han'ı, Küçük Yeni Han Osmanlı kültür dönemini yansıtır ve günümüzde işlevini sürdürmektedir. Fatih ilçesinde bulunan Koruma Kurulu Hanı, Cumhuriyet Dönemi yapısıdır ve günümüzde iş hanı olarak işlevini sürdürmektedir.

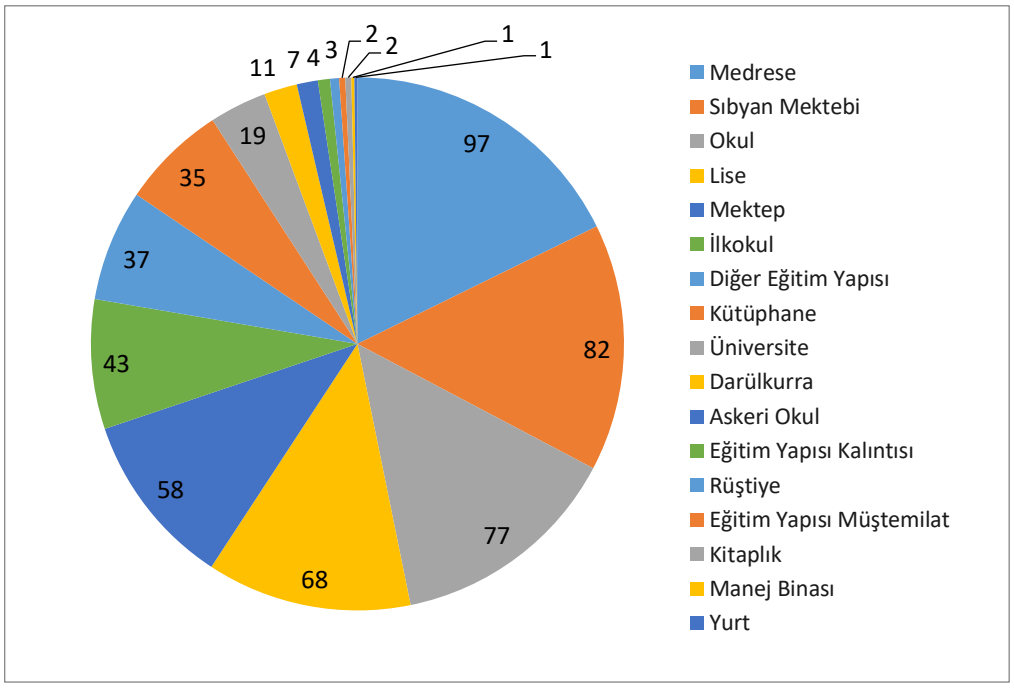
Fatih ilçesinde bulunan Sultanahmet Arastası ve Süleymaniye Camii altındaki dükkânlar Osmanlı kültür dönemi arastalarının başlıca örnekleridir.

Tarihi kervansaray yapıları günümüzde çeşitli işlevler ile varlığını sürdürmektedir. Beyoğlu ilçesinde bulunan ve Kurşunlu Han olarak bilinen Rüstem Paşa Hanı Osmanlı kültür dönemi mirası olarak iş yerleri ve atölyeler barındıran bir kervansaray örneğidir.

viii. Eğitim Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre eğitim yapıları arasında medreseler, sıbyan mektepleri, okullar (liseler, ilkokullar, üniversiteler), kütüphaneler, askeri okullar ve rüştiyeler vd. yer almaktadır.

Şekil 10-9. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Eğitim Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı



Beşiktaş ilçesinde bulunan günümüzdeki Kaymakamlık yapısı, resmi yapı tescilli askeri okul yapısıdır. Şişli ilçesi Harbiye'de bulunan anıt eser tescilli askeri okul yapısı ise günümüzde müze işlevi ile ziyarete açık durumdadır.

Fatih ilçesinde bulunan Tetümme Medresesi ve İstanbul Lisesi, Bizans Dönemi yer altı sarnıç kalıntılarını içeren, Osmanlı Dönemi'nde inşa edilmiş tarihi yapılardır. Cağaloğlu semtinde bulunan eski Duyunu Umumiye (Osmanlı Devleti Genel Borçlar Kurumu) binası, günümüzde İstanbul Erkek Lisesi adıyla eğitim faaliyetine devam etmektedir.

Fatih ilçesinde bulunan İbrahim Paşa Sübyan Mektebi İstanbul Eğitim ve Araştırma Hastanesi alanının sınırları içerisinde; Yavuz Sultan Selim Medresesi Medipol Üniversitesi Hastanesi sınırları içerisinde ek yapılar olarak yer almaktadır. Osmanlı kültür dönemine ait anıt eserlerdir.

Fatih İlçesi Süleymaniye semtinde bulunan ve Eski Devlet Arşivleri B Bloğu olarak bilinen Keçecizade Fuat Paşa Konağı günümüzde İstanbul Üniversitesi'ne ait ek yapı olarak kullanılan Osmanlı Dönemi'ne ait bir sivil mimari örneğidir.

Resmi yapı tescilli olarak; Şişli ilçesinde bulunan Saint Michel Fransız Lisesi, Kadıköy ilçesinde bulunan Saint Joseph Lisesi, Beyoğlu'nda bulunan Saint Benoit Lisesi ve Galatasaray Lisesi (Mekteb-i Sultani) Osmanlı kültür dönemini yansıtır ve günümüzde lise olarak işlevlerini sürdürmektedir.

Osmanlı Dönemi tarihi eğitim yapılarından, Fatih ilçesinde bulunan Amcazade Hüseyin Paşa Külliyesi ve Medresesi, Ayasofya Külliyesi Sıbyan Mektebi, Beyazıt Medresesi, Gazanfer Ağa Medresesi ve Şişli ilçesinde bulunan Mekteb-i Harbiye (Harbiye Askeri Okulu) günümüzde ziyarete açık şekilde müze olarak kullanılmaktadır.

İstanbul'da bulunan kültür varlıkları envanterindeki tarihi kütüphane yapıları, günümüzde işlevlerini cami, ticaret, müze vb. farklı fonksiyonlar ile sürdürmektedir. Fatih ilçesinde bulunan Esat Efendi Kütüphanesi yapısı günümüzde ticaret, Topkapı Sarayı III. Ahmed Kütüphanesi yapısı günümüzde müze, Şeyhülislam Mirzade Camiindeki Kütüphane günümüzde cami işlevi ile kullanılmaktadır. Üsküdar ilçesi Beylerbeyi'nde bulunan Mahmud II Mektebi-Muvakkkithane/Sabancı Dini Eserler Kütüphanesi, Fatih ilçesi Balat'ta bulunan Murat Molla Külliyesi (Molla Murat Kütüphanesi ve Tekkesi), Atıf Efendi Kütüphanesi ve birimleri, Ragıp Paşa Külliyesi Kütüphanesi günümüzde kütüphane olarak işlevini sürdürmektedir.

İstanbul'da bulunan eğitim yapılarından günümüzde müze olarak işlevini sürdüren eserler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

İstanbul'daki kültür envanterindeki eğitim yapılarının ilçelere göre dağılımı incelendiğinde Fatih, Beyoğlu, Üsküdar ve Beşiktaş ilçelerinin öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 10-4. İstanbul'da Bulunan Müze İşlevli Kültür Varlıkları Envanterindeki Eğitim Yapıları ve Günümüzdeki İşlevleri

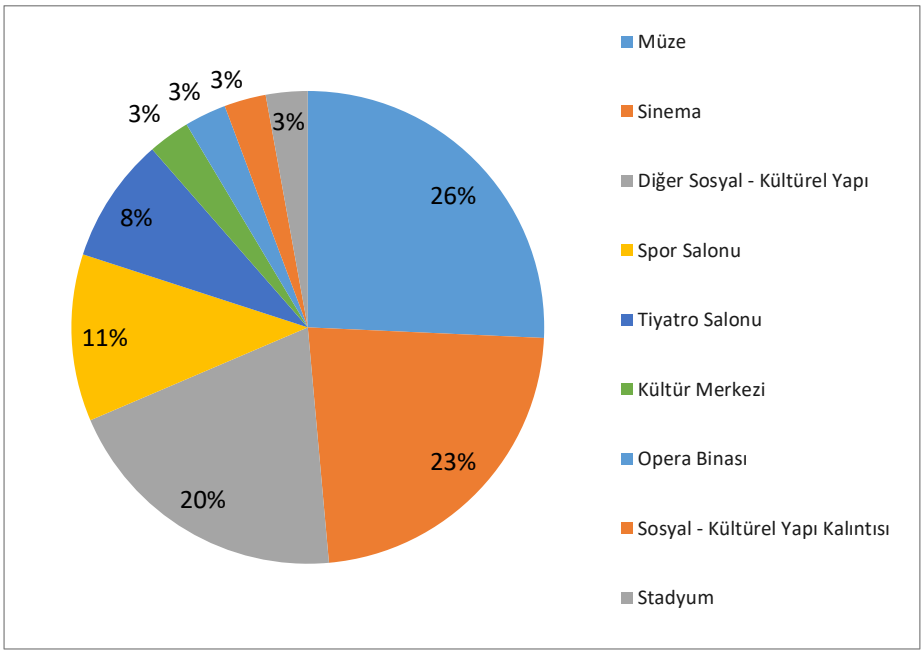
İlçe	Eser Adı	Tescil Türü	Alt Fonksiyon	Günümüzdeki İşlevi
Fatih	Amcazade Hüseyin Paşa Külliyesi	Anıt Eser	Medrese	Müze
Fatih	Marmara Üniversitesi Rektörlük Binası	Anıt Eser	Üniversite	Müze
Fatih	Amcazade Hüseyin Paşa Medresesi	Anıt Eser	Medrese	Müze
Fatih	Ayasofya Külliyesi Sıbyan Mektebi	Anıt Eser	Mekteb	Müze
Fatih	Beyazıt Medresesi	Anıt Eser	Medrese	Müze
Fatih	Gazanfer Ağa Medresesi	Anıt Eser	Medrese	Müze
Şişli	Mektebi Hayriye	Anıt Eser	Askeri Okul	Müze

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

ix. Sosyal-Kültürel Yapılar

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre sosyo-kültürel yapıları arasında müze, tiyatro, sinema, spor yapıları, kültür merkezi, opera yapısı vb. yapılar yer almaktadır. Sosyal-kültürel yapıların alt kategorilere göre dağılımı incelendiğinde; %26 oran ile müzeler, %23 oran ile sinemalar öne çıkmaktadır.

Şekil 10-10. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Sosyal-Kültürel Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı



İstanbul'da bulunan tarihi sosyal-kültürel yapıların büyük çoğunluğu Beyoğlu, Fatih ve Beşiktaş ilçelerinde yer almaktadır.

Tablo 10-5. Müzeler ve Bağlı Bulundukları Kurumlar

Bağlı bulunduğu Kurum	Müze Adı
İstanbul İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü' ne Bağlı Müzeler	Arkeoloji Müzeleri
	Eski Şark Eserleri Müzesi
	Çinili Köşk
	İstanbul Havalimanı Müzesi
	Depo Müze
	Ayasofya Tarihi Müzesi
	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi
	Fethiye Müzesi
	Galata Kulesi
	Kız Kulesi
	Galata Mevlevihanesi Müzesi
	Mehmet Akif Ersoy Hatıra Evi
	Rumeli Hisarı
	Türk ve İslam Eserleri Müzesi
	Adam Mickiewicz Müzesi
	Hafıza 15 Temmuz
	İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi
İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'na Bağlı Müzeler	Yerebatan Sarnıcı
	Tanzimat Müzesi
	Miniatürk Müzesi
	Kont Szechenyi İtfaiye Müzesi
	Atatürk Müzesi
	İstanbul Su Medeniyetleri Müzesi
	Tekfur Sarayı Çini Müzesi
	Şehir Müzesi (Depo)
Üniversitelere Bağlı Müzeler	İstanbul Üniversitesi Rıdvan Çelikel Arkeoloji Müzesi
	İstanbul Üniversitesi Beyazıt Kulesi Anıt Müzesi
	II. Bayezid Türk Hamam Kültürü Müzesi
	İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Jeoloji Müzesi

	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Resim ve Heykel Müzesi
	İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Tarihi Müzesi
	Marmara Üniversitesi Cumhuriyet Müzesi
	İstanbul Üniversitesi Türk Eczacılık Tarihi İhtisas Müzesi
Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü'ne Bağlı Müzeler	İstanbul Sinema Müzesi
Kültür ve Turizm Bakanlığı Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne Bağlı Müzeler	Akaretler Mustafa Kemal 2010 Müzesi
	Türk İnşaat ve Sanat Eserleri Müzesi
	Türk Vakıf Hat Sanatları Müzesi
	Halı Müzesi (İstanbul)
	Kilim ve Düz Dokuma Yaygılar Müzesi
Milli Saraylar İdaresi Başkanlığı'na Bağlı Müzeler	Resim Müzesi
	Beykoz Cam ve Billur Müzesi
	İslam Medeniyetleri Müzesi
	Aynalıkavak Mûsikî Müzesi
	Saray Koleksiyonları Müzesi
	Dolmabahçe Saat Müzesi

Kaynak: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276859/muzelerimiz.html

Tablo 10-6. Özel Müzeler

Adalar Müzesi
500. Yıl Vakfı Türk Musevileri Müzesi
Ayşe ve Ercüment Kalmık Müzesi
Arnavutköy Yerel Tarih Müzesi
Basın Müzesi
Çatalca Mübadele Müzesi
Delta Teknoloji Müzesi
Çikolata Müzesi
Darüşşafaka Müzesi
Doğa Bilim Müzesi
Florya Model Uçak Müzesi
Haluk Perk Müzesi
Hanım Sultanlar Müzesi
Hilye-i Şerif ve Tesbih Müzesi
Hisart Canlı Tarih Müzesi
Intercity Otomobil Müzesi
İstanbul PTT Müzesi
İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği Müzesi
İstanbul Lale Vakfı Müzesi
İstanbul Modern Sanat Müzesi
Türkiye İş Bankası Müzesi
Kazım Karabekir Paşa Müzesi
Madame Tussauds Balmumu Müzesi
Masumiyet Müzesi
Okçular Tekkesi Müzesi
Orhan Kemal Müzesi
Osmanlı Bankası Müzesi
Özel Beşiktaş Jimnastik Kulübü Müzesi
Pera Palas Atatürk Müzesi
Rahmi M. Koç Sanayi Müzesi
Rezan Has Haliç Kültürleri Müzesi
Sadberk Hanım Müzesi
Sait Faik Abasıyanık Müzesi
Sakıp Sabancı Müzesi
Santral İstanbul Enerji ve Çağdaş Sanatlar Müzesi
Pera Müzesi
İstanbul Oyuncak Müzesi
Türker İnanoğlu Vakfı Sinema Tiyatro Müzesi
T.C.D.D. İstanbul Demir Yolu Müzesi
Yahya Kemal Beyatlı Müzesi
Yapı Kredi Müzesi

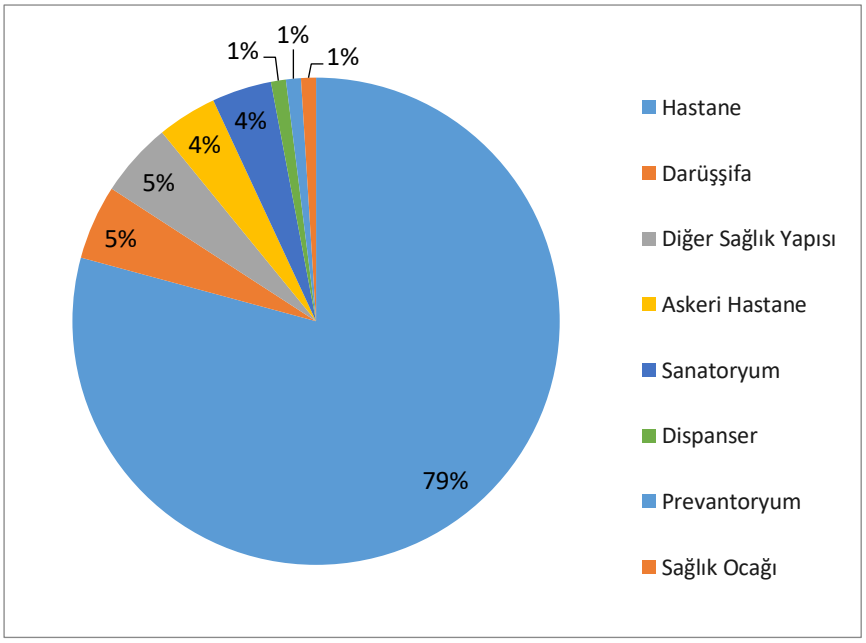
Aydınlatma Isıtma ve Çeşitli Koleksiyonlar Müzesi
İllüzyon Müzesi
Demokrasi ve Özgürlükler Adası Müze Kompleksi
İstanbul Ekslibris Müzesi
Masal Müzesi
İstanbul Su Müzesi
Galatasaray Stadyum Müzesi
Nostalji Müzesi
Hilmi Nakipoğlu Kamera Müzesi
İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi
İllüzyon Müzesi Anadolu
Diş Sağlığı Müzesi
Ara Güler Müzesi
Dr. Özgür AKIN İstanbul Robot Müzesi
Zeyrek Çinili Hamam Müzesi

Kaynak: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276864/ozel-muzeler.html

x. Sağlık Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre sağlık yapıları arasında darüşşifa, bimarhane, hastane, dispanser, sağlık ocağı vb. yapılar yer almaktadır.

Şekil 10-11. İstanbul Kültür Envanterindeki Sağlık Yapılarının Türlerine Göre Dağılımı



Tarihi yapı niteliğindeki hastaneler, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi'nde inşa edilmiştir. Fatih ilçesinde bulunan İstanbul Üniversitesi Çapa Tıp Fakültesi Hastanesi ve

Cerrahpaşa Hastanesi sivil mimari örneği olarak tescillenmiştir. Anıt eser niteliğinde tescil edilen hastanelerden Or-ahayim Musevi Hastanesi, Fatih Deri ve Zührevi Hastalıkları Hastanesi, Vakıf Gureba Hastanesi olarak bilinen Gureba-i Müslim Hastanesi günümüzde hastane olarak faaliyet göstermektedir. Gülhane Askeri Tıp Akademisi olarak bilinen Gülhane Hastanesi ise müzeye dönüştürülmek üzere restore edilmektedir. Üsküdar ilçesinde bulunan Zeynep Kamil Hastanesi rokoko mimari stili ile Osmanlı Dönemi'nde inşa edilmiş bir eserdir. Arnavutköy ilçesi Hadımköy'de bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilmiş olan hastane yapısı, günümüzde askeri hastane olarak kullanılmaktadır.

Fatih İlçesi'nde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Haseki Sultan Darüşşifası, günümüzde Diyanet İşleri Başkanlığı İstanbul Haseki Eğitim Merkezine ait olarak eğitim ve idare binası işlevi ile kullanılmaktadır. Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Süleymaniye Külliyesi Bimarhanesi, İbni Haldun Üniversitesine bağlı Medeniyetler İttifakı Enstitüsü, İslami İlimler Fakültesi, İslami İlimler Enstitüsü, Süleymaniye İlim ve Araştırma Merkezi kullanmaktadır.

Beyoğlu ilçesinde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen tarihi Gümüşsuyu Askeri Hastanesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Şişli Hamidiye Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Gümüşsuyu Ek Binası olarak hizmet vermektedir.

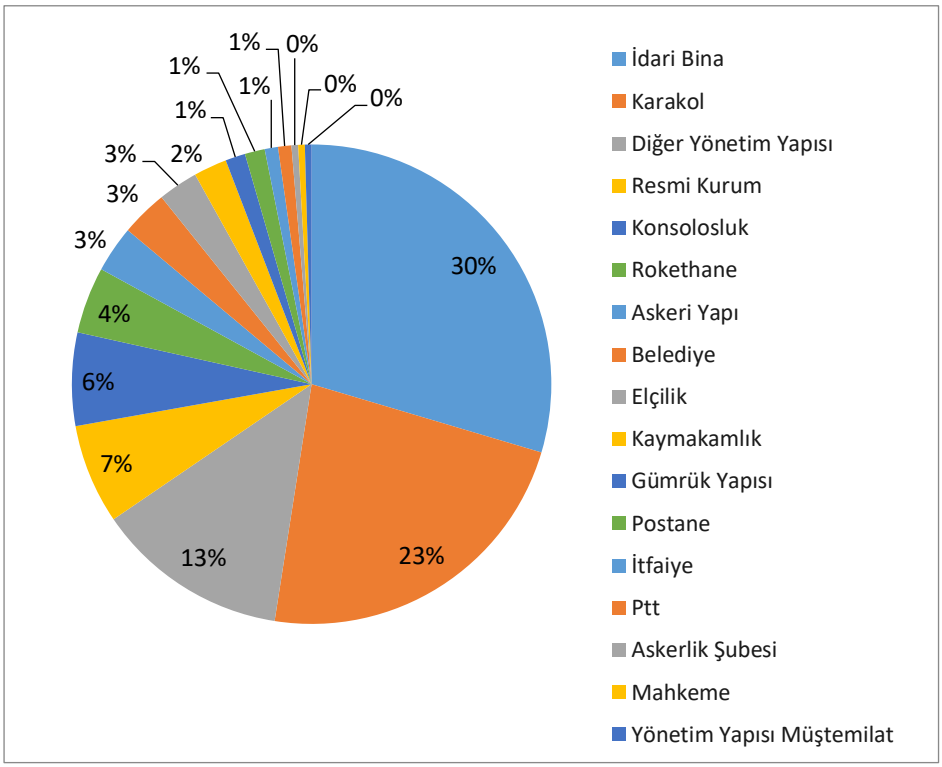
Fatih ilçesinde bulunan, Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen ve anıt eser niteliğinde tescil edilen Sultanahmet Dispanseri, günümüzde Valide Sultan Vakıf Gureba Eğitim ve Araştırma Hastanesi Sultanahmet Semt Polikliniği olarak kullanılmaktadır.

İstanbul'da bulunan kültür envanterindeki sağlık yapılarının ilçelere göre dağılımı incelendiğinde Fatih, Zeytinburnu ve Beyoğlu ilçeleri öne çıkmaktadır.

xi. Yönetim ve Diğer Kamu Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre yönetim ve diğer kamu yapıları arasında konsolosluk, elçilik, hükümet konağı, belediye binası, itfaiye, postane, karakol, mahkeme, hapishane vb. yapılar yer almaktadır. Yönetim ve Diğer Kamu yapıların alt kategorilere göre dağılımı incelendiğinde; %30 oran ile idari binalar, %23 oran ile karakollar öne çıkmaktadır.

Şekil 10-12. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Yönetim ve Diğer Kamu Yapılarının Dağılımı



Fatih ilçesinde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilerek dönemin ilk kamu binası olan Bab-ı Ali, Cumhuriyet Dönemi'nde Vilayet Konağı olarak kullanılmıştır. Günümüzde restore edilmiş hali ile İlçe Emniyet Müdürlüğü olarak işlevini sürdürmektedir. Anıt eser niteliğinde tescil edilen kamu binalarından Bâb-ı Âli Sadaret Dairesi valilik binası olarak; Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Maarif İdaresi/Darülfunun Binası günümüzde kaymakamlık binası olarak, İran Büyükelçiliği Binası ise konsolosluk binası işlevi ile varlığını sürdürmektedir.

İstanbul'da bulunan başlıca tarihi karakol yapılarına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 10-7. İstanbul'daki Başlıca Tarihi Karakol Yapıları

Tescil Türü	Eser Adı	Bulunduğu İlçe	Günümüzdeki İşlev
Sivil Mimari Örneği	Çarşamba Polis Karakolu	Fatih	Karakol
Sivil Mimari Örneği	Cibali Karakolu	Fatih	-
Anıt Eser	Karaköy Karakol Amirliği	Beyoğlu	Karakol
Anıt Eser	Kadırga Karakolu	Fatih	Karakol
Anıt Eser	Milli Eğitim Basım Evi Bünyesindeki Binalar	Fatih	Karakol
Anıt Eser	Ahşap Karakol Binası	Fatih	Liman Karakol Amirliği

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

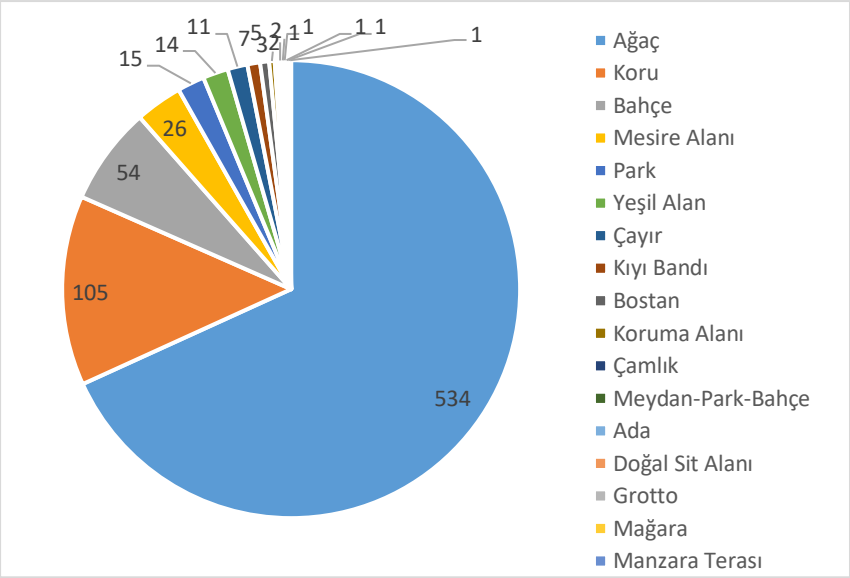
Fatih ilçesinde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde Şehremaneti Fatih Belediyesi Dairesi olarak hizmet veren belediye yapısı, günümüzde Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi tarafından kullanılmaktadır. Fatih ilçesi Saraçhane semtinde bulunan ve Cumhuriyet Dönemi'nde inşa edilen İstanbul Büyükşehir Belediyesi binası ise günümüzde mevcut işlevini sürdürerek hizmet vermektedir.

İstanbul'da bulunan Yönetim ve Diğer Kamu Yapılarının büyük çoğunluğu Fatih, Beyoğlu ve Beşiktaş ilçelerinde bulunmaktadır.

xii. Doğa Ögeleri

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine doğa ögeleri arasında ağaç, koru, bahçe, mesire alanı, park, yeşil alan, çayır, kıyı bandı vb. ögeler yer almaktadır. En sık görülen doğa ögesi olan ağaç sayısı 534 olarak tespit edilmiştir. 118 olan toplam koruların 10 tanesi kent ögesi olarak tescil edilmiştir.

Şekil 10-13. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Doğa Ögelerinin Dağılımı



118 koru arasından Sarıyer ilçesinde bulunan Emirgan Korusu, Reşitpaşa Korusu, Yeniköy'de bulunan Sait Halim Paşa Korusu, Beykoz ilçesinin Anadoluhisarı semtinde bulunan Tarihi Otağtepe Korusu ve Kanlıca semtinde bulunan Mihrabat Korusu, İstanbul'daki başlıca koru alanı örneklerindendir.

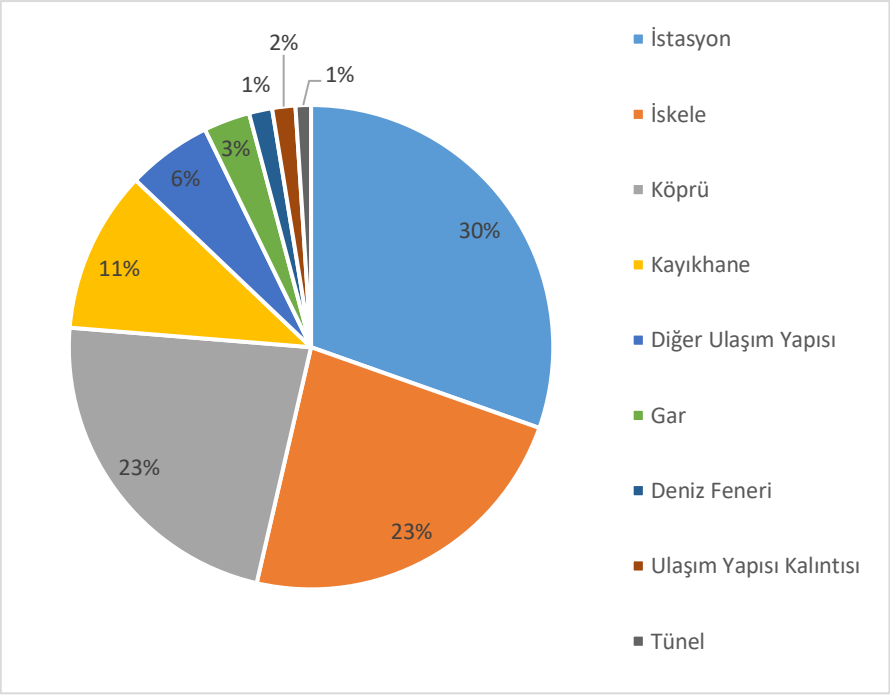
Anıt ağaçların en fazla bulunduğu ilçeler Beykoz, Üsküdar ve Sarıyer'dir. En çok mesire alanı Beykoz ilçesinde bulunmaktadır. Beykoz'da bulunan Çubuklu Mesiresi (Ferahabad), Küçüksu Mesiresi, Göksu Mesiresi; Üsküdar'da bulunan Küçüksu Mesiresi tarihi mesire alanlarındandır.

Gülhane Parkı, İstanbul'un Fatih ilçesinin Eminönü semtinde yer alan tarihî bir parktır. Osmanlı Dönemi'nde Topkapı Sarayı'nın has bahçelerinden biri olarak kullanılmaktaydı. Parkın yanında bulunan 16. yüzyıldan kalma Alay Köşkü de Topkapı Sarayı ve Sarayburnu arasında konumlanmıştır.

xiii. Ulaşım Yapıları

İstanbul'daki kültür varlıkları envanterine göre ulaşım yapıları arasında istasyon, iskele, gar, köprü, deniz feneri, tünel vb. yapılar yer almaktadır. Ulaşım yapıların kategorilere dağılımı incelendiğinde, %30 oran ile istasyon yapıları, %23 oran ile iskele ve köprü yapılarının öne çıktığı görülmektedir.

Şekil 10-14. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Ulaşım Yapılarının Dağılımı



İstanbul'da bulunan tarihi istasyon yapıları, ek yapıları da dâhil edilerek gösterilmiştir. Anıt eser tescilli istasyon yapıları çoğunlukla Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi yapılarıdır. Çatalca İlçesi ve Fatih İlçesi'nde bulunan istasyon yapıları Osmanlı dönemi; Silivri İlçesi ve Arnavutköy ilçesinde bulunan istasyon yapıları Cumhuriyet Dönemi istasyon yapılarına örnek olarak verilebilir. Fatih ilçesinde bulunan ve Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Yedikule tren istasyonu sivil mimari örneği olarak tescil edilmiştir.

Osmanlı Dönemi'nde Fatih ilçesinde inşa edilen Cibali İskelesinin zaman içerisinde yıkılması sebebiyle kayıp anıt eser niteliğinde tescil edilmiştir. İstanbul'da bulunan iskele yapılarının 24'ü anıt eser niteliğinde tescil edilmiştir. Beşiktaş ilçesinde bulunan Bebek iskele binası, Sarıyer ilçesinde bulunan Rumeli Kavağı vapur iskelesi ve Üsküdar'da bulunan Beylerbeyi iskelesi adıyla bilinen ahşap iskele binası Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen anıt eser, tescilli istasyon yapılarındandır. Üsküdar ilçesinde bulunan Kandilli vapur iskelesi Cumhuriyet Dönemi'nde inşa edilmiş anıt eser tescilli istasyon yapısıdır. Fatih ilçesinde bulunan Ayvansaray iskelesi sivil mimari örneği olarak tescil edilmiş istasyon yapısıdır.

Bizans döneminde inşa edilen ve Osmanlı döneminde Kadırga Limanı adıyla bilinen Kontoskalion Limanı anıt eser niteliğinde tescil edilmiştir. Günümüzde kalıntıları Fatih ilçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır.

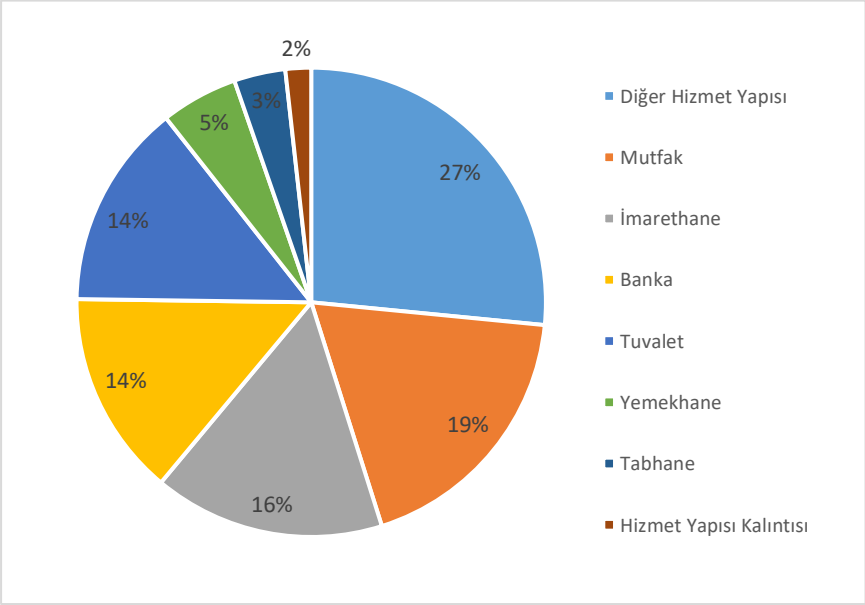
İstanbul'un ilk yeraltı finüküler uygulaması olan tarihi tünel yapısı, aynı zamanda buharlı sistemle çalışan ve İngiltere'den sonra dünyanın ikinci metrosu olma özelliği taşıyan ilk tünel binası olarak işlevini korumaktadır.

İstanbul kültür envanterindeki ulaşım yapılarının ilçelere göre dağılımına göre, Bakırköy, Kadıköy ve Beykoz ilçeleri öne çıkmaktadır.

xiv. Hizmet Yapıları

İstanbul'da bulunan kültür envanterindeki hizmet yapılarının alt kategorileri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Mutfak, imarethane, banka, yemekhane vb. yapılar hizmet yapıları kategorisinde ele alınmıştır. Buna göre, %19 oran ile mutfaklar, %16 oran ile imarethaneler, %14 oran ile banka yapıları öne çıkmaktadır.

Şekil 10-15. Hizmet Yapılarının Alt Türlere Göre Dağılımı



İstanbul'da bulunan tarihi imarethanelerin tamamı Osmanlı Döneminde inşa edilmiştir. Günümüzde kütüphane, aşevi müze vb. kullanımlar ile ziyarete açık durumda olan imarethane yapıları ile birlikte kullanılmayan imarethane örnekleri de mevcuttur. Eyüp İlçesi'nde bulunan Mihrişah Valide Sultan İmarethanesi günümüzde aşevi olarak işlevini

sürdürmektedir. Fatih ilçesinde bulunan Osmanlı Döneminde inşa edilen, Beyazıd Külliyesi ve İmarethanesi, restore edilerek kütüphane işlevi ile kullanılmak üzere Beyazıt Kütüphanesi'ne tahsis edilmiştir ve ziyarete açık haldedir. Yine Osmanlı Dönemi'nde Ayasofya Cami'ye ek olarak inşa edilerek imarethane olarak kullanılan Ayasofya İmareti, günümüzde müze olarak işlevini devam ettirmektedir.

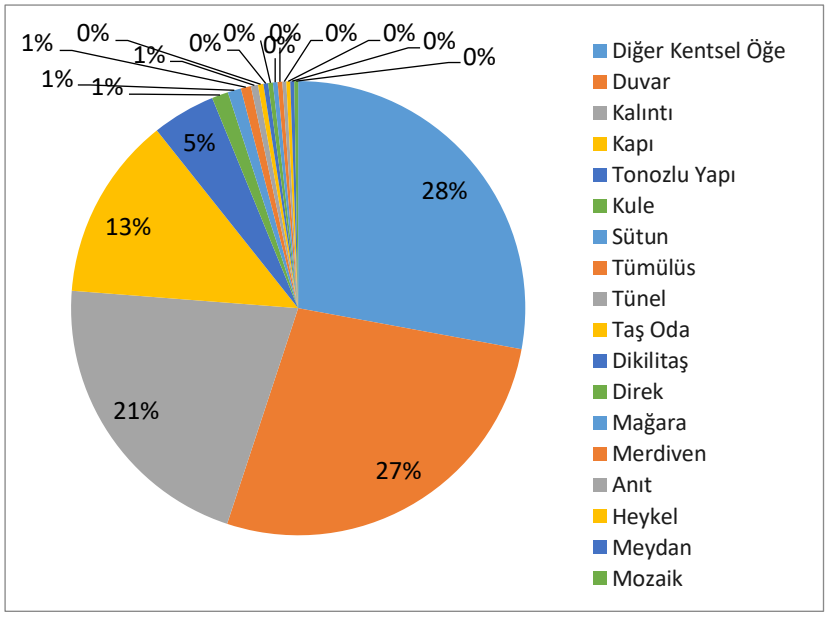
Fatih ilçesinde Alemdar mahallesinde bulunan Ziraat Bankası; Beyoğlu ilçesinde Karaköy'de Bankalar Caddesi'nde bulunan Banco Di Roma, İstanbul Umum Sigorta/İş Bankası olarak bilinen Osmanlı Sigorta Han, Sümerbank, Merkez Bankası; Bereketzade'de bulunan Karaköy İmar Bankası, Saint Pierre Han yapıları, Osmanlı kültür dönemi eserleridir. Beyoğlu'nda bulunan Ziraat Bankası Karaköy Şubesi yapısı, Art Nouveau-Eklektik tarzda Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen banka yapılarından biridir.

İstanbul'daki tarihi hizmet yapılarının Beyoğlu, Üsküdar, Adalar ve Beşiktaş ilçeleri öne çıkmaktadır.

xv. Kentsel Öğeler

Kültür varlıkları envanterine kayıtlı İstanbul'da bulunan kentsel öğeler duvar, kalıntı, kapı, tonozlu kapı, kule, sütun, Tümülüs vb. şeklinde alt kategorilere ayrılan kültürel miras yapılarını temsil etmektedir. Bu sınıflandırmaya göre, aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi, alt kategorilerin sayıca dağılımı incelendiğinde (Diğer kentsel öğe %28) %27oran ile duvarlar, %21 oran ile kalıntılar, %13 oran ile ise kapılar öne çıkmaktadır.

Şekil 10-16. İstanbul Kültür Varlıkları Envanterindeki Kentsel Öğelerin Dağılımı



İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde Galata semtinde bulunan 528 yılında inşa edilen Galata Kulesi, şehrin en önemli sembolleri arasında yer alır.

Çemberlitaş Sütunu ya da bilinen diğer adlarıyla Yanık Sütun veya Konstantin Sütunu, İstanbul'un Fatih ilçesinde yer alan, İstanbul'un yedi tepesinden biri olan ve şu anki adıyla Çemberlitaş olarak adlandırılan semtteki tepeye dikilmiş olan anıtsal sütundur.

Beyoğlu ilçesinde bulunan Cezayirli Gazi Hasan Paşa Anıtı ve Taksim Cumhuriyet Anıtı, Fatih ilçesinde bulunan Teyyare Şehitleri Anıtı kentsel öğe temsil eden anıt eserlerin başlıcalarıdır.

Fatih ilçesi Süleymaniye mahallesinde bulunan Beyazıt Yangın Kulesi, Üsküdar ilçesinde bulunan Kız Kulesi, Beşiktaş ilçesinde bulunan Dolmabahçe Sarayı Saat Kulesi tarihi kültürel miras kulelerinden bazılarıdır.

Beyoğlu ilçesindeki D'Aronco Merdiveni, Saint Benoit Fransız Lisesi merdivenleri, Kamondo Merdivenleri, Gümüşsuyu Kışlası merdivenleri kültürel miras envanterine kayıtlı kentsel öğelerin başlıcalarıdır.

İstanbul'da bulunan kültür varlıkları envanterindeki kentsel öğelerin ilçelere göre dağılımı incelendiğinde Fatih, Beşiktaş ve Beyoğlu ilçeleri öne çıkmaktadır.

xvi. Özel Statülü Alanlar

Özel statülü alanlar Sit Alanları, Boğaziçi Alanı, UNESCO Dünya Mirası Alanları ve Turizm Merkezleri alt başlıklarında incelenmiştir.

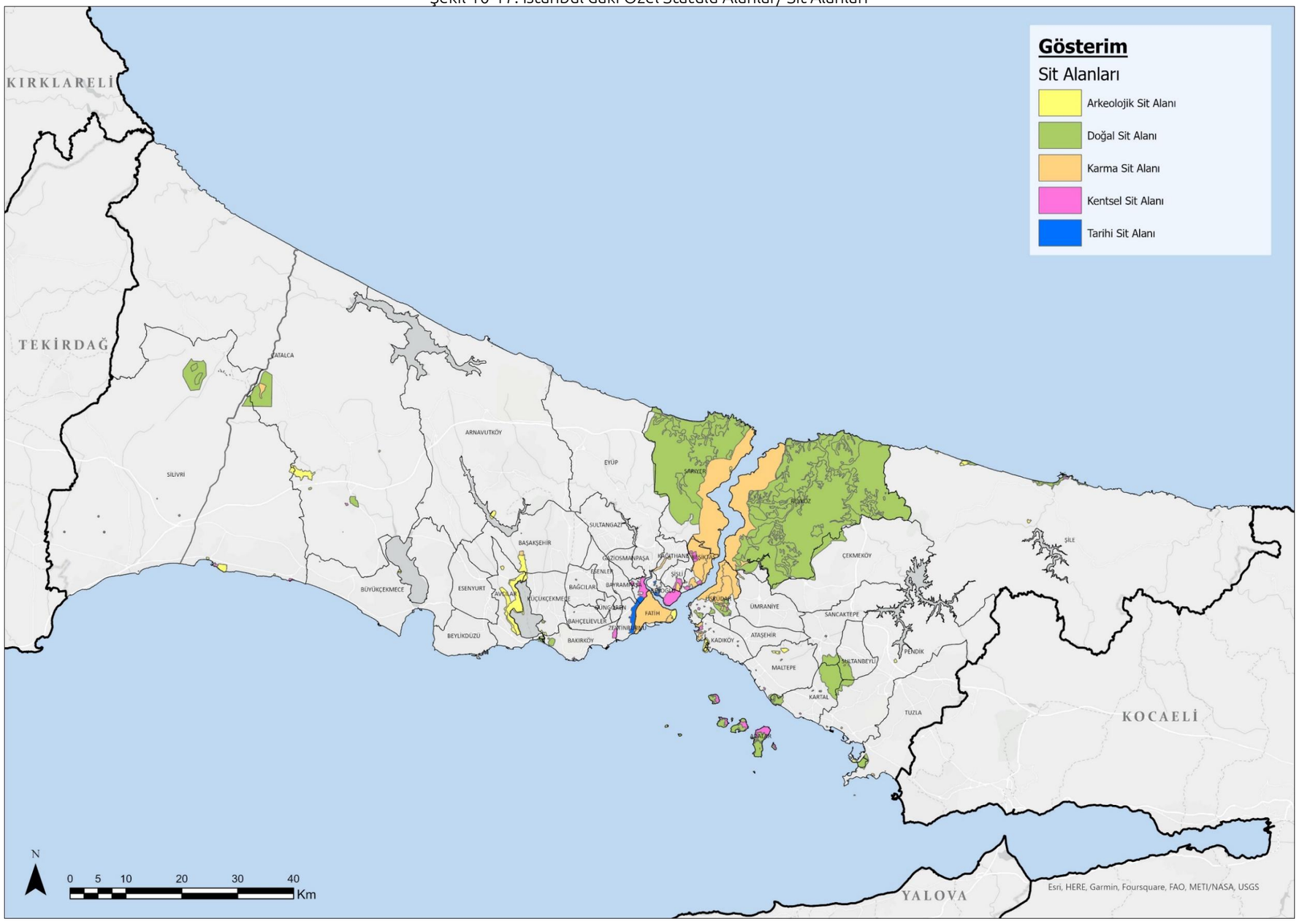
- Sit Alanları

Kültür ve tabiat varlıklarının alan bazında korunmasını ifade eden sit alanları, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanununda ve Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesinde tanımlanmıştır. Alanın özelliğine göre sit alanları doğal sit, arkeolojik sit, kentsel sit, tarihi sit ve kentsel arkeolojik sit alanı olmak üzere farklı koruma statülerinde sınıflandırılmaktadır.

İstanbul'daki sit alanları arkeolojik, kentsel, tarihi, doğal ve karma olarak sınıflandırılmış olup sayısı 442'dir. Tuzla İlçesi, Merkez Mahallesi'nde yer alan "Kamil Abduş Gölü ve Çevresi", doğal ve karma sit özelliği taşıyan doğal sit nitelikli doğal koruma alanı ve doğal sit-sürdürülebilir koruma ve kontrollü kullanım alanıdır.

İstanbul'da bulunan sit alanlarının dağılımına bakıldığında; arkeolojik sit alanlarının Silivri ve Büyükçekmece ilçelerinde, doğal sit alanlarının Beykoz ve Adalar ilçelerinde, karma sit alanlarının Kadıköy, Üsküdar ve Adalar ilçelerinde, kentsel sit alanlarının Üsküdar ve Adalar ilçelerinde, tarihi sit alanlarının Beyoğlu ve Zeytinburnu ilçelerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Sarıyer İlçesi'nde bulunan Rumelikavağı Mahallesi 1.Derece Arkeolojik Sit Alanı ve Silivri ilçesinde bulunan Selembyria Antik Kenti Nekropol Alanı İstanbul'daki önemli arkeolojik sit alanlarına örnek olarak verilebilir. Sedef Adası Doğal Sit Alanı, Kartal ilçesinde bulunan Dragos Doğal Sit Alanı, Sarıyer ilçesinde bulunan Emirgan Korusu ve Civarı Nitelikli Doğal Koruma Alanı İstanbul'da bulunan doğal sit alanlarındandır. Kadıköy İlçesi'nde bulunan Haydarpaşa Garı ve Çevresi Kentsel ve Tarihi Sit Alanı, Beşiktaş ilçesinde bulunan Ihlamur Köşkü ve Yıldız Sarayı karma sit alanları arasında yer almaktadır. Üsküdar ilçesinde bulunan Valide-i Atik Camii ve Çevresi, Üsküdar ilçesinde bulunan Bulgurlu/Kısıklı Köyiçi Kentsel Sit Alanı ve Beşiktaş ilçesinde bulunan Ortaköy Camii ve Çevresi Kentsel Sit Alanı Etkileme Geçiş Alanı başlıca kentsel sit alanı örnekleridir.

Şekil 10-17. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Sit Alanları



- Boğaziçi Alanı

1983 yılında yürürlüğe giren 2960 sayılı Boğaziçi Kanunu ile; Boğaziçi Alanı; kültürel ve tarihi değerlerini ve doğal güzelliklerini kamu yararı gözetilerek korumak ve geliştirmek ve buna uygun planlama yapmak amacıyla özel bir bölge olarak belirlenmiştir. Boğaziçi Alanı; Boğaziçi kıyı ve sahil şeridinden, öngörünüm bölgesinden, geri görünüm bölgesinden ve etkilenme bölgelerinden oluşmaktadır (Mevzuat Bilgi Sistemi, 1983).

- Unesco Dünya Mirası Alanları

UNESCO Dünya Miras Listesinde yer alan Türkiye'deki 19 varlıktan biri olan 1985 yılında kabul edilen "İstanbul'un Tarihi Alanlarıdır. 1985 tarihinde UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 4 bölge olarak dâhil edilmiştir. Bunlar; Hipodrom, Ayasofya, Aya İrini, Küçük Ayasofya Camisi ve Topkapı Sarayı'nı içine alan Sultanahmet Kentsel Arkeolojik Sit Alanı; Süleymaniye Camisi ve çevresini içine alan Süleymaniye Koruma Alanı; Zeyrek Camisi ve çevresini içine alan Zeyrek Koruma Alanı ve İstanbul Kara Surları Koruma Alanını içermektedir.

- Turizm Merkezleri

1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri, Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Alt Bölgeleri tanımlanmıştır. Bu kapsamda tarihî ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve/veya turizm potansiyelinin yüksek olduğu yöreleri korumak, kullanmak, sektörel kalkınmayı ve plânlı gelişimi sağlamak amacıyla bu bölgeler belirlenmiştir. İstanbul'daki turizm merkezleri listesi Tablo 10-8'de yer almaktadır.

Tablo 10-8. İstanbul Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri

Sayı	TM/KTKGB Adı	Alan (HA)	İlçe	Tema	Resmi Gazete Tarih
1	İstanbul Çırağan Sarayı TM	5,54	Beşiktaş	Kent Turizmi	1982
2	İstanbul Sultanahmet Meydanı TM	17,88	Fatih	Kent Turizmi	1982
3	İstanbul Park Otel TM	0,93	Beyoğlu	Kent Turizmi	1984
4	İstanbul Taşkışla TM	0,62	Şişli	Kent Turizmi	1984
5	İstanbul Baltalimanı TM	1,81	Sarıyer	Kent Turizmi	1985
6	İstanbul Beykoz Hünkâr Kasrı TM	5,62	Beykoz	Kent Turizmi	1985
7	İstanbul Boğaziçi Okullar Bölgesi TM	6,49	Beşiktaş	Kent Turizmi	1985
8	İstanbul İstinye Koyu TM	7,29	Sarıyer	Kent Turizmi	1985
9	İstanbul İstinye TM Tevsii	44,32	Sarıyer	Kent Turizmi	1985
10	İstanbul Akaretler TM	2,14	Beşiktaş	Kent Turizmi	1987
11	İstanbul Ataköy TM	221,03	Bakırköy, Zeytinburnu, Fatih	Kent Turizmi	1987
12	İstanbul Taşkışla II No'lu TM	5,23	Şişli	Kent Turizmi	1987
13	İstanbul Yeşilyurt TM	1,75	Bakırköy	Kent Turizmi	1987
14	İstanbul Barbaros Evleri TM	0,71	Fatih	Kent Turizmi	1989
15	İstanbul Galata Kulesi ve Çevresi TM	12,75	Beyoğlu	Kent Turizmi	1989
16	İstanbul Sarıyer İstinye TM	117,63	Sarıyer	Kent Turizmi	1989
17	İstanbul Beyoğlu Tophane Salıpazarı TM	11,39	Beyoğlu	Kent Turizmi	1995
18	İstanbul Beşiktaş Atik Alipaşa Yalısı TM	1,75	Beşiktaş	Kent Turizmi	1998
19	İstanbul Şişli Bomonti TM	7,54	Şişli	Kent Turizmi	1998
20	İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören TM	218,47	Tuzla	Motor Sporları	2004
21	Kocaeli Sakarya Kıyı Bandı KTKGB	21572,78	Şile, Kandıra, Kaynarca	Kıyı	2006

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021)

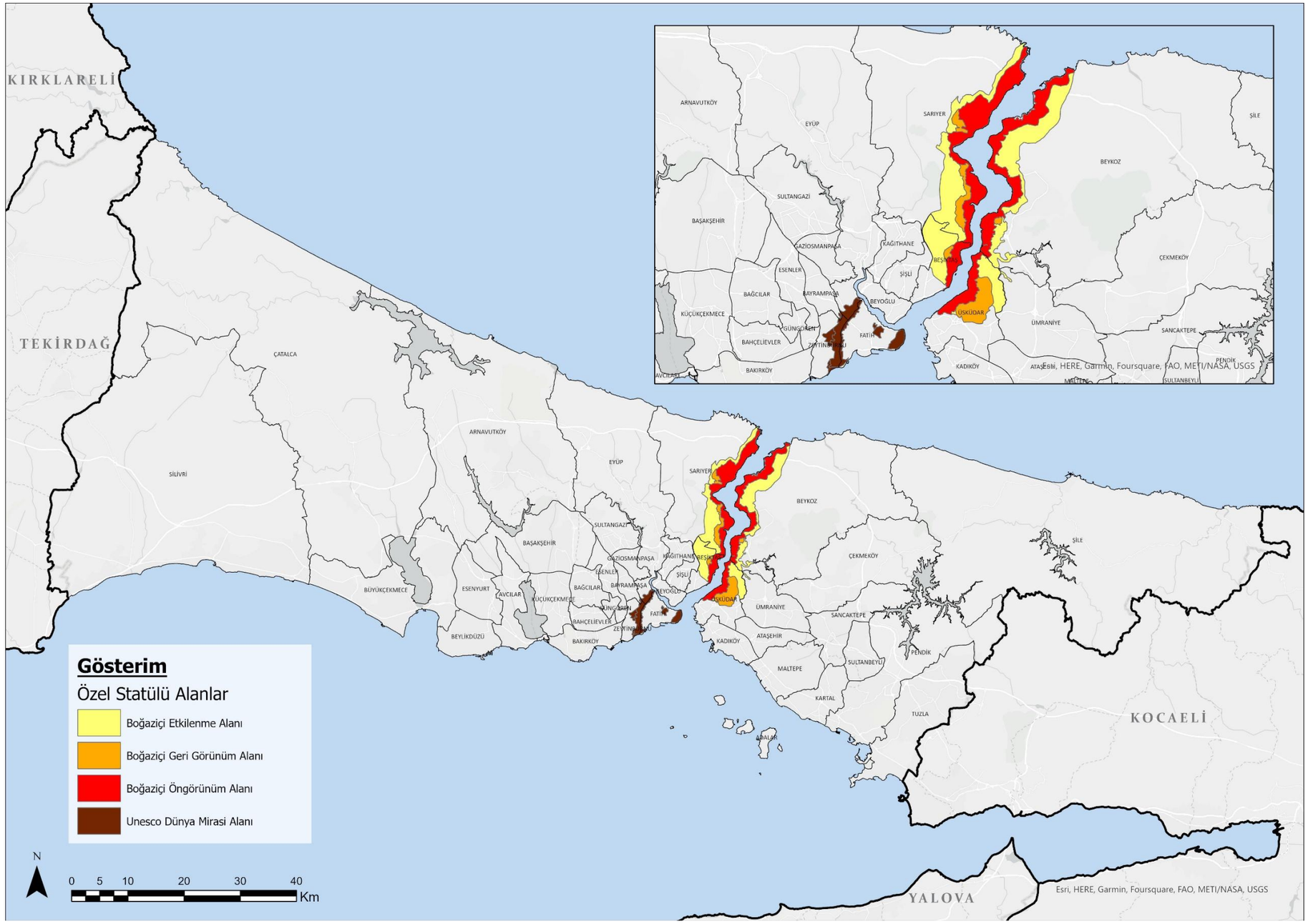
Turizm merkezlerinin kıyı alanı ve kıyı arkası alan büyüklükleri ve konumlarına ilişkin bilgiler Tablo 10-9'de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 10-9. Kıyı Alanı ve Kıyı Arkası Alanda Bulunan Turizm Merkezleri

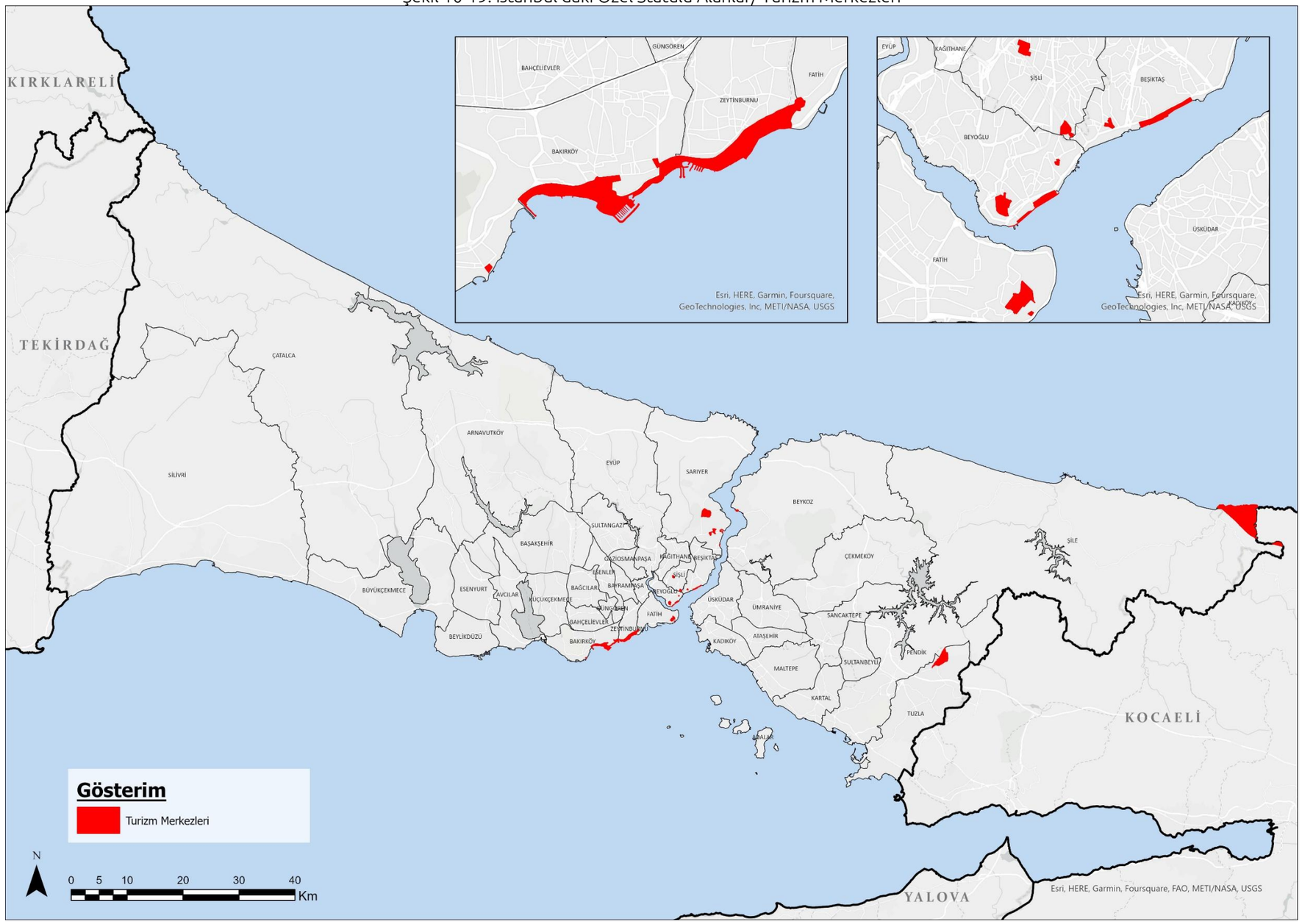
Turizm Merkezleri	İlçe	Kıyı Alanı (ha)	Kıyı Arkası Alan (ha)	Toplam Alan (ha)
Kıyı ve Arkası Alanda Bulunan Turizm Merkezleri				
Ataköy Turizm Merkezi	Bakırköy	57,3065	158,7546	216,0611
Baltalimanı Turizm Merkezi	Sarıyer	0,0127	1,7077	1,7204
Beşiktaş Atik Alipaşa Yalısı Turizm Merkezi	Beşiktaş	0,0440	1,7073	1,7513
Beykoz Hünkâr Kasrı Turizm Merkezi	Beykoz	0,0180	6,8970	7,915
Çırağan Sarayı Turizm Merkezi	Beşiktaş	0,0128	5,1074	5,1202
Feriye Sarayları Kentsel Sit Alanı ve Boğaziçi Okullar Bölgesi Turizm Merkezi	Beşiktaş	0,4556	7,8453	8,3009
İstinye Koyu Turizm Merkezi	Sarıyer	0,2333	6,7742	7,0075
Kocaeli Sakarya Kıyı Bandı, Kandıra, Kaynarca Turizm Merkezi	Şile	16,2298	97,1999	113,4297
Tophane Salıpazarı Turizm Merkezi	Beyoğlu	1,9190	8,0893	10,0083
Yeşilyurt Turizm Merkezi	Bakırköy	0,0104	1,7380	1,7484
Kıyı Arkası Alanda Bulunan Turizm Merkezleri				
Akaretler Turizm Merkezi	Beşiktaş	-	2,1752	2,1752
Barbaros Evleri Turizm Merkezi	Fatih	-	0,7150	0,7150
Galata Kulesi ve Çevresi Turizm Merkezi	Beyoğlu	-	0,1668	0,1668
Park Otel Turizm Merkezi	Beyoğlu	-	1,0287	1,0287
Sultanahmet Meydanı Turizm Merkezi	Fatih	-	21,5303	21,5303
Taşkışla Turizm Merkezi	Şişli	-	0,6558	0,6558
Taşkışla II No'lu Turizm Merkezi	Şişli	-	5,2218	5,2218

Kaynak: (İBB Şehir Planlama Müdürlüğü, 2018)

Şekil 10-18. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Boğaziçi Alanı-Unesco Dünya Miras Alanları



Şekil 10-19. İstanbul'daki Özel Statülü Alanlar/ Turizm Merkezleri



10.1.1.2. Eğlence Turizmi

Turizm sektörü açısından eğlence önemli bir sektördür. Turistler sinema salonları, su parkı, gece kulüpleri, karnaval vb. gibi belirli yerleri ziyaret etmeyi çok ister. Eğlence, bir izleyicinin dikkatini ve ilgisini çeken veya zevk veren bir faaliyet biçimidir.

Sunulan bütünleşik eğlence hizmetlerine dayalı ekonomik faaliyetler olarak tanımlanan eğlence turizmi, eğlence ve turizm sektörleri tarafından dünya çapında yükselen bir eğilimdedir. Bu anlamda eğlence turizm endüstrisinin vazgeçilmez parçasıdır. Eğlence mekânları, turistleri eğlenmek için dünyayı dolaşmaya teşvik eder. Bazı destinasyonlarsa sadece eğlence turizmi üzerine kurulmuştur (Luo, Lam, & Ye, 2019)

İstanbul'daki gece hayatının çeşitliliği, eğlence mekânlarının şehirdeki dağılımı; Avrupa yakasında Taksim-Beyoğlu-İstiklal Caddesi-Tünel Hattı, Nişantaşı, Etiler, Levent, Ortaköy, Bebek. Anadolu Yakasında ise Kadıköy, Caddebostan ve Bağdat Caddesi bölgesinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgelerde gece kulüpleri, diskolar, restoranlar, tavernalar, klasik eğlence mekânları başta olmak üzere birçok eğlence imkânı bulunmaktadır.

İstanbul'da eğlence sektörüne ilgi duyan gruplara yönelik Bahçeşehir Üniversitesi araştırması bir araştırma yapmıştır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre (URU Group ve Bahçeşehir Üniversitesi, 2013), İstanbul'da her sosyo-ekonomik gelir ve statü grubundan, etnik, dinsel ve bölgeden insan eğlenmektedir. Eğlence trendleri de bu gruplar tarafından belirlenmektedir. Söz konusu araştırmada İstanbul'un eğlence haritasını çıkartılmıştır. Semt semt eğlence modellerinin gösterildiği bu çalışmaya göre; Galata-Karaköy-Tünel üçgeni, İstanbul gece hayatının ön plana çıkan önemli bir eğlence aksını oluşturmuştur. Karaköy'de yeni açılan mekânlar bunun önemli bir işareti olarak görülmektedir. Galataport-Salıpazarı projesinin ilerlemesiyle, Karaköy-Kabataş hattına kadar bu eğilimin yayılması beklenmektedir. Bu çalışmada Dolmabahçe-Maçka hattının Nişantaşı-Teşvikiye'de tarihsel olarak zaten güçlü olan eğlence odağına bağlanacağı da öngörülmektedir.

İstanbul'da Kültür ve Turizm Bakanlığına ait Turizm işletmesi belgeli ve yatırım belgeli eğlence tesislerinin sayı ve kapasiteleri tabloda verilmektedir. Buna göre İstanbul'da Bakanlığa ait "Turizm İşletmesi Belgeli" 12 eğlence tesisi toplam 2.270 kapasite ile hizmet vermektedir.

Tablo 10-10. Turizm İşletmesi Belgeli- Turizm Yatırımı Belgeli Eğlence Tesisleri Sayı ve Kapasiteleri

Tesis Tür ve Sınıfı	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli	
	Tesis Sayısı	Kapasite	Tesis Sayısı	Kapasite
Barlar	3	250	0	0
Müstakil Eğlence Yeri	7	1.700	0	0
Özel Tesis	2	320	0	0
Eğlence Merkezi	0	0	1	0
Toplam	12	2.270	1	0

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (Ağustos, 2023)

İstanbul'daki eğlence mekânları ve merkezleri verilerinden oluşturulan eğlence turizm mekânları Şekil 10-20'de gösterilmiştir. Buna göre Beyoğlu ve Kadıköy ilçeleri eğlence mekânlarının en yoğun bulunduğu ilçelerdir.

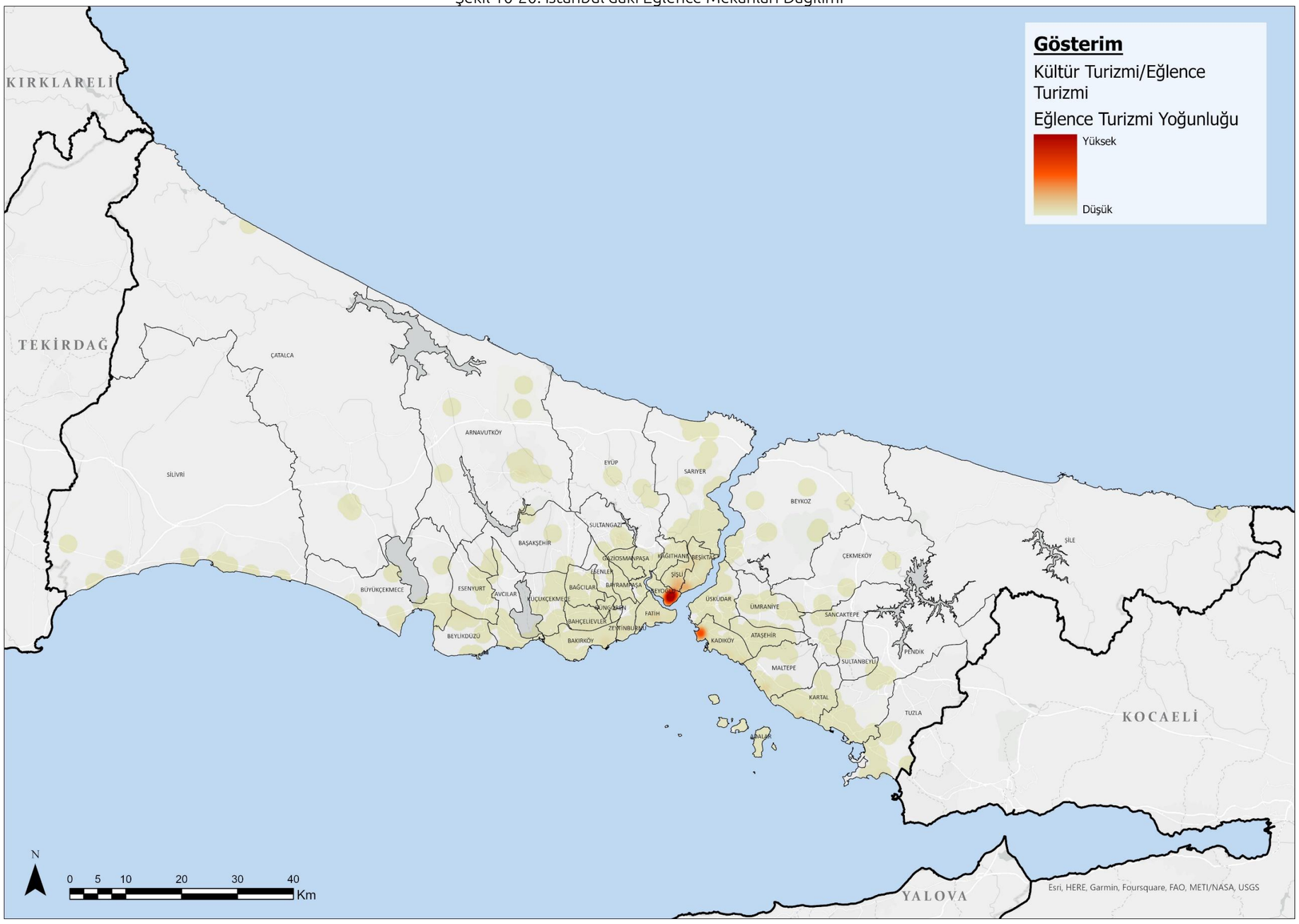
Tablo 10-11. İstanbul'da İlçelere Göre Eğlence Mekânları

İlçe Adı	Akvaryum	Aquapark	Atış Poligonu	Bowling Salonu	Çocuk Oyun Merkezi	E-Spor Merkezi	Go Kart Alanı	Lunapark	Oyun Merkezi	Tema park	Bar/Pub	Gazino	Gece Kulübü	Meyhane	Genel Toplam
Adalar					1						3	6		8	18
Arnavutköy				1	1	12	1	1			2			2	20
Ataşehir					2						12			14	28
Avcilar			1		1			1	1		9	1		6	20
Bağcilar				1	1	1			1		8			2	14
Bahçelievler			1		2		1				14	1		5	24
Bakirköy	1		1	2	4	1		1	2		19			9	40
Başakşehir				1	3			1	2		4			1	12
Bayrampaşa					2			1						1	4
Beşiktaş					2	2					57	2	5	36	104
Beykoz		1	1			1			1		1			8	13
Beylikdüzü			1	1	1		1	1			11			6	22
Beyoğlu											159		31	67	257
Büyükçekmece									5		11			11	27
Çatalca					1	1			1		2			1	6
Çekmeköy								1			1			1	3
Esenler						1					2				3
Esenyurt		1	1	1	1			1	1		5			5	16
Eyüpsultan					4			1	2	1	2			1	11
Fatih					1				1		38			13	53
Gaziosmanpaşa					1						5	1		4	11
Güngören			1				1		3		2				7
Kadiköy			1		3	1		1			93			53	152
Kağithane				1	2						5				8
Kartal					1	1			4		23			4	33
Küçükçekmece					1			1			5	1		2	10
Maltepe					5	1			3		11			9	29

İlçe Adı	Akvaryum	Aquapark	Atış Poligonu	Bowling Salonu	Çocuk Oyun Merkezi	E-Spor Merkezi	Go Kart Alanı	Lunapark	Oyun Merkezi	Tema park	Bar/Pub	Gazino	Gece Kulübü	Meyhane	Genel Toplam
Pendik			2	3	3	4		1	1		6				20
Sancaktepe					1						4				5
Sariyer					2				1		18	2	2	18	43
Silivri					3		1				4			5	13
Sultanbeyli			1		5				1						7
Sultangazi				1	1			1			4			5	12
Şile														2	2
Şişli				1	3			1			57		6	23	91
Tuzla		1	2	2	3	4			1	1	7			2	23
Ümraniye			2		4	3			2						11
Üsküdar				1	1	2	1	1	2		3			7	18
Zeytinburnu			1	1	1		1				10				14
Genel Toplam	**1**	**3**	**16**	**17**	**67**	**35**	**7**	**15**	**35**	**2**	**617**	**14**	**44**	**331**	**1204**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

Şekil 10-20. İstanbul'daki Eğlence Mekânları Dağılımı



10.1.1.3. Festival Turizmi

Kültür turizminin içinde somut varlıklara yönelik geziler kadar, soyut varlıklar ve değerler için yapılan geziler de bulunmaktadır. Festival turizmi bu kapsamda ele alınabilir. Festival turizmi ziyaretçilerin özgün bir sanat gösterisine veya kendine has bir temaya yönelik, belirli bir dönemde kısa süreli yapılan etkinliğe katılmalarından oluşan bir turizm türüdür.

Festival için, yöresel bir toplum tarafından saptanmış ve geleneksel duruma gelmiş, belli günlerde ve tarihlerde kutlanan, gerçekleştirildiği yörenin sembolü halini almış faaliyetlerin bir arada gerçekleştirilmesi ve topluluğun kolektif hafızasının yenilendiği faaliyetler biçiminde bir tanımlama yapılabilir. Söz konusu faaliyetler, iller arasında meydana gelebilen rekabet ile bilhassa geçmiş zamana dayanan birtakım alışkanlıklar ile de tertip edilebilir. Bunlara ilave olarak, bu faaliyetler; turizmin gelişimine, kişiler arası birlik ve birlikteliği kuvvetlendirmeye, sosyal barışı ve sevgiyi artırmaya destek olmaktadır (Çakır, 2009) (Ören & Şahin, 2014).

Festivallerin kültür turizminin gelişmesinde büyük etkisi vardır. Destinasyonlar, turistleri çekmek için yıllık etkinlikler geliştirir ve festivaller düzenler; kültürel bir imaj oluşturmak için kültürel ve tarihi temaları kullanırlar.

Festival turizmi kısaca seyahat etme motivasyonu festivallere katılmak olan turist akışlarını ifade etmektedir. Bir destinasyonun kısa veya uzun vadede farkındalığını, çekiciliğini ve kârlılığını artırmak için geliştirilmiş, sınırlı süreli, tek seferlik veya yinelenen büyük olaylar zinciridir. Turizm sektörü için festivaller üç paralel alanda da olumlu bir etkiye sahiptir: turist çekmek, destinasyon imajını iyileştirmek ve yereli desteklemek.

Festival turizmi, ekonomik kalkınma ve yerel pazarlama araçlarıdır; tüketici davranışı yaklaşımlarını temel alır. Festivaller heyecan verici, benzersiz ve hayat dolu olmasıyla birlikte; turizmi cezbetmek, medyada olumlu yer almak ve yereli canlandırmak için önemli fırsatlardır. Ayrıca destinasyon için festivaller haber değeri yaratan bir medya etkinliğidir.

İstanbul'da her sene onlarca sanatsal etkinlikler düzenlenmektedir. Festival turizmi İstanbul için çok önemli potansiyele sahiptir. Bu festivallerden bazıları aşağıda yer almaktadır;

- Uluslararası İstanbul Film Festivali (Nisan)

- Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali (Mayıs)
- Uluslararası Kukla Festivali (Mayıs)
- Uluslararası İstanbul Müzik Festivali (Haziran)
- Uluslararası İstanbul Caz Festivali (Temmuz)
- Uluslararası İstanbul Opera Festivali (Temmuz)
- Uluslararası İstanbul Santranç Festivali (Ağustos)
- İstanbul Uluslararası Bienali (Ağustos)
- Uluslararası İstanbul Mekân Tiyatro Festivali (Ağustos)
- NATUREL Beden, Zihin ve Ruh Sağlığı Festivali Etkinlikleri (Kasım)
- İstanbul Elektronika Festivali (Eylül)
- Film Ekimi (Ekim)
- Akbank Caz Festivali (Ekim)
- Pera Fest (Kasım)
- Akbank Kısa Film Festivali (Aralık)
- İstanbul Uluslararası Şiir ve Edebiyat Festivali (Mayıs)
- Sultanahmet Simit Festivali (Eylül)
- Enka Kültür ve Sanat Yaz Etkinlikleri (Temmuz)
- Popsav Şarkı Günleri (Ağustos)
- Lale Festivali (Nisan)
- Çocuk Tiyatro Festivali (Temmuz)
- Gezgin Salon Festivali (Haziran)
- Chill-Out Festival İstanbul (Mayıs)
- Tantavi Kültür ve Sanat Festivali (Temmuz)
- İstanbul Şiir ve Edebiyat Festivali (Aralık)
- İstanbul Rooftop Festival (Eylül)
- İstanbul Karagöz Festivali (Kasım)
- GezginFest İstanbul (Haziran)
- İstanbul Coffee Festival (Ekim)

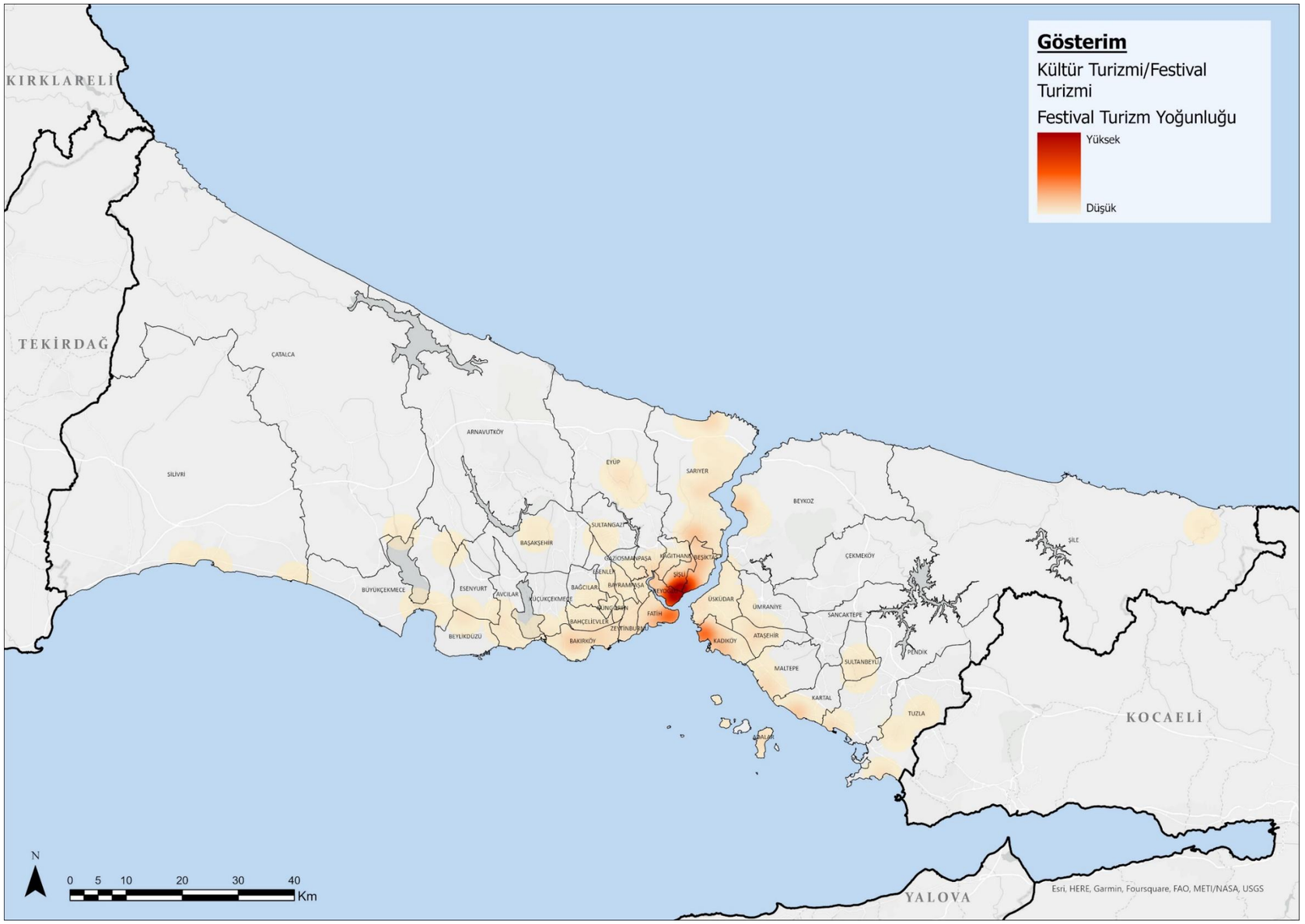
İstanbul'da yer alan festival mekânları Şekil 10-21'de gösterilmektedir. Buna göre festival mekânlarının yoğun olduğu ilçeler; Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş ilçeleridir. Bu ilçeleri Fatih ve Kadıköy takip etmektedir.

Tablo 10-12. İstanbul'da İlçelere Göre Festival Mekân Sayıları

İlçe Adı	Adet
Adalar	4
Arnavutköy	1
Ataşehir	2
Avcılar	1
Bağcılar	1
Bahçelievler	1
Bakırköy	5
Başakşehir	1
Beşiktaş	19
Beykoz	3
Beylikdüzü	3
Beyoğlu	26
Büyükada	1
Büyükçekmece	3
Esenler	1
Esenyurt	1
Eyüpsultan	4
Fatih	13
Gaziosmanpaşa	1
Güngören	1
Kadıköy	22
Kâğıthane	1
Kartal	4
Küçükçekmece	1
Maltepe	2
Pendik	1
Sarıyer	16
Silivri	3
Sultanbeyli	1
Sultangazi	1
Şile	2
Şişli	15
Tuzla	1
Ümraniye	1
Üsküdar	1
Zeytinburnu	2
Genel Toplam	**166**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

Şekil 10-21. İstanbul'daki Festival Mekânlarının Dağılımı



10.1.1.4. İnanç Turizmi

İnanç turizmi kutsal yerlere yönelik insanların inançlarından dolayı yaptıkları ziyaret ve seyahatleri içeren turizm türüdür. En önemli kutsal ziyaret merkezleri arasında Mekke, Medine, İstanbul, Vatikan, Kudüs ve Selçuk yer almaktadır.

İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi İnanç Turizmi olarak tanımlanmaktadır (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ)). İstanbul hem muhteşem İslam mimarisi hem de çeşitli dinlere özgü inanç merkezleriyle önde gelen inanç destinasyonlarından biridir. Ayrıca çeşitlilik arz eden dini yapıları ve yapılan ritüeller kapsamında zenginlik gösteren İstanbul'daki inanç turizmi; dini ziyaretler açısından önemli olan dinsel yapıları ile dinsel törenler ve organizasyonlar olmak üzere iki başlık altında incelenebilir (Kanıbir & Kaşlı, 2007)

Şekil 10-22. İnanç Turizmi Türleri



Kaynak: (Kanıbir ve Kaşlı, 2007; 165.)

a) *İbadete Yönelik İnanç Turizmi*

İnanç turizminde bir dine mensup insanların ibadet etme ve ibadet yerlerini görme amaçlı ziyaretleri ön planda yer almaktadır. Bu anlamda, İstanbul'da toplam 3.100 adet cami bulunmaktadır. Ayrıca İstanbul'da Osmanlı zamanında sayıları 700'e kadar ulaşan Türbelerden günümüze kadar 487 tanesi ayakta kalabilmiştir. İslam dünyası için önem teşkil eden bu türbeler ve camilerden en sık ziyaret edilenler ağırlıklı olarak Tarihi

Yarımada'da, Fatih ve Eyüp ilçelerinde bulunmaktadır. Bunların başlıcaları şunlardır (Kanıbir & Kaşlı, 2007);

- Eyüp Sultan Hazretleri Türbesi (Eyüp)
- Aziz Mahmud Hüdayi Türbesi (Üsküdar)
- Muhammed El Ensari Türbesi (Fatih- Ayvansaray)
- Sultan Ahmed Türbesi (Fatih) (Beşiktaş)
- Şeyh Yahya Efendi Türbesi
- Şeyh Vefa Hazretleri Türbesi (Eminönü – Vefa)
- Merkez Efendi Türbesi (Zeytinburnu)
- Yuşa Tepesi (Beykoz)

En çok ziyaret edilen Camiler ise aşağıdaki gibidir;

- Sultanahmet Camii (Sultanahmet)
- Süleymaniye Camii (Fatih)
- Eyüp Sultan Camii (Eyüp)
- Fatih Camii(Fatih)
- Ortaköy Camii (Ortaköy)
- Hırka-İ Şerif Camii (Fatih)
- Mihrimah Sultan Camii (Edirnekapı)
- Beyazıt Camii (Beyazıt)

Ayrıca İstanbulda, Hıristiyan ve Musevi dünyaları açısından önem taşıyan Kataolik, Ortadoks ve Süryani olmak üzere toplam 172 adet kilise bulunmaktadır (www. http://sehirrehberi.ibb.gov.tr/map.aspx, 2023).

Yine İstanbul'da kimi 7 gün, kimi belirli gün ve saatlerde ibadete açık toplam 21 sinagog mevcuttur. Galata'da bulunan Neve Şalom Sinagogu 1951 yılında ibadete açılmıştır. Haydarpaşa Hemdat İsrael Sinagogu ile Caddebostan Bet El Sinagogu hizmet vermektedir. Büyükada'da Hesed Le Avram Sinagogu 1904, Heybeliada'da Bet Yaakov Sinagogu 1956'da, Burgazada'da Ohel Yaakov İbadethanesi 1968 yılında hizmete girmişlerdir (Güleryüz, 1992).

Bu kilise ve sinagoglardan en çok ziyaret edilenleri aşağıdaki gibidir;

- Aya İrini (St. İrene) (Fatih)

- Saint Antoine Kilisesi (Beyoğlu)
- Stephan Bulgar Kilisesi (Fatih)
- Aya Yorgi Fener Rum Ortodoks Patrikhanesi Kilisesi (Fatih)
- Surp Krior Lusaroviç Ermeni Ortodoks Kilisesi (Fatih)
- Meryem Ana Süryani Kadim Kilisesi (Beyoğlu)
- Kariye Kilisesi (Fatih)
- Neve Şalom Sinagogu (Beyoğlu)

b) Ritüele Yönelik İnanç Turizmi

İnanç turizmi dünya turizminin gelişmesine, evrensel barış ve anlayışın yaygınlaşmasına, ekonomik toparlanmaya, sosyalleşmeye ve inanç merkezlerinin gelişmesine katkı sağlar. Bu bağlamda semavi dinlerin kutsal ibadethanelerini içinde barındıran İstanbul, Sultan Ahmet Cami, Süleymaniye Cami, Yeni Cami, Eyüp Sultan Cami gibi tarihi camileri, demir kilise olarak anılan Stevi Stefan Bulgar Kilisesi, St. Antuan Kilisesi gibi çok ziyaret alan kiliseleri, Galata Neve Şalom ve Aşkenaz sinagogları ile dünyanın en önemli inanç turizmi merkezlerinden biridir.

Türbe ve mezar ziyaretleri açısından İstanbul'un belli başlı yerleri bulunmaktadır. Eyüp Sultan, Yahya Efendi, Aziz Mahmud Hüdai Türbeleri, Yuşa Tepesi bunlardan bazılarıdır. Diğer yandan bazı yıl içerisinde yapılan dini ritüeller de inanç turizmi kapsamına girmektedir.

Mayıs ayında Ahırkapı'da Hıdırellez kutlamaları yapılmaktadır. Eyüp'te bulunan Eyüp Sultan Hz. Türbesi, Muhammed El Ensari Hz. Türbesi, Üsküdar'da bulunan Aziz Mahmud Hüdayi Hz. Türbesi ve Sultan Ahmet türbesi Ramazan ayında ziyaret edilip dua edilen mekânlar arasındadır. Yine inanç turizmi kapsamında en çok ziyaret edilen Hırka-i Şerif Cami ve Sultan Ahmet Cami üç-aylarda, Ramazan ayında ve dini bayramlarda en çok ziyaretçi alan diğer inanç merkezleridir.

Hıristiyan dünyası için 6 Ocak'ta İsa'nın vaftiz edilişi kutlanmaktadır. Haç Çıkarma töreni olarak bilinen ve yüzyıllardır Boğaziçi kıyılarında yapılan bu tören, son yıllarda Çengelköy'deki Aya Yorgi ve Yeşilköy'deki Aya Stefanos Kilisesi'nin önünde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Hazreti İsa'nın doğumu ve vaftizini kutlamak törenleri Fener Rum Patrikhanesi ve Aya Yorgi Kilisesi'nde düzenlenmektedir. Bu tören ve

kutlamalara ek olarak Rumların o dönemde toplanıp şans getirmesi ve dileklerinin gerçekleşmesi için Büyükada'daki Aya Yorgi Kilisesi'ne iple tırmanma etkinlikleri her yıl Nisan ve Eylül aylarında düzenlenmektedir (İBB, 2011-2014).

İbadete açık Rum Ortodoks kiliselerinin sayısı 95'tir. Bunların dışında, her üç dinin kendi kutsal mekânları, örneğin Müslümanların türbeleri (Hz.Yuşa, Telli Baba, Oruç Baba, Zuhurat Baba), Rum Ortodoksların ayazmaları ve manastırları, Ermenilerin, Rumların patrik veya azizlerinin mezarları gibi yerler, din ve inanç amaçlı ziyaret edilen yerlerdir (Kırbaş, 2021).

İstanbul'daki tüm inanç turizmi mekânları Şekil 10-23'de gösterilmiştir. Buna göre Fatih, Beyoğlu, Şişli, Eyüp ilçeleri inanç turizmi mekânlarının en yoğun olduğu ilçelerdir. Bu ilçeleri Anadolu yakasında Üsküdar, Avrupa Yakasında Beşiktaş ilçesi takip etmektedir.

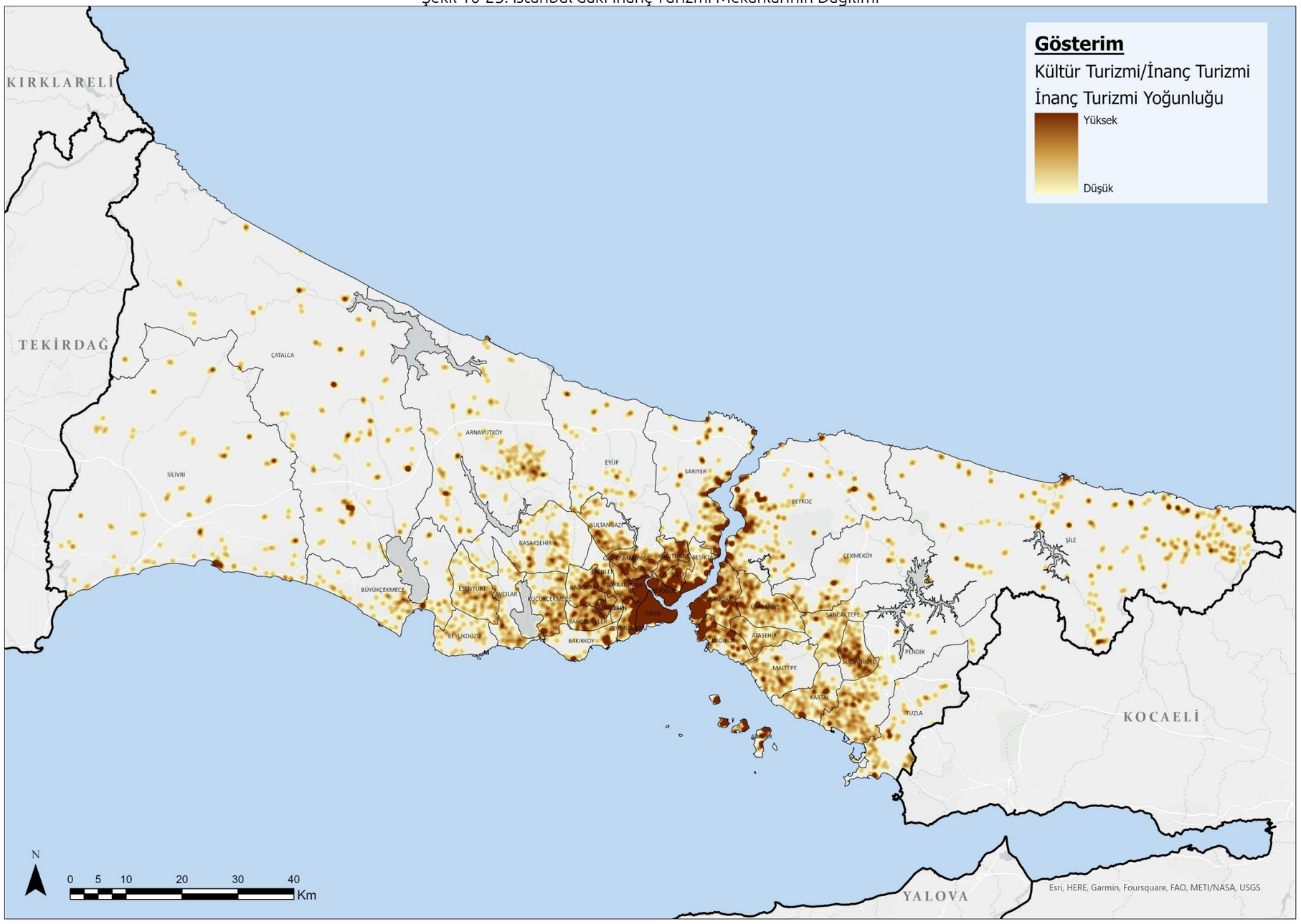
Tablo 10-13. İstanbul'da İlçelere Göre İnanç Turizmi Mekânları

İlçe Adı	Anıt Mezar	Cami	Cem evi	Diğer Dini Alan	Hazire	Kilise	Diğer Dini Yapı	Manastır	Mescid	Mezarlık	Mezarlık-Hristiyan	Mezarlık-Musevi	Mezarlık-Müslüman	Patrikhane	Sinagog	Şapel	Şehitlik	Tekke	Türbe	Genel Toplam
Adalar		11	1	1		29	1	23		14	11		4		4	1				100
Arnavutköy		101	2		2	1			5	2		1	30				2			146
Ataşehir		63	2	1		1			6				2						1	76
Avcılar							3													3
Bağcılar		75	2						22				4			1				104
Bahçelievler		52				1			19	1			6							79
Bakırköy		30			1	15			2	4	3		1		1	1			1	59
Başakşehir		78	2						8				6							94
Bayrampaşa		44							1	1			2							48
Beşiktaş		55	1		10	31	5	1	4	8	6	3	6		6			1	12	149
Beykoz		148			9	7	10		4	27	1		52				1	5	9	273
Beylikdüzü		30	1										5							36
Beyoğlu		161	1	1	40	61	18	3	7	10	3	3	8		18	3		10	38	385
Büyükçekmece		58		1	1				6	1			14						1	82
Çatalca		53	1		6	1	4		2	4			52				3		7	133
Çekmeköy		43	1	2						4			17							67
Esenler		44				1			6				4							55
Esenyurt		70	2		1				6				8							87
Eyüpsultan		133	1		97	4	35		31	45	3		27				10	25	119	530
Fatih		504			208	96	258	2	73	43			8	7	9		1	51	240	1500
Gaziosmanpaşa		66	2						5				3							76
Güngören		32				1			12				1							46
Kadıköy		88	1		5	27	6		8	9	3	1	4		3			4	12	171
Kâğıthane		76	2						4	2			4							88
Kartal		73	3		2	2			4	2			4					2	2	94
Küçükçekmece		118	6						28	1			10						3	166
Maltepe		68	1						7	2			5						1	84
Pendik		130	2			1			4	2			16						3	158
Sancaktepe		60	2							2			8						3	75
Sarıyer		118	2		7	39	8		2	26	7	3	23		2		2		7	246
Silivri		61		2	2	3	5		8	4			35						1	121
Sultanbeyli		105	1				1		4				6							117
Sultangazi		56	3			1			6				8							74

Şile		105				1	6		2	8			124						12	258
Anıt Mezar	**Cami**	**Cem evi**	**Diğer Dini Alan**	**Hazire**	**Kilise**	**Diğer Dini Yapı**	**Manastır**	**Mescid**	**Mezarlık**	**Mezarlık-Hristiyan**	**Mezarlık-Musevi**	**Mezarlık-Müslüman**	**Patrikhane**	**Sinagog**	**Şapel**	**Şehitlik**	**Tekke**	**Türbe**	**Genel Toplam**	
Şişli		40	1			23	1		7	5	8	1	3		3	2			3	97
Tuzla		56	1				1		1	5			7						2	73
Ümraniye		132	2						10				5						1	150
Üsküdar		233	1	7	65	19	46		13	36	8	1	8		4	1		16	62	520
Zeytinburnu	2	46		2	11	9	22	2	16	19	2		14					2	10	157
Genel Toplam	**2**	**3416**	**47**	**17**	**467**	**374**	**430**	**31**	**343**	**287**	**55**	**13**	**544**	**7**	**50**	**9**	**19**	**116**	**550**	**6777**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

Şekil 10-23. İstanbul'daki İnanç Turizmi Mekânlarının Dağılımı



10.1.1.5. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, ziyaretçilerin seyahat ederken yiyecek ile ilgili ürünler ve etkinliklere ilişkin deneyimiyle karakterize edilen bir turizm faaliyetidir. Otantik, geleneksel ve / veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra, Gastronomi Turizmi, yerel üreticileri ziyaret etmek, yemek festivallerine katılmak ve yemek derslerine katılmak gibi diğer ilgili etkinlikleri de içerebilmektedir (BMDTÖ, 2023 Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858)

Gastronomi turizmi, bir destinasyonu en öncelikli olarak yemek kültürü ve çeşitliliğine ulaşma amacıyla ziyaret etmektir. Her ne kadar yakın zamana kadar göz ardı edilmiş olsa da mutfak kültürü her zaman bir kültür ve geleneğin en uzun süre ayakta kalan kısmıdır. Bir başka deyişle, bir toplumun birçok farklı kimliğinin bir araya geldiği ve milli duyguların en çok hissedildiği mutfaklar, gündelik yaşam biçimlerinin, dini inançların, alışkanlıkların, gelenek ve göreneklerin birer yansımasıdır (Çekiç & Canbolat, 2021).

Günümüzde turist eğilimleri, yemeğe ve yemek kültürünü önceliği haline getiren, gezerken yiyen veya yemek için gezen bir noktaya geldiği söylenebilir. Dolayısıyla turistlerin seyahatlerindeki memnuniyeti, yiyecek içecek işletmelerinin kalitesiyle doğrudan ilişkili hale gelmiştir.

Tarih boyunca önemini korumuş bir kent olan İstanbul, Türkiye'nin en çok turist kabul eden şehirlerden biri olarak bilinmektedir (Önay & Çetin , 2012).

İstanbul'da Kültür ve Turizm Bakanlığına ait Turizm işletmesi belgeli ve yatırım belgeli yeme-içme tesislerinin sayı ve kapasiteleri Tablo 10-14'de verilmektedir. Buna göre İstanbul'da Bakanlığa ait "Turizm İşletmesi Belgeli" toplam 565 adet tesis hizmet vermektedir.

Tablo 10-14. Turizm İşletmesi Belgeli- Turizm Yatırımı Belgeli Yeme-İçme Tesisleri Sayı ve Kapasiteleri

Tesis Tür ve Sınıfı	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli	
	Tesis Sayısı	Kapasite	Tesis Sayısı	Kapasite
Gastronomi	130	27.000	0	0
Günübirlik Tesis	16	6.207	1	350
Kafeterya	5	925	0	0
1.Sınıf Lokanta	135	70.826	3	1.056
2.Sınıf Lokanta	31	6.295	0	0
Lüks Lokanta	1	600	0	0
Özel Tesis	223	39.397	0	0
Yüzer Tesis	24	11.504	0	0
Toplam	**565**	**162.754**	**4**	**1.406**

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ağustos 2023

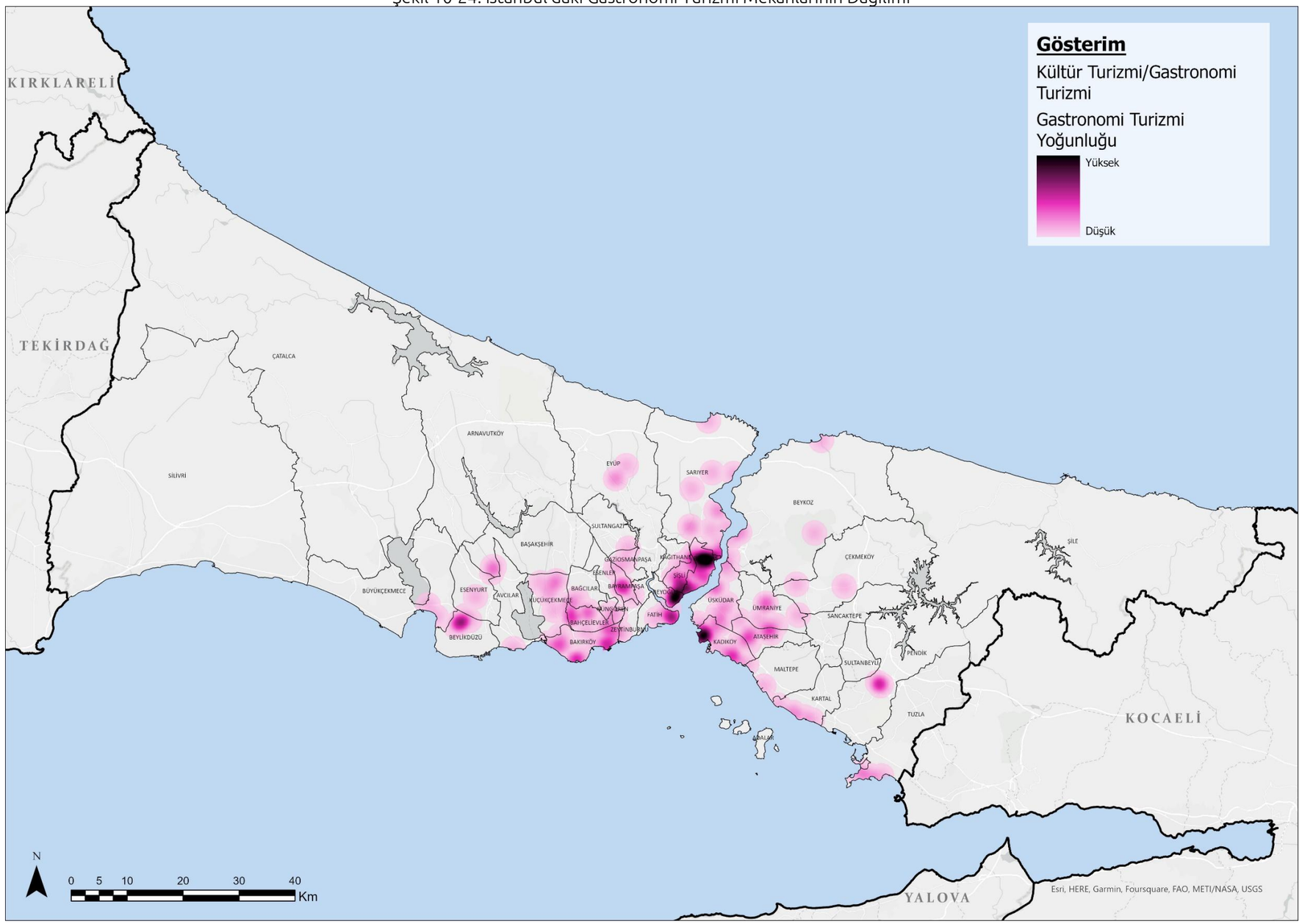
Şekil 10-24'de İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden gelen veriler ile İstanbul'daki turizm işletme belgeli yeme-içme mekânları gösterilmiştir. Buna göre gastronomi turizmi mekânları İstanbul il geneline yayılmış durumdadır. Gastronomi mekânlarının en yoğun bulunduğu ilçeler Beşiktaş, Beyoğlu, Bakırköy, Anadolu yakasında ise Kadıköy ilçesidir.

Tablo 10-15. İstanbul'da İlçelere ve Sektörlere Göre Gastronomi Mekânları

İlçe Adı	İkinci Sınıf Lokanta	Birinci Sınıf Lokanta	Gastronomi Mekânı	Kafeterya	Lüks Lokanta	Genel Toplam
Ataşehir		6		1		7
Avcılar		1				1
Bağcılar		1	1			2
Bahçelievler		11				11
Bakırköy	7	10	1	1	1	20
Başakşehir		2				2
Bayrampaşa		7				7
Beşiktaş	9	22		2		33
Beykoz	3	2	1			6
Beylikdüzü		6	1			7
Beyoğlu	3	7	1			11
Büyükçekmece		2				2
Çekmeköy	1	1				2
Esenyurt		1				1
Eyüpsultan	1	2				3
Fatih	5	4		1		10
Gaziosmanpaşa		1				1
Güngören		2				2
Kadıköy	4	10	3			17
Kartal		5				5
Küçükçekmece		4				4
Maltepe	1	1				2
Pendik		1	3			4
Sarıyer	3	8	2			13
Sultangazi		1				1
Şişli	4	6	1			11
Tuzla		5				5
Ümraniye		7				7
Üsküdar	2	9				11
Zeytinburnu		1				1
Genel Toplam	**43**	**143**	**14**	**5**	**1**	**209**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

Şekil 10-24. İstanbul'daki Gastronomi Turizmi Mekânlarının Dağılımı



10.1.1.6. Yaratıcı Turizm

Yaratıcı turizm, ilk kez Richards ve Raymond tarafından kültür turizminin bir parçası ya da bu turizme tepki olarak tanımlanmıştır. Buna göre yaratıcı turizm, yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, bulundukları tatil beldesinin özelliklerini aktif katılımla örenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm çeşididir (Raymond & Richards, 2020). Raymond'a göre yaratıcı turizm, kültürün yaratıcı deneyimlerle sunulduğu, gerektiğinde uygulamalı seminerlerin kullanıldığı ve otantik tecrübelerin yaşandığı bir sürdürülebilir turizm çeşididir.

"Yaratıcı turizmin amacı, kültür turizminde olduğu gibi, yalnızca mekân ve anıtları ziyaret etmek değil, daha çok bu alanlardaki yaşam tarzının öğrenilmesidir" (Richard 2001'den aktaran (Aşık, 2014)).

Şehrin yaratıcı endüstrilerini özellikle sanatını ön plana çıkarmak gerekir. Bu noktada resim sergileri, modern sanat sergileri, müzik konserleri, yaratıcı şeflerin şehre özel mutfak restoranları, farklı alışveriş caddeleri gibi pek çok şehir bileşeni ön plana çıkar. Bunları içine dâhil eden özel turlar yerel acenteler tarafından düzenlenir, anons edilir ve pazarlanır. Var olan unutulmuş ziyaret noktaları canlandırılır, yeni tur ürünleri yeni tur rotaları yapılır, turistlere şehri gerçekten yaşayarak tecrübe etmeleri sağlanır. Böylelikle mevcut turizm kaynaklarını daha yaratıcı kullanmanın yolunu açarlar.

Yaratıcı endüstriler turizmi, kültür turizminin vazgeçilmez parçasıdır. Tatilde kültürel deneyimler için artan istek, yükselen eğitim seviyeleri, kültürel sermayenin büyümesi ve daha çok sayıda insanın yeni kültürlerle temasa geçme isteği, yaratıcı endüstriler turizminin daha da gelişmesine yol açmaktadır.

İngiltere Dijital Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı (DCMS) tarafından yayınlanan "Kreatif Endüstri Haritalama" dokümanında yaratıcı endüstriler 13 faaliyette listelenmiştir (Government of the United Kingdom, 1998);

- Reklamcılık
- Antikalar
- Mimarlık
- El sanatları
- Tasarım

- Moda tasarım
- Film
- İnteraktif Eğlence Yazılımları
- Müzik
- Görsel sanatlar
- Basılı yayınlar
- Televizyon ve radyo yayıncılığı
- Yazılım

İSTKA'nın desteklediği Yaratıcı İstanbul Atölyeleri Projesi ile yaratıcı endüstrilerde faaliyet gösteren işletme, üniversite, yerel yönetim ve işverenleri müşterek bir platformda buluşturmuştur. Kültür Ekonomisi İstanbul 2010 çalışmasındaki 4 üst başlıktan oluşan faaliyet alanlarında uygulamalı çalışmalar yapmayı, kamuoyunda yaratıcı endüstrilerin ulusal ekonomiye sağladığı katma değere ilişkin bilinirlik yaratılmasına katkıda bulunmayı amaçlamıştır (Yaratıcı Ensüstriler Konseyi Derneği, 2022).

İstanbul'daki yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilecek firmalar İstanbul Ticaret Odası 2021 Kasım ayı verileri kullanılarak tespit edilmiştir. İstanbul'un yaratıcı turizm faaliyetleri 4 ana sınıf ve altında yer alan 11 alt sınıf olarak Tablo 10-16'de gösterilmiştir.

Tablo 10-16. İstanbul'un Yaratıcı Turizm Faaliyetleri

Kültürel Miras	Arkeolojik Alanlar, Müzeler, Kütüphaneler, Arşivler
	Geleneksel Sanatlar, El Sanatları
Sanatlar	Görsel Sanatlar
	Gösteri Sanatları
Kültür Endüstrileri	Film Endüstrileri, Fotoğrafçılık
	Müzik Endüstrileri
	Radyo, TV
	Yayıncılık ve Basılı Medya
Yaratıcı Hizmetler	Mimarlık
	Reklam ve Pazarlama
	Yeni Medya ve Yazılım

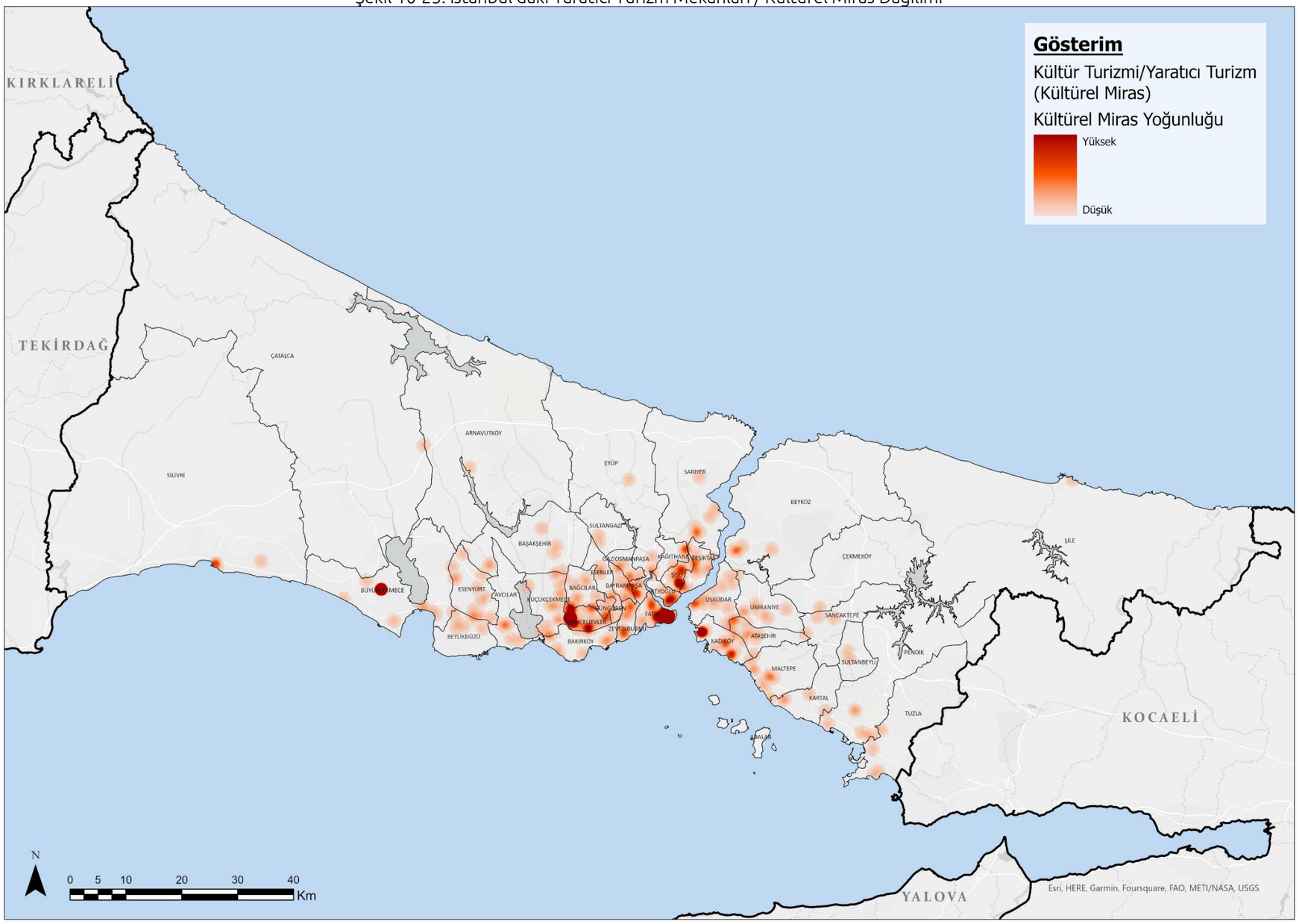
Buna göre ana sınıflar; kültürel miras, sanat, kültür endüstrileri ve yaratıcı hizmetlerdir. Yaratıcı Turizm Faaliyetlerinin ilçelere göre dağılımları Tablo 10-17'de görülmektedir.

Tablo 10-17. İstanbul'da İlçelere ve Sektörlere Göre Yaratıcı Turizm Potansiyelleri

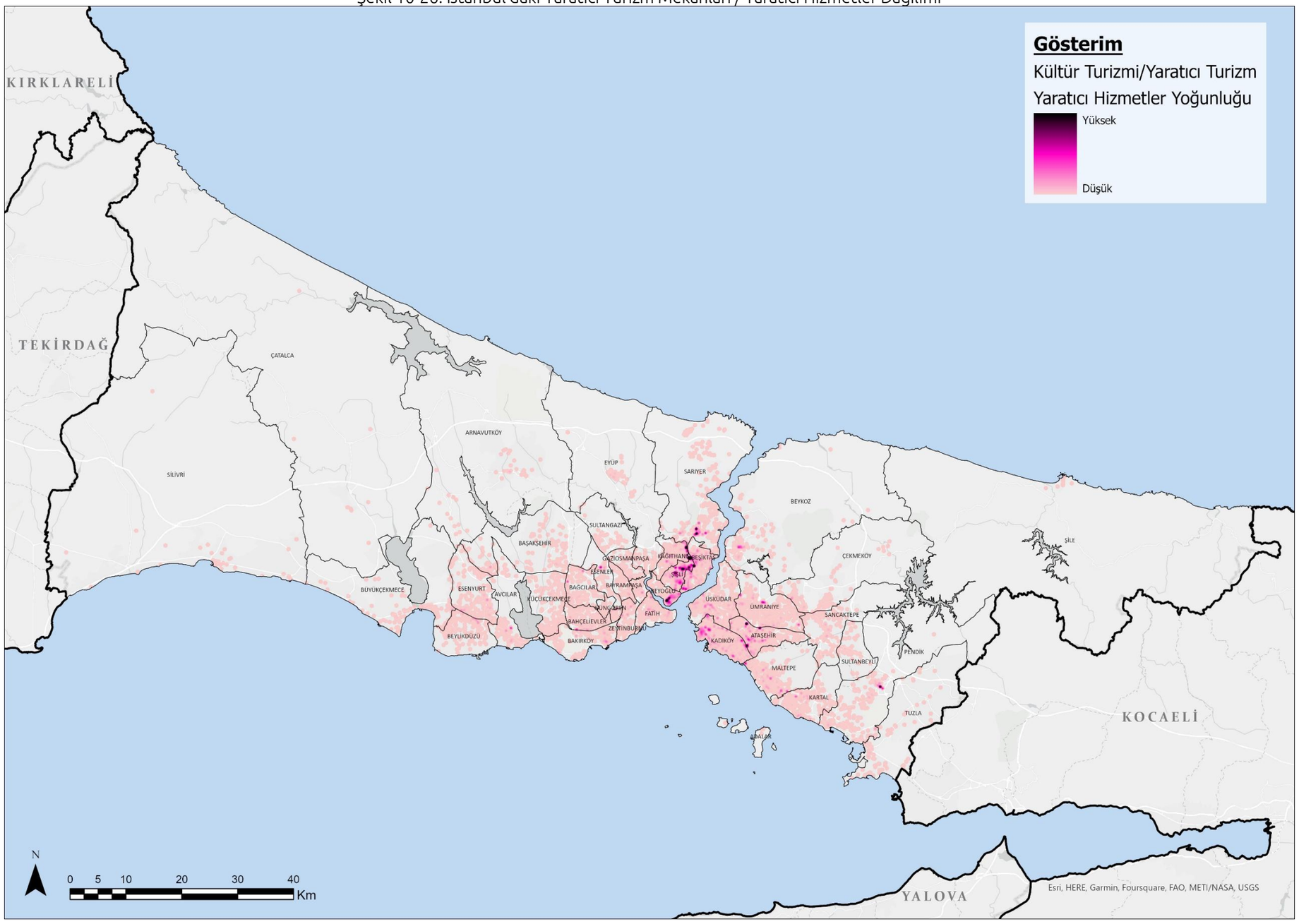
	Kültürel Miras				Yaratıcı Hizmetler				Kültür Endüstrileri				Sanatlar		
İlçe Adı	Arkeolojik Alanlar, Müzeler, Kütüphaneler, Arşivler	Geleneksel Sanatlar, El Sanatları	Kültürel Miras Toplam	Film Endüstrileri, Fotoğrafçılık	Müzik Endüstrileri	Radyo, TV	Yayıncılık ve Basılı Medya	Sanatlar Toplam	Mimarlık	Reklam ve Pazarlama	Yeni Medya ve Yazılım	Kültür Endüstrileri Toplam	Görsel Sanatlar	Gösteri Sanatları	Yaratıcı Hizmetler Toplam
Adalar									1	2	3	6			
Arnavutköy		1	1		1		4	5	28	7	16	51			
Ataşehir	2	9	11		12	3	36	51	191	289	905	1385	1	4	5
Avcılar		6	6		5	4	2	11	34	53	119	206		2	2
Bağcılar		9	9		5	12	28	45	51	77	124	252	1		1
Bahçelievler	2	324	326	1	3	17	35	56	55	91	148	294		2	2
Bakırköy	1	5	6		5	5	18	28	76	112	141	329	1	1	2
Başakşehir	3	3	6		3	2	14	19	45	49	83	177	1	1	2
Bayrampaşa		11	11		1	10	8	19	20	34	54	108			
Beşiktaş	2	13	15		80	79	51	210	303	674	435	1412	2	21	23
Beykoz	3	2	5		13	13	10	36	56	97	120	273	1	4	5
Beylikdüzü	2	4	6		8	6	17	31	55	77	142	274			
Beyoğlu	10	6	16	1	44	30	111	186	204	368	286	858	7	39	46
Büyükçekmece		7	7		3	6	7	16	36	54	49	139	2		2
Çatalca		1	1				1	1	2	4	5	11			
Çekmeköy	1		1		2		7	9	30	51	115	196		1	1
Esenler		4	4			4	12	16	20	60	110	190			
Esenyurt		12	12		5	6	17	28	74	85	162	321	2	2	4
Eyüpsultan	2	13	15	1	6	13	14	34	53	87	80	220		1	1
Fatih	7	569	576		31	8	151	190	69	151	154	374	5	7	12
Gaziosmanpaşa		5	5		4		9	13	21	28	44	93		1	1
Güngören		9	9		2	7	9	18	9	34	45	88	1	1	2
Kadıköy	2	32	34		50	32	104	186	407	535	889	1831	12	31	43
Kâğıthane	1	6	7		23	12	27	62	101	373	366	840		7	7
Kartal		3	3		4	3	12	19	76	72	238	386		4	4
Küçükçekmece		16	16		7	21	26	54	52	75	106	233	1	2	3
Maltepe	1	9	10		11	8	14	33	105	160	398	663	2	5	7
Pendik		7	7	1	3	3	5	12	63	63	345	471			0
Sancaktepe	1	2	3			3	3	6	49	60	83	192			0
Sarıyer	4	6	10	1	28	44	21	94	108	299	527	934	3	10	13
Silivri	1	4	5			4	1	5	20	6	10	36			
Sultanbeyli		1	1		2		2	4	14	23	29	66			
Sultangazi		2	2		1		3	4	13	13	16	42		1	1
Şile	1		1						8	1	2	11			
Şişli	4	18	22	2	52	57	104	215	237	906	987	2130	7	28	35
Tuzla		2	2		4	2	6	12	28	27	54	109			
Ümraniye	1	6	7		3	15	29	47	114	174	482	770	1	6	7
Üsküdar	5	12	17		12	36	53	101	178	250	365	793	2	13	15
Zeytinburnu		14	14		3	15	20	38	27	90	82	199		2	2
Genel Toplam	**56**	**1.153**	**1.209**	**7**	**436**	**480**	**991**	**1.914**	**3.033**	**5.611**	**8319**	**16.963**	**52**	**196**	**248**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması Hizmet Alım İşi, 2021

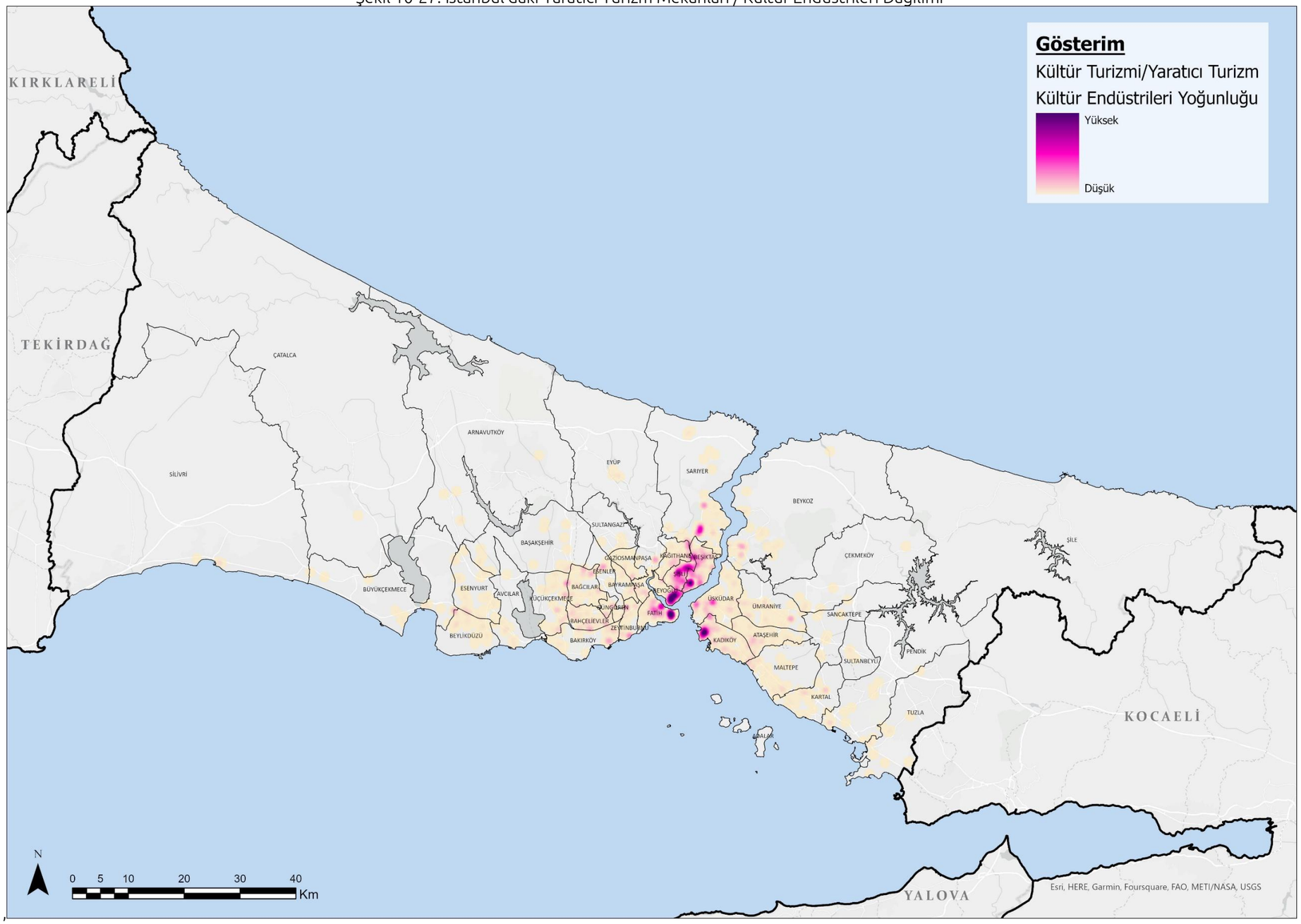
Şekil 10-25. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Kültürel Miras Dağılımı



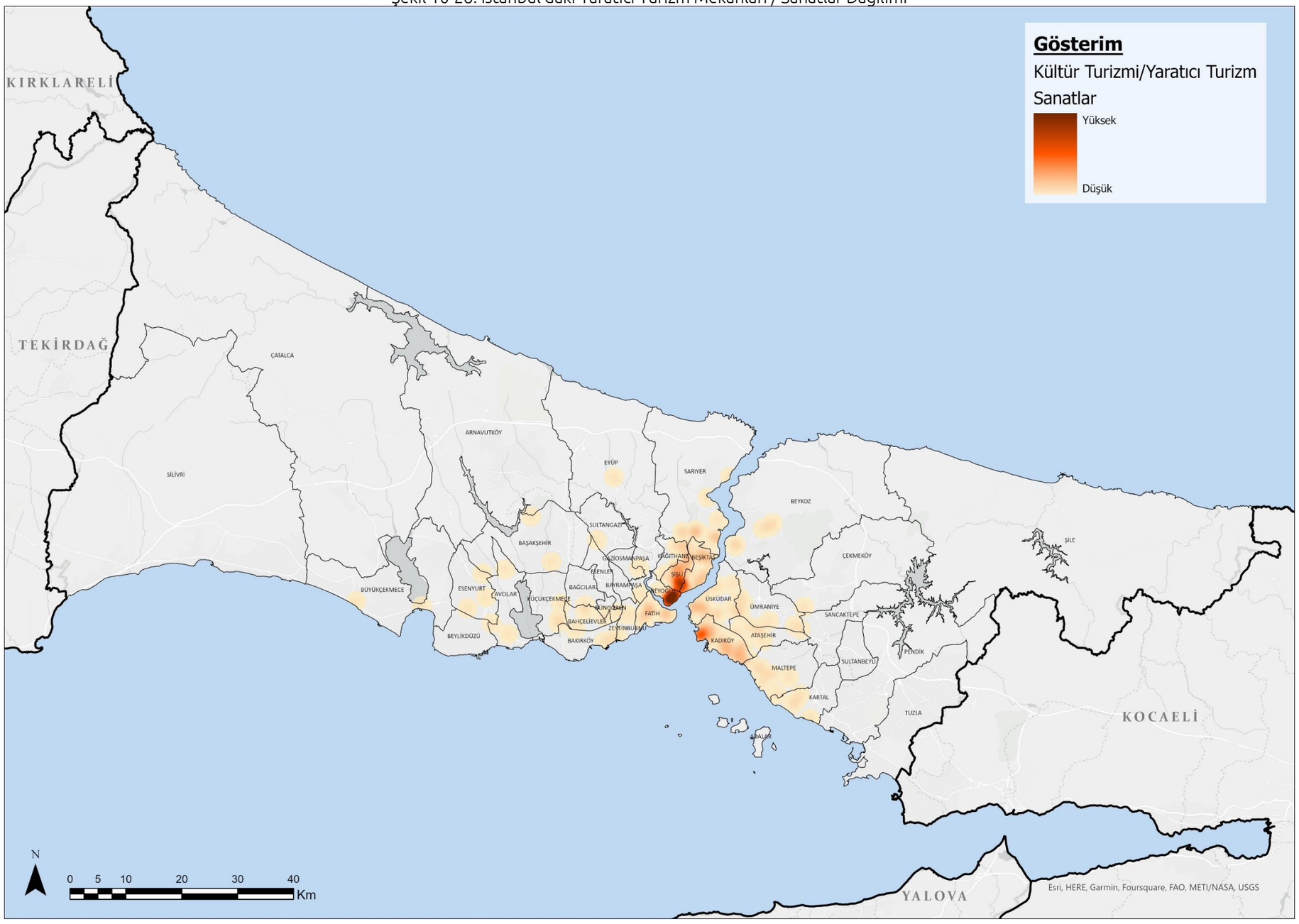
Şekil 10-26. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Yaratıcı Hizmetler Dağılımı



Şekil 10-27. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Kültür Endüstrileri Dağılımı



Şekil 10-28. İstanbul'daki Yaratıcı Turizm Mekânları / Sanatlar Dağılımı



İstanbul'un yaratıcı sektöründe öne çıkan ilçeler Şişli, Kadıköy, Beşiktaş, Ataşehir ilçeleridir.

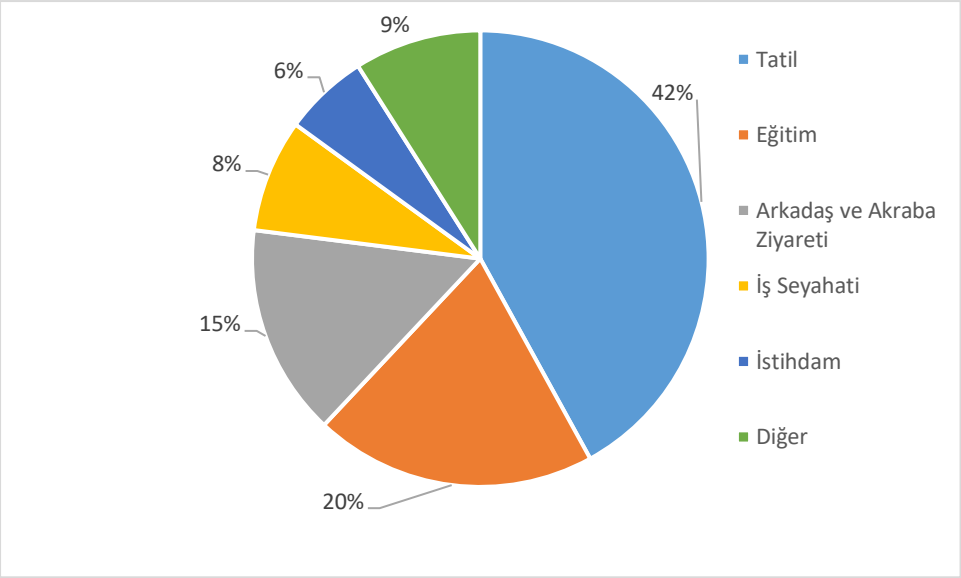
İstanbul'un Kültür Endüstrileri faaliyetleri diğer ana faaliyetlere göre oldukça yüksek sayıda ve hâkim olan yaratıcı sektördür. Sanat ise faaliyet sayısı en zayıf olan sektördür. Kültür Endüstrileri faaliyetleri en çok Şişli, Kadıköy, Beşiktaş, Ataşehir ilçelerinde yer almaktadır. Şişli, Beşiktaş, Fatih, Kadıköy ve Beyoğlu Yaratıcı hizmet faaliyetlerinin kümelendiği ilçelerdir.

Gösteri sanatları, sanatlar faaliyetinin %79'unu kapsamaktadır ve yaklaşık %20'si Beyoğlu, %16'sı Kadıköy, %14'ü Şişli, %11'i Beşiktaş ilçelerindedir. Görsel sanatlarda yoğunluk Kadıköy, Beyoğlu ve Şişli ilçelerinde sıralanmaktadır. Kültürel miras faaliyetinin %47,6'sı Fatih, %27'si Bahçelievler ilçelerinde yer almaktadır.

10.1.1.7. Gençlik Turizmi

The World Youth Student and Educational (WISE) gençlik turizmini, 15 ila 29 yaşları arasında, bir yıldan kısa süreler için bağımsız seyahat edenleri (gençlere kişisel olarak bir ebeveyn veya vasi tarafından eşlik edilmeyen) içeren bir turizm biçimi olarak tanımlamaktadır. WISE tarafından gençlik turizmi sektörü için yürütülen kapsamlı bir araştırmada bu gençlerin yaptıkları gezilerin arkasındaki motivasyonun en başta kültür turizmi olduğu ortaya çıkmıştır (Ghete, 2015).

Şekil 10-29. 15-29 Yaş Arası Gençlerin Seyahat Nedenleri (UNWTO)



15-24 yaş aralığındaki gençlerin aile veya diğer aile fertleri olmadan turizm hareketine katılmaları gençlik turizmi olarak tanımlanır. Turizm hareketine katılma oranı bakımından gençlerin psikolojik özellikleri diğer yaş grupları ile kıyaslandığında genç yaştaki bireyler turizme daha çok katılırlar. Gençlerin kişilik özellikleri bakımından değerlendirildiğinde daha maceracı, değişime açık ve harekete hazır bir yapıdadırlar. Bu yaş grubunun daha az sorumluluklarının taşımaları, konaklama yeri seçiminde çok seçici olmamaları ve daha kolay memnun olma özellikleri bakımından seyahat etme eğilimleri daha yüksektir. Ailelerin ayırdığı sınırlı bütçelerle seyahat eden gençlerin katıldığı turizm türü birçok ülkede sosyal turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Gençlik turizmine katılan genç bireyler özellikle dağcılık, kampçılık ve sportif faaliyetler için seyahat ederler. Konaklama alanı olarak hostel, pansiyon çadır tercih ederler (Kozak Akoğlan, 2012).

Gençlik turizminin özellikleri (Gökdeniz, 1992);

- Gençlik Turizmi, kar amacı gütmeyen daha çok sosyal fayda üzerinde yoğunlaşmış kamu kuruluşları tarafından desteklenen ve teşvik edilen ucuz seyahat organizasyonudur.
- Düzenli bir gelire sahip olmayan çoğunlukla 18-25 genç yaş grubundaki bireylere ve genellikle bu yaş grubundaki öğrencilere hitap eder.

- Sosyal amaç içeren bir turizm türüdür.
- Dünya barışına katkı sağlar.
- Gençlerin ve öğrencilerin fiziksel güçlerini ve üretkenliklerini artıran faaliyetlerdir.
- Ruhsal ve kültürel yönden gençlerin gelişmesine katkı sağlar.
- Farklı kültürleri ve çevrelerini tanıma imkânı sağlar.
- Gençlerin analitik düşünme gücüne katkı sağlar.

Gençlik turizmi, gençlerin turizme kazandırılması için çeşitli faaliyetlerle kendini gösterebilmektedir. Bu faaliyetler arasında; Au-pair, eğitsel faaliyetler, gönüllü programlar, work and travel, dil seyahati, kültürel değişim, spor turizmi ve macera turizmi bulunmaktadır (Olimpia, 2012).

Gençlik Turizmi terimleri

Au Pair (Anne yardımcılığı): Genç bir yetişkinin yabancı bir ülkede ev sahibi bir aile ile birlikte yaşadığı ve kaldığı süre boyunca olası masrafları karşılamak için oda, yemek ve küçük bir maaş karşılığında ev işlerine veya çocuk bakımına yardımcı olduğu bir kültürel değişim biçimi.

Backpackers (Sırt çantasıyla seyahat): Düşük maliyetli, bağımsız bir uluslararası seyahat tarzı, genellikle esnek bir güzergâh ile birden fazla varış noktası içeren bir seyahattir. Az bagajla (bir sırt çantası gibi) gezen turistlerdir. Hareketlilikleri çok hızlı ve esnektir.

Bleisure (iş gezileriyle birlikte tatil): İş ve eğlence ürünleri, hizmetleri ve deneyimlerinin bulanıklaşması, karışması.

Digital Nomad (dijital göçebe): Hem seyahat eden hem çalışan, konumdan bağımsız bir yaşam tarzını seçen ve dijital teknolojileri kullanan gezginler.

Flashpacker: Flashpacker, bir sırt çantalı gezgin gibi esnek, düşük maliyetli bir tarzda seyahat eder. Ancak seyahat konforları veya kolaylıkları için daha fazla harcamaya isteklidir.

Gap year (boşluk yılı): Tipik olarak ortaöğretimin tamamlanması ile yükseköğrenimin başlangıcı arasında bol bol seyahat ederek geçirilen bir "mola yılı".

X, Y ve Z Kuşakları: X kuşağı, 1966-1976 yılları arasında, Y kuşağı (Millenials) 1977-1994 ve Z kuşağı 1995-2012 yılları arasında doğanları içerir.

Glamping (büyüleyici kamping): Genellikle geleneksel kamp alanlarıyla ilişkili olmayan bir dizi olanak ve konforla (yatak, elektrik ve iç mekân tesisatına erişim gibi) gerçekleşen açık hava kampı. Kamping turizminin daha lüks versiyonudur.

Dil seyahati: Gençlik ve öğrenci yurt dışında dil öğrenmek amacıyla seyahat etmektedir. 7 günden fazla süren uzun süreli yolculuktur.

Off the Grid (Şebeke dışı) / Dijital detoks: Birçok insan, sürekli bağlantı ve iş ile boş zamanın bulanıklaşmasının bir sonucu olarak kendisini rahatsız hisseder, bu nedenle "şebeke dışında" veya internet bağlantısı olmadan geçirilen zaman, rahatlamanın ve "dijital detoks" yapmanın bir yolu olabilir.

Çevrimiçi Seyahat Acenteleri (OTA): Tüketicilere seyahat ürünlerinin satışı konusunda uzmanlaşmış bir seyahat web sitesidir. Direk canlı rezervasyon alır, anında ödeme alıp konfirme eder.

Paylaşım ekonomisi (veya İşbirlikçi ekonomi): Bir ücret karşılığında seyahat kaynaklarının edinilmesini ve dağıtımını ve ortak seyahat edilmesini koordine eden sistemler. Buna Airbnb, Uber ve BlaBlaCar gibi parasal sistemlerin yanı sıra Couchsurfing gibi ticari olmayan değişim ağları dâhildir.

Study Abroad (yurtdışı eğitimi): Öğrencilerin akademik kredi aldıkları başka bir ülkede derslere katıldıkları bir eğitim programı.

Gönüllü Seyahat: Gençler, çoğu durumda kar amacı gütmeyen bir kuruluş tarafından sağlanan gönüllü çalışma (ücretsiz çalışma) ile seyahat eder.

Work and Travel: Dünya çapında ve Türkiye'de gençlik turizmine hizmet veren dernek, vakıf, kurum ve kuruluşların sayısı oldukça fazladır. Bunlardan uluslararası alanda hizmet veren en önemli kuruluşlardan bazıları şunlardır: Uluslararası Genç ve Öğrenci Seyahatleri Konfederasyonu, Uluslararası Gençlik Seyahat kuruluşları Federasyonu, Uluslararası Öğrenci Gezi Birliği, Uluslararası Gençlik Hostelleri Birliği. Türkiye'de Gençlik Hostelleri Derneği, Gençtur, Turizm Eğitim Merkezleri, Yurtkur (yurtlar), Orman Bakanlığı (yurtlar), Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (gençlik kampları).

Türkiye'de olduğu gibi İstanbul'da da gençlere yönelik gerçekleşen faaliyetler ağırlıklı olarak; gençlik kampları, gönüllü çalışma kampları, yurt dışı yaz okulları ve yaz kampları, okul gezileri gençlik festivalleri adı altında yapılmaktadır (Yılmaz, 2018).

Gençlik turizmi haritasında; konaklama, kültür sanat, festival mekânı, eğlence merkezi ve mekânı, kamp ve karavan alanları, bisiklet yolları ve bisiklet kiralama noktaları temel veriler olarak seçilmiştir. Gençlik turizminin odağında düşük maliyetli hosteller ve kiralık evler yer alsa da, İstanbul'da bu tür konaklama mekânlarının sayıca çok düşük olmasından dolayı konaklama envanteri daha geniş kapsamlı ele alınmıştır. Dört ve beş yıldızlı oteller hariç tutularak konaklama mekânları veri tabanına dâhil edilmiştir (İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021).

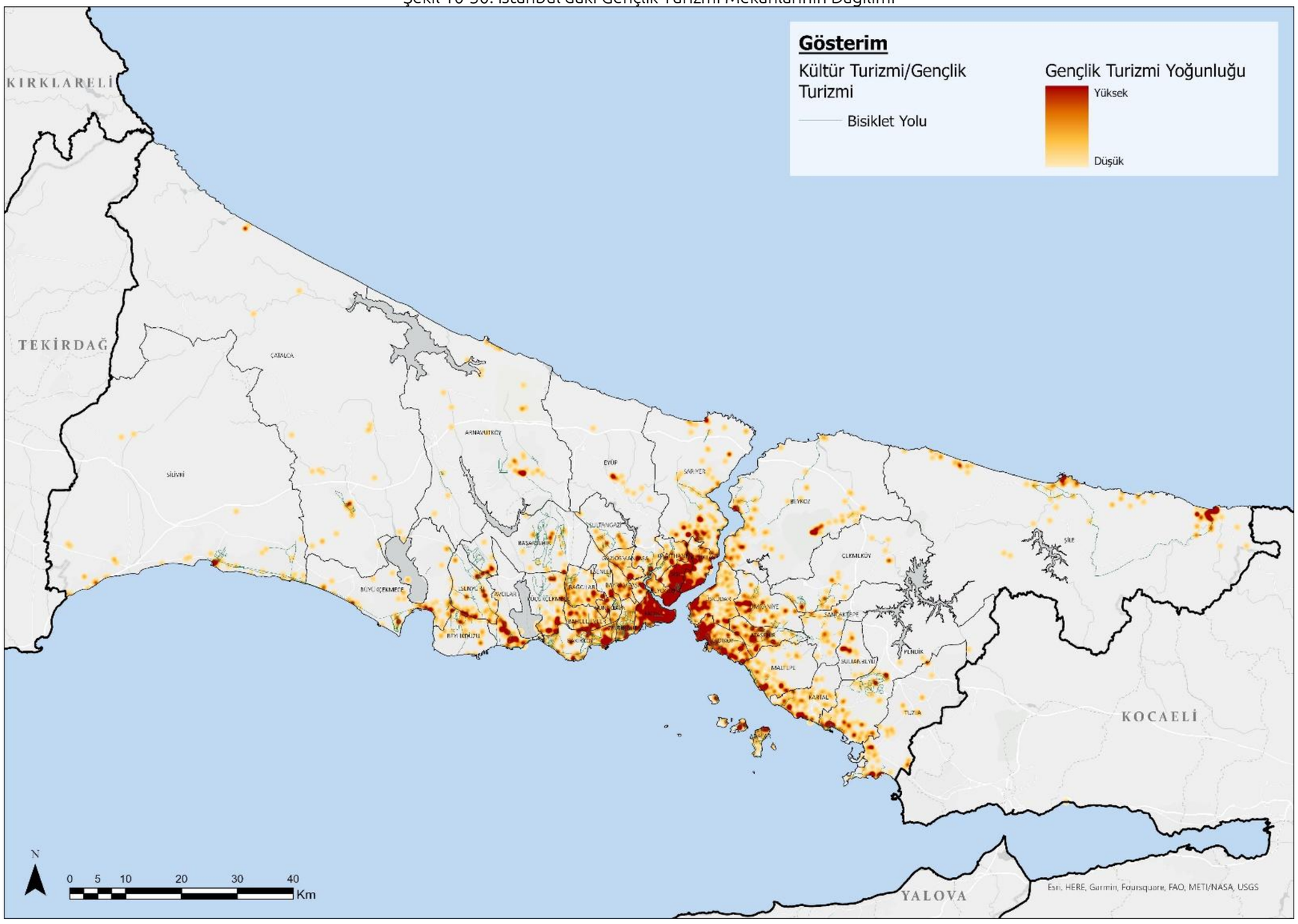
Tablo 10-18. İlçelere Göre Gençlik Turizmi Alanlarının Dağılımı

İlçeler	Eğlence Mekânı	Eğlence Merkezi	Festival Alanı	Kamp ve Karavan Alanı	Konaklama Mekânı	Kültür-Sanat Mekanı	Bisiklet Kiralama Noktası	Genel Toplam
Adalar	14	1	3		89	15	26	148
Arnavutköy	4	16	1	1	21	18		61
Ataşehir	26	2	2		64	76		170
Avcılar	16	4	1		72	33	4	130
Bağcılar	10	4	1		22	57		94
Bahçelievler	20	4	1		47	56		128
Bakırköy	28	12	5		70	91	21	227
Başakşehir	5	7	1		6	34		53
Bayrampaşa	1	3			22	24		50
Beşiktaş	100	4	19		133	193	9	458
Beykoz	9	4	3	2	78	57	14	167
Beylikdüzü	17	5	3		9	29		63
Beyoğlu	257		26		380	459	1	1123
Büyükada			1					1
Büyükçekmece	22	5	3		37	27	4	98
Çatalca	3	3		6	16	9		37
Çekmeköy	2	1		5	7	29		44
Esenler	2	1	1		8	23	1	36
Esenyurt	10	6	1		31	50		98
Eyüpsultan	3	8	4		19	76	1	111
Fatih	51	2	13		1389	295	14	1764
Gaziosmanpaşa	10	1	1		11	21	15	59

İlçeler	Eğlence Mekânı	Eğlence Merkezi	Festival Alanı	Kamp ve Karavan Alanı	Konaklama Mekânı	Kültür-Sanat Mekanı	Bisiklet Kiralama Noktası	Genel Toplam
Güngören	2	5	1		21	20		49
Kadıköy	146	6	22		135	342	24	675
Kâğıthane	5	3	1		33	33		75
Kartal	27	6	4		31	48	20	136
Kınalıda			1					1
Küçükçekmece	8	2	1		41	57	3	112
Maltepe	20	9	2		21	49	25	126
Pendik	6	14	1	2	37	79	28	167
Sancaktepe	4	1			5	25		35
Sarıyer	40	3	16	2	50	84	16	211
Silivri	9	4	3	5	36	12		69
Sultanbeyli		7	1		3	24		35
Sultangazi	9	3	1		4	20		37
Şile	2		2	27	176	9	1	217
Şişli	86	5	15		255	188	1	550
Tuzla	9	14	1	1	29	40	5	99
Ümraniye		11	1		36	90	8	146
Üsküdar	10	8	1		68	134	8	229
Zeytinburnu	10	4	2		27	25	19	87
Genel Toplam	1003	198	166	51	3539	2951	268	8176

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Şekil 10-30. İstanbul'daki Gençlik Turizmi Mekânlarının Dağılımı



10.1.2. Doğa Turizmi

Turizm dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden birisi olup insan odaklıdır. İnsanların eğlenme ve dinlenme istekleri onları turizm faaliyetlerine katılmaya yöneltmektedir. Turistlerin doğal ortamlara yaptıkları seyahatler doğa temelli turizm olarak adlandırılmakta olup doğa temelli turizmde doğal ve kültürel kaynak değerlerini korumak ve yerel halkın ekonomik kalkınmasını sağlamak önemlidir. (Turizm Akademik Dergisi, 2020)

Bu tür turizmin en belirgin özelliği başta doğayı, biyolojik ve ekolojik çeşitliliği, yerel kültürü ve geleneksel özgünlüğü korumayı ve gelir farklılıklarını aza indirgemeyi amaçlaması olarak öne çıkıyor.

Doğa turizmi; ekoturizm, rekreasyon turizm ve macera turizmi ile detaylı olarak incelenmiştir.

10.1.2.1. Ekoturizm

Ekoturizm; kültür turizmi, kırsal turizmi, spor turizmi ve inanç turizmi faaliyetlerini içerebilen doğanın korunmasını gözeten ve sosyal sorumluluk içeren, yerel halkın refah düzeyine katkıda bulunan sürdürülebilir bir turizm çeşididir denilebilir. Uluslararası Ekoturizm Derneği (TIES-The International Ecotourism Society) (1990)'nin tanımına göre ekoturizm; çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını geliştiren, doğal alanlara yapılan sorumlu seyahattir.

Ekoturizm "Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını geliştiren tabii alanlara yönelik sorumlu bir seyahat" olarak da tanımlanmaktadır. Tabiat temelli turizm tabii yerlere seyahati açıklayan, daha sade bir tanımlama olmakla birlikte, ekoturizmin çevresel, yerel topluluklara yönelik hedefleri, kültürel ve ekonomik açıdan faydaları kapsamaktadır. Sürdürülebilir turizm ekoturizmi de içine almaktadır ve tüm turizm tür ve faaliyetleri için uzun dönem yaşam ve süreklilik maksadıyla düşünülmüştür. Ekoturizm tabiat temelli bir turizm çeşididir. Ekoturizm ilkelere dayalı uygulandığında, sosyal yararları ve çevreye duyarlı bir turizm gelişimi örneğidir. Tabii kaynakların uygun bir şekilde, zarar görmeden kullanımını hedeflerken ziyaretçilerin bu şekilde eğlenme-dinlenme ve yenilenmelerine olanak sağlar (T.C.Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2013-2023, s. 3).

Ekoturizm, hem yerelin hem de ziyaretçiler arasında biyolojik çeşitliliğin, doğal çevrenin ve kültürel varlıkların korunmasına yönelik farkındalığı artırır ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirmek için özel yönetim süreçleri gerektirir (UNWTO, Ecotourism And Protected Areas, 2023).

Eko-turizm, ziyaretçinin temel motivasyonunun, ekosistemin bütünlüğünü korumak ve yerel halkın refahını artırmak için sorumluluk bilinciyle biyolojik ve kültürel çeşitliliği gözlemlemek, öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve takdir etmek olduğu, doğa temelli bir turizm faaliyetidir. Eko-turizm, biyolojik çeşitliliğin, doğal çevrenin ve kültürel varlıkların korunmasına yönelik farkındalığı hem yerel halk hem de ziyaretçiler için artırmakta ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirgemek için özel yönetim süreçleri gerektirmektedir (UNWTO, Ecotourism And Protected Areas, 2023).

Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO)göre ekoturizmin amaçları;

- Turizmin doğal ve geleneksel çevreye verdiği tahribatın en alt düzeye indirilmesi,
- Turistlere ve yerel halka doğanın ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunmasına yönelik eğitim verilmesi,
- Turizmin yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayan, yerel yönetim ve halkla işbirliği içinde gelişen sorumlu bir ticaret olarak özendirilmesinin sağlanması,
- Koruma kapsamındaki (doğal ve sosyo-kültürel) alanların yönetimi için kaynak ayrılması,
- • Turizmin negatif etkisinin en alt düzeye indirilmesi amacıyla sosyo-kültürel ve doğal çevreye yönelik uzun vadeli takip ve değerlendirme programlarının desteklenmesi,
- Turizmin yerel halkın geçimine katkıda bulunmasını sağlayacak şekilde geliştirilmesinin temini,
- Turizmin gelişiminin yörenin sosyal ve çevresel kapasitesini artıracak şekilde gelişmesinin temini,
- Çevreyle uyumlu, doğal ve geleneksel sosyo-kültürel yaşamla iç içe geçen, yöresel bitki örtüsünü ve yaban hayatını koruyan turizmin alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesidir.

Dünya Turizm Örgütü'ne (United Nations World Tourism Organization-UNWTO) göre ekoturizmin bileşenleri;

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunulması,
- Yerel halkın refahının gözetilmesi, turistlerin ve yerel halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması,
- Küçük ölçekli işletmeler tarafından küçük turist gruplarına hizmet verilmesi,
- Turistlerin ve yerel halkın turizm endüstrisi hakkında sorumlu hareket etmesinin sağlanması,
- Geri dönüşü olmayan kaynakların en düşük düzeyde tüketilmesi,
- Turizm yönetimine yerel düzeyde katılımın önemsenmesi,
- İş fırsatlarının ve mülkiyetin yerel halk lehinde gelişmesinin gözetilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü'ne (United Nations World Tourism Organization-UNWTO) göre ekoturizmin amacı;

- Turizmin doğal ve geleneksel çevreye verdiği tahribatın en alt düzeye indirilmesi,
- Turistlere ve yerel halka doğanın ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunmasına yönelik eğitim verilmesi,
- Turizmin yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayan, yerel yönetim ve halkla işbirliği içinde gelişen sorumlu bir ticaret olarak özendirilmesinin sağlanması,
- Koruma kapsamındaki (doğal ve sosyo-kültürel) alanların yönetim için kaynak ayrılması,
- Turizmin negatif etkisinin en alt düzeye indirilmesi amacıyla sosyo-kültürel ve doğal çevreye yönelik uzun vadeli takip ve değerlendirme programlarının desteklenmesi,
- Turizmin yerel halkın geçimine katkıda bulunmasını sağlayacak şekilde geliştirilmesinin temini,
- Turizmin gelişiminin yörenin sosyal ve çevresel kapasitesini artıracak şekilde gelişmesinin temini,
- Çevreyle uyumlu, doğal ve geleneksel sosyo-kültürel yaşamla iç içe geçen, yöresel bitki örtüsünü ve yaban hayatını koruyan turizmin alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesidir.

Ülkemiz; tarihi, kültürü ve doğa güzellikleri ile doğa sporları açısından büyük bir potansiyele sahip olduğundan, sadece yaz turizmine bağlı kalmaksızın tüm yıl boyunca ve daha fazla kazanç sağlayabilmek adına ekoturizm Ülkemiz açısından da son yıllarda önemsenmektedir. Her türlü doğal zenginliğin bulunduğu ülkemizde, ekoturizm başlığı altında; yayla turizmi, bisiklet turları, ornitoloji (kuş gözleme) turizmi, foto safari, akarsu sporları (kano-rafting) agro-turizm(çiftlik turizmi), botanik (bitki inceleme) turizmi, atlı doğa yürüyüşü, kamp-karavan turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi ve doğa yürüyüşü, gibi faaliyetler yapılmaktadır (Ünal Ankaya, Yazıcı, Balık, & Gülgün Aslan, 2018, s. 69-72).

İstanbul'un Ekoturizm Değerleri

İstanbul, Karadeniz ve Marmara Denizi'ni ve aynı zamanda Anadolu ve Avrupa'yı birbirine bağlayan bir coğrafyada yer almasıyla eşsizdir. Kentin içinden geçen boğaz, benzerine rastlanması mümkün olmayan bir peyzaj ortaya çıkarmaktadır. Kentteki kültürel ve tarihi değerlerin yoğunlaştığı Tarihi Yarımada; Haliç, Marmara Denizi ve İstanbul Boğazı ile çevrelenmiştir. Dolayısıyla İstanbul, insan eliyle oluşmuş kültür-tarih-sanat değerlerinin yanı sıra tabii değerleri açısından daeşsiz bir potansiyele sahiptir. Şehrin Marmara kıyıları, Boğaz kıyıları, Karadeniz kıyıları, kuzey ormanları ve tarımsal toprakları tabiat turizmi ve yanı sıra agro-turizm, eko-turizm, spor turizmi açısından zengin bir çeşitlilik sunmaktadır. Üst ölçekli planlara uyum çerçevesinde, 1/1000.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planında, Arnavutköy, Silivri, Büyükçekmece, Sarıyer, Beykoz, Şile ve Adalar ilçeleri "Doğa Odaklı Turizm Alanları" olarak belirlenmiştir. (T.C.Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2013-2023, s. 3).

Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü ekoturizmle ilgili çalışmalara 2017 tarihinde başladı. Hazırlanan Ekoturizm Eylem Planı'yla Türkiye'nin dört bir yanında ekoturizm alanları belirlendi. Şu ana kadar planlanan 70 ekoturizm rotasından 37'si ziyarete açıldı. Diğerleri için de çalışmalar bütün hızıyla devam ediyor (Orman Genel Müdürlüğü, 2023).

Büyükada Ekoturizm Alanı (İstanbul)

Büyükada, İstanbul ilinin 9 adasından oluşan ve " Prens Adaları " olarak adlandırılan ada grubunun, yüzölçümü en büyük olan üyesidir.

- İstanbul sakinleri açısından şehirden kaçabilecekleri en yakın alternatiflerden biridir ve özellikle yaz aylarında çokça yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır.

- Orman varlığı, Akdeniz ve Karadeniz iklimleri arasında geçiş niteliği gösteren iklimi ve bu iklimi sayesinde oluşan zengin bitki örtüsü ile fotoğraf ve tabiat meraklıları için önemli bir mekân haline gelmiştir.
- Doğal kaynaklar açısından önemli değerlere sahip olması ve sahaya ulaşım kolaylığı sebebiyle ziyaretçi potansiyeli yüksek bir saha özelliğindedir.
- Doğa Yürüyüş Parkurlarından ilki lunapark meydanından başlayarak Aya Yorgi Kilisesi'ne kadar çıkmaktadır ve uzunluğu 1 km'dir. İkinci parkur ise yine aynı meydandan başlayarak adanın güney kısmında bulunan Yücetepe çevresinde bir tam tur boyunca devam etmekte olup toplam uzunluğu 4,5 km'dir. Bisiklet parkuru olarak Lunapark meydanından başlayan ve hâlihazırda aktif olarak kullanılan büyüktür yolu olup uzunluğu 5.8 km'dir.

İstanbul'un zengin bir flora ve faunaya sahip olması özellikle eko-turizm açısından artı bir değer yaratmıştır. İstanbul'un pek çok ilçesi eko-turizmin gelişmesi yönünde değerlendirilebilecek kaynaklara sahiptir. Şile, Çatalca ve Beykoz, eko-turizm anlamında ilk akla gelen ilçelerdendir (İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2023).

Ayrıca İstanbul'dan kısa mesafelerde (1-2 saat) gidilebilen, ekoturizm destinasyonları vardır. Aralarında yer alan Adalar, Sapanca, Maşukiye, Erikli, Yalova, Ağva çoğunlukla hafta sonu kaçamağı ya da günübirlik gidilen yerlerdir. Diğer yandan İstanbul'un Şişli, Şile, vb. çeşitli ilçelerinde ekolojik pazarlar kurulmaktadır.

Tabiat Parkları: Polonezköy-Beykoz, Türkmenbaşı-Sarıyer, Parkorman-Sarıyer, Mehmet Akif Ersoy-Sarıyer, Marmaracık Koyu-Sarıyer, Kirazlıbent-Sarıyer, Falih Rıfkı Atay-Sarıyer, Kömürcübent-Sarıyer, Bentler-Sarıyer Neşetsuyu-Sarıyer, Fatih Çeşmesi-Eyüpsultan, Irmak-Sarıyer, Ayvatbendi-Eyüpsultan, Göktürk Göleti- Eyüpsultan, Büyükada-Adalar, Değirmenburnu-Adalar, Dilburnu-Adalar, Mihrabat-Beykoz, Elmasburnu-Beykoz, Şamlar-Arnavutköy, Avcıkoru Şile-Çekmeköy, Fatih Sultan Mehmet-Sarıyer, Çilingöz-Çatalca, Hacetderesi-Tuzla, Göztepe-Beykoz, Danamandıra-Silivri, Beykoz Göknarlık Tabiatı Koruma Alanı.

Mağara Turizmi: İstanbul'da yalnızca ekipmanlı normal ziyaretçilerin rehber eşliğinde ziyaret edebilecekleri İkigöz Mağarası yer almaktadır.

Kuş Gözlemciliği: Çamlıca, Büyükçekmece ve Küçükçekmece Gölleri, Boğaziçi ve Şile Adaları, Terkos ve Adalar.

İstanbul ilindeki ekoturizm alanları alan kullanımlarına göre noktasal, çizgisel ve alansal olarak ilçelere göre mekânsal analizleri incelenmiştir. Veri türlerine göre bisiklet kiralama noktaları, botanik parklar, kamp ve karavan alanları ile kuş gözlem noktaları noktasal veriler ile belirtilmiştir.

Tablo 10-19. İlçelere Göre Ekoturizm Değerlerinin (Noktasal) Dağılımı

İlçeler	Bisiklet Kiralama Noktası	Botanik Park	Kamp ve Karavan Alanı	Kuş Gözlem Noktası	Genel Toplam
Adalar	26			5	31
Arnavutköy			1	10	11
Ataşehir		1			1
Avcılar	4			4	8
Bakırköy	21	2			23
Başakşehir		3			3
Beşiktaş	9	1		3	13
Beykoz	14	2	2	5	23
Beyoğlu	1				1
Büyükçekmece	4			5	9
Çatalca			6	9	15
Çekmeköy		1	5	1	7
Esenler	1				1
Eyüpsultan	1			1	2
Fatih	14	1		2	17
Gaziosmanpaşa	15				15
Kadıköy	24			1	25
Kartal	20	1			21
Küçükçekmece	3	1		4	8
Maltepe	25				25
Pendik	28		2	3	33
Sancaktepe				1	1
Sarıyer	16	1	2	10	29
Silivri		1	5		6
Şile	1		27	4	32
Şişli	1				1
Tuzla	5		1	1	7
Ümraniye	8				8
Üsküdar	8	1		5	14
Zeytinburnu	19				19
Genel Toplam	**268**	**16**	**51**	**74**	**409**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Tablodan da görüldüğü üzere ekoturizm değerlerinin ilçelere göre dağılımında;

Bisiklet kiralama noktaları; bu grupta ağırlıklı olarak en fazla bulunan kategoridir. Sırasıyla en fazla Pendik, Adalar ve Maltepe ilçelerinde bulunmaktadır.

Botanik parklar; bu grupta en az bulunan kategoridir. Botanik Parklarda sırasıyla en fazla Başakşehir, Beykoz ve Bakırköy ilçeleridir.

Kamp karavan alanlarında; büyük bir farkla birinci sırada Şile ilçesi yer almıştır. Şile ilçesini sırasıyla Çatalca ve Silivri ilçeleri takip etmektedir.

Kuş gözlem noktaları; sırasıyla en fazla Arnavutköy, Sarıyer ve Çatalca ilçelerinde bulunmaktadır.

Tablo 10-20. İlçelere Göre Ekoturizm Değerlerinin (Alansal) Dağılımı

İlçeler	Doğal Sit Alanı	Önemli Bitki ve Doğa Alanı	Sulak Alan	Tabiat Parkı	Genel Toplam
Belirsiz		17	1		18
Adalar	63	1		3	67
Arnavutköy				1	1
Ataşehir	1				1
Bakırköy	1				1
Bayrampaşa	2				2
Beşiktaş	6				6
Beykoz	92	1		4	97
Beylikdüzü	2				2
Büyükçekmece		1	1		2
Çatalca	4			12	16
Eyüpsultan		1		3	4
Kadıköy	18				18
Kartal	9				9
Küçükçekmece	4		1		5
Maltepe	1				1
Pendik	1				1
Sarıyer	35	1			36
Silivri	3		1	1	5
Sultanbeyli	1				1
Şile	17			1	18
Tuzla	14			1	15
Üsküdar	22				22

İlçeler	Doğal Sit Alanı	Önemli Bitki ve Doğa Alanı	Sulak Alan	Tabiat Parkı	Genel Toplam
Genel Toplam	296	22	4	26	348

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere ekoturizm alanlarının ilçelere göre dağılımında;

Doğal sit alanları; bu grupta ağırlıklı olarak en fazla bulunan kategoridir. Sırasıyla en fazla Beykoz, Adalar ve Sarıyer ilçelerinde bulunmaktadır.

Önemli bitki ve doğa alanı; ise bu grupta flora ve fauna çeşitliliği olan önemli bitki ve doğal alanlar oluşturmaktadır. Bölgesel ve büyük alanlar olduğu için belirli bir ilçe sınırında kalmayıp birden fazla ilçe sınırında bulunmaktadır.

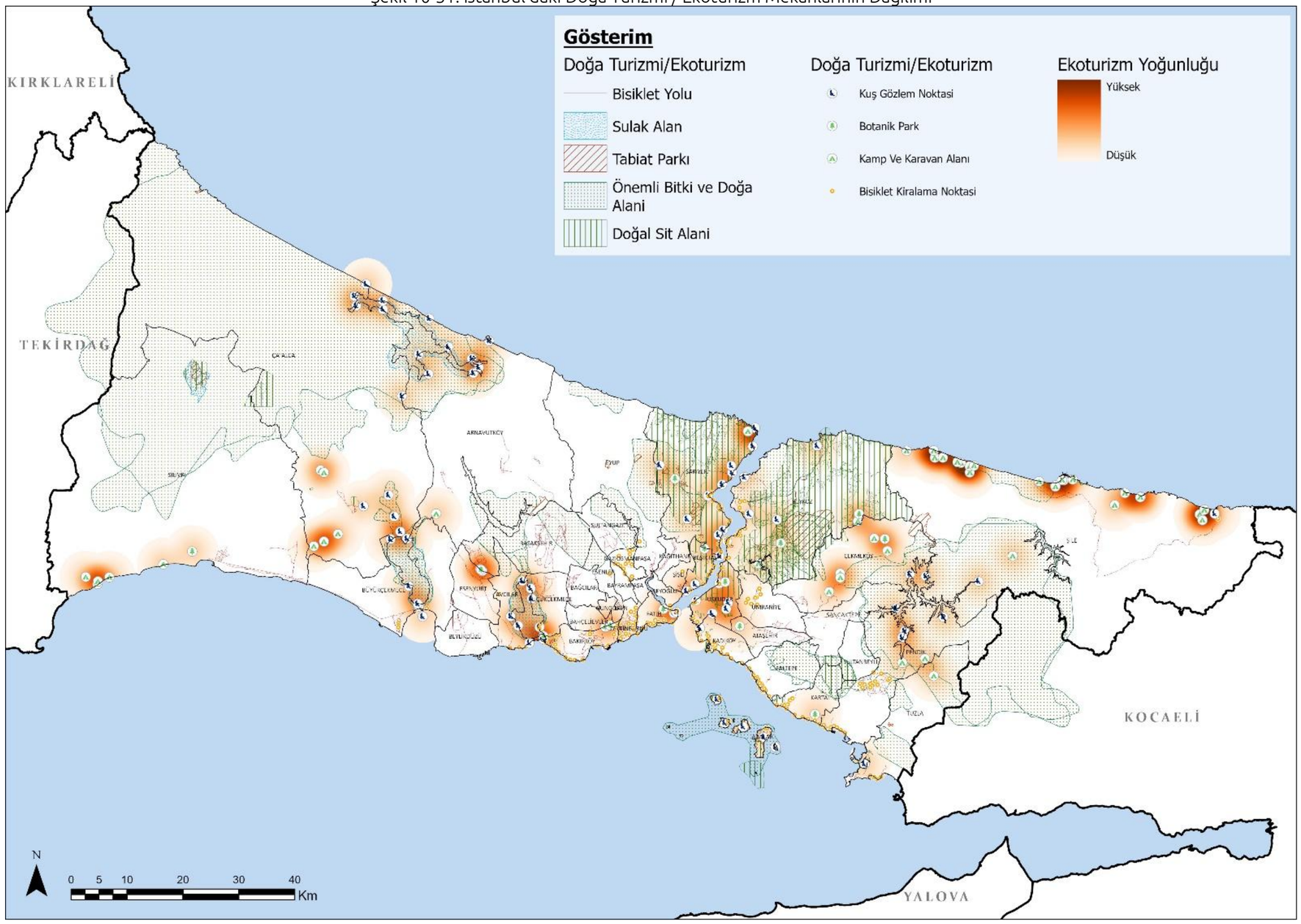
Sulak alanlar; göl alanlarını kapsamaktadır. İstanbul il bütünde Büyükçekmece, Küçükçekmece, Danamandıra ve Terkos gölü sulak alanlarıdır.

Tabiat parklarında; birinci sırada Çatalca ilçesi yer almıştır. Çatalca ilçesini Beykoz ve Adalar ile Eyüpsultan ilçeleri takip etmektedir.

İstanbul'daki ekoturizm değerlerine katkı sağlayan veri türlerinden bir diğeri ise bisiklet yollarıdır. Bisiklet yolları kesintisiz devam eden akslar olduğu için ve birden fazla ilçe aynı aks üzerinden hizmet aldığı için ilçe dağılım oranları verilememiştir. Ancak bisiklet yollarının ise en fazla bulunduğu ilçe Zeytinburnu olduğu görülmektedir. Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Çatalca, Eyüpsultan, Sancaktepe ve Sultanbeyli ilçelerinde ise bisiklet yollarının yok denecek kadar az ya da bulunmadığı tespit edilmiştir.

İstanbul'daki ekoturizm alanları genel kapsamda; botanik parkı, önemli doğa ve bitki alanları, kuş gözlem noktaları, doğal sit alanları, tabiat parkları, bisiklet yolları, bisiklet kiralama noktaları, sulak alanlar; kamp ve karavan vb. alanlar aşağıdaki haritada belirtilmiştir.

Şekil 10-31. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Ekoturizm Mekânlarının Dağılımı



10.1.2.2. Rekreasyon Turizmi

Günümüzde insanlar, arzu edilen yaşam standardını sağlıklı yürütebilmek için rekreasyonel faaliyetlere ihtiyaç duymaktadırlar. Kalabalık yerleşim yerlerinde hayatını sürdüren bireylerde, kalabalık kent yaşamından uzaklaşma turizm ve rekreasyon faaliyetlerine duyulan ihtiyacın önemli faktörlerinden birisi olmuştur.

Rekreasyon ve turizm birbirini destekleyen iki kavramdır. Turizm olayı rekreatif faaliyetler sayesinde çekicilik kazanmaktadır.

Rekreasyon turizminde doğanın, dinlenme, spor, psikolojik yenilenme gibi insan ihtiyaçlarını karşılamadaki rolü; öncelikli kullanılan alanlar olan korunan alanların gelişmesine de katkı sağlamıştır. İzolasyon isteği ve yaban hayat ile baş başa kalma duygusunu bu turizm türünü yaratmıştır. Ziyaretçiler ya korunan alanın bir köşesinde bir araya gelerek sosyalleşir ya da patikaları izleyerek doğanın derinliklerinde kaybolur; piknik yapar, manzara seyreder, at biner, ya da büyük bir milli parkta günlerce sürecek kamplar yapar (WWF Türkiye, 2020, s. 17).

Rekreasyon turizmi, insanların beklenti ve isteklerini karşılayan aynı zamanda boş zamanlarını faydalı geçirmelerini sağlayan birtakım turizm faaliyetlerini içeriyor. Rekreasyon turizmi diğer turizm çeşitlerinden nitelik bakımından ayırt edici özelliklere sahiptir. Rekreasyon turizmi özellikleri;

- Bu turizm insanların boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla yaptıkları kar amacı taşımayan etkinlikler kapsamında değerlendiriliyor.
- Kişi kendi katılacağı etkinliği kendi özgür iradesi ile kendisini en fazla rahatlatacağını düşünerek seçiyor.
- Adı geçen etkinlikler planlı ya da plansız olarak gerçekleştirilebiliyor. Kişinin yeteneğine bakılmaksızın esnek bir şekilde organize olarak ya da organize olmadan yapılabiliyor.
- Rekreasyon turizmi içerisinde katılım sağlanan faaliyetlerde devam zorunluluğu bulunmuyor. Yalnızca katılımcının isteğine göre hareket ediliyor.
- Adı geçen faaliyetler her yaştaki ve her cinsiyetteki insanlara hitap ediyor.
- Etkinlerine katılım oranında paya sahip olan rekreasyon pazarlaması stratejilerinin katılımcıların ihtiyaç ve beklentilerine cevap vermesi gerekiyor.

İstanbul'daki bazı rekreasyon alanları;

- **Bisiklet Turları:** Kızıltoprak-Kartal arası sahil yolu, İTÜ Maslak kampüs içi, Belgrad Ormanı ve Polenezköy.
- **Sportif Olta Balıkçılığı:** Galata Köprüsü, Sarayburnu, Bebek Akıntıburnu ve Kuleli sahili.
- **Bitki İnceleme:** Terkos-Kasatura Kıyıları, Ağaçlı Kumulları, Kilyos Kumulları, Batı İstanbul Meraları, Kuzey Boğaziçi, Sahilköy-Şile Kıyıları ve Ömerli Havzası.
- **Doğa Yürüyüşleri:** Cemile Sultan Korusu – Kandilli, Büyükada, Ömerli-Şile-Ağva orman yürüyüş rotaları, Maçka Parkı, Bebek Parkı, Fethi Paşa Korusu – Üsküdar, Validebağ Korusu – Üsküdar, Fenerbahçe Parkı – Kadıköy, Büyük Çamlıca Korusu, Çatalca, Yıldız Parkı korusu, Emirgan Korusu, Mihrabat Korusu, Hidiv Kasrı ve korusu, Polonezköy Tabiat Parkı.
- **Plajlar:** Adalar, Kilyos, Şile, Ağva, Çatalca, Fenerbahçe Caddebostan, Florya, Tuzla, Kıyıköy.
- **Seçkin Özellikle Diğer Alanlar**: Atatürk Arboretumu, Emirgan Korusu, Gülhane Parkı, Florya Atatürk Ormanı, Fethipaşa Korusu, Beykoz Korusu, Küçük Çamlıca Korusu, Büyük Çamlıca Korusu ,Yıldız Korusu, Göztepe Gül Bahçesi, Nezahat Gökyiğüt Botanik Parkı, Maçka Demokrasi Parkı.
- **Sandal ve Olta Balıkçılığı:** İstanbul Boğazı ve kıyıları.

Tablo 10-21. İlçelere Göre Rekreasyon Turizm Değerlerinin (Noktasal) Dağılımı

İlçeler	Arboretum	Bisiklet Kiralama Noktası	Manzara Noktası	Plaj	Genel Toplam
Adalar		26	16	36	78
Arnavutköy			6	5	11
Avcılar		4	16		20
Bakırköy		21	9	6	36
Başakşehir			2		2
Bayrampaşa			1		1
Beşiktaş		9	20		29
Beykoz		14	36	5	55

İlçeler	Arboretum	Bisiklet Kiralama Noktası	Manzara Noktası	Plaj	Genel Toplam
Beylikdüzü			5	2	7
Beyoğlu		1	23		24
Büyükçekmece		4	1	7	12
Çatalca				9	9
Çekmeköy			5		5
Esenler		1			1
Eyüpsultan		1	8	1	10
Fatih		14	34		48
Gaziosmanpaşa		15			15
Kadıköy		24	6	5	35
Kartal		20	19		39
Küçükçekmece		3	5	1	9
Maltepe		25	17		42
Pendik		28	1		29
Sancaktepe			4		4
Sarıyer	1	16	43	24	84
Silivri			7	11	18
Sultanbeyli			2		2
Şile		1	17	31	49
Şişli		1	4		5
Tuzla		5	12	2	19
Ümraniye		8	4		12
Üsküdar		8	42		50
Zeytinburnu		19	2		21
Genel Toplam	**1**	**268**	**367**	**145**	**781**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

İstanbul ilindeki rekreasyon alanlarının alan kullanımlarına göre mekânsal analizleri incelenmiştir. Arboretum, bisiklet kiralama noktası, manzara noktası ve plajlar olmak üzere noktasal veriler ile belirtilmiştir. Buna göre yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere rekreasyon turizminin değerlerinin ilçelere göre dağılımında;

Arboretum alanı; Sarıyer ilçesinde bulunan Atatürk arboretumu rekreasyon turizminde önemli bir rol oynamaktadır.

Bisiklet kiralama noktaları; sırasıyla en fazla Pendik, Adalar ve Maltepe ilçelerinde bulunmaktadır.

Manzara noktası; bu grupta ağırlıklı olarak en fazla yer alan rekreasyon turizm değeridir. Tarihi ve doğal güzellikleri ile en fazla manzara noktasına sahip olan ilçeler sırasıyla Sarıyer, Beykoz ve Fatih ilçeleridir.

Plaj alanları; deniz turizminden yararlanılmasında etkili olan en önemli hususlar; uzun kıyılar, temiz deniz ve kumsallar, mavi bayraklı plajlar, doğal ve tarihi güzellikler, uygun iklim koşullarıdır.

Deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı olarak gerçekleştirilen turizm etkinlikleri geleneksel turizm ya da kıyı turizmi olarak da nitelendirilmektedir.

İstanbul geleneksel turizm kapsamında incelendiğinde, bir deniz kenti olmasına rağmen bu turizmin geliştiği bir şehir olmadığı görülmektedir. İstanbul'da geçmişte deniz kalitesi iyi olan birçok plaj bulunurken gerek sanayinin yoğunluk kazanmasıyla gerek çevresel kirliliğin artmasıyla kent bu özelliğini kaybetmiştir. Ancak, İstanbul Büyükşehir Belediyesi plaj alanlarını temizleme ve yeniden kullanıma açılmasına yönelik çalışmalarını sürdürmektedir. İBB plajları misafirlerine günürbirlik tatil imkânı sunuyor.

Tablo 10-22. İlçelere Göre İstanbul'daki Plaj Alanları

İlçeler	Adet
Adalar	17
Arnavutköy	2
Bakırköy	4
Beykoz	3
Çatalca	4
Kadıköy	3
Küçükçekmece	1

İlçeler	Adet
Sarıyer	19
Silivri	6
Şile	8
Genel Toplam	**67**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Yukarıdaki tabloya göre en fazla plaj alanı sırasıyla Sarıyer, Adalar ve Şile ilçesinde bulunmaktadır.

Şile ilçesinde ise bulunan Sofular plajı ise İstanbul'daki tek mavi bayraklı plaj olarak yer almaktadır.

Tablo 10-23. İlçelere Göre Rekreasyon Turizm Değerlerinin (Alansal) Dağılımı

İlçeler	Anıt Ağaç	Kent Ormanı	Kent Parkı	Koru	Mesire Alanı	Millet Bahçesi	Sulak Alan	Tabiat Parkı	Yaşam Vadisi	Genel Toplam
Adalar	4				8			3		15
Arnavutköy	6				10		1	1		18
Ataşehir	6									6
Avcılar	2									2
Bahçelievler				1						1
Bakirköy			1			1			1	3
Başakşehir			1			1			4	6
Beşiktaş	73			4					1	78
Beykoz	62	1	1	14	53			4		135
Beylikdüzü					1					1
Beyoğlu	7									7
Büyükçekmece	1						1			2
Çatalca	9			1	18			12		40
Çekmeköy		1			9					10
Esenler						1				1
Esenyurt									1	1
Eyüpsultan	9	1	2		7			3	1	23
Fatih			4							4
Kadıköy	69		1						1	71
Kâğıthane			1						1	2
Kartal		1			5					6

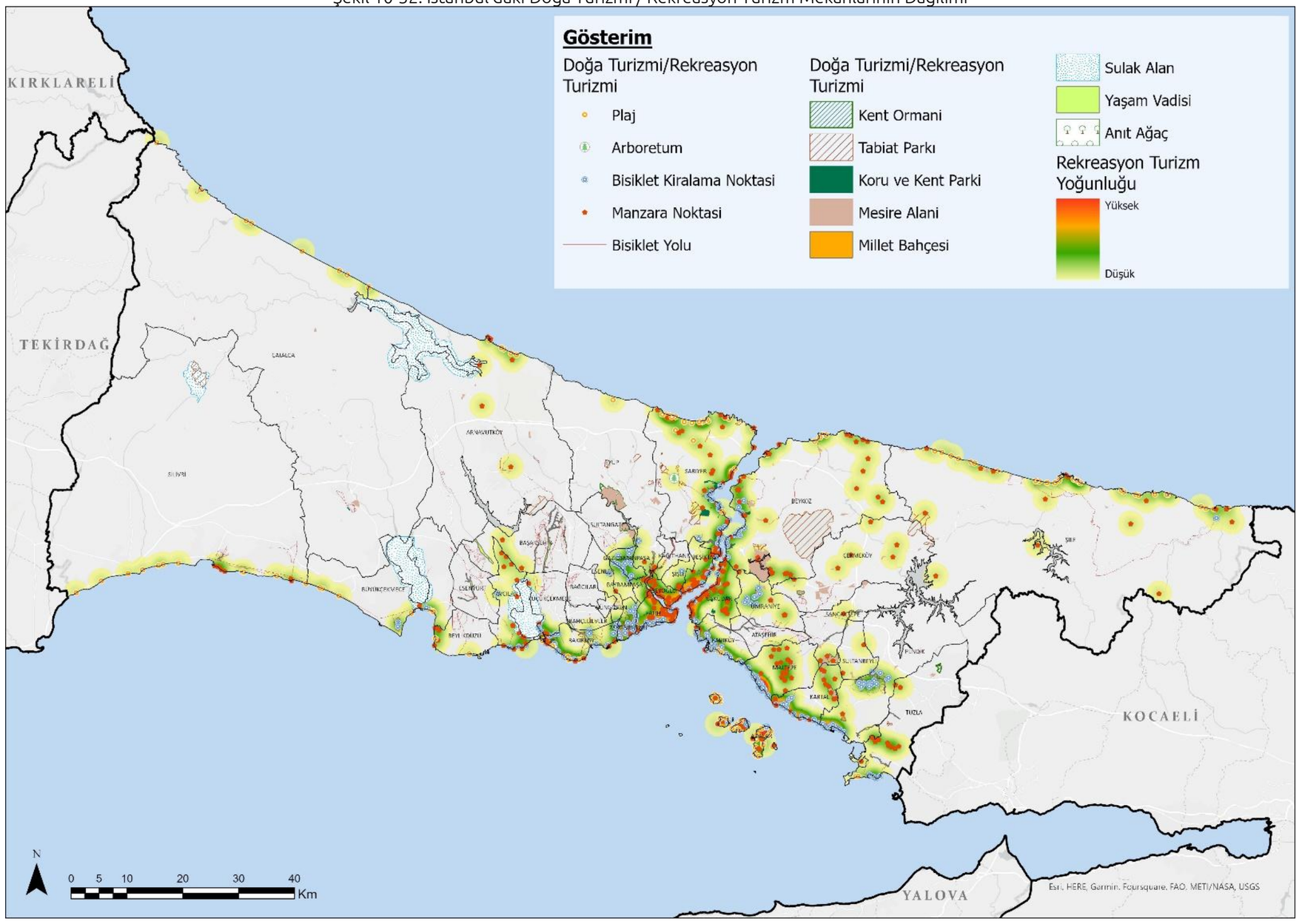
İlçeler	Anıt Ağaç	Kent Ormanı	Kent Parkı	Koru	Mesire Alanı	Millet Bahçesi	Sulak Alan	Tabiat Parkı	Yaşam Vadisi	Genel Toplam
Küçükçekmece	1						1			2
Maltepe	3	1	1		3				1	9
Pendik	30			1	2	1			2	36
Sancaktepe		1			1				1	3
Sarıyer	152		1	64	3				1	221
Silivri	11				2		1	1	1	16
Sultanbeyli					5					5
Sultangazi	1	1			1	1				4
Şile	4				17			1		22
Şişli			2		2					4
Tuzla	12	1			2			1	1	17
Ümraniye	5				2					7
Üsküdar	67			33	2	2				104
Zeytinburnu			2							2
Genel Toplam	**534**	**8**	**17**	**118**	**153**	**7**	**4**	**26**	**17**	**884**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

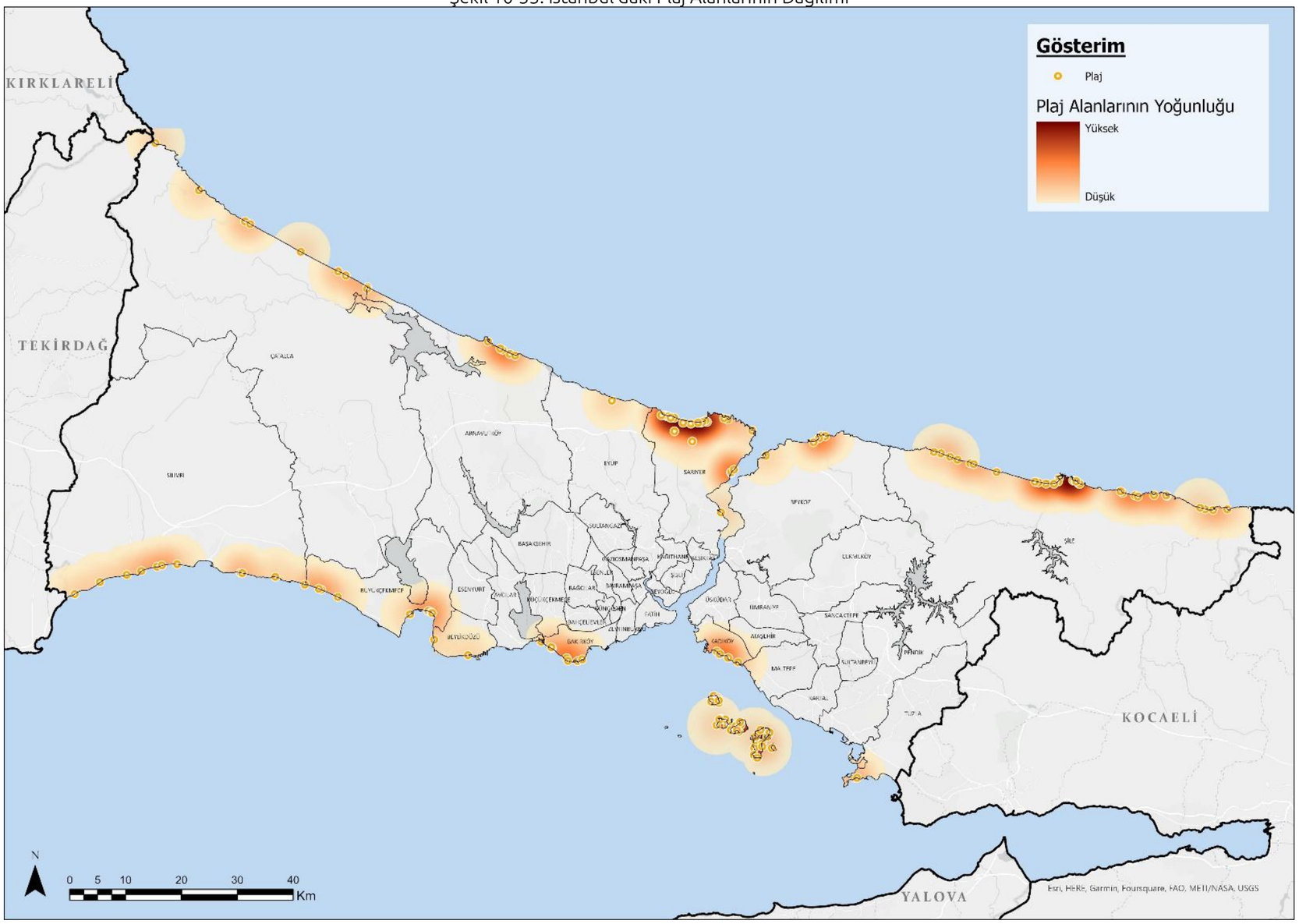
İstanbul'daki ekoturizm değerlerine katkı sağlayan veri türlerinden bir diğeri ise bisiklet yollarıdır. Bisiklet yolları kesintisiz devam eden akslar olduğu için ve birden fazla ilçe aynı aks üzerinden hizmet aldığı için ilçe dağılım oranları verilememiştir. Ancak bisiklet yollarının ise en fazla bulunduğu ilçe Zeytinburnu olduğu görülmektedir. Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Çatalca, Eyüpsultan, Sancaktepe Sultanbeyli ilçelerinde ise bisiklet yollarının yok denecek kadar az ya da bulunmadığı tespit edilmiştir.

İstanbul'daki rekreasyon turizm alanları genel kapsamda; kent ormanları, korular ve kent parkları, tabiat parkları, yaşam vadileri, millet bahçeleri, manzara noktaları, mesire alanları, sulak alanlar, plajlar, bisiklet yolları, bisiklet kiralama noktaları, arboretum ve anıt ağaçlar aşağıdaki haritada belirtilmiştir.

Şekil 10-32. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Rekreasyon Turizm Mekânlarının Dağılımı



Şekil 10-33. İstanbul'daki Plaj Alanlarının Dağılımı



10.1.2.3. Macera Turizmi

Macera teriminin en genel tanımı, rutin yaşamdan uzaklaşma olarak ifade edilebilir. Ewert'e göre (1994) maceranın algısı, kişiden kişiye değişen ve sübjektif bir hususdur.

Macera seyahati, belirli bir risk derecesi (gerçek veya algılanan) ile keşif veya seyahati içeren, özel beceriler ve fiziksel efor gerektiren özel ilgi gerektiren bir turizmdir. Macera turizmi, insanların keşif veya uzak bölgelere, egzotik ve muhtemelen tehlikeli bölgelere seyahat etmek için konfor alanlarının dışına çıkarak başka bir yere hareketi olarak tanımlanır. Macera seyahati, alışılmadık, egzotik, uzak veya vahşi bir destinasyonda gerçekleşen bir boş zaman etkinliğidir. Adventure Travel Trade Association'a (ATTA) göre macera turizmi, fiziksel aktivite, kültürel alışverişi veya doğadaki aktiviteleri içeren bir turistik aktivitedir. Macera turizmi, yeni bir kültür veya yeni bir doğal alan ile bağlantı kurmak ve aynı zamanda fiziksel olarak aktif olmakla ilgilidir (Adventure Travel Trade Association, 2023)

Macera seyahatinin diğer ayırt edici özelliği, bu etkinliklerin içerdiği 'risk miktarıdır' (Tim A., 2008, s. 858). Etkinlik, deneyim ve çevre gibi bu anahtar öğeler risk, motivasyon ve performans gibi diğer öğeler ile birbirini tamamlamaktadır. Macera seyahati, doğal bir çevredeki veya egzotik bir açık hava ortamındaki kişisel mücadele ile ilgili algılanmış risk veya kontrollü tehlike içeren, katılım amacı yeni bir deneyimi keşfetmek olan, özel hedefli bir seyahat olarak ifade edilebilir (Elsrud, 2001).

Tablo 10-24. Etkinlik Türlerine Göre Macera Turizmi Faaliyetleri

Kara ile ilgili	Su ile ilgili	Hava ile ilgili
Kros kayak	Yeraltı raftingi	Balon seyahati
Yamaç aşağı kayak	Mağaracılık	Yelken kanat
Helikopterli kayak	Gemiyle seyahat	Planörcülük
Kayakla yürüyüş	Tüplü ve tüpsüz dalış	Helikopterli esnek atlayış
Kapsamlı doğa yürüyüşü	Jet motosiklet	Paraşütçülük
Araçlı safari	Jet botçuluğu	Yamaç paraşütü
Makaralı ip inişi	Tekne paraşütü	Helikopter gezileri

Dağ bisikleti	Nehir ve deniz kanoculuğu
Rehberli buzul yürüyüşü	Kanoculuk
Atla gezinti	Nehir sörfü/deniz kızağı
Kara avcılığı	Su kayağı
Dağcılık	Rüzgâr sörfü
Sabit ipli iniş	Balık tutma
Kaya tırmanışı	

Kaynak: İBB, Şehir Planlama Müdürlüğü, TMP Raporu, 2011-2014

Macera tiplerine göre gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini de kendi içlerinde havada, karada ve suda gerçekleştirilen macera turizmi faaliyetleri olarak üçe ayırmak mümkündür.

Bazı macera turizmi ürünleri sezonluk iken, bazıları bütün yıla yayılmıştır. Popüler macera turizmi aktiviteleri şunlardır:

Doğa Yürüyüşü: Dışarı çıkmak ve kendi ayaklarınızın gücüyle yeni bir yeri deneyimlemek çoğunlukla tercih edilen bir aktivitedir. Yürüyüş, insanın yavaşlamasına ve çevresinin daha fazla yönünün keyfini çıkarmasına olanak tanır. Günübirlik yürüyüşler, açık havayı seven çoğu insan için iyi bir seçenektir.

- **Hiking:** Günlük yürüyüş yani doğada sabah başlayıp akşam biten günübirlik yapılan yürüyüştür.
- **Trekking:** Kamplı etkinlik yani doğada yatılı olarak yapılan yürüyüş ve konaklamalı etkinliklerden oluşmaktadır.
- **Expedition:** Genellikle doğada zor koşullarda yatılı olarak uzun süreli yapılan yürüyüş ve konaklamalı etkinliktir.
- **Bacpacking (sırt çantasıyla):** Daha maceracı ve uygun donanıma sahip olanlar, günlük yürüyüşü sırt çantalı bir geziye uzatabilirler. Sırt çantasıyla gezmek, doğada daha uzun süre kalmaya ve normal bir günlük yürüyüşten daha fazla şey görmeye olanak tanır. Hayatta kalma bilgisine ve teçhizatına sahip olmak önemlidir.

Zip Lining: yüksek bir noktadan, alçak bir noktaya bağlanmış çelik halat vasıtası ile emniyet kemeri giyerek (koşum, harness) kendi ağırlığınızla ve yerçekimi yardımıyla kayma aktivitesine denir. Tekerlekli bir makara çelik halata bağlanarak hızlanma sağlanır. 300 - 400 metrelik bir zipline hattında yaklaşık saate 50–60 km hıza ulaşılır.

Climbing (Tırmanış): Tırmanmak, macera turizmi etkinliğinin klasik bir örneğidir. Fiziksel aktiviteyi birleştirir ve doğanın güzelliğini tecrübe etmeyi sağlar. Hiç tırmanmamış kişiler bile yine de bir rehber yardımıyla bir kaya duvarına tırmanabilmektedir. Tırmanış rehberinin özel güvenlik akreditasyonlarını vardır.

Bungee Jumping: Bungee jumping, aynı zamanda bungy jumping olarak da yazılır macera turizminin en heyecan dolu aktivitelerindendir. Bungee jumping, sporcuların esnek ve sağlam halatlarla belli yüksekliklerden kendilerini aşağı bırakması olarak tanımlanır. Bu esnek halatlar serbest düşüşün ardından hızın yavaşlamasını sağlar. Ardından sporcular yeniden yukarı doğru çıkmaya başlar. Bungee jumping bu özelliğiyle yüksekten ip ile atlama olarak tanımlanabilir.

Para Gliding (Yamaç Paraşütü): Yamaç paraşütü, özel bir pist ya da hava aracı gerektirmeyen tamamıyla rüzgâra eşlik edilerek yapılan bir spordur. İngilizcede "paragliding" olarak adlandırılan yamaç paraşütü, 1980'li yılların başında hava sporları ile ilgilenen kişiler tarafından bulunmuştur.

Rafting: Debisi ve akış hızı yüksek olan akarsularda raft denilen botlarla yapılan ekstrem bir su sporudur. Rafting ismi, İngilizce kelime anlamı "sal" olan "raft"tan gelir. Hızla ve delice akan akarsulara karşı devrilmemek ya da alabora olmamak için verilen mücadele bu sporun temelini oluşturur.

Rafting aynı zamanda hidroelektrik barajları olan nehirlerde de yapılır. Barajların biriken enerjisi serbest bırakıldığında akarsuyun debisi ve akış hızı inanılmaz bir şekilde artarak, rafting için uygun koşulları oluşturur. Çoğu rafting şirketi, enerjideki bu dalgalanmadan faydalanmayı bekler ve bu güçten yararlanır. Ekstrem su sporu tutkunları da bu dönemleri özellikle bekler ve baraj kapakları açıldığında küreklerini kapıp şişme botlarına atlar.

Rafting sporunda akarsular zorluk seviyesine göre 1 ile 6 arasında derecelendirilir. 6. derece en çetin parkurları, 1. derece ise en kolay parkurları tanımlar.

Mountain Biking (Dağ bisikleti): Dağ bisikleti, genellikle özel olarak tasarlanmış dağ bisikletlerini kullanarak, genellikle engebeli arazilerde bisiklet sürme sporudur.

İstanbul dağ bisikleti parkurları farklı zorluk seviyeleri ile amatör ve profesyonel bisikletçilere ev sahipliği yapar.

İstanbul'da Macera Turizmine Ev Sahipliği Yapan Etkinliklerin Türlerine Göre :

Bungee Jumping: İstanbul rotalarını merak edenler, şehrin farklı noktalarında bu deneyimi yaşayabilir.

- İstanbul'da temel derslerden başlayıp profesyonel sporcuların yararlanacağı pek çok yamaç paraşütü alanı bulunmaktadır.
- Zeytinburnu'nda bulunan Kazlıçeşme İstanbul'un en popüler bunge jumping rotalarından biridir. 100 metrelik vinçten atlayarak gerçekleştirilen spor adrenalin tutkunlarını kendine çeker.
- İstanbul içinde Kazlıçeşme'nin yanı sıra Kilyos'ta da atlayışlar gerçekleştirilir. Her yaz Kilyos Solar Beach'te kurulan platform bungee jumping tutkunlarının uğrak yeridir.

Para Gliding (Yamaç Paraşütü):

- İlk durak İstanbul'un saklı cenneti Ormanlı olabilir. Rüzgârın falezlerle birlikte farklı bir hava akımı yarattığı bu bölge, İstanbul'da şehir hayatından uzaklaşmak ve yamaç paraşütü deneyimlemek isteyenlerin ilk tercihler arasında yer alır.
- Bunlar arasında Çatalca, Karaburun, Çiftalan, Silivri, Aydos en çok tercih edilen sahalarıdır.

Rafting:

- İstanbul rafting için fazla seçenek sunmamasına rağmen hemen yakınındaki Düzce Melen Çayı rafting için uygun şartlar bulunur. İstanbul rafting turları konaklamalı olarak da gerçekleştirilir.

Mountain Biking (Dağ bisikleti):

- Belgrad Ormanı

İstanbul Boğazı ve Karadeniz'le bağlantılı Belgrad Ormanı, toprak yollar ve patikalarla kaplı 20 kilometrelik bir bisiklet parkuruna sahiptir. Bu doğal parkurun yanı sıra bisiklet tutkunları için 8 kilometre uzunluğunda özel bir alan da bulunur.

- Aydos Ormanı

Kartal'da bulunan Aydos Ormanı içinde Kayışdağı Ormanı ve Büyükbakkalköy Ormanı arasında 8 kilometrelik doğal bir parkur bulunur. Hem amatör ve profesyonel bisikletçilere hitap eden parkurda sporculara eşsiz İstanbul manzarası eşlik eder.

- Polonozköy

Dağ bisikletçileri için şehirden uzakta bir alternatif sunan Polonezköy, 5 kilometre uzunluğunda özel bir parkura ev sahipliği yapar. Oldukça engebeli olan bu parkur daha çok profesyonel bisikletçilere hitap eder.

- Rumelifeneri-Kilyos

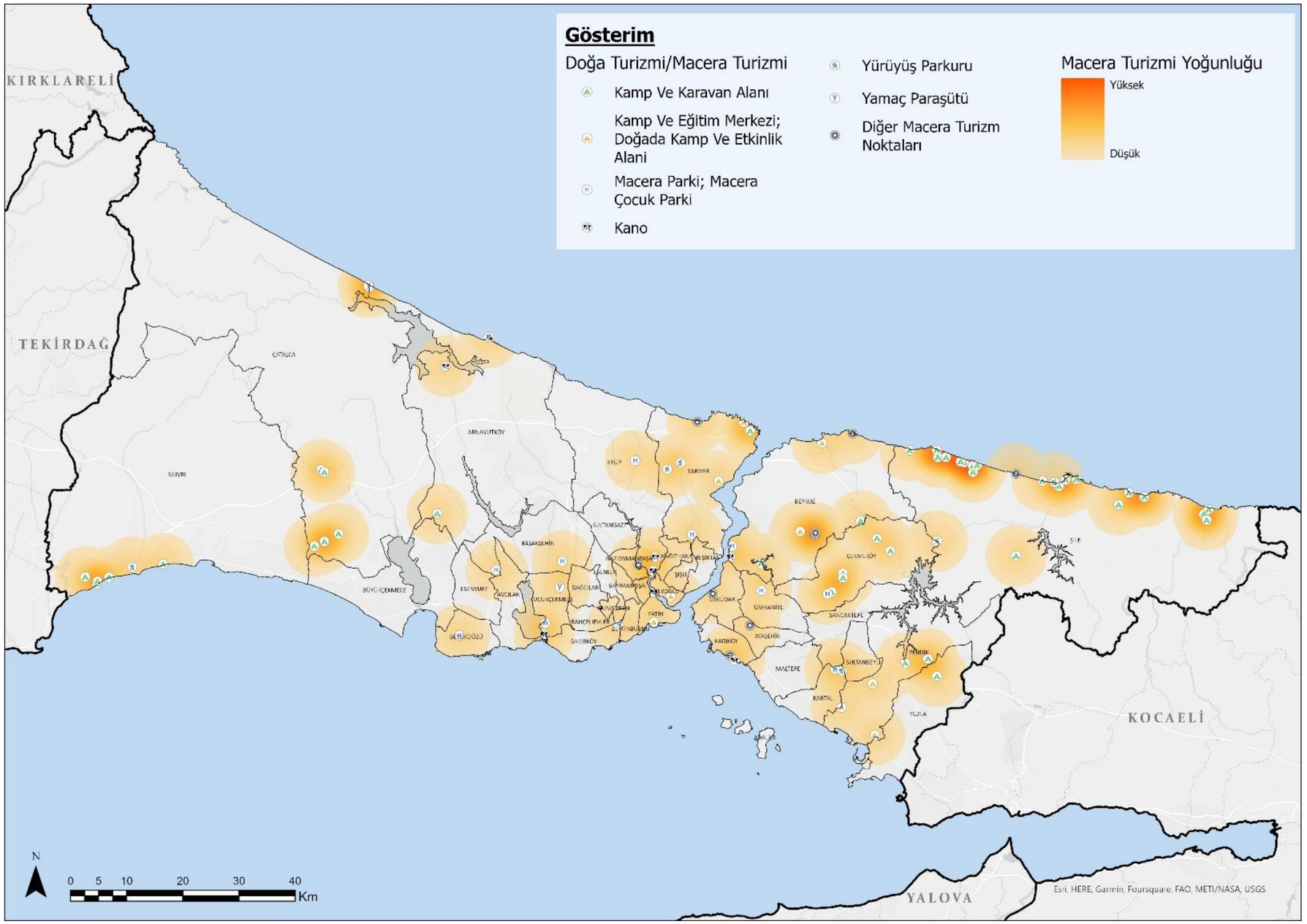
13 kilometre uzunluğundaki Rumelifeneri – Kilyos parkuru toprak ve engebeli yollardan oluşur. Bu özelliğiyle genellikle profesyonel sporcuların tercih ettiği bölge, parkurun sonunda bulunan plajıyla yaz aylarında oldukça rağbet görür.

Macera Parkları ve Doğal Alanlar:

Forestanbul Kemerburgaz, Park of İstanbul (Çekmeköy), Highdosepark (Kartal), Küçükçekmece Soğuksu Macera Parkı, İncekum Macera Park (Şile), Xtrem Aventures İstanbul Macera Parkı (Sarıyer), Macera Kulesi (Bakırköy), Şehri Macera (Bakırköy), Atatürk Arboretumu, Belgrad Ormanları, Şile ve Ağva.

İstanbul'daki macera turizmi faaliyetleri içeren alanlar Şekil 10-34 'de gösterilmiştir.

Şekil 10-34. İstanbul'daki Doğa Turizmi / Macera Turizmi Mekânlarının Dağılımı



Tablo 10-25. İlçelere Göre Macera Turizmi Mekânlarının Dağılımı

İlçeler	Bmx Parkuru	Dağ Bisikleti Parkuru	Doğa Yürüyüş Parkuru	Doğada Kamp Ve Etkinlik Alanı	Kamp Ve Eğitim Merkezi	Kamp Ve Karavan Alanı	Kano	Macera Çocuk Parkı	Macera Parkı	Surf	Windsurf	Yamaç Paraşütü	Yürüyüş Parkuru	Zipline Parkuru	Genel Toplam
Arnavutköy						1	1					1			3
Ataşehir														2	2
Bakırköy									1						1
Başakşehir									2						2
Beykoz	1	1	1	1	1	2	1	1		1					10
Beylikdüzü									1						1
Beyoğlu					1										1
Çatalca						6						4			10
Çekmeköy						5			1						6
Eyüpsultan							2		1					1	4
Fatih					1		1								2
Kadıköy							1				1				2
Kartal													1		1
Küçükçekmece							1		1						2
Pendik					4	2							1		7
Sarıyer					2	2			1	1			2		8
Silivri						5							1		6
Şile						27				1			2		30
Tuzla						1									1
Ümraniye									1						1
Genel Toplam	1	1	1	1	9	51	7	1	9	3	1	5	7	3	100

10.1.3. Spor Turizmi

Turizm ve spor birbiriyle ilişkili ve tamamlayıcıdır. Spor - profesyonel, amatör veya boş zaman etkinliği olarak farklı destinasyonlarda ve ülkelerde oynamak ve rekabet etmek için önemli miktarda seyahat etmeyi içerir. Olimpiyat Oyunları, futbol ve voleybol şampiyonaları gibi büyük spor etkinlikleri, kendi içlerinde güçlü turizm çekicilikleri haline gelmiş ve ev sahibi destinasyonun turizm imajına çok olumlu bir katkı sağlamıştır (UNWTO, Sports Tourısm, 2023).

Spor turizmi, turizmde en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. Seyahatin ana amacı spor olsun ya da olmasın, giderek daha fazla turist, gezileri sırasında spor aktiviteleriyle ilgilenmektedir. Çeşitli tür ve büyüklükteki spor etkinlikleri, katılımcılar veya izleyiciler olarak turistleri cezbetmektedir. Destinasyonlar kendilerini ayırt etmek ve otantik yerel deneyimler sağlamak için spor aktivitelerinde yerel tatlar eklemeye çalışır. Olimpiyatlar ve Dünya Kupaları gibi mega spor etkinliklerinin, destinasyon markalaşması, altyapı geliştirme ve diğer ekonomik ve sosyal faydalar açısından başarılı bir şekilde kullanıldığında turizm gelişimi için bir katalizör olabileceği dikkate alınmalıdır (UNWTO, Sports Tourısm, 2023).

Tablo 10-26. Spor Turizminin Altyapı Unsurları

Doğal Güzellikler	Parklar, dağlar, kayalar, sahil veya denizler, göller, nehirler, açık konfor yerleri, kırsal alanlar.
Hizmetler	Seyahat acenteleri, tur operatörleri, animatört/lider/antrenör/eğitmenler, ekipman ve kıyafet mağazaları, tur refakatçileri/temsilcileri/ rehberleri, turist danışma büroları, tesis veya olay yöneticileri, pazarlama. döviz büroları, sigorta, yiyecek içecek sağlama, yönetim bilgi sistemleri, ekipman kiralama, harita ve rehber kitaplar, spor sağlık klinikleri.
Eğlence	Olaylar, müsabakalar, performanslar, festivaller.
Ulaşım	Demiryolu, ulusal otobüs ağları, otomobiller, havayolları, deniz hatları, feribotlar.

Tesisler	Marinalar, golf kursları, buz pateni pistleri, arenalar, stadyumlar, yüzme havuzları, spor kampları, serbest zaman merkezleri, yapay kayak yüzeyleri, yapay tırmanış duvarları, spor alanları, bowling tesisleri. koşu yerleri, spor araçları, teleferikler.
Konaklama	Oteller, moteller, villalar, tatil kampları, kulüpler. kamp siteleri, yurtlar, gemi, misafirhaneler, dağ kulübeleri.
Miras	Müzeler, arkeolojik yerler, tarihi arenalar, stadyumlar
Konfor yerleri	Araç otoparkları, tuvaletler, işaret levhaları, sığınaklar.
Organizasyon	Ulusal hükümet acenteleri, yasal/düzenleyici kuruluşlar, bölgesel veya yerel kamu acenteleri, spor idari organları, seyahat pazarlama kuruluşları, profesyonel kuruluşlar, gönüllü organizasyonlar.

Kaynak: (Standeven & Knop, 1999, s. 71-72)

Spor turizminin destinasyona faydaları (The Sports Facilities Companies, 2017) şunlardır;

- Spor Turistleri Para Getirir: Turist, bir spor etkinliği için farklı bir şehre seyahat ettiğinde çok para harcaması muhtemeldir. Yerel otellere gelir getiren konaklamaya ve yerel restoranlara gelir getiren yiyeceklere ihtiyaçları olacaktır.
- Spor Turizmi Başka Turizmlere Yol Açar: Spor turistleri spor etkinlikleri için gelseler de, şehrinizdeki diğer turistik yerleri ziyaret etmeye ve yerel kültürü ve tarihi deneyimlemeye zaman ayırabilirler.
- Spor Turizmi Halkla İlişki Kurar: Spor turizmi, destinasyon için bir halkla ilişkiler aracı olarak da işlev görebilir. Spor turistleri şehirde geçirdikleri zamandan keyif aldılarsa, arkadaşlarına ve ailelerine bundan övgüyle bahsedebilirler. Genel olarak bu durum, destinasyonun kamuoyundaki itibarını artırır. Destinasyonun itibarını artırdığınızda, insanların ve işletmelerin şehre gelme şansı artar.

Doğa sporları, su sporları, hava sporları, kış sporları Türkiye'deki spor turizminin çeşitlerindendir.

İstanbul, futbol maçları, tenis kupaları, voleybol ve basketbol turnuvaları, bilardo, beyzbol, hentbol maçları ve yüzme, golf müsabakaları gibi çok çeşitli sportif etkinliklere

ev sahipliği yapmaktadır. Dünyanın her yerinden sporcular ve sporseverler kıtalararası etkinlikler için İstanbul'da bir araya gelmektedir. Bu etkinliklerden bazıları şunlardır;

Formula 1: Dünya çapında milyonlarca izleyicisi bulunan Formula 1 DHL Turkish Grand Prix 2020, dokuz yıl aradan sonra 13-14-15 Kasım 2020 tarihlerinde Tuzla Intercity İstanbul Park'ta gerçekleştirilmiştir.

Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışı: Profesyonel veya amatör, herkes için İstanbul'da yılda bir kez düzenlenen Asya'dan Avrupa'ya yüzme yarışmasıdır.3 1 yıldır Dünya'dan ve ülkemizden binlerce sporcu dostluk için, yarışmak için, mücadele etmek ve sınırlarını keşfetmek için İstanbul'da bir araya gelmektedir.

İstanbul Maratonu: İstanbul Maratonu, dünyanın tek kıtalar arası maratonu ve Asya yakasında başlayan ve İstanbul Boğazı'nı geçerek şehrin Avrupa yakasına uzanan bir etkinliktir.

İstanbul'daki spor alanlarının türlerine göre dağılımı ile kentsel ve bölgesel ölçekteki spor tesislerinin ilçelere göre dağılımı aşağıdaki tablolarda detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 10-27. İlçelere Göre Kentsel ve Bölgesel Ölçekteki Spor Tesis Türlerinin Dağılımı

İlçeler	F1	Futbol Sahası	Kamp ve Eğitim Merkezi	Spor Kompleksi	Spor Merkezi	Spor Tesisi	Stadyum	Genel Toplam
Adalar						3		3
Arnavutköy				1		1		2
Ataşehir				1				1
Avcılar				1			1	2
Bağcilar						1	1	2
Bahçelievler				1			1	2
Bakırköy				2		4		6
Başakşehir		1					2	3
Bayrampaşa				2		2	1	5
Beşiktaş		1				3	1	5
Beykoz		1	1	1				3
Beylikdüzü				1	1	1		3

İlçeler	F1	Futbol Sahası	Kamp ve Eğitim Merkezi	Spor Kompleksi	Spor Merkezi	Spor Tesisi	Stadyum	Genel Toplam
Beyoğlu			1			2	1	4
Büyükçekmece						1	2	3
Çatalca						1		1
Esenler							1	1
Esenyurt						1	2	3
Eyüpsultan				1			1	2
Fatih						1	1	2
Gaziosmanpaşa		1					1	2
Kadiköy				1		2	1	4
Maltepe							1	1
Pendik				1			1	2
Sancaktepe		1					1	2
Sarıyer				2		2	1	5
Silivri						1		1
Sultangazi				2				2
Şile				1				1
Tuzla	1			1				2
Ümraniye							1	1
Üsküdar				2		5		7
Zeytinburnu							1	1
Genel Toplam	1	5	2	21	1	31	23	84

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

İstanbul ilindeki spor tesislerini türlerine göre dağılımında en fazla spor tesisi, stadyum ve spor merkezlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Intercity İstanbul Park Pisti, İstanbul ilinin Tuzla ilçesinde, Akfırat mevkiinde bulunan dünya standartlarındaki yarış pisti olarak yer almaktadır.

Kasımpaşa Spor Kulübü Derneği Mamet Oktav Güreş Salonu ile Riva Milli Takımlar Kamp ve Eğitim Merkezi İstanbul ilinde iki adet bulunan kamp ve eğitim merkezleridir. Beylikdüzünde bulunan 1 adet spor merkezi ise Icetanbul buz pistidir. Üsküdar, Bakırköy, Beşiktaş, Sarıyer ilçeleri en fazla spor tesisi bulunduran ilçelerdir.

Tablo 10-28. İlçelere Göre Spor ve Aktivite Alanlarının Dağılımı

İlçeler	Rekreatif Alan	Spor Alanı İçeren Rekreatif Alan	Spor Alanı veya Tesisi	Genel Toplam
Adalar	27	5	16	48
Arnavutköy	57	102	11	170
Ataşehir	44	110	26	180
Avcılar	30	32	18	80
Bağcılar	54	87	19	160
Bahçelievler	48	48	29	125
Bakırköy	39	53	21	113
Başakşehir	37	64	21	122
Bayrampaşa	39	31	15	85
Beşiktaş	70	65	18	153
Beykoz	69	73	31	173
Beylikdüzü	29	62	19	110
Beyoğlu	31	30	14	75
Büyükçekmece	43	65	26	134
Çatalca	41	50	29	120
Çekmeköy	45	67	9	121
Esenler	24	24	5	53
Esenyurt	20	48	24	92
Eyüpsultan	91	116	37	244
Fatih	102	48	26	176

İlçeler	Rekreatif Alan	Spor Alanı İçeren Rekreatif Alan	Spor Alanı veya Tesisi	Genel Toplam
Gaziosmanpaşa	45	73	13	131
Güngören	26	35	9	70
Kadıköy	33	53	36	122
Kâğıthane	98	96	14	208
Kartal	99	77	27	203
Küçükçekmece	51	71	33	155
Maltepe	35	80	20	135
Pendik	57	142	41	240
Sancaktepe	37	73	27	137
Sarıyer	111	102	41	254
Silivri	71	69	21	161
Sultanbeyli	10	43	13	66
Sultangazi	47	119	14	180
Şile	71	56	12	139
Şişli	37	38	21	96
Tuzla	38	79	20	137
Ümraniye	63	125	19	207
Üsküdar	99	116	43	258
Zeytinburnu	25	7	10	42
Genel Toplam	1993	2634	848	5475

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

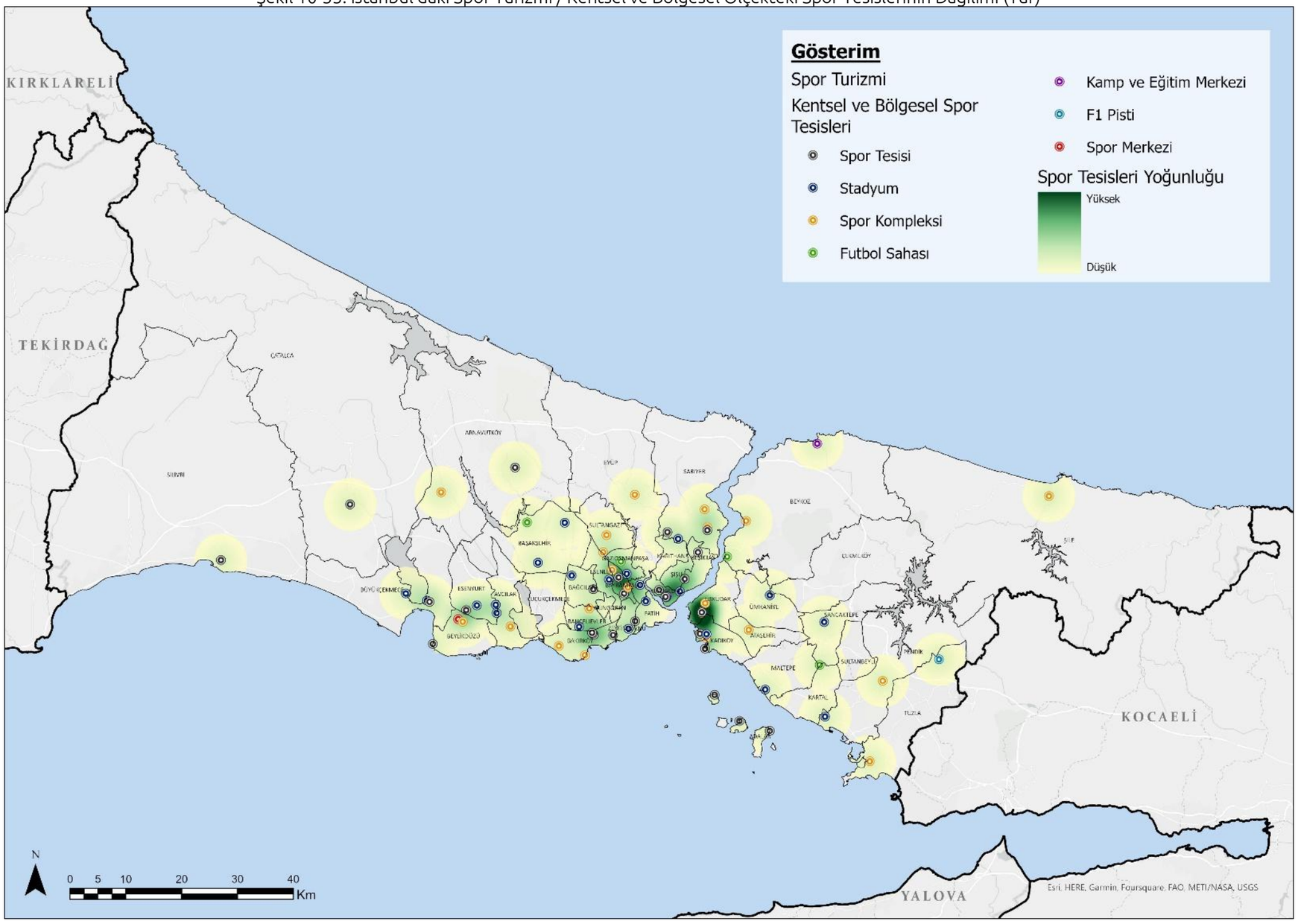
Rekreaktif alanlarda; ağaçlık alan, botanik bahçe, çocuk bahçesi, kent ormanı, kent parkı, mesire alanı, park, plaj ve tabiat parkları yer almaktadır. Sırasıyla en fazla Sarıyer, Fatih ve Üsküdar ilçerinde bulunmaktadır.

Spor alanı içeren rekreatif alanlarda; Ağaçlık alan, botanik bahçe, çocuk bahçesi, kent ormanı, kent parkı, mesire alanı, park ve tabiat parkları yer almaktadır. Spor aktivitelerini en fazla içeren kategoridir. Pendik ilçesi spor alanı içeren rekreaktif alanların en fazla

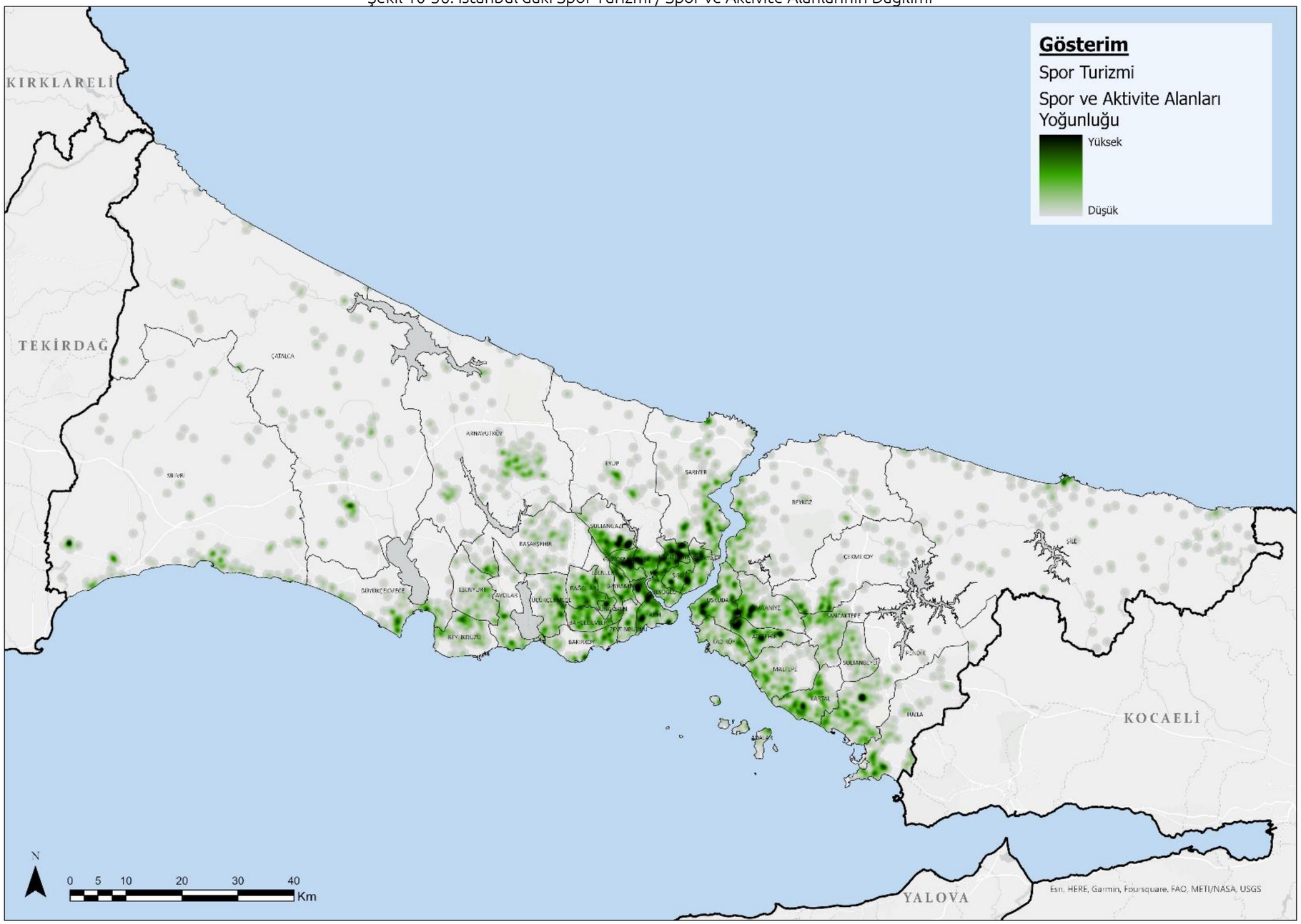
bulunduğu ilçedir. Pendik ilçesini sırasıyla Ümraniye ve Sultangazi ilçeleri takip etmektedir.

Spor alanı veya tesislerde; Basketbol sahası, F1 pisti, futbol sahası, gençlik merkezi, izcilik merkezi, kamp ve eğitim merkezi, karting, kentsel spor alanı, kültür merkezi, spor alanı, spor kompleksi, spor merkezi, spor okulu, spor parkı, spor salonu, spor tesisi, stadyum ve yaşam merkezi yer almaktadır. Sırasıyla en fazla Üsküdar, Sarıyer ve Eyüpsultan ilçelerinde bulunmaktadır.

Şekil 10-35. İstanbul'daki Spor Turizmi / Kentsel ve Bölgesel Ölçekteki Spor Tesislerinin Dağılımı (Tür)



Şekil 10-36. İstanbul'daki Spor Turizmi / Spor ve Aktivite Alanlarının Dağılımı



10.1.4. Sağlık Turizmi

Globalleşen dünya da, ülkeler arasında işbirliğinin, seyahat özgürlüklerinin ve imkânlarının artması, ulaşımda kolaylıklar sağlanması, sağlık hizmetinde kalitenin dünyanın değişik köşelerinde de gelişmesi, sağlık hizmeti finansmanında hem bireysel hem de bütçe kaynaklı güçlükler, dünya da sağlık turizmi kavramının önemini giderek artırmıştır.

Günümüzde sanayileşme ve kentleşme sonucu meydana gelen sorunlar insan ve toplum sağlığı üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Sağlıksız toplumlarda işgücü ve üretim kapasitesi azalmaktadır. İnsan sağlığını korumak, işgücü verimini ve üretimi arttırmak amacı ile doğal turizm kaynakları (temiz hava, güneş, şifalı termal sular, iklim) olanaklarından faydalanılmaktadır.

Sağlık turizmi; kısaca bireylerin hem koruyucu hem tedavi edici hem rehabilite edici hem de sağlığı geliştirici hizmetleri almak amacı ile yaşadıkları ülke dışında bir ülkeye ziyaretleridir. Sağlık turizmi, uluslararası sağlık amaçlı hareketlilik potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine imkân veren bir sektördür (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2023).

Sağlık turizmi;

- Termal Sağlık Turizmi
- Medikal Turizm
- Yaşlı Turizmi (3. Yaş Turizmi)
- Engelli Turizmi kavramlarını barındırmaktadır.

Sağlık turizmindeki turistlerin hem tedavi hem de tatil amacı olduğu için beklentileri, aynı zamanda yarattığı katma değer de yüksektir. Sağlık turizmi döviz kazandırıcı önemli bir faaliyet olup, turizm potansiyeli bulunan bir ülke olarak Türkiye'nin diğer alternatif turizm türleri ile cazibesinin artırılması, yılın 12 ayında turizmin canlanmasını sağlayacaktır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2023).

Medikal Turizm: Medikal turizm genellikle yüksek gelirli ülkelerden düşük ve orta gelirli ülkelere daha ucuz sağlık hizmeti almak için yapılan seyahat olarak tanımlayabiliriz (Noree, Hanefeld, & Smith, 2015)Tıp doktorlarınca yapılan tedavi hizmetlerini almak üzere hastanın ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat etmesidir. Aynı ülkede iller arası seyahat olabildiği gibi uluslararası seyahat şeklinde de olabilir. Dolayısıyla medikal turizm denince tıbbi tedavi hizmetleri akla gelmektedir.

Termal Turizm: SPA ve Wellness turizmi olarak da bilinen termal turizm, termal suların çeşitli tedavi yöntemleri ve eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanılmasıdır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012, s. 112). Genel anlamda, kaplıca sularının fizik tedavi ve egzersiz şeklinde değerlendirilmesi şeklinde olmaktadır. Yer altı sıcak su kaynaklarının çıktığı yerlerde oluşturulan otel tarzı yerlerde barınma ve bununla beraber fizik tedavinin uygulanmasıdır.

Yaşlı Turizmi: Bakıma muhtaç yaşlı insanların tedavilerinin sağlanması amacıyla başka ülkelere seyahat etmeleridir (Özsarı & Karatana, 2013). Genel anlamda 65 yaş ve üstü olan, birden fazla kronik rahatsızlığı olan bakıma muhtaç hastaların iklim ve hava değişikliği gerçekleştirilerek sosyal tesislerde tedavi edilmesini esas alan turizmdir.

Engelli Turizmi: Bu turizm çeşidi engellilerin seyahat etme, gezme, eğlenme ve tedavi görme ihtiyaçlarına yönelik olarak gelişen bir turizm türüdür (Topuz, 2023, s. 10). Günümüzde birçok hizmet geçmişse oranla artık engelli insanlar da düşünülerek verilmektedir. Belediyeler başta olmak üzere resmi veya özel kuruluşlar engelli önceliğine önem vermektedir. Sağlık alanında da artık engelli hizmetleri daha da bir önem kazanmıştır. Bu bağlamda engelli turizmi engelli insanlar odak merkezine alınarak onlara göre tesis kurmayı hedeflemektedir.

Türkiye'de sağlık turizminin alt başlıklarından birisi olan ve Dünya Turizm Örgütü tarafından "kanıta dayalı tıbbi şifa kaynaklarının ve hizmetlerinin (hem girişimsel hem de girişimsel olmayan) kullanımını içeren bir turizm faaliyeti" olarak tanımlanan medikal turizmin merkezinin İstanbul olduğu söylenebilir (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

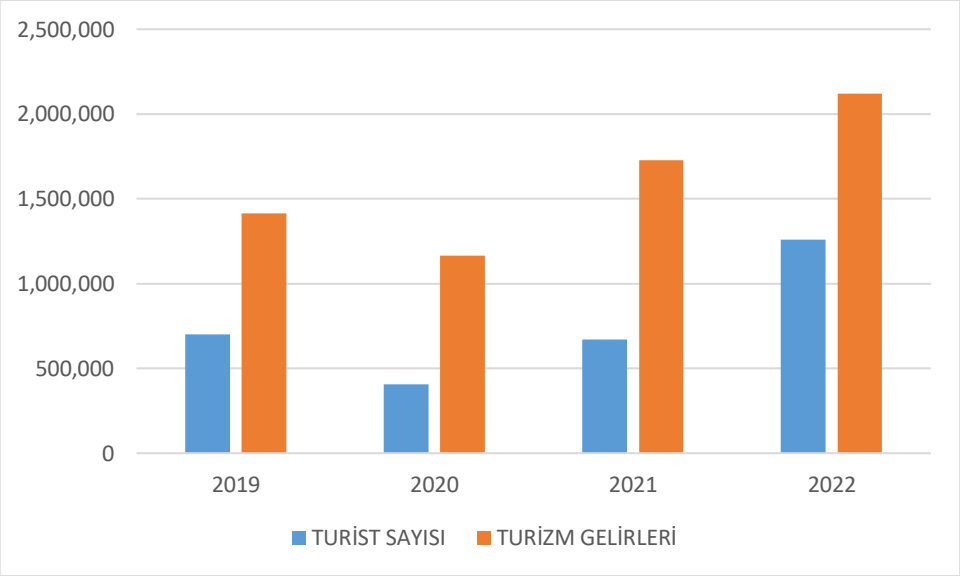
İstanbul, gerek teknoloji, gerekse altyapı ve personel açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Tarihi ve doğal dokusu, coğrafi konumu ve kültürel varlıkları da İstanbul'u medikal turizm için cazip bir destinasyon haline getirmektedir. Türkiye'de sağlık turizmi

alanında hizmet sunan hastanelerin çoğu İstanbul'da yer almaktadır. Medikal turizm açısından merkez konumunda olan İstanbul'da konaklama sektörü, sigortacılık sektörü, iletişim sektörü ve paydaş diğer sektörlerin işbirliği ile sağlık turizminde önemli ilerlemeler kaydedilmektedir (İSTKA, 2023).

Türkiye'de sağlık turizminin yurtdışında tanıtımını yapmak ve uluslararası sağlık hizmetlerine ilişkin politika ve stratejiler oluşturmak amacı ile Sağlık Bakanlığı tarafından 2018 yılında USHAŞ kurulmuştur.

2019 yılında gelen turist sayısı 701.046, turizm geliri 1.412.438 dolar, 2020 yılında gelen turist sayısı ise COVİD-19 pandemisi etkisi ile 407.423, turizm geliri ise 1.164.779 milyon dolar 2021 yılında gelen turist sayısı 670.730, turizm geliri ise 1.726.973 dolar, 2022 yılında büyük bir artış göstererek gelen turist sayısı 1.258.382, turizm geliri ise 2.119.059 dolar olmuştur. 2023'ün ilk iki çeyreğinde toplam 746.290 kişi sağlık hizmeti almak için ülkemize gelmiş ve buradan elde edilen gelir 1.033.942 bin ABD doları tutarında gerçekleşmiştir. Uluslararası hastaların en çok tercih ettiği klinik branşlar sırasıyla; Kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz, şeklindedir (USHAŞ, 2023).

Şekil 10-37. Sağlık Turizminde Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (2019-2022)



Uluslararası hastaların en çok tercih ettiği klinik branşlar sırasıyla; Kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz, şeklindedir.

Türkiye'de sağlık turizmi alanında faaliyet gösterebilmek için tüm kuruluşların 'Sağlık Turizmi Yetki Belgesi' alması gerekmektedir. Aralık 2021 itibarı ile bu belgeyi almış 1.473 sağlık tesisi ve 308 aracı kuruluş bulunmaktadır. Bunun yanında JCI (Joint Commission International) belgesine sahip olan toplam 31 kuruluş bulunmaktadır. Ocak 2022 itibarı ile Türkiye, JCI akredite kuruluş toplamında dünyada 7. sıradadır (WİKİPEDİA, 2023).

Bunun yanında Türkiye son yıllarda estetik ve özellikle saç ekimi konusunda dünya çapında bir merkez haline gelmiştir.

İstanbul Türkiye'de ve dünyada tıp turizminde marka olabilecek bir potansiyele sahiptir. Daha fazla sağlık turisti ve gelir elde edilmesi amaçlanmaktadır.
Sağlık turizminde ülkemizin 2023 hedefi 1,5 milyon sağlık turisti ve 10 milyar dolar sağlık turizmi gelirine ulaşmaktır (USHAŞ, 2023).

Sağlık Bakanlığının 650 yetkili sağlık tesisi ve 158 aracı kuruluş mekânları gösterilmiştir. İstanbul'un sağlık turizmine sadece yetkili kuruluşlar değil, sahip olduğu tüm sağlık altyapısı da hizmet etmektedir. Bu açıdan bakıldığında sağlık turizminin estetik yönü dikkate alındığında 2010 adet güzellik ve estetik merkezleri sağlık turizm kapsamında değerlendirilmiştir.

Tablo 10-29. İlçelere Göre Sağlık Tesislerinin Dağılımı

İlçeler	Estetik ve Güzellik Merkezleri	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	Yetkilendirilmiş Tesis	Genel Toplam
Arnavutköy	1		1	2
Ataşehir	43	9	49	101
Avcilar	36		5	41
Bağcılar	43	4	14	61
Bahçelievler	109	5	21	135
Bakırköy	125	10	44	179
Başakşehir	24	2	6	32
Bayrampaşa	19	1	6	26

İlçeler	Estetik ve Güzellik Merkezleri	Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluş	Yetkilendirilmiş Tesis	Genel Toplam
Beşiktaş	89	10	63	162
Beykoz	20	1	1	22
Beylikdüzü	22	5	6	33
Beyoğlu	21	9	2	32
Büyükçekmece	29		4	33
Çatalca	1			1
Çekmeköy	26		3	29
Esenler	6	1	2	9
Esenyurt	45	1	7	53
Eyüpsultan	55	1	2	58
Fatih	63	5	9	77
Gaziosmanpaşa	35	2	9	46
Güngören	15	1	5	21
Kadıköy	277	16	83	376
Kağithane	21	4	9	34
Kartal	71		6	77
Küçükçekmece	62	3	14	79
Maltepe	122	4	14	140
Pendik	113	3	15	131
Sancaktepe	22		3	25
Sarıyer	31	5	8	44
Silivri	8	1	2	11
Sultanbeyli	29		4	33
Sultangazi	32		3	35
Şile	3			3
Şişli	187	40	177	404
Tuzla	32	1	3	36
Ümraniye	64		11	75
Üsküdar	82	10	31	123
Zeytinburnu	27	4	8	39
Genel Toplam	**2010**	**158**	**650**	**2818**

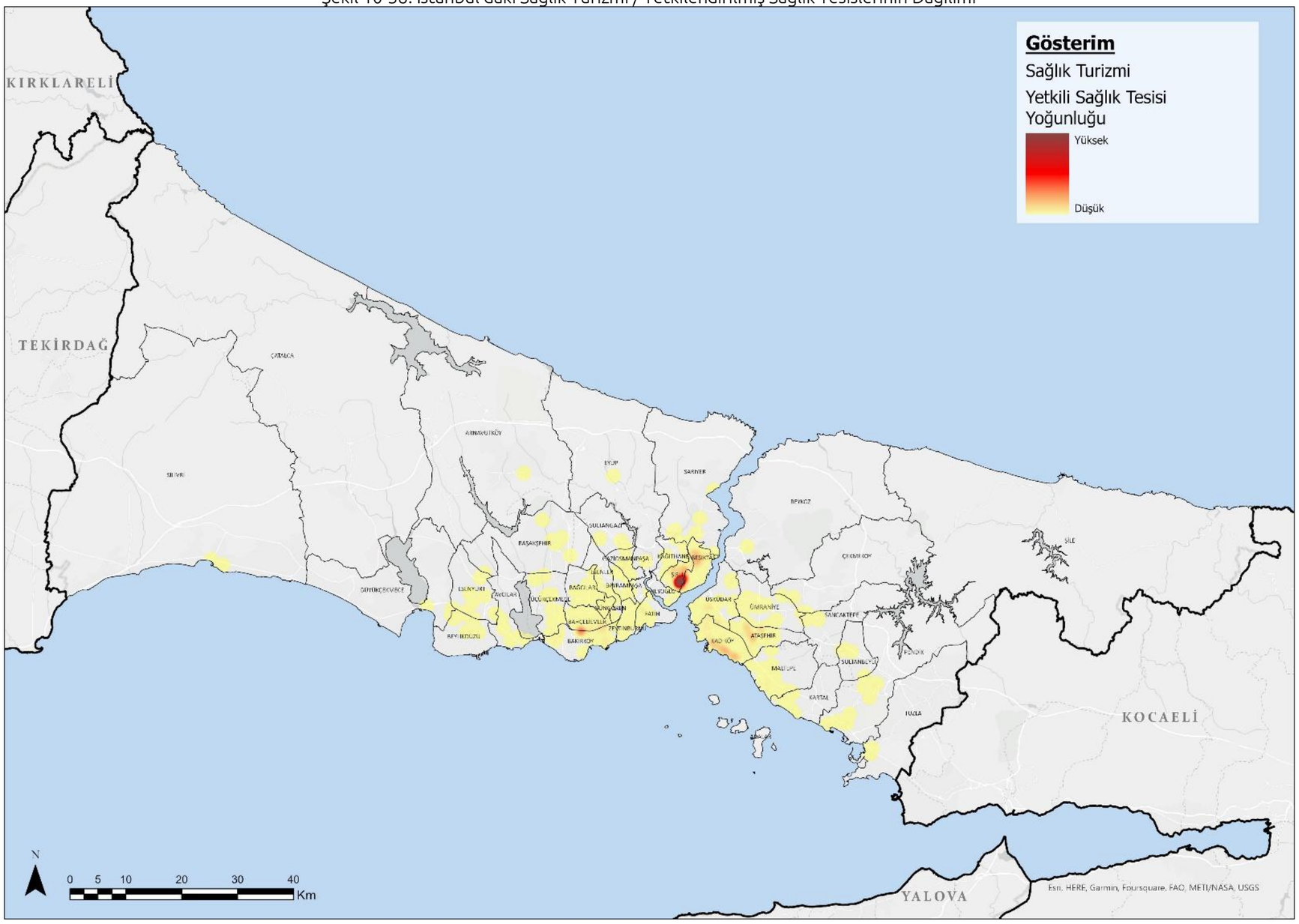
Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Estetik ve güzellik merkezleri; Kadıköy ilçesi 277 adet güzellik merkezi ile önemli bir farkla ilk sırada yer almıştır. Kadıköy ilçesini sırasıyla Şişli ve Bakırköy ilçeleri takip etmektedir.

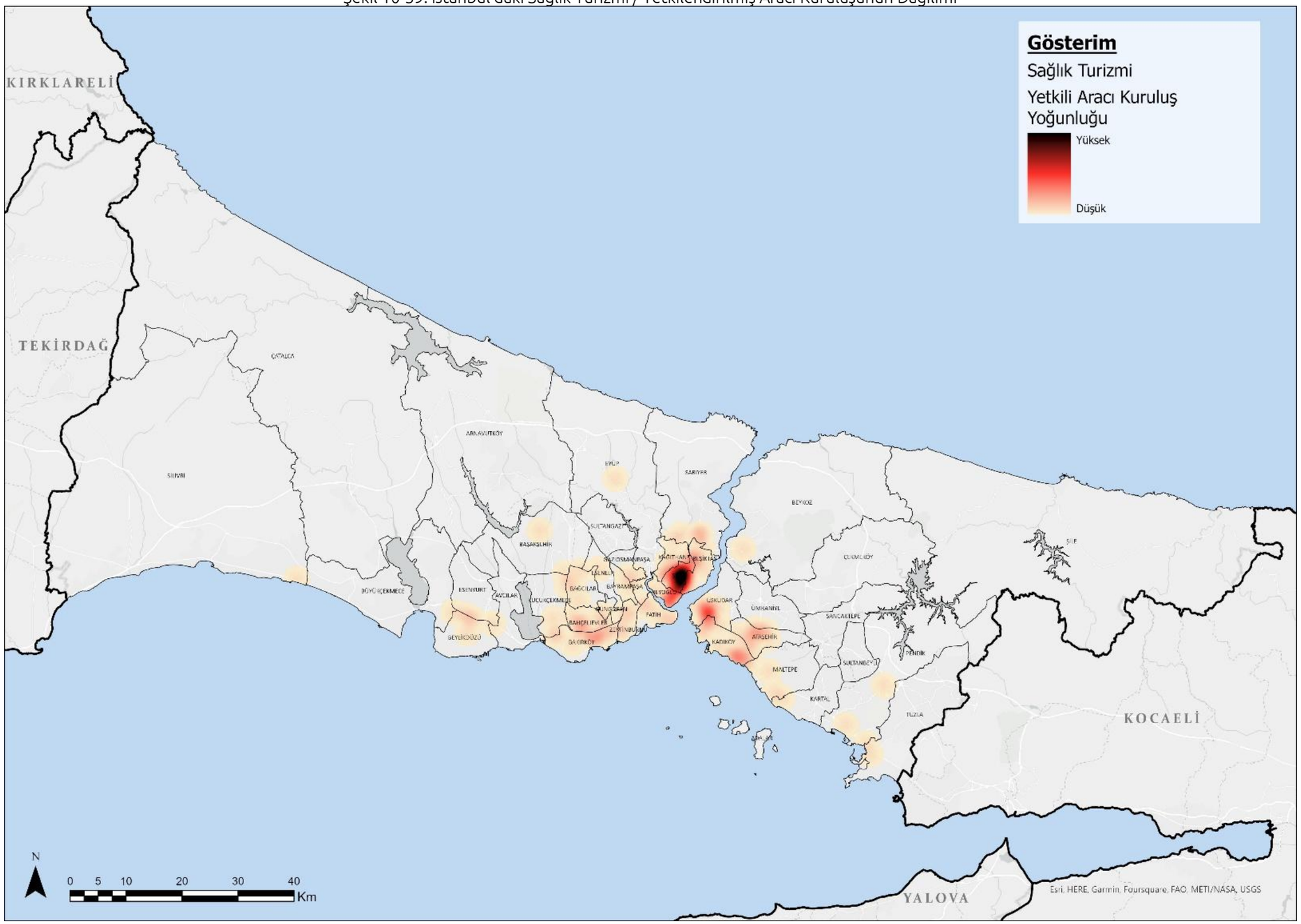
Yetkilendirilmiş aracı kuruluş; Şişli ilçesi 40 adet yetkilendirilmiş aracı kuruluş ile ilk sırada yer almıştır. Şişli ilçesini sırasıyla Kadıköy ile Bakırköy, Beşiktaş ve Üsküdar ilçeleri takip etmektedir.

Yetkilendirilmiş tesis; kamu ağız ve diş sağlığı hastanesi, kamu hastanesi, kamu üniversitesi hastanesi, konaklamalı fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezi, muayenehane, özel ağız ve diş sağlığı hastanesi, özel ağız ve diş sağlığı merkezi, özel ağız ve diş sağlığı polikliniği, özel diyaliz merkezi, özel evde bakım merkezi, özel fizik tedavi ve rehabilitasyon tıp merkezi, özel görüntüleme ve tanı müessesesi, özel hastane, özel kadın sağlığı ve üreme merkezi, özel laboratuvar, özel poliklinik, özel tıp merkezi, vakıf üniversitesi hastanesi kullanımları kapsamaktadır. Bu kapsamda 177 adet T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş sağlık tesisi ile Şişli ilçesi birinci sırada yer almaktadır. Şişli ilçesini sırasıyla Kadıköy ve Beşiktaş ilçeleri takip etmektedir.

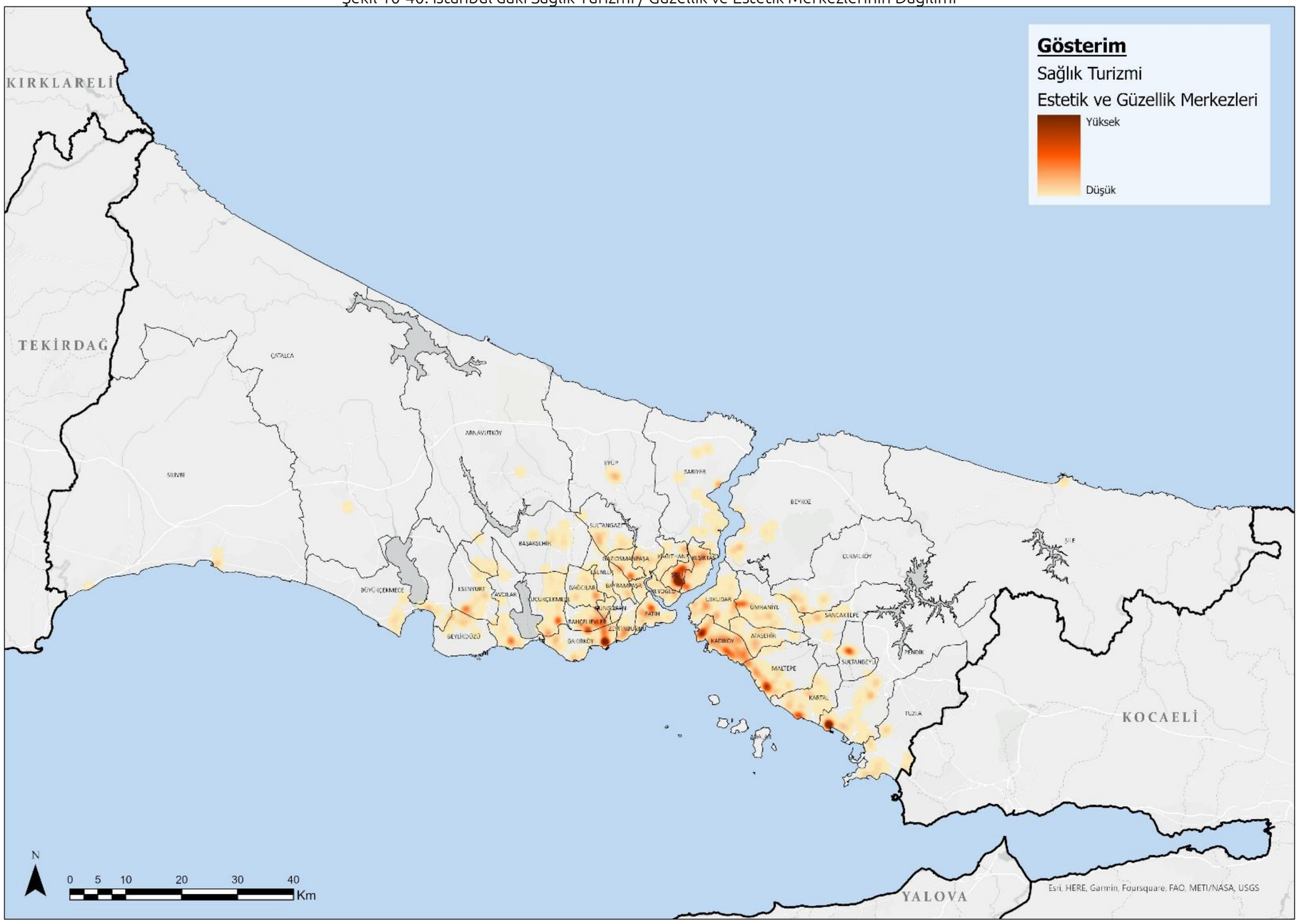
Şekil 10-38. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Yetkilendirilmiş Sağlık Tesislerinin Dağılımı



Şekil 10-39. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Yetkilendirilmiş Aracı Kuruluşunun Dağılımı



Şekil 10-40. İstanbul'daki Sağlık Turizmi / Güzellik ve Estetik Merkezlerinin Dağılımı



10.1.5. Eğitim Turizmi

Turistin öğrenme, entelektüel büyüme, kendini ve becerilerini geliştirme konusundaki katılımını ve deneyimini birincil motivasyon olarak gören bir turizm türüdür. Eğitim turizmi; akademik çalışmalar, beceri geliştirme tatilleri, okul gezileri, spor eğitimi, kariyer geliştirme kursları ve dil kursları ile ilgili geniş bir ürün ve hizmet yelpazesini kapsamaktadır.

İstanbul, köklü geçmişe sahip dünyaca tanınan üniversiteleri yanı sıra, çağını yakalayan yeni akademik kurumlarıyla da önemli bir eğitim merkezidir. Birçoğu yabancı dillerde de eğitim veren devlet ve vakıf üniversiteleri, her yıl yurt dışından çok sayıda yabancı öğrenciye ev sahipliği yapmaktadır. Genel olarak İstanbul'daki üniversitelerde değişim öğrencisi olarak bulunan ya da yükseköğrenimini tümüyle bu üniversitelerde tamamlayan öğrenciler, İstanbul'un dünyanın dört bir yanındaki kültür elçileri olmaktadır (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Dünya'da birçok ülkede eğitim turizmi yaygın durumdadır. Yaştan ve mevsim geçişlerinden etkilenmeyen eğitim turizminin, ekonomik büyüme üzerinde de olumlu etkisi vardır.

İstanbul, eğitimde üniversite sayısının fazlalığı ile Türkiye'nin lideridir. İstanbul'da 14 devlet, 44 vakıf üniversitesi ve 3 vakıf meslek yüksekokulu olmak üzere toplam 61 üniversite bulunmaktadır. Bunların yanı sıra Hava ve Deniz Harp okulları ile herhangi bir üniversiteye bağlı olmayan 4 vakıf meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Türkiye'deki üniversitelerin yüzde 29,61'ine İstanbul ev sahipliği yapmaktadır (T.C.İstanbul Valiliği, 2023).

Öğrenciler, eğitim kalitesi ve sosyal faaliyetler bakımdan zengin olan bu üniversitelere büyük bir ilgi göstermektedir. Bu doğrultuda üniversiteler kendilerini yenilemekte ve çağın modern eğitim sistemleriyle öğrencilerine yeni olanaklar sunmaktadır (T.C.İstanbul Valiliği, 2023).

Yükseköğretimde eğitim gören öğrenci sayısı toplam 1 milyon bin 834'tür. 553 bin 203 öğrenci devlet üniversitelerinde, 440 bin 586 öğrenci vakıf üniversitelerinde, 8 bin 45

öğrenci ise vakıf meslek yüksekokullarında eğitim görmektedir (T.C.İstanbul Valiliği, 2023).

Devlet ve vakıf üniversiteleri, her sene Avrupa başta olmak üzere yurtdışından çok sayıda yabancı öğrenciye ev sahipliği yapmaktadır. Hem değişim öğrencisi olarak hem yükseköğrenimini burada tamamlamak amacıyla İstanbul'a gelen öğrenciler, şehir ekonomisine büyük katkı sağlamanın yanı sıra İstanbul'un yurtdışı tanıtımında rol oynamaktadırlar (T.C.İstanbul Valiliği, 2023).

İstanbul'da eğitim turizmi potansiyeli olan firmalar, üniversiteler, eğitim turizm envanterinde ele alınmıştır. İstanbul'da eğitim turizmi potansiyeli olan firmalar İTO ticaret sicili kayıtlarından elde edilmiştir. Bu kapsamda alınan NACE faaliyetleri şunlardır;

- Spor ve eğlence eğitim kursları (futbol, dövüş sanatları, jimnastik, binicilik, yüzme, dalgıçlık, paraşüt, briç, yoga, vb. eğitimi ile profesyonel spor eğitimcilerinin faaliyetleri dâhil, temel, orta ve yükseköğretim düzeyinde verilen eğitim hariç),
- Dil ve konuşma becerileri eğitimi veren kursların faaliyetleri (temel, orta ve yükseköğretim düzeyinde verilen eğitim hariç),
- Eğitimi destekleyici faaliyetler (eğitim rehberlik, danışmanlık, yurt dışı eğitim danışmanlığı dâhil), test değerlendirme, öğrenci değişim programlarının organizasyonu, yaprak test ve soru bankası hazırlama gibi eğitimi destekleyen öğrenim dışı faaliyetler)
- Ticari sertifika veren havacılık, yelkencilik, gemicilik, vb. kursların faaliyetleri. (İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması, 2021)

Tablo 10-30. İlçelere Göre Eğitim Alanlarının Dağılımı

İlçeler	Dil ve Konuşma Becerileri Eğitimi	Eğitim Destekleyici Faaliyet	Kütüphane	Spor Ve Eğlence Eğitim Kursu	Ticari Sertifika Veren Kurs	Üniversite	Yurt	Genel Toplam
Adalar	1		4					5
Arnavutköy		4	2	1			3	10
Ataşehir	13	78	3	23	2		15	134
Avcılar	6	32	4	8	1	9	27	87

İlçeler	Dil ve Konuşma Becerileri Eğitimi	Eğitim Destekleyici Faaliyet	Kütüphane	Spor Ve Eğlence Eğitim Kursu	Ticari Sertifika Veren Kurs	Üniversite	Yurt	Genel Toplam
Bağcılar	5	11	11	4			4	35
Bahçelievler	14	41	6	7	1	2	8	79
Bakırköy	25	34	5	13	1		7	85
Başakşehir	14	22	3	12			3	54
Bayrampaşa	2	10	7	6			3	28
Beşiktaş	11	111	19	26		17	22	206
Beykoz	5	15	12	6		3	9	50
Beylikdüzü	18	34	2	8			5	67
Beyoğlu	10	52	35	11		7	17	132
Büyükçekmece	5	12	6	2	2	2	5	34
Çatalca		2	1		1		5	9
Çekmeköy		20	4	4			4	32
Esenler	1	12	8			4	5	30
Esenyurt	22	51	5	6	1		8	93
Eyüpsultan	2	22	12	9			6	51
Fatih	11	86	66	8	1	57	72	301
Gaziosmanpaşa	4	5	5	2			2	18
Güngören	1	3	2	1	1		9	17
Kadıköy	42	171	17	70	6	8	31	345
Kâğıthane	4	43	7	15			10	79
Kartal	7	25	9	8	5		11	65
Küçükçekmece	4	30	16	9	4	2	15	80
Maltepe	11	42	4	9	6	1	7	80
Pendik	8	22	13	7	3		7	60
Sancaktepe	1	14	3	5			2	25
Sarıyer	3	35	9	23		24	20	114
Silivri	1	1	1			1	4	8
Sultanbeyli	1	7	4	1			2	15

İlçeler	Dil ve Konuşma Becerileri Eğitimi	Eğitim Destekleyici Faaliyet	Kütüphane	Spor Ve Eğlence Eğitim Kursu	Ticari Sertifika Veren Kurs	Üniversite	Yurt	Genel Toplam
Sultangazi	2	12	6	3			4	27
Şile		2	1	1			5	9
Şişli	35	164	6	29	1	7	21	263
Tuzla	2	14	6	4		2	8	36
Ümraniye	11	33	10	12	1		16	83
Üsküdar	7	48	22	15	2	8	33	135
Zeytinburnu	1	17	3	2			7	30
Genel Toplam	310	1337	359	370	39	154	442	3011

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Eğitim destekleyici faaliyet; öne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Şişli ve Beşiktaş ilçeleridir.

Spor ve eğlence eğitim kursu; öne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Şişli ve Beşiktaş ilçeleridir.

Ticari sertifika veren havacılık, yelkencilik, gemicilik, vb. kursları faaliyetlerinde; öne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Maltepe ve Kartal ilçeleridir.

Dil ve konuşma becerileri eğitimi veren kurs faaliyeti; öne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Şişli ve Bakırköy ilçeleridir.

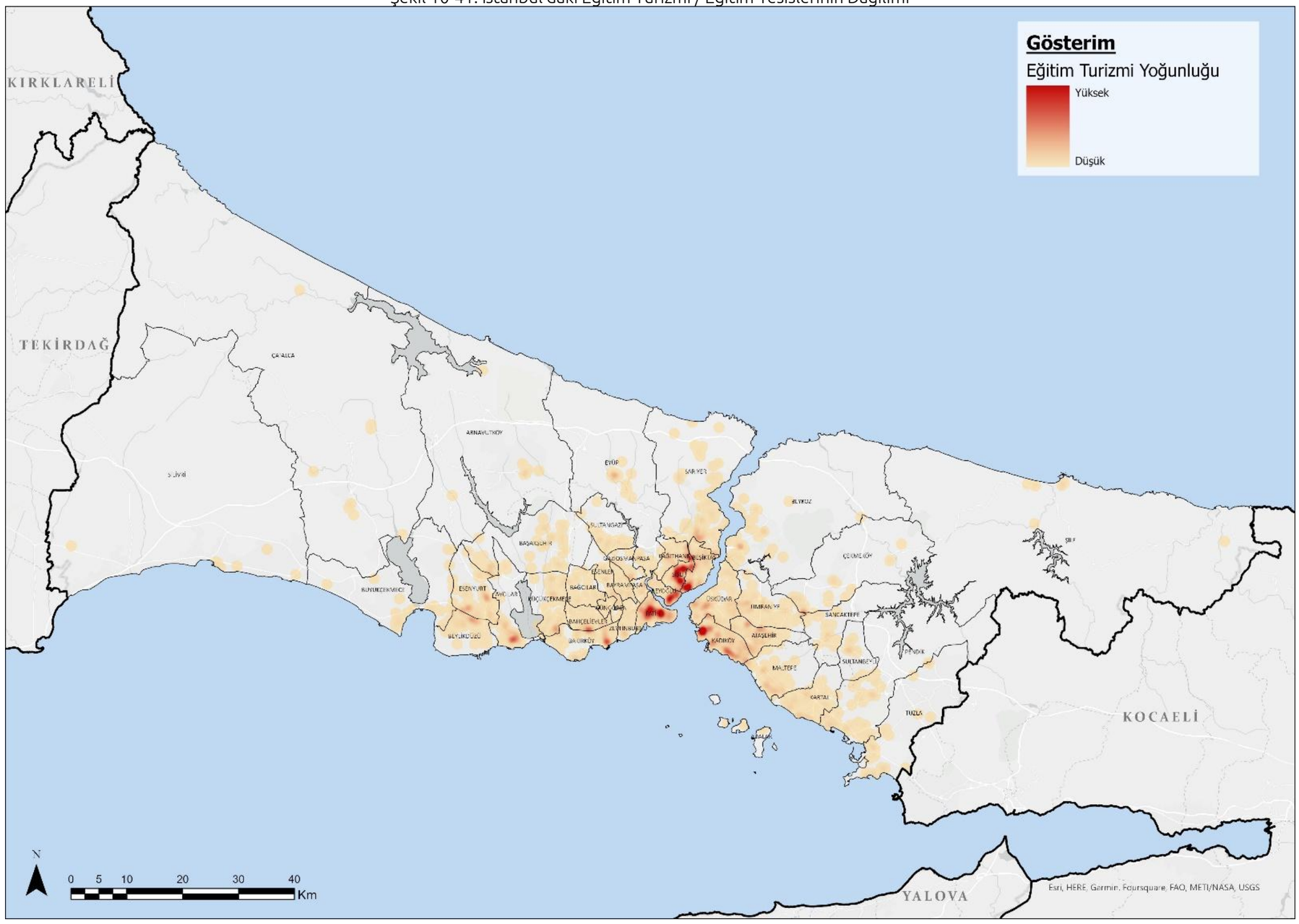
Üniversite; devlet ve özel üniversiteler birlikte değerlendirilmiştir. Buna göre öne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Sarıyer ve Beşiktaş ilçeleridir.

Kütüphane; öne çıkan ilçeler sırasıyla Fatih, Beyoğlu ve Üsküdar ilçeleridir.

Yurt; özel yurtlarda bu veri grubuna dâhil edilmiştir. Buna göre öne çıkan ilçeler sırasıyla Fatih, Üsküdar ve Kadıköy ilçeleridir.

Genel toplamda eğitim tesislerinin en yoğun olduğu ilçeler Kadıköy, Fatih ve Şişli ilçeleri olmuştur.

Şekil 10-41. İstanbul'daki Eğitim Turizmi / Eğitim Tesislerinin Dağılımı



10.1.6. Kongre ve Etkinlik Turizmi

İnsanların ikamet ettikleri ve iş yerleri dışında uzman oldukları sahalarda ve mesleklerde bilgi paylaşımı maksadıyla toplanmalarından dolayı oluşan seyahat konaklama, olay ve ilişkilerin tümüdür. Yani kongre, sempozyum, çalıştay gibi amaçlarla gerçekleştirilen turizm şeklidir.

Türkiye, dünya çapında seyahat imkânlarının hızla artması ve iş adamlarının daha egzotik bölgeleri tercih etme, yeni kültürler keşfetme istekleri sayesinde kongre turizminde her geçen gün daha fazla talep görmeye başlamıştır. İstanbul'a ve diğer büyük Avrupa şehirlerine sefer yapan 50'nin üzerinde havayolu şirketi, yalnızca iki-üç saatlik uçuş süreleri ile Türkiye'nin, kongre ve sergiler için tercih edilen bir ülke haline gelmesinde etkili olmuştur. Türkiye birinci sınıf otel konaklama ve konferans tesisi zenginliği, dünyanın belli başlı şehirlerine kolayca ulaşım ve sunduğu kültürel ve tarihi imkânlar İstanbul için önemli avantajlardır (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Kongre ve etkinlik turizmi, çok kapsamlı bir turizm çeşidi olan MICE turizmi kapsamında ele alınmıştır. MICE; Toplantılar, Teşvikler, Konferanslar ve Etkinlikler anlamına gelir. Konferanslar, seminerler ve diğer etkinlikleri planlayan, rezervasyonlarını yöneten ve organize eden bir turizm çeşidini ifade eder. Sektör günümüzde genellikle toplantı endüstrisi ve etkinlik endüstrisi olarak da anılmaktadır. Etkinlikler yüksek değere sahip turizm çekicilikleridir. İş (konvansiyonlar, ticari gösteriler vb.) ve boş zaman seyahatleri (spor etkinlikleri ve kültürel festivaller vb.) için değişim ve imaj yapıcılar için katalizör görevi görürler. Toplu halde, temalı ve sosyal statüye dayalı ortam yaratmanın en önemli unsurlarıdır (İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021).

MICE turizmi için gerekli tanımlamalar şunlardır;

Toplantılar (Meetings): Toplantılar, genellikle kongre merkezleri ya da otellerin toplantı salonları veya diğer toplantı imkânı sunulan yerlerde yapılırlar. Genellikle anahtar konuşmacılar ve delege sunumları, paneller vb. şeklinde gerçekleşir. İstanbul'daki uluslararası toplantılar genellikle 1-4 gün arası sürmektedir. Konularının belirlenmesi,

anons edilmeleri ve organizasyon hazırlıkları çok önceden başlar. Genellikle bir sene veya daha uzun süre öncesinde duyurulur.

Teşvikler (Incentives): Teşvik turizmi olarak bilinir. Kuruluşların çalışanlarını belirlenen hedeflere ulaşmak veya aşmak için ödüllendirdiği bir sistemin sonucudur. Bu nedenle daha fazla çalışmayı teşvik etmek için seçilen bir destinasyona seyahat etmek, bir otelde kalmak ve genellikle tüm masrafların kurum tarafından ödenmesi şeklinde gerçekleşir. İstanbul özellikle 2006-2014 arası uluslararası firmalar arasında üst ligde yer alan çok önemli bir teşvik destinasyonu olmuştur.

Konferanslar (Conferences): Genellikle daha büyük sayıda katılımın olduğu ve toplantılar gibi ortak konular üzerine önceden belirlenenen, organizasyonu da çok önceden başlayan etkinliklerdir. Akademik konferanslarda bilim insanları bildiri sunarak bilgi alışverişinde bulunur ve sosyalleşir.

Etkinlikler (Events): MICE turizmini tanımlamak için genel bir ad olarak da kullanmakla birlikte etkinlikler; planlanmış herhangi bir kamusal veya sosyal olayı ifade eder. Bunun örnekleri düğünler, şirket partileri, mezuniyet kutlamaları vb.

Etkinlik yönetimi: Konferanslar, törenler, düğünler, resmi partiler, konserler veya kongreler gibi küçük ve/veya büyük ölçekli kişisel veya kurumsal etkinliklerin yaratılması ve geliştirilmesine yönelik proje yönetiminin uygulanmasıdır. Etkinliği fiilen başlatmadan önce markayı incelemeyi, hedef kitlesini belirlemeyi, etkinlik konseptini tasarlamayı ve teknik yönleri koordine etmeyi içerir.

Fuarlar ve Sergiler (Exhibitions): Bir sergi, genel anlamda, bir dizi öğenin organize bir sunumu ve sergilenmesidir. Uygulamada sergiler genellikle müze, sanat galerisi, park, kütüphane, sergi salonu veya dünya fuarları gibi kültürel alanlar veya eğitim ortamlarında gerçekleşir (İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021).

İstanbul Fuar Alanları;

1. Ataköy Mega Yacht Marina
2. Ataşehir Deniz Gezmiş Deprem Parkı
3. Atatürk Havalimanı Apronu
4. Ayasofya Meydanı (Topkapı Sarayı Uzantısı)
5. Bayrampaşa Hali
6. Beşiktaş Bahçeşehir Üniversitesi
7. Beşiktaş Belediyesi Başkanlık Binası
8. Beyazıt Meydanı
9. Beykoz Çayırı
10. Beykoz Sahil Parkları (Atilla Tapan)
11. Beylerbeyi Parkı
12. Byotel- Kozyatağı
13. Caddebostan-Bostancı Sahil Parkı
14. Cnr Expo Fuar Merkezi
15. Çeçenistan Parkı
16. Dalyan Sahil Parkı
17. Dr. Tahsin Arcan Parkı
18. Eski Galata Köprüsü
19. Eski Şapka Fabrikası
20. Gorrion Hotel - Bahçelievler
21. İTÜ Mimarlık Fakültesi Taşkışla Kampüsü
22. Kazlıçeşme Sahil Parkı
23. Küçük Çiftlik Park Maçka
24. Maltepe Sahil Parkı
25. Marinturk İstanbul City Port
26. Orhangazi Şehir Parkı
27. Ortaçeşme Meydan Parkı
28. Raffles Otel İstanbul
29. Santral İstanbul Eski Silahtarağa Elektrik Santralı
30. Sheraton Ataköy Otel
31. Sinan Erdem Spor Salon
32. Sultanahmet Meydanı
33. Sultanbeyli Gölet Parkı
34. Swisotel The Bosphorus
35. Şehit Piyade Çavuş Ömer Parkı
36. Taksim Etkinlik Alanı
37. Tatar Milli Şairi Gabdulla Tukay Parkı
38. Tepebaşı İspark
39. Tersane İstanbul Projesit6-T7T8-T9 Binaları Ve Çevresindeki Açık Alan
40. Topkapı Deprem Parkı
41. Travel Event Company
42. Tuzla Sahil Parkı
43. Veli Efendi Hipodromu
44. Uniq Sarıyer
45. Üsküdar Meydanı
46. Vaniköy Parkı
47. Viaport Marina- Tuzla
48. Volkswagen Arena-Sarıyer
49. Wyndham Kalamış Marina Otel
50. Yapı Endüstri Merkezi
51. Yenikapı Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi
52. Yenikapı Etkinlik Alanı
53. Yenikapı Şehir Parkı
54. Zorlu Performans Sanatları Merkezi

İstanbul Kongre Mekânları;

1. Mövenpick Hotel-Balmumcu
2. Mövenpick Hotel-Silahtarağa
3. Üsküdar Belediyesi Bağlarbaşı Kongre ve Kültür Merkezi

İstanbul Fuar ve Kongre Mekânları;

1. Barcelo Premium - Eresin Topkapı
2. Ceylan İntercontinental Otel
3. Crowne Plaza Asia Kongre Merkezi
4. Dedeman Bostancı Hotel ve Convention Center
5. Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi
6. Feshane Fuar ve Kongre Merkezi
7. Fulya Fuar ve Kongre Merkezi
8. Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi
9. Haliç Kongre Merkezi
10. Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi
11. Hasköy Yün İplik Fabrikası Alanı
12. Hilton İstanbul Bosphorus Sergi Ve Kongre Merkezi
13. İstanbul Fuar Merkezi
14. İstanbul Hilton-Kozyatağı
15. İstanbul Kongre Merkezi
16. Lütfi Kırdar Kongre Merkezi Rumeli Sergi Salonu
17. Ora Convention Center Bayrampaşa
18. Pullman Hotel & Convention Center
19. Renaissance Polat İstanbul Hotel
20. The Green Park Hotel & Convention Center
21. The Marmara Oteli
22. Tüyap Fuar Ve Kongre Merkezi
23. Wow Kongre Merkezi
24. Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kongre Merkezi

Tablo 10-31. İlçelere Göre Etkinlik Alanlarının Dağılımı

İlçeler	Fuar Alanı	Fuar ve Kongre Mekânı	Kongre Mekânı	Genel Toplam
Ataşehir	1	1		2
Bahçelievler	1	1		2
Bakırköy	7	3		10
Bayrampaşa	1	1		2
Beşiktaş	7	1	1	9
Beykoz	3			3
Beyoğlu	7	4		11
Büyükçekmece	1	1		2
Esenler		1		1
Eyüpsultan	3	1	1	5
Fatih	8	2		10
Kadıköy	4	1		5
Kartal	1			1
Maltepe	2			2
Pendik	2	2		4
Sarıyer	2			2
Sultanbeyli	1			1
Şişli	2	5		7
Tuzla	3			3
Üsküdar	3		1	4
Zeytinburnu	2			2
Genel Toplam	61	24	3	88

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Tablo 10-32. İstanbul'daki Başlıca Kongre Mekânları ve Kapasiteleri

Mekân	Kapasite
İstanbul Kongre Merkezi	3.700
Haliç Kongre Merkezi	3.000
Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	5.000
Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi	1.821
Feshane Kongre Merkezi	3.420
WOW Hotels&Convention Center	6.500
Hilton Bomonti	2.900
Hilton Oteli	3.450
Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi	3.513

Kaynak: TÜRSAB,2013

İstanbul il bütünde fuar ve kongre mekânları incelendiğinde; toplam 88 adet yer tespit edilmiştir. Buna göre 61 adet fuar alanı, 3 adet kongre alanı ve 24 adet ise her ikisine de hizmet veren etkinlik alanları tespit edilmiştir.

İstanbul'da 85 fuar düzenlenebilen alan mevcuttur. Meydanlar, parklar gibi açık yeşil alanlar, oteller, kapalı spor salonları, fuar ve kongre merkezleri gibi fuar düzenlenebilen alanlardır. Fuar alanlarının ilçelerdeki dağılımına bakıldığında, Bakırköy, Fatih ve Beyoğlu ilçelerinin öne çıktığı görülmektedir.

En fazla etkinlik mekânı bulunan ilçeler sırasıyla Beyoğlu, Bakırköy ve Fatih ilçeleridir.

Tablo 10-33. İstanbul'da Düzenlenen Fuarlara Katılımlar ve Tahsis Edilen Alanlarla İlgili Bilgiler 2010-2020

	Düzenlenen Fuar Sayısı	Toplam Fuar Katılımcısı Sayısı	Doğrudan Yabancı Katılımcı Sayısı	Dolaylı Yabancı Katılımcı Sayısı	Toplam Ziyaretçi Sayısı	Yabancı Ziyaretçi Sayısı	Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stand Alanı (net / m^2)	Doğrudan Yabancı Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stand Alanı (net / m^2)	Dolaylı Yabancı Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stand Alanı (net / m^2)
2010	168	32.119	4.359		5.284.035	254.060	1.393.560	100.925	
2011	204	32.868	5.535		5.241.233	361.305	1.330.987	106.587	
2012	186	37.743	6.034		5.860.778	361.011	1.659.939	128.624	
2013	206	38.321	7.723		5.039.382	423.976	1.612.158	143.451	
2014	215	40.820	8.287	9.918	5.188.872	428.766	1.848.381	164.182	283.269
2015	203	38.362	8.293	7.913	5.592.888	419.328	1.593.727	145.479	218.524
2016	199	43.347	6.413	9.237	6.129.844	423.061	1.744.187	126.934	259.610
2017	197	33.200	5.715	7.424	6.266.211	428.931	1.519.678	106.762	167.365
2018	201	38.348	7.270	7.674	6.010.379	539.445	1.726.727	131.720	216.566
2019	195	35.183	7.012	10.011	7.055.166	472.924	1.438.406	149.658	120.108
2020	49	7.994	898	801	1.382.047	151.718	457.732	12.767	36.532
2021	113	17.600	1.518	3.132	2.109.789	304.086	904.869	32.381	76.748
2022	171	33.406	4.375	6.030	4.952.298	658.022	1.728.067	117.754	153.322

Kaynak: TOBB,2023

Tablo 10-34. İstanbul'da Gerçekleşen Fuarların Türlerine Göre Dağılımı 2010-2023

Yıl	Genel Fuar	İhtisas Fuarı	Uluslararası İhtisas Fuarı	Genel Toplam
2010		99	69	168
2011	1	120	80	201
2012		104	82	186
2013	2	114	90	206
2014	1	131	83	215
2015	3	106	94	203
2016	2	106	91	199
2017	4	102	91	197
2018	2	111	88	201
2019	3	101	91	195
2020		21	28	49
2021		42	71	113
2022	2	81	88	171
2023	4	120	82	206

Kaynak: TOBB,2023

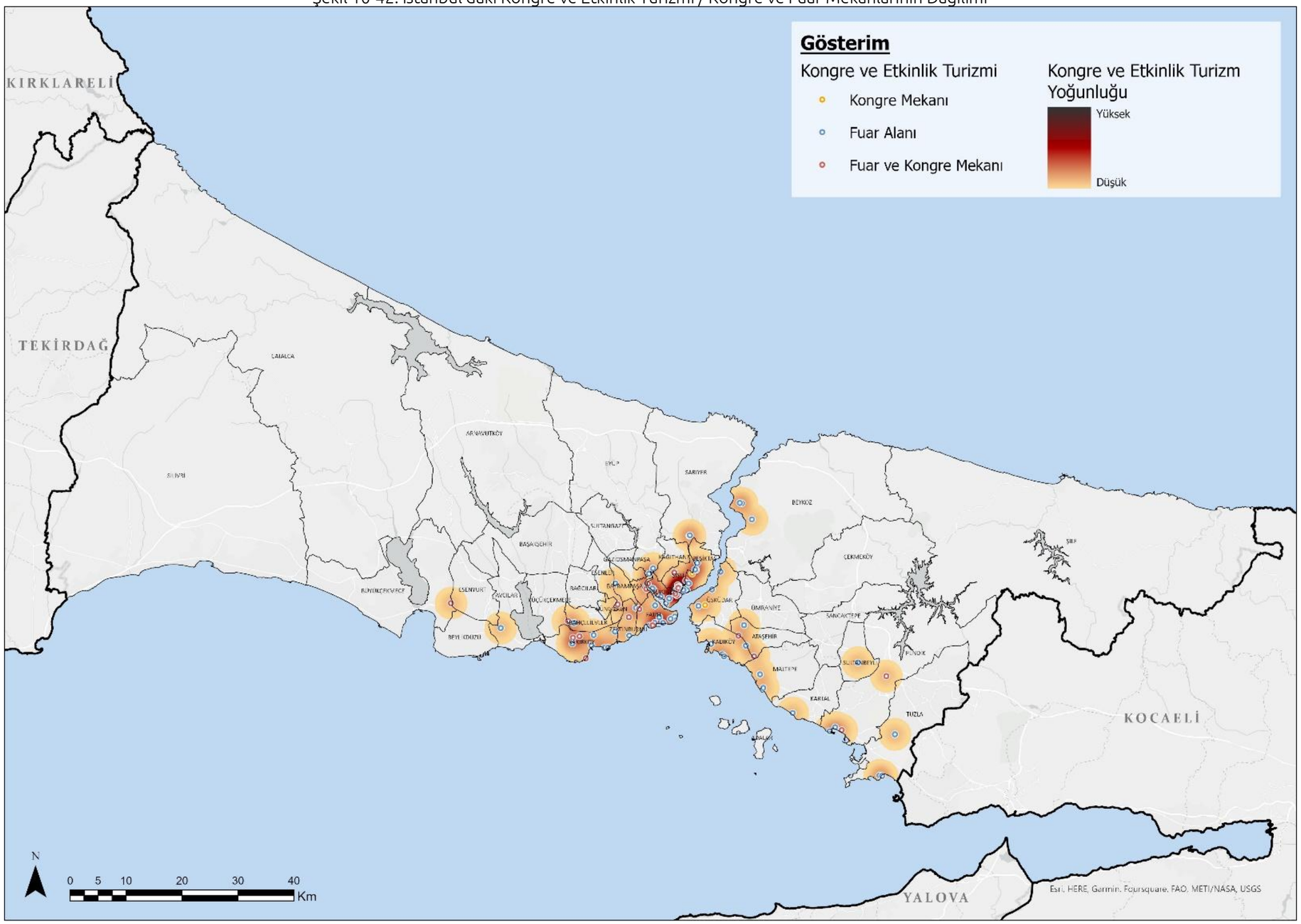
Türkiye fuarcılık sektörü bakımından İstanbul'un yeri ve önemi, fuar alanlarının ve düzenlenen fuarların coğrafi dağılımı incelendiğinde açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Tablo Tablo 10-35'de Türkiye genelinde düzenlenen toplam fuarlar ile İstanbul'da düzenlenen fuarların oranlaması bulunmaktadır.

Tablo 10-35. Türkiye'de Düzenlenen Fuarların İstanbul'a Göre Dağılımı

	Türkiye	İstanbul	Türkiye Geneline Oranı(%)
Fuar Sayısı	413	171	41,4
Katılımcı Sayısı	56.306	33.406	59,3
Ziyaretçi Sayısı	18.881.296	4.952.298	26,2
Kiralanan Toplam Stant (m²)	3.431.329	1.728.067	50,4

Kaynak: TOBB,2022

Şekil 10-42. İstanbul'daki Kongre ve Etkinlik Turizmi / Kongre ve Fuar Mekânlarının Dağılımı



10.1.7. Alışveriş Turizmi

Alışveriş turizmi, bireylerin seyahat etme kararlarında ikamet ettikleri yer dışında mal satın almanın belirleyici olduğu yeni bir turizm biçimi olarak tanımlanır (UNWTO, 2023).

Alışveriş turizmi, turizm değer zincirinin giderek daha önemli bir bileşeni haline geliyor. Alışveriş, destinasyon seçimini etkileyen belirleyici bir faktöre, genel seyahat deneyiminin önemli bir bileşenine ve bazı durumlarda ana seyahat motivasyonuna dönüştü. Dolayısıyla destinasyonlar, turistik tekliflerine değer katan özgün ve benzersiz alışveriş deneyimleri geliştirerek, turizm markalarını ve konumlarını güçlendirerek ve hatta tanımlayarak bu yeni pazar trendinden yararlanmak için muazzam bir fırsata sahip alanlardır (UNWTO, 2023).

Alışveriş turizminde, ziyaretçi çekme, turizm ürünlerinin yaratılması, turistik mekânların verimli kullanımı ve altyapı kalitesi odak konulardır. Bunların yanı sıra, toplumun turizme katılımının yanı sıra yerel sosyo-ekonomik refah ve istihdamın teşvik edilmesine de önem verilmektedir (UNWTO, 2023).

Alışveriş, turistlerin harcamalarının ana kategorilerinden biridir ve hem doğrudan hem de ekonomideki diğer sektörlerle birçok bağlantı yoluyla ulusal ekonomiler için önemli bir gelir kaynağını temsil etmektedir.

Alışveriş, hem doğrudan hem de ekonomideki diğer sektörlerle birçok açıdan bağlantılı olması yoluyla ulusal ekonomiler için önemli bir gelir kaynağıdır. Bu turizm çeşidi, turistlerin başlıca harcama kategorilerinden biridir. Turistler için alışveriş turizmi, yurtdışında hem mağazaların kalitesini hem de bu aktiviteye ayıracakları zamanı ön planda tuttukları bir seyahat deneyimidir.

Turistler için herhangi bir ilgi odağı olan lokasyonun ortalama turist harcaması vardır. Alışveriş turizmini ön plana çıkaran destinasyonlarda bu tür turizmin tanıtımının yapılmadığı destinasyonlara göre ortalama harcama çok daha yüksektir (İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021).

Son yıllarda İstanbul, tarihi ve kültürel çekicilikleri dışında alışveriş destinasyonları açısından da bir cazibe merkezi haline gelmiştir. İstanbul hem geleneksel hem modern

alışveriş opsiyonları sunmaktadır. Kapalıçarşı ve Mısır çarşısı ile gelenekselliğin yanında çağdaş alışveriş merkezleriyle, caddeleriyle alışveriş turizmi için önemli bir potansiyeldir.

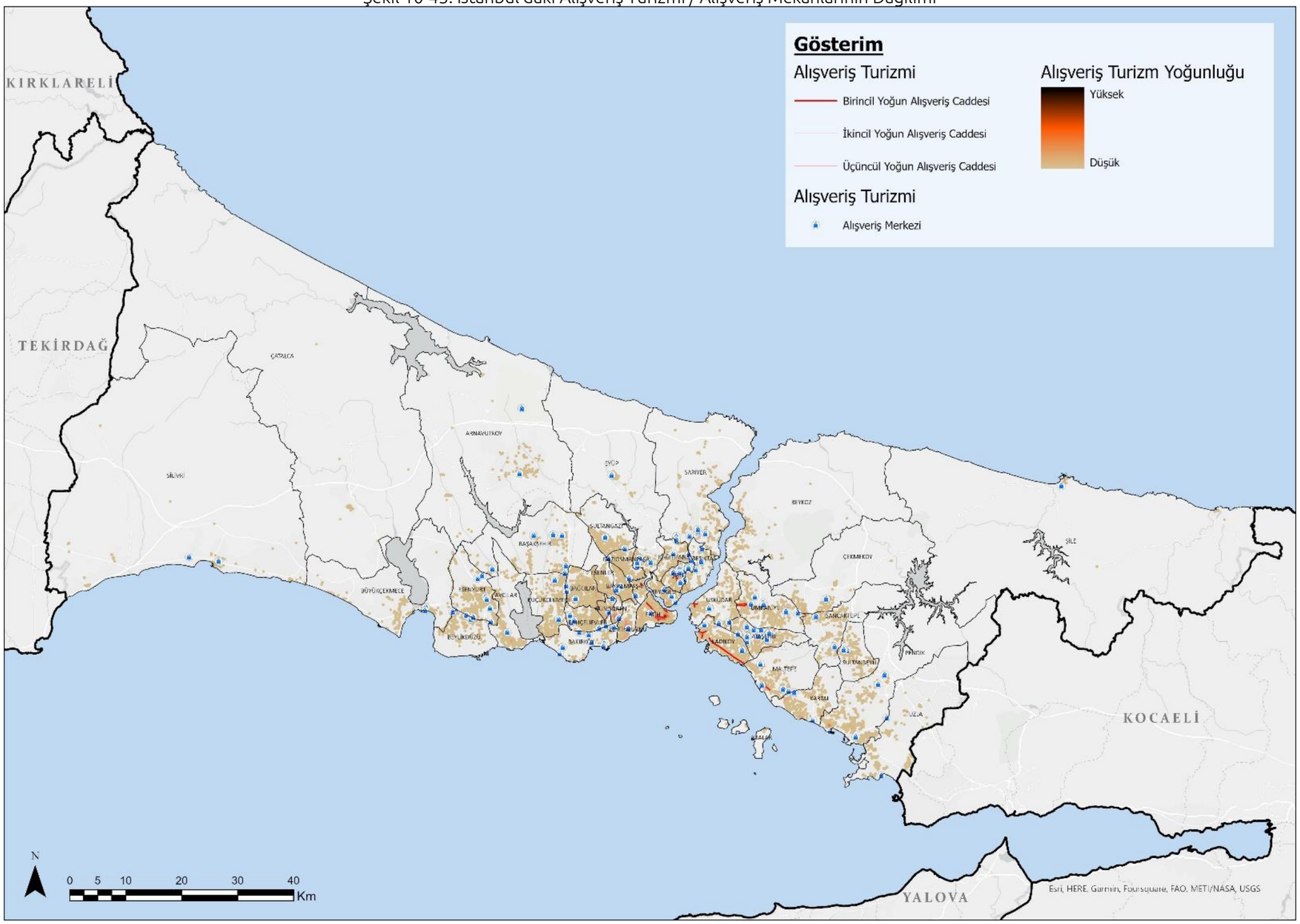
Tablo 10-36. İlçelere Göre Alışveriş Mekânlarının Dağılımı

İlçeler	Alışveriş Mekânları
Adalar	76
Arnavutköy	296
Ataşehir	914
Avcılar	750
Bağcilar	2004
Bahçelievler	1683
Bakırköy	1058
Başakşehir	679
Bayrampaşa	1413
Beşiktaş	779
Beykoz	371
Beylikdüzü	498
Beyoğlu	1322
Büyükçekmece	420
Çatalca	98
Çekmeköy	357
Esenler	919
Esenyurt	1404
Eyüpsultan	745
Fatih	12069
Gaziosmanpaşa	1144
Güngören	3772
Kadıköy	2166
Kağithane	744
Kartal	904

İlçeler	Alışveriş Mekânları
Küçükçekmece	1421
Maltepe	1074
Pendik	1864
Sancaktepe	488
Sarıyer	757
Silivri	293
Sultanbeyli	624
Sultangazi	1094
Şile	76
Şişli	2721
Tuzla	371
Ümraniye	1477
Üsküdar	1173
Zeytinburnu	2207
Genel Toplam	**52.225**

Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Şekil 10-43. İstanbul'daki Alışveriş Turizmi / Alışveriş Mekânlarının Dağılımı



10.1.8. Yat ve Kruvaziyer Turizmi

Yat ve kruvaziyer turizm, faaliyetin yapıldığı alan bakımından deniz temelli bir turizm çeşididir.

Dünyada ve Türkiye'de gelişen bir turizm çeşidi türlerinden olan yat ve kruvaziyer turizm kapsamında denizde ve kıyılarda pek çok faaliyet gerçekleştirilmekte ve turizm sektörünün prestijli bir türüdür.

Türkiye üç tarafı da denizlerle çevrili bir ülke olarak yat ve kruvaziyer turizm açısından önemli bir coğrafyadadır. Doğal güzelliği ve zengin kültürel varlıkları ile İstanbul ili yat ve kruvaziyer turizm için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

İstanbul İli için yat ve kruvaziyer turizm aşağıda detaylı olarak incelenmiştir.

10.1.8.1. Yat Turizmi

Limanlar arasında, düzenli olarak yolcu taşımacılığından ziyade turistik faaliyetlerin gerçekleşmesini sağlayan daha az sayıda kişinin yat ile deniz üzerinde seyahat etmesine imkân veren turizm türüdür. 1960'lardan itibaren gelişen bu turizm çeşidi deniz turizmin en önemli kollarından birini oluşturmaya başlamıştır (Keleş, 2023).

Yat turizmi, seyahat amacı ile özel gemilerin kullanımını ifade eder. Bu gemiler gezi, tatil, seyir, balık tutma, yarış veya diğer denizcilik uygulamaları dâhil eğlence amaçlı kullanılan özel teknelerdir. Gemilerin türüne bağlı olarak, yelkenli ve motorlu olarak ve mülke bağlı olarak kiralık veya özel yatçılık olarak sınıflandırılabilir. Yat turizmi, çevreye duyarlılığı, ulusal ve uluslararası yatırımları, iş hacmi, istihdam olanakları, döviz geliri, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkisi nedeniyle turizmi bir kalkınma aracı olarak gören ülkeler için önemli bir varlık haline gelmiştir. Yat turizmine yönelik artan sayıda yatırım ve teşvikler birçok ülkede yapılmış ve kullanılmıştır. Deniz turizmi ile doğrudan bağlantılı olan ve gelir düzeyi yüksek turistlerin tercih ettiği yat turizmi, adından en çok söz ettiren ve giderek daha önemli görülen bir turizm olmuştur. Ayrıca ekonomik getirisi yüksek bir turizm türü olarak literatürde yer almaktadır (Sevinç & Güzel, 2017).

Marina sektörü dünyada ve ülkemizde önemli bir büyüme potansiyeli gösteriyor. Son yıllarda yatçılık faaliyetlerine büyük talep gösteren turistler sayesinde, yat turizmi dünya turizminde öne çıkıyor. Yat turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaç duyulan marinalar, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin dâhil olduğu altyapının temelini oluşturuyor. Yat turizmine olan talep, bireylerde özgürlük hissi, macera ve keşfetme isteği yaratması, doğaya ve tarihe yakın olma isteği gibi nedenlerle giderek artıyor. Ülkemizde İstanbul ekonomik açıdan getirisi yüksek olan yat turizminde önemli bir destinasyon sayılıyor.

Doğu ve Batı uygarlıklarının buluşma merkezi, masalsı şehir İstanbul, aynı zamanda en önemli yatçılık merkezlerinden biri konumundadır. Sayıları her yıl artış gösteren ziyaretçi yatlara ev sahipliği yapan İstanbul, yatçılık için bir 'hedef bölge' olma özelliği taşımaktadır.

İstanbul'da "Turizm İşletmesi Belgeli" 2070 kapasiteli 2 yat limanı bulunmaktadır. Ayrıca 870 kapasiteli 1 yat limanı ise yatırım aşamasındadır.

Kuzey denizinden Avrupa iç sularıyla yatçılar Avrupa kanal sistemi ve Rhine ve Tuna Nehirleriyle Karadeniz limanlarına ve İstanbul Boğazı ve marinalarına ulaşıp, kısa ve güvenli yoldan Türk Akdeniz sahillerine ve marinalarına ulaşılabilmektedir (İSTKA, 2023).

İstanbul'a yat turizmi amacıyla gelen ziyaretçiler, Asya ve Avrupa'yı birleştiren üç köprünün altından geçerek, İstanbul boğazının eşsiz manzarasına eşlik eden hisarlar, saraylar ve camiler arasından seyahat etmektedir. Ayrıca boğazda Haliç'i ve boğazdan Marmara Denizi'ne açılınca Adalar'daki koy ve körfezlerde gezinti yapabilmektedirler.

Hali hazırda İstanbul'da bulunan lokal marinalar ve kapasiteleri şunlardır (Vira Vira, 2023);

- Ataköy Marina (700 denizde, 40 karada)
- Güzelce Marina (250 denizde, 120 karada)
- West İstanbul Marina (600 denizde,300 karada)
- Setur Fenerbahce & Kalamış Marina (558 denizde)
- Marin Türk İstanbul City Port (785 denizde, 70 karada)
- Viaport Tuzla Marina (700 denizde, 100 karada)
- IstMarin Istinye / Tarabya Boat Park (179 denizde)

Tablo 10-37. İstanbul'daki Marinaların Uygulama Durumu

Marina Adı	Açılış Yılı	Plan Yılı	Uygulama Durumu
Arnavutköy-Yeniköy-Yat Liman (Kanal İstanbul)	-	2021	Plan Aşamasında
Ataköy Yat Limanı	1986	1997	Uygulandı
		2004	Uygulandı-Yenilenme Projesi Var
Galata Port	2021	2012	Uygulandı
Güzelce Marina	-	-	Uygulandı
Haliç Port	-	2017	Yapım Aşamasında
İstinye/Tarabya	-	2010	Etüt ve Projelendirme Tamamlandı
Kalamış Marina	1986	2017	Yenileme Projesi Etüt Aşamasında
Kartal Yat Limanı	-	2003	Plan Aşamasında
Kıyı İstanbul	2020	2014	Uygulandı
Marinatürk İstanbul City Port	2009	2014	Uygulandı
Sea Port	-	2018	Etüt ve Projelendirme Tamamlandı-Yapım İhale Aşamasında
Silivri Yat Limanı	-	2012	Etüt ve İhale Aşamasında
Viaport	2015	2012-2015	Uygulandı
Zeyport Kruvaziyer Limanı	-	2015	Etüt ve Projelendirme Tamamlandı-Yapım İhale Aşamasında
West Marina	2012	2016	Uygulandı

Kaynak: İBB, Şehir Planlama Müdürlüğü,2021

10.1.8.2. Kruvaziyer Turizm

Kruvaziyer turizmi, geminin birkaç liman veya şehre uğradığı ve belirli bir güzergâh ile en az 48 saatlik bir kruvaziyer gemisinde gerçekleşen lüks bir seyahat şekli olarak tanımlanabilir. Kruvaziyer turizmi, bir yolcu gemisinde her şey dâhil bir tatili içeren eğlence ve ya spor amaçlı seyahat şeklidir. Kruvaziyer turizmi "geleneksel ulaşım ve konaklama sağlama işlevine ek olarak gezginler için çok çeşitli faaliyetler" olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2023).

Uzun yıllar boyunca birçok turist için konaklama yeri olan kruvaziyer limanları son birkaç yıl içerisinde etkinliğini yitirmişti. 2010 yılında 342 gemi ile 508.246 yolcu, 2011 yılında 420 gemi ile 627.897 yolcu, 2012 yılında 382 gemi ile 596.027 yolcu, 2013 yılında 381 gemi ile 689.417 yolcu, 2014 yılında 317 gemi ile 518,935 yolcu, 2015 yılında 345 gemi ile 595.880 yolcu, 2016 yılında 56 gemi ile 43.543 yolcu, 2017 yılında 5 gemi ile 1.332 yolcu, 2018 yılında gemi gelmedi ve 2019 yılı Ekim ayında 22 gemi ile 36.688 yolcu geldi (T.C.Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2023).

2015 Şubat başlayan Galataport yenileme projesi ile birlikte başlayan gerileme, 2019 yılında sonra buldu. Ancak 2019 Sarayburnu limanına gelen kruvaziyer gemisi 750 kişilik yolcusuyla beraber çıktığı yolculukta, durak noktalarından birisi olarak İstanbul'u tercih etti. Turistlerin çoğunluğunu İtalya ve Yunanistan vatandaşlarının oluşturduğu bu geminin ülkemize ziyaretiyle beraber deniz turizmi hareketlendi. 2019 senesi içinde toplam 22 kruvaziyer geminin İstanbul'u ziyaret etti. Bu gelişmede Türkiye'deki diğer limanlara pozitif etki yarattı (Su Üstünde, 2023).

İstanbul'un kruvaziyer limanı olan Galataport İstanbul Kruvaziyer Limanı çevresiyle birlikte çok çeşitli konaklama, yeme-içme, alışveriş, kültür sanat, otopark imkânları sunmaktadır.

İstanbul, kruvaziyer gemilerinin uğradığı Türkiye'nin en önemli limanları arasında yer almaktadır. 2022 yılında yılın limanı seçilen Galataport 143 gemi ve 220.082 yolcu ağırlanmıştır (T.C.Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2023).

Tablo 10-38. İstanbul'daki Kruvaziyer Gemi ve Yolcu İstatistikleri

Liman Başkanlığı	Gemi Cinsi	Kruvaziyer Yolcu Sayısı			
	Kruvaziyer Tipi Yolcu Gemisi	Gelen Kruvaziyer Yolcu	Giden Kruvaziyer Yolcu	Transit Kruvaziyer Yolcu	Toplam Kruvaziyer Yolcu
İstanbul	180	54.339	54.710	142.977	252.026

Kaynak: Denizcilik Genel Müdürlüğü, Deniz Ticaretini Geliştirme Başkanlığı,2022

Tablo 10-39. İstanbul'daki Deniz Turizmi Tesisleri ve Kapasiteleri

Tesis Türü	Turizm İşletmesi Belgeli		Turizm Yatırımı Belgeli	
	Tesis Sayısı	Kapasite	Tesis Sayısı	1.100
Yat Limanları	2	2.070	1	0
Yüzer Tesis	33	11.894	0	0
Günübirlik Gezi Tekneleri	127	19.442	0	0
Ticari Yatlar	336	1.687	0	0
Su altı Sportif Faaliyet	2	48	0	0
Kruvaziyer Limanı	1	0	0	0
Toplam	**501**	**35.141**	**1**	**1.100**

Kaynak: İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,2023

Tablo 10-40. İlçelere Göre Yat ve Kruvaziyer Liman Sayısı

İlçeler	Kruvaziyer Limanı	Marina-Yat Limanı	Marina-Yat Limanı (Planlanan)	Genel Toplam
Bakırköy		1		1
Beylikdüzü		1		1
Beyoğlu	1		1	2
Büyükçekmece		2		2
Kadıköy		1		1
Pendik		1		1
Sarıyer		1		1
Silivri			1	1
Tuzla		1		1
Zeytinburnu			2	2
Genel toplam	**1**	**8**	**4**	**13**

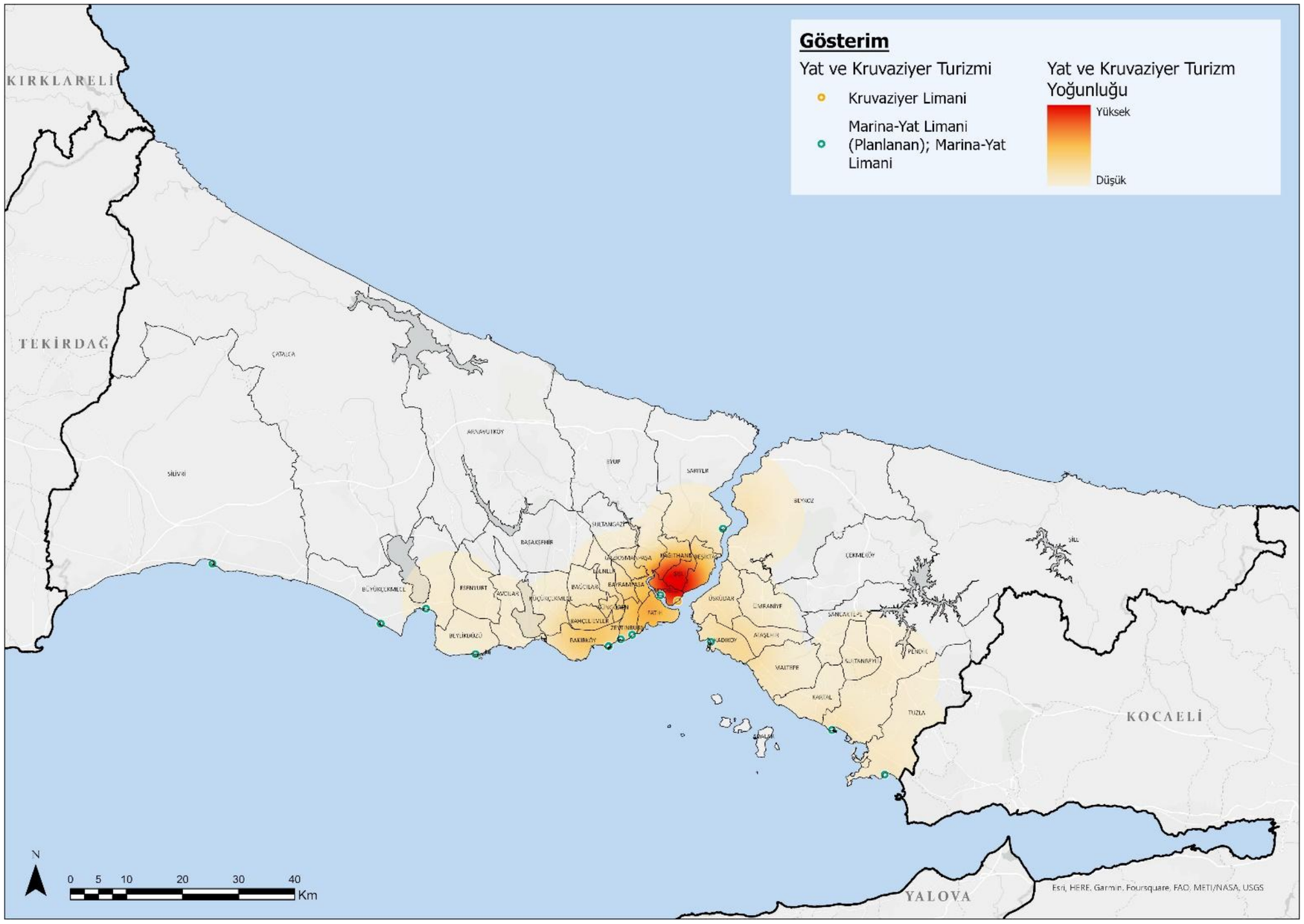
Kaynak: İBB, Turizm Şube Müdürlüğü, İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi, 2021

Kruvaziyer Limanı; Galataport Salıpazarı Kruvaziyer Limanıdır.

Marina Yat Limanı; Güzelce Marina, Kıyı İstanbul, West Marina, Ataköy Yat Limanı, Istinye/Tarabya, Kalamış Marina, Marinatürk Istanbul City Port, Viaport limanlarıdır.

Marina Yat Liman (Planlanan); Silivri Yat Limanı, Sea Port, Zeyport Kruvaziyer Limanı, Halic Port limanlarıdır

Şekil 10-44. İstanbul'daki Yat ve Kruvaziyer Turizmi / Kruvaziyer ve Marina Limanlarının Dağılımı



10.2. Konaklama Altyapısı

Turizm sektöründe, ziyaret mahalline gelen yolcuların barınma talebini karşılamaya yönelik konaklama tesisine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bölümde konaklama tesis türleri, yatak ve oda kapasiteleri, ilçelere göre dağılımları, konaklama mekânlarının yıllara göre değişimleri ile konaklama altyapısının turizm türleri ile ilişkisi incelenecektir.

Konaklama tesisi verisi "İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi" verileri kullanılarak incelenmiştir. Envanter verilerine göre İstanbul'da 3586 konaklama tesisi bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin ilçelere göre dağılımları incelendiğinde en çok tesisin %38.7 oranı ile Fatih ilçesinde bulunduğu; Fatih'i %10,6 ile Beyoğlu ve %7,1 ile Şişli ilçeleri takip ettiği görülmektedir. (Bkz. Tablo 10-41)

Tablo 10-41. İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı

	İlçe	Sayı	Oran (%)
1	Adalar	90	2.5
2	Arnavutköy	21	0.6
3	Ataşehir	64	1.8
4	Avcılar	72	2.0
5	Bağcılar	22	0.6
6	Bahçelievler	46	1.3
7	Bakırköy	72	2.0
8	Başakşehir	6	0.2
9	Bayrampaşa	20	0.6
10	Beşiktaş	133	3.7
11	Beykoz	79	2.2
12	Beylikdüzü	9	0.3
13	Beyoğlu	380	10.6
14	Büyükçekmece	37	1.0
15	Çatalca	18	0.5
16	Çekmeköy	7	0.2
17	Esenler	8	0.2
18	Esenyurt	30	0.8
19	Eyüpsultan	18	0.5
20	Fatih	1389	38.7
21	Gaziosmanpaşa	10	0.3
22	Güngören	21	0.6
23	Kadıköy	136	3.8
24	Kâğıthane	33	0.9
25	Kartal	32	0.9
26	Küçükçekmece	41	1.1
27	Maltepe	20	0.6
28	Pendik	36	1.0
29	Sancaktepe	5	0.1
30	Sarıyer	50	1.4
31	Silivri	41	1.1
32	Sultanbeyli	3	0.1
33	Sultangazi	4	0.1
34	Şile	191	5.3
35	Şişli	254	7.1
36	Tuzla	29	0.8
37	Ümraniye	35	1.0
38	Üsküdar	68	1.9
39	Zeytinburnu	27	0.8
	Bilgisi Olmayan	29	0.8
	Genel Toplam	**3586**	**100**

Konaklama tesislerinin ilçelere göre dağılımı incelendiğinde % 0,1 oranı ile en az tesis bulunan ilçeler Sancaktepe, Sultanbeyli ve Sultangazi'dir.

10.2.1. Konaklama Tesislerinin Türleri

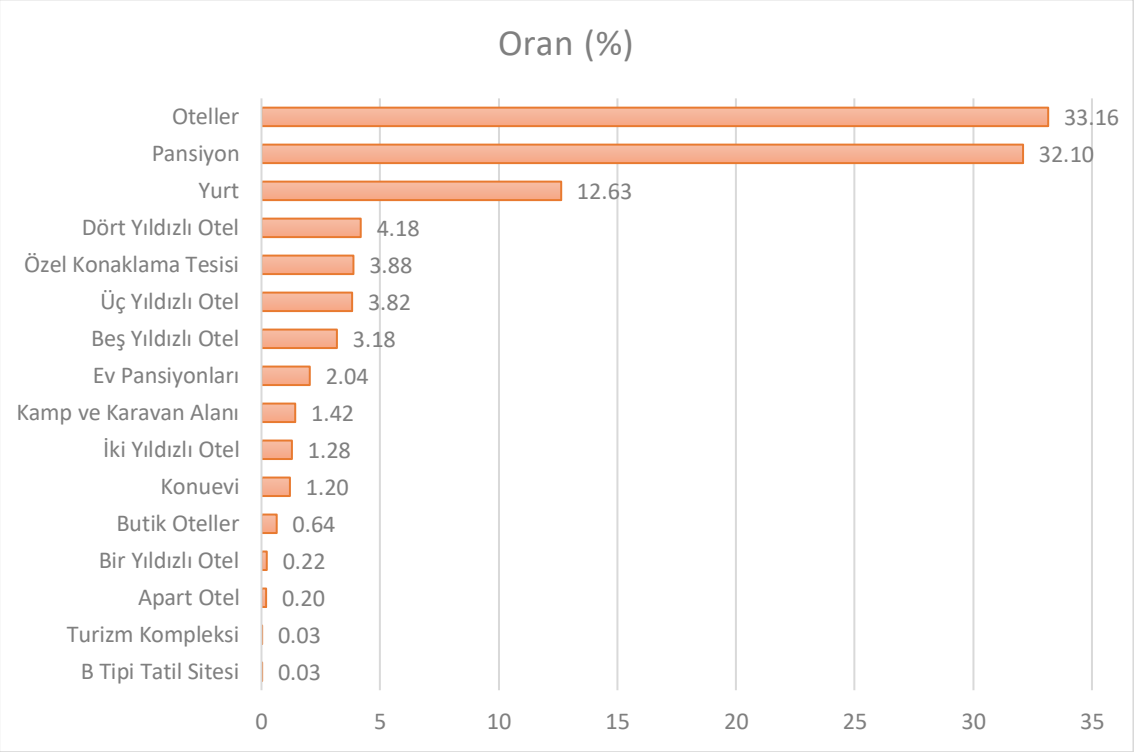
İstanbul'daki konaklama tesisi türleri, apart otel, B tipi tatil sitesi, bir yıldızlı otel, iki yıldızlı otel, üç yıldızlı otel, dört yıldızlı otel, beş yıldızlı otel, butik oteller, ev pansiyonları, kamp ve karavan alanı, oteller, özel konaklama tesisi, yurt, konukevi, pansiyon ve turizm kompleksi olarak çeşitlenmektedir.

İl genelinde türlerine göre turizm tesisleri incelendiğinde en fazla orana sahip olan konaklama tesis türünün %33,2 oranı ile oteller ve %32,1 oranı ile pansiyon olduğu görülmektedir. (Bkz. Tablo 10-42)

Tablo 10-42. İstanbul'daki Konaklama Tesis Türleri

Tür	Sayı	Oran (%)
Apart Otel	7	0.2
B Tipi Tatil Sitesi	1	0.03
Bir Yıldızlı Otel	8	0.2
İki Yıldızlı Otel	46	1.3
Üç Yıldızlı Otel	137	3.8
Dört Yıldızlı Otel	150	4.2
Beş Yıldızlı Otel	114	3.2
Butik Oteller	23	0.6
Ev Pansiyonları	73	2.0
Kamp ve Karavan Alanı	51	1.4
Oteller	1189	33.2
Özel Konaklama Tesisi	139	3.9
Pansiyon	1151	32.1
Turizm Kompleksi	1	0.03
Yurt	453	12.6
Konukevi	43	1.2
Genel Toplam	**3586**	**100**

Şekil 10-45. İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin Dağılımı



İl genelindeki konaklama tesislerinin türlerine göre dağılımı incelendiğinde toplam 3586 tesis içerisinde oran olarak en fazla tesis bulunma durumuna göre azdan çoğa; oteller (%33,16), pansiyon (%32,10), yurt (%12,63), dört yıldızlı otel (%4,18), özel konaklama tesisi (%3,88), üç yıldızlı otel (%3,82), beş yıldızlı otel (%3,18), ev pansiyonları (%2,04) olarak sıralanmaktadır.

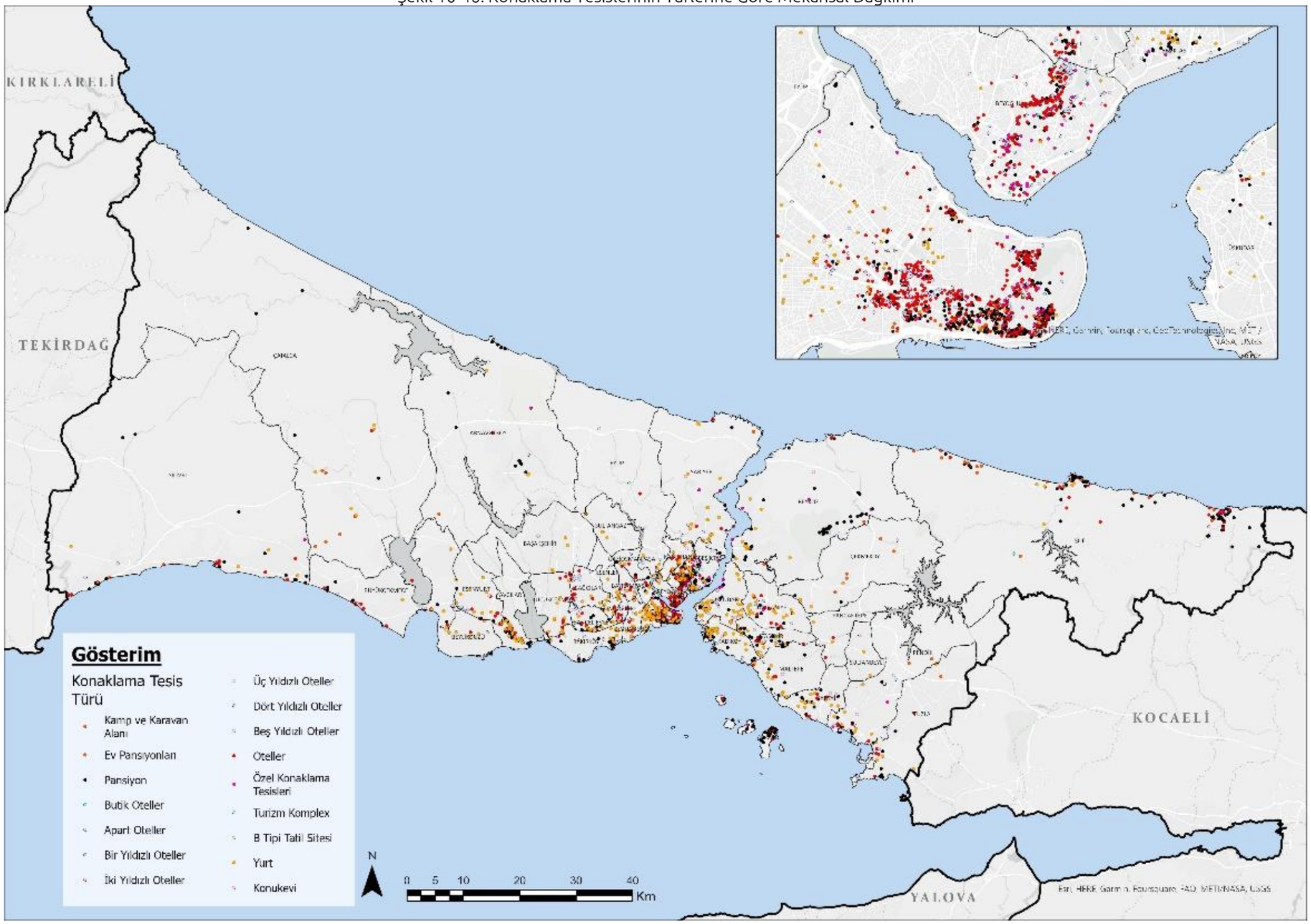
Bu kapsamda en az oranda bulunan tesis türü ise % 0.03 oranı ile B tipi tatil sitesi ve turizm kompleksi olarak görülmektedir.

Yurtlar, özel ve devlet yurtları olarak iki kategoride incelenmiştir (Bkz. Tablo 10-43). Özel yurtların devlet yurtlarına oranla oldukça fazla olduğu belirlenmiştir.

Tablo 10-43. Yurtların Türlerine Göre Dağılımı

Tür	Sayı	Oran (%)
Devlet	28	6.18
Özel	425	93.82
Toplam	453	100

Şekil 10-46. Konaklama Tesislerinin Türlerine Göre Mekânsal Dağılımı



Konaklama tesislerinin türlerine göre mekândaki dağılımları incelendiğinde Fatih, Beyoğlu, Kadıköy, Üsküdar ilçelerindeki yoğunluk dikkat çekmektedir. Fatih ilçesindeki konaklama mekânları incelendiğinde, yoğunlukla otel, pansiyon yurtlardan oluştuğu görülmektedir. Beyoğlu ilçesinde ise yoğunlukla oteller, bir, iki, üç, dört, beş yıldızlı oteller bulunduğu görülmektedir(Şekil 10-46).

Beykoz ve Şile ilçesinde pansiyonlar, Avcılar ilçesinde ise yurtların yoğunlukla gözlenmektedir.

10.2.2. Konaklama Tesislerinin Yatak ve Oda Kapasitesi

İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması İşi proje verilerine göre 3.586 tesisin; 3.271 adedine (%84,82) ait oda kapasitesi ve 3.300 adedine (% 85,58) ait yatak kapasitesi bilgisine erişilmiştir. İstanbul'daki toplam konaklama oda sayısı 150.173 ve toplam yatak sayısı 286.392'dir.

Yurt (453 adet) ve konukevine (43 adet) ait yatak ve oda kapasitelerine ait bilgiye erişilememiştir.

Konaklama tesislerine ait oda kapasiteleri incelendiğinde en yüksek oranda oda kapasitesinin %27,1 oranı ile Fatih, %25,4 oranı ile Beyoğlu ilçelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Fatih ve Beyoğlu ilçelerini, %7,2 oranı ile Şişli, %6,5 oranı ile Şile ve %4,2 oranı ile Adalar ilçesi takip etmektedir.

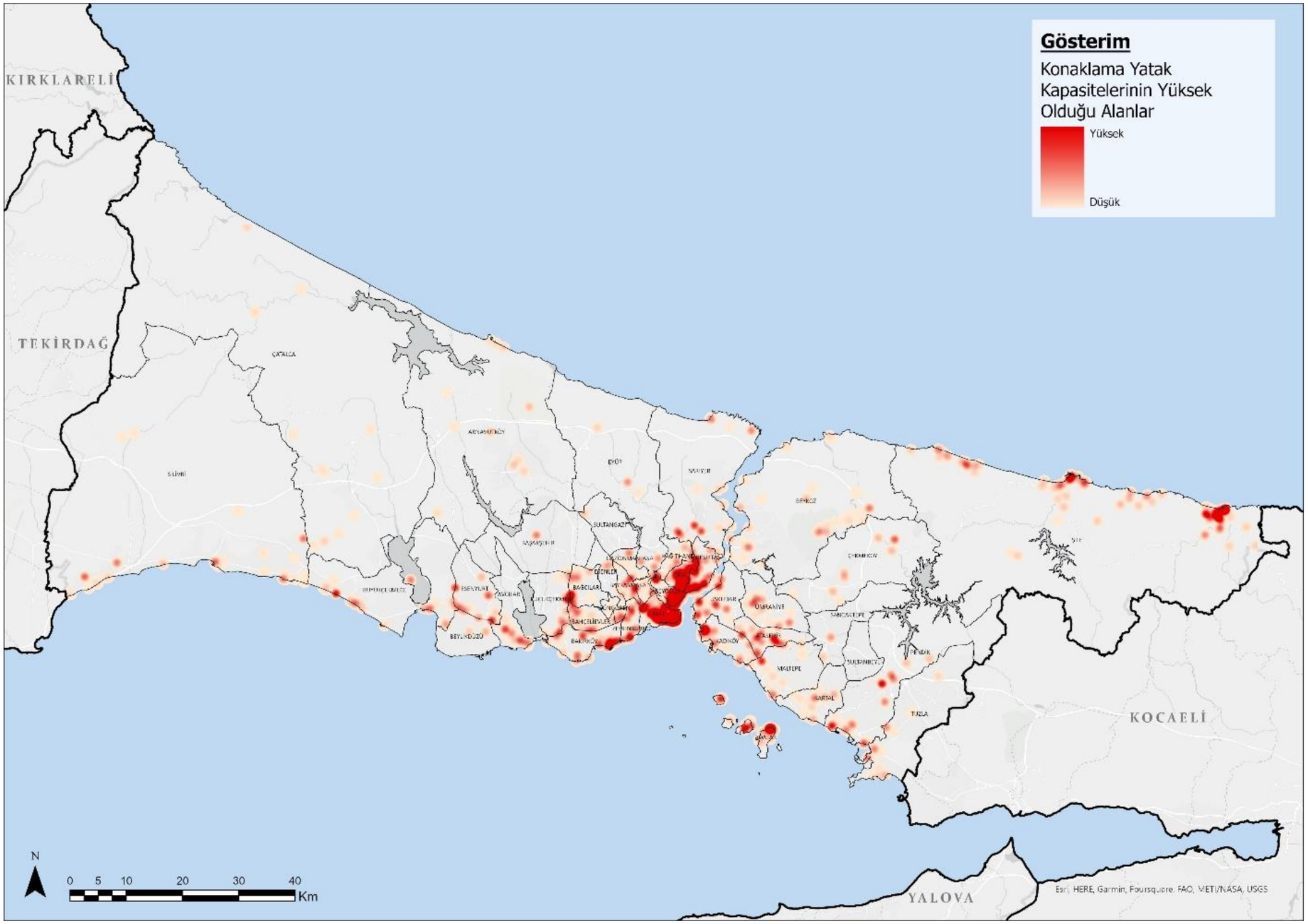
En düşük oda kapasitesi 0.1 oranı ile Başakşehir, Beylikdüzü, Çatalca, Çekmeköy ve Sancaktepe ilçelerindedir.

Oda ve yatak kapasiteleri birlikte incelendiğinde ise veriler arasında paralellik olduğu, dolayısıyla en oda yatak kapasitesine sahip ilçelerin yine en yüksek yatak kapasitesine sahip olduğu görülmektedir.

Konaklama mekânlarına ait yatak kapasitesi yoğunluğunun mekânsal dağılımı incelendiğinde Fatih, Beyoğlu ve Şişli ilçelerinin bütünsel bir yoğunluk gösterdiği görülmektedir (Bkz. Şekil 10-47). Bu yoğunluk Beşiktaş ilçesinde sahil kısmına doğru da saçaklanmaktadır. Beylikdüzü, Esenyurt, Avcılar, Küçükçekmece, Bahçelievler ilçelerinde D100 Karayolu ve çevresinde yoğunlaşan bir yatak kapasitesi okunmaktadır. Yatak

kapasitesinin Bakırköy, Zeytinburnu, Kadıköy, Üsküdar ve Ataşehir ilçelerinde de noktasal olarak yoğunlaştığı görülmektedir. Küçükçekmece, Bağcılar, Bahçelievler ilçelerinin birleştiği, Halkalı/Güneşli bölgesinde de yatak kapasitesi yoğunluğu görülmekte olup; Adalar ve Şile ilçelerindeki oteller bölgelerinde de yoğunluklar bulunmaktadır.

Şekil 10-47. Yatak Kapasitesi Yoğunluğunun Mekânsal Dağılımı



10.2.3. Konaklama Altyapısının Turizm Türleri İle İlişkisi

İstanbul Turizm Envanter Çalışması kapsamında turizm türleri gruplanmıştır. Bu türler;

- Kültür (eğlence turizmi, festival turizmi, gastronomi turizmi, gençlik turizmi, inanç turizmi, yaratıcı turizm),
- Doğa (ekoturizm, macera turizmi, rekreasyon turizmi) ,
- Spor,
- Alışveriş,
- Eğitim,
- Sağlık,
- Kongre ve etkinlik,
- Yat ve kruvaziyer olmak üzere sekiz başlıkta toplanmıştır.

Kültür turizmi başlığında; kültürel miras, eğlence, inanç, festival, gastronomi, gençlik ve yaratıcı turizm alt başlıkları incelenmiştir. Bu turizm türlerine ait envanterler işlenmiştir. Turizm türlerinin yatak kapasitesi –dolayısıyla konaklama altyapısı ile – ilişkisi incelendiğinde; kültür turizmi envanteri yoğunluğu ile yatak kapasitesi yoğunluklarının Fatih, Beyoğlu, Şişli, Bakırköy, Zeytinburnu, Kadıköy, Üsküdar, Şile ilçelerinde örtüştüğü görülmektedir.

Yatak kapasitesi yoğunluğu ve kültür turizmi envanterleri bazı noktalarda örtüşürken bazı noktalarda örtüşmemektedir. Bunun sebebini anlayabilmek için kültür turizmine ait envanter ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Örneğin eğlence turizminde; oyun alanları (atış poligonu, bilardo, bowling salonları, okey salonları, çocuk oyun merkezleri vb.) ve eğlence mekânları (bar, gazino, gece kulübü, meyhaneler) incelenmiş olup, festival turizmi ele alınırken, festival mekanları; gastronomi turizmi ele alınırken ise turizm işletme belgeli yeme içme tesisleri dikkate alınmıştır. Gençlik turizmi verileri, kültür sanat mekanları, kamp karavan alanları, eğlence mekanı/merkezi, konaklama mekanı, festival alanı, bisiklet yollarına ait verilere dayanmaktadır. İnanç turizminde ise anıt mezarlar, tüm ibadethaneler (cami, cemevi, kilise, manastır, sinagog, türbe, tekke vb.), mezarlıklar ve diğer dini yapılar verileri ile oluşturulmuştur.

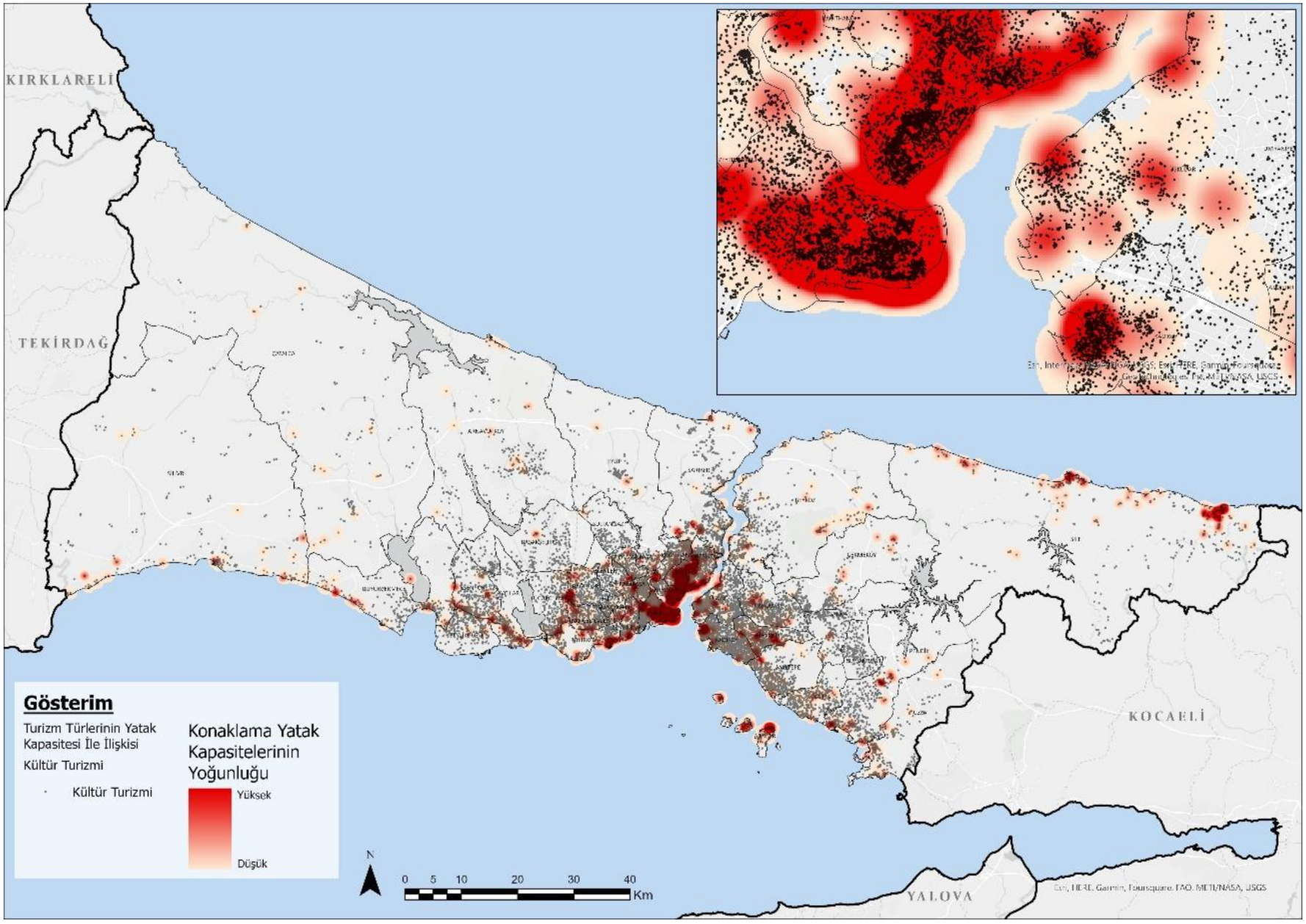
Yatak kapasitesinin yoğun olduğu Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş, Kadıköy bölgelerinde eğlence merkezleri, eğlence mekânları, festival mekânları, turizm işletme belgeli yeme – içme mekanları ve festival alanları yoğunlukları gözlenmiştir. Bu envanter türlerinin yatak kapasitesi yoğunluklarına talepleri değerlendirildiğinde, verilerin tutarlı olduğu görülmektedir (Şekil 10-48).

Gençlik turizmine ait envanterde incelenen kültür sanat mekânları, başta Fatih, Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş, Kadıköy ve Üsküdar başta olmak üzere, tüm yerleşim lekesinin yayılım gösterdiği hinterlantta yayılım göstermektedir. Kültür turizmi başlığında incelenen inanç turizminde de tüm ibadethane, mezarlık ve dini yapılara ait noktalar dikkate alındığı için bu envanterin de tüm yerleşim alanlarında bulunduğu görülmektedir.

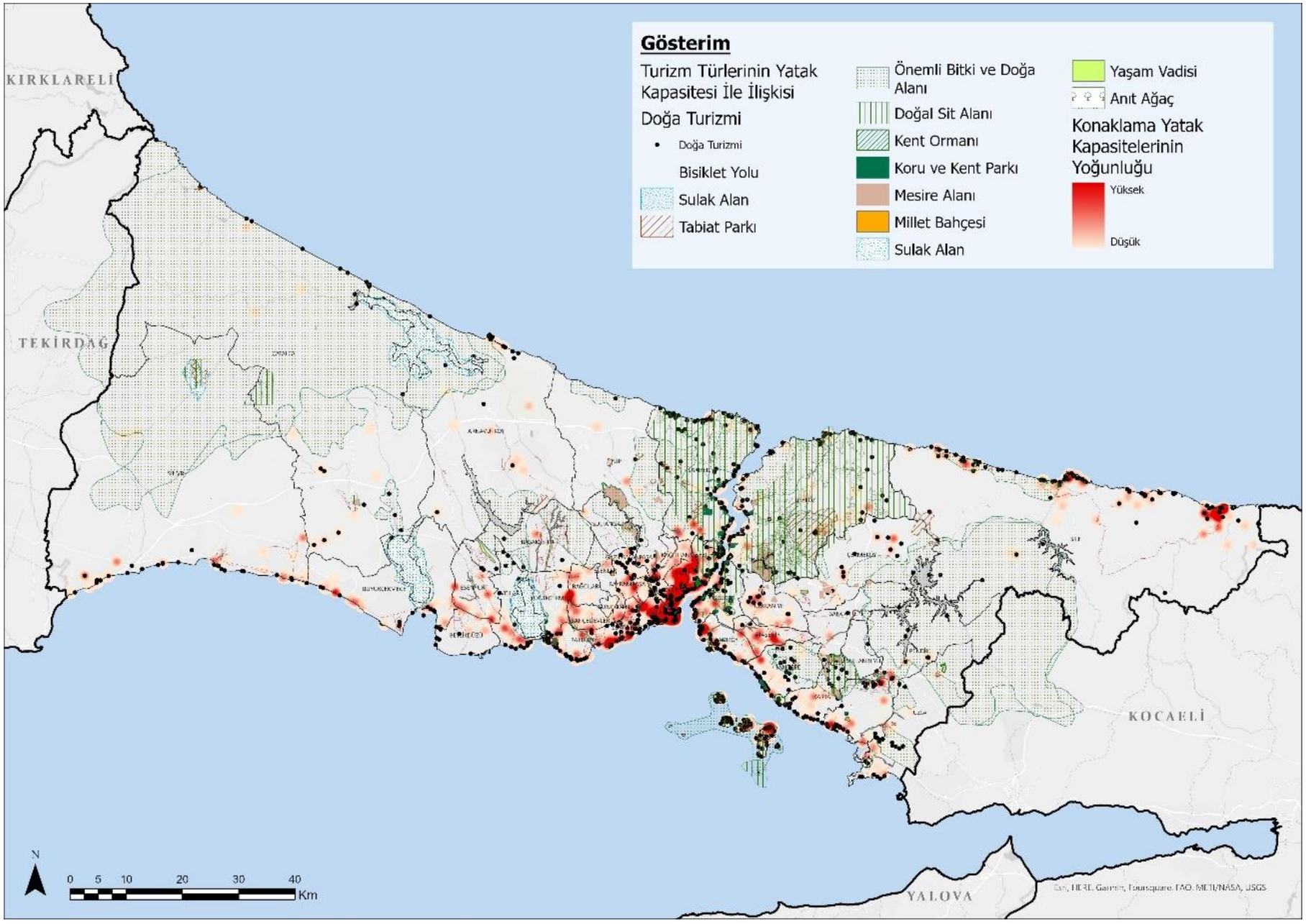
Kültür turizmine ait envanterin yoğun olarak bulunup yatak kapasitesinde yoğunluğun görülmediği bölgelerde, inanç turizmine ait noktalar ve oyun alanları, mimarlık, reklamcılık ofisleri gibi konaklama altyapısı talebi bulunmayan envanterler olduğu görülmektedir. Bu bağlamda da bu veriler arasında bir tutarlılık olduğu görülmektedir.

Doğa turizmine ait envanter çalışması incelendiğinde bu konuda 3 alt başlığı rastlanmaktadır: eko turizm, macera turizmi ve rekreasyon turizmi. Ekoturizm anvanteri oluşturulurken; botanik parklar, kuş gözlem noktaları, kamp karavan alanı, , bisiklet yolları, önemli doğa ve bitki alanları, tabiat parkları, sulak alan, bisiklet kiralama noktaları ve doğal sit alanları incelenmiştir. Macera turizmi envanteri oluşturulurken; macera turizmi ve kamp, karavan alanlarına ait noktalar listelenmiştir. Rekreasyon turizminde ise manzara noktaları, arboretum, plaj, bisiklet kiralama noktası, bisiklet yolu, mesira alanı, millet bahçesi, sulak alanlar, anıt ağaçlar, kent ormanları, koru-kent parkı, tabiat parkı ve yaşam vadileri incelenmiştir (Şekil 10-49).

Şekil 10-48. Kültür Turizminin Yatak Kapasitesi ile İlişkisi



Şekil 10-49. Doğa Turizminin Yatak Kapasitesi ile İlişkisi



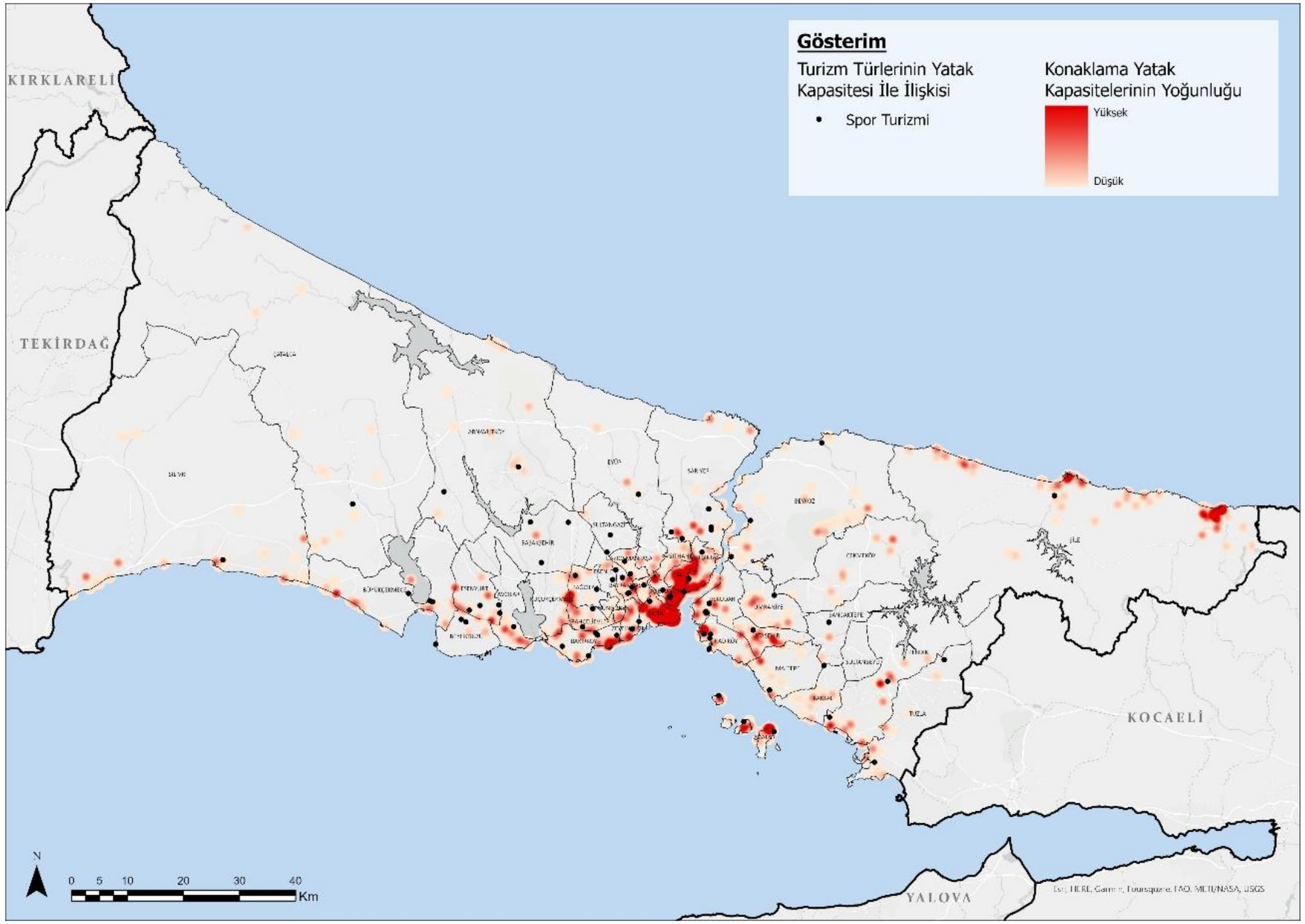
Doğa turizminin alt başlıklarından olan rekreasyon turizmi envanteri ve yatak kapasitesi beraber incelendiğinde ise yüksek yatak kapasitesinin bulunduğu bölgelerde manzara noktaları, plaj noktaları ve bisiklet kiralama noktalarının kesiştiği tespitlerine ulaşılmıştır. Yatak kapasitesinin yüksek olduğu alanlar olan Fatih, Beyoğlu, Beşiktaş bölgesinde kuş gözlem noktalarının da yoğunlaştığını görmekteyiz. Kamp ve karavan alanlarına ait noktalarda konaklama altyapısına olan ihtiyacın daha az olduğu düşünüldüğünde, bu noktalar ile yatak kapasitesi yoğunluklarının örtüşmediği görülmektedir.

Doğa turizmi ve yatak kapasitesi arasındaki ilişki incelendiğinde veriler arasında tutarlılık olduğu görülmektedir.

Spor turizmi incelenirken, kentsel ve bölgesel ölçekteki spor tesisleri ile spor aktivite alanları (spor alanı ve tesisi, spor alanı içeren rekreatif alan ve rekreatif alan) incelenmiştir.

Yatak kapasitesinin yoğun olduğu Beyoğlu, Beşiktaş, Şişli, Kadıköy bölgelerinde spor turizmi envanterine ait stadyum ve spor tesislerinin bulunduğu görülmektedir. Bu alanlarda yapılan müsabaka ve gösterilerin konaklama ihtiyacı ile ilişkisi düşünüldüğünde bu kesişmenin bu ihtiyaca yanıt verdiği anlaşılmaktadır. İstanbul'un yerleşim lekesi üzerine yayılan spor tesisleri yakınlarında da yatak kapasitesi yoğunlukları gözlenmektedir (Şekil 10-50) .

Şekil 10-50. Spor Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi



Alışveriş turizmi ele alınırken şehirdeki alışveriş merkezleri ve yoğun alışveriş caddeleri incelenmiştir.

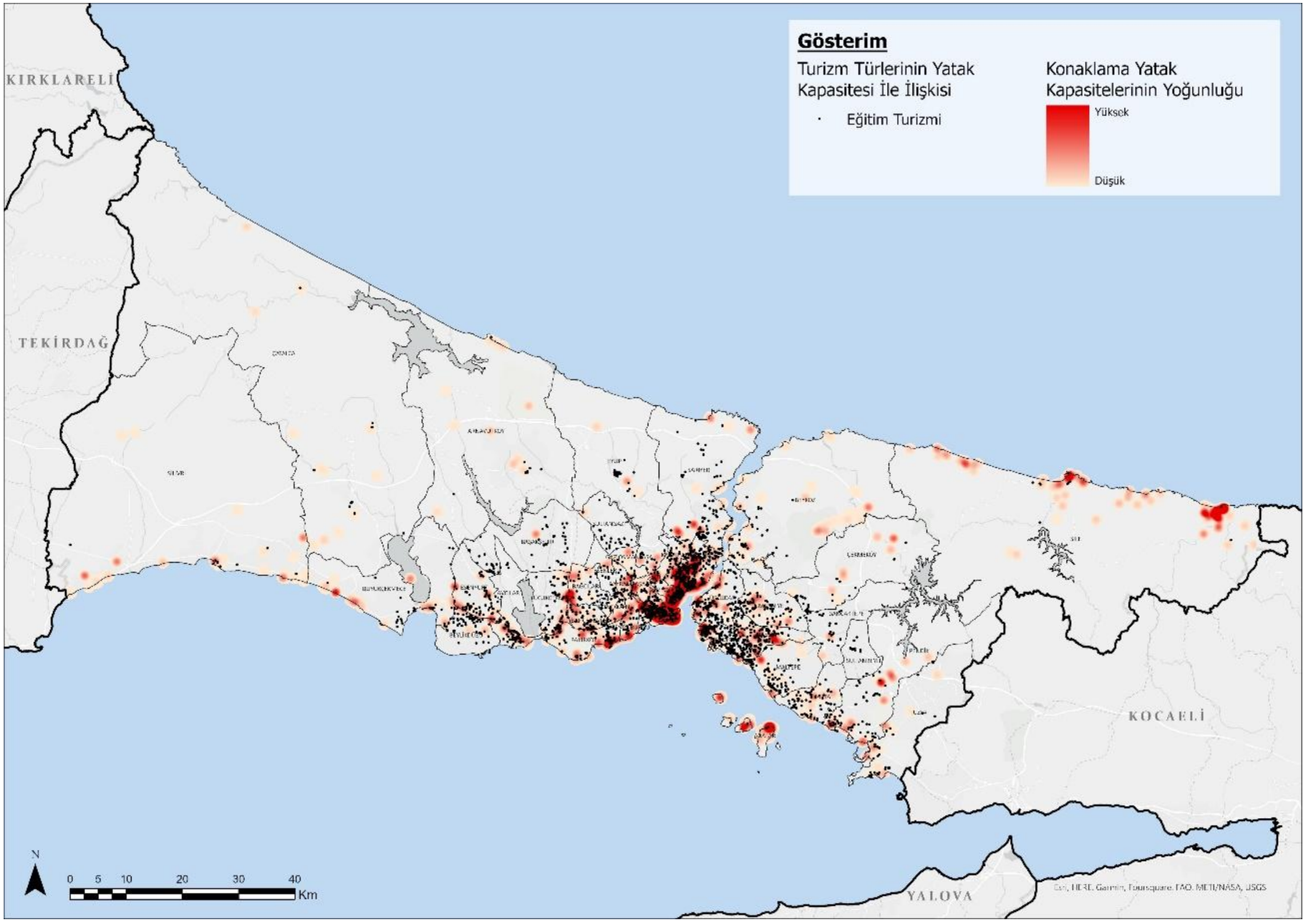
Fatih (Fevzi Paşa Caddesi, Ordu Caddesi, Kapalıçarşı vb.) Şişli (Halaskargazi Cad. ve civarı), Üsküdar (Hakimiyet-i Milliye, Selmani Pak Cad. ve civarı) ilçelerinde bulunan yoğun alışveriş caddelerinde yatak kapasitelerinin yoğunluğu da yüksekken; Kadıköy ve Maltepe ilçelerindeki alışveriş caddelerinde yatak kapasitesi yoğunluğu daha düşüktür. Alışveriş merkezlerinin oldukça yoğun olarak kümelendiği Şişli, Beşiktaş ilçelerinde yatak kapasitesinin de yoğun olduğu görülmektedir. Diğer ilçelerdeki alışveriş merkezlerinin konaklama mekânları ile yakın konumlanıp; yatak kapasitesi yoğunlukları ile paralel eğilimler gösterdiği görülmektedir.

Eğitim turizmi, şehirdeki kütüphane, üniversite, yurt, dil eğitimi veren kurslar, eğitimi destekleyici faaliyetler yapan kurumlar, spor ve eğlence eğitim kursları, ticari sertifika veren havacılık, yelkencilik, gemicilik vb. kursları verileri ile oluşturulmuştur.

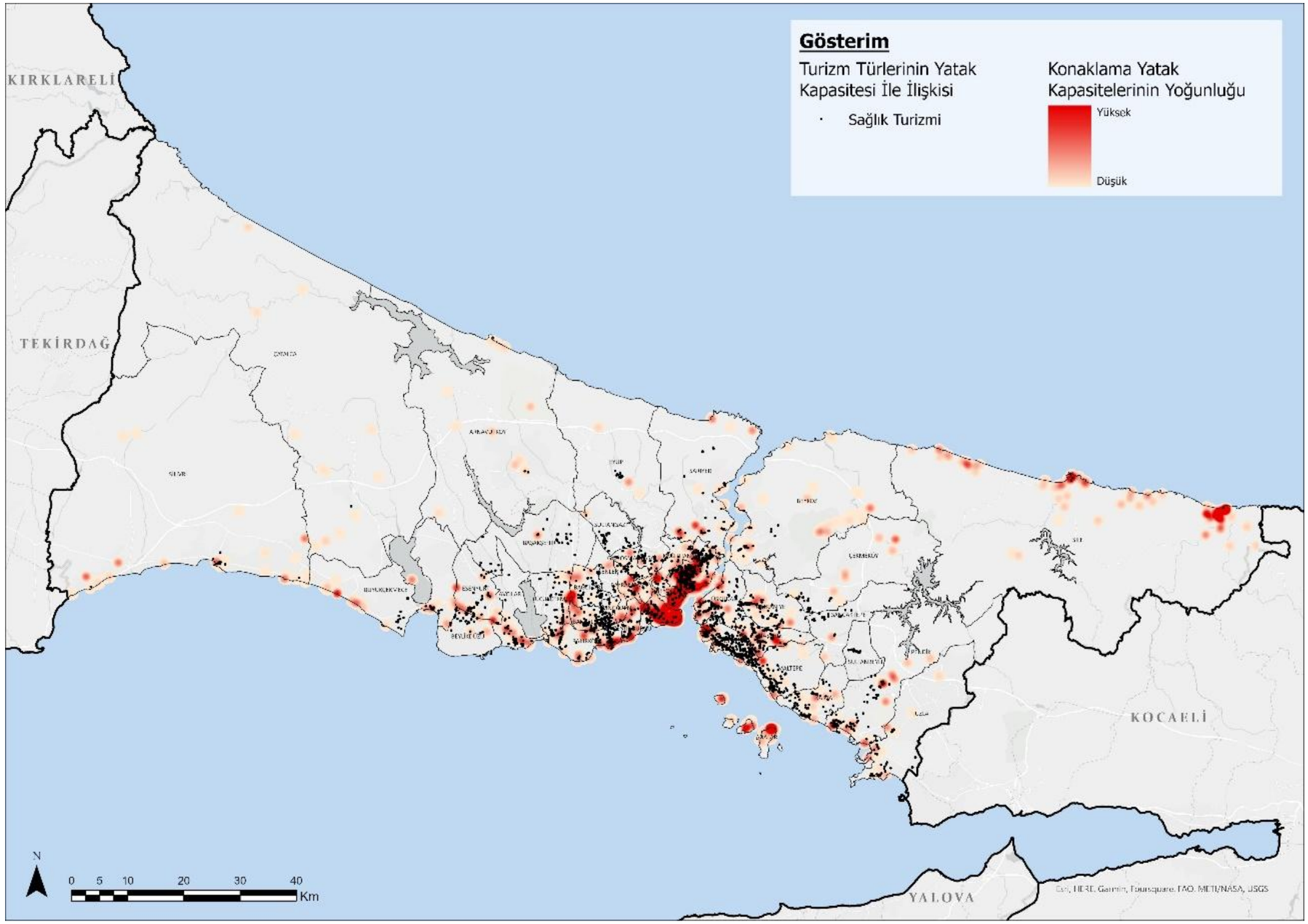
Fatih ilçesinde üniversite kampüsleri ve bununla paralel olarak eğitimi destekleyici faaliyetler gerçekleştiren kurumlar ve yurtlar yoğun olarak kümelenmiştir. Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy ilçelerinde eğitim turizmi envanteri ve yatak kapasitesi yoğunlukları paralellik göstermektedir (Şekil 10-51).

Sağlık turizmi envanteri incelenirken şehirdeki yetkilendirilmiş sağlık tesisleri, yetkilendirilmiş aracı kuruluşlar, estetik ve güzellik merkezleri ele alınmıştır. Estetik ve güzellik merkezlerinin yoğun olarak bulunduğu ilçeler ve yetkilendirilmiş aracı kuruluşların bulunduğu mekânlar arasında paralellik görülmektedir. Bu mekânlar konaklama altyapısının da yoğun olarak bulunduğu yerler olarak görülmektedir (Şekil 10-52).

Şekil 10-51. Eğitim Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi



Şekil 10-52. Sağlık Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi

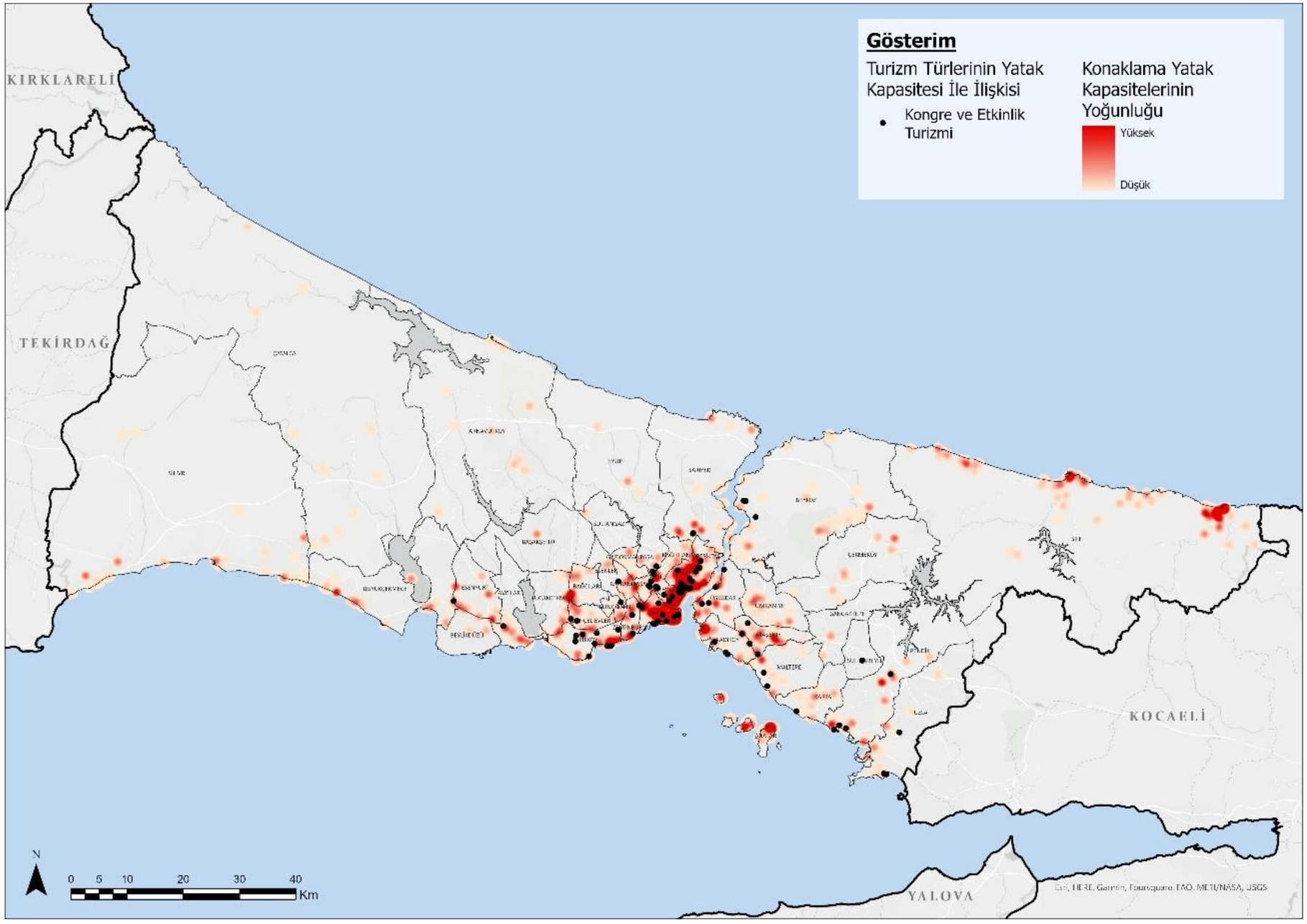


Kongre ve etkinlik turizmi şehirdeki kongre mekânları, fuar alanları üzerinden incelenmiştir. Kongre mekânlarının Avrupa Yakasında Şişli, Beyoğlu, Fatih, Bakırköy ilçelerinde bulunduğu, Anadolu yakasında ise Kadıköy/Ataşehir ilçeleri sınırında ve Pendik ilçelerinde bulunmaktadır. Konaklama altyapısına ait yatak kapasitesi yoğunlukları ile kongre fuar alanlarının konumları da yakınlık göstermektedir. Kongre ve etkinlik turizmine ait konaklama ihtiyacı yatak kapasitesi oranları üzerinden de okunmaktadır (Şekil 10-53).

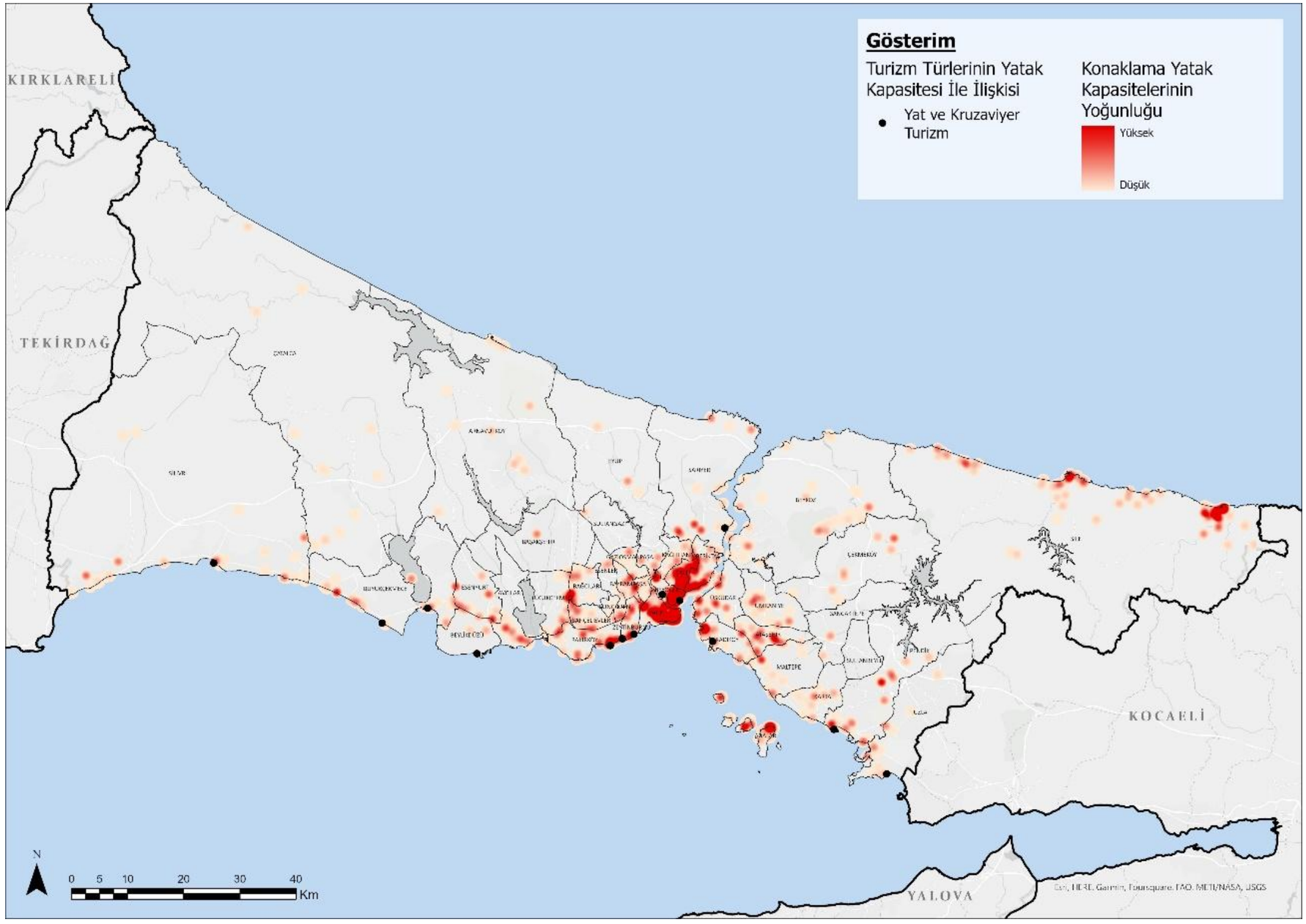
Yat ve kruvaziyer turizmi marinalar ve kruvaziyer limanlarının konumları üzerinden okunmaktadır. Kruvaziyer liman Beyoğlu ilçesinde bulunan Galataport'tur. Marinalar Avrupa Yakasında Bakırköy, Zeytinburnu, Beyoğlu, Sarıyer, Beylikdüzü, Büyükçekmece, Silivri ilçelerinde, Anadolu Yakasında ise Kadıköy, Pendik ve Tuzla ilçelerinde bulunmaktadır.

Tuzla, Silivri, Büyükçekmece ilçelerinde marinaların bulunduğu konumlarda konaklama altyapısı bulunmakta fakat yatak kapasitesi yoğunluklarının şehir geneli ile beraber ele alındığında çok yoğun olmadığı görülmektedir. Beylikdüzü marina çevresinde ise konaklama mekânı ve dolayısıyla yatak kapasitesine ait veri gözlenmemiştir. Şehrin diğer marina alanlarında yatak kapasitesi yoğunluklarının da yüksek olduğu gözlenmiştir (Şekil 10-54).

Şekil 10-53. Kongre ve Etkinlik Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi



Şekil 10-54. Yat ve Kruvaziyer Turizminin Yatak Kapasitesi İle İlişkisi



10.3. Ulaşım Altyapısı

Turizm hareketleri, ulaştırma (yollar, havaalanları, limanlar) olmadan gerçekleşmez. Turizm, gezi otobüslerinden, gemilerden, hava taşımacılığından, trenlerden ve giderek artan oranda motorlu taşıt/ otoyol sisteminden faydalanmaktadır (Crouch & Ritchie, 1999).

İyi bir ulaşım altyapısı ve hizmetleri, turizmin gelişiminin sebebi ve sonucudur: Ulaşım sistemlerinin gelişimi turizmi canlandırır, turizmin yayılması da ulaşımı geliştirir.

Altyapının bir ülkedeki en önemli bileşeni karayolu, demiryolu, liman ve havalananlarından oluşan ulaşım altyapısıdır.

Gelişmiş bir su ve karayolu taşımacılığı altyapısının, turizm endüstrisinin gelişmesi için bölgenin turizm destinasyonlarına ve miraslarına daha iyi erişim sağlamaktadır. Sağlam bir karayolu altyapısı, turistlerin hedef ülkenin farklı bölgelerine erişebilmelerini sağlarken, sağlıklı havaalanı altyapısı, turistlerin uçaktan hedef ülkenin sınırlarına rahat bir geçiş yapmalarını sağlayan turizm paketinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır (Khadaroo & Seetanah, 2007); (Gunn, 1988); (Inskeep, 1991).

Bunun yanında sağlam bir karayolu altyapısı, turistlerin hedef ülkenin farklı bölgelerine erişebilmelerini sağlarken, sağlıklı havaalanı altyapısı, turistlerin uçaktan hedef ülkenin sınırlarına rahat bir geçiş yapmalarını sağlayan turizm paketinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır.

Kitle turizminin gelişimi ile havayolu ulaşımı uzun mesafeli seyahat imkânı sağlayan bir taşımacılık türü olarak tercih edilmeye başlanmıştır. Bunun yanında son zamanlarda turizm denilince akla hem diğer turistik alanlara erişim sağlayan hem de kendisi turizmin hedefi haline gelen "Kruvaziyer turizm"i gelmektedir. Kruvaziyer turizmi, dünyada hızla gelişen ve bulunduğu ülke/şehre oldukça yüklü gelir bırakan, orta ve üst gelir grubuna hitap eden bir turizm çeşididir. Deniz temelli turizm kategorisi içinde yer alan kurvaziyer turizminde; liman ve limana yakın yerleri ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler yer almaktadır. Kurvaziyer gemilerinin uğradığı limanlar ve bu limanlarda, kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıkla yatırım yaptıkları alanları oluşturmasına karşın, kruvaziyer turizmin temelinde deniz ve gemi seyahati vardır.

Demiryolu ulaştırma, maliyet etkinliği sağlamasının yanında merkezi noktalarda durup turistlere çeşitli turistik alanlara erişim imkânı sağlamaktadır. Yüksek hızlı trenlerin yanı sıra Türkiye'de değişen turizm olgusuyla birlikte konforlu konvansiyonel yolcu trenlerine olan talepler de artmaktadır.

Turizmde ulaştırma hizmeti, demiryolu, denizyolu, karayolu ve havayolu ulaşım sistemlerinden en az birisiyle yapıldığı gibi bunlar arasında işbirliği de önemlidir (havayolu-karayolu, denizyolu- karayolu, demiryolu gibi). Özellikle düzenli gezilerde (organize tur) bu işbirliği büyük önem taşır (Bayat & Özdemir, Aralık 2020).

"Turizm ulaştırması" hakkında yapılmış olan tanımın ortaya koyduğu özellikleri şu şekilde saymak mümkündür (Gürdal, 1995):

- Turizm ulaştırması; insanların turistik amaçlarla yaptıkları seyahatlerde, turizm pazarlarından (tourist attractions) taşınması ile ilgili bir faaliyettir.
- Turizmde ulaştırma sistemleri; ekonomik prensiplere uygun olarak, insanlara ucuz bir fiyatla zaman faydası sağlayan bir özelliği sahiptir.
- Turizm ulaştırması; hız, güven ve düzenlilik gibi modern çağımızın şartlarını taşıyan rasyonel bir faaliyettir.
- Turizm ulaştırması; özellikle çok merkezli paket tur düzenlemelerinde, ulaştırma sistemleri arasında koordinasyonu gerektiren bir faaliyettir.
- Turizmde ulaştırma bir hizmettir. Ulaştırma yol ve araçları ile (deniz yolu, demir yolu, kara yolu, hava yolu) gerçekleştirilen bu hizmet, gereksinme duyulduğu an ve yerde üretilen ve anında tüketilen bir özellik taşır.

<u>Havayolu ulaşımı:</u>

Havayolları; ulaştırma, konaklama, gastronomi, yerel geziler ve transferler gibi turistin temel ihtiyaçlarını kapsayan paket turların (parkage tour) en elverişli koşullarla düzenlenmesine imkân veren, böylece kitle turizmi için gerekli olan ucuzluğun yaratılmasını ve organize edilmiş bir seyahatin gerçekleştirilmesini sağlayan bir ulaştırma türüdür.

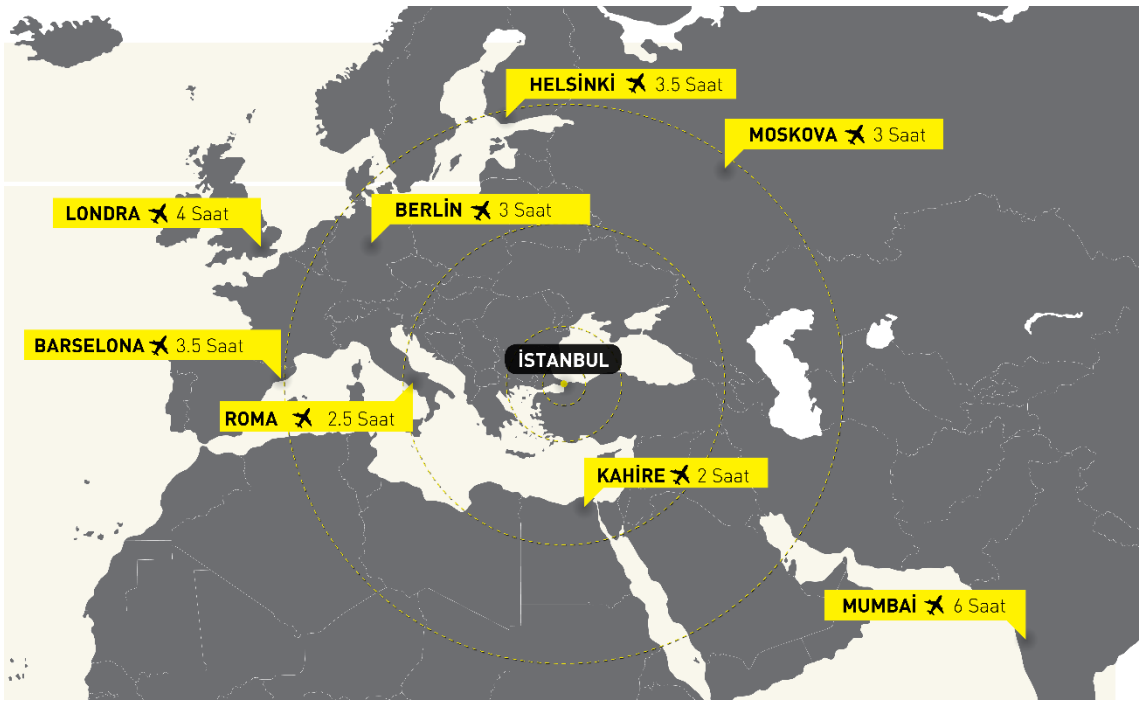
İstanbul'da yerli ve özellikle yabancı turistlerin ülkeye giriş yaptıkları taşıma türü havalimanlarıdır. İstanbul'da yer alan iki adet uluslararası havalimanı vardır; Bunlar İstanbul Havalimanı ve Sabiha Gökçen Havalimanlarıdır.

29 Ekim 2018 tarihinde açılan ve hizmet veren İstanbul havalimanına M11 / U1 & U2 (Gayrettepe – İstanbul Havalimanı – Halkalı) Metro Hattı ile ulaşılmaktadır.

İstanbul Havalimanı Raylı Sistemi, Marmaray ve diğer demiryolu hatları da dahil 6 aktarma noktasında İstanbul'un metro hatları ile entegre olmaktadır.

Coğrafi konum itibari ile stratejik bir öneme sahip İstanbul kıtalararası geçiş güzergâhında bulunmakta ve doğu ile batı arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Gelişen dünya koşulları, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki imkânlar ile ülkeler arasındaki fiziki uzaklıklar ortadan kalkmaya başlamıştır. Türkiye'nin en önemli şehri ve dünyaya açılan kapısı olan İstanbul kenti kısıtlı süreler içerisinde birçok dünya şehrine erişilebilir konumdadır. Özellikle 4-5 saatlik uçuş koridorunda bulunan İstanbul'dan havayolları aracılığı ile yaklaşık 1,5 milyar kişiye doğrudan erişebilmek mümkündür (İBB, 2016).

Şekil 10-55. İstanbul'un Küresel Erişilebilirliği



Kaynak: İBB, 1/100.000 Ölçekli İstanbul İli Çevre Düzeni Planı Revizyonu ve 1/25.000 Ölçekli Nazım İmar Planı Çalışmalarına Altlık Oluşturacak Veri Toplama, Analiz, Sentez ve Mekansal Projeksiyonlar İle Senaryoların Oluşturulması ve İstanbul İli ve Çevresinde, Hizmet ve Sanayi Sektörünün Mevcut Durumu ve Mekansal Gelişim Süreci İle Geleceğe Dönük Eğilim ve Potansiyellerinin Araştırılması ve Belirlenmesi, 2016

Karayolu Ulaşımı

Karayolu en yaygın ulaştırma aracıdır ve kısa süreli seyahatlerde sıklıkla tercih edilir. Karayolu ulaştırması aşağıdaki alt gruplara ayrılmaktadır (Sharpley, 2006).

Özel otomobil: Her zaman ve her yerde yararlanılabilen ulaşım aracıdır. Kullanıcıya özgürlük ve esneklik kazandırır.

Kiralık otomobil: Destinasyonda kullanılan ulaşım aracıdır. Destinasyona başka bir araçla gidilmesine rağmen otomobil kiralayarak özel otomobilin sunduğu avantajlardan yararlanılmış olur.

Taksi: Otomobil kiralama ile toplu taşıma arasında kalan bir ulaşım aracıdır. Gerek duyulduğunda kullanılır. Hız ve zaman açısından avantaj sağlar.

Otobüs: Çok sayıda turisti taşımak için organize turlarda kullanılır. Turistler tarifeli otobüs seferlerinden de yararlanabilir.

Bisiklet: Genelde bir karayolu ulaşım aracı olan bisiklet, karayolu dışında da kullanılabilmektedir. Örneğin dağ bisikleti kırsal alanlarda kullanılabilmektedir. Bisiklet turizmi gittikçe popüler hale gelmektedir.

İstanbul kent formunun oluşmasında doğu-batı ekseninde kenti ikiye bölen iki önemli hattın varlığından söz edilebilir ve kentin gelişimi de bu ana akslar boyunca devam etmektedir. Bugünkü arazi kullanımına bakıldığında, doğuda Gebze sınırına, batıda ise Silivri'ye kadar uzanan bir kentsel kullanım göze çarpmaktadır (İMP, 2006)

İstanbul'da turizm merkezlerinin karayollarının hemen yakınında ortaya çıkmış olduğu görülmektedir. Aslında bu merkezler karayolları yanında diğer ulaşım türlerinin de kesiştiği alanlardır

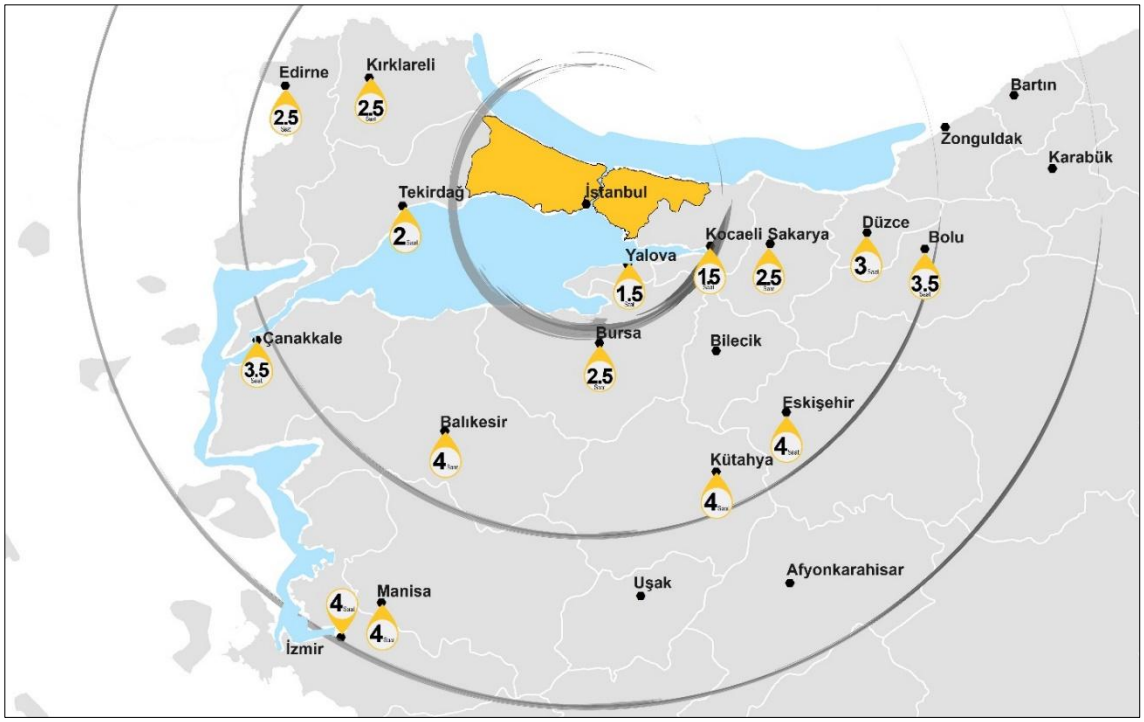
Otogarlar, özellikle yerli turist için İstanbul'a giriş kapılarıdır. İstanbul'da yer alan Otogarlar; Büyük İstanbul Otogar, Alibeyköy Cep otogarı, Harem Otogarı, Dudullu Otogarlarıdır.

İstanbul'da Bisikletli ulaşım, kentlerin sürdürülebilir hareketlilik çözümleri için en temel öğelerden birisidir. İstanbul, sürdürülebilir bir ulaşım sistemi olarak, bisiklet yollarının

toplam uzunluğu 314 km. 262 istasyon ve 2 bin 600 bisiklet ile kapsamlı bir sisteme sahiptir.

Türkiye'nin her iline ve çoğu ilçesine ayrıca Gürcistan, Yunanistan, Bulgaristan gibi komşu ülkelere İstanbul'dan doğrudan seferler vardır. İstanbul'un çevre illere karayolları ile erişimi dikkate alındığında 3-4 saatlik dilim içerisinde 4'ü Büyükşehir olmak üzere toplam 10 şehrin merkezine ulaşmak mümkündür.

Şekil 10-56. İstanbul'un Çevre İllere Erişimi



Kaynak: İBB, 1/100.000 Ölçekli İstanbul İli Çevre Düzeni Planı Revizyonu ve 1/25.000 Ölçekli Nazım İmar Planı Çalışmalarına Altlık Oluşturacak Veri Toplama, Analiz, Sentez ve Mekânsal Projeksiyonlar İle Senaryoların Oluşturulması ve İstanbul İli ve Çevresinde, Hizmet ve Sanayi Sektörünün Mevcut Durumu ve Mekânsal Gelişim Süreci İle Geleceğe Dönük Eğilim ve Potansiyellerinin Araştırılması ve Belirlenmesi, 2016

Deniz Yolu Ulaşımı

Denizyolu ulaşımı turizm açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Denizyolu ulaşım araçları;

- Vapur ve feribot gibi yolcu ve kara taşıtlarını taşıyan araçlar,

- Kanallarda kullanılan araçlar (deniz otobüsü, deniz motoru, yat, vb.) ve
- Turistlerin seyahatlerinde ulaşım ve konaklama için kullanılan kurvaziyerler olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Page, 2007).

Kurvaziyerler uzun mesafe seyahatlerinde konfor ve lüks ortamında tatil yapma olanağı sağlamaktadır. İstanbul'daki kruvaziyer liman bir 'ana liman' olarak konumlanan Galataport İstanbul'dur.

Yatçılık; gezi, eğlence, dinlence ve spor amacıyla ve görece pek büyük olmayan özel ve ticari teknelerle yapılan turistik faaliyetlerdir.

İstanbul'da yer alan marinalar; Ataköy ve Fenerbahçe'deki (Setur Kalamış-Fenerbahçe Marina) yat limanları İstanbul'un en eski yat limanlarıdır. Diğer yat limanları; Marintürk İstanbul City Port (Pendik), Viaport Tuzla Marina, İstmarin İstinye Tekne Park'tır.

Raylı Sistem Ulaşımı

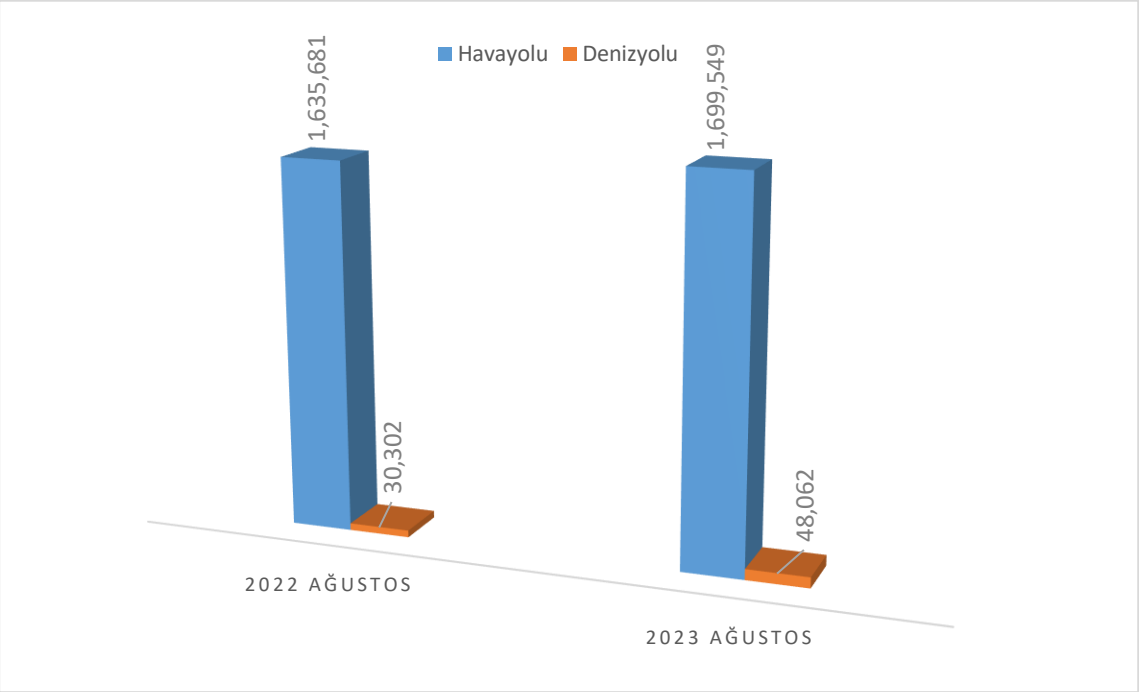
Demiryolları toplu taşımayı gerçekleştirerek ulaştırma hizmetinin maliyet giderlerini düşürmüş ve böylece az gelirli geniş halk kitlelerine seyahat etme olanağı sağlamıştır. Demiryolları turizm arz verilerine ulaşmada ulusal kaynaklara dayalı olarak, belirli bir hat üzerinde en fazla yolcu ve yük taşıma özelliğine sahiptir. Demiryolları seyahat süresince turistlere; rahat hareket etme, gece-gündüz kesintisiz sürecek yolculuklarda yeme-içme ve geceleme gereksinimlerini karşılama, yol güzergâhlarını kolayca seyretme ve istasyonlarda her türlü ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağı da vermektedir.

Yüksek hızlı raylı sistem hatları; Ankara-İstanbul ve Konya- İstanbul arasında hizmet vermektedir.

İstanbul genelinde 328,70 km. uzunluğunda kent içi raylı sistem işletmesi bulunmaktadır. Toplam sistem içerisinde 215,15 km. uzunluğunda 18 hat mevcuttur (https://www.metro.istanbul/).

İstanbul'a 2022-2023 yılında giriş yapan yabancı ziyaretçilerin ulaşım türlerine göre dağılımına bakıldığında; 2023 Ağustos döneminde havayolu ile giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 2022'nin aynı dönemine göre %3,90 oranında artarak 1.699.549 ziyaretçi olarak gerçekleşmiştir. Denizyolu ile geliş ise 48.062 ziyaretçi ile %58,61 oranında artış göstermiştir(Şekil 10-57).

Şekil 10-57. 2022-2023 Yılında Giriş Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Ulaşım Türlerine Göre Dağılımı (Ağustos)



Kaynak: (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri, 2023)

10.3.1. Ulaşım Altyapısının Turizm Türleri İle İlişkisi

İstanbul il bütünde 8 çeşit turizm türü turizm-ulaşım altyapısı açısından ilişkileri değerlendirilmiştir. Kültür turizmi, doğa turizmi, spor turizm, sağlık turizmi, eğitim turizmi, kongre ve etkinlik turizmi, yat ve kruvaziyer turizmi, alışveriş turizmi tek ya da birden fazla turizm çeşidini kapsayacak şekilde ulaşım altyapısı ile ilişkileri Şekil 10-58'de verilmiştir.

Genel olarak İstanbul için merkezde (özellikle Beyoğlu, Fatih, Kadıköy ilçeleri) kültür, spor, eğitim, sağlık, kongre ve etkinlik turizmi ile alışveriş turizmi öne çıkmıştır. Avrupa yakasının güney kıyılarında Bakırköy, Zeytinburnu ilçelerinde ise yat ve kruvaziyer turizmi ön plandadır. Kent baskısının azaldığı Karadeniz kıyılarında ise doğal ve tabiat alanlarının varlığından dolayı doğa turizmi ön planda gelmiştir.

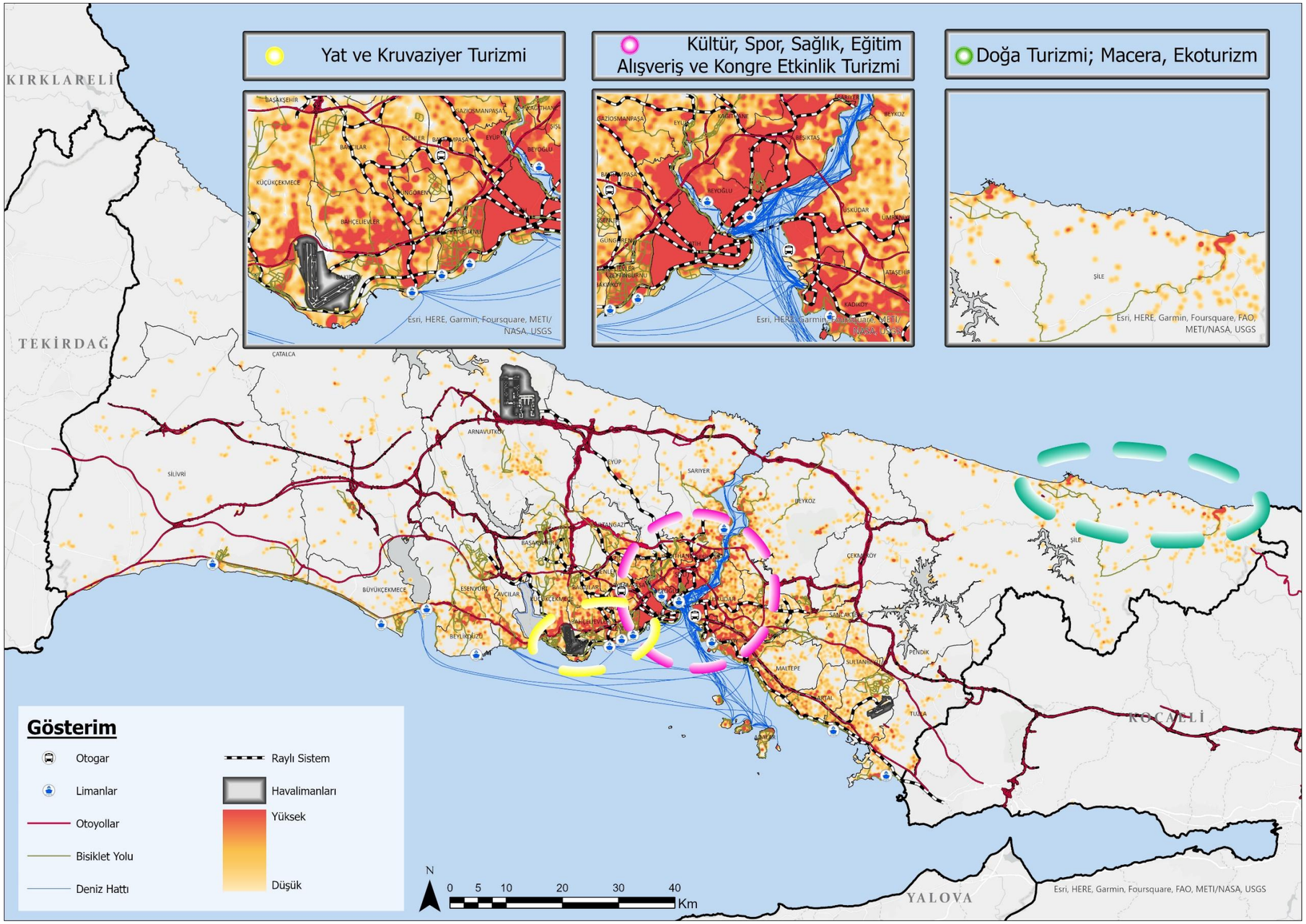
Kültür turizminde; tarihi ve kültürel alanların yoğun bulunduğu Fatih ve Beyoğlu ilçeleri İstanbul ilinin en önemli ziyaret alanlarıdır. Bu nedenle bu ilçelerde faklı ulaşım sistemleri bir arada bulunmaktadır. Ayrıca alandaki trafik yoğunluğunun azaltılabilmesi için toplu ulaşım güzergâhları da bu ilçelerde gelişmiştir. Raylı sistem hatları, deniz hatları, karayolu ile ulaşım imkânları bu ilçelerde gelişmiştir.

Eğitim turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, kongre ve etkinlik turizmi, alışveriş turizmi; Fatih ve Beyoğlu ilçelerinin haricinde Kadıköy, Şişli ve Beşiktaş ilçeleri de ön plana çıkmaktadır. Talebin yüksek olduğu bu bölgelerde ulaştırma altyapısının ve imkânlarının gelişmiş olması gerekmektedir. Ulaşım ve erişimin iyileştirilmesi turistler açısından bir cazibe unsuru oluşturmaktadır. Hizmet sektörünü de içinde barındıran turizm türlerinde ulaşım altyapısının gelişmiş olması turizmin gelişmesini, rekabet gücünü artıran en önemli unsurlardandır. İstanbul ilinin turizm sektörü tarafından en çok tercih edilen bölgelerin trafik yükünü azaltmak, farklı ulaşım sistemlerine homojen dağıtmak, toplu taşımaya teşvik etmek için bu alanlara raylı sistemler ve denizyolları ile de ulaşmak mümkündür.

Doğa turizmi, macera turizmi, ekoturizm, rekreasyon turizm türleri ise; kentin kuzey kıyılarında, şehrin çeperlerinde doğal ve tabiat alanları, kamp karavan alanları, kuş gözlem noktaları, botanik parklar vb. alanların varlığı ile ön plana çıkmaktadır. Bu alanlar şehirleşme baskısından uzak, doğa ile sakin bir mola vermek isteyen turistlerin daha çok tercih ettiği ilçelerdir. Bu nedenle bu alanlara ulaşım daha çok karayolu ulaşımı ile sağlanmaktadır. Ayrıca bu alanlarda bulunan bisiklet yollarının varlığı ile kamp ve karavan alanları ile diğer doğal alanlar arasında ulaşım sağlanmaktadır. Bisiklet yolları bu turizm türlerinde seyahat eden turistler tarafından tercih edilmektedir.

Yat ve kruvaziyer turizmde; denizyolu ulaşımı ise yolcu taşımakla birlikte konaklama, eğlence ve alışveriş imkânlarını da içinde sunmaktadır. İstanbul'un kruvaziyer limanı olan Galataport İstanbul Kruvaziyer Limanı çevresiyle birlikte çok çeşitli konaklama, yeme-içme, alışveriş, kültür sanat imkânları sunmaktadır. Denizyolu ulaşımının gelişmişliği ile paralellik gösteren yat ve kruvaziyer turizm İstanbul turizmine büyük bir katkı sunmaktadır.

Şekil 10-58. İstanbul Ulaşım Altyapısı ve Turizm Türleri İle İlişkisi



10.4. İstanbul'daki TÜRSAB Üyesi (A Grubu) Seyahat Acenteleri

Turistler ziyaret etmek istedikleri yerleri gelmeden önce en kolay ulaşabileceği kaynaklardan bilgi edinmek isterler. Bu anlamda, seyahat acentalarına önemli görevler düşmektedir.

Seyahat acentası tanımı; Kâr amacı ile turistlere, turizmle ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence sağlayan hizmetleri görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtasıyla pazarlayabilen ticarî kuruluştur.

Seyahat acentaları gördükleri hizmetlere göre A, B ve C olmak üzere üç grupta toplanırlar.

A Grubu seyahat Acentaları: Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acenteleri vasıtası ile pazarlayabilen tüm seyahat acentalığı hizmetlerini görürler.

B Grubu Seyahat Acentası: Kara, deniz, hava ulaştırma araçlarına ilişkin rezervasyon ve bilet satışı hizmetleri ile A Grubu ve Geçici A Grubu seyahat acentalarının düzenledikleri turların biletlerinin satışı ve kendisine A grubu seyahat acentasınca gerçekleştirmek üzere verilen hizmeti yaparlar. Seyahat acentalarının diğer hizmetleri olarak 5'inci maddede gösterilen hizmetleri yapabilirler.

C Grubu Seyahat Acentası: Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenlerler ve pazarlarlar. Ayrıca kendilerine A Grubu seyahat acentalarınca verilen hizmeti yerine getirir ve bu acentaların ürünlerini pazarlarlar. Seyahat acentalarının diğer hizmetleri olarak 5'inci maddede sayılan hizmetleri yapabilirler (Resmi Gazete, 2023).

İstanbul İlinde A grubu Turizm Acentalarının ilçelere göre dağılımları Tablo 10-44'da verilmektedir.

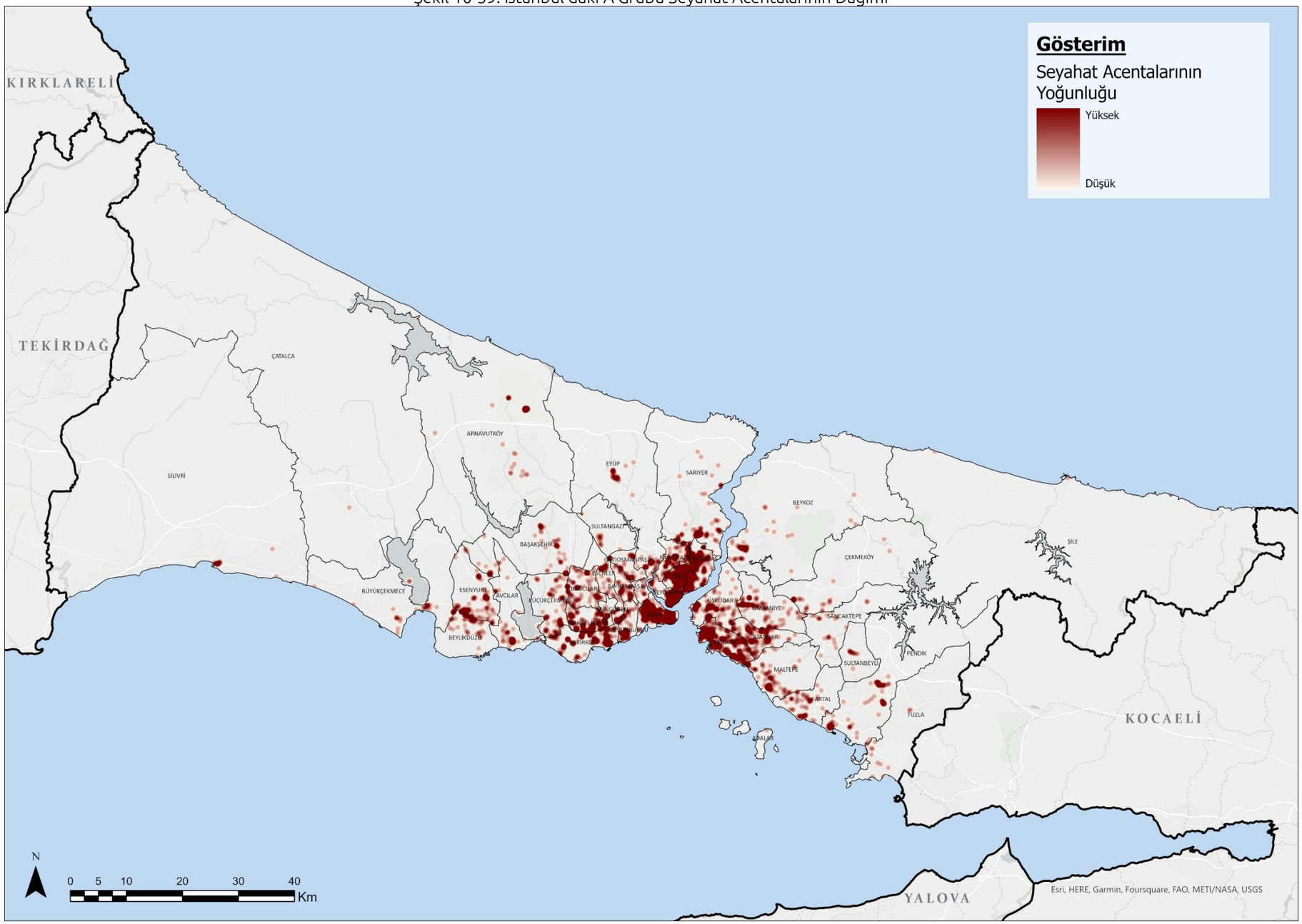
Tablo 10-44. İstanbul'da İlçelere Göre A Grubu Turizm Acentaları Dağılımı

İlçe	A Grubu Acenta
Adalar	1
Arnavutköy	61
Ataşehir	115
Avcılar	46
Bağcılar	90
Bahçelievler	122
Bakırköy	172
Başakşehir	50
Bayrampaşa	41
Beşiktaş	211
Beykoz	44
Beylikdüzü	53
Beyoğlu	374
Büyükçekmece	30
Çatalca	1
Çekmeköy	22
Esenler	34
Esenyurt	96
Eyüpsultan	71
Fatih	778
Gaziosmanpaşa	36
Güngören	41
Kadıköy	363
Kâğıthane	103
Kartal	46
Küçükçekmece	75
Maltepe	75
Pendik	73
Sancaktepe	21
Sarıyer	83
Silivri	13
Sultanbeyli	9
Sultangazi	12
Şile	2
Şişli	767
Tuzla	11
Ümraniye	84
Üsküdar	114
Zeytinburnu	68
Genel Toplam	**4.408**

İl kültür turizm müdürlüğü tarafından elde edilen veriye göre İstanbul'da toplam (A+B+C grubu) 4.463 seyahat acentası yer almaktadır. Toplam seyahat acentaları içerisinde A sınıfı seyahat acentası ağırlık oluşturmaktadır ve toplam 4.408 adet bulunmaktadır.

İstanbul'un seyahat acentalarının ilçelere göre dağılımı aşağıdaki haritada gösterilmiştir. Alan içerisinde seyahat tesisi en fazla olan ilçe %18 oran ile Fatih ilçesidir. Ardından sırasıyla; %17 ile Şişli, %8 ile Beyoğlu ve Kadıköy ilçeleri gelmektedir.

Şekil 10-59. İstanbul'daki A Grubu Seyahat Acentalarının Dağımı



10.5. Bilgi ve Rezervasyon / Seyahat Kanalları

Turizm sektöründe tek bir bilgi kaynağından söz etmek mümkün değildir. İşletmeler genellikle broşürler, haritalar, videolar, dergi ve gazete reklamları veya rehber kitaplar, dergi ve gazete makaleleri gibi bilgilendirmeye yönelik dokümanlarla ziyaretçilerin dikkatini çekmeye ya da eski ziyaretçilere kendilerini hatırlatmaya, tanıtmaya çalışmaktadırlar. Bu noktada, yazılı ve görsel iletişim kaynaklarının güncellenerek, ziyaretçi (turist) memnuniyetini sağlama, büyük oranda hizmeti veren kişi ve kuruluşlara düşmektedir. Turizm alanında etkin iletişim aracı seçilirken, hedef kitle özelliklerinin yanı sıra iletişim stratejisine uygun bir iletişim aracı belirlenmelidir. Bu seçimde iletişim araçlarının özellikleri mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Arıkboğa, 2007).

Tablo 10-45'de turistlerin bilgi kaynakları ve buna bağlı olarak bilgi çeşitleri gösterilmiştir.

Tablo 10-45. Turistlerin Bilgi Kaynakları

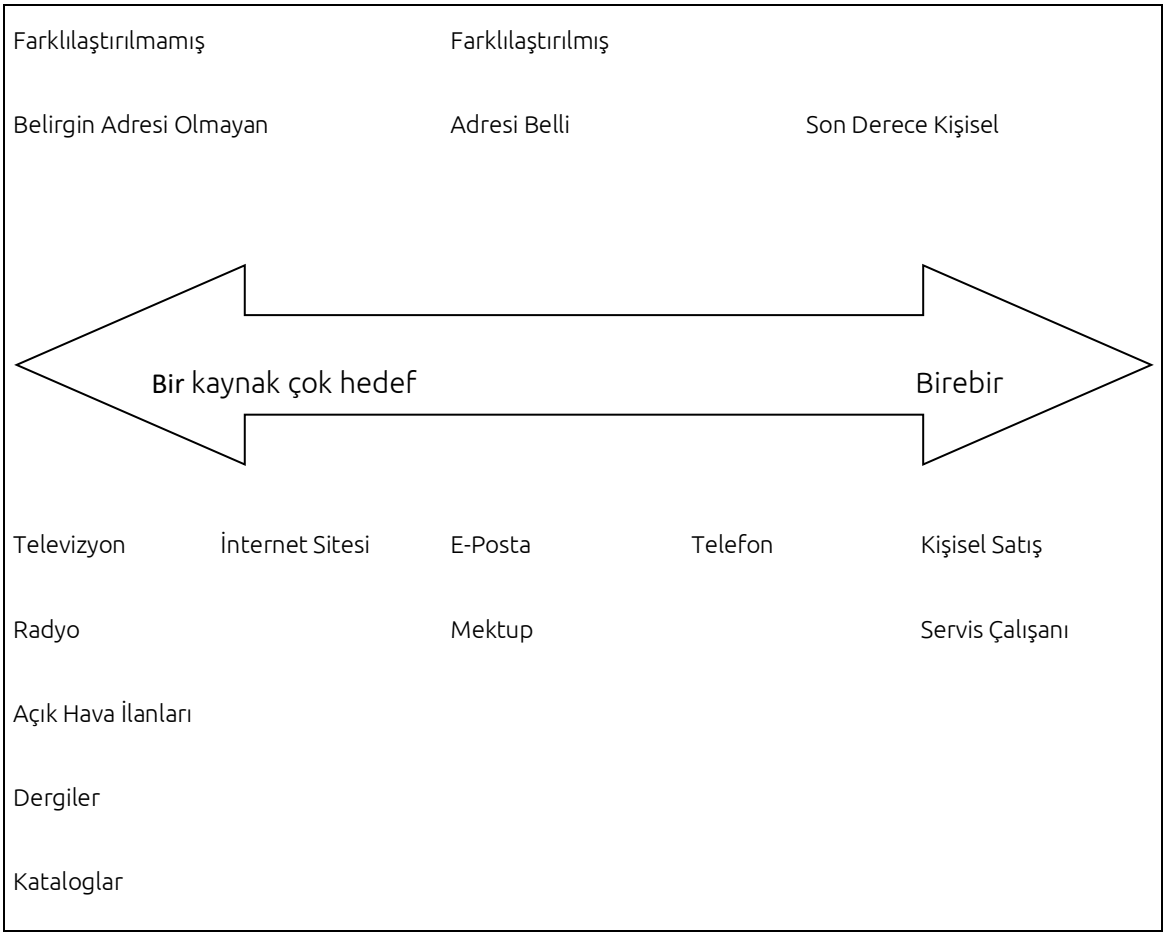
	Bilgi Çeşidi	
Bilgi Kaynağı	*Kişisel Olmayan*	*Kişisel*
Ticari	Broşürler	Seyahat Acenteleri
	Rehber Kitaplar	Üye Olunan Çeşitli Kulüpler
	Yerel Turizm Ofisleri	
	Seyahat Rehberleri	
Ticari Olmayan	Dergiler	Arkadaşlar ve Akrabalar
	Gazeteler	Kişisel Tecrübe
		Turist Karşılama Merkezleri

Kaynak: (Arıkboğa, 2007)

Turistlerin bilgi kaynakları ticari ve ticari olmayan, bilgi çeşitleri ise kişisel ve kişisel olmayan olarak ayrılmıştır. Ticari ve kişisel olmayanlar broşürler, rehber kitaplar, yerel turizm rehberleri, seyahat rehberleri, ticari ve kişisel olanlar ise seyahat acenteleri, üye olunan kulüpler şeklinde gösterilmiştir. Ticari ve kişisel olmayanlar, dergiler ve gazeteler iken ticari olmayan ve kişisel olanlar ise arkadaşlar, akrabalar, tecrübeler, turist karşılama merkezleri olarak belirtilmiştir.

Aşağıdaki şekilde bilgi kaynakları ve çeşitlerine erişmek ve turizm alanında etkili iletişim kurabilmek için kullanılabilecek araçlar gösterilmiştir. Bu araçlar, televizyon, radyo, açık hava ilanları, dergiler, kataloglar, internet siteleri, e-posta, mektup, telefon, kişisel satış ve servis çalışanı olarak aktarılmıştır. Bilgiye erişmek için kullanılacak olan bu araçlar kendi içinde genel ya da kişisel olabildiği gibi yine maliyetleri de kendi içinde değişeceği vurgulanmıştır.

Şekil 10-60. Turizm Alanında Etkili İletişim Kurabilmek İçin Kullanılabilecek Olan Araçlar



Kaynak: Arıkboğa, 2007: 340.

İstanbul'un turizm iletişim ve bilgilendirme altyapısında ücretsiz Wi-Fi alanları ile turist bilgilendirme ofisleri ele alınmıştır.

Ücretsiz Wi-Fi alanlarının tespiti için yeşil alanlar (koru, park vb.), meydanlar, köyler, istasyonlar, duraklar vb. kullanım alanları baz alınmıştır. İstanbul'un 8.740 noktasında ücretsiz internet hizmeti veren İBB WiFi hizmet alanı olduğu tespit edilmiştir. İBB WiFi'yi kullanan yabancı ziyaretçiler arasında ise; ilk sıralarda Rusya, Ukrayna, Almanya, Bosna Hersek, İngiltere, ABD, Hollanda, Azerbaycan ve Tunus gelmektedir. Ücretsiz internete en çok bağlanılan lokasyonların Beyoğlu İstiklal Caddesi, Mecidiyeköy, Kadıköy, Taksim, Eminönü ve Sultanahmet Meydanı ile Yenikapı – Hacıosman Metro Hattı olduğu tespit edilmiştir (https://ibb.istanbul/arsiv/40055/istanbullular-ve-turistler-ucretsiz-interneti, 2022).

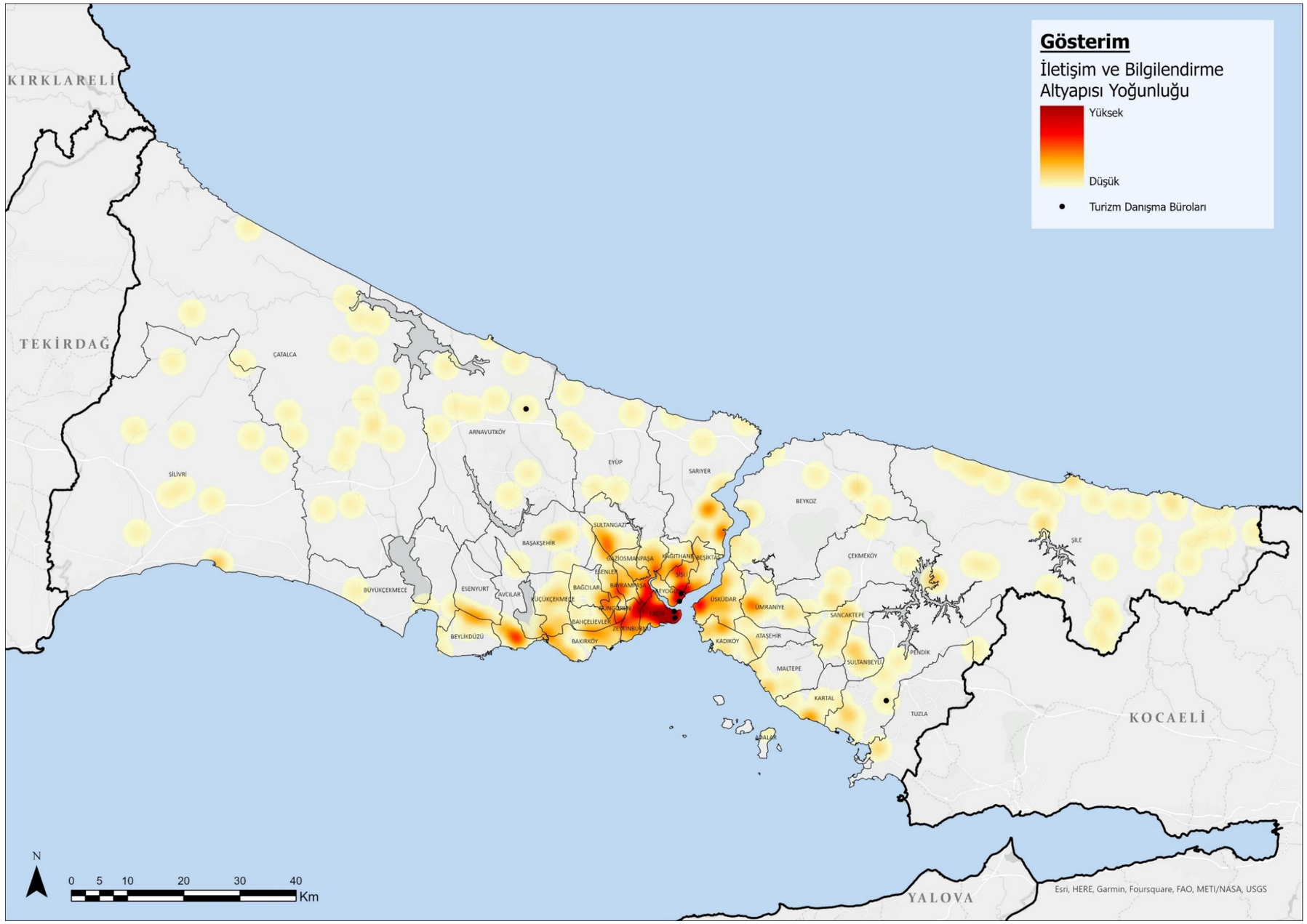
Turizm Danışma Büroları, yerli ve yabancı turistlerin ihtiyaç duyduğu bilgilere ve belgelere hızlı ulaşmasını temin ederek, seyahatlerinin doğru ve sağlıklı bir şekilde devam etmesine katkıda bulunmaktadır. İstanbul'a gelen yerli ve yabancı turistlere tanıtıcı bilgi, belge, tanıtıcı broşür vs." bizzat yapılan başvurular çerçevesinde verilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünün verilerine göre İstanbul'da Pendik, Beyoğlu, Arnavutköy ve Fatih ilçelerinde toplam 6 Turizm Danışma Bürosu bulunmaktadır. Bunlar;

- Sultanahmet Turizm Danışma Bürosu
- Sirkeci Turizm Danışma Bürosu
- Taksim Turizm Danışma Bürosu
- Sabiha Gökçen Turizm Danışma Bürosu
- İstanbul Havalimanı Turizm Danışma Bürosu
- Galataport Turizm Danışma Bürosu

Bunlar dışında, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürlüğüne bağlı olarak hizmet veren, şehrin stratejik açıdan önem arz eden bölgelerinde konuşlandırılmış 5 adet "İletişim Noktası" turistlere yardımcı olmak amaçlı faaliyet sürdürmektedir. İletişim Noktalarında İstanbul'da ikamet eden halka hizmet vermenin yanında yabancı ziyaretçilere de "İnformation" hizmeti sunulmaktadır. Bunlar; Bakırköy, Eminönü, Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy İletişim Noktalarıdır (Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 2011).

Şekil 10-61'de İstanbul ilinde ki ücretsiz wifi hizmeti veren noktalar ve Turizm Danışma Büroları gösterilmektedir.

Şekil 10-61. İletişim ve Bilgilendirme Altyapısı



Turizmde dağıtım, mevcut bir turistik ürünü tüketicilerin kullanımını sağlamak üzere üretim yerine kadar turistlerin getirilmesi için yapılan faaliyetler anlamına gelir. Turizmde dağıtım kanalı da, turistik ürünleri kullanma hakları ile birlikte üreticiden tüketiciye ulaştırmak için girişilen çabaları düzenleyen işletme içi birimlerin ya da işletme dışı pazarlama kurumlarının oluşturduğu bir yapıdır.

Dağıtım kanallarında etkin bir şekilde yer alan aracıların üreticiden tüketiciye doğru bilgi akışı sağlamak gibi bir işlevi de vardır. Örneğin, işletmenin konumu, fiyatları, rezervasyon sistemleri, mönü tipleri vb. gibi konularda müşterinin almak istediği bilgiler aracılar tarafından sağlanır. Ayrıca kişisel satış ya da tanıtım konularında da bu aracılar işletmeye katkıda bulunur. Diğer taraftan, müşteriden işletmeye doğru ödeme ve bilgi akışları da yine aracılar sayesinde gerçekleşir. Geleneksel olarak ürün, üreticileri tüketicilerle karşılaştıran belirli sayıdaki aracılar tarafından dağıtılır. Bu aracılar, hem üreticilerden büyük miktarlarda mal ve hizmetleri satın alarak zincirin altına doğru küçük miktarlarda satan toptancılar hem de zincirdeki son halkayı oluşturan ve ürünü bireysel olarak satan perakendeciler olabilir.

Dağıtım kanalı bir ürünü daha uygun koşullarda sunmak ve kullanmak amacı ile turizm pazarlamacıları ve onların potansiyel müşterileri ile işletmeler ve bireyler arasında ortaya çıkan düzenlemedir.

Turizm işletmeleri dağıtım ağı içerisinde hem doğrudan hem de dolaylı dağıtım kanallarını müşterilerine ulaşmak için kullanırlar. Doğrudan dağıtım kanalı, Üretici ile tüketici arasında gerçekleşen satış işlemlerinde, hiçbir aracının bulunmadığı bir sistemdir. Web aracılığı ile rezervasyon ya da satın alma ve potansiyel müşterilere gönderilen postalar doğrudan dağıtım kanalına örnek olarak gösterilebilir (Oteller, Havayolu şirketleri, Perakende satıcılar). Doğrudan dağıtımın tam tersine, dolaylı dağıtım içerisinde seyahat acentaları, tur operatörleri, rezervasyon ağları, satış temsilcileri gibi aracılar yer alır. Dolaylı dağıtım kanalları konaklama işletmeleri ve konuklar arasında karşılıklı etkileşimin sağlanmasına yardımcı olurlar.

Doğrudan kanallar daha basit göründükleri ve daha kolay yönetilebildikleri için genellikle aldatıcıdırlar. Bununla birlikte, etkili olabilmeleri için teknik bilgi (know-how), nitelikli personel ve finansmanın da içinde yer aldığı kaynaklara gerek duyarlar. Birçok konaklama işletmesi bu gerekleri yerine getirmedikleri için çoğunlukla dolaylı kanallar kullanılırlar.

Tek Aşamalı Dağıtım Sistemi: Seyahat ve turizm ile ilgili hizmetlerden, turistlerin ya da müşterilerin doğrudan kendilerinin yararlanması şeklinde ortaya çıkar. Örneğin, bir hava yolu şirketi yolcularına kendi satış ve rezervasyon bölümleri, internet ya da büroları aracılığı ile satış yapar ya da turist otel rezervasyonunu doğrudan kendisi otel ile temasa geçerek yapabilir.

Doğrudan Dağıtımda Elektronik Sistem: Bu dağıtım şekli doğrudan insanlar arası etkileşim gerektirmez ama oldukça fazla avantajı vardır. Bu yöntemde kalite yüksektir, maliyetler azalır ve müşterinin sisteme girişi ile geniş bir seçenek yelpazesi oluşur. Bu sistemin kurulmasının temel nedenleri, tüketiciye zaman kazandırmak ve etkileşim açısından zaman ve yer kullanımı konusunda tüketiciye inisiyatif vermektir.

İki Aşamalı Dağıtım Sistemi: İki aşamalı dağıtım sistemi turistik ürün üreticileri ile müşteriler arasında yer alan seyahat acentası gibi bir aracının bulunduğu sistemdir.

Üç Aşamalı Dağıtım Sistemi: Turizm ürünlerinin dağıtımında üç aşamalı sistem; bir seyahat acentası ve bir de tur operatörü gibi iki aracının yer aldığı sistemdir.

Dört Aşamalı Dağıtım Sistemi: Bu sistem de üç aşamalı sisteme benzemekle birlikte devreye fazladan bir aracının girmesi ile farklılık gösterir. Devreye giren üçüncü aracı genellikle tur operatörleri ile bağlantıyı sağlayan bir uzman ya da tur düzenleyicisidir. Örneğin, bir üniversitede öğrenciler yurt dışı tur düzenlemek istedikleri zaman, üniversitede yurt dışı ilişkileri ile ilgili bir birim öğrencilerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek en uygun seyahat ve konaklama olanaklarını araştırır ve seyahat düzenlemelerini yapar. Bu düzenlemelerde devreye acentalar ve tur operatörleri de girerse dört aşamalı sistem ortaya çıkar.

Turizm sektöründe dağıtım sisteminin etkin çalışması ve hem üretici hem de aracı işletmelere yardımcı ve destek olmak bakımından kamu sektöründe ve özel sektörde birçok destekleyici hizmet veren kurum ve örgütlenmeler bulunmaktadır.

Bu örgütlenmeler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

• T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı,

• Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)

• Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TÜROB),

• Turist Rehberleri Birliği (TUREB),

• Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.

(https://akademi.tursab.org.tr/WS/assets/pdf/konu-ozetleri/unite-02.pdf, 2023)

Turizm sektöründe dijitalleşmenin daha da etkin hale gelmesiyle, online satış kanalları ağırlık kazanmaya başlamıştır. Turizmde en hızlı geliştirilebilen rezervasyon kanalları online kanallardır. Otellerin kendi web sitelerinin yanısıra, en popüler rezervasyon siteleri; booking.com, expedia, odamax, otelz gibi online seyahat acenteleridir (OTA). İstanbul'a yapılan rezervasyonların büyük bir çoğunluğu online rezervasyon kanallarından gelmektedir.

Günlük hayatı derinden etkileyen sosyal medya platformlarının seyahat davranışlarında da önemli etkisi olmaya başlamıştır. Özellikle turizm endüstrisindeki akıllı turizm uygulamaları bölgedeki sakinlerini, işletmeleri ve ziyaretçileri Airbnb uygulaması ile çokça etkilemektedir. Airbnb, açılımı "Airbed & Breakfast" olan ev kiralama hizmeti sunan platformdur. Kısa süreli kalacak yer arayanlar ile evini kiraya vermek isteyenleri buluşturan alternatif konaklama platformudur.

10.6. Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi

Ziyaretçileri belirli bir destinasyona çekmek için o destinasyonun artı noktalarının vurgulanması önemlidir. Bu durum özellikle bir destinasyon aynı ziyaretçiler için diğeriyle rekabet ettiğinde çok önemlidir.

Çoğu destinasyon pazarlamasının amacı, destinasyonunuzu benzersiz kılan veya onu seyahat etmek için arzu edilen bir yer yapan özellikleri vurgulayarak alternatiflerden daha üstün olarak tanıtmaktır. Başarılı destinasyon pazarlaması, oteller, restoranlar, barlar, havayolları ve ilgili tedarikçiler dahil olmak üzere yerel turizm endüstrisine büyük fayda sağlayabilir.

İstanbul'da turizm tanıtımı adına çalışmalar yapan resmi, sivil ve özel kuruluşlar bulunmaktadır. Bu kuruluşların amaçlarını genel olarak (Şubaşılar, 2007);

- Pazarlama ve tanıtım konusunda ortak faaliyetlerde bulunmak,
- Bölgesel sorunlara çözüm önerileri geliştirmek, takip etmek,
- Büyük ve önemli organizasyonlarda birlikte hareket ederek işletmelerin kapasitesini arttırmak,
- Sektör temsilcilerinin tanışmalarını sağlamak,
- Turizmin gelişmesi için ortak projeler üretmek şeklinde sıralanabilir.

Turistik değerlere sahip birçok ülke, tanıtım faaliyetlerini yoğun bir şekilde uygulamaktadır. Ülkemizde tanıtım faaliyetleri çeşitli işletmeler, ilgili kurum ve kuruluşlar dâhilinde yürütülmektedir. Ancak ülkemizin tanıtılması konusunda en üst düzeydeki kurumun Kültür ve Turizm Bakanlığı olduğu söylenebilir (Ünüvar & Şimşek, 2012). Tanıtım faaliyetlerinin başında da tanıtım filmleri gelmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından tanıtım faaliyetlerine yönelik kapsamlı çalışmalar gerçekleştirildiği, Türkiye'deki her bir il için ayrı ayrı filmlerin hazırlandığı bunun yanında alternatif turizm türlerine de vurgu yapıldığı bilinmektedir. Bakanlık ayrıca Turizm politikasını oluşturur, yabancı basın mensuplarını, seyahat sektörü temsilcilerini ağırlar, tanıtım bütçesini düzenler ve tanıtım çalışmalarına destek verir. Ayrıca Bakanlığın katıldığı uluslararası fuarlarda İstanbul temalı tanıtımlar da gerçekleştirilmektedir (Subaşılar, 2007).

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü; Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlıdır. İstanbul'un turizm ile kültürel gelişimine, tanıtımına yönelik çalışmalar yapmaktadır. Temeli iletişim olan tanıtım faaliyetlerinde, ağırlama faaliyetleri turizm tanıtımında önemli bir yer tutar. Amaç, hedef kitlelere doğrudan ulaşarak, onların içerisinden çıkan ve onları etkileyecek düzeydeki kişilerin Türkiye'nin sunduğu turizm olanaklarını görerek, yaşayarak tanımaları ve ülkelerine dönüşte Türkiye'ye ilişkin olumlu yayınlar üretmeleri ve etkinliklerde bulunmalarını sağlamaktır (Subaşılar, 2007: 334-371).

İstanbul İl Özel İdaresi, İstanbul Valiliği, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İlçe belediyeleri, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSV), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Türkiye Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB), Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED), Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB), Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) gibi kuruluşlar, TAÇ (Türkiye Anıt Çevre Turizm Değerlerini Koruma) Vakfı gibi vakıflar, İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu tanıtım etkinliklerinde bulunan diğer kuruluşlardır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi; Kültür Turizm ve Daire Başkanlığı ve Kültür A.Ş. ile İstanbul'un tanıtımı için çalışmalar yapmaktadır. İstanbul'u tanıtmak adına fuarlara katılmaktadır.

İstanbul Turizm Platformu, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve turizm sektörü arasında bağlantı kuran; turizme dair sorunları ve çözüm önerilerini sektörün kendisinden dinleyerek, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ilgili birimlerine aktaran, yeri geldiğinde; sektör ve İBB'nin ilgili paydaşlarını bir araya getirerek, iletişimi sağlayan bir yapıdır. Toplum için turizm çerçevesini güçlendirerek kentimizde daha çok insanın sektörden gelir elde etmelerini sağlayacak ürün ve hizmet çeşitliliğini geliştirmesini sağlayarak, İstanbul'un turizm sektöründe sürdürülebilir, kapsayıcı, katılımcı ve teşvik edici bir rol üstlenir.

TUROB (Turistik Otelciler ve İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği); İstanbul'u tanıtım ve pazarlama çalışmaları doğrultusunda turizminin tanıtım, pazarlama ve satış geliştirme çalışmalarına öncülük ederek, gerekli araştırmaları yapan ve etkin bir pazarlama hedefi geliştiren bir sivil toplum kuruluşudur. Uluslararası turizm fuarlarına ve sektör işbirliği ile düzenlenen workshop/roadshow etkinliklerine ülkemizi temsilen katılır. Hedef

pazarlardaki önemli turizm profesyonellerini ve basın mensuplarını ülkemize davet ederek, tanıtım ve pazarlama etkinlikleri düzenler.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), turizm sektöründe yaşanan gelişmeler ve karşılaşılan sorunlara ilişkin tüm konuları ilgili mercilerin dikkatine sunmak, bu konuda kamuoyunu bilgilendirmek konularını temel amaçları arasına almıştır. Bu doğrultuda TÜRSAB sektöre ilişkin çeşitli araştırmalar yapmakta, veri toplamakta ve kitap, dergi gibi çeşitli iletişim yayınlarıyla veri ve bilgileri kamuoyuna sunmaktadır (Yolal, 2007).

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) da bir meslek örgütü olarak ülke tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla sektöre yönelik araştırma ve haberlerin yer aldığı süreli dergiler yayınlamaktadır (Yolal, 2007).

İstanbul Ticaret Odası (İTO); İstanbul'un Avrupa Kültür Başkentliği ile ilgili komisyonda yer almakta ve İstanbul'un tarihsel dokusunu koruyarak, turizmini geliştirecek projelerde İstanbul Valiliği ve Büyükşehir Belediyesi ile beraber ortak strateji ile hareket etmektedir. İstanbul'un tanıtımı için yapılan çalışmalara da destek vermektedir.

İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSV); uluslararası alanda, başta İstanbul olmak üzere kültürümüzü tanıtmak, turizm potansiyelimizi arttırmak ve tanıtmak amacıyla kültür ve sanat şenlikleri düzenlemektedir. Düzenli olarak İstanbul Müzik, Film, Tiyatro ve Caz Festivalleri, İstanbul Bienali, İstanbul Tasarım Bienali ve Filmekimi'ni düzenleyen, yıl boyunca özel etkinlikler gerçekleştiren vakıf, İstanbul'u uluslararası tanıtımda önemli katkılarda bulunmuşlardır. Uluslararası İstanbul Bienali artık bir referans olarak gösterilmeye başlanmıştır. Ayrıca İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İstanbul Ticaret Odası, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği ve Türkiye Otelciler Birliği tarafından organize edilen 'İstanbul Shopping Fest' ve 'İstanbul Fashion Week' Festival alışveriş ve moda turizminin canlanması için katkı yapmaktadır.

Son yıllarda internet kullanımının yaygınlaşması turizm sektörünü de etkilemiştir. Bilgi iletişim teknolojileri turizm için olmazsa olmaz bir bileşen haline gelmiştir ve turistler ile turizm hizmeti arz edenler arasında küresel ölçekte arayüz sunmaktadır (Buhalis & Costa, 2006: 248). Günümüzde her alanda olduğu gibi turizm alanında da etkin ve hızlı bilgi sistemleri içinde yer alan internet, bu konuda gittikçe önem kazanarak seyahat acentaları, tanıtım ofisleri gibi kuruluşlarının turizm tanıtım çalışmalarında tercih edilmektedir. Bu amaçla ülkeler, işletmeler, yöresel ve bölgesel bazda web siteleri

hazırlamaktadırlar. Web siteleri turizmin en önemli iletişim aracı olma yolunda ilerlemekte, tavsiye ve duyumlara göre karar verme davranışının yerini, web ortamı almaktadır (Subaşılar, 2007: 334-371).

Turizm endüstrisinde elektronik pazarlama da yaygın olarak başvurulan bir alandır. Havayolu işletmeciliği, konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, araba kiralama, turizm bölgesi yönetimi, tur operatörlüğü gibi turizmin hemen her alanı elektronik pazarlamanın yoğun kullanıldığı alanlardır (Kozak, vd. 2010:272). Turizm işletmeleri bilgi teknolojisini tanıtım, 428 reklam, satış, rezervasyon, vb. gibi amaçlarla kullanmaktadırlar. İnternetin sunduğu görsellik, yoğun bilgi akışı, çift yönlü iletişim, düşük maliyet gibi avantajlar turizm işletmelerini kendi web adreslerini oluşturmaya yöneltmiştir. Yine turizm amaçlı tanıtım yapmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı, Belediyeler, turizm bölgesi örgütleri gibi pek çok kuruluş internetten yararlanmaktadır. Bu tür internet sitelerinde filmler, fotoğraflar, haritalar, reklamlar, broşürler, turizm işletmelerine ilişkin bilgiler gibi tanıtım materyalleri yer almaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sitesi ve bakanlık denetiminde elektronik pazaryeri olarak tasarlanan ve tanıtım, pazarlama yapacak, potansiyel turistin ilgisini bilgiye dönüştürmek için açılan GoTurkiye.com gibi sitelerde İstanbul'un tanıtımı da yer almaktadır. GoTurkiye web sayfası Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) tarafından oluşturulmuş Türkiye'nin global turizm tanıtım platformudur. Türkiye hakkında bilgi almak ve seyahatini planlamak isteyen tüm kullanıcılara ülkenin kültür ve turizm değerlerini tek bir çatı altında sunmaktadır. Bu kapsamda, Bakanlık 81 ildeki yerel idareler ve sivil toplum örgütleri ile koordinasyon sağlayarak platform için içerik oluşturmakta ve her bir ilin kültürel ve turizm değerlerine goturkiye. com'da ayrı ayrı yer vermektedir.

'Visit İstanbul' web sayfası, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür Daire Başkanlığı Turizm Müdürlüğü tarafından İstanbul'u daha etkili tanıtmak amacıyla yayınlanan yeni bir dijital turizm projesidir. Projeyle, dijital platformlar kullanılarak, İstanbul'un değerini uluslararası boyutta tanıtmak amaçlanmaktadır. Visit İstanbul ile ayrıca, İstanbul'un önemli noktalarıyla ilgili anlık ve güncel arşiv oluşturulmaktadır. Visit İstanbul'un kolay ulaşılır ve etkin olabilmesi için, günümüz iletişim araçlarından web, mobil aplikasyon ve sosyal medya mecralarda kullanılmaktadır.

10.7. Sorun ve Potansiyeller

İstanbul Turizm Eylem Planının Oluşturulması İşi" kapsamında yapılan 1. Atölye Çalışmasında katılımcılar her bir grup temasını karşılık gelen ilgili turizm türünün; beş ana tartışma teması olan yönetim, sosyal ve ekonomik yapı, kültürel miras, doğal yapı, ulaşım ve konaklama altyapısı ile olan ilişkileri dikkate alınarak görüşlerini dile getirmiştir. İstanbul'un doğa turizmine, kültür turizmine, spor ve eğitim turizmi, sağlık turizmine, kongre ve etkinlik turizmine, yat-kruvaziyer ve alışveriş turizmine, gastronomi turizmine yönelik sorun ve potansiyeller tartışma temaları odağında ortaya konulmuştur. Sektör paydaşlarının, sivil toplum örgütlerinin, İBB'nin ilgili kurum ve kuruluşlarının, akademisyenlerin beyin fırtınası tekniğiyle ortaya koyduğu görüşler, uzlaşma sağlanarak raporlanmıştır. Buna göre; turizm türlerinin beş ana tartışma teması odağında yol açtığı sorunlarına ve potansiyellerine yönelik öne çıkan tespitler sıralanmıştır.

1. İstanbul'da kurumlar arası koordinasyon eksikliğinin, yetki ve sorumluluk karmaşasının, iletişim kopukluğunun, kurumlarda eğitim ve aidiyet eksikliğinin en önemli yönetim sorunları olduğu ifade edilmiştir. Metodolojiden ve bütüncül planlamadan yoksun, denetimden uzak, paydaşlarını bir araya getiremeyen bir kurumsal kültür tanımı yapılmıştır. Sahip olunan turizm türlerinin her biri için ayrı ayrı örgütlenmeyi kapsayan bir destinasyon yönetiminin eksikliği vurgulanmıştır. Yatırım planlamasının olmadığı, tesislerin işletme sorunlarının dikkate alınmadığı, kültürel miras birikimi doğrultusunda markalaşmanın, reklam ve tanıtım çalışmalarının yapılmadığı, sağlık, güvenlik vd. konularda yeterli yasal düzenlemelerin olmadığı bir tablo ortaya çıkmıştır.

Bütün bu sorunların yanında İstanbul'un turizminin yönetim odağında taşıdığı potansiyeller ise İBB'nin ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun benimsediği vizyon ile İstanbul Turizm Eylem Planının yapılıyor olması ve sektörle temas halinde olunması, toplumumuzun çok kültürlü yapısı ve tarihi zenginlikleri, turizm paydaşlarının yüksek bilinç düzeyi ve katılım arzusu, güçlü bir sosyal medya ve gelişen bilişim teknolojileri, toplumda ve kurumlarda gittikçe artan farkındalık düzeyidir.

2. İlgili turizm türlerinin sosyal ve ekonomik yapı ile ilişkisi bağlamında yaşanan en önemli sorun; öz kaynakların ve özgünlüklerin korunmamasından, popüler olanın baskın hale gelmesinden ve ekonomik endişelerle kültürümüze ait olmayan hizmetlerin verilmesinden dolayı kültürel değerlerin yok olmasıdır. Kent kimliğinin yitirilmesi, kültür üretimindeki eksiklikler, yerel üretimin tanıtılamaması ya da desteklenmemesi ve bütün bunların sosyal ve ekonomik alanda gözle görülüyor olması da bir diğer önemli sorun olarak belirtilmiştir. Ülke ekonomisindeki konjonktürden dolayı gittikçe artan maliyetlere paralel sektörde denetimin yetersizliği ve hizmet kalitesinin düşmesiyle birlikte değişen turist profili ve bunun yaşam koşullarına yansıması, İstanbullular için olumsuz sonuçlara yol açmıştır. Ayrıca İstanbul'da dönemsel ve mekânsal olarak turizm taşıma kapasitenin aşılması ile over turizmin yaşanmasının, sosyal ve ekonomik alanda yansımaları ifade edilmiştir.

Bütün bu sorunların yanında İstanbul'un turizminin sosyal ve ekonomik yapı odağında taşıdığı potansiyeller ise; sahip olduğu kültürel zenginliği ile yerel üreticilerin büyük bir potansiyel taşıdığı, özel sektörün kamu ile işbirliğine açık olduğu ve yüksek genç nüfus ile turizmin İstanbul ekonomisine olan katkıları olarak ifade edilmiştir. Turizmin sosyal ve ekonomik yapıyı dönüştürmesinde yol açtığı sorunlara karşı toplum farkındalığının artması ve halkın bilinçlendirmesinde muhtarlarla işbirliği yapılmasının önemine değinilmiştir.

3. Kültürel mirasa olan olumsuz etkiler, turizm türleri açısından en önemli ve hem fikir olunan tartışma teması olmuştur. Yanlış ve denetimsiz kullanımların kültürel miras alanlarında yapısal tahribat oluşturması, yüksek altyapı talebiyle kültürel mirasa ve yakın çevresine fiziki baskının artması, mimari ve estetik açıdan uyumsuz müdahalelerde bulunulması en çok dile getirilen sorunlar arasında olmuştur. Ayrıca şehrin tarihi öneme sahip kadim işletmelerinin artan kiralar karşısında markalarını koruyamamaları, mekânların çok sık el değiştirmesi sebebiyle kültürel kimliğinin yok olma riskinin artması, turizm işletmeleri odağında yaşanan sorunlar olarak ifade edilmiştir. Buna istinaden "İstanbul" markasının İstanbul'un taşıdığı kültürel mirası doğrultusunda yeterince tanıtılamaması öne çıkan bir diğer konu olmuştur.

Öte yandan kültürel miras alanlarının kültürel etkinlikler odaklı olarak kullanılmasının yanı sıra, bu alanlara olan baskıyı azaltıcı turizm kullanımlarına da fırsat verecek özelliğe,

çeşitliliğe ve imkâna sahip olması en önemli potansiyel olarak ifade edilmiştir. Ayrıca kültürel miras alanlarındaki tahribatların sosyal medya ve birebir iletişim yoluyla paylaşılması, restorasyon ve kentsel tasarım çalışmalarının, denetimin, kurul ve imar kontrollerinin artması, eski dönemlere ait fiziksel ve dijital modelleme çalışmalarının yapılması diğer fırsatlar olarak ifade edilmiştir.

4. Turizm ve doğa ilişkisi açısından ele alındığında; turistik faaliyetlerin denetim eksikliği nedeniyle doğal alanlara olan baskısının artması, kanun ve yönetmeliklerin uygulanmasında yaşanan sorunlar ve yapılan çalışmaların yetersiz kalması, turizm arzını karşılamak için doğal alanlara (orman vs.) işletmelerin açılması en önemli sorular olarak dile getirilmiştir.

Öte yandan İstanbul'un kültürel miras alanlarında olduğu gibi doğal alanlarının zenginliği ve çeşitliliği, Boğaz'ın varlığı; turizm faaliyetlerinin de çeşitliliği ve birlikte tahribata neden olmadan kullanımının sağlanması, kaynakların sürdürülebilirliği açısından imkân tanımaktadır. Atıklar için geri dönüşüm ve kaynağında ayrıştırma projelerinin sektör tarafından gündeme getirilmesi de önemli bir potansiyel olarak öne çıkmıştır.

5. Ulaşım ve konaklama altyapı açısından yaşanan sorunlar; İstanbulluların yaşadığı ulaşım sorunlarıyla örtüşmektedir. Bu sorunlar; konforlu ve 7/24 hizmet veren toplu ulaşım imkânlarının kapasite ve altyapı yetersizliği, kıyı alanları dâhil olmak üzere yaya öncelikli ulaşımın eksikliği, çözüm bulunamayan trafik problemi, denizyolu ulaşımında hat ve sefer yetersizliği, mevcutlarından tanıtım / duyuru eksikliği vd. nedenlerden dolayı yeterince faydalanılamaması, otopark yetersizliği olarak sıralanmıştır. Ayrıca bisiklet yollarının yanlış kullanımıyla beraber kapasite ihtiyacı dile getirilmiştir. Bisiklet yollarının engelli erişimi için de fırsat yaratarak engelsiz turizmi desteklemesinin önemine değinilmiştir. Ulaşım ve konaklama altyapısının turizmle ilişkili olarak planlanmaması ve/veya eşgüdümlü olmaması, sürdürülebilir ulaşım olanaklarının yetersizliği temel bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Turizm ve ulaşım altyapısı özelinde vurgulanması gereken en önemli sorun, taksilerin niceliksel ve niteliksel olarak yetersizliği ile taksi şoförünün fazla ücret talebi ve kaba davranışları nedeniyle güvenlik tehdidi oluşturmasıdır. Ayrıca turizm araçları için yolcu indirme bindirme alanlarının olmaması da diğer bir özel sorun olarak dile getirilmiştir. Konaklama altyapısı için belirtilen sorunlar ise nitelikli yatak ve tesis yetersizliği ile konaklamada ücret ve hizmet kalitesi standartlarının olmamasıdır.

Mevcut ulaşım ve konaklama altyapısının turizm için yarattığı fırsatlar; konaklama altyapısının yeterli olması, son zamanlarda tamamlanan ve yapımı devam eden raylı sistem hatlarıyla birlikte ulaşım sisteminin yürüyüş rotaları, transfer noktaları, yaya bölgeleri ve elektrikli araçla erişim olmak üzere çeşitli projeler yapma imkânının olmasıdır.

KAYNAKÇA

(tarih yok). https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-first-time/plan-a-weekend-in-pariss https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-first-time/a-weekend-in-paris-with-friends, https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-firs adresinden alındı

(2017). Paris je t'aime: https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-first-time/plan-a-weekend-in-pariss https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-first-time/a-weekend-in-paris-with-friends, https://en.parisinfo.com/discovering-paris/paris-for-the-firs adresinden alındı

(2019). Statista: https://www.statista.com/statistics/1093456/capital-investment-travel-and-tourism/#:~:text=Investors%20in%20the%20United%20States,for%20169.9%20billion%20U.S.%20dollars. adresinden alındı

(2019). Statisca: https://www.statista.com/statistics/1100368/countries-highest-gdp-travel-tourism/ adresinden alındı

(2020). Barselona Turizm Planı: https://ajuntament.Barselona.cat/turisme/sites/default/files/Barselona_tourism_for_2020.pdf adresinden alındı

(2022). ASAN Danışmanlık: https://www.asandanismanlik.com/yesil-yildiz-belgesi-nedir/#:~:text=Bakanl%C4%B1k%20g%C3%B6re%20g%C3%B6re%2010%20Ocak,y%C4%B1ld%C4%B1zl%C4%B1%20otel%20en%20fazla%20%C5%9Fehirlerimizdir. adresinden alındı

(2022). Word Travel & Tourısm Councıl: https://wttc.org/research/economic-impact adresinden alındı

(2023). Statista: https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/ adresinden alındı

(2023). Solimar İnternational: https://www.solimarinternational.com/sustainable-tourism-management-for-national-parks/#:~:text=Sustainable%20destination%20management%20is%20the,damage%20to%20its%20natural%20resources. adresinden alındı

(2023). Vısıt Istanbul: https://visit.istanbul/tr/surdurulebilir-turizm/ adresinden alındı

(2023). Vısıt London: https://www.visitlondon.com/things-to-do/lets-do-london adresinden alındı

Adventure Travel Trade Association. (2023). Covid-19 Gıide For The Adventure Travel Industry: https://www.adventuretravel.biz/ adresinden alındı

Agyeiqaah, E. v. (2017).

Akın, A., Şimşek, M. Y., & Akın, A. (2012). Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*.

Aksoy, A., & Ünsal, D. (2012). *Kültürel Miras Yönetimi* . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Arıkboğa, Ş. (2007). Turizm İletişiSürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar. *İstanbul Uluslararası Rekabet Araştırmaları Derneği Yayınları*, 335-347.

Aşık, N. A. (2014). Yaratıcı (Kreatif) Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7*(31).

Ataberk, E. (2020). Sürdürlebilir Kırsal Turizme Bütüncül Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 229-242.

Bayat, T., & Özdemir, Ş. (Aralık 2020). ULAŞTIRMA ALTYAPISI VE İMKÂNLARININ TURİZM İŞLETMELERİNİN PERFORMANSINA OLAN ETKİSİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR DİNAMİK PANEL VERİ ANALİZİ. *Beykoz Akademi Dergisi 8/2*, 341-362.

Ceylan, T. (2001). Turizm ve Sürdürlebilir Gelişme. *Turizm Araştirmalan Dergisi*, 169-177.

City of London. (2022). *Tourism statistics*. April 2023 tarihinde City of London Web Site: https://www.cityoflondon.gov.uk/things-to-do/tourism-trends-and-strategies/tourism-statistics adresinden alındı

Crouch, G., & Ritchie, J. (1999). Tourism Competitiveness and Societal Prosperity. *Journal of Business Research 44*, 137-152.

Çakır, M. (2009). *Festival Turizmi*. TÜROFED Dergisi(29) 80-81.

Çekiç, İ., & Canbolat, C. (2021). Hüseyin Hüsnü Efendi'nin 'Etsiz Yağsız Tecrübeli Yemekler' Adlı Kitabındaki Gastronomik. *G. T. Dergisi*.

Çımat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 1-18. http://acikerisim.mu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12809/8543/%c3%a7%c4%b1mat.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı

Digital Transformation. (tarih yok). UNWTO: https://www.unwto.org/digital-transformation adresinden alındı

Ellen Macarthur Foundation. (tarih yok). Circular Economy: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview adresinden alındı

Elsrud, T. (2001). Backpacker Adventure Narration. Annals of Tourism Research. *Risk Creation In Travelling*, 601-604.

ENERGY5 Your Way. (tarih yok). https://energy5.com/sustainable-tourism-energy-efficient-transportation-for-travelers adresinden alındı

EPA. (tarih yok). Ozon Tabakasını İncelten Maddeler: https://www.epa.gov/ozone-layer-protection/ozone-depleting-substances#:~:text=This%20page%20provides%20information%20on,%2C%20chlorobromomethane%2C%20and%20methyl%20chloroform. adresinden alındı

Ghete, A. M. (2015). *The Importance Of Youth Tourism*. https://ideas.repec.org: https://ideas.repec.org/a/ora/journl/v1y2015i2p688-694.html adresinden alındı

Government of the United Kingdom. (1998, 12 25). *Creative Industries Mapping Documents 1998*. https://www.gov.uk/: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998 adresinden alındı

Gökdeniz, A. (1992). Gençlik Turizminde Teşvikler ve Gençlik Turizminin Alt Yapı,Tesis ve Servis İhtiyacı. *Gençlik Turizmi Konferansı*. Ankara.

GSTC. (2023). https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/#:~:text=Sustainable%20tourism%20is%20defined%20by,the%20environment%20and%20host%20communities.%E2%80%9D adresinden alındı

GSYİH'nın Önemi. (2023). Investopedia: https://www.investopedia.com/articles/investing/121213/gdp-and-its-importance.asp adresinden alındı

Gunn, C. (1988). *Tourism Planning (2nd ed.). New York: Taylor and Francis.*

Güleryüz, N. (1992). İstanbul Sinagogları. İstanbul: Ajans class.

Gürdal, M. (1995). *TURİZM ULAŞTIRMASI "Paket Tur Organizasyonu ve Yönetimi"*. Nadir Kitap.

https://akademi.tursab.org.tr/WS/assets/pdf/konu-ozetleri/unite-02.pdf. (2023). https://akademi.tursab.org.tr/WS/assets/pdf/konu-ozetleri/unite-02.pdf adresinden alındı

https://ibb.istanbul/arsiv/40055/istanbullular-ve-turistler-ucretsiz-interneti. (2022, şubat). https://ibb.istanbul/arsiv/40055/istanbullular-ve-turistler-ucretsiz-interneti adresinden alındı

İBB. (2011-2014). *İstanbul Turizm Master Planı Raporu*. İstanbul: İBB Şehir Planlama Müdürlüğü.

İBB Şehir Planlama Müdürlüğü. (2018). *ÇDP Doğal Alanlar Raporu.*

İMP. (2006). *Ulaşım Raporu.*

Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.*

İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2023). Şehir Turizmi: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276247/sehir-turizmi.html adresinden alındı

İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2023). *Ekoturizm*. istanbul.ktb.gov.tr: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276245/ekoturizm.html adresinden alındı

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023, 10 23). Eğitim Turizmi: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276248/egitim-turizmi.html adresinden alındı

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023, 10 23). *Kongre Turizmi*. https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276238/kongre-turizmi.html adresinden alındı

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). *Sağlık Turizmi*. istanbul.ktb.gov.tr: https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276237/saglik-turizmi.html adresinden alındı

(2021). *İstanbul Turizm Master Planına Altlık Oluşturulması Kapsamında Envanterin Oluşturulması.* İstanbul: İBB Turizm Şube Müdürlüğü.

İSTKA. (2023, 10). *Türkiye ve İstanbul Bölgesinde Turizm*. https://www.istka.org.tr: https://www.istka.org.tr/media/1074/t%C3%BCrkiye-ve-%C4%B0stanbul-b%C3%B6lgesi-nde-turizm.pdf adresinden alındı

Kanıbir, H., & Kaşlı, M. (2007). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü, Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar. İstanbul: Urak Yayınları.

Keleş, E. (2023, 10 12). Yat Turizmi İstatistikleri: https://www.turizmebakis.com/yat-turizmi/ adresinden alındı

Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research 34*, 1021-1032.

Khakzad, S., Pieters, M., & Van Balen, K. (2015). *Coastal cultural heritage: A resource to be included in integrated coastal zone management.*

Kırbaş, G. (2021). *İnaç Turizmi ve İstanbul.* https://novitasturizm.com/: https://novitasturizm.com/inanc-turizmi-ve-istanbul/ adresinden alındı

Kozak Akoğlan, M. (2012). Genel Turizm Bilgisi. (s. 23). Anadolu Üniversitesi.

Kuyucu, A. H., & Bulu, M. (2007). *ültür Turizmi, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar Kongresi* (s. 123-150). Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021, 10 22). *Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri Listesi.* 12 15, 2021 tarihinde https://yigm.ktb.gov.tr/: https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/89471,tmliste22102021xlsx.xlsx?0 adresinden alındı

London & Partners. (2022). *London 2030 Tourism Vision.* London: London & Partners.

Luo, J., Lam, C., & Ye, B. H. (2019). *Barriers for the Sustainable Development of. 12 15, 2021 tarihinde https://www.mdpi.com/: https://www.mdpi.com/2071-1050/11/7/2145/pdf adresinden alındı.*

McGettigan, F., & Burns, K. (2001). *Clonmacnoise: a monastic site, burial ground and tourist tttraction, (Ed: Greg, R.) Cultural Attractions and European Tourism* (s. 135-159). içinde UK.: CABI Publishing.

Mevzuat Bilgi Sistemi. (1983, 11 18). *Boğaziçi Kanunu.* 12 25, 2021 tarihinde https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2960.pdf: https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2960.pdf adresinden alındı

Noree, T., Hanefeld, J., & Smith, R. (2015). *Bulletin of the World Health.*

OECD. (tarih yok). Turizm İstihdamı: https://data.oecd.org/industry/tourism-employment.htm adresinden alındı

Olimpia, A. (2012). Forms Of Youth Travels. Revista Tinerilor Economisti.

Orman Genel Müdürlüğü. (2023). *İstanbul Büyük Ada Ekoturizm Alanı*. www.ogm.gov.tr: https://www.ogm.gov.tr/tr/yararli-bilgiler/mutlaka-gormelisiniz/istanbul-buyuk-ada-ekoturizm-alani adresinden alındı

Oteller ve Tatil Köylerinde Daha Fazla Satış İçin Teşvik Programı Türleri. (tarih yok). Eclat Hospitality: https://www.eclathospitality.com/types-of-incentive-programs-for-upselling-in-hotels-resorts adresinden alındı

Önay, O., & Çetin , E. (2012). Turistik yerlerin popülaritesinin belirlenmesi: Istanbul örnegi. *Isletme Iktisadi Enstitüsü Yönetim Dergis*, 90-109.

Ören, V. E., & Şahin, T. (2014). Alternatif Turizm Kapsamında Uşak - Ulubey Kanyonu'nun SWOT Analizi. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, 3(7)*, 1-14.

Özsarı, S., & Karatana, Ö. (2013). *Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu, Kartal Eğitim ve Araştırma*, 136-144.

Page, S. (2007). *Tourism and Transport*. U.K.

Raymond , C., & Richards, G. (2020). *Creative Tourism*. https://www.academia.edu:https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_Richards_and_Raymond_2000 adresinden alındı

Resmi Gazete. (2023). https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/10/20071005-7.htm adresinden alındı

RJS Associates Ltd. (2022, November). *Tourism statistics*. Nisan 2023 tarihinde City of London Web Site: https://www.cityoflondon.gov.uk/things-to-do/tourism-trends-and-strategies/tourism-statistics?pageIndex=2 adresinden alındı

Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı. (2023). *Sağlık Turizmi*. shgmturizmdb.saglik.gov.tr: https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf adresinden alındı

Sevinç & Güzel. (2017). Sustainable Yacht Tourism Practise. *Management&Marketing, volume XV, issue 1/2017*, 4-6-11-17.

Share of tourism in total GDP, 2021. (2021). Our World in Data: https://ourworldindata.org/grapher/tourism-gdp-proportion-of-total-gdp?time=2021 adresinden alındı

Sharpley, R. (2006). Travel and Tourism.

Standeven, J., & Knop, P. D. (1999). Champaign-11-linois: Human Kinetics. *Sport Tourisn* (s. 71-72). içinde

Su Üstünde. (2023, 10 12). www.suustunde.com: https://www.suustunde.com/tr/content-details/istanbul-kruvaziyer-limani.html?ContentID=109 adresinden alındı

Subaşılar, K. (2011). *Kentsel Turizm,İstanbul Örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Sürdürülebilir Turizm. (tarih yok). Vısıt Istanbul: https://visit.istanbul/tr/surdurulebilir-turizm/ adresinden alındı

Şubaşılar, B. (2007). Turizm Tanıtımında Kültür Turizminin Yeri stanbul Üzerine Bir Uygulama. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü letisim Anabilim dalı,.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (tarih yok). http://www.turizm.gov.tr adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (tarih yok). Turizm İstatistikleri: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Turizm İstatistikleri*. https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html adresinden alındı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (tarih yok). *Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız)*. https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html adresinden alındı

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2012). *Sağlık Turizmi El Kitabı*.

T.C.İstanbul Valiliği. (2023, 10 23). Üniversite Şehri İstanbul: http://www.istanbul.gov.tr/universite-sehri-istanbul adresinden alındı

T.C.Orman ve Su İşleri Bakanlığı. (2013-2023). *İstanbul İli Tabiat Turizmi Master Planı*. İstanbul.

T.C.Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı. (2023). *Denizcilik İstatistikleri*. www.uab.gov.tr: https://www.uab.gov.tr/haberler/ulastirma-ve-altyapi-bakani-karaismailoglu-kruvaziyer-yolcu-sayisi-2022-de-22-kat-arti-ve-1-milyonu-asti adresinden alındı

The Singapore Department of Statistics. (2023). *Tourism*. The Singapore Department of Statistics Web Site: https://www.singstat.gov.sg/find-data/search-by-theme/industry/tourism/latest-data adresinden alındı

The Sports Facilities Companies. (2017). *How Sports Tourism Benefits Communities*. The Sports Facilities Companies: https://sportsfacilities.com/sports-tourism-benefits-communities/ adresinden alındı

Tim A., S. J. (2008). A Decade of Injury Monitoring in the New Zealand Adventure Tourism Sector: A Summary Risk Analysis. *BENTLEY*, 858.

Topuz, N. (2023). *Türkiye Sağlık (Medikal) Turizmi Stratejisi 2023*. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Turizm Akademik Dergisi. (2020). Doğa Temelli Turizm Koridorlarının Oluşturulmasına Yönelik Bir Öneri. *Turizm Akademik Dergisi*, 83.

Turizm Destinasyonu Yönetimi. (tarih yok). https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/destination-mgmt.html adresinden alındı

Turizm Günlüğü. (2017). https://www.turizmgunlugu.com/2017/11/26/turizm-sektorunun-dunyadaki-turkiyedeki-onemi/ adresinden alındı

Turizmin Karbon Ayak İzi. (tarih yok). Sustainable Travel Internatıonal: https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/ adresinden alındı

UNWTO. (tarih yok). https://www.unwto.org/policy-destination-management adresinden alındı

UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2023). Shopping Tourısm: https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858 adresinden alındı

UNWTO. (2023, 10). *Ecotourism And Protected Areas*. www.unwto.org: https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas adresinden alındı

UNWTO. (2023). *Shopping Tourism*. www.unwto.org: https://www.unwto.org/shopping-tourism adresinden alındı

UNWTO. (2023). *Sports Tourısm*. www.unwto.org: https://www.unwto.org/sport-tourism adresinden alındı

UNWTO. (tarih yok). *Digital Transformation*. https://www.unwto.org/digital-transformation adresinden alındı

UNWTO. (tarih yok). *Su Yönetimi*. UN Tourısm : https://www.unwto.org/sustainable-development/unwto-international-network-of-sustainable-tourism-observatories/tools-water-management#:~:text=Water%20is%20a%20key%20resource,water%20is%20a%20scarce%20resource. adresinden alındı

USHAŞ. (2023, 10 17). *Sağlık Turizm Verileri*. www.ushas.com.tr: https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/ adresinden alındı

Ünal Ankaya, F., Yazıcı, K., Balık, G., & Gülgün Aslan, B. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Ekoturizm, Sosyal-Kültürel ve Ekonomik Katkıları. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 69-72.

Ünüvar, Ş., & Şimşek, S. (2012). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yurtdışı tanıtım filmlerinde kültürel imge kullanımı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12(24)*, 305-330.

Vira Vira. (2023). Yacht Marinas in İstanbul: https://blog.viravira.co/istanbulda-bulunan-marinalar/ adresinden alındı

VisitBritain. (2022). *Our corporate priorities for 2022/23*. Nisan 2023 tarihinde VisitBritain/VisitEngland's corporate website: https://www.visitbritain.org/about-us adresinden alındı

WİKİPEDİA. (2023, 10 23). *Sağlık Turizmi*. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sa%C4%9Fl%C4%B1k_turizmi#cite_note-7 adresinden alındı

Word Travel %Tourısm Councıl. (tarih yok). https://wttc.org/research/economic-impact adresinden alındı

WWF Türkiye. (2020). *Sürdürülebilir Bir Türkiye İçin Korunan Alanlar Hedef: 2030'a Kadar %30*. 12 22, 2021 tarihinde https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/korunanalanlar_korumazsakkaybederiz__rapor__web.pdf adresinden alındı

www. http://sehirrehberi.ibb.gov.tr/map.aspx. (2023).

Yaratıcı Ensüstriler Konseyi Derneği. (2022, 12 25). *Projeler*. http://www.yekon.org/: http://www.yekon.org/projeler.htm adresinden alındı

Yeşil Otelciler Derneği. (tarih yok). NCL : https://www.nclonline.com/green-cleaning/green-hotels-

association.php#:~:text=%22Green%22%20Hotels%20Association%20is%20%22,consciousness%20in%20the%20hospitality%20industry.%22 adresinden alındı

Yılmaz, G. (2018, 08). Üniversite Gençliğinin Turizme Bakış Açısı: İstanbul Arel Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches, 8*(15). 12 25, 2021 tarihinde https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/524543 adresinden alındı

Yolal, M. (2007).

Zencir, B. (2022). Turizm Sektöründeki Satın Alma Uygulamalarına Yönelik Sistematik Bir Derleme. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2319203 adresinden alındı

Zengin, B. (2006). *Turizm Coğrafyası.* Değişim Yayınları.