

## TÜRKİYE-SURİYE TURİZM İLİŞKİLERİNİN GELİŞMESİ ÖNÜNDEKİ ENGELLER (DOĞU AKDENİZ BÖLGESİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI)

Yrd. Doç. Dr. Mehmet KARA  
Mustafa Kemal Üniversitesi  
Sivil Havacılık Y.O.  
kara70m@gmail.com

Dr. Lütfü TAYFUR  
Antakya Gümrük Müdürlüğü  
ltayfur@yahoo.com

### ÖZET

Türkiye ile Suriye'nin sahip oldukları ortak kültür, tarih ve coğrafyaya rağmen turizm ilişkilerinin beklenen düzeyde gelişmediği bilinmektedir. Bu araştırma ile, iki ülke arasında turizmin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engellerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ana kütlesini, Türkiye'nin Doğu Akdeniz Bölgesinde özellikle Suriyeli turistlere hizmet sunan acente, otel yöneticileri ve turizm ile ilgili kamu yöneticileri oluşturmuştur. Tam sayım yapılması hedeflenmiş, ancak görüşme talebine olumlu yanıt alınamaması gibi nedenlerden dolayı toplam 88 kişi ile yüz yüze görüşülmüştür. Araştırmadaki veriler, geliştirilen bir anket yardımıyla elde edilmiş olup, anket 2009 yılı Ocak-Nisan ayları arasında uygulanmıştır. Ekonomik engellerden *alt yapı yetersizlikleri*, sosyal engellerden *tanıtım ve imaj sorunu ile nitelikli personel olmaması*, siyasal engellerden *sınır kapılarında yaşanan güçlükler*, fiziksel çevre engellerinden *cazibe merkezlerinin olmaması* bölge turizminin gelişmesindeki başlıca engeller olarak belirlenmiştir. Bölgenin turizm sorunlarının çözümüne yönelik olarak; ulaşım sistemlerinin güçlendirilmesi, otel, lokanta vb. tesislerin artırılması gibi alt yapı çalışmalarının yapılması, tanıtım ve imaj sorununu giderecek faaliyetlerin etkin biçimde planlanması, bölgenin turizm özelliklerini bilen, eğitilmiş personelin istihdam edilmesi, sınır kapılarındaki fiili ve yasal zorlukların giderilmesi gerekmektedir.  
*Anahtar Kelimeler: Turizm Endüstrisi, Doğu Akdeniz Bölgesi, Türkiye, Suriye, Engeller*

### BARRIERS TO DEVELOPMENT OF TOURISM RELATIONS BETWEEN TURKEY AND SYRIA (A FIELD RESEARCH IN EAST MEDITERRANEAN REGION)

#### ABSTRACT

Despite the close connection between two countries in terms of culture, history and geography, tourism relationship between Turkey and Syria has not developed to the expected level. So, this study was aimed at determining the barriers affecting the development of tourism sector as economically, socially, politicaly and environmentally. The population of the research was made of travel agencies, hotels and public sector managers delivering/in charge of services provided for Syrian tourist especially. Although it was aimed to reach the whole population only 88 persons can be interviewed due to various difficulties such as having negative response to interview request. Research data was collected through questionnaires developed for the survey and was analyzed by using one way ANOVA. The survey was executed between

January 2009 and April 2009. *Lack of infrastructure* as economic barriers, *advertisement and image problems* and *incompetency of personnel* as social barriers, *difficulties in border customs* as political barriers and *lack of attractive destinations* as physical environmental barriers were determined as major barriers to developing tourism in the region. In order to produce solutions to the regional tourism problems; strengthening transit systems, increasing infrastructure in terms of hotels, restaurants etc., effectively planning activities that will overcome advertisement and images problems, employing well qualified personnel who knows best about touristic characteristics of the region, and alleviating the legal and formal barriers at border gates are needed.

*Key Words: Tourism Industry, East Mediterranean Region, Turkey, Syria Barriers.*

### Giriş

Turizm, istihdam açısından emek-yoğun bir endüstri olup, bir çok sektörü etkileyen, ülke ve bölge genelinde önemli katma değer sağlayan ve çok hızlı döviz getiren bir endüstri olma özelliğine sahiptir (Severino, 2000, s.1). Turizm aynı zamanda, iki ülke arasında ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel bağların daha da kuvvetlendirilmesine katkıda bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin bir diğer özelliği, toplum seviyesinde çoğu kez önemli bir sermaye yatırımı gerektirmeyen, küçük ölçekli yatırımlarla ve yerel insan kaynakları ile sunulabilen bir hizmet oluşudur. Yerel turizm endüstrisi, sahip olduğu turizm ürünlerini kendisi koruyabilmekte, kalitesini yükseltebilmekte ve bu faaliyetlerini pazarlayabilmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2001, s. 61).

Bir turizm bölgesinin gelişimi, turizm literatürünün temel konularından birisi olup, konu ile ilgili araştırmaların farklı perspektiflere sahip oldukları görülmektedir. Literatürdeki analizlerde, bir bölgede turizm endüstrisinin gelişebilmesi için temel bazı faktörlerin bulunması gerektiği, aksi durumda bunların engel olarak kendini göstereceği ifade edilmektedir. Bir bölgenin turizm kaynakları bakımından kıt olması, altyapı tesislerinin yetersizliği, hükümet desteğinin zayıflığı ve etkin olmayan tanıtım, özellikle tüm bu engellerin hepsinin bir arada bulunması, sözkonusu turizm bölgesinin gelişimi önünde temel engeller olarak kabul edilmektedir (Henderson, 2006, s. 88).

Türkiye ile Suriye arasında gerek coğrafi, tarihi ve kültürel yakınlık gerekse akrabalık bağları nedeniyle geçmişten günümüze gelen köklü ilişkiler bulunmaktadır. Suriye’de 2000’li yılların başından itibaren liberalleşme politikaları uygulanmaya başlanmıştır. Ayrıca Suriye ile son yıllarda gelişen siyasi ilişkiler paralelinde ekonomik alanda da işbirliğine gidilmiş, bu kapsamda en son Suriye-Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması 01.01.2007 tarihinde yürürlüğe girmiştir (06.11.2006 tarihli, 26338 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete). İki ülke arasındaki bu gelişmeler, iki komşu ülkenin gelecekte her alanda işbirliğine gidebileceği beklentisini güçlendirmektedir. İki ülkenin turizm ilişkilerinin önemli bir bölümü yakın zamana kadar sınıra yakın bölgelerde yapılan akrabalık ve arkadaşlık ilişkilerine dayanmakta iken, gelişen ilişkilere paralel olarak turizm, gelişme potansiyeline sahip endüstrilerin başında gelmektedir. Ancak Türkiye, uzun yıllar komşu ülkelerle olan ekonomik, sosyal ve siyasal ilişkilerini yeterince geliştirememiştir. Öyle ki, Türkiye’ye gelen toplam turistler içinde Suriye’nin payı %

1'ler düzeyindedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008, s. 13). Dolayısıyla, ortak coğrafi, tarihi ve kültürel yakınlığa rağmen iki ülke arasında turizm ilişkilerinin gelişmesini engelleyen faktörlerin belirlenmesi önem kazanmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'nin Suriye ile en çok ekonomik, ticari ve sosyo-kültürel ilişkisi olan Doğu Akdeniz Bölgesi açısından konunun irdelenmesi, turizm ilişkilerinin geliştirilmesi ve bölgenin sosyo-ekonomik gelişimi açısından önem taşımaktadır.

## 1. Ülkelerarası Turizm İlişkilerinin Gelişmesini Engelleyen Faktörler

Ülkeler arası turizmin gelişmesini engelleyen faktörlere yönelik yapılan çalışmalar; ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre faktörleri ile turizmin sürdürülebilirliği alanlarında yoğunlaşmaktadır (Pankaew, 2003, s. 61). Söz konusu faktörler gruplandırılarak sırasıyla ele alınmıştır:

### 1.1. Ekonomik Analiz

Ekonomik analiz, turizm endüstrisinin gelişimini; turizm ürünlerinin *fiyat-kalite dengesizliği* ve *alt yapı yetersizlikleri* bağlamında ele almaktadır. *Fiyat-kalite dengesizliği*, turistlerin herhangi bir turizm bölgesini seçiminde etkili olan, otel, lokanta ve alışveriş merkezlerine yönelik ürünlerin çeşitliliği, fiyatı ve kalitesi, yani turizm ürünlerinin kalite-fiyat ilişkisini ifade etmektedir. Heung ve Cheng (2000, s. 400-402) turistlerin alışverişte memnun olma düzeyini incelediği çalışmada, memnun olma düzeyini en çok etkileyen faktörlerin çalışan personelin kalitesi, ürünün fiyatı ve güvenilirliği olduğu sonucuna varmıştır. Yine, Wong ve Law (2003, s. 406-409), turistlerin alışverişlerden memnun olma durumlarını, servis hizmetlerinin kalitesi ile ürünlerin kalitesi, çeşitliliği ve fiyatları konularını kapsamında incelemektedir. Eraç (2007, s. 312) ise, turistlerin sadece alışverişten değil her alanda tatmin olma düzeyini ele aldığı çalışmada, özellikle uçak taşımacılığındaki düşük kalitenin ve taksit sürücülerinin davranışlarının, Ahn ve Ahmed (1994, s. 87-89) yüksek fiyat ve düşük ürün kalitesinin, ülkenin turizm endüstrisi ile ilgili negatif izlenimlere yol açtığı sonucuna varmışlardır.

*Altyapı yetersizlikleri*, karayolu, havayolu gibi ulaşım sistemlerinin varlığı, otel ve lokanta gibi tesislerin sayısı ile turizm bölgelerindeki fiziki altyapı yatırımlarını kapsamaktadır. Heung (1997, s. 50-55) havalimanı kapasitesinin yetersizliği ve otel odalarının azlığının, Masson ve Petiot (2007, s. 2) ulaşım sistemlerinin, turizm bölgesinin gelişiminde önemli rolü olduğunu ifade etmektedir. Titterington ve Lennon (1995, s. 89) altyapının (otel, lokanta vb.) iyileştirilmesi, turistler için bazı kolaylıklar sağlayacak düzenlemelerin yapılması, taşımacılık bağlantılarının güçlendirilmesi konularının kritik önem taşıdığını vurgulamaktadır. Hobson, Heung ve Chon (1994, s. 44) turizm endüstrisinde faaliyet gösteren otellerin yeterli olmaması, otel odalarının uluslararası standartlara uymaması halinde, turizmin gelişemeyeceğini ileri sürmektedir.

İkincil veriler yardımıyla, bir ülkeye ya da bölgeye gelen turist talebini etkileyen faktörlere yönelik pek çok ekonometrik çalışma bulunmaktadır: Syriopoulos ve Sinclair (1993), Lim (1997), İçöz, Var ve Kozak (1998), Akiş (1998), Prideaux (2000), Daniel, Francisco ve Ramos (2002), Song, Wong ve Chon (2003), Divisekera (2003), Halicioğlu (2004), Han, Durbarry ve Sinclair (2006), Aktürk (2006), Saayman

ve Saayman (2007) bunlardan bazılarıdır. Bu çalışmalarda ülkeye gelen turist sayısı ya da turizm harcamaları bağımlı değişken, turistlerin geldiği ülkelerdeki kişi başına düşen milli gelir, turizm ürünlerinin göreceli fiyatı, ulaşım maliyetleri, döviz kurları, iki ülke arası uzaklık, yurt dışına çıkan turist sayısı, vize istenip istenmemesi, iklim koşulları (güneşli geçen gün sayısı vb.) ve arz faktörleri (otel, lokanta sayısı vb.) bağımsız değişken olarak kullanılmaktadır. Saayman ve Saayman (2007, s. 18) ile Daniel, Francisco ve Ramos (2002, s. 207) iki farklı çalışmada, gelen turist sayısını belirleyen temel faktörün turistin geliri, ayrıca ürün fiyatlarının ve ulaşım ücretlerinin etkili olduğunu tespit etmiştir. Aktürk (2006, s. 12) gelen turist sayısını belirleyen temel faktörün turistin geliri olduğu, ürün fiyatlarının gelen turist sayısını etkilemediği, alternatif ülkelerdeki ürün fiyatlarının cazip olmasının ise sınırlı sayıda ülkeden gelen turistler için önemli olduğu sonucuna varmıştır. Syriopoulos ve Sinclair (1993, s. 1541) turistlerin yapacakları harcama miktarını, ülkeler arası fiyat farklılığının belirlediği sonucuna ulaşmıştır. Prideaux (2000, s. 60-61) ise turist sayısının, ulaşım maliyetleri ile yakın ilişkisinin olduğunu ifade etmektedir.

## 1.2. Sosyal Analiz

Sosyal analiz, turizm endüstrisinin gelişimini, bölgenin *tanıtımı ve imajı* ile sektördeki *çalışanların nitelikli olması* bağlamında ele almaktadır. *Tanıtım ve imaj* konusu, turizmin gelişmesinde bölge imajının iyileştirilmesi, turizm ürünlerinin iyi tanıtılması, piyasa talebinin belirlenmesi ve karşılanmasına yönelik konuları kapsamaktadır. Henderson (2006, s. 87); bir bölgede turizmin gelişmemesinde, cazip bir turizm merkezi olarak algılanmaması ve tanıtım yetersizliğinin önemli rol oynadığını belirtmektedir. Titterington ve Lennon (1995, s. 89-91); turizm politikaları belirlenirken, turizm bölgelerinin imajının iyileştirilmesi, turizm ürünlerinin tanıtımının iyi yapılması, piyasa talebinin belirlenmesi ve o alana yönelmesi konularına önem verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Rittichainuwat, Qu ve Brown (2001, s. 86); zengin tarihi, kültürel ve doğal özellikler bölge için olumlu imaj sağlarken; kirlilik, fuhuş ve turistik mekanların bakımsızlığının da kötü imaj nedeni olduğunu tespit etmiştir. Buhalis (2000, s. 97-116); bir bölgenin pazarlanması ile o bölgedeki turizmin gelişmesi arasında çok yakın bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Öte yandan, gelişen teknoloji ve internetin turizm bölgesinin görünebilirliğini artırması, maliyetleri düşürmesi ve yerel kuruluşlarla olan ilişkileri geliştirmesi bakımından kritik önem taşıdığı belirtilmektedir.

*Çalışanların nitelikli olması*; yabancı dil bilen, güleryüzlü, konuksever, iletişim becerisi yüksek, kültürel farklılıklar gibi konularda eğitimli olmasına vurgu yapan çalışmaları kapsamaktadır. Tosun, Temizkan, Timothy ve Fyall (2007, s. 99); sektörde çalışan personelin iletişim ve kültürel farklılıklar konusunda daha eğitimli olması gerektiğini belirtmiştir. Panmunin (1993, s. 60) çalışanların turistlere karşı güler yüzlü ve yeterince konuksever olamamasını, turizm endüstrisinde çalışanların işinden tatmin olmaması ile açıklamaktadır. Martin, Mactaggart ve Bowden (2006, s. 386) turizm endüstrisinde çalışan personel niteliğinin düşük olmasını, sektörün özelliği gereği iş değiştirme oranının çok yüksek olması ile açıklamaktadır. Cai ve Woods (1993, s. 30) turistlerin yabancı ülkelere seyahat etmelerinde kültür farklılıklarının ve yabancı dilin ciddi bir engel oluşturduğunu, bu bağlamda rehberlerin de yetersiz

olmasının, turistin o ülkeye yapacağı seyahate yönelik motivasyonunu azalttığını belirtmektedir. La Lopa ve Holecek (1996, s. 48) bir bölgenin, turizm endüstrisindeki yetersizliklerini ancak toplumun tüm kesimlerini kapsayan, kaliteyi artırıcı eğitim programları yardımıyla giderebileceğini ve bazı rekabet üstünlükleri sağlayabileceğini ifade etmektedir.

### 1.3. Siyasal Analiz

Siyasal analiz, turizm endüstrisinin gelişimini *iç ve dış siyasi sorunlar ile sınır kapılarında yaşanan güçlükler* bağlamında ele almaktadır. *İç ve dış siyasi sorunlar*; ülkedeki insan hakları konusundaki eksiklikler, yüksek suç ve şiddet oranı ile savaş ve terör gibi konuları kapsamaktadır. Chon, Singh ve Mikula (1993, s. 47-48) insan hakları konusundaki eksikliklerin, Hobson ve Leung (1997, s. 67-68) askeri yönetimin, Dimanche ve Lepetic (1999, s. 19-23) yüksek suç oranının, Ahmed, Heller ve Hughes (1998, s. 83) yüksek şiddet oranının, turizm endüstrisinin gelişimi önünde ciddi sorunlara yol açtığını vurgulamaktadır. Henderson (2006, s. 87) dinsel çatışmaların, savaş ve yüksek tansiyonun yaşandığı ülkelerde -sahip oldukları güçlü turizm potansiyeline rağmen- turizm endüstrisinin gelişmediğini ifade etmektedir. Benzer şekilde Withiam (1994, s. 15) ile Titterington ve Lennon (1995, s. 89-91) terör tehditlerinin turizm endüstrisinin gelişimi önünde önemli bir engel olduğunu belirtmiştir. Hobson, Heung ve Chon (1994, s. 46) ise, siyasi izolasyona maruz kalan ülkeye, yabancı turizm yatırımlarının az olacağını, dolayısıyla politik olarak yüksek riskli böyle bir ülkeye turistlerin gelmeyeceğini vurgulamaktadır.

*Sınır kapılarında yaşanan güçlükler*, yabancı turistlerin ülkeye girişte vize alımında yaşadıkları zorlukları, sınır kapılarında karşılaştıkları uzun ve sıkıcı bürokratik işlemleri ve sınır kapılarındaki alt ve üst yapı yetersizlikleri konularını kapsamaktadır. Severino (2000, s. 2) turistlerin ülkeye girişi ile ilgili yasal düzenlemelerin, Heung (1997, s. 50-55) hükümetlerin vize ile ilgili kısıtlamalarının, gelen turist sayısında ciddi olumsuzluklara neden olduğunu ifade etmektedir. Suriye-Türkiye 4. Bölgesel Turizm Toplantısı Sonuç Bildirisinde (2007, s. 1), gümrük kapılarının fiziki altyapı yetersizlikleri ile sınır kapılarındaki aşırı bürokratik işlemlerin turizm endüstrisini olumsuz etkilediği vurgulanmaktadır. Ayrıca, Suriye-Türkiye 2. Bölgesel Turizm Toplantısında (2005, s. 1) konut fonuna harç alınması gibi uygulamaların iki ülke arasındaki turizm ilişkilerini engellediği görüşüne yer verilmiştir.

### 1.4. Fiziksel Çevrenin Analizi

Fiziksel çevrenin analizi, turizm endüstrisinin gelişimini *cazibe merkezlerinin olmaması ile çevresel sorunlar* bağlamında ele almaktadır. *Cazibe merkezlerinin olmaması* sorunu ülkede doğal, tarihi ve kültürel turistik mekânların yetersizliği konularını kapsamaktadır. Ahmed, Heller ve Hughes (1998, s. 88), ülkelerin sahip olduğu uzun kumsallar, geniş yeşil alanlar gibi tabiat güzellikleri ile farklı kültürleri ve otantik kent dokusuna sahip turistik mekânları barındırmasının, turizm potansiyelini artırdığını ifade etmektedir. Luzar, Diagne, Ecgan ve Henning (1998, s. 48), kentlerde iyi donatılmış eko turizm bölgelerinin, o yörenin kalkınmasına ilave katkılar sağlayacağını ileri sürmüştür. Eko turizmi tercihte aile türü ve coğrafi yakınlık etkili

olurken, gelir faktörünün etkili olmadığı sonucuna varılmıştır. Öte yandan, Meric ve Hunt (1998, s. 57) eko turizm amaçlı turistlerin daha çok orta yaşlı ve yüksek düzeyde eğitim gören kişiler olduğu ve gelirlerinin diğer turistlere göre nispeten daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Ayala (1996, s. 54) ve Panmunin (1993, s. 60) turisti cezbeden faktörlerin yüksek kaliteli hizmetin yanında, zengin doğal ve kültürel varlıkların da olduğunu belirtmiştir.

*Çevresel sorunlar* turizm bölgelerindeki hava ve mekânların kirliliği, trafik sorunları ve havaların aşırı sıcak olmasını kapsamaktadır. Henderson (1999, s. 110-111) hava kirliliğinin, Somerville (2004, s. 65) gürültü ve hava kirliliğinin turizmin gelişmesi önünde en önemli engellerden birisi olduğunu ifade etmektedir. Huybers ve Bennett (2003, s. 228) turizm bölgelerinde çevreyi korumaya yönelik çalışmaların, bölgeye olan turist talebini artıracak ve o yörenin rekabet gücünü yükselteceğini belirtmiştir.

## **2. Türkiye-Suriye Turizm İlişkilerinin Gelişmesi Önündeki Engellere Yönelik Bir Alan Araştırması**

Türkiye, Suriye ile en uzun kara sınırına ve 7 sınır kapısına sahip olan bir ülke olmasına karşın, bu iki ülke arasındaki turizm ilişkileri oldukça düşük düzeydedir. Suriye'den gelen turist sayısı ve toplam turistler içinde Suriye'nin payı 2006, 2007 ve 2008 yıllarında sırasıyla 235.227 kişi (% 1.32), 280.799 kişi (% 1.33), 350.240 kişi (% 1.41) olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008, s. 13).

### **2.1. Araştırmanın Amacı**

Türkiye ile Suriye'nin birbirini tamamlayan coğrafyalarda aynı antik ve orta çağ medeniyetlerine ev sahipliği yapması, aynı tarihi yüzyıllarca paylaşmış olmaları, iki ülke arasında turizmin gelişmesinde önemli bir potansiyel olarak görülmelidir. Önemli medeniyetlerin yaşadığı bu bölge, tarihi ve kültürel açıdan zengin değerlere sahiptir<sup>1</sup>. Türkiye ile Suriye arasında gerek coğrafi, tarihi ve kültürel yakınlık gerekse akrabalık bağları nedeniyle geçmişten günümüze gelen köklü ilişkiler bulunmasına rağmen, yakın bir zamana kadar, iki ülke arasındaki turizm ilişkilerinin önemli bir bölümü, modern turizm ilişkilerinden uzak, sınıra yakın bölgelerde yapılan akrabalık ve arkadaşlık ilişkilerine dayanmakta idi. Son yıllarda iki ülke arasındaki iyi ilişkiler ve yakınlaşmaya rağmen, turizm ilişkileri istenilen düzeyde değildir. Bu kapsamda, Türkiye'nin Suriye ile en çok ekonomik, ticari ve sosyo-kültürel ilişkisi olan Doğu Akdeniz Bölgesi açısından konunun irdelenmesi, turizm ilişkilerinin geliştirilmesi ve bölgenin sosyo-ekonomik gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın iki amacı vardır. Birincisi; Doğu Akdeniz Bölgesinin Suriye ile olan turizm ilişkilerinin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel

<sup>1</sup> Dünyanın ilk kilisesi Hatay'da bulunmaktadır. Bir başka ifade ile inanç turizminin merkezi konumunda olan ve üç dinin bulunduğu yer olan Hatay önemli tarihi cazibe merkezi adaydır. Öte yandan, Haçlı seferlerinin en önemli liman kentlerinden biri olan Tarsus bu bölgededir. Aynı zamanda bu kentler, sahil turizmi ürünleri açısından da çok zengin olup, kuruvaziyer turlar için büyük olanaklar sağlamaktadır (Yücel, 2002, s. 2). Ancak Suriyeli turistlerin genellikle şehir merkezli konaklamayı tercih etmeleri ve tatillerini alışveriş odaklı geçirmeleri nedeniyle, söz konusu zengin tarihi, kültürel ve tabiat potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir.

çevre engellerinin belirlenmesidir. İkincisi ise; Bölgede faaliyet gösteren ve Suriye’li turistlere hizmet sunan acente, otel ve kamu yöneticilerine göre bu engellerin farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. Endüstrideki farklı kesimlerin sorunlara yönelik ortak bir görüşe sahip olması; konunun ciddi bir sorun olarak değerlendirilmesi açısından önemlidir.

Anket çalışması, Doğu Akdeniz Bölgesinde Suriye’ye yönelik çalışan seyahat acenteleri, otel yöneticileri ve turizm ile ilgili kamu sektöründe görev yapan yöneticiler olmak üzere özel ve kamu sektörü yöneticileri ile yapılmıştır. Kaynak ve personel yetersizliği nedeniyle çalışmanın sadece Doğu Akdeniz Bölgesi ile sınırlı tutulması, araştırmanın kısıtını oluşturmuştur. Tam sayım amaçlanmış, ancak çeşitli nedenlerden dolayı toplam 88 kişi ile anket yapılabilmektedir.

## **2.2. Araştırmanın Yöntemi**

Doğu Akdeniz Bölgesinin Suriye ile olan turizm ilişkilerinin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engellerinin belirlenmesi amacıyla anket formu hazırlanmıştır. Anket, bölgede Suriyeli turistlere hizmet sunan acente, otel ve kamu yöneticileri (vali yardımcıları, il turizm müdürleri, müdür yardımcıları ve şube müdürleri, turizm danışma büroları yöneticileri) ile yapılmıştır.

### **2.2.1. Veri Toplama Yöntemi**

Adana, Mersin, Hatay, Osmaniye ve Kahramanmaraş illerini içine alan Doğu Akdeniz Bölgesi ile Suriye arasındaki turizm ilişkilerinin gelişmesini engelleyen faktörlerin belirlenmesini hedefleyen bu araştırmaya esas teşkil eden veriler, anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Yapılan literatür taraması ve uzman grup çalışması sonucunda elde edilen bilgiler yardımıyla, beş bölümden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anketin ilk dört bölümü; Tablo 2’de görüldüğü gibi, turizm ilişkilerini etkilediği öngörülen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre sorunları, geliştirilen 38 maddelik bir ölçek yardımıyla elde edilmiştir. Son bölümü ise araştırmaya katılan seyahat acente yöneticileri (ve tur rehberleri)<sup>2</sup>, otel yöneticileri ve turizm ile ilgili kamu sektörü yöneticileri hakkında genel bilgiler elde etmeyi amaçlamaktadır. İki ülke turizm ilişkilerini engelleyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre konuları 5’li Likert derecelemesi ile kategorilendirilmiştir. Yanıt seçenekleri “1: Hiç önemli değil, 5: Son derece önemli” olarak belirlenmiştir.

Öncelikli olarak bölgede faaliyet gösteren acente ve otel yöneticileri ile kamu sektöründe görev yapan 20 yönetici ile 2008 yılı Aralık ayı içerisinde pilot çalışma niteliğinde, ön test yapılmıştır. Bir kısım maddeler çıkartılmış, anlaşılmayan maddeler düzeltilmiş ve anket formuna son hali verilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirliklerini tespit etmek için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmış, değerler Tablo 1’de verilmiştir. Araştırma ile ilgili anket formu, seyahat acente yöneticileri, otel yöneticileri ve turizm ile ilgili kamu sektörü yöneticilerine uygulanmıştır. Anket, 2009 yılı Ocak-Nisan ayları arasında yapılmıştır.

<sup>2</sup> Anlam karışıklığına yol açmamak için *tur rehberleri, seyahat acenteleri* içinde değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları (Cronbach Alfa )

		Madde (Önerme) Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı( $\alpha$ )
Ekonomik Engeller	<i>Fiyat-Kalite Dengesizliği</i>	9	0,68
	<i>Alt Yapı Yetersizlikleri</i>	5	0,66
Sosyal Engeller	<i>Tanıtım ve İmaj Sorunu</i>	4	0,55
	<i>Nitelikli Personel Olmaması</i>	4	0,73
Siyasal Engeller	<i>İç ve Dış Siyasal Sorunlar</i>	4	0,73
	<i>Sınır Kapılarında Yaşanan Güçlükler</i>	4	0,56
Fiziksel Çevre Engelleri	<i>Cazibe Merkezlerinin Olmaması</i>	4	0,78
	<i>Çevresel Sorunlar</i>	4	0,75
		38	

### 2.2.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma kapsamı Adana, Mersin, Hatay, Osmaniye ve Kahramanmaraş illerini içine alan Doğu Akdeniz Bölgesi olarak belirlenmiştir. Ancak, bölgede Suriye ile ilgili turizm konusunda süreklilik ve yoğunluğun Adana, Mersin ve Hatay illerinde olduğu, diğer illerde ise turizm ilişkilerinin gelişmediği görülmüştür.

Araştırmanın ana kütesini, Bölgede Suriye'ye yönelik çalışan seyahat acenteleri, oteller ve turizm ile ilgili kamu sektörü yöneticileri oluşturmaktadır. Seyahat acenteleri ile ilgili ana kütle; Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) verilerinden yararlanılarak oluşturulmuş olup bu grupta toplam 35 acente yöneticisi ve tur rehberi bulunmaktadır. Araştırmanın ikinci grubunu Suriye'ye yönelik çalışan otellerin otel müdürleri, ön büro ve satış müdürleri oluşturmuş olup, bu grubun ana kütesi 41 kişidir. Turizm ile ilgili kamu sektöründe görev yapan vali yardımcılarını, il turizm müdürlerini, müdür yardımcılarını, şube müdürlerini, turizm danışma büroları yöneticilerini araştırmanın üçüncü grubunu oluşturmuş olup, bölgede bu kapsamda toplam 34 yönetici bulunmaktadır. Buna göre ana kütle 110 olarak belirlenmiştir.

Tam sayım amaçlanmış, ancak çeşitli nedenlerden dolayı toplam 88 kişi ile anket yapılabilmektedir. Örneklem gruplara göre dağılımı ise; 30'u acente yöneticisi, 32'si otel yöneticisi, 26'sı da kamu yöneticisi şeklindedir.

### 2.2.3. Araştırmanın Soruları

Bölgenin Suriye ile olan turizminin gelişmesini etkileyen engellerin neler olduğunun bilinmesi ayrıca sektörde yer alan kesimlerin bu konuda ortak görüşe sahip olup olmadıklarının araştırılması önemlidir.

Bu bağlamda araştırmanın üç temel sorusu vardır:

a) Bölge turizminin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engelleri, acente, otel ve kamu yöneticilerine göre farklılık göstermekte midir?

b) Bölge turizminin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engelleri, özel sektör ile kamu sektörü yöneticilerine göre farklılık göstermekte midir?

c) Bölge turizminin gelişmesini etkileyen engeller hangileridir?

### 3. Bulgular ve Değerlendirilmesi

Bölge turizminin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engelleri açısından acente, otel ve kamu yöneticileri arasında farklılık olup olmadığı, tek yönlü ANOVA ve Post Hoc (Tukey ve Games Howell) tekniği kullanılarak test edilmiştir.

#### 3.1. Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Tablo 2 incelendiğinde Türkiye'nin Doğu Akdeniz Bölgesi ile ilgili olarak, ekonomik engellerden *alt yapı yetersizlikleri*, sosyal engellerden *tanıtım ve imaj sorunu* ile *nitelikli personel olmaması*, siyasal engellerden *sınır kapılarında yaşanan güçlükler*, fiziksel çevre engellerinden *cazibe merkezlerinin olmaması* bölge turizminin gelişmesindeki engeller olarak belirlendiği görülmektedir.

Tablo 2: Turizmi Engelleyen Konuların Aritmetik Ortalaması

	Acente yöneticileri	Otel yöneticileri	Kamu yöneticileri
EKONOMİK ENGELLER			
- <i>Fiyat-Kalite Dengesizliği</i>	<b>2,45</b>	<b>2,46</b>	<b>2,63</b>
• Yiyecek-içecek fiyatlarının yüksek olması	3,55	1,73	2,31
• Otel fiyatlarının yüksek olması	2,24	2,68	2,65
• Alternatif ülkelerde tatilin daha ucuz olması	2,11	2,09	2,35
• Taksi ücretlerinin yüksek olması	3,46	2,91	2,62
• Türk parasının Suriye parası karşısında aşırı değerlenmesi	1,93	2,91	3,00
• Alış-veriş imkanlarının ekonomik (ucuz) olmaması	2,07	2,00	2,62
• Vize alım ücretlerinin yüksek olması	2,66	3,36	2,92
• Otel hizmet kalitesinin düşük olması	2,17	2,14	2,77
• Lokanta hizmet kalitesinin düşük olması	1,93	2,36	2,46
- <i>Alt Yapı Yetersizlikleri</i>	<b>3,95</b>	<b>3,29</b>	<b>3,57</b>
• İki ülke arasında karayolu taşımacılık sisteminin yetersiz olması	3,52	2,50	3,46
• İki ülke arasında denizyolu taşımacılık sisteminin gelişmemiş olması	3,83	3,95	3,77
• Doğrudan bölgesel (Halep-Adana, Şam-Adana gibi karşılıklı) uçak seferlerinin olmaması	3,90	3,41	4,00
• Turizm alanlarında turistler için kolaylık sağlayacak fiziki altyapı yatırımlarının yetersiz olması	4,38	3,14	3,27
• Sınır kapılarının fiziki altyapılarının yetersiz olması	4,14	3,45	3,38
SOSYAL ENGELLER			
- <i>Tanıtım ve İmaj Sorunu</i>	<b>3,34</b>	<b>2,79</b>	<b>3,37</b>
• Bölgenin bir "turizm imajı"nın olmaması	3,62	3,27	3,58
• Tanıtımın yetersiz olması	3,52	3,64	4,23
• Medyanın yanlış tanıtımı	3,79	2,45	2,96
• Otele, yemeklere, insanlara ve mekana olan güven sorunu	2,45	1,82	2,73
- <i>Nitelikli Personel Olmaması</i>	<b>3,25</b>	<b>2,79</b>	<b>3,16</b>
• Taksi sürücülerinden kaynaklanan sorunlar	2,76	2,05	2,62
• Kokartlı rehber olmaması	2,59	3,45	3,31
• Turizm endüstrisinde çalışanların nitelikli olmaması	3,97	2,86	3,38
• Yeterli sayıda yabancı dil bilen kişinin olmaması	3,69	2,82	3,35

SİYASAL ENGELLER				
- İç ve Dış Siyasal Sorunlar	<b>1,83</b>	<b>2,27</b>	<b>2,71</b>	
• Hırsızlık, kap-kaç, yaralama gibi güvenlik sorunları	1,62	2,09	2,58	
• Türkiye'nin iç siyasi istikrarsızlıkları	1,52	2,59	2,69	
• İnsan haklarına saygı duyulmaması	1,62	2,00	2,69	
• İki ülke arasında siyasi konularda tarihsel sorunların varlığı	2,59	2,41	2,88	
- Sınır Kapılarında Yaşanan Güçlükler	<b>3,73</b>	<b>3,38</b>	<b>3,06</b>	
• Vize alımlarında zorluk çıkarılması	4,07	2,77	2,92	
• Suriyeli turistlerin sınırda sıkıcı bürokratik işlemlere maruz kalmaları	4,45	3,68	3,00	
• Sınır kapılarındaki personelin nitelik olarak yetersiz olması	4,50	3,64	3,12	
• Sınır kapılarındaki personelin sayısal olarak yetersiz olması	1,82	3,45	3,23	
FİZİKSEL ÇEVRE ENGELLERİ				
- Cazibe Merkezlerinin Olmaması	<b>3,21</b>	<b>2,18</b>	<b>2,09</b>	
• Doğal cazibe merkezlerinin yetersiz olması	3,62	2,27	1,85	
• Turistik tarihi mekanların yetersiz olması	3,14	1,86	1,81	
• Zengin kültürel varlığın olmaması	2,69	2,14	1,88	
• Deniz turizm potansiyelinin olmaması	3,41	2,45	2,85	
- Çevresel Sorunlar	<b>1,65</b>	<b>2,69</b>	<b>2,69</b>	
• Havaaların çok sıcak olması	1,55	2,64	2,19	
• Havanın aşırı kirli olması	1,69	2,77	3,00	
• Kamu ve özel alanlarda temizlik sorununun bulunması	1,72	2,68	2,88	
• Trafik sorunları	1,65	2,69	2,69	

### 3.2. Ekonomik Engeller Açısından Farklılık Analizi

Ekonomik engeller, fiyat-kalite dengesizliği ve alt yapı yetersizlikleri olmak üzere iki başlıkta ele alınmıştır.

Fiyat-kalite dengesizliği konusunda p değerinin 0.05'den büyük olması nedeniyle gruplar arasında farklılık olmadığı anlaşılmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	0,62	0,53
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Tablo 2'deki ekonomik engellerden fiyat-kalite dengesizliğine ilişkin ortalamalar incelendiğinde; acente, otel ve kamu yöneticilerinin turistin herhangi bir turizm bölgesinin seçiminde etkili olan turizm ürünlerinin çeşitliliği, fiyatı ve kalitesi konularını içeren fiyat-kalite dengesizliğini bir sorun görmedikleri anlaşılmaktadır.

Alt yapı yetersizlikleri konusunda ANOVA tablosunda p değerinin 0.05'den küçük olması nedeniyle gruplar arasında farklılık bulunduğu görülmüştür (Tablo 4). Tukey HSD ile hangi grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; acente yöneticileri ile otel yöneticileri arasında farklılık bulunduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	4,92	0,01
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Tablo 2’deki ekonomik engellerden *alt yapı yetersizliklerine* ilişkin ortalamalar incelendiğinde; acente, otel ve kamu yöneticileri bölgedeki ulaşım sistemleri, otel ve lokanta gibi tesislerin sayısı ve fiziki altyapı yatırımları konusunda ciddi yetersizliklerin olduğunu ileri sürmektedirler. *Alt yapı yetersizlikleri* bakımından bölgeyi en sorunlu gören grubun acente yöneticileri olduğu, en az sorunlu görenlerin ise otel yöneticileri olduğu anlaşılmıştır.

### 3.3. Sosyal Engeller Açısından Farklılık Analizi

Sosyal engeller *tanıtım ve imaj sorunu* ile *nitelikli personel olmaması* sorunu olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

Tablo 5’de görüldüğü gibi; bölge turizminin gelişmesini etkileyen *tanıtım ve imaj sorunu* açısından gruplar arasında farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Tukey HSD ile hangi grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; otel yöneticileri ile acente yöneticileri arasında ayrıca otel yöneticileri ile kamu yöneticileri arasında farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 5: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	5,13	0,00
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Sosyal engellerden *tanıtım ve imaj sorununa ilişkin* ortalamalar incelendiğinde; tanıtım ve imajı, acente ve kamu yöneticileri sorun olarak görmesine karşın, otel yöneticileri sorun olarak değerlendirmemektedir (Tablo 2).

*Nitelikli personel olmamasına* ilişkin farklılık analizinde p değerinin 0.05’den büyük olması nedeniyle gruplar arasında farklılık olmadığı görülmüştür (Tablo 6).

Tablo 6: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	1,97	0,14
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Sosyal engellerden *nitelikli personel olmamasına* ilişkin ortalamalar incelendiğinde; personelin eğitimini, yabancı dilini, güler yüzlülüğünü, konukseverliğini ve iletişim becerisinin düzeyini ifade eden, *nitelikli personel olmaması* konusunu acente ve kamu yöneticileri sorun olarak değerlendirmesine karşın, otel yöneticileri sorun olarak görmemektedir (Tablo 2).

### 3.4. Siyasal Engeller Açısından Farklılık Analizi

Siyasal engeller *iç ve dış siyasal sorunlar* ile *sınır kapılarında yaşanan güçlükler* olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

*İç ve dış siyasal sorunlara* ilişkin farklılık analizinde p değerinin 0.05’den küçük olması, gruplar arasında farklılığı göstermektedir. Games-Howell ile hangi

grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; acente yöneticileri ile otel yöneticileri arasında ayrıca acente yöneticileri ile kamu yöneticileri arasında farklılık bulunduğu belirlenmiştir (Tablo 7).

Tablo 7: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	10,48	0,00
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Siyasal engellerden *iç ve dış siyasal sorunlara* ilişkin Tablo 2'deki ortalamalar incelendiğinde; insan hakları, yüksek suç ve şiddet oranı ile savaş ve terör gibi olumsuzlukları ifade eden iç ve dış siyasal konuları, her üç sektör yöneticisi tarafından da sorun olarak değerlendirilmemektedir.

*Sınır kapılarında yaşanan güçlükler* açısından farklılık analizinde p değerinin 0.05'den küçük olması, gruplar arasında farklılık olduğunu göstermektedir. *Games-Howell* ile hangi grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; acente yöneticileri ile kamu yöneticileri arasında farklılık olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 8: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	5,21	0,00
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Siyasal engellerden *sınır kapılarında yaşanan güçlükler* ilişkin Tablo 2'deki değerler incelendiğinde; üç sektör yöneticisi de, vize alımındaki zorlukları, sınır kapılarında karşılaşılan uzun ve sıkıcı bürokratik işlemleri, personelin nitelik ve sayısal olarak yetersizliğini sorun olarak değerlendirmektedir. Bölgeyi sınır kapıları bakımından en sorunlu gören grubun sırasıyla acente, otel ve kamu yöneticileri olduğu görülmüştür.

### 3.5. Fiziksel Çevre Engelleri Açısından Farklılık Analizi

Fiziksel çevre engelleri *cazibe merkezlerinin olmaması* sorunu ile *çevresel sorunlar* olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

*Cazibe merkezlerinin olmaması* konusunda yapılan farklılık analizinde p değerinin 0.05'den küçük olması nedeniyle, gruplar arasında farklılık olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 9). *Games-Howell* ile hangi grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; acente yöneticileri ile otel yöneticileri arasında, ayrıca acente yöneticileri ile kamu yöneticileri arasında farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	22,79	0,00
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Fiziksel çevre engellerinden *cazibe merkezlerinin olmamasına* ilişkin Tablo 2'deki ortalamalara bakıldığında; doğal, tarihi ve kültürel turistik mekânların yetersizliği gibi konuları sadece acente yöneticileri sorun olarak gördükleri anlaşılmaktadır.

*Çevresel sorunlar* konusunda yapılan farklılık analizinde p değerinin 0.05'den küçük olması, gruplar arasında farklılık olduğunu göstermektedir (Tablo 10). Tukey HSD ile hangi grupların farklılık gösterdiği incelendiğinde; acente yöneticileri ile otel yöneticileri arasında, ayrıca acente yöneticileri ile kamu yöneticileri arasında farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 10: ANOVA Sonuçları

	Serbestlik derecesi	F değeri	Olasılık (p değeri)
Gruplar arası	2	12,98	0,00
Gruplar içi	86		
Toplam	88		

Fiziksel çevre engellerinden *çevresel sorunlara* ilişkin Tablo 2'deki değerler incelendiğinde; hava ve mekânların kirliliği, trafik sorunu ve havaların aşırı sıcaklık gibi çevresel konuların sorun olarak değerlendirilmediği görülmektedir.

### Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, Türkiye'nin Doğu Akdeniz Bölgesi ile Suriye arasındaki turizm ilişkilerinin gelişmesini etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal ve fiziksel çevre engellerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, turizm ilişkilerinin gelişmesinde;

Ekonomik engellerden *alt yapı yetersizlikleri* bölgede hizmet sunan her üç sektör yöneticisi tarafından da sorun olarak ifade edilmiştir. Bu bağlamda, bölge turizminin gelişmesinde, kara, deniz, hava ve demiryolu gibi ulaşım sistemlerinin güçlendirilmesi, otel, lokanta gibi tesislerin artırılması, turistik mekânlardaki altyapının iyileştirilmesi önem taşımaktadır. Yetersiz alt yapıya sahip bir bölgeyi turistlerin tercih etmeyeceği gerçeği dikkate alındığında, turizm endüstrisinin gelişebilmesi için altyapının güçlendirilmesi gerektiği göz ardı edilmemelidir.

Sosyal engellerden *tanıtım ve imaj sorunu* ile *nitelikli personel olmamasını*, acente ve kamu yöneticileri sorun olarak değerlendirirken, otel yöneticileri sorun olarak görmemektedirler. *Tanıtım ve imaj sorununun* çözümüne yönelik olarak iki ülke seyahat acentelerinin ortak paket turlar düzenlemesi, festival ve etkinlikler planlaması, workshop'lar yoluyla karşılıklı bilgi ve tecrübe paylaşımında bulunması, ortak turizm bürolarının kurulması, karşılıklı tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, seyahat ve turizm yazarlarının ülkelerin turizm potansiyellerine yönelik yazılara yer vermesi önem taşımaktadır. Ayrıca ülke ve bölge imajının iyileştirilmesi, bu kapsamda gelişen teknoloji ve internetin kritik önem taşıdığı dikkate alınmalıdır. Bölgedeki *nitelikli personel olmaması* sorunu ise yörenin turizm yapısı ve özelliklerini bilen, iletişim ve kültürel farklılık konusunda eğitilmiş, yeterli sayıda yabancı dili olan personelin varlığı ile çözümlenebilir.

Siyasi engellerden *sınır kapılarında yaşanan güçlükler* her üç sektör yöneticisi tarafından da sorun olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla, bölge turizminin

geliştirilmesinde, sınır kapılarındaki aşırı bürokratik işlemler ve zorlukların giderilmesi ile hükümetlerin vize ile ilgili yasal düzenlemeleri kolaylaştırması temel konulardan biri olarak görülmelidir. Ayrıca, sınır kapılarında yabancı dil bilen, iletişim becerisi yüksek nitelikli personel görevlendirilmelidir.

Fiziksel çevre engellerinden *cazibe merkezleri olmamasını*, sadece acente yöneticileri sorun olarak değerlendirmektedir. Acente yöneticileri bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel varlıklar bakımından yetersiz olduğunu düşünmektedir. Bölgede doğal ve kültürel varlıkların güçlendirilmesi önem kazanmaktadır.

Buna karşın bölgedeki acente, otel ve kamu yöneticileri ekonomik engellerden *fiyat-kalite dengesizliğini*, siyasi engellerden *iç ve dış siyasal sorunları*, fiziksel çevre engellerinden *çevresel sorunları* bölge turizminin gelişmesinde engel olarak görmemektedirler.

Türkiye ile Suriye arasındaki turizm ilişkilerinin geliştirilebilmesi için, her iki ülkedeki sektör temsilcilerini ve turistleri de içine alan daha kapsamlı araştırmaların yapılması gerekmektedir. Böylece söz konusu engellere ilişkin ilk elden veri alınması mümkün olacaktır. Ayrıca, bu araştırmaların belli bir bölge ile sınırlandırılmayıp, ülke genelini esas alacak şekilde yapılması da önemlidir.

#### KAYNAKÇA

Ahmed, Z. U., V. L. Heller, K. A. Hughes (1998), "Tourism in South Africa: Uneven Prospects", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39(6): 80-90.

Ahn, J.-Y., Z. U. Ahmed, (1994), "South Korea's: Emerging tourism industry" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(2): 84-89.

Akiş, S., (1998), "A compact econometric model of tourism demand for Turkey", *Tourism Management*, 19(1): 99-102.

Aktürk, T., (2006), "Tourism demand for Turkey: models, analysis and results" *Term Project*, Institute of Applied Mathematics, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Bahar.

Ayala, H., (1996), "Resort ecotourism: a master plan for experience management", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37(5): 54-61.

Buhalis, D., (2000), "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, 21(1): 97-116.

Cai, L.A., R. H. Woods, (1993), "China's tourism-service failure" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34 (4): 30-39.

Chon, K.-S., A. Singh, J. R. Mikula, (1993), "Thailand's tourism and hotel industry" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(3): 43-49.

Daniel, A.C.M, F. Francisco, R. Ramos, (2002), “Modelling inbound international tourism demand to Portugal”, *International Journal of Tourism Research*, 4(3): 193-209.

Dimanche, F., A. Lepetic, (1999), “New Orleans tourism and crime: A case study”, *Journal of Travel Research*, 38(1): 19-23.

Divisekera, S., (2003), “A model of demand for international tourism”, *Annals of Tourism Research*, 30(1): 31–49.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, (2001), *Seyahat ve Turizmin İstihdam ve Ekonomi Üzerindeki Etkisi, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği-TURSAB Yayını.*

Eraqi, M. I., (2007), “Egypt as a macro-tourist destination: tourism services quality and positioning”, *Int. J. Services and Operations Management*, 3(3): 297-315.

Halıcıoğlu, F., (2004), “An ARDL model of international tourist flows to Turkey”, *Global Business and Economics Review-Anthology*, 614-624.

Han, Z., R. Durbarry, M.T. Sinclair, (2006), “Modelling US tourism demand for European destinations”, *Tourism Management*, 27(1): 1-10.

Henderson, J. C., (2006), “Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development”, *International Journal of Tourism Research*, 8(20): 87-99.

Henderson, J. C., (1999), “Tourism management and the Southeast Asian economic and environmental crisis: a Singapore perspective”, *Managing Leisure*, 4(2): 107-120.

Heung, V. C. S., (1997), “The Hong Kong tourism industry in transit”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 38(1): 51-59.

Heung, V. C. S., E. Cheng, (2000), “Assessing Tourists’ Satisfaction with Shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China” *Journal of Travel Research*, 38(4):396-404.

Hobson, J S P., V. C S Heung, K.-S. Chon, (1994), “Vietnam's tourism industry: Can it be kept afloat?”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(5): 42-49.

Hobson, J S P., R. Leung, (1997), “Hotel development in Myanmar: Politics and the Human-Resources Challenge”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 38(1): 60-71.

Huybers, T., J. Bennett, (2003), “Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destination”, *Environmental and Resource Economics*, 24(3): 213-233.

İçöz, O., T. Var, M. Kozak, (1998), "Tourism demand in Turkey", *Annals of Tourism Research*, 25(1): 236-240.

La Lopa, J. M, D. F Holecek, (1996); "A community-based service quality training program", *The Journal for Quality and Participation*, Eylül, 19(5): 42-48.

Lim, C., (1997), "Review of international tourism demand models", *Annals of Tourism Research*, 24(4): 835-849.

Luzar, E J., A. Diagne, C. Ecgan, B. R Henning, (1998), "Profiling the nature-based tourist: A multinomial logit approach", *Journal of Travel Research*, 37(1): 48-55.

Martin, A., D. Mactaggart, J. Bowden, (2006), "The barriers to the recruitment and retention of supervisors/managers in the Scottish tourism industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(5): 380-397.

Masson, S., R. Petiot, (2007), "Transport facilities, spatial competition and tourism destinations" *International Conference Advances in Tourism Economics 2007*, 13-14 April, Vila Nova de Stº André, Portugal.

Meric H.J., J. Hunt, (1998), "Ecotourists' motivational and demographic characteristics: A case of North Carolina travelers", *Journal of Travel Research*, 36(4): 57-61.

Pankaew, B., (2003), *Prospects for Developing the Tourism Market in Thailand: An Evaluation of Factors Influencing The Perception of American Visitors*, Golden Gate University, Doctor of Business Administration Program, Ph D. Dissertation, Mart.

Panmunin, W., (1993), "What's happening to Thai hospitality?", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(3): 60-65.

Prideaux, B., (2000), "The role of the transport system in destination development", *Tourism Management*, February, 21(1): 53-63.

Rittichainuwat, B. N., H. Qu, T. J Brown, (2001), "Thailand's international travel image: Mostly favorable", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2): 82-95.

Saayman, A., M. Saayman, (2007), "The Determinants of Inbound Tourism to South Africa", *International Conference Advances in Tourism Economics 2007*, 13-14 April, Vila Nova de Santo André, Portugal, ATE, Portekiz.

Severino, R. C., (2000), "Tourisim in Asean: Removing The Barriers", Statement of H.E. Secretary-General of the Association of Southeast Asian Nations, at the third

meeting of ASEAN Tourism Ministers Bangkok, 23 January, ASEAN Speeches, Jakarta.

Somerville, H., (2004), "Travel, tourism and the environmental challenges", *Tourism and Hospitality Research*; Mart, 5(1): 65-71.

Song, H., K.K.F. Wong, K.K.S. Chon, (2003), "Modeling and forecasting the tourism demand for Hong Kong tourism", *International Journal of Hospitality Management*, 22(4): 435-451.

Suriye-Türkiye 2. Bölgesel Turizm Toplantısı Sonuç Bildirisi, (2005), Halep.

Suriye-Türkiye 4. Bölgesel Turizm Toplantısı Sonuç Bildirisi, (2007), Lazkiye.

Syriopoulos, T.C., M. Thea Sinclair, (1993), "An econometric study of tourism demand: the AIDS model of US and European tourism in Mediterranean countries", *Applied Economics*, Aralık, 25(12): 1541-1552.

Titterington, A J., R. Lennon, (1995), "Northern Ireland: Prospects for hotel investment and tourism recovery", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(5): 87-94.

Tosun, C., S. P. Temizkan, D. J. Timothy, A. Fyall, (2007), "Tourist Shopping Experiences and Satisfaction", *International Journal of Tourism Research*, 9(20): 87-102.

T.C. Resmi Gazete. 06.11.2006 tarihli, 26338 (mükerrer) sayılı.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2008), Giriş-Çıkış Yapan Yabancı ve Vatandaşlar, Ekim, (10).

Withiam, G., (1994), "Tourism outlook for the Middle East", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(4): 15-15.

Wong, J., R. Law, (2003), "Difference in shopping satisfaction levels: a study of tourists in Hong Kong", *Tourism Management*, 24(4): 401-410.

Yücel, C., (2002), *Güneyimizde Beliren Aydınlik: Suriye*, TURSAB Ar-Ge Departmanı, <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/ULKE/02ocSur.pdf>, 08.03.2008.