

## Kastamonu İlinin Arap Turizm Potansiyeli Üzerine Bir SWOT Analizi

Dr. Öğr. Üyesi Erol TEKİN  
Kastamonu Üniversitesi, İ.İ.B.F.  
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü  
etekin@kastamonu.edu.tr

Arş. Gör. Selim Koray DEMİREL  
Karadeniz Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F.  
İktisat Bölümü  
selimkoraydemirel@gmail.com

### Özet

Turizmde Arap pazarı son dönemde Dünya’da ve Türkiye’de yükselişe geçmiştir. Türkiye’de birçok il yükselen Arap turizminden ve Türkiye’nin Arap dünyasındaki popülaritesinden payını almaktadır. Fakat Kastamonu’nun bu pastadan payını yeterince almadığı görülmektedir. Özellikle kültür ve inanç turizmi açısından oldukça önemli bir şehir olan Kastamonu’nun Arap turist potansiyelinden yeterince faydalanamaması üzerinde durulması gereken bir husustur. Bu nedenle SWOT analizi yapılarak güçlü ve zayıf yönler ile fırsat ve tehditlerin ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Türkiye’deki Arap turist potansiyelinin Kastamonu açısından bir değerlendirmesini yapmaktır. Çalışmada, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği ve Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilen veriler grafikler aracılığıyla Kastamonu ve Trabzon açısından karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Kastamonu’nun güçlü yönlerini tarihi, kültürü, doğal güzellikleri ve inanç turizmi açısından potansiyeli oluşturmaktadır. Zayıf yönleri ise sosyal hayatın ve alışveriş alanlarının yetersizliği olarak ön plana çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kastamonu, Turizm, Arap Turizmi, SWOT Analizi

### SWOT Analysis on Arabic Tourism Potential of Kastamonu

#### Abstract

Arabic tourism has recently risen both in the world and in Turkey. Most cities of Turkey get its share from rising Arabic tourism and popularity of Turkey's in the Arabic world. But Kastamonu does not get enough one's piece of the pie. This negative situation of Kastamonu, which is a very important city especially in terms of culture and faith tourism, should be investigated. For this reason, it is important to carry out SWOT analysis and to present the strengths, weaknesses, opportunities and threats. In this context, the aim of this study is to investigate the potential of Arab tourists in Turkey in terms of Kastamonu. In the study, the data obtained from the Ministry of Culture and Tourism, the Turkish Travel Agencies Association and the Turkish Statistical Institute. According to the results obtained, the powerful aspects of Kastamonu constitute a potential in terms of history, culture, natural beauties and faith tourism. But the weaknesses come into prominence as the inadequacy of the shopping areas and social life.

**Keywords:** Kastamonu, Tourism, Arabic Tourism, SWOT Analysis

## Giriş

Turizm, son yıllarda Türkiye için önemini gittikçe artıran bir sektördür. Bununla birlikte özellikle 2010 yılından beri Arap turizminin popüler merkezlerinden biri olan Türkiye her geçen yıl daha fazla Arap turiste ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'nin Araplar açısından bu cazibeyi kazanmasındaki sebeplerden bir tanesi, toplumda mütekabiliyet yasası olarak da bilinen yabancıların Türkiye'de mülk edinimine ilişkin sınırları kaldıran 6302 sayılı yasa olarak görülebilir (Bayram, 2016, s. 1686). Ayrıca, Arap Baharı da Türkiye'deki Arap turizminin gelişimine olumlu katkı sağlamıştır (Hacıoğlu ve Saylan, 2014, s. 76). Bunlara ek olarak Türkler ve Araplar arasındaki inanç-kültür yakınlığı ve Türkiye'nin iklimi de Türkiye'nin Arap turistler için bir cazibe merkezi haline gelmesindeki sebepler olarak görülebilir. Geçtiğimiz on yıl içerisinde Türkiye'de Arap turistlere en çok ev sahipliği yapan şehirlerden birisinin Trabzon olduğu görülmektedir. Kastamonu ise sahip olduğu potansiyele rağmen Arap turizmi açısından gelişime daha çok ihtiyaç duymaktadır. Bu doğrultuda, çalışmanın amacı Kastamonu ile Arap turistlerin gözde merkezlerinden biri olan Trabzon'un karşılaştırılarak Kastamonu'nun güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerini Arap turizmi açısından ortaya koymaktır.

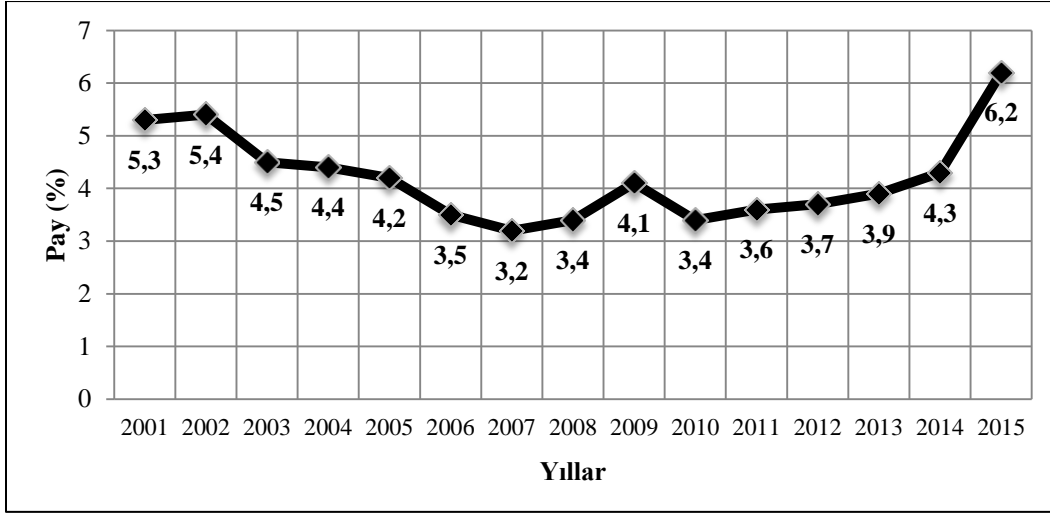
Bu bağlamda çalışmanın giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde Türkiye'de turizm sektörünün genel bir görünümü sunulmuştur. Üçüncü bölümde Dünya'da ve Türkiye'de yükselen Arap Turist potansiyeline ve Arap turistlerin genel özelliklerine değinilmiştir. Kastamonu ilinin Arap turizm potansiyelinin değerlendirildiği dördüncü bölümü yöntemin açıklandığı beşinci bölüm takip etmektedir. Altıncı bölümde ise Kastamonu ve Trabzon yaşam endeksi verileri çerçevesinde karşılaştırılmış, bu karşılaştırmaya göre Kastamonu'nun Arap turizmi açısından güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Son olarak çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

## Türkiye'de Turizmin Genel Görünümü

Turizm, Türkiye'nin önemli gelir kaynaklarından bir tanesidir. Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm sektörü, özellikle 2010 yılından itibaren bir yükseliş trendine girmiştir. 2016 yılında gerçekleşen düşüş bir an için görmezden gelinirse, 2010-2015 dönemindeki bu artış trendinin gelecek için umut vadettiği söylenebilir<sup>1</sup>. Nitekim, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) 2017 Haziran ayı raporuna göre, 2017 yılının Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre turist satışında yaklaşık %14'lük bir artış meydana gelmiştir (TÜRSAB, 2017a, s.1). Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payına bakıldığında da son dönemdeki bu artış göze çarpmaktadır. Grafik 1, turizm sektörünün GSYH içindeki payını 2001-2015<sup>2</sup> dönemi için göstermektedir.

<sup>1</sup> Turizm sektörünün GSMH içindeki payı 2016 yılında %2,6'ya gerilemiştir (TÜRSAB, 2017b).

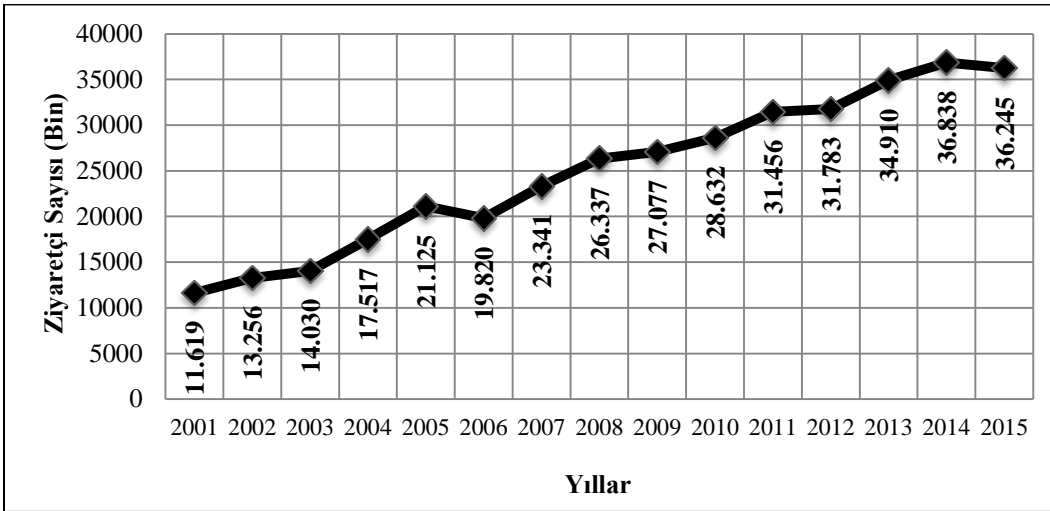
<sup>2</sup> 2016 yılında yaşanan darbe girişimi turizm istatistiklerini trendinden önemli ölçüde saptırdığı için veri seti 2015 yılında sonlandırılmıştır.



**Grafik 1.** 2001-2015 Dönemi Turizm Sektörünün GSMH İçindeki Payı (%)

**Kaynak:** TÜRSAB (2017b).

Turizm sektörünün GSMH içindeki payının artışına paralel olarak, 15 yıllık periyotta Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi (uluslararası ziyaretçi<sup>3</sup>) sayısında da ciddi bir artış söz konusudur. 2001 yılında yaklaşık 11 milyon olan bu sayı, 2015 yılında 35 milyona yükselmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarının yıllara göre değişimi Grafik 2'de görüldüğü gibidir.



**Grafik 2.** 2001-2015 Dönemi Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları

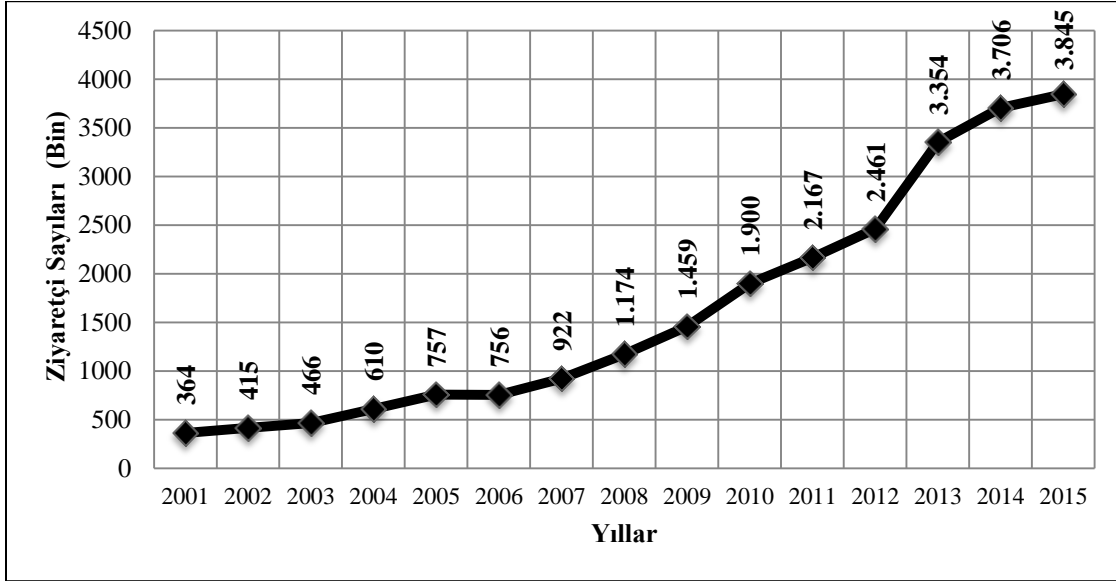
**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

<sup>3</sup>Daimi ikametgahı ve yaşadığı çevrenin dışındaki bir ülkeyi, 12 ayı aşmayan süreyle ve o ülkede para karşılığı bir iş yapmak dışında bir amaçla ziyaret eden kişidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

Grafik 2’de görüldüğü üzere Türkiye’de son 15 yıllık dönemde oldukça gelişme gösteren ve GSYH içinde önemli bir paya sahip olan turizm sektörü yaşanan terör olayları ve Rusya krizi örneğinde olduğu gibi bazı ülkelerle yaşanan siyasi sıkıntılar sebebiyle son yıllarda durağan bir seyir izlemektedir. Fakat Rusya, Almanya, Hollanda gibi Türkiye’ye çok sayıda turist gönderen ülkelerle yaşanan diplomatik ve siyasi krizlerin olumsuz etkileri özellikle AB ülkelerinden gelen turist sayılarını olumsuz etkilerken son yıllarda ülkemize ilgi gösteren Arap turistleri çok fazla etkilememiştir (TÜİK, 2016). Bu bağlamda, Türkiye ile inanç ve kültür bağları olan Arap dünyasından gelen turistler ülkemiz turizm potansiyeli için önem arz etmektedir. Özellikle iklim, kültür ve inanç ortaklığı açısından Arap turistler Türkiye için önemli bir potansiyel olarak görülebilir.

### Türkiye’de Arap Turist Potansiyeli ve Özellikleri

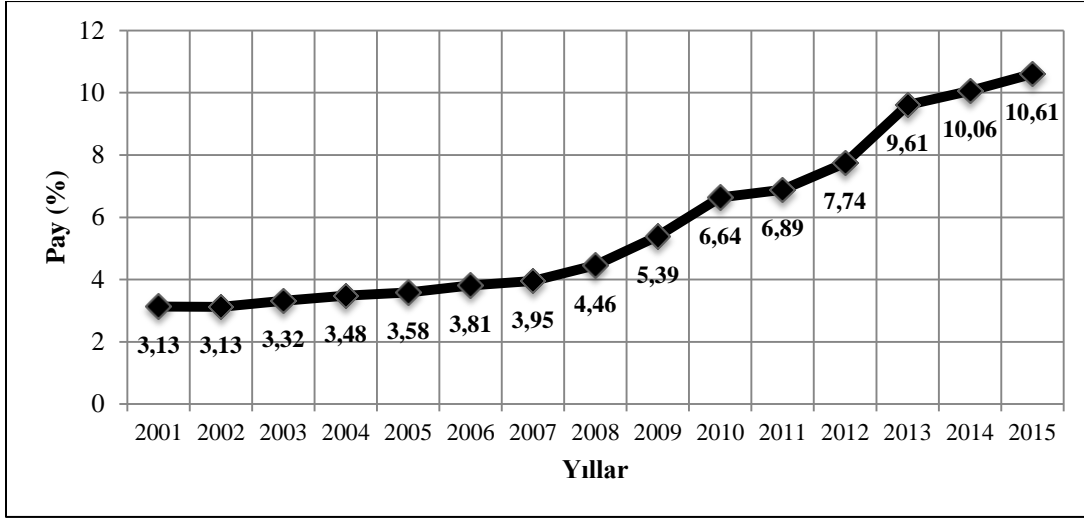
Türkiye’de toplam yabancı ziyaretçi sayısındaki artışın yanı sıra Arap ülkelerinden<sup>4</sup> gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı ve toplam yabancı ziyaretçi sayısı içindeki payı 2001-2015 döneminde önemli bir artış göstermiştir. 2001 yılında yaklaşık 364 bin civarında olan Arap turist sayısı, 2015 yılına gelindiğinde 3 milyon 800 bin civarına ulaşmıştır. Nitekim toplam yabancı ziyaretçiler içinde Arap ziyaretçilerin oranına bakıldığında ilgili dönemde bu oranın çarpıcı bir şekilde arttığı gözlemlenmektedir. Bu hususlara dair verilerin seyri Grafik 3 ve Grafik 4’te daha açık bir biçimde görülebilmektedir.



**Grafik 3.** 2001-2015 Dönemi Türkiye’ye gelen Arap Ziyaretçi Sayıları

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

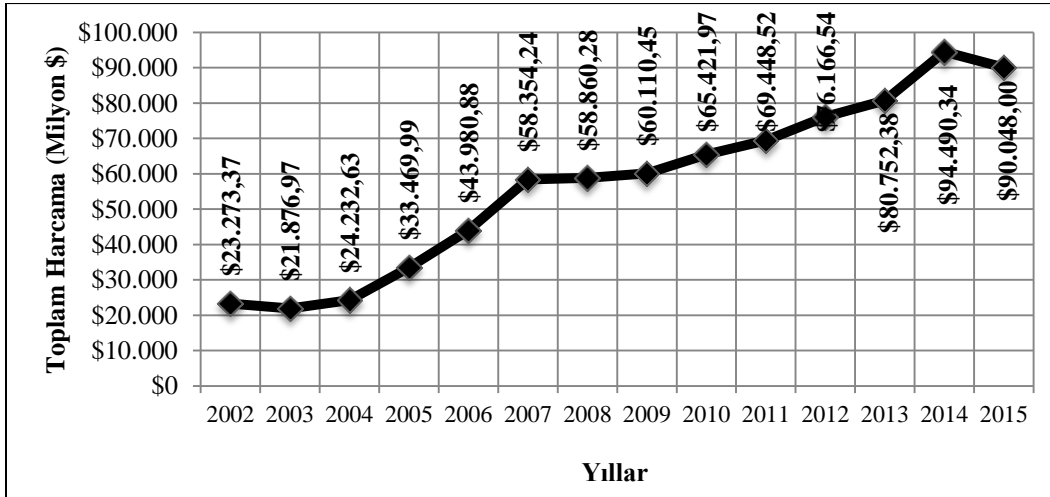
<sup>4</sup> Günümüzde Arap Birliği’ni oluşturan 22 ülkeyi kapsamaktadır. Bu ülkeler Bahreyn, BAE, Cezayir, Cibuti, Fas, Filistin, Irak, Katar, Komorlar, Kuveyt, Libya, Lübnan, Mısır, Moritanya, Somali, Sudan, Suriye, Suudi Arabistan, Tunus, Umman, Ürdün ve Yemen’dir



**Grafik 4.** 2001-2016 Döneminde Arap Ziyaretçilerin Gelen Toplam Ziyaretçiler İçindeki Payı

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

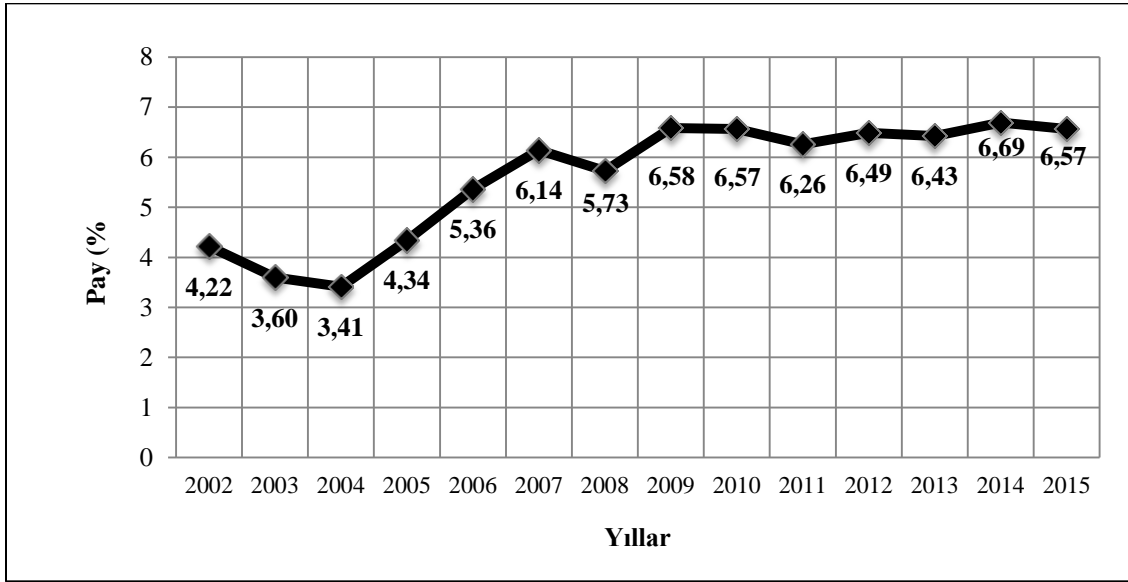
Diğer taraftan ilgili dönemde Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler ortalama olarak sırasıyla Irak ve Suudi Arabistan'dır. Suudi Arabistan'dan gelen ziyaretçi sayısı ortalama olarak Irak'a göre daha az olmakla birlikte daha istikrarlı bir trend izlemektedir (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).. Türkiye'ye ilişkin verilerin yanı sıra, son dönemde Arap Dünyası ülkeleri vatandaşlarının dış turizmde yaptıkları harcama miktarı da toplamda önemli bir artış göstermiştir. Arap Dünyası ülkeleri vatandaşları 2001 yılında dış turizmde toplamda yaklaşık 23 milyar \$ harcama yapmıştır. Bu değer, 2015 yılına gelindiğinde 90 milyar dolar civarına ulaşmıştır. Grafik 5, Arap Dünyası vatandaşlarının 2001 yılından itibaren yaptıkları toplam yurt dışı turizm harcamalarının seyrini göstermektedir.



**Grafik 5.** Arap Dünyası Toplam Dış Turizm Harcaması (2002-2015)

**Kaynak:** Dünya Bankası (2017) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

Arap Dünyasında en çok yurtdışı turizm harcamasını yapan ülkeler ise sırasıyla Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'dir. İlgili dönemde Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) 2001 ve 2004 yıllarında bu ülkeler içinde en çok yurt dışı turizm harcaması yapan ülke olmuştur. Geri kalan yılların tamamında ise Suudi Arabistan en çok harcama yapan ülkedir (Dünya Bankası, 2017). Arap turizminin yükselişi, Arap Birliği ülkelerinin toplam dış turizm harcamalarının dünya dış turizm harcamaları içindeki oranlarına bakıldığında da kendini göstermektedir. Arap turistlerin 2002 yılında dış turizmde harcadıkları para, dünyada dış turizme toplam harcanan paranın yaklaşık % 4'ü iken bu oran 2015 yılında yaklaşık olarak % 7 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu değişim Arap turizminin son dönemdeki yükselişinin bir diğer göstergesidir. Bu değişimin seyri de Grafik 6'da görülebilmektedir.



**Grafik 6.** Arap Ülkelerinin Turizm Harcamalarının Dünya Turizm Harcamaları İçindeki Payı

**Kaynak:** Dünya Bankası (2017) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

Turizm sektörünün Türkiye Ekonomisi için önemi gittikçe artmaktadır. Bunun yanı sıra Türkiye'ye gelen Arap turist oranındaki artış ve son yıllarda dünyada yükselişe geçen Arap turizmi, turizm sektörüne Arap turistlerin katkısını artırmaktadır. Arap turizminin bu denli önemli olmasının bir diğer sebebi de Arap turistlerin harcama potansiyelleridir. Bir Arap turistin Türkiye'de yaptığı harcama, yabancı turistlerin ortalama olarak yaptığı harcamanın yaklaşık 4 katıdır. Örneğin, 2013 yılında ortalama bir yabancı turist Türkiye'de 749 \$ harcamışken Körfez ülkelerinden<sup>5</sup> gelen bir turist ortalama olarak 3000 \$ harcamıştır (DOKA, 2015, s. 1-20). Arap Dünyasında Türkiye'nin son dönemdeki popülerliği ve Arap turistlerin harcama potansiyeli birlikte düşünüldüğünde Arap Turizminin ülke ekonomisine olan katkısı önemini daha da artırdığını söylemek mümkün olmaktadır.

Hem yapmış oldukları ortalama harcama düzeyinin yüksek olması ve ekonomiye katkısı hem de Türkiye ile olan inanç, dil ve kültür yakınlığı sebebiyle önem arz eden Arap turistlerin diğer

<sup>5</sup> Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar, BAE, Bahreyn, Umman (DOKA, 2015, s. 2).

turistlere göre kendine özgü özellikleri söz konusudur. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Arifin ve Hasim, 2009; Salman ve Hasim, 2012; DOKA, 2015);

- Kişi başına yüksek gelir kapasitesine sahip olmaları,
- Seyahat sürelerinin uzun olması ve yüksek harcama potansiyeli,
- Özellikle dinlenme ve tatil amaçlı seyahatler gerçekleştirmeleri,
- Genelde ailecek seyahat etmeleri,
- Kaliteli hizmet ve sakinlik arayışları,
- Daha çok yeşil alanların bulunduğu dağ ve yayla gibi yerleri tercih etmeleri,
- Kalabalık seyahat ettiklerinden büyük konaklama yerlerini (konut, otel vb.) tercih etmeleri şeklinde özetlenebilir.

Bununla birlikte Arap turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri de;

- Türkiye'nin inanç ve kültür açısından Araplara yakın olması,
- Avrupa ve Amerika'da özellikle 11 Eylül sonrası oluşan islamafobik bakış açısı,
- Türkiye'nin modern Müslüman bir ülke olarak görülmesi,
- Alışveriş merkezi imkanının çeşitliliği ve fiyatların uygunluğu,
- Arap ülkelerinin Türkiye'yi rol model olarak görmeleri,
- Arap yatırımcılarının Türkiye'ye ilgi göstermeye başlamasıyla konut satın alan Arap sayısının artması,
- Türkiye'nin sahip olduğu kültür, tarihi güzellikleri ve doğası (özellikle yeşil alanların bolluğu) şeklinde ifade edilebilir.

Bu özellikler ve tercih etme nedenleri düşünüldüğünde Arap turistlerin Türkiye'de en çok tercih ettiği şehirler ise İstanbul, Trabzon, Bursa ve Konya'dır (AKTOB, 2016, s.2). Karadeniz Bölgesi açısından bakıldığında Trabzon'a 2010 yılında gelen Arap turist sayısı yaklaşık olarak 30 bin iken bu sayı 2014 yılına gelindiğinde 260 bine, 2015 yılında ise 400 bine ulaşmıştır (DOKA, 2015, s.28). Bununla birlikte Türkiye'de özellikle Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon merkezli bir yoğunluk oluşturan Arap turistler için yılın 12 ayı alternatif bir merkez olabilecek olan Kastamonu'ya olan talep çok daha azdır. Nitekim bir kıyaslama yapmak adına Türkiye İstatistik Kurumu'nun giriş kapılarının bağlı olduğu il ve ulaşım yoluna göre giriş yapan yabancılar istatistiklerine bakıldığında Trabzon ile Kastamonu arasındaki büyük fark gözlemlenebilmektedir. Örneğin, 2016 yılında Trabzon için bu sayı 56 bin kişi iken Kastamonu için sadece 57'dir (TÜİK, 2017). Bu bağlamda, gerek konumu gerek kültürü ve tarihi ile Trabzon ilinin ikamesi olabilme potansiyeli bulunan Kastamonu'nun Arap turist potansiyeli Trabzon ile karşılaştırmalı olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### **Literatür İncelemesi**

Literatür incelendiğinde Arap Turizm pazarının Türkiye turizmi üzerindeki etkilerini ele alan çalışmaların son on-on beş yıllık dönemde artmaya başladığı görülmektedir (Dağoğlu, 2015; Çelebi, 2006; Mengü, 2008; Sarı ve Yıldırım, 2015). Dağoğlu (2005), çalışmasında Mısır ve Birleşik Arap

Emirlikleri'nin Türkiye turizmindeki yerini araştırmıştır. Yapılan çalışmada Mısır ve BAE'nin Türkiye turizmindeki payının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mengü ise (2008) yılında tamamladığı doktora tezinde Orta Doğu turizm pazarını Türkiye açısından analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre kültürel ve coğrafi bağların yeterince müşteriye çevrilemediğini ifade etmişlerdir.

Mengü (2012) yapmış olduğu çalışmada Türkiye ile Arap Dünyası ekonomik ilişkilerin turizm açısından mevcut durum ve geleceğe yönelik beklentilerini ortaya koymuştur. Çalışmada Arap Dünyası'nın turizm potansiyelinden Türkiye'nin yeterli turist akışını sağlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sarı ve Yıldırım (2015) yapmış oldukları çalışmada Türkiye turizmi içerisinde Orta Doğu pazarını ele almışlardır. Araştırmacılar Rize ilinde yaptıkları çalışmada on altı konaklama ve üç yiyecek-içecek firması yöneticileri ile yüz yüze görüşme gerçekleştirmişlerdir. Ortaya çıkan sonuçlar işletme sahiplerinin Orta Doğu pazarını hedef bir piyasa olarak görmediklerinin ortaya koymuştur.

Literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların, mevcut durumu ortaya koydukları, buna karşın fırsatları, güçlü yönleri, tehdit ve zayıflıkları tam olarak irdelenmedikleri görülmektedir. Aynı zamanda turist çekme potansiyeli olan bölge ve illerin öneminin de vurgulanarak buralardaki potansiyelin ortaya çıkarılmasının sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmada Arap turist potansiyeli çok yüksek olan ve bu potansiyeli çok iyi kullanan Trabzon ili ile karşılaştırma yapılarak Kastamonu ilinin Arap turizmi açısından alternatif bir tercih sebebi olabilmesi açısından güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerini ortaya konulması amaçlanmıştır.

### **Kastamonu İlinin Arap Turizm Potansiyeli**

Kastamonu, hem yaz hem de kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bununla birlikte Kastamonu doğal güzelliklerinin yanında kültürel ve tarihi özellikleriyle yılın 12 ayı turist çekebilme kapasitesine sahip birkaç ilden bir tanesidir. Kastamonu'nun turizm potansiyeli ele alındığında öncelikle ülke içerisindeki coğrafi konumuna bakmak gerekmektedir. Kastamonu başta Ankara ve İstanbul olmak üzere büyük şehirlere olan uzaklığı açısından Karadeniz Bölgesi'ndeki çoğu ile göre oldukça avantajlı bir konumda yer almaktadır. Bu noktada Türkiye'nin metropolü olarak nitelendirilen İstanbul'a yaklaşık 500 km, başkent Ankara'ya yaklaşık 250 km, Karadeniz Bölgesi'nin merkezi Samsun'a yaklaşık 300 km. uzaklıkta bulunmaktadır.

Tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Kastamonu, üç semavi dine ait kutsal eserlere sahiptir (İbret vd., 2015, s. 247). Ayrıca Kastamonu, Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşması ile birlikte Türklerin yerleştiği ilk bölgelerden biridir. Anadolu'nun Türkleşmesine paralel olarak ortaya çıkan İslamlaşma süreci sayesinde ilk Türk-İslam eserlerinin de Kastamonu'da yer alması inanç turizmi içerisinde Müslüman kesimi çekmesi açısından Kastamonu'nun önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan, Kastamonu "Evliyalar Şehri" olarak anılmakla birlikte birçok alim ve evliyanın mezar ve türbesine ev sahipliği yapmaktadır (Yaman, 2003, s. 13). Kastamonu, inanç turizminin yanı sıra doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel mirasıyla da turizm alanında önemli bir yere sahiptir. Bu noktada Kastamonu'yu Arap turizmi açısından önemli kılan yerler Ilgaz Dağları Milli Parkı, Horma Kanyonu, Ilıca Şelalesi, Ilgarini Mağarası, Valla Kanyonu, Küre Dağları Milli Parkı, İnebolu Evleri ve Konakları, Osmanlı Sarayı, Arkeoloji Müzesi, Liva Paşa Konağı Kastamonu Etnografya Müzesi, Münire Medresesi El Sanatları Çarşısı, Nasrullah Camii ve Şadırvanı, İsmail Bey Külliyesi, Yakup Ağa Külliyesi, Hz. Pir Şeyh Şabanı Veli Külliyesi, Kastamonu Kalesi, Evkaya Kaya Mezarları, Atabey Gazi Camii, sahilleri, koyuları, yayla evleri, ormanlık alanları (mesire yerleri) şeklinde özetlenebilir (Kastamonu İl Kültür ve Turizm



Müdürlüğü, 2017). Kastamonu, kültürel açıdan zenginliğinin bir göstergesi olarak 2018 yılı Türk Dünyası kültür başkenti seçilmiştir. Trabzon'dan gerek ormanlık alanlarıyla ve temiz havasıyla gerek konumu ve tarihi dokusuyla farkı olmayan Kastamonu ilinin Arap turizmi açısından alternatif merkez olabilmesi açısından güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerini ortaya koymak önem arz etmektedir.

### **Araştırma Yöntemi**

#### **Veri toplama aracı ve verilerin analizi**

Çalışmada Türkiye'deki Arap turist hareketliliğinden en çok payı alan Trabzon ile benzer avantajlara sahip olan Kastamonu karşılaştırılarak Kastamonu'nun Arap turist potansiyelinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda her iki ile ilişkin veriler toplanırken T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği tarafından yayınlanan ikincil verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler grafiklere aktarılarak yorumlanmış ve SWOT analizi yapılmıştır.

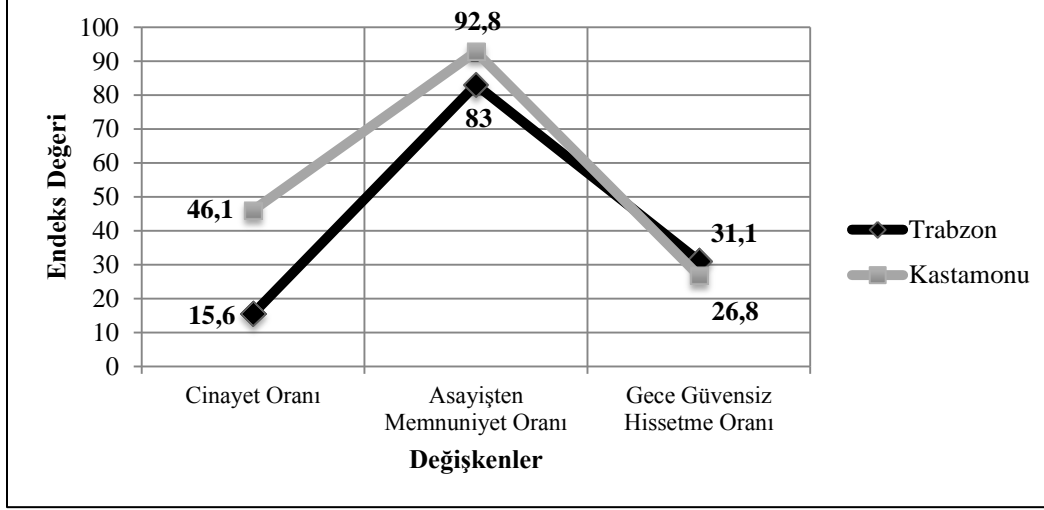
SWOT, İngilizce strengths (üstünlük), weakness (zayıflıklar), oportinies (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinden oluşan bir kısaltmayı ifade etmektedir. SWOT analizi ile dış çevredeki unsurların incelenmesi sonucunda fırsat ve tehditler, iç çevre analizi sonucunda ise üstünlük ve zayıflıklar belirlenmektedir. Fırsatlar dış çevre analizi sonucu olumlu sonuçlar yaratabilecek unsurları ifade etmektedir. Tehditler ise fırsatların tersine rekabet üstünlüğünün kaybedilmesine sebep olabilecek uzak ya da yakın çevredeki değişimler sonucunda oluşan ve arzu edilmeyen durumlardır. Üstünlükler iç çevre analizi sonucunda ortaya çıkan rakiplere karşı üstünlük sağlayabilecek varlık ya da yeteneklerdir. Zayıflıklar ise mevcut yeteneklerin ya da varlıkların rakiplere göre güçsüz ve yetersiz olduğu durumları ifade etmektedir (Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161).

### **Bulgular**

Kastamonu iline referans olması açısından Karadeniz Bölgesi'nde Arap turizmini canlı kılmayı başaran ve yeterince Arap Turist çekebilen Trabzon ile karşılaştırma yapmak önemlidir. Bu sayede Kastamonu ilinin güçlü, zayıf yanları ile fırsat ve tehditleri daha kolay bir şekilde ortaya konulabilir. Hem gezilecek yerleri, tarihi ve kültürü hem de yılın 12 ayı turizm kapasitesine sahip olması açısından Trabzon ile eş değer sayılabilir. Turizm sektörünün genel özellikleri ve Arap turistlerin özellikleri dikkate alındığında Kastamonu'yu Arap turistlerin önem verdiği güvenlik, çevre, sosyal ilişkiler ve sosyal yaşam açısından ele almak doğru olacaktır.

Bu kapsamda ilk dikkate alınacak değişken güvenlik değişkenidir. Turistler rasyonel tüketiciler olarak bir bölgede şiddet hali olduğunda o bölgeye gitmek yerine daha güvenli bölgeleri tercih etmektedirler (Enders ve Sandler, 1991; Isaac,2010). Bu nedenle hangi tip turist olursa olsun aynı ülkedeki bölgeler arasında tercih sebebi farklılığı güvenlik olabilmektedir. Ayrıca Arap turistlerin özelliklerine bakıldığında genellikle yeşil alanların bol olduğu ve daha sessiz sakin ortamları tercih etmekte eğiliminde oldukları söylenebilir (Ervin, 2017). Arap turistlerin bir başka özelliği sosyal ilişki ve olanakların fazla olduğu yerlere öncelik vermeleridir. Bu nedenle Kastamonu ili Trabzon ili ile bu özellikler açısından karşılaştırılarak hangi açılardan güçlü hangi açılardan ise zayıf yönlerinin olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda Grafik 7, Grafik 8, Grafik 9 ve Grafik 10'da TÜİK (2015) yaşam endeksi skorları ele alınarak Kastamonu ve Trabzon illerine ilişkin bazı değişkenlerin karşılaştırması görülebilmektedir.

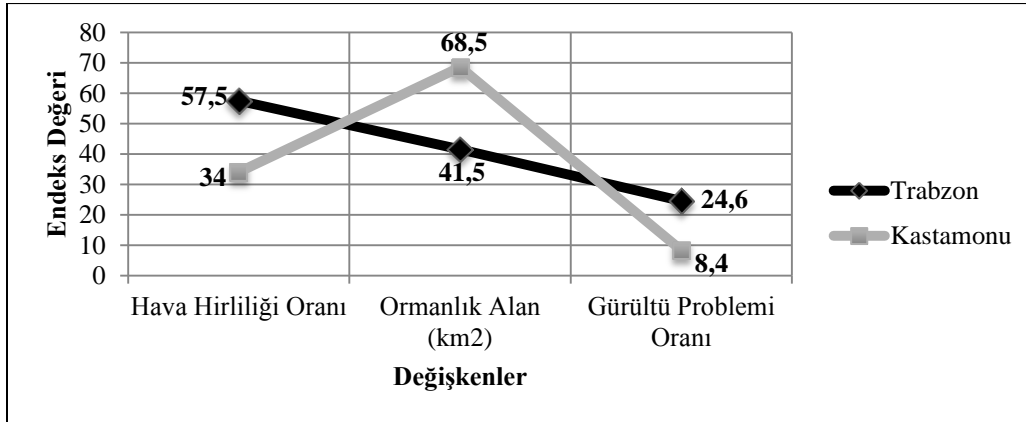
Grafik 7 incelendiğinde Kastamonu ilinin güvenlik açısından Trabzon iline göre bir avantajının olduğu gerek yaşanan cinayet oranına gerek gece dışarıda gezerken kendini güvensiz hissetme oranına bakıldığında görülebilmektedir. Bununla birlikte genel anlamda asayişten memnuniyet oranı da Trabzon'a göre iyi durumdadır.



**Grafik 7.** Güvenlik Açısından Kastamonu ve Trabzon Karşılaştırması

**Kaynak:** TÜİK (2015) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

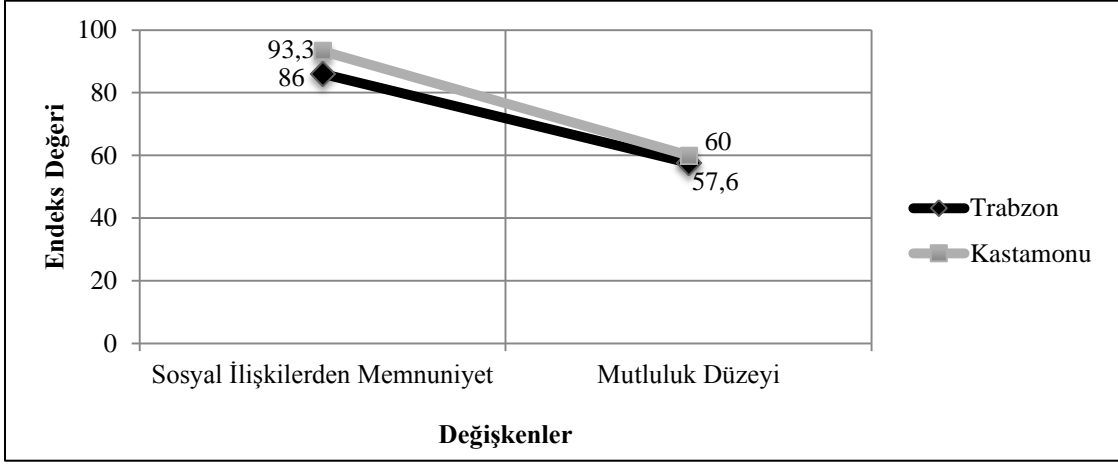
Grafik 8’de ise Kastamonu ve Trabzon, hava kirliliği oranı, ormanlık alan ve gürültü problemi oranı açısından karşılaştırılmaktadır. Arap turistlerin çok dikkat ettikleri özelliklerden biri olan temiz hava, yeşil alan ve sakin çevre açısından her iki il karşılaştırıldığında Kastamonu’nun ormanlık alan bakımından Trabzon’a göre daha iyi bir konumda olduğu görülmektedir. Eldeki veriler ışığında Kastamonu, gürültü ve hava kirliliği açısından da Trabzon’dan üstündür.



**Grafik 8.** Çevre Açısından Kastamonu ve Trabzon Karşılaştırması

**Kaynak:** TÜİK (2015) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

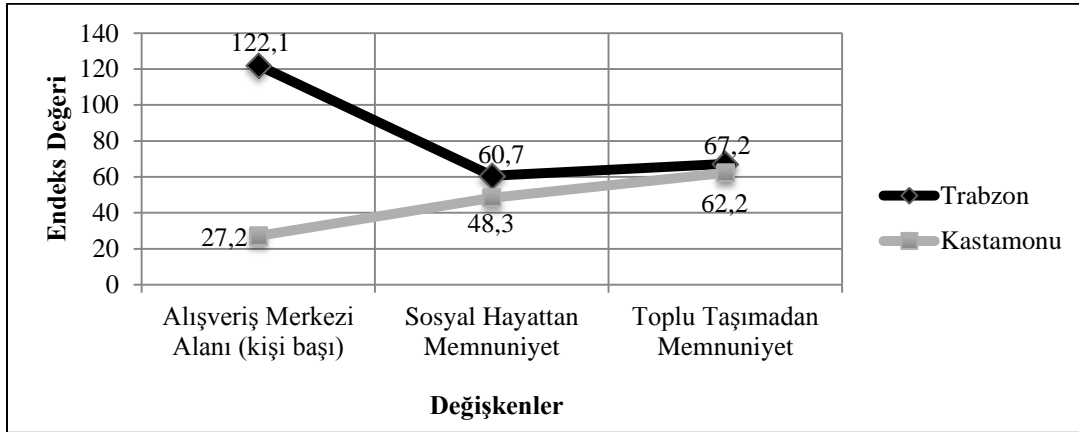
Grafik 9’da bu iki ili sosyal ilişkilerden memnuniyet ve mutluluk düzeyi açısından karşılaştırmaktadır. Turistlerin gittikleri yerlerde huzurlu bir ortam aradığı düşünüldüğünde sosyal ilişkilerden memnuniyet ve mutluluk düzeyi açısından her iki il birbirine yakın değerlere sahiptir. Bu değişkenler Arap turistlerin tercihi açısından önemlidir. Ancak canlı bir sosyal hayat daha çok önem arz edebilir.



**Grafik 9.** Yaşam Memnuniyeti Açısından Kastamonu ve Trabzon Karşılaştırması

**Kaynak:** TÜİK (2015) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

Bununla birlikte Arap turistler alışverişe ve kaliteye önem vermektedirler. Bu kapsamda sosyal hayat değişkeni açısından bakıldığında Kastamonu ilinin kişi başına düşen alışveriş merkezi alanında Trabzon’dan oldukça geride olduğu görülmektedir. Bunun yanında sosyal yaşamdan memnuniyet oranı da Trabzon’dan daha düşük durumdadır. Grafik 10’da sosyal hayat değişkenlerine ilişkin karşılaştırma görülebilmektedir.



**Grafik 10.** Sosyal Yaşam Açısından Kastamonu ve Trabzon Karşılaştırması

**Kaynak:** TÜİK (2015) verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

Tüm bu bulgular ışığında Kastamonu'nun Arap turist potansiyeline ilişkin SWOT / FÜTZ analizi (güçlü yanları, zayıf yanları, fırsatları ve tehditleri) şu şekilde ifade edilebilir;

**Güçlü Yanları:** Kastamonu'nun her şeyden önce tarihi, doğal güzellikleri ve kültürü en önemli güçlü yönleridir. Üç büyük semavi dine ilişkin önemli eserlerin bulunması inanç turizmi için önemli bir unsurdur. Sadece yaz turizmi değil kış turizmine ilişkin alternatiflerin olması da güçlü yönlerinden bir diğeridir. Bunların yanında farklı ve zengin bir mutfığa sahip olduğunu söylemek doğru olacaktır. Öte yandan, güvenlik açısından oldukça iyi bir konumdadır. Ayrıca, temiz havası ve ormanları Arap turizmi için oldukça önemli güçlü yönleri arasındadır. Ayrıca Kastamonu sahilleri, yaylaları, mesire yerleri ve kayak merkezleri ile önemli bir şehirdir.

**Zayıf Yanları:** Kastamonu'nun Arap turizmi açısından en zayıf yönü sosyal hayatın yetersizliğidir. Özellikle kişi başına düşen alışveriş merkezi alanının yetersizliği önemli bir sorundur. Bunun yanında kaliteli oteller ve konaklama imkanlarının olmaması da önemli bir zayıflıktır. Ayrıca, pazarlama ve reklamının (PR) çok fazla yapılmaması da önemli bir zayıflık olarak ifade edilebilir.

**Fırsatlar:** Arap turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ni yeterince keşfettikleri düşünüldüğünde azalan marjinal fayda sebebiyle başta Orta ve Batı Karadeniz olmak üzere farklı bölgelere doğru yönlendirmeleri bir fırsat olabilir. Turizm çeşitliliği sebebiyle yılın 12 ayı turist çekme potansiyelinin olması ve havalimanının aktif hale gelmesi bir fırsat olarak ifade edilebilir. Ayrıca Kastamonu'nun 2018 yılı için Türk Dünyası Kültür Başkenti seçilmesi de önemli bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

**Tehditler:** Halkın turizm konusundaki yetersiz bilgisi ve yatırım eksikliği sebebiyle göç verilmesi önemli tehditler arasındadır. Bununla birlikte Kastamonulu yatırımcıların kendi bölgelerine yatırım yapmaması da bu konuda önemli bir sorundur.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Doğal güzellikleri ile tarihini korumuş köklü bir kent olan Kastamonu tarihi ve kültürüyle yılın her ayı turist çekebilme potansiyeline sahip şehirlerden bir tanesidir. Yedi bin yıllık tarihi, Pompeiopolis Antik Kenti, gastronomisi, hanları, şelaleleri, Ilgaz kayak merkezi ve kilometreler boyunca uzanan sahili gibi değerleriyle hem yaz hem de kış turizminde büyük bir potansiyele sahip olan Kastamonu, elindeki bu imkanları yeteri kadar değerlendirememektedir. Özellikle son yıllarda ülkemiz turizminde oldukça önemli bir yeri olan Arap turizmi açısından da yeteri kadar yararlanamamaktadır. Bu noktada Kastamonu'nun Arap turizmi açısından gelişmiş olan Trabzon ile karşılaştırıldığında doğal güzellikler bağlamında bir farklılığı olmadığı ortaya çıkmaktadır. Fakat özellikle sosyal hayat ve reklamının yeterince yapılmaması Arap turizminin Kastamonu'da yeterince yaygın olmamasına sebep olmaktadır. Bununla birlikte Kastamonu ilinde hem kurumsal hem de bireysel anlamda turizme ilişkin bilgi eksikliği dikkat çekmektedir. Aslında Arap turizmi açısından önemli unsurlar olan merkeze yakınlık, güvenlik, yeşil alan ve turizm çeşitliliği açısından avantajlı bir konumda bulunan Kastamonu gerekli yatırımların, reklamın ve yönlendirmenin yapılması ile bambaşka bir çehreye bürünebilecektir. Özellikle 2013 yılından beri yükselişte olan Arap turizminin Doğu Karadeniz Bölgesi'ni yeterince keşfettiği düşünüldüğünde Kastamonu iyi bir alternatif olabilir. Bu fırsatın değerlendirilmesi noktasında yerel yönetimlerden siyasilere, Kastamonulu iş adamlarından halka herkese önemli bir rol düşmektedir. Ayrıca sürdürülebilir bir turizm modeli geliştirilmesi de bu konuda önem arz etmektedir.

Bu doğrultuda, Kastamonu'nun Arap turizmi açısından zayıf yanlarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Arap turistlerin alış-veriş merkezlerine olan talebi göz önünde bulundurularak Kastamonu'daki alış-veriş merkezi alanının yetersizliği bir an önce giderilmesi gereken bir

sorundur. Öte yandan, Arap turizmi hususunda farkındalık yaratacak çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Sonuç olarak, turizm sektörünün Türkiye ekonomisinde artan payı, Arap turizminin son dönemde dünyada yükselişe geçmesi ve Türkiye'nin Arap turistler için bir cazibe merkezi haline gelmeye başlaması Türkiye'de Arap turizminin önemini veriler ışığında da ortaya koymaktadır. Kastamonu'nun mevcut gelişme potansiyeli ve avantajlı yönleri birlikte değerlendirildiğinde, mevcut eksiklikler giderilebilirse Arap turizminden daha çok faydalanması orta ve uzun vadede mümkün olabilir.

### Kaynakça

- AKTOB (2016). ATM Dubai Turizm Fuarı, [http://www.aktob.org.tr/pdf/atm%20dubai1%20\(1\).pdf](http://www.aktob.org.tr/pdf/atm%20dubai1%20(1).pdf). Erişim Tarihi: 15 Nisan 2017.
- Arifin, A.A.M. & Hasim, M.S. (2009). Marketing Malaysia to the Middle East Tourists: Towards a Preferred Inter-regional Destinations. *Jurnal Antarabangsa Kajian Asia Barat International Journal of West Asian Studies*, 1, 39-53.
- Bayram, Y. (2016). Türk-Arap İlişkileri Bağlamında Türk Toplumunda Değişen Arap İmajının Turizme Yönelik Haber Çerçevelerinde Temsili. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 1683-1697.
- Çelebi, F. (2006). Türkiye ile Körfez Ülkeleri (Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar) Arasındaki Karşılıklı Turizm Hareketlerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dağoğlu, C. (2005). Mısır ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin Türk Turizmindeki Yeri. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DOKA (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap Turizmi Mevcut Durum ve Gelişme Stratejisi Raporu, [http://www.doka.org.tr/pdf/#dosyalar/publication/page\\_47/1426753002\\_Arap\\_Turizm\\_Raporu\\_son-29.12.pdf](http://www.doka.org.tr/pdf/#dosyalar/publication/page_47/1426753002_Arap_Turizm_Raporu_son-29.12.pdf). Erişim Tarihi 15 Haziran 2017.
- Dünya Bankası (2017). World Development Indicators. <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>. Erişim Tarihi: 15 Haziran 2017.
- Enders, W. & Sandler, T. (1991). Causality between Transnational Terrorism and Tourism: The Case of Spain. *Studies in Conflict & Terrorism*, 14 (1), 49-58.
- Ervin, G. (2017). Karadeniz'de Arap Turist Bereketi, <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/karadenizde-arap-turist-bereketi>. Erişim Tarihi 1 Ağustos 2017.
- Hacıoğlu, N. & Saylan, U. (2014). Arap Baharı'nın Turizme Yansımaları: Arap Ülkeleri ve Türkiye. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32), 55-80.
- Isaac, R.K. (2010). "Alternative Tourism: New Forms of Tourism in Bethlehem for The Palestinian Tourism Industry. *Current Issues in Tourism*, 13 (1), 21-36.
- İbret, B.Ü., Uğurlu, M. ve Aydınözü, D. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017). Tarihi ve Turistik Yerler, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63885/tarihi-ve-turistik-yerler.html>. Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017
- Mengü, C. (2008). Ortadoğu Turizm Pazarının Türkiye Açısından Analizi. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Mengü, C. (2012). Türkiye - Arap Dünyası Turizm İlişkilerinde Durum ve Beklentiler. *Ortadoğu Analiz*, 4 (42), 21-35.
- Salman, A. ve Hasim, M.S. (2012). Factors and Competitiveness of Malaysia as a Tourist Destination :A Study of Outbound Middle East Tourists. *Asian Social Science*, 8(12), 48- 60.
- Sarı, Y. & Yıldırım, G. (2015). Türkiye Turizmi Bağlamında Ortadoğu Pazarı Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 382-403.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017), Turizm İstatistikleri, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9853/istatistikler.html>. Erişim Tarihi: 22 Temmuz 2017.
- TÜİK (2015). İllerde Yaşam Endeksi, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1106](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1106). Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2017.
- TÜİK (2016). Turizm İstatistikleri, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072). Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2017.
- TÜİK (2017). Bölgesel İstatistikler, <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/#>. Erişim Tarihi: 25 Temmuz 2017.
- TÜRSAB (2017a). Incoming Turizmde Haziran Ayı Sonuçları, [https://www.tursab.org.tr/dosya/16412/haziran-2017-incoming\\_16412\\_5082063.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/16412/haziran-2017-incoming_16412_5082063.pdf). Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2017.
- TÜRSAB (2017b). Turizmin Ekonomideki Yeri, [https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icindeki-payi-1963-\\_79.html](https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icindeki-payi-1963-_79.html). Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2017.
- Ülgen, H. & Mirze, K. (2007). İşletmelerde Stratejik Yönetim. Arıkan Basım Yayım Dağıtım: İstanbul.
- Yaman, Z. (2003). Kastamonu 2003 Turizm Envanteri Gezi Rehberi. Kastamonu.
- Turizmde Bu Sabah Online Gazetesi (2016). <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/dogu-karadenizde-turizm-arap-turistle-gelisiyor-81748.html>. Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.