

## TURİZM ODAKLI KALKINMA SÜRECİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ\*

### Challenges Encountered in Tourism Focused Development Process: The Case of Kayseri Province

Ömer ŞANLIOĞLU\*\* & Bilgehan DEMİREZEN\*\*\*

#### Özet

Bu çalışmada turizm odaklı kalkınma sürecinde Kayseri ilinde karşılaşılan başlıca sorunlar tespit edilmekte ve bu sorunlara yönelik çeşitli çözüm önerileri ortaya konulmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve araştırma verileri Kayseri ilinde bulunan 20 turizm sektörü paydaşı ile yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma sonucunda ise turizm odaklı kalkınma sürecinde yatırım, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, destinasyon yönetim örgütü ve genel bir turizm master planı olmaması, güçlü bir marka ve imaj geliştirememeye, turizm faaliyetlerinin tek bir sezona ve bölgeye yoğunlaşması, turizm işletmelerinin nicelik ve niteliklerinin yetersiz olması, nitelikli işgücü eksikliği, yerel halkın turizme katılımının sağlanamaması, teşvikler ve finansman konusunda sorunların yaşanması ve paydaşlar arasında işbirliğinin yetersiz olması gibi birçok sorunla karşılaşıldığı tespit edilmiş ve bu sorunlarla mücadeleyle yönelik çeşitli çözüm önerileri (genel bir turizm master planı hazırlanması, entegre destinasyon yönetim örgütü oluşturulması, işbirliğinin sağlanması vb.) ortaya konulmuştur. Ayrıca, araştırma sonucunda gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik olarak önemli önerilerde bulunulmuştur.

#### Anahtar

#### Kelimeler:

Turizm Sektörü,  
Kalkınma Süreci,  
Turizm ve  
Kalkınma,  
Sorunlar.

#### JEL Kodları:

Z32, O1, R00, P4

#### Abstract

In this study, the main challenges encountered in the province of Kayseri during the tourism focused development process are determined and various solutions are proposed for these challenges. Qualitative research approach was adopted in the study and research data was obtained by using semi-structured interview method with 20 tourism sector stakeholders in Kayseri. As a result of the research, it was determined that many problems such as insufficient investment, promotion and marketing activities, lack of a general tourism master plan and the destination management organization, failure to develop strong a brand and image, the concentration of tourism activities in a single season and region, inadequate quantity and quality of tourism businesses, lack of qualified labor, lack of participation of local people in tourism, incentives and financing problems and inadequate cooperation among stakeholders were encountered in the tourism focused development process and various solutions (preparing a general tourism master plan, establishing an integrated destination management organization, ensuring cooperation, etc.) have been put forward to struggle these challenges. In addition, significant suggestions for future studies have been presented as a result of the research.

#### Keywords:

Tourism Sector,  
Development  
Process, Tourism  
and  
Development,  
Challenges.

#### JEL Codes:

Z32, O1, R00, P4

\* Bu çalışma, "Demirezen, B. (2020). Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma: Kayseri İli Örneği. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi" künyeli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, omersanlioglu@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0633-8646

\*\*\* M.Sc., Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, bilgehan38900@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7799-0768 (Sorumlu Yazar)

## 1. Giriş

Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasında yaşanan rekabetin son yıllarda giderek arttığı gözlenmektedir. Bu nedenle ülkeler sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydaları ile öne çıkan turizm sektörünü bir kalkınma stratejisi olarak daha yaygın şekilde kullanmaya başlamışlardır. Nitekim Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) de 2017 yılını “Kalkınma İçin Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Yılı” olarak ilan ederek turizm odaklı kalkınmanın önemini vurguladığı görülmektedir (The United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2016).

Bu çerçevede birçok ülke veya bölge turizm faaliyetlerini yoğunlaştırarak kalkınmaya yardımcı olmak amacıyla çeşitli politikalar yürürlüğe koymaya başlamıştır. Ancak turizm odaklı kalkınma sürecinde çok sayıda sorunla karşı karşıya kalındığı da bir gerçektir. Bu sorunlarla mücadele edebilmek ve turizm odaklı kalkınma stratejisinin başarıya ulaşabilmesi amacıyla her ülke veya bölge farklı politikalar geliştirmeye ve uygulamaya koymaya çalışmaktadır. Karşılaşılan sorunları tespit etmek ve çözüme yönelik politika önerileri geliştirmek bu anlamda büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede çalışmanın amacını Kayseri ilinin turizm odaklı kalkınma sürecinde karşılaştığı sorunların tespit edilmesi ve politika yapıcılar için çeşitli çözüm önerilerinin ortaya konulması oluşturmaktadır. Bu hususta Kayseri ili örneğinde literatürde daha önce yapılmış bir araştırmanın tespit edilememiş olması çalışmanın özgünlüğünü artırmaktadır. Çalışmada öncelikle turizm odaklı kalkınma hususunda karşılaşılan sorunlara yönelik ulusal ve uluslararası literatür değerlendirilmesi yapılmaktadır. Daha sonra ise Kayseri ilinde nitel araştırma yöntemi uygulamak suretiyle turizm sektörü paydaşlarından elde edilen veriler analiz edilmekte ve bulgular ortaya konulmakta, karşılaşılan sorunlar tespit edilerek politika yapıcılar açısından çeşitli çözüm önerileri paylaşılmaktadır.

## 2. Literatür Değerlendirmesi

Telfer ve Sharpley (2008, s. 6), kalkınmayı sosyo-ekonomik, kültürel, fiziksel, politik vb. açılardan yaşam standartlarının sürekli olarak pozitif yönde iyileştirilmesi şeklinde tanımlamaktadır. Turizm sektörünü geliştirerek turizm faaliyetlerinden daha fazla sosyo-ekonomik, kültürel, çevresel vb. açılardan fayda elde etmek ve ekonomiyi turizm ile geliştirmek, turizm odaklı kalkınma olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede ulusal ve uluslararası literatür değerlendirildiğinde, daha çok turizm odaklı kalkınmanın olumlu yönlerini öne çıkaran araştırmalara rastlandığı söylenebilir. Ancak literatürde turizm odaklı kalkınma sürecinde karşılaşılan sorunları tespit etmeye yönelik çok sayıda çalışmanın da bulunduğu görülmektedir. Bu bölümde turizm odaklı kalkınma ve bu süreçte daha çok karşılaşılan sorunların ele alındığı literatür, ana hatlarıyla değerlendirilmeye tabi tutulmaktadır.

Bu çerçevede Neves (2006) Portekiz'in Centro bölgesinde yaptığı çalışmada, turizm odaklı kalkınmanın sağlanmasında tüm turizm paydaşları arasında işbirliği ve koordinasyon eksikliğinin giderilmesinin önemine değinmektedir. Fransa'nın Jonquieres ve Saint-Guilhem-le-Desert bölgelerinde turizm ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi inceleyen Dana, Gurau ve Lasch (2014) ise çalışmalarında yerel halkın girişimcilik açısından teşvik edilemediğini, bölgenin avantajlarının yabancı girişimcilerin lehine kullanıldığını ve bu nedenle turizm odaklı bölgesel kalkınmada istenen düzeyde başarılı olunamadığını belirlemişlerdir.

Benzer şekilde Metaxas ve Karagiannis'in (2016) Yunanistan'da yaptıkları çalışmada turizm odaklı kalkınma açısından paydaşlarla işbirliğinin altı çizilmektedir. Makedonya'nın Güney Batı bölgesinde yapılan çalışmalarda (Petrevska ve Matlieska, 2012; Petrevska ve Manasieva Gerasimova, 2012) ise turizm odaklı kalkınma sürecinde (1) bölgenin ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş özel yatırımları çekmeye yönelik kamu politikaları, (2) planlama bölgesindeki turizm konaklama kapasitesi ve doluluk oranını artırmaya yönelik çabalar ve (3) bölgedeki turizm gelişiminin ön şartı olarak, sübvansiyonlar ve vergi indirimlerinin turizm sektöründen elde edilen gelirleri artırma amacıyla kullanılması gerektiğini ifade etmektedirler. Diğer yandan Niewiadomski (2011), Orta ve Doğu Avrupa'da uluslararası otel zincirleri üzerine yaptĐı çalışmasında, büyük ölçekli turizm tesislerinin gelişmiş kentlerde yoğunlaşma eğiliminde olmasından dolayı turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya katkısının sınırlı düzeyde gerçekleştiğini tespit etmiştir.

Brenner ve Aguilar (2002) ise araştırmalarında Meksika'da lüks turizm ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemişler ve turizm sektörünün sadece tek bir bölgeye yoğunlaşması nedeniyle kalkınmada başarılı olunamadĐı sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Wagner (1997), Brezilya rneğinde yaptĐı araştırmasında, bölgede kullanılan temel girdi ve hammaddenin ithal edilmesinden dolayı turizm gelirlerinin bu ithalatı karşılamak için kullanıldığını ve bu nedenle turizm sektörünün kalkınmaya yönelik olumlu etkilerinin sınırlı düzeyde kaldığını ortaya koymuştur.

Lama (2012), Nepal'de Annapurna bölgesi üzerine yaptĐı araştırma sonucunda, turizm odaklı kalkınmada başarılı olunamadĐı, bunun nedenleri arasında ise altyapı eksikliği, coğrafi zorluklar, ulaşım sorunları ile yerel halkın turizm bilincindeki yetersizlikler ve bölgenin uluslararası pazarlarda tanıtılmasında karşılaşılan sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın bulgularının Abbasov (2015) Azerbaycan; Bagchi (2015) Hindistan'ın Gujarat bölgesi; Li (2005) in'in Yunnan bölgesi; Mohanty (2002) Hindistan'ın Puri ve Orissa bölgesi; Rhaman (2016) Bangladeş'in Rangamati bölgesi örneklerinde yapılan bazı çalışmaların bulguları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. in'in Taibai bölgesinde turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki rolünü araştıran Zeng, Carter, De Lacy ve Bauer (2005), turizmin gelişiminin tüm paydaşlara yarar sağladığı, ancak yoksul bireylerin kişisel beceri eksikliğinden dolayı turizm odaklı kalkınma sürecinden daha az faydalanabildiği bulgularına ulaşmışlardır. Homlong ve Springler (2016), Kamboçya'nın Angkor Wat ve Siem Reap bölgeleri üzerine bir araştırma yapmışlar ve Angkor Wat'daki turizmin faydalarının diğer ilçelere yayılmadığı, bunun nedeninin ise kişilerin eğitim düzeyinin düşük ve nitelsiz olmasından ve bu bölgedeki turizm yatırımlarının çoğunlukla yabancı yatırımlar olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir.

Viviers (2005) ise Güney Afrika'nın seçilmiş bazı illerine yönelik bir araştırma yapmış ve illerin turizm faaliyetlerinden eşit olarak faydalanamadığını, en gelişmiş turizm altyapısına sahip bölgelerin turizmden daha fazla yararlandığını tespit etmiştir. Benzer şekilde Güney Afrika'nın Inanda bölgesinde turizm sektörü paydaşlarına yönelik bir araştırma yapan Ncube (2013), eğitim düzeyi düşük olan girişimcilerin yeterince başarılı olamadığını ve bölgede turizm sektörünün gelişemediğini belirlemiştir. Bunlara ek olarak, Güney Afrika'nın Drakensberg bölgesinde Theron (1995) tarafından yapılan araştırmada, benzer sonuçlar (altyapı eksikliği gibi) elde edildiği görülmektedir.

Ulusal literatür değerlendirildiğinde ise Durgun (2006) Isparta iline yönelik yaptığı araştırmada, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde yetersizlik ve koordinasyon eksikliği gibi sorunlarla karşı karşıya kalındığını belirlemiştir.

Bununla birlikte Tunçbilekli (2006) Nevşehir ilinde yaptığı araştırmada, hizmet kalitesinin düşük seviyelerde olmasından dolayı turizm faaliyetlerinin olumlu etkilerinin azaldığını ortaya koymuştur. Çağlı (2012) ise Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde yaptığı çalışmada, turizm altyapısının yetersizliği ve politika eksikliği gibi sorunlarla karşılaşıldığını tespit etmiştir. Bu çalışmalara ek olarak, literatürdeki diğer çalışmalarda da İzgi (2007) Osmaniye’de yatırım eksikliği, Sağlık (2011) Erzurum’da ulaşılabilirliğin yetersiz olması, Şeker (2011) Amasya’da tanıtım eksikliği, Susan (2016) Balıkesir’de işbirliğinin olmaması, Şamata (2016) Karabük’te koordinasyon eksikliği, Boz (2016) Mardin’de yerel girişimcilerin turizme katılımının yetersiz olması, Dinçer (2018) Eskişehir’de hizmet kalitesinin yetersiz olması, Gözüela (2018) Konya’da pazarlama faaliyetlerinin istenen düzeyde olmaması, Güner (2018) Giresun’da turizm teşviklerinde eksiklikler olması gibi benzer sonuçlara ulaşıldığı ifade edilebilir.

Bu bölümde incelenen araştırmalarda turizm odaklı kalkınma sürecinde işbirliği, yatırım, altyapı, ulaşılabilirlik, tanıtım ve pazarlama gibi alanlarda çeşitli sorunlarla karşılaşıldığı ve bu nedenle başarılı olunamadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda turizm odaklı kalkınma sürecinde başarılı olmak için tespit edilen bu sorunların ortadan kaldırılması önem arz etmektedir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırma Yaklaşımı

Çalışmanın amacı çerçevesinde konuyu bütüncül olarak derinlemesine ve çeşitli boyutlarıyla analiz etmek amacıyla çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Nitel araştırma, olgu veya olayları kendi doğal ortamları içerisinde yorumlayıcı ve çoklu metotlu olarak inceleyen, anlamlandıran, araştırmacının karmaşıklığı tespit etmesine, daha iyi anlamasına yardımcı olan ve gözlem, doküman analizi, mülakat vb. tekniklerle veri toplayan sistematik bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Corbin ve Strauss, 2015, s. 4; Creswell, 1997, s. 14-16; Denzin ve Lincoln, 2005, s. 3-4; Yin, 2011, s. 3-9).

Literatür taraması sonucunda, Kayseri ilinde daha önce turizm odaklı kalkınmada karşılaşılan sorunları tespit etmeye yönelik bir araştırma tespit edilememiştir. Bu nedenle, daha önce araştırılmamış bir olguyu veya olayı keşfetmek, araştırılan sosyal olguya katılımcıların perspektifinden bakmak, konuyu çeşitli boyutlarıyla derinlemesine incelemek ve konuya bütüncül olarak bakabilmek için bu çalışmada nitel araştırma (*qualitative research*) yaklaşımı benimsenmiş ve nitel araştırma tekniklerinden mülakat tekniği kullanılmıştır (Ospina, 2004, s. 1279-1284). Literatür taraması sonucu problemi incelemek amacıyla oluşturulan araştırma sorusu; “*Turizm odaklı kalkınma sürecinde Kayseri ilinde karşılaşılan sorunlar nelerdir?*” şeklinde belirlenmiştir.

### 3.2. Araştırmanın Amacı, Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın amacı Kayseri ilinin turizm odaklı kalkınma sürecinde karşılaştığı sorunları tespit etmek ve bunların ortadan kaldırılmasına yönelik çeşitli çözüm önerileri ortaya koymaktır. Ayrıca bu süreçte politika yapıcılara ve uygulayıcılara yol göstermek ve çalışma bulguları ile mevcut literatüre katkı sağlamak da çalışmanın diğer bir amacını teşkil etmektedir.

Bu bağlamda Kayseri ilindeki turizm sektörü paydaşları araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir. Yargısal örnekleme yöntemi ile bu evrenden seçilen 20 turizm sektörü paydaşı ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bertaux (1981), tüm nitel araştırmalarda örneklemin en az 15 kişiden oluşması gerektiğini belirtmiştir. Creswell (1997) ise 10 kişi ile mülakat yapılmasını yeterli bulmaktadır. Benzer şekilde Corbin ve Strauss (2015), örneklem boyutunun 6 kişiden fazla olmasını belirtmiş ve en az 6 kişi ile mülakat yapılmasını önermiştir. Bu nedenle çalışmada örneklem olarak 20 kişi belirlenmiştir. Bu faktör de araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

### 3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplamak amacıyla yarı yapılandırılmış mülakat (*semi-structured interview*) tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinde araştırmacı sormayı planladığı soruları önceden hazırlamakta ve görüşmenin akışına göre görüşmeye çeşitli sorular ekleyerek konuyu detaylı bir şekilde araştırabilmektedir (Corbin ve Strauss, 2015, s. 39).

Araştırma verilerinin toplanması için yarı yapılandırılmış bir mülakat formu oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulurken araştırmanın amaçları doğrultusunda daha önce hazırlanan makale, bildiri, tez vb. ampirik ve teorik çalışmalar dikkate alınmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında özellikle literatürdeki bazı çalışmalardan (Boonpat, 2010; Cihangir, 2016; Durgun, 2006; Geetha, 2015; Gözüela, 2018; Lemos, 2017; Li, 2005; Motumi, 2013; Susan, 2016; Şeker, 2011) ve konu hakkında uzman akademisyenlerin görüşlerinden yararlanılmıştır.

Katılımcılar yapılacak mülakatlarla ilgili olarak önceden bilgilendirilmiş, mülakatlar yapılmadan önce kişisel bilgilerin gizli tutulacağı bildirilmiş ve katılımcılara verilen güven duygusu ile samimi bir ortam oluşturularak mülakat sorularına objektif bir şekilde cevap vermeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Mülakatlar 10 Mart ile 9 Nisan 2020 tarihleri arasında yapılmıştır. Mülakatlar katılımcıların yer aldığı işletme, kurum ve mekanlarda yapılmış ve her bir mülakat yaklaşık olarak 50-55 dakika sürmüştür. Ayrıca ses kaydına alınan her bir mülakat eksiksiz olarak yazıya dökülmüş ve muhtemel bir hata ile karşılaşmamak için sürekli olarak kontrol edilmiştir.

### 3.4. Verilerin Analizi

Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanan veriler betimsel olarak (*descriptive analysis*) analiz edilmiştir. Betimsel analiz, toplanan verilerin belirli temalara göre sınıflandırılması, özetlenmesi, yorumlanması ve sonuçlara ulaşılması sürecini kapsayan bir analiz türüdür. Betimsel analiz dört aşamadan oluşmaktadır; (1) betimsel analiz için çerçeve oluşturma, (2) verilerin tematik çerçeveye göre işlenmesi, (3) bulguların tanımlanması ve (4) bulguların yorumlanmasıdır (Hancock, Ockleford ve Windridge, 2009, s. 24; Yıldırım ve

Şimşek, 2013). Verilerin analizinde katılımcı görüşleri, görüşme sorularına dayalı olarak belli temalar altında kodlanmış, katılımcıların görüşleri arasında ilişkiler kurulmuş ve görüşleri destekleyen alıntılar yapılmıştır. Bu işlemlerden sonra analiz işlemine son verilerek araştırma bulgularının yazımına geçilmiştir.

### **3.5. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği**

Araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği sağlamak için mülakat formunun literatürden hareketle hazırlanması (Yin, 2009, s. 40-42), araştırmanın gönüllülük esasına dayanması (Shenton, 2004; Şimşek ve Yıldırım, 2006), araştırma alanının önceden incelenmesi ve gözlemlenmesi (Lincoln ve Guba, 1986), soruların tekrarlanması ve fenomenin betimlenmesi (Shenton, 2004), uzman kişi tarafından araştırmanın kontrol edilmesi (Lincoln ve Guba, 1986), betimleyici istatistiklerin sunulması, örneklemin özelliklerinin belirtilmesi (Demirezen, 2019, s. 38), bulguların literatürle karşılaştırılması (Silverman, 2000), araştırmacının nitel araştırma hakkında tecrübe sahibi olması (Patton, 2002), bulguların literatürle örtüşmesi ve örneklem çeşitliliğinin sağlanması (Brink, 1993, s. 35-36; Karataş, 2015, s. 76-78) gibi faktörler araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanmasında dikkat edilen önemli kriterlerdir. Bu çalışmada da araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak için yukarıda ifade edilen kriterler dikkate alınmıştır.

### **3.6. Etik Kurul İzni/Raporu**

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 28/07/2020 tarihli ve 107 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur. Bu çerçevede çalışmada araştırma ve yayın etiğine uyulması açısından gerekli hassasiyetin gösterildiği de ifade edilebilir.

## **4. Bulgular ve Yorumlar**

Bu bölümde Kayseri ilinde 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen mülakat verileri değerlendirilerek, mülakata ilişkin bulgu ve yorumlara yer verilmiştir. Mülakat anında cevaplanan sorular çeşitli temalar oluşturularak değerlendirilmiştir. Mülakat yapılan katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilirken katılımcılara numaralar verilmiştir. Toplam 20 katılımcı K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19 ve K20 olarak numaralandırılmıştır.

### **4.1. Betimleyici İstatistikler**

Kayseri’deki 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen çalışmada, mülakat öncesi katılımcılardan demografik özellikleri istenmiştir. Demografik özellikler ile katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm sektöründe veya buldukları sektörde çalışma süresi ve Kayseri ilinde çalışma süresi gibi bilgiler elde edilmiştir. Böylece katılımcıları betimleyecek verilere ulaşılmıştır. Katılımcılara ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1. Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler**

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek/Pozisyon	Turizm Sektöründe veya Bulunduğu Sektörde Çalışma Süresi	Kayseri İlinde Çalışma Süresi
<b>K1</b>	45	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	26 Yıl	3 Yıl
<b>K2</b>	40	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Birimi Başkanı	7 Yıl	13 Yıl
<b>K3</b>	39	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Kayseri Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü	7,5 Yıl	7,5 Yıl
<b>K4</b>	57	Erkek	Lise	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	36 Yıl	19 Yıl
<b>K5</b>	45	Erkek	Lisans	Kayseri Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı/Organizasyon Şirketi-Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl Üzerinde	10 Yıl Üzerinde
<b>K6</b>	32	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Muhasebe Sorumlusu	8 Yıl	7 Yıl
<b>K7</b>	40	Erkek	Lise	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Genel Müdür	18 Yıl	18 Yıl
<b>K8</b>	37	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/İşletme Sahibi	12 Yıl	12 Yıl
<b>K9</b>	41	Erkek	Yüksek Lisans	Kayseri Büyükşehir Belediyesi/Kent Tarihi ve Tanıtımı Dairesi Başkanı	16 Yıl	10 Yıl
<b>K10</b>	35	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı/TÜRSAB Erciyes Bölge Temsil Kurulu Başkanı	15 Yıl	15 Yıl
<b>K11</b>	43	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	29 Yıl	4 Ay
<b>K12</b>	46	Kadın	Lisans	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü/Şube Müdürü	25 Yıl	7 Yıl
<b>K13</b>	49	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	25 Yıl	5 Yıl
<b>K14</b>	49	Erkek	Doktora	Erciyes A.Ş./Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl	10 Yıl
<b>K15</b>	40	Kadın	Önlisans	Otel Genel Müdürü	20 Yıl	20 Yıl
<b>K16</b>	30	Erkek	Lise	Hediyelik Eşya İşletmesi Sahibi	15 Yıl	15 Yıl
<b>K17</b>	20	Erkek	Lise	Yöresel Ürün İşletmesi Sahibi	3 Yıl	3 Yıl
<b>K18</b>	48	Erkek	Lisans	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	30 Yıl	30 Yıl
<b>K19</b>	34	Erkek	Doktora	Akademisyen	10 Yıl	10 Yıl
<b>K20</b>	26	Erkek	Yüksek Lisans	Yerel Halk/Öğretmen	2 Yıl	2 Yıl

Tablo 1 incelendiğinde, toplamda 20 katılımcıdan ikisi 20-30 yaş aralığında, altısı 30-40 yaş aralığında, on bir katılımcı 40-50 yaş aralığında ve bir katılımcı ise 50-60 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların on sekizi erkek, ikisi de kadındır. Böylece erkek katılımcıların daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından incelendiğinde, dört katılımcının lise, bir katılımcının önlisans, dokuz katılımcının lisans, dört katılımcının yüksek lisans ve iki katılımcının ise doktora eğitime sahip olduğu ifade edilebilir. Meslek/pozisyon açısından incelendiğinde, turizm sektörü paydaşı olarak seçilen katılımcıların çoğunlukla üst düzey görevlerde yer aldıkları görülmektedir. Turizm sektöründe veya katılımcıların buldukları sektörde çalışma süreleri incelendiğinde, beş katılımcının 1-10 yıl arasında, sekiz katılımcının 10-20 yıl arasında ve yedi katılımcının ise 20 yıl ve üstü sektörde çalışma tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Çalışma süreleri incelendiğinde ise sekiz katılımcının 1-10 yıl arasında, on katılımcının 10-20 yıl arasında ve iki katılımcının ise 20 yıl ve üstü Kayseri ilinde çalışma tecrübesine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu verilere göre katılımcıların çeşitliliği, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm ile ilgili yetki ve sorumlulukları, sektörde ve Kayseri ilinde çalışma tecrübesi mülakat yöntemi ile toplanan araştırma verilerinin doğruluğu, güvenilirliği ve geçerliliğine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır.

#### **4.2. Mülakatların Analiz Edilmesi**

Bu bölümde ortaya çıkan bulgular çeşitli başlıklar altında analiz edilmiştir. Analiz sırasında katılımcıların görüşleri arasında ilişki kurulmuş ve görüşleri karşılaştırılmıştır.

##### **4.2.1. Kayseri’de Genel Bir Turizm Geliştirme Stratejisi ve Planının Olup Olmadığına Yönelik Katılımcı Görüşleri**

Katılımcılar genellikle Kayseri’de genel bir turizm geliştirme stratejisi ve planının olmadığını ifade etmektedir. Buna karşılık bazı katılımcılar ise genel bir strateji ve planın hazırlandığını belirterek, bu konuda işbirliğinin eksik olduğuna dikkat çekmektedir. Genel olarak katılımcılar genel bir plan ve strateji oluştururken tüm paydaşlarla işbirliği yapılmasının ve planların kişiye bağlı ilerlememesinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K2. “Yok, en temeli Erciyes Master Planı sadece kış turizmi için. ...gayet sistematik olarak gidiyor, illa vardır bir şeyler ama iyiler.”

K3. “Yok, büyükşehir oluşturmaya çalışıyor, tek başına belediyenin altından kalkabileceği bir iş değil. Erciyes Master Planı vardı kış turizmüne yönelik.”

K5. “Kayseri turizm master planı şart, bunu akademisyenler, turizm profesyonelleri, bakanlık çalışanları, valiliğimiz ve bütün kurumların bir araya geldiği ve fikirlerin, önerilerin bir araya getirilip konuşulduğu bir kongre, bir çalıştay çerçevesinde oluşturularak bir yol haritası belirlenerek ilerlemesi lazım, burada da belediyemizin, valiliğimizin ve hükümetimizin onlara büyük görev düşüyor, bir hareket planı çıkartılarak bu planın da eksiksiz yürütülmesinin sağlanması, yani iktidar değişir, bürokratlar değişir ama bu planın eksiksiz şekilde devam etmesinin sağlanması gerekiyor.”

K9. “Var, mesela kültür yolu Kayseri’deki kale ve çevresi düzenletildi, birçok yapı restore edildi, ilçe belediyeleri de bu işe destek verdiler ve Erciyes Master Planı çalışmalarını bir



araya getirildiğinde kent ölçeğinde bir çalışmanın boyutu ortaya çıkıyor, çalışmanın planlandığını görüyoruz. Uygulamada karşılaşılan sorun kişilere bağılı olması, merkezi idarenin kontrolünde gerçekleştirilmek zorunda kalması...”

K10. “Belediyenin ve Kültür Müdürlüğü’nün birlikte yapmış olduğu bir strateji var. Stratejiyi oluştururken de uygularken de benim gözlemediğim paydaşlarla paylaşılmaması, paydaşların bilgi ve tecrübelerini istememeleri, yani ben yaptım, ben ettim usulü olduğu için istenilen düzeyde olmuyor.”

K12. “Kayseri turizm master planı çıkaracağız.”

K13. “Genel bir strateji ve plan olduğundan bahsetmek mümkün değil, genellikle münferit çalışmalarla bir yere geliyor.”

K14. “Böyle bir kaygı var, ana strateji oluşturmaya yönelik...”

K15. “Bence yok, yeni yeni adımlar atılıyor, sağlıkla ilgili, gastronomi ile ilgili.”

K19. “...bence çok sağlıklı yapılmış plan, program söz konusu değil, yazılı, çizili çeşitli zaman planlamalarının yapıldığı stratejik planlar hazırlanması gerekiyor.”

#### **4.2.2. Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmalarının Yeterli Olup Olmadığına Yönelik Algı veya İzlenim**

Katılımcılar genellikle yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarını yeterli bulmamaktadır. Buna karşılık bazı katılımcılar ise yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yeterli düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak katılımcılar yerel yönetimlerin turizm sektörü paydaşlarıyla daha fazla işbirliği içerisinde olması, özel sektörü desteklemesi ve yatırımları çeşitlendirmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Katılımcıların bu başlık altındaki ifadeleri ile daha önceki başlıklar altındaki ifadeleri birbiri ile örtüşmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Bence yeterli, hatta çok fazlasıyla bu işle uğraşıyorlar.”

K4. “Yani yapıyorlar, ama tabii ki yeterli değil, daha da gelişmeli, daha aktif olmalı.”

K5. “Gayet yeterli buluyorum, çok gayret ediyorlar, ama özel sektörle ve turizm profesyonelleri ile daha fazla işbirliği içerisinde çalışmaları gerektiğini düşünüyorum, bu anlamda gelişmeler sağlanıyor, sürekli gelişmeler sağlanıyor, ama şehrin turizmcişinin, şehrin acentelerinin, şehrin otellerinin daha çok desteklenmesi gerektiğini belediye imkanlarından daha çok istifade etmeleri gerektiğini, tercihler anlamında ilk tercihlerin onlardan yana olması gerektiğini düşünüyorum.”

K6. “Tam anlamıyla yeterli değil, zaten son birkaç yıldır bu konuya destek vermeye başladı...”

K11. “Gördüğüm kadarıyla yerel yönetimler turizmin geliştirilmesi için son derece istekli ve özverili çalışma yapıyorlar, büyükşehir belediye başkanımız olsun, birkaç önemli görevlerde bulunan değerli kamu görevlileri bu konuda özverili çalışma yapıyorlar, ama mahalle baskısı diye tabir ettiğimiz bir konu var, psikolojik, bu onları engellediğini düşünüyorum, istediklerini tam anlamıyla yapamıyorlar.”

K13. "Yok, yerel yönetimlerin turizm konusundaki anlayışları ve çalışmaları maalesef ki yeterli değil."

K17. "Şu anda az buluyorum, yetersiz."

K20. "Yetersiz, yatırımlar çeşitlendirilmiyor, hep aynı noktaya sabitlendirilmiş, turistleri çekmek için veya sektörü çeşitlendirmek için fazla çalışma yapılmıyor."

#### **4.2.3. Bölgedeki Turizm Yatırımı, Tanıtım ve Pazarlamasının Yeterli Olup Olmadığına Yönelik Algı veya İzlenim**

Katılımcılar turizm paydaşları ile işbirliğinin eksikliği, yatırımcıların çeşitli nedenlerle (yap-işlet-devret modeli, politika eksikliği, turizmin 12 aya yayılmaması/mevsimsel olması), bölgeye çekilememesi, tanıtım ve pazarlama araçlarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılmaması, gereken bütçenin ayrılmaması, destek veya teşviklerde eksikliklerin olması ve planların kişiye bağlı ilerlemesi gibi nedenlere atıf yaparak Kayseri'deki turizm yatırımı, tanıtım ve pazarlamasının yeterli olmadığını ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1. "Tanıtım ve pazarlama konusunda ellerinden geleni yapıyorlar, eldeki imkanlar, maddi şeyler, hatta şimdi bunun için kalkınma ajansları kuruldu, bence onun için yararlanılması gereken bir konu, yatırım konusunda daha değil, o yavaş yavaş oturacak, çünkü buraya gelen bir turizm kültürü daha yeni başladığı için yatırımcı da haliyle geleceğini görmek amaçlı, örnek veriyorum 10 milyon dolar yatırdığında buraya işte bunun kaç senede döndüğüne bakmaya çalışıyor, ne kadar erken dönerse yatırımcı için o kadar rahat, ama şu anda kayak turizminin kısa olması nedeniyle, 60 gün olması nedeniyle 10 milyon doları 60 günde çıkartamayacağını düşünerek, yeterli düzeyde değil. Tanıtım ve pazarlama konusunda herkes elinden geleni yapıyor, ama yeterli mi? Hiçbir zaman değil..."

K4. "Değil, yeterli değil, sosyal medya kullanılarak, çeşitli etkinliklere, fuarlara katılarak bunu artırmak lazım, mevcut gelenlerin memnuniyetini artırarak bunların seneye yine gelmesini, eşini dostunu da yönlendirmesi sağlanabilir."

K5. "Yeterli değil, artırılması lazım, bir master plan çerçevesinde bu işin profesyonel ellerden gerekli bütün devlet ve girişimci desteği sağlanarak, belediye desteği sağlanarak profesyonel ellerden yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum... ..şehrimizi görsel ve sosyal medyada, televizyonlarda ve yurtdışındaki yayınlarda da mutlaka tanıttığımızda, bilhassa inanç turizmi, sağlık turizmi ve Erciyes dağ turizmi anlamında büyük potansiyel kazanacağımıza ben canı gönülden inanıyorum."

K13. "Yok, hiçbir şekilde yeterli düzeyde değil, son derece amatör düzeyde, profesyonel bir bakış açısıyla baktığımız zaman profesyonellik hiç yok, el yordamıyla gidiyor, doğru düzgün bir şekilde el atılması gerekiyor, her şeyden önce turizmcilerin bir birlik olması gerekiyor, maalesef Kayseri'de o birlik yok."

K14. "Değil, aslında bölgenin kış turizm master planında 10 bin yatak kapasitesi hedeflendi, ama hedeflenen turizm yatırımına ulaşamadı, yatak kapasitesinin 10 bin olması gerekiyor, yatırımlarda eksik kaldılar, restoran, insanların gezebileceği, vakit geçirebileceği mekanlar olması gerekiyor..."

K16. “Değil, Erciyes Master Planı vardı, Mehmet Özhaseki zamanında zirveye ulaşmıştı, Haseki gittikten sonra master planı bitmiş, sıfır bir plan, yatırımcıları çekemiyor... Siz yapın işletin sonra bize devredin dersin kimse yatırım yapmaz. Herhangi bir medya olarak herhangi bir çalışma yok.”

K19. “Kesinlikle yetersiz, çok daha fazlasının yapılması lazım, zaten zayıf kaldığımız en önemli noktalardan bir tanesi de pazarlama aşaması, oranın daha da fazla üzerine eğilerek daha profesyonel yaklaşımlarla daha fazla bütçeler ayrılarak yapılması gerekiyor. Birlikliyle bunların içerisinde turizm paydaşları ve akademik personelin olduğu çalıştayların organize edilmesi lazım, bu çalıştaylardan sonra yapılması gerekenler yol haritası şeklinde düzenlenmeli ve plan, program, strateji geliştirilerek hayata geçirilmesi lazım.”

K20. “Kesinlikle yeterli olduğunu düşünmüyorum, Kayseri’de potansiyeli kullanmıyor, istikrarlı turizm politikamız, oturmuş bir sistemimiz yok.”

#### **4.2.4. Turizmin Kayseri’de Geliştirilmesi ve Faydalarının Artırılmasına Yönelik Öneriler**

Katılımcılar turizm sektörünün Kayseri’de geliştirilmesi ve turizm faaliyetlerinden elde edilen faydaların artırılarak turizm odaklı kalkınmanın sağlanabilmesi için bazı eksikliklerin giderilmesi ve çeşitli uygulamaların gerçekteştirilmesine yönelik vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “şu anda elimizde bir ürün var dağ gibi, bu dağda destekleyici oteller var, bence en kısa zamanda hızlı bir biçimde pazarlama faaliyetlerinin artırılması ve dağın sadece ve sadece kış turizmi değil trekking, spor dört mevsimde kullanılabilir bir hale getirilmesi için yapılmalıdır. Ürünlerin netleştirilmesi gerekiyor, örnek dağ ürünü, gastronomi, pastırma, sucuk bunların üzerinden net bir şekilde biz ürün koyma deriz, bir ürün koyması gerekiyor. Altyapısının turizm altyapısının personeliyle, çalışanlarıyla, tedarikçileri ile daha zincirleme bir şekilde desteklenmesi gerekiyor. ...yani algının değişmesi gerekiyor Kayseri’de, yerel halkın aslında bu konuda bilinçleneceği en güzel nokta para kazanması, ama şu anda böyle bir sektör yok Kayseri’de...”

K2. “Esnaflara eğitim verilmesi lazım, satılan ürünlerde belirli standartların oluşturularak Kayseri ürünlerinin imajını koruması lazım, Kayseri’de turizmin süreç yönetimi çerçevesinde bir merkezden yürütülmesi lazım, şu anki dağınık yapı amaçlara ulaşım noktasında koordinasyon eksikliğine sebep olmaktadır. ...Kayseri’nin Türkiye’deki tüm AVM’lerde Kayseri mutfağı diye açılacak ve bu standartları koruyup tüm illerde tanıtımı yapacak markalara ihtiyacı var. İnsanların diyalog çerçevesinde, kurumların diyalog çerçevesinde geliştirilmesi gerek, kurumlar arası diyalog oldukça zayıf ve turizm gerçek bir amaç hüviyetinde değildir, sadece yan, tali bir faaliyet olarak yürütölmektedir.”

K3. “Dağ bölgesine hapsolmuş bir turizmden vazgeçebilirsek, yani sadece dağa hapsolmuş bir turizmden vazgeçebilirsek o zaman ekonomik faydası olacağını düşünüyorum. şu anda dağ bölgesine hapsolmuş bir durumda turizm faaliyetleri, oteller kazanıyor, oradaki kayak işi ile ilgilenenler kazanıyor... Ne zaman ki biz bunları kapalı çarşıya çekebiliriz, örnek veriyorum ne zaman ki biz bunları farklı yerlerde gezmeye yönlendirebilirsek, Yahyalı’ya muhakkak gitmelerini sağlayabilirsek, orada halı, kilim almalarını, gidip gilaburunun tadına

bakmalarını, pastırma, sucuktan daha fazla temin etmelerini, mantıya merak salmalarını sağlayabilirsek o zaman daha canlı olacağını düşünüyorum..."

K5. "Genel bir plan yok, aslında turizmi geliştirmek için bir master plan yapılması gerekiyor... Sağlık turizmi çalıştayı yaptık... ..gastronomi çalıştayı onu da yaptık... ..bu gibi çalıştayların inanç turizmi çalıştayı adı altında... ..tarih turizmi çalıştayı adı altında yenilerinin yapılarak bir turizm master planı çerçevesinde hepsinin tek tek hayata geçirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yatak kapasitemiz yeterli değil..."

K6. "Yerel yönetimlerle turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm firmaların belirli dönemlerde bir araya gelerek... ..istişare edilerek ne gibi projeler sunulmalı, ne gibi adımlar atılmalı konusunda dönem dönem istişare toplantısı yapılabilir, eksiklikler tespit edilebilir... Yeni alanlar insanların daha fazla ilgisini çekiyor yeni alanlar araştırılabilir, orada faaliyetler geliştirilebilir."

K7. "Seyyid Burhanedin Hz.'nin olması Kayseri için bence büyük bir nimettir... Bölgedeki bakir kalmış yerleri tespit edip oraların turizme kazandırılıp tüm Türkiye'ye, tüm dünyaya açabilmesi için araştırmaların daha iyi yapılabilmesi gerekir."

K8. "Tanıtım en önemlisi, yerel halkın adapte olması, yatırımcıların bulunması, Kayseri'ye otel ve restoran gibi farklı konseptlerdeki yatırımcıların bulunması gerekiyor, fuarlara katılımın olması gerekiyor, yurtdışındaki fuarlara, Erciyes kayak merkezinin daha faydalı kullanabilecek şeylerin araştırılması gerekiyor. Esnafın turistle olan ilişkilerinin nasıl olacağını yavaş yavaş zamanla anlaması gerekiyor. Turiste yönelik mal ve ürünlerin satılmasının teşvik edilmesi gerekiyor..."

K9. "Turizm teşvikleri ile ilgili belki Türkiye'de en az bu işten faydalanan şehir Kayseri... Kıyı turizmine verilen desteğin Anadolu içlerine de özellikle Kayseri'ye verilmesi lazım, Kayseri Kapadokya'yı domine edebilecek güce sahip bir şehir. Master planımızın olması lazım, bu master planı hazırlarken sadece Kayseri'ye özel değil, Kayseri Kapadokya'dan ayrılmaz bir bütün, Kapadokya master planının hazırlanması lazım... ..işbirliği şart... Üniversite, STK, merkezi idare temsilcileri ile yerel yöneticilerle, turizm firmalarıyla bir araya gelerek sosyal etkinlik yapan kişilerle, düzenleyen, organizasyonu yapan kişilerle bir araya gelip bir plan oluşturulması gerekiyor... Biz master planını yapmazsak ne yaparsak yapalım günü kurtarıyoruz. Bir de öyle kurumsal bir şey ortaya konulması lazım ki, bir akıl ortaya konulması lazım ki kişilere bağlı gitmemesi lazım..."

K10. "...yaz döneminde işte Kaniş Karum, Hürmetçi, Sultan Sazlığı, Yahyalı Şelalesi, Soğanlı, Koramaz Vadisi, merkezimizdeki kalemiz gibi çok önemli değerlerimiz var, bu değerleri nasıl pazarlamalıyız, neler yapmalıyız buna bakmamız lazım. Gelen turisti otelde yatırmayacaksın, paket tur, günübirlik sürekli tur yapmak gerekiyor ki bu insanlara alışveriş turları yapmanız gerekiyor, kültür turları yapmanız gerekiyor, otelde bağımlı tutarsanız bu insanlar cebindeki parasını harcamazlar, harcamazlarsa da yerel ekonomiye bir katkısı olmaz, yani gelen turisti özendirerek güzel kültür yolları çizip, burada da alışveriş yerleri tespit edilip bu şekilde bir tur yaptırılabilir."

K11. "Erciyes'e gelen misafirlerin sosyal yaşam alanları yok, ibadet alanları yok, otelden dışarı çıkabileceği, alışveriş yapabileceği, eğleneceği, içebileceği veya başka aktivite yapabileceği bir mekan yok, o da Kayseri'nin en büyük eksikliği. ...paydaşlarla bir çalıştay düzenlenmeli... Kayseri'de kayak turizmi daha iyi nasıl geliştirilebilir, çok kısa dönem olan

turizmi nasıl uzatabiliriz, spor turizmi, yüksek irtifa ile ilgili altyapı hazırlanmalı, kültür turizmi olarak St. George'un evi rehabilite edilebilir, bununla ilgili profesyonel, kendi alanında en iyisi olan acenta olsun, tur operatörü olsun her kimse anlaşmalar, görüşmeler yapılabilir..."

K12. "Kayseri'ye ciddi anlamda yatırımlar yapılabilir. ...otel yapılabilir, butik otel yapılabilir. Kayseri'de uluslararası festivaller yapılabilir... Çok önemli hava firmalarından bir tanesi ile Kayseri film çekimi yapılabilir, reklam çekimi yapılabilir..."

K13. "Bir kere dağa bir standart getirmek lazım... Öncelikle turizm altyapısını oluşturmak lazım, yabancı dil bilen personel yetiştirmek lazım, halkı bilinçlendirmek lazım... Kayseri'nin ön plana hemen sunulup çıkartılacak hiç keşfedilmemiş güzellikleri var, bunları ön plana çıkararak yurtdışında sürekli olarak hiç vazgeçmeden arka arkaya gidip tanıtımlar yapmak lazım, hedef pazarlar seçip o hedef pazarların sürekli kapılarını aşındırıp insanları Kayseri fikrine alıştırmak, Kayseri'ye gelmek için kafalarında bir imaj oluşturmak lazım... Kayseri'de birçok şey üretiliyor bu üreticilerin de turizme katılması lazım, destek vermesi lazım, tanıtım yapması lazım... Kayseri'ye gelen bir sürü Ukraynalı turist var, Kayseri'nin mesela Türkiye'de mobilyanın başkenti olduğunu biliyor mu? Herhangi biri bilmiyor, peki bunlar arasında mobilya işi olan birisi olsa..."

K15. "İl müdürlüklerinin daha etkili, faal olması gerekiyor, her türlü ürünün denetlenmesi ve standartlar getirilmesi gerekiyor... Daha fazla reklam yapılması gerekiyor... Pansiyon fiyatlandırmanın olması ekonomiye çok katkı sağlamıyor. Konaklamayı sadece oda+kahvaltı şeklinde yada sadece konaklama artı olarak hesap edilirse belki insanlar dışarıya çıkarak biraz daha dışarıdaki esnaflardan alışveriş yapıp, yemek yiyip diğer ekonomiyi de destekleyeceğini düşünüyorum."

K16. "Belediyenin burada yüzlerce arsası var, satıp özel sektörü destekleyebilir, en fazla iki yıl içerisinde, üç yıl içerisinde Erciyes bambaşka bir yer olur. Elindeki her şeyi saklarsan bir anlamı yok, Belediyelerle yatırımcıların buluşması gerekiyor."

K17. "Daha fazla reklam yapılabilir, radyoda olsun, televizyonda olsun, sosyal medyada olsun... ..gezilecek yerler için turistik dergiler basmak olabilir, havaalanlarında bu bilgileri paylaşmak olabilir, gelen turistler adına."

K18. "Yatırımcıya destek verilmesi lazım, önündeki engeller, bürokratik engellerin kaldırılması lazım ve altyapı çalışmalarına daha önem vermek lazım."

K19. "Onun için çevredeki destinasyonlarla özellikle Kapadokya ile entegre edilerek çeşitli tur programları yapılabilir. Bizzat yerelde çalışan esnafın, küçük ve orta büyüklükteki esnafın bu işin içerisine dahil olması lazım, yani paydaşların bu işin içerisine katılması lazım. Örneğin çarşının içerisinde pastırma, sucuk satan esnaflar var, o esnaflar mesela Erciyes'te ne olup bittiğinden bihaberler, Erciyes'e gelen giden turistlere çarşının gezdirilmesi lazım, gezdirildikten sonra o esnaftan alışveriş yapılması lazım, bununla beraber de esnafı da turizme çekmek için çeşitli kampanyalar, projeler yapmak lazım... Bunun haricinde seyahat acentalarının çeşitli uygulamalar yapması lazım, acentalar, turist rehberleri, buraya tur getiren tur operatörlerinin entegre bir şekilde çalışması lazım."

K20. "Önce kayak merkezinin kapasitesi daha fazla artırılabilir, çevre düzenlemesi şartlara uygun şekilde yapılabilir, mesela Davos'ta ekonomik zirve yapılıyor, Erciyes'te de kongre merkezi yapılabilir, terapi merkezi yapılabilir, özellikle yiyecek-içecek işletmeleri ve hizmetleri daha kaliteli hale getirilebilir, gastronomi konusunda daha çok tanıtım ve çalışma

yapılması lazım, turizm çalışmaları sadece merkezde değil Kayseri'nin diğer bölgelerine de yayılmalıdır. Mesela off road, doğa yürüyüş parkurları, kampçılık, paraşüt sporu, doğal yaşam alanları, hobi alanları bunlar yoksa yapılabilir, varsa da daha çok çalışma ve tanıtım ile desteklenmelidir. Yöresel ürünlerin daha çok tanıtılması lazım, yerel halkın ve esnafın da bilinçlendirilmesi lazım bu konuda, profesyonelce yapılması lazım bütün sürecin.”

Araştırma katılımcılarının görüşleri ile literatür bulguları genellikle tutarlılık göstermektedir. Ayrıca yukarıdaki ifadelerden Kayseri bölgesinde turizm ile ilgili yatırım, tanıtım ve pazarlama, altyapı ve üstyapı, ulaşılabilirlik, bütçe, strateji, politika, plan veya program, işbirliği, koordinasyon, teşvik ve destek, algı, marka ve imaj, rekabet, destinasyon yönetimi ve turizm potansiyelinin değerlendirilmesi konusunda eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın amacı doğrultusunda Kayseri ilinde bulunan 20 turizm sektörü paydaşı ile mülakatlar yapılmış ve elde edilen veriler ulusal ve uluslararası literatür ile karşılaştırılarak değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Öncelikle çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda, Kayseri’de genel bir turizm geliştirme stratejisi ve planının olmadığı, ayrıca yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının ise genellikle yetersiz olarak algılandığı tespit edilmiştir. Bu bulgular ise gelecekte Kayseri’de turizm faaliyetlerinin gelişebilmesi için planlama ve ortak bir strateji geliştirmenin önemini ve gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Tablo 2, Kayseri bölgesinde turizm odaklı kalkınma politikaları yürütülmesi esnasında tespit edilen başlıca sorunları ve mevcut literatür ve bölgedeki turizm paydaşları ile yapılan mülakatlar sonucunda uygulamaya konulması tavsiye edilen çözüm önerilerini göstermektedir.

Tablo 2’de görüldüğü üzere çalışmada turizm sektörünün Kayseri’de geliştirilmesi ve turizm faaliyetlerinden elde edilen faydaların artırılarak turizm odaklı kalkınmanın sağlanabilmesi için bazı eksikliklerin giderilmesi ve çeşitli uygulamaların gerçekleştirilmesinin gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede tespit edilen sorunları ortadan kaldırmaya yönelik çeşitli çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Tespit edilen sorunlar ve sunulan çözüm önerileri açısından elde edilen bulguların (Archer ve Fletcher, 1996; Brenner ve Aguilar, 2002; Dana vd., 2014; Homlong ve Springler, 2016; Lama, 2012; Metaxas ve Karagiannis, 2016; Neves, 2006; Niewiadomski, 2011; Petrevska ve Manasieva Gerasimova, 2012; Petrevska ve Matlieska, 2012; Viviers, 2005) tarafından yapılan çalışmaların bulgularını destekleyici nitelikte olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 2. Turizm Odaklı Kalkınma Sürecinde Karşılaşılan Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri**

<b>Karşılaşılan Sorunlar</b>	<b>Çözüm Önerileri</b>
<i>Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin nispeten sınırlı olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri daha fazla bütçe ile bir plan çerçevesinde yapılabilir.</li><li>• Kayseri'nin çekicilikleri yurt dışındaki havalimanlarında tanıtılabilir.</li><li>• Kentin çekicilikleri film, şarkı, reklam, sosyal medya, rehber vb. görsel-işitsel ve yazılı araçlar ile turistlere sunulabilir. (Örneğin Kapadokya'nın ismi Çince bir şarkıda geçiyor, Kayseri veya Erciyes isminden de bir şarkıda söz edilebilir).</li><li>• Kent artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi ile tanıtılabilir.</li><li>• Uluslararası fuarlarda veya etkinliklerde tanıtılabilir.</li><li>• Uluslararası alandaki seyahat acentaları ve tur operatörleri ile anlaşmalar yapılabilir.</li><li>• Yerel seyahat acentaları ve tur operatörleri teşvik edilebilir.</li></ul>
<i>Turizm faaliyetlerinin daha çok belirli bir sezona yoğunlaşması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kayseri Kalesi, Mimar Sinan Evi, Seyyid Burhaneddin Hz., St. George vb. kentin değerleri ve çekicilikleri inanç, kültür ve tarih turizmi kapsamında öne çıkarılabilir.</li><li>• Kapuzbaşı Şelaleleri, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı, Soğanlı Vadisi vb. çekicilikler doğa turizmi kapsamında tanıtılabilir ve bu alanlarda düzenli olarak etkinlikler organize edilebilir. Ayrıca Kapadokya destinasyonu ile entegre edilebilir.</li><li>• Kentin gastronomik değerleri (pastırma, sucuk, mantı vb.) ile ilgili festivaller yapılabilir.</li><li>• Yamaç paraşütü daha ön plana çıkarılabilir.</li></ul>
<i>Yatırımların ve kapasitenin sınırlı olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Özellikle teknolojik ve inovatif yatırımlar (akıllı turizm destinasyonu uygulamaları vb.) yapılarak destinasyon daha çekici hale getirilebilir.</li><li>• Bölgedeki konaklama işletmelerinde yatak kapasitesi artırılabilir.</li></ul>
<i>Altyapı ve üstyapının istenen ölçüde gelişmemiş olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm sektörüne yönelik alt ve üstyapının niteliği artırılabilir ve daha modern bir biçimde geliştirilebilir. (Örneğin havalimanı daha modern ve daha fonksiyonel bir biçimde yeniden yapılabilir).</li></ul>
<i>Şehre yönelik algının genelde olumsuz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında reklam, propaganda vb. araçlar ile turistler etkilenebilir. Bu durumda olumlu bir izlenim oluşturmak için yerel esnaf ve halkın eğitilmesi de oldukça önemlidir.</li><li>• Ulusal ve uluslararası alandaki ünlü kişilerle reklam çekimleri yapılabilir.</li></ul>
<i>Yerel halkın bilincinin ve turizm sektörüne katılımının yetersiz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yerel televizyonlarda turizm konusunda halka yönelik sürekli olarak programlar yapılabilir.</li><li>• Turizm ile ilgili broşür, kitap, dergi vb. bilgilendirici materyaller dağıtılabilir ve sektörün sağlayacağı faydalar anlatılabilir.</li><li>• Yerel halkın turizme katılımı teşvik edilebilir.</li></ul>
<i>Yerel esnaf ve halkın turizm hakkında eğitim düzeyinin yetersiz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bilgilendirici toplantılar, rehberler, TV programları vb. araçlar ile yerel esnaf ve halkın turistlere nasıl davranması veya turizm konusunda ne yapması gerektiği anlatılabilir.</li></ul>
<i>Bölgeye özgü tüm yöresel ürünlerin tanıtımında yaşanan sorunlar</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bölgeye özgü tüm ürünler (yöresel, endüstriyel ürünler vb.) için uluslararası sertifikalar alınabilir ve uluslararası fuarlarda veya etkinliklerde tanıtılabilir.</li><li>• Bölgeye gelen turistlere bölge ürünlerinin tanıtıldığı kitaplar dağıtılabilir.</li></ul>

Tablo 2. Devamı

<i>Marka ve imajın yeterince geliştirilememesi</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bölgeye gelen turistlerin memnun ayrılması sağlanabilir. (Örneğin turistler giderken havalimanında soğanlı bebeği gibi hediyeler dağıtılabilir).</li><li>• Sürdürülebilirlik politikaları ile çevreye duyarlı bir destinasyon imajı geliştirilebilir.</li><li>• Bölgenin diğer destinasyonlardan farklılaşması sağlanabilir. (Örneğin bölge akıllı turizm destinasyonu olarak geliştirilebilir). Bu konuda tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması oldukça önem arz etmektedir. (Örneğin uluslararası alanda ünlü kişilerle anlaşma yapılarak bölgenin çekiciliklerini tanıtan bir film çekilebilir veya çekicilikler yabancı ülkelerdeki billboardlarda gösterilebilir).</li></ul>
<i>Destinasyon yönetim örgütünün olmaması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde yönetilen bir destinasyon yönetim örgütü, diğer bir ifade ile “Entegre Destinasyon Yönetim Örgütü” oluşturulabilir.</li></ul>
<i>İşbirliği ve koordinasyonun yetersiz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyonun sağlanması veya paydaşlarla stratejik ilişkiler kurulması için düzenli olarak toplantılar yapılabilir.</li><li>• Bu konuda her paydaşa bir görev verilebilir.</li></ul>
<i>Turizm faaliyetlerinin daha çok tek bir bölgede yoğunlaşması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bölgedeki inanç turizmi, doğa turizmi ve kültür ve tarih turizmi gibi turizm türlerinin potansiyelinin harekete geçirilmesi sağlanabilir. Bunun için rotalar oluşturulabilir ve gelen turistlere yönelik turlar düzenlenebilir.</li></ul>
<i>Genel bir turizm master planının olmaması ve planların kişiye bağlı olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bütün faaliyetlerin detayını içeren kısa, orta ve uzun vadeli genel turizm planları oluşturulabilir. Bu planların oluşturulmasında bütün paydaşların görüşünün alınması veya işbirliğinin sağlanması oldukça önemlidir.</li><li>• Destinasyon yönetim örgütü ile uygulanacak planların eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesi sağlanabilir.</li></ul>
<i>Bölgedeki tur (paket tur) organizasyonlarının yetersiz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hem kent genelini hem de çevre destinasyonları kapsayan çeşitli turlar (şehir turu, paket tur vb.) düzenlenebilir. (Örneğin Erciyes Dağı, Soğanlı Vadisi, Kapuzbaşı Şelaleleri, Sultan Sazlığı, Mimar Sinan Evi, Kayseri Kalesi, St. George’un Evi, Seyyid Burhaneddin Hz. ve kentin doğal, dini, tarihi ve kültürel çekicilikleri arasında bir tur düzenlenebilir).</li><li>• Bu tür turların düzenlenmesinde seyahat acentaları ve tur operatörleri teşvik edilebilir.</li></ul>
<i>Tanıtım ve pazarlama araçlarının ulusal ve uluslararası alanda yetersiz kalması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bütün tanıtım ve pazarlama materyalleri bir plan çerçevesinde ulusal ve uluslararası alanda dağıtılabilir.</li><li>• Uluslararası alanda tanınmış sanatçılarla Kayseri tanıtım filmi çekilebilir.</li><li>• Kentin önemli çekicilikleri, UNWTO ve Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) gibi kuruluşların dergilerinde yayınlanabilir.</li><li>• Toplum destekli tanıtım kampanyaları hazırlanabilir.</li></ul>
<i>Girişimci ve yatırımcıların yeterince teşvik edilememesi veya özendirilememesi</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimcilere veya yatırımcılara finans desteği sağlanabilir.</li><li>• Yerli ve yabancı yatırımlar teşvik edilebilir. (Örneğin vergi muafiyeti vb.).</li></ul>
<i>Yatırımların çeşitlendirilememesi</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm konusunda veya turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak çeşitli yatırımlar yapılabilir. (Örneğin uluslararası mutfaklardan yiyecek-içecek sunan işletmeler, eğlence merkezleri, butik otel vb. açılabilir).</li></ul>
<i>Yatırım prosedürlerinin yatırımları zorlaştırması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yerel yönetimler yatırım konusundaki bürokratik engelleri ortadan kaldıracaktır.</li></ul>
<i>Turizm işletmelerinin nicelik ve niteliklerinin kısmen yetersiz olması</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm işletmeleri turistlere daha farklı hizmetler sunabilir. (Örneğin konaklama işletmeleri turistlere alışveriş turu, eğlence turu vb. turlar düzenleyebilir).</li></ul>



**Tablo 2. Devamı**

<b>Nitelikli işgücü eksikliği</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm fakültelerinden mezun olan bireylerin sektöre kazandırılabilmesi için turizm işletmeleri tarafından tatmin edici şartlar (nitelikli çalışma koşulları, memnun edici ücret ve istikrar vb.) sağlanabilir.</li><li>• Turizm fakülteleri, işletme yöneticileri ile öğrencileri buluşturarak, işletme yöneticilerinin öğrencileri özendirilmesi sağlanabilir. (Örneğin Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi sürekli olarak “Turizmde Kariyer Paneli” düzenlemekte ve bu panelde otel yöneticileri öğrencileri özendirecek faaliyetler gerçekleştirmektedir.</li></ul>
<b>Özel sektörün yeterince desteklenmemesi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Özel sektör, resmi veya özel kurumlar tarafından finans veya danışmanlık konusunda desteklenebilir.</li></ul>
<b>Bölgeye yönelik devlet teşviklerinin kısmen yetersiz olması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Destinasyonlar, devlet ve özel sektör işbirliği kapsamında (finans vb. açılardan) desteklenebilir. Yerel yönetimler ve politikacılar bu konuda girişimlerde bulunabilir.</li></ul>
<b>Ulaşılabilirliğin istenen düzeyde olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bölgeye yönelik iç ve dış hatlarda doğrudan uçak seferleri artırılabilir.</li></ul>
<b>Konaklama işletmelerinin ürün veya hizmet fiyatlandırma politikalarının uygun olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tam pansiyon yerine oda+kahvaltı gibi fiyatlandırma politikaları uygulanabilir.</li></ul>
<b>Kayseri'nin çevresindeki destinasyonlarla yeterince entegre olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Çevredeki destinasyonlar ve çekicilikler ile entegre edilerek pazarlanabilir ve tanıtılabilir, böylece turizm tüm yıla yayılabilir ve mevsimsellik sorunu ortadan kaldırılabilir. (Örneğin Sultan Sazlığı, Erciyes vb. çekicilikler Kapadokya destinasyonu ve diğer destinasyonlarla entegre edilebilir).</li></ul>
<b>Farklılaşma konusunda yetersiz kalınması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Teknoloji ve inovasyona odaklanılarak destinasyonun farklılaşması ve rekabet gücü kazanması sağlanabilir. Özellikle bölgeye akıllı turizm destinasyonuna özgü yatırımlar yapılabilir.</li></ul>
<b>Bütçenin yeterli olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm sektörünü geliştirme konusunda önemli miktarda bir bütçe ayrılabilir. (Özellikle tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ve yatırım konusunda).</li></ul>
<b>Mevcut uluslararası etkinliklerin yeterli olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 12 aya yayılmış bir şekilde sürekli olarak uluslararası nitelikte etkinlikler organize edilebilir, böylece mevsimsellik sorunu önlenir. (Örneğin Erciyes Dağı'nda yaz sezonunda daha fazla uluslararası etkinlik düzenlenebilir veya Sultan Sazlığı gibi alanlarda festival, fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği vb. uluslararası etkinlikler organize edilebilir).</li></ul>

Literatür değerlendirmesi ve katılımcı görüşleri doğrultusunda, Kayseri ilinin önemli bir turizm destinasyonu olması için (1) *paydaşlar arasında işbirliğinin sağlanması*, (2) *stratejik bir plan hazırlanması ve entegre bir destinasyon yönetim örgütünün oluşturulması*, (3) *yatırımların ve girişimciliğin teşvik edilmesi*, (4) *yeni teknolojilere yatırım yapılması*, (5) *sürdürülebilirliğe odaklanılması*, (6) *ulaşılabilirliğin artırılması*, (7) *kalite, imaj, marka, tanıtım ve pazarlama faktörlerine yönelik uygulamaların geliştirilmesi* ve (8) *rekabet avantajı kazanmak için inovasyona (sürekli olarak inovatif yatırımların yapılmasına) yönelik politikaların uygulamaya konulması* gerektiği tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularına dayanarak Kayseri'nin mevcut turizm potansiyelinin kalkınma açısından itici bir güç teşkil edebileceği, turizm konusunda yaşanan eksikliklerinin giderilmesi ve yukarıda tavsiye edilen gerekli çözüm önerilerinin uygulamaya konulması halinde, Kayseri ilinin turizm faaliyetlerinden daha fazla gelir elde edebileceği söylenebilir.

Bu çalışmanın gelecekte Kayseri ilinde veya diğer örneklemlerde (destinasyonlarda) yapılacak nitel ve nicel araştırmalara bir kaynak teşkil edeceği ve bu çerçevede katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Bu çalışma örneklemler olarak seçilen Kayseri ilindeki 20 turizm sektörü paydaşından elde edilen verilerle sınırlıdır. Bu araştırma daha büyük evren ve örneklemler üzerinde uygulanabilir ve ortaya çıkan sonuçların karşılaştırılması ile literatüre daha farklı şekilde katkılar sağlanabilir. Nitel araştırma yöntemine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmaya alternatif olarak Kayseri ilinde bu konuda nicel çalışmaların da yapılması yerinde bir girişim olacaktır. Aynı zamanda işbirliği, girişimcilik, inovasyon ve teknolojiye odaklı yatırım gibi faktörlerin turizm odaklı kalkınma üzerindeki etkisinin bölge örneğinde incelenmesi literatür ve turizm paydaşları açısından önemli katkılar sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Abbasov, R. (2015). *The role of health tourism on Azerbaijani economy: case study of Salt Mountain physiotherapy center of Nakchivan* (Unpublished master dissertation). Vaasa Ammatikorkeakoulu University, Vaasa, Finland.
- Archer, B. and Fletcher, J. (1996). The economic impact of tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 32-47. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00041-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00041-0)
- Bagchi, P. (2015). *Role of tourism in economic development of Gujarat* (Unpublished doctoral dissertation). Sardar Patel University, Gujarat, India.
- Bertaux, D. (1981). From the life-history approach to the transformation of sociological practice. In Daniel Bertaux (Ed.), *Biography and society: The life history approach in the social sciences* (pp. 29-45). London: SAGE Publications.
- Boonpat, S. N. (2010). *Tourism and local development: the case of Chiang Saen, Chiangrai, Thailand* (Unpublished doctoral dissertation). Newcastle University, Newcastle upon Tyne, United Kingdom.
- Boz, A. (2016). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Mardin örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Brenner, L. and Aguilar, A. G. (2002). Luxury tourism and regional economic development in Mexico. *The Professional Geographer*, 54(4), 500-520. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/0033-0124.00346>
- Brink, H. I. L. (1993). Validity and reliability in qualitative research. *Curationis*, 16(2), 35-38. Retrieved from <https://curationis.org.za/>
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Cihangir, İ. S. (2016). *Termal turizm potansiyelinin bölgesel kalkınmada ekonomik rolü: Ilgın termal tesislerinde bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Corbin, J. and Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). CA: SAGE Publications.
- Creswell, J.W. (1997). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. CA: SAGE Publications.
- Dana, L. P., Gurau, C. and Lasch, F. (2014). Entrepreneurship, tourism and regional development: A tale of two villages. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 26(3-4), 357-374. <https://doi.org/10.1080/08985626.2014.918182>
- Demirezen, B. (2019). Turizm işletmelerinde fiyatlandırma stratejileri: kriz dönemlerinde Kayseri'deki konaklama işletmelerinin fiyat uygulamaları. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 21-55. Erişim adresi: <https://site.adu.edu.tr/jttr/>
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE handbook of qualitative research*. CA: SAGE Publications.
- Dinçer, E. (2018). *Bölgesel kalkınmada termal turizm: Eskişehir iline yönelik bir inceleme* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Isparta örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Geetha, S. (2015). *Role of tourism in economic development of Kanyakumari District* (Unpublished doctoral dissertation). Manonmaniam Sundaranar University, Tirunelveli, India.
- Gözüela, H. (2018). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: MEVKA örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.

- Güner, K. (2018). *Turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerine etkisi: Giresun örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ordu Üniversitesi, Ordu.
- Hancock, B., Ockleford, E. and Windridge, K. (2009). *An introduction to qualitative research*. The NIHR RDS EM/Yorkshire & the Humber: Leicester.
- Homlong, N. and Springler, E. (2016). Impact of tourism for regional development: An alternative socio-economic model for Cambodia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development*, 12(2/3), 239-253. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2016.074979>
- İzgi, M. T. (2007). *Osmaniye ilinin turizm potansiyelinin bölgesel kalkınma politikaları açısından değerlendirilmesi ve sürdürülebilir turizmin gelişimi için bir model önerisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80. Erişim adresi: <http://www.manevisosyalhizmet.com/>
- Lama, D. B. (2012). *Annapurna trekking tourism's impact on economy* (Unpublished master dissertation). Oulu University, Oulu, Finland.
- Lemos, A. (2017). *Measuring the economic value and social impact of crocodile tourism in Tarcoles, Costa Rica* (Unpublished master dissertation). Florida International University, Florida, USA.
- Li, L. (2005). *The role of tourism in regional development: A case study of Yunnan China* (Unpublished doctoral dissertation). The Scottish Hotel School University of Strathclyde, Glasgow, United Kingdom.
- Lincoln, Y. S. and Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for evaluation*, 30, 73-84. <https://doi.org/10.1002/ev.1427>
- Metaxas, T. and Karagiannis, D. (2016). Culinary tourism in Greece: Can the past define the future? Dimensions of innovation, entrepreneurship and regional development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(3), 1-20. <https://doi.org/10.1142/S1084946716500187>
- Mohanty, A. K. (2002). *Impact of tourism in economic development of Orissa* (Unpublished doctoral dissertation). Utkal University, Bhubaneswar, India.
- Motumi, K. K. (2013). *Challenges faced by Umgungundlovu district municipality in the implementation of tourism to enhance local economic development* (Unpublished doctoral dissertation). Nelson Mandela Metropolitan University, Port Elizabeth, South Africa.
- Ncube, S. S. (2013). *Examining the role of community based tourism as a local economic development tool: the case of the Inanda Heritage Route* (Unpublished master dissertation). University of Kwa-Zulu Natal, Durban, South Africa.
- Neves, P. (2006). *Tourism towards sustainable regional development* (Unpublished doctoral dissertation). Royal Institute of Technology, Stockholm, Sweden.
- Niewiadomski, P. (2011). *International hotel groups and regional development in Central and Eastern Europe* (Unpublished doctoral dissertation). University of Manchester, Manchester, United Kingdom.
- Ospina, S. (2004). Qualitative research. In G. R. Goethals, G. J. Sorenson and J. MacGregor Burns (Eds.), *Encyclopedia of leadership* (pp. 1279-1284). London: SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283. <https://doi.org/10.1177/1473325002001003636>
- Petrevska, B. and Manasieva Gerasimova, V. (2012). Tourism in regional development: Empirical evidence. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 5(2), 6-20. Retrieved from <http://www.iiass.com/>
- Petrevska, B. and Matlieska, M. (2012, October). *Managing regional development: Empirical evidence on tourism contribution*. Papers presented at First International Conference South-East European Countries towards European Integration. Elbasan, Albania.

- Rhaman, M. R. (2016). *The socio-economic importance of tourism and its impact on the livelihood in South Asia: Case Rangamati, Bangladesh* (Unpublished master dissertation). Centria University, Kokkola, Finland.
- Sağlık, E. (2011). *Turizm işletmelerinin bölge ekonomisindeki yeri ve rolünün belirlenmesi: Erzurum leğinde bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- şamata, N. (2016). *Kongre turizmi bağlamında butik otellerin ekonomik kalkınmaya etkisi: Safranbolu rneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- şeker, H. (2011). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü ve Amasya rneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for information*, 22(2), 63-75. doi:10.3233/EFI-2004-22201
- Silverman, D. (2000). *Doing qualitative research: A practical handbook*. CA: SAGE Publications.
- şimşek, H. ve Yıldırım, A. (2006). *Nitel araştırma yntemleri*. Ankara: Seğkin Yayıncılık.
- Susan, F. (2016). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü ve Balıkesir rneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Telfer, D. J. and Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- The United Nations World Tourism Organization. (2016). *UNWTO Annual Report 2016*. UNWTO. Retrieved from <https://www.unwto.org/>
- Theron, I. P. (1995). *Integrating conservation and development: community participation in ecotourism projects: An investigation into community participation in ecotourism development projects in order to ensure the integration of protected area conservation and rural development, with particular reference to a case study at Cathedral Peak in the Natal Drakensberg Park* (Unpublished master t dissertation). University of Cape Town, Cape Town, South Africa.
- Tunbilekli, P. (2006). *Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi: Nevşehir rneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Viviers, P. (2005). *The economic contribution of tourism to selected provinces of South Africa* (Unpublished master dissertation). North West University, Potchefstroom, South Africa.
- Wagner, J. E. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592-608. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00008-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00008-X)
- Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yntemleri*. Ankara: Seğkin Yayınları.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: design and methods*. CA: SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. New York: The Guilford Press.
- Zeng, B., Carter, R. W., De Lacy, T. and Bauer, J. (2005). Effects of tourism development on the local poor people: case study in Taibai region China [Special issue]. *Journal of Services Research*, December, 131-148. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/home/jsr>

## **CHALLENGES ENCOUNTERED IN TOURISM FOCUSED DEVELOPMENT PROCESS: THE CASE OF KAYSERİ PROVINCE**

### **EXTENDED SUMMARY**

#### **The Aim of the Study**

The aim of this study is to determine the challenges that Kayseri has encountered in the tourism focused development process and to propose various solutions for policy makers. At the same time, it is aimed to contribute to the literature on this subject. The challenges encountered in the tourism focused development process in Kayseri province are tried to be identified with the qualitative research method. Specific solutions are offered to eliminate the detected challenges.

#### **Literature and Theoretical Background**

It can be expressed as to improve the tourism sector, to benefit more from the tourism activities in terms of socio-economic, cultural and environmental etc. aspects and to develop the economy with tourism is tourism-oriented development. Many countries or regions are making great efforts to improve tourism sector, to get more share from tourism and to provide tourism focused development. However, many problems are encountered in this regard. In this context, when the national and international literature is evaluated, it can be said that a great number of studies emphasizing the positive aspects of tourism focused development are encountered. However, it is seen in the literature that there are many studies to identify the challenges encountered in the tourism focused development process.

These challenges confessed in the literature can be expressed as a lack of cooperation and coordination, insufficient incentives, concentration of the tourism sector in a single region, lack of infrastructure, accessibility problem, lack of local people's tourism awareness, insufficiency in investment, promotion and marketing (Neves, 2006; Dana et al., 2014; Petrevska and Matlieska, 2012; Niewiadomski, 2011; Brenner ve Aguilar, 2002; Lama, 2012; Zeng et al., 2005; Homlong and Springler, 2016; Durgun, 2006; Tuncbilekli, 2006). It can be stated that these challenges prevent the success of tourism focused development objective. It is important to eliminate these problems identified in order to be successful in the tourism focused development process.

It can also be stated in the literature that various studies have been carried out in provinces such as Isparta, Nevşehir, Konya, Giresun, Amasya, Erzurum and Balıkesir. However, no study on this subject has been found in Kayseri province. This factor also increases the originality and importance of this study.

#### **Methodology and Analysis**

In line with the purpose of the study, the tourism sector stakeholders in Kayseri province have been identified as the population of the research. 20 tourism sector stakeholders selected from this population with the purposeful sampling method constituted the sampling of the study.

Interview method, one of the qualitative research methods, was used as the data collection method. Data collected by semi-structured interview technique were analyzed descriptively.

### **Empirical Results**

The result of the analysis showed that many challenges were encountered in the tourism focused development process of Kayseri. Some of the challenges detected are listed as follows: (1) limited publicity, marketing and investment activities, (2) concentration of tourism activities in a certain region and season, (3) accessibility with infrastructure and superstructure are not developed to the desired extent, (4) the perception towards the city is generally negative, (5) inadequate education level of local tradesmen and people about tourism, (6) lack of the brand and image, (7) lack of destination management organization and a general tourism master plan, (8) inadequate cooperation and coordination, (9) inability of the current international events and the tour (package tour) organizations in the region, (10) investments cannot be diversified, (11) investment procedures make investments difficult, (12) lack of qualified labour force, (13) inappropriateness of the accommodation or product pricing policies of the accommodation enterprises, (14) failure to integrate Kayseri with surrounding destinations, (15) failure of destination differentiation and (16) inadequacy of the budget and incentives.

### **Conclusion**

The results of this study shows that the importance and necessity of planning and developing a common strategy for the development of tourism activities in Kayseri in the future. It has been concluded that there are important challenges in the city regarding tourism focused development and if these challenges are eliminated, the tourism potential of the province may be an important and efficient factor in terms of development. Besides, various solutions (preparing a general tourism master plan, establishing an integrated destination management organization, ensuring cooperation, increasing international events and tours in the region, etc.) were proposed to eliminate the challenges encountered. As an alternative to this study carried out based on qualitative research method, it will be an appropriate initiative to carry out quantitative studies on this subject in Kayseri. At the same time, examining the impact of factors such as cooperation, entrepreneurship, innovation and technology-oriented investment on tourism focused development in the region will make important contributions to the literature and tourism stakeholders.