



Ege Coğrafya Dergisi, 11 (2000), 39-55, İzmir
Aegean Geographical Journal, 11 (2000), 39-55, İzmir—TÜRKİYE

TURİZM COĞRAFYASI VE TURİZM PLANLAMASI

Tourism Geography and Tourism Planning

Füsun SOYKAN

Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, 35100 Bornova, İzmir
<fsoykan@edebiyat.ege.edu.tr>

Abstract

Although planning is considered as a team work, the geography specialist are not admitted to participate in tourism planning of our country. For this reason, the purpose of the study is to determine the importance and place of geography-science in tourism planning. In the content of this study ; firstly, fundamental facts and information relevant to tourism and geography take place, then some subjects with their basic forms belonging to tourism planning come into existence. Thus, it is explained that, according to plan types and in the planning duration of tourism ; at which stages and to what extent geography is essential. Geography is principally necessary for selection of location and determination of borders. Besides, its natural and cultural characteristics reveal tourism potential. In accordance with this potential, planning is made. Briefly, geography is a significant data source and directing factor in tourism planning about location.

Özet

Planlama bir ekip işi olduğu halde, ülkemizde turizm planlamasına, coğrafya uzmanlarının katılımı pek söz konusu değildir. O nedenle, turizm planlamasında coğrafya biliminin yerini ve önemini belirlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın kapsamında öncelikli olarak, turizm ve coğrafyaya ilişkin temel bilgiler yer almakta, arkasından turizm planlamasına ait bazı konular ana hatlarıyla verilmektedir. Böylece, turizmde plan türlerine göre ve planlama sürecinde, coğrafyanın hangi aşamalarda, ne ölçüde gerekli olduğu ortaya konmaktadır. Coğrafya turizm planlamasında en başta, yer seçimi ve sınırların tayininde devreye girmekte, onun doğal ve kültürel özellikleri turizm potansiyelini meydana getirmekte, bu potansiyele göre de planlama yapılmaktadır. Kısacası coğrafya, mekana dayalı turizm planlamasının önemli bir veri kaynağı ve yönlendiricisidir.

Giriş

Turizm, bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünyanın önde gelen ekonomik sektörlerinden biri haline gelmiştir. Çünkü bir taraftan insanların turizm talebi her geçen gün artmakta, diğer taraftan da ülkeler, ekonomilerindeki çıkmazları turizm gelirleri ile aşmaya çalışmaktadırlar. Günümüzün kent insanı, düzenli boş zamana sahip oluşunun getirdiği avantajlarla uzun tatillerini değişik mekanlarda geçirmeyi arzu etmekte bu da turistik mekanların – çeşitlenmesini ve geniş alanlar kaplamasını kaçınılmaz kılmaktadır. Öte yandan alansal çeşitlenmeye turizm türlerinin de hızla çoğalması eşlik etmektedir.

Bir ülkenin topraklarında aynı anda, her yerde turizmin gelişmesi (geliştirilmesi) beklenemeyeceğine göre, belirli yerlerin turizme açılması ve o yerlere özgü turizm türlerinin sokulması gerekir. Aynı zamanda turizm potansiyeli yüksek (arz olanakları kuvvetli) yerler arasından bile öncelikli olanlarının seçilmesi, diğerlerinin rezerve edilmesi şarttır. Bütün bunlar şüphesiz bir planlama ile gerçekleşebilir ve **turizmde mekansal planlamayı** devreye sokar. **Planlamayı yapmak ne kadar zor ise, uygulanmasını sağlamak da o denli güçtür.** Çoğu zaman iyi niyetlerle hazırlanan planların, uygulama sırasında yaşanan çeşitli aksaklıklardan ötürü başarısız olduğu görülmektedir. Burada bir soru akla gelebilir, acaba yalnızca suç, plan kararlarına uyulmaması, yaptırım gücünü etkileyen yasal boşlukların olması veya planın denetim altında yürütülmemesi midir? Demek istediğimiz, sonuçları bir tarafa bırakıp, planın daha önceki aşamalarında tüm gereklerinin yerine getirilip getirilmediğinin sorgulanmasıdır. Öyleyse, **planlamayı yapmak ve uygulamaktan öte, planlama öncesinin de önemini kavramak gerekir.** Planlamaya neden gerek görülmektedir?, planlanması düşünülen yerin seçimi isabetli midir?, mekanın sınırları iyi çizilmiş midir?, planlama ekibi kimlerden oluşmalıdır? gibi pek çok konu araştırılmalıdır. Böylece haklı gerekçelerle ve sağlam nedenlerle, alanında uzman kişilerden oluşmuş bir ekiple planlamaya başlamak, başarının ilk anahtarıdır. Daha sonra her aşama, planlamanın kurallarına uyularak yapılmalıdır. Kabul edilmiş bir plan ile turizm sektörü arasındaki boşluğu dolduracak **uygulama programları**, koordinasyonun sağlanması

açısından çok önemli bir işlevi üstlenmiştir. Turizm dinamik bir yapıda olduğu için sürekli planlama gerektirir. O nedenle tek bir planlama yeterli değildir ve plan aşama aşama uygulandıkça ortaya çıkan gerçeklere uyum gösterecek yeni planlar yapılmalı, geriye dönüşlerle plan kontrol edilmelidir. Kısacası, planlamanın öncesi kadar sonrası da çok önemlidir. Hatta, başarılı bir turizm planıyla gerçekleşenleri korumak üzere, bu sefer koruma amaçlı planlar devreye sokulmalıdır.

Bu makalede, turizmin çok boyutlu ve ilişkiler bütünü olduğunu bilerek ve planlamanın bir ekip işi olduğundan yola çıkarak, turizm planlamasının çeşitli türlerinde ve onların hazırlanma aşamalarında coğrafyanın yerini ve önemini ortaya koymak amaçlanmıştır. Önce, coğrafyanın turizm ile birlikteliği üzerinde durulmuş ve turizm coğrafyası öz biçimde tanıtılmıştır. Arkasından turizm planlamasına ait temel kuramsal bilgilere yer verilmiştir. Bu çerçevede içinde turizmde planlamaya gerek duyulmasının nedenleri, planlama yapılmazsa etkilerinin neler olabileceği, planlama yaklaşımları, planlama türleri, planlama modelleri ve süreç gibi belli başlı konular ele alınmıştır. Bu konuların seçimindeki amaç, coğrafya-turizm planlaması ilişkisinin kurulmasında onlardan yararlanmaktır. Turizm planlamasında coğrafyaya gerek duyulmasının nedenleri plan türleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ayrıca, fiziksel planlamada yer seçimi ve öncelikli yerlerin tesbiti konularında coğrafyanın ağırlığı ve önemi dile getirilmiştir.

Turizm ve Coğrafya : TURİZM COĞRAFYASI

Turizm olayının bilimsel şekilde ele alınması ve tanımlanması çalışmaları XIX.yüzyılın sonundan itibaren başlamıştır. Önceleri turizm yalnızca bir seyahat, ulaştırma ya da iktisadi bir olay olarak görülmüş, yapılan tanımlar da yetersiz kalmıştır. Turizme yaklaşımlar, onun ilişkilerini ve yarattığı etkilerini ele almaya başladığında, konaklama, boş zaman ve dinlenme kavramları ile “turizmin bir ilişkiler ve olaylar bütünü” olduğu anlaşıldığında, günümüz tanımlarına ulaşılmıştır. Turizmi açıklayabilmek için iktisadi, coğrafi, kültürel, politik, sosyolojik, teknik, tıbbi vb. yaklaşmak gerekir. Bütün bunları göz önüne alarak TOSKAY, turizmi şöyle tanımlamaktadır: *Turizm; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları*

yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (TOSKAY 1989).

Turizm günümüzde küreselleşmenin en önemli olgularından biri olarak kabul edilmektedir. Çünkü turizm, toplumsal ve ekonomik açılarından küreselleşmeyi en fazla kolaylaştıran bir etkinlik haline gelmiştir. Turizm döviz ve istihdam yaratan bir kaynak olarak, kalkınmakta olan ülkeler için kolay ve çabuk bir çözüm olabilmekte, öte yandan yerel toplumun dokusunu bozabilmektedir. Gerçekten de 1.Dünya ülkeleri ile 3. ve 4. Dünya ülkelerinin karşılaşması bazen kültür şokunun yaşanmasına yol açmaktadır (ÖZGÜÇ 1998). O halde turizme, XX.yüzyılın en önemli ekonomik sektörüdür, demek yanlış olmaz.

Turizmi daha iyi anlayabilmek için şu özellikleri vurgulanabilir (OLALI 1990):

- Turizm insanların belirli bir süre için değişik amaçlarla yaptıkları seyahati ve konaklamayı kapsar. Turizmin insanlara özgü bir hareket olması onun subjektif yanını oluşturur.
- Turizmde seyahat ve konaklamaya bağlı olarak, birtakım kurumlar, örgütler, davranışlar, etkinlikler gelişmiştir. İnsanların yararlandığı turistik donatım, turizmin objektif yanını oluşturur.
- Herhangi bir seyahat ve konaklamanın turizm sayılabilmesi için, devamlı oturuş, geçim sağlanan ve ihtiyaçların karşılandığı alanın dışına çıkılması gerekir.
- Turizmde, turistlerin para kazanma amacı yoktur, tüketim esastır. Tüketim fonksiyonunun gerçekleşmesi için geceleme şarttır.
- Turizm geçici bir göç olgusudur. Çıkış noktasına yeniden dönmek üzere yapılan dairesel bir harekettir.
- Turizmde gidilecek yeri, ulaşım aracını, konaklama tesisini vb. ni seçme özgürlüğü vardır, o gönüllü yapılan bir etkinliktir.
- İnsanları turizme iten çeşitli nedenler arasında dinlenme, merak, keşfetme, din, sağlık, spor, kültür, iş, snobizm vb. sayılabilir. Bu nedenler

zaman içinde değişebilir ve çeşitlenebilir. O halde turizmde de “moda” önemli bir belirleyicidir.

- Turizm insanların kişisel, ailesel, örgütsel, kitlesel katıldığı bir harekettir. Kişisel turizm her çağda görülmekle birlikte, XX.yüzyıla damgasını kitle turizmi ve sosyal turizm vurmuştur.
- Turizm çeşitli yatırımlar gerektiren bir ağır sanayidir. Ayrıca o, entegre bir sanayi, bir hizmet sanayi ve kültür sanayiidir.

Turizmin çok boyutlu olması, onun yapısal, işlevsel, disiplinler, bütünsel ve teknik yaklaşımlarla incelenmesini gerektirmektedir. Turizmin çok yönlülüğünü kabul eden ve onu bir sistem olarak ele alan bütünsel yaklaşım, birçok akademisyen tarafından benimsenmiştir. Turizmi disiplinlerarası bir sosyal bilim çalışma alanı olarak gören bu yaklaşım turizm planlamasına, değişik disiplinlerden (antropoloji, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, işletmecilik, pazarlama, coğrafya, ekoloji, siyasal bilim, hukuk, eğitim gibi) uzmanların katılımını öngörmektedir (İLHAN 1999):

Turizm, çeşitli alt sistemlerden oluşan bir bütündür. **Turizm sistemi içinde coğrafya ağırlıklı bir paya sahiptir.** Çünkü gerek turist gönderen alan, gerekse ev sahibi alan birer coğrafi mekan birimidir. Öte yandan turist ile ev sahibi toplumun karşılaştığı, turizmin çeşitli etkileme yollarıyla zaman içinde değişimlere uğrattığı alan da yine bir coğrafi ortam, bir kültürel peyzajdır. Başka bir anlatımla; turizmi insanların yer değiştirmesinden kaynaklanan bir etkinlik olarak kabul ettiğimizde, turizmin temel unsurlarını turist gönderen yerler ile turist kabul eden yerler oluşturmaktadır. Turizm talebinin doğduğu yerler ülke, bölge, yöre, kent gibi birer coğrafi mekan parçalarıdır. Turistlerin isteklerini karşılamak üzere gittikleri, turist akımına uğrayan alanlar ise yine bir ülke, bölge, yöre ya da turizm merkezi adını almış, belirli bir coğrafi kimliği olan yerlerdir. Buralarda doğal ve kültürel çekicilikler, tesisler ve hizmetler, yerel halk, turizm örgütleri turistik unsurları meydana getirir. O halde denilebilir ki turizm, öncelikle fiziksel (coğrafi) bir çevre içinde yer almakta, ayrıca ekonomik, politik ve yasal, teknolojik, sosyal ve kültürel çevreden etkilenmekte, kendisi de aynı çevreyi o denli etkilemektedir. Bütün bunlar, turizmin bir sistem olarak işlediğinin kanıtıdır. İşte turizm sisteminin

yarattığı değişimleri olumlu yöne kanalizere edebilmek için turizm planlamasına gereksinim vardır (İLHAN 1999).

Coğrafyanın konusu, en kısa ifadeyle “dünya”dır. İki bin yıldan beri varlığını sürdüren coğrafya, daima doğa tarafından yaratılan ve insan tarafından değiştirilen “dünya” üzerinde odaklanmıştır. Günümüzde coğrafya bilimi hızla önem kazanmaktadır. Bunda, insan-doğa ilişkilerinin hem doğa hem de insanların zararına, bozulmakta olmasının büyük rolü vardır. Nitekim fiziksel coğrafyada; doğal ortamın oluşmasındaki ilişkiler dışında, gittikçe daha sık olarak “insanın yaşama alanı”nın incelenmesi ağırlık kazanmakta, beşeri coğrafyada da yaşamın toplumsal-ekonomik yönleri yoğun şekilde ele alınmaktadır. Kısaca, günümüzde coğrafyanın her alanı “insan” faktörüne daha fazla yer vermeye başlamıştır (TÜMERTEKİN 1994).

Coğrafyayı bu makalede turizm planlaması kapsamında değerlendirirken, planlama ve turizme yönelik biçimde, onun şu özelliklerini tanımlamakta yarar vardır :

- Coğrafya bir mekan ve ilişkiler bilimidir. Coğrafyanın mekanı yeryüzüdür ve burada meydana gelen değişiklikleri neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde araştırır. Coğrafi mekanda; fiziksel coğrafi unsurların ve olayların kendi arasındaki ilişkileri; fiziksel mekan-insan ilişkileri ve insanlararası (kültürlerarası) ilişkilerin hepsi coğrafyanın ilgi alanındadır.
- Coğrafya, güncel konuları ve sorunları mekanla ilgili boyutlarını ön plana çıkararak inceler. Coğrafi araştırmalar günümüzde uygulanabilir olmaları, perspektifler içermeleri, ön tahminler verebilmeleri ve çözümler önermeleri açısından topluma yararlı hale gelmiştir. Böylece coğrafyada çeşitli disiplinler doğmuş, uzmanlaşmaya gidilmiştir (bunlardan biri de turizm coğrafyasıdır).
- Coğrafi araştırmalarda yaklaşım, yeryüzünün bölgelere ayrılarak kısım kısım (bölgesel) ya da bir etkinlik veya olayın (sistemik-konusal) incelenmesi şeklinde iki türdür. Sonuçta, dağılışı düzeni ortaya konulur ve neden-sonuç ilişkileri açıklanır.

Turizm de belirli bir coğrafi mekanda oluştuğuna, onu kullandığına ve coğrafi görünüm üzerinde değişikliklere yol açtığına göre, ayrıca güncel bir konu ve sorunları bulunduğuna göre, coğrafyanın turizme eğilmesi olağandır. Turizmin varoluş nedeni, yeryüzünde farklı ve özgün, doğal ve kültürel peyzajların varlığıdır. Hatta turizm için söylenen; “yeryüzünün her tarafı birbirine benzemiş olsaydı, turizm olmayacaktı” sözü, turizm için coğrafyanın önemini çok güzel vurgulamaktadır.

Coğrafi araştırma turizme çeşitli yollardan katkıda bulunur. Bir mekandaki çeşitli coğrafi kaynakların turizm açısından belirlenmesi ve değerlendirilmesi bunların başında gelir. Bu coğrafi kaynaklara göre; fonksiyonel turizm bölgelerini saptayan, ayrıca turist akımını sağlayan turizm koridorlarını analiz eden coğrafi araştırma, turizm çalışmalarına temel oluşturur. Genel bir ifadeyle, coğrafi bakış açısı altında turizmin incelenmesi, turizmle ilgilenen diğer sosyal bilim alanlarına önemli bir katkı sağlar (ÖZGÜÇ 1998).

Coğrafi değişkenler, turizmin gelişebilmesi için geniş bir çerçeve oluşturur. Turizm etkinlikleri, bir ülkenin doğal ve kültürel coğrafyasının sahip olduğu fırsatlar ve kısıtlamalarla yakından ilişkilidir. Fiziksel coğrafya özellikleri, bir bölgedeki turizm çekiciliklerinin çeşidini, kalitesini ve dağılımını belirlemekle kalmaz, aynı zamanda o bölgeye ulaşılabilirliği ve bölge içi ulaşım olanaklarını da kontrolü altında tutar. Sözelimi coğrafi konum, bir yerde turizmin doğuşu ve gelişiminde çok önemli bir faktördür. Yine iklim ile turizm arasında sıkı bir ilişki vardır. İklim, turizm türlerinin alansal dağılımını etkilediği gibi, mevsimlik turizm göçünü yönlendirmekte, kitle turizminin başlıca yaratıcılarından biri olmaktadır.

Günümüzde insanların oturma yeri, çalışma yeri yanında boş zaman geçirme yerine gereksinim duymaları, coğrafi mekanda arazi kullanımının çeşitlenmesini beraberinde getirmiştir. Herhangi bir arazinin tatil turizmine uygunluğunun saptanması için kullanılan kriterlere bakıldığında; hepsinin coğrafi koşullara dayalı olduğu görülür. Bu yöndeki bir incelemede coğrafya, turistik arzı ele almaktadır. Ayrıca turistik talebin araştırılmasını da ihmal etmeyen coğrafya, arz ve talebi bütünlemektedir. Dinlenme ve tatil amacıyla kırsal arazi üzerinde aşırı, düzensiz ve kontrolsüz

kullanımlar, tahriplere, kirlenmelere, yozlaşmalara yol açmaktadır. İşte doğal çevrenin turizm baskısıyla bozulmaması konusunda tedbirler getirmek, çözümler üretmek uygulamalı coğrafyanın konuları arasındadır (TOSKAY 1989).

Böylece yukarıda görüldüğü gibi, çeşitli ortak yönler ve benzerlikler nedeniyle turizm ile coğrafya biraraya gelerek **“Turizm Coğrafyası”** doğmuştur. Dünyada, 1930’lardan beri, birçok ülkede coğrafyanın bu disiplini içinde çeşitli konularda yayınlar yapılmaktadır.

Turizm coğrafyasında ele alınan başlıca konuları ve bazı örneklerini vererek, turizm-coğrafya ilişkisinin daha iyi anlaşılmasını sağlayabiliriz:

- Turizmin belirli bir coğrafi birimde (dünya, ülke, bölge, havza, yöre vb) zaman ve mekan açısından gelişimi ve rol oynayan faktörler. Sözelimi Akdeniz Havza’sında turizmin ne zaman ve nerelerde doğduğu, geliştiği ve yayıldığıнын nedenleriyle ele alınması.
- Mevcut turistik alanların (ülke, bölge, yöre, merkez, istasyon vb.) incelenmesi. Sözelimi Çeşme’de turizmin bugünkü durumunun analiz edilmesi : turistik çekicilikler, konaklama, turist profili, turizm türleri ve uygulama alanları, turizmin etkileri...
- Mevcut turistik kaynakların ve alanların coğrafi dağılışı (bölgesel veya konusal yaklaşıma göre)
- Turizmin gelişebileceği alanların turizm potansiyelinin saptanması. Sözelimi bir arazinin turizme uygunluğunun saptanması, turizmde öncelikli alanların tesbiti, korunacak alanların belirlenmesi...
- Turistik yatırımlar için kuruluş yeri analizi. Sözelimi herhangi bir tatil kompleksi için düşünülen alanın coğrafi konumu, fiziksel, beşeri ve ekonomik coğrafya özellikleri.
- Turizmin doğal ve kültürel coğrafi görünüm üzerindeki etkileri (çevresel etkiler).
- Turizmin ekonomik, toplumsal-kültürel etkileri ve coğrafi mekanla ilişkisi.

- Uluslararası turizm ve turistik güzergahlar (turistik koridorlar)
- Turist profili ve coğrafi mekanla ilişkisi.

Yukarıdaki konu başlıkları, turizm coğrafyasının turizm için çok önemli iki işlev üstlendiğini gözler önüne sermektedir : **Birincisi;** mevcut turistik merkezlerin doğal, kültürel ve ekonomik kaynaklarını ne, nerede, neden sorularının yanıtlarını vererek, hepsi ile coğrafi mekan arasındaki ilişkileri kurarak ve sonuçlarını saptayarak, dünyadaki dağılışılarını vermesidir. Bu yönü ile **turizm coğrafyası, turizmin en etkin tanıtım ve pazarlama aracı olmaktadır** (GÜRDAL 1990). **İkincisi;** turizmin gelişebileceği alanların turizm potansiyelini belirleme yoluyla, geleceğe dönük değerlendirmeler için, **planlama çalışmalarına yardımcı olmasıdır.** Nitekim mekanla ilgili planların çeşitli ölçeklerinde (ülkesel, bölgesel, yerel), turistik yörelerin belirlenmesinde ve öncelikli alanların seçiminde, turizm türlerinin planlanmasında (deniz turizmi, eko turizm, inanç turizmi, kongre turizmi, kırsal turizm, kültürel turizm, termal turizm, yayla turizm, dağ ve kış sporları turizmi vb.) ilk işlemler sınırların tayini ve coğrafi konumun belirlenmesiyle başlamaktadır.

TURİZM PLANLAMASI

Planlama bir çeşit tahminlemedir. Tahminleme ise, gelecekte olacağı varsayılan birtakım olayları ya da durumları önceden belirlemektir. Planlama çok boyutlu bir faaliyet olduğu için entegre bir çalışmayı gerektirir. Planlama kavramı stratejik ve taktik planlama olarak iki değişik açıdan ele alınmaktadır. Stratejik planlama, statik bir durumdan daha çok hareketli bir durumu ifade eder. Çevrenin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi stratejik planlamanın temelidir. Taktik planlama ise kısa vadeli değişen koşullara uyumlu planlamadır. Son 25 yıl içerisinde dünyanın çeşitli bölgelerinde önemli turizm planlamaları yapılmıştır. 1979 yılı itibarıyla Dünya Turizm Örgütü (WTO)’nün verilerine göre 1619 adet turizm planı bulunmaktaydı. Turizm planları turistik bölgeler için oldukça verimli ve yararlı çalışmalardır. Yapılan araştırmaların önemli bir bölümü göstermiştir ki kamusal turizm planlama çalışmalarının hedefi, bölge ekonomisini geliştirmek için pazarı etkilemekten ziyade turistik

gelişmenin yaratacağı olumsuz sosyal, kültürel ve çevresel etkiler üzerinde yoğunlaşmaktadır. (İÇÖZ, 1993).

Planlama işlevine ve amacına göre çok farklı şekilde tanımlanmaktadır. Sözelimi, esnekliğin ön planda olduğu yaklaşıma göre planlama; sürekli değişkenlik gösteren çevremizde kendileri de zamanla değişecek olan amaç ve hedefler ile bunlara ulaşma yollarını seçenekleriyle birlikte göstererek belirleme sanatıdır. Planlama, şimdiki durumdan ve geçmişten esinlenerek geleceği düzenlemeye çalışan bir yönetim işlevidir. Planlamanın yönetimin diğer fonksiyonlarına karşı bir önceliği vardır ve ilk olarak ele alınması gerekir. Planlamanın işlevini yerine getirebilmesi için resmi olması gerekir. Çünkü resmi olmayan planlama yazılı değildir, süreklilik göstermez. Planlama bilimsel araştırmalara ve bilgilere dayanmalı ve uygulanabilir olmalıdır. Planlama olanaklar ölçüsünde geleceğe yön vermek ve geleceği şimdiden yaratmaktır.(İLHAN,1999).

Turizmde planlama ve düzenleme genel olarak, karar vericiler ister devlet ister bölgesel otorite düzeyinde olsun, kamu yönetimlerinin belli bir amaca yönelik politikalarının birer unsurudur ve ikisinin birbirini bütünlemesi gerekir. Turistik amaçlı mekan düzenleme, özellikle kitle turizminin yaygınlaşması ile gündeme gelmiştir. Mekana şekil vermek üzere mekanda çeşitli kullanımları organize etmek için, turistik yatırımların düzenleme ilkelerine uyularak yapılması gerektiği, yakın yıllarda kabul görmeye başlamıştır. Nitekim 1970'li yılların başından itibaren turizm, yalnızca ekonomik planlama ile değil, mekan düzenlemesi ile birlikte, bütüncül yaklaşımla ele alınır olmuştur. WTO'nun tipolojisine göre, mekana bağlı turizm planlaması ; bölgelerarası, ulusal, bölgesel, yerel ve sektörel olmak üzere 5 düzeye ayrılmıştır. Düzenleme örneklerini ise ; deniz turizmi merkezlerinin düzenlenmesi, dağ merkezlerinin düzenlenmesi, ulusal parklar ve kaynakların düzenlenmesi, tarihsel ve arkeolojik merkezlerin düzenlenmesi, kırsal alanların düzenlenmesi, termal merkezlerin düzenlenmesi şeklinde günümüzde giderek çoğalan sayıda görmekteyiz. Buradan anlaşıyor ki, turizm planları doğrultusunda, bu planlara uygun çeşitli düzenlemelere gidilmektedir. Turizmde planlama, çok boyutlu, çok amaçlı (fiziksel planlama, yatırım ve finansman planlaması, turistik talebin

planlanması, turistik ürün arzının planlanması, insan kaynaklarının planlanması, tanıtım ve turist çekme faaliyetlerinin planlanması vb.) olduğu halde, turistik düzenleme artık olayın mekanı ilgilendiren boyutunu içine aldığı için daha özel olmaktadır. Bu demektir ki, turizmi çeşitli yönlerden planlamayı amaçlayan planlar, herhangi bir turistik düzenlemeye yön vermektedir. Diğer bir ifadeyle düzenleme, çok geniş kapsamlı düşünülen planlama içinde yer alan bir uygulama şekli olup, olabildiğince ayrıntıya inmektedir. (KÜLTÜR VE TURİZM BAK.1983).

Turizmde planlamayı gerektiren nedenler

Turizmde planlamayı gerektiren çok sayıda neden ve hedef vardır. Turizmde planlama yapılmasının gerekliliği, son yıllarda turizmin kontrol edilemez biçimde büyümesi ve geri dönülemez olumsuz sonuçlara yol açmasıyla daha bir kesinlik kazanmıştır. Ayrıca, doğal ve kültürel mirasın korunması, çevre kirliliği gibi küresel boyuta varan birtakım yeni kavramların benimsenmesi, toplumları planlama konusunda daha bilinçli ve duyarlı kılmıştır. Bir de turizmin hızla geliştiği ülkelerde gözler önüne serilen kötü tablolar, ders alınacak birer canlı örnek olarak, ülkeleri turizmde planlama yapmaya itmektedir. Bu global (makro) düzeydeki nedenlerin açılımı yapılarak, turizmde planlama yapmanın yararları daha net ortaya konulabilir : turizmde kontrolsüz gelişmenin önlenmesi, arazinin kullanımının dengelenmesi, turizmin yaratacağı çevresel etkilerin boyutunun önceden tesbit edilmesi, turistik bölgelerin taşıma kapasitesinin belirlenmesi, turistik hizmet kalite standartlarının saptanması, bölgesel düzeyde turizmde optimal gelişmenin sağlanabilmesi ve turizmden sosyo-ekonomik kazançların arttırılmasıdır. Sonuç olarak kısaca denilebilir ki ; turizmi planlamadaki temel hedef, turizmin olası tüm olumsuz etkilerinden kaçınmak, olumlu etkilerini arttırmaktır. Ancak turizmde planlama yapılması konusunda birçok engel ve sorun vardır. Bunlar arasında, planlamaya karşı görüşlerin varlığı, planlamanın maliyetinin yüksek olması, turizmin karmaşık bir yapıya sahip olması, turistik etkinliklerin çok sayıda küçük girişimcilerce yürütülmesi, etkinliklerin mevsimlik olması vd. sıralanabilir (İÇÖZ, 1993).

Turizmde plansız gelişmenin sonuçları

Turizmde planlamaya günümüzde her ne kadar çok daha fazla gereksinim duyulmakta ve planlama kararlarına sıkı sıkıya uyulmakta ise de geçmiş yıllarda planlama yapılmayan yerlerde ya da yanlış veya eksik planlama sonucunda, belki de denetimin olmayışı yüzünden, çok sayıda olumsuz sonuçlar gündeme gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde; turizmi planlamanın maliyetinin yüksek olması ve turizm için gereken harcamaların yapılamaması nedeniyle, -planlar yapılsa dahi- turizmin plansız geliştiğine tanık olunmaktadır. Buralarda belirli yerlerde turizm kendiliğinden gelişmekte, verilmesi gereken hizmetler, yavaş yavaş devreye girmektedir. Bu durumda turizmin istikrarlı gelişimi söz konusu olamayacağı gibi, çevrenin korunması da gözardı edilebilmektedir.

Turizmde plansız gelişmenin sonuçları, bir anlamda ortaya çıkan sorunlar demektir. Bunlar, şu şekilde gruplandırılmaktadır (İÇÖZ, 1993) :

Fiziksel etkiler : fiziksel, tarihsel ve kültürel kaynakların tahribi, kirlenme, kalabalık, trafik sorunları vb.

İnsanlara yönelik etkiler : kültürel kimlik kaybı, halkın turizme küskünlüğü, turistlerin bölge halkını küçük görmesi, turizm personelinde eğitim eksikliği vb.

Planlama konusunda etkiler : turizm pazarlarının iyi değerlendirilememesi, pazarlarda bölgenin turistik imajının bozulması vb.

Örgütsel etkiler : turizmin pazarlanması konusunda farklı yaklaşımlar, kamu kurumlarının yetersiz desteği, turizm işletmeleri arasında işbirliği noksanlığı vb.

Diğer etkiler : Çekiciliklerde ve etkinliklerde azalma, sezon yoğunluğu ve kalış süresinin kısalması, hizmet kalitesinin bozulması, danışma hizmetlerinin yetersizliği vb.

Aslında bu etkiler doğrudan turizmin kendisine bağlanmamalı, turizmin plansız ve kontrolsüz gelişminden kaynaklandığı kabul edilmelidir.

Turizmde planlama yaklaşımları ve planlama türleri

Turizm planlamasının tarihsel gelişim süreci içersinde planlama yaklaşımlarının çok çeşitli olduğu görülür. Özellikle II.Dünya Savaşı'ndan sonra turizmin hızlı gelişimine paralel olarak, 1950'lerin sonunda bir proje veya tesis ile ilgili ekonomik ya da fiziksel planlar (fiziksel düzenlemeler) planlama olarak kabul edilmeye başlamıştır. Sözelimi bir otelin açılabilmesi için fiziksel altyapı (fizibilite) çalışmalarının yapılması gibi. Bu planlama yaklaşımında, turizmin bağlantılı olduğu sektörler ve onlar üzerinde turizmin ne gibi etkiler yaratacağı göz ardı edildiğinden, planların çoğu entegre ve sistematik olmaktan uzaktır. Bu planlama döneminde benimsenen yaklaşım, **arz eğilimli turizm planlaması yaklaşımıdır**. Daha sonraki yıllarda **"kaynağa yönelik planlama"** şeklinde de ifade edilen bu yaklaşım, güncelleştirilmesine rağmen, bazı sorunları bulunmaktadır. Sözelimi, kaynakların sınırlı kullanım düzeylerini kabul ederek, dayanıklılık derecelerinin saptanması ve bu limitlere göre planlama yapılmasının gerektiğini savunan bu yaklaşımda, planının çıkış noktasını kaynağın şimdiki ve gelecekteki **taşıma kapasitesi** oluşturmaktadır. Ancak, özel sektör için daha çok müşteri ve daha çok kâr önemli olduğu için kaynak kullanımına getirilen sınırlamalar tepki görmektedir. Eleştirilen bir başka konu ise taşıma kapasitelerinin saptanmasında standartların kesinlik kazanmamış olması ve kullanıcı sayıları hesaplanırsa bile, eşiğin aşılmamasını sağlamanın da o denli güç olacağıdır (TANER, 1989).

Turizm talebinin günümüze doğru hızla artması karşısında bu talebi karşılamak üzere mal ve hizmet sunumunun planlanması devreye girmiştir. Ancak turistin ne beklediği düşünülmeden, yalnızca turistik ürün geliştirme çabaları ön planda tutulduğundan bu **ürün eğilimli turizm planlaması yaklaşımı** eleştirilere hedef olmuştur. Sözelimi talep tahminlemesi yoluyla yatak sayısının artırılmasının tek yönlü bir gelişmeyi teşvik etmesi gibi.

Yakın yıllara gelindiğinde, daha fazla turist çekmek amacıyla satış geliştirme çabaları, **tanıtım eğilimli turizm planlaması yaklaşımını** gündeme getirmiştir. Bu yaklaşım bir anlamda **talebe yönelik planlama** ile bütünleşmektedir. Sosyal,

kültürel ve çevresel değerleri korumayı, yerel halkı düşünmeyi turistin gerisinde bırakan bu anlayış, gelecekte beklenen turist veya kullanıcı sayılarının tahmin edilip, buna göre bir plan oluşturulması esasına dayanmaktadır. Yalnızca kullanıcıları ele alan, buna karşılık turizmin kullandığı kaynakların sınırlılığını göz ardı eden bu planlama, eksik ve hatalı bulunmaktadır. Bu tür planlamaya olan güvensizliğin bir başka nedeni ise, projeksiyon tekniklerinden kaynaklanan ve planları geçersiz kılan birtakım yanlış hesaplamalardır. Nitekim çoğu kez nüfus artışları tahminlerin çok üzerinde gerçekleşmiş, hazırlanan planlar yetersiz kalmıştır. (TANER, 1989).

Son yıllarda turizmin “yoğunlaşma” sorunu karşısında, **turizmi zaman içinde ve mekanda dağıtmayı amaçlayan planlama yaklaşımı** kabul görmeye başlamıştır. Ancak, çevresel etkileri düşünülmeden turizm ürününü çeşitlendirerek mekana yaymak, aynı zamanda turizm kaynaklı olumsuz sonuçları da yaymak demektir. O nedenle alternatif alanların seçiminin çok dikkatli yapılması gerekmektedir.

Günümüzde, yalnızca turist sayısını ve turizm donanımını arttırmaya yönelik planlama yerine, **turizm kaynaklarının da sınırlı olduğunu kabul eden ve bu sınırlı kaynakların optimal kullanımını sağlamaya yönelik bir planlama kavramı gelişmiştir**. Bu planlama yaklaşımı iki temel noktada odaklanmaktadır : birincisi; taşıma kapasitesinin tanımlanması ve hesaplanması, ikincisi; turizm kaynaklarının gelecek kuşaklarca da kullanılmasının sağlanması, turizmin yararlarını sürekli kılacak biçimde ekonomik hedeflerle çevre program ve stratejilerinin bütünleştirilmesidir (SONAT 1991).

Böylece artık turizm planlaması literatüründe “**çevreye duyarlılık**”, “**sürdürülebilir turizm**”, “**koruma-kullanma dengesi**” gibi kavramlar yerini almıştır.

Turizm planlaması yaklaşımlarının çeşitliliğine paralel olarak, turizm planlaması türleri de oldukça farklıdır. Ancak bu türler birbirinden bağımsız değildirler. Sözgelimi zaman dikkate alınarak yapılan planlamada mekan ve sektörler de dikkate alınmak zorundadır.

Turizm planlaması aşağıdaki kriterlere göre şu şekilde sınıflandırılabilir (İLHAN 1999):

Planlamanın kapsadığı süreye göre: Dönemsel turizm planlaması

- **Kısa vadeli turizm planlaması**; 1-2 yıllık yatırım programlarını kapsar.
- **Orta vadeli turizm planlaması** ; 3-6 yıllık bir dönemi içine alır.
- **Uzun vadeli turizm planlaması (stratejik planlama)**; 10-25 yıl arasındaki uzun bir döneme aittir.

Planlamanın örgütsel yapısına göre: Örgütsel turizm planlaması

- **Entegre turizm planlaması**; Turizm ile ekonominin diğer sektörleri arasında işbirliğini sağlayabilmek için şarttır.
- **Sektörel turizm planlaması**; Kongre turizmi, termal turizm, konaklama, altyapı, istihdam, rekreasyon vb.nin planlanmasını kapsar.

Analiz edilen alanın ölçeğine göre: Mekansal turizm planlaması

- **Uluslararası (bölgelerarası) turizm planlaması**; Farklı ülkelerin ortak turizm planlarıdır.
- **Ulusal (ülkesel) turizm planlaması**; Ülke düzeyinde yapılan planlardır (bkz. 3.1)
- **Bölgesel turizm planlaması**; Bir ülkenin sınırları içindeki bir veya birkaç bölgeye ait planlardır (bkz. 3.2)
- **Yerel turizm planlaması**; Köy, kent, tarihsel merkez veya boş kırsal alanlardaki küçük ölçekli planlamalardır (bkz. 3.3).

Mekansal planlama türlerinin herbirini, başlıbaşına ayrıntılar içeren ve farklı uygulama tekniklerinden oluşan planlar olarak düşünmek doğru değildir. Çünkü küçük bir alanı bölgesinden soyutlamak olamayacağı gibi, bölgelerarası ilişkileri ve etkileşimleri de göz ardı etmek olmaz. O halde mekana dayalı bütün planlar birbiriyle bağlantılı ve içiçe olmak zorundadır.

Turizm sektöründe ayrıca, insan kaynaklarının planlanması, yatırım planlaması, master planlama, turistik ürünün tanıtım ve pazarlama planlaması,

finansman planlaması vb. planlama kapsamına girmektedir (ESİAD 1994).

Planlama konusunda, bir alanın özelliklerine göre planlamaya yardımcı olabilecek çalışmalar da yapılmaktadır. Ekonomik etki analizi, sosyo-kültürel ve çevresel etki değerlendirmesi, taşıma kapasitesinin ölçülmesi, pazarlama analizi, tanıtım ve gelişim programları-projeleri bunlar arasındadır.

Turizm planlamasında modeller ve planlama süreci

Modeller, incelenen bir sistemin veya problemin temel yapısının soyutlanmış şeklidir. Turizmde planlama modeli, çok karmaşık bir süreç veya durumun basitleştirilmiş sunumu anlamına gelir. O nedenle **modelleri; planlama süreci modelleri, problem çözücü modeller, proje geliştirme modelleri, alan geliştirme modelleri gibi birtakım gruplara ayırmak mümkündür.**

Turizm planlamasında çok sayıda görüşlere göre alan geliştirme modelleri üretilmiştir. Bunlar arasından birkaçını tanıtmak gerekirse (İLHAN 1999):

Mill ve Morrison'un turizm planlama modelinde ise süreç şu aşamalardan oluşmaktadır : mevcut bilgilerin analizi, ayrıntılı araştırma ve analiz, sentez, amaçların düzenlenmesi ve strateji seçimi, plan geliştirme.

Gunn'un geliştirdiği turizm planlaması modeli sürecini; planlama hedeflerinin belirlenmesi, araştırma, fiziksel verilerin, araştırma sonuçlarının ve program verilerinin sentezi, hedefler doğrultusunda plan ve programların önerilmesi oluşturmaktadır.

İçöz, planlama sürecindeki aşamaları ayrıntılı biçimde şöyle açıklamaktadır : Ülkesel, bölgesel, yerel düzeydeki turizm gelişme programlarında planlama sürecinin **ilk aşaması ; hazırlık çalışmasıdır ve proje ekibinin kurulmasıyla işe başlanır.** Ekip elemanlarını çoğunlukla turizm plancısı, turizm pazarlama uzmanı, ulaştırma plancısı, turizm ekonomisti, turizm sosyolojisi uzmanı ve turizmde insan gücü uzmanı oluşturur. Zaman zaman arazi kullanım plancısı, şehir plancısı, otel mimarı, peyzaj mimarı, finansal analizci, altyapı mühendisleri de ekibe katılabilir, hatta onlara çeşitli alanlardan (ekoloji, denizcilik,

yaban hayatını koruma, park ve rekreasyon, golf, kayak, tarihsel yapıyı koruma, müzecilik vb) uzmanlar da eklenebilir. **İkinci aşamada** planlama ekibi tarafından, ulaşılmak istenen **hedefler belirlenir.** Hedefler, hükümetin genel gelişme politikası ve stratejisi ile uyumlu olmalıdır. **Üçüncü aşamada** mevcut ve potansiyel turistik çekiciliklerin envanteri çıkarılır. Bu envanterde planlanan alan içinde yer alan doğal-kültürel değerler ve insan yapısı çekicilikler listelenmeli, turistik gelişme için önem taşıyanlar (öncelikli olanlar) belirlenmelidir. **Dördüncü aşama analiz ve sentez aşamasıdır.** Çok sayıda konunun analiz edilmesi şarttır : turist profili, mevcut ve potansiyel çekicilikler, turizm ulaştırması, turistik gelişme hedefleri, rakip ülke ve bölgeler, pazar analizi gibi. Ayrıca bu aşamada konaklama, hizmet, işgücü, ulaştırma vb için duyulan ihtiyaçlar da belirlenir. Bu sırada turizmin etkilenebileceği veya etkileyebileceği sektörler ve onlara ait faktörler de göz önüne alınır. **Beşinci aşamada** çalışma grubu ; turizmin hedeflerini geliştirmek, ekonomik yararları maksimuma çıkarmak, olumsuz etkileri en alt düzeye indirmek ve bunları ülkenin genel gelişme planı ve politikalarına uyumlu hale getirmek için **alternatif politikalar** hazırlar. Daha sonra merkezi yönetimin de katılımıyla son plan ve politika belirlenir. **Altıncı aşamada** hazırlanan taslak planın uygulanabilir olabilmesi için **öneriler ileri sürülür ve uygulama teknikleri belirtilir.** Bu teknikler, gelişmenin aşamalarını, bir proje programını (genelde 5 yıllık bir dönem), bölgesel düzenlemeleri, gelecekte gelişmeye yardımcı olacak arazi kullanım planlarını ve örnek tur programlarını kapsar. Turizmin gelişmesine yönelik ve geleceğe dönük bu değerlendirmelere ilaveten ekonomik katkıları artırma, turizm promosyonu, eğitim, çevresel ve kültürel etkilerin denetimi, devlet teşvikleri ve turistik yasal düzenlemelere ait öneriler de yer almalıdır. **Yedinci ve son aşama uygulama aşamasıdır.** Planın uygulanmasından merkezi turizm örgütü sorumlu olduğu kadar, turizmin çok boyutlu oluşu nedeniyle planın başarısında birçok kamu kurumu ve özel sektörün de etkisi olacaktır. Her planın uygulanması sırasında bazı aksaklıklar çıkabilir. Önemli olan bunların kısa sürede çözümlenebilmesidir, o da bu sorunların önceden tahmin edilebilme gücüne bağlıdır (İÇÖZ 1993).

Görüldüğü gibi, bu örnek planlama modellerinde süreç çeşitli aşamalardan oluşmasına rağmen,

hepsinde **ilk aşama** ; kaynakların ve pazarların araştırılması, analiz ve sentez edilmesi, belirli sonuçlar çıkarılmasından oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara dayanılarak, amaçlar ve amaçlara ulaştıracak politikalar, stratejiler ve programların belirlenmesi **ikinci aşamada** gerçekleştirilmektedir. **Üçüncü ve son aşamada** ise planların uygulanması, kontrolü ve önceki aşamalara geribildirim yer almaktadır.

Turizmde mekanın planlanması :

FİZİKSEL PLANLAMA VE COĞRAFYA

Turizm bir arz ve talep işidir. Turizm planlaması ise arzı oluşturan kaynakların ve bunlara olan potansiyel talebin değerlendirilmesini gerektirir. **Planlamada önemli olan planın bir coğrafi kapsam içine alınması ve ulusal kalkınma planıyla bütünleştirilmesidir.** Mekanın ölçeği (coğrafi boyutu) ne olursa olsun, plan, program ve projeler arasında bir koordinasyon, aynı zamanda özel girişimciler ile devlet arasında bir işbirliği şarttır. Bir ülkenin turistik kaynaklarının tümünün kendiliğinden gelişmeye bırakılması düşünülemeyeceğine göre, öncelikli alanların seçilmesinde ve geliştirilmesinde “lokasyon faktörleri” nin esas alınması gerekir. Çünkü turizm bir kez geliştiğinde, mekanda sabitleşir, kolaylıkla başka yerlere taşınmaz (ÖZGÜÇ 1998).

Yukarıda belirttiğimiz üzere, mekana dayalı planlama başlıca dört türe ayrılmaktadır : bölgelerarası, ulusal (ülkesel), bölgesel, yerel olmak üzere. Bu bağlamda mekan, herhangi bir coğrafi alan olmaktadır. Burası bir ülke, bölge, yöre, dağ, kıyı, ada, köy, kültürel sit alanı, eşsiz bir doğa parçası vb. olabilir. Hepsine ait sınırları belli bir coğrafi mekan söz konusudur. Bu mekanların kimileri tamamiyle boş alanlar olup, sınırları içinde hemen hemen aynı fiziksel ve kültürel coğrafya özellikleri yer almakta, bazıları ise son derece çeşitlilik sunmakta, dolayısıyla alanın sınırlarını çizmek güçleşmektedir. O halde bölge veya yöre saptanmasında coğrafi kriterlere bağlı kalınacaksa, bir coğrafya uzmanına gereksinim ortadadır.

Turizm bir ekonomik etkinliktir ve mekanın doğal ve beşeri kaynakları ile sıkı ilişki içindedir. O nedenle kaynakların planlanmasında:

- Kaynak kullanımını en yüksek kar bırakacak şekilde düzenlemeye ekonomik planlama,

- Kaynakları mekan ilişkisi içinde değerlendirmeye ise fiziksel planlama adı verilmektedir.

Turizmde fiziksel planlama ; mevcut ve geleceğe dönük turistik etkinlikler ile turistik altyapı yatırımlarının fiziksel çevrede (coğrafi mekanda) nerelere, ne miktarda, hangi koşullar içinde dağıtılacağını belirleyen, turizm sektörü ile arazi kullanımı arasındaki ilişkiyi düzenleyen çalışmalardır. İşte fiziksel planlar bu yapıyla, genel kalkınma planlarının ve yıllık programların uygulanabilirliğini sağlayan bir tür araç niteliği taşır (OLALI 1990).

Fiziksel planlama çalışmaları; bölge planlama çalışmalarından hareketle ya da bağımsız bölge planlarını turizme dayalı olarak yapma, bölge, alt bölge ve yörelerde turistik gelişmeleri mekan içinde tesbit etme amacını taşımaktadır. Ayrıca turizm politikalarının mekan içinde gerçekleşmesi geniş ölçüde fiziksel planlama çalışmalarına bağlıdır (AKOĞLU 1970).

Turistik fiziksel plan, turizm olayının cereyan ettiği fiziksel çevreyi, ekonomik ve sosyal verilere göre düzenlemeyi ve ekonomik, sosyal veriler yanında fiziksel verilere de aynı ağırlığı vererek çevrenin karakterini bozmadan, onu altyapı ve konaklama tesisleri bakımından donatmayı esas almaktadır. **Fiziksel planlamada, koruma politikası ve koruma planlaması çok özel bir anlam taşır.** Korunacak doğal ve kültürel alanlar ile insanların hizmetine sunulacak turistik alanların koordinasyonu ancak fiziksel planlama ile sağlanabilir (ALATAN 1970). O halde turizmde fiziksel planlamanın, turizm nedeniyle çevreye zarar verebilecek nedenlerin önlenmesi açısından, diğer bir ifadeyle çevrenin korunmasında çok önemli bir rolü vardır. Bu bir anlamda turizmin geleceğini de garanti altına almaktır.

Turizmde fiziksel planlama dört aşamadan oluşur (OLALI 1990) :

- Coğrafi mekan araştırması
- Konaklama tesis türleri ve kapasitelerinin araştırılması
- İkincil üst yapı araştırması
- Pazarlama araştırması

Coğrafi mekan araştırması turistik kaynaklara sahip bölgelerin saptanmasını ve böylece bu veriler ışığında turizmde öncelikli alanların tesbit edilmesini mümkün kılar. Bu araştırmada mekanın şu özellikleri incelenir : **fiziksel coğrafya** bakımından çekicilikler ve yatırımlar için coğrafi konum/kuruluş yeri avantajları, **beşeri coğrafya** bakımından yerleşim düzeni ve kültürel çekicilikler, **ekonomik coğrafya** bakımından altyapı, su, ulaşım, enerji vd. ile ekonomik sektörlerin yapısı ve turizme katkıları ya da zararları.

Konaklama tesis türleri ve kapasitelerinin araştırılması konaklama işletmelerinin kuruluş yerleri, tesis türleri ve kapasitelerinin saptanmasına dayanır. Bu saptamada öncelikli olarak coğrafi mekan araştırmasının çok büyük belirleyiciliği vardır. Sözelimi bir kıyının deniz turizmine açılıp açılmamasında kıyı şekli, deniz suyu, iklim gibi fiziksel coğrafya faktörleri önemli rol oynadığı gibi, kurulacak konaklama tesisine kuruluş yeri tayin etmede hatta binaların mimarisinde topografik yapı göz ardı edilemez. Ayrıca kurulacak tesisin yatak sayısının tesbitinde, çevre değerlerinin taşıma kapasitelerinin dikkate alınması da şarttır. Sözelimi alanı 2000 m² olan bir plajın optimal ölçüde kişilerin 4m² lik yer kullanması hesabı ile, en fazla 500 kişiyi taşıyabileceği, konaklama tesisinin yatak sayısının da bu sayıyı aşmamasının gerektiği gibi.

İkincil üst yapı araştırması; konaklama tesisleri dışında turiste hizmet edecek diğer tesisleri (teleferik, kayak pisti, havuz, vb) ve sosyo-kültürel olanakları (eğlence, el sanatları vb) içine almaktadır. Bu araştırmada mevcutları saptamak kadar önemli olan bir başka konu, potansiyel turist profilini belirlemek ve ona göre ikincil üstyapının geliştirilmesini planlamaktır. Diğer bir anlatımla pazar araştırmasına gereksinim vardır.

Pazarlama araştırması bir ülkenin (bölgenin) coğrafi konumu gereği turist gönderen ülkelere uzaklığı ve ulaşım olanakları, hangi ülkelere turist gelebileceğinin ipuçlarını vermekte ise de, bu ülkelere gelecek turistlerin de tüm özellikleriyle bilinmesi şarttır. Çünkü turistlerin milliyet, sayı, gelir, meslek, eğitim durumu gibi pek çok niceliksel ve niteliksel özellikleri; turizm türü, konaklama tesis türü ve donatımları, fiyatlar, hizmetler, konukseverlik, güvenlik vb. konularla iç

içedir. Turistlerin iyi tanınması oranında, memnun kalarak dönmeleri sağlanacak, dolayısıyla rekabet ortamında en azından pazar payı korunabilecektir.

Kısacası, turizmde fiziksel planlar, coğrafi mekanın turizm amaçlı kullanımını planlamak olduğuna göre, birincisi; ölçeği ne olursa olsun her coğrafi birimin çok iyi incelenmesi gerekir. Bu zaten coğrafyanın kendisidir ve coğrafyacıların işidir. İkincisi; turistik donatımları mevcut doğal ya da kültürel coğrafi yapı üzerine dağıtırken, aralarında olumlu bir ilişkinin doğması ve gelişmesi için, diğer bir ifadeyle olumsuz etkilerin çıkmaması için doğal çevrenin bize sundukları ile plan kararlarının uyumu şarttır. Coğrafya, fiziksel mekan-insan etkinlikleri arasındaki beraberliği neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde ele aldığına göre, önemi yine ortadadır.

Ulusal turizm planlaması ve coğrafya

Ulusal turizm planları, fiziksel planlama kapsamında ölçeği 1/100.000 ile 1/1.000.000 arasında değişen planlardır.

Ulusal turizm planlaması şu konular üzerindeki çalışmaları kapsar : turizm politikası, turistik çekiciliklerin envanteri, turizm gelişim bölgelerinin düzenlenmesi, altyapı, konaklama ve diğer hizmet tesislerinin türü, miktarı ve kalitesi, turizmin örgütsel yapısı, turizm ulaştırması, turizm pazarlaması ve tanıtım, turizm eğitimi, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri, gelişimin evrelere bölünmesi, kısa dönemli gelişim stratejisi ve proje programlamasını içeren ulusal düzeyde uygulama teknikleri (İLHAN 1999).

Turizm endüstrisi zayıf ülkelerde planlamaya ait ilk iş, çekiciliklerin tam bir dökümünün yapılması ve geliştirilecek alanların sınırlarının çizilmesidir. Turizmin geliştiği ülkelerde ise, gelecekteki gelişmenin nerelerde ve nasıl yoğunlaşacağı sorusu ortaya çıkmaktadır. Her iki durumda da alanların seçimi, ulusal planın hedeflerine göre yapılmaktadır. Ulusal düzeyde turizm planlamasında turizmin geliştirileceği alanların seçimi kadar, turizmin diğer sektörlerle mekansal açıdan eşgüdümü de çok önemlidir. Bu sayede, belki de eşsiz güzellikteki turizm kaynaklarının bazı ekonomik etkinlikler tarafından tahribi önenebilecektir (ÖZGÜÇ 1998).

Turizmde gelişmiş veya geliştirilecek bölgelerin turist giriş kapılarıyla bağlantılarının kurulması, bir başka önemli husustur. Zira ülkeye çeşitli ulaşım sistemleriyle direkt varış noktalarının, bir planlama dahilinde çoğaltılması, hem ziyaretçi sayısını arttırmakta hem de ülke genelinde turistik akımın yönünü belirlemektedir. O takdirde belirli bölgelerin turizme kazandırılması ya da ülkede dengeli bir mekansal turistik dağılım isteniyorsa, turist giriş kapılarının yerleri dikkatli seçilmelidir.

Bir ülkede turizm, politika ve eylem olarak ülke insanına dönük biçimde, iç turizme dayalı olarak ele alınmalı, iç turizm etkinlikleri ise modern bir toplumun gereksinimleri doğrultusunda düzenlenmelidir. Turizm, dinlenme, eğlenme ve boş zamanları değerlendirmeye ilgili bir arz yaratabilmek için davet strüktürleri ile donatılı turizm bölgeleri oluşturulmalı ve bölgeler bir ülke düzenleme çerçevesinde hazırlanacak olan ülke makro planı ile uyum sağlamalıdır. Bu tür planlar, ulusal ölçekte fiziki, ekonomik ve toplumsal politikalarla beslenmeli, gelecek endişesi içinde turizm ve dinlenme rezerv alanları yaratılmalıdır.

Ülkesel ölçekte turizm planlamasında üç önemli hedef göz önüne alınmalıdır: Tatiller için davet bölgeleri yaratılması, çevre ve doğanın korunması, davet bölgelerinin bulunduğu kesimlerde bölge ekonomisinin canlandırılması (ÇUBUK 1984).

Turizm potansiyeli sınırlı veya yüksek ülkeler, turizmden beklentileri ne olursa olsun, öncelikle ülkesel düzeydeki planlamaya gitmelidir. Çünkü bu planlama, ölçeği gereği, diğer planların başvuru kaynağı ve onların yöneticisi durumundadır. Birbirinden bağımsız olarak hazırlanan bölgesel ve yerel ölçekteki mekansal planlar, birbirleriyle ve ülkesel planlarla bütünleştirilmediği takdirde, planların başarılı olması beklenemez, turizmin gelişmesi garanti altına alınamaz. Ülkesel turizm planlarının, diğer ölçeklerdeki planlardan en önemli farkı, bu koordinasyon görevinde yatmaktadır.

Ulusal planlamada, planın sınırları siyasi sınırlarla aynıdır. Ülkenin coğrafi konumu (hatta jeopolitik konumu da dahil), turizmin pazarlanmasında en başta gelen çekiciliktir ve turizm ulaştırması, pazara erişebilirlik, talep, turistik potansiyel vb. büyük ölçüde onun etkisiyle şekillenmiştir. O nedenle, planlamaya, coğrafi konum gereği sahip olunanları çok iyi tanıdıktan sonra ve turizmle

ilişisini kurarak başlamalı, ardından turistik çekiciliklerin sınıflandırmasını yaparak ülkesel dağılımı vermelidir. Burada dikkat edilmesi gereken konu, nerede ne var anlayışı ile çekicilikleri bir veri dizini şeklinde listelemenin yanı sıra, onların kullanım kapasiteleri, hangi şartlarda turizme açılmaları gerektiği, koruma-kullanma dengesinin nasıl sağlanacağı, hangi tehditler altında olduklarının da araştırılmasıdır. İşte coğrafya, ülkesel planlamada çeşitli dağılımların belirlenmesi ilkesinden hareketle, ağırlığını ortaya koymaktadır.

Bölgesel turizm planlaması ve coğrafya

Fiziksel turizm planlaması için genellikle en uygun görülen yaklaşım bölgesel yaklaşımdır. Bölgesel planlar; makro ölçekte hazırlanan ülkesel ekonomik planlar ile arazi kullanışımı planlayan yerel ölçekteki planları birarada değerlendiren planlardır (TANER 1980). Bu planlar, hem kendinden alt ölçekte üretilecek planlara (nazım imar planı ve uygulama imar planı) gerekli girdileri sağlar hem de stratejik uzun dönem kullanım kararları getirir (TANER 1989).

Fiziksel planlamada, bölgeye yaklaşım dışardan ve içerden olmak üzere iki yönlüdür. Dışardan yaklaşımda, öncelikle turizm sektörünün ekonomik plandaki yerini tesbitle işe başlanır. Arkasından turizmin mekan içindeki diğer sektörlerle ilişkisi araştırılır ve tarım, kentleşme, sanayileşme süreci ile korumanın birlikte düşünülmesi gerekir. Dışardan yaklaşımda dış pazar araştırması, önemli bir veriyi oluşturur. Yine bilinmesi gereken bir konu da, fiziksel planlaması yapılan bölgeye, ekonomik planda öngörülen yatırım miktarıdır. **İçerden yaklaşımda,** bölgenin doğal verilerinden hareketle, ekonomik ve sosyal verilerin tesbit edilmesi yer almaktadır. Bugünkü durumu saptamaya yönelik araştırmaların (coğrafi, ekolojik, arkeolojik ve tarihsel, arazi kullanışı vb.) hepsi turizme dönük yapılmalıdır. Bir nevi envanter çalışmasından sonra, sıra haritaların çizilmesindedir. Sözelimi tüm ülkeyi kapsayan 1/500.000 veya 1/800.000 ölçekli ülkesel harita, turizmin öncelikli alt bölgelerinin saptanmasını kolaylaştırır. Altbölgeleri gösterecek haritaların ölçeği 1/200.000 veya 1/100.000 olmalıdır. **Alt bölge,** kapladığı alana bağlı olarak, değişik sayıda "bütün"lerden oluşur. "Bütün", **topoğrafik ve coğrafi bakımdan homojen bir**

yapı gösteren alandır. İçinde kendisini bölen veya parçalara ayıran doğal engeller yoktur. Bütünlerin saptanmasında doğal koşulların homojenliği yanında, turizm yönünden de bir türdeşlik göstermesi aranır. Bütünde artık detay planlamaya yaklaşılmış sayılır ve bütünleri gösteren haritaların ölçeği 1/25.000 hatta 1/10.000 olmalıdır. Bu noktada, daha detay planlara geçmeden önce, bütünlerin birbiriyle uyumu kontrol edilmeli, altbölge ve oradan bölge yoluyla ekonomik kalkınma planındaki verilerle karşılaştırma yapılmalıdır. Böylece yeni sonuçlarla, bütünleri inilerek birtakım düzeltmelere gidilebilir. Bu plandan sonra, ölçeği 1/5.000 den 1/1.000 kadar değişen, turistik merkezlere ait yerleşme planları veya mimari projeler hazırlanabilir. Fiziksel turizm planının uygulanabilmesi, büyük ölçüde arazi mülkiyetine ve politikasına bağlıdır (ALATAN 1970).

Bölgesel planlamada ülkenin coğrafi boyutu önemli rol oynar. Bölgesel ölçek genellikle, coğrafi yapı ile ilgilidir ve idari, siyasi ve ekonomik bölge sınırlarıyla da çakışabilir. Diğer bir ifadeyle turizm bölgesi, başka kriterlere göre belirlenmiş bölge anlayışına göre şekillenir. Dünyadaki uygulamalarda bölge planlama olarak adlandırılan çalışmaların sınırları incelenirse, bölge belirlenmesinin hiçbir kuramsal ya da deneysel yaklaşıma dayanmadığı gözlenir. Bölgenin sınırları belirlenirken, daha çok alan yeknesaklığı, iklim benzerliği, doğal kaynaklar, yönetsel sınır ve benzeri ölçütlerin alındığı görülür.

Bir bölgesel turizm planlamasında, planlama süreci iki ana aşamadan oluşur: Araştırma aşamasında, mevcut durum ve olasılıkların araştırılması şu başlıklar altında yapılır: turizm bölgesini belirleme, bölgenin turizm kaynakları, bölgenin turizm pazarları ve rekabet, turizmin bölgesel etkileri, bölgenin turistik yaşam dönemi ve taşıma kapasitesi, turistik gelişmeyi etkileyen dış çevre faktörleri. **Karar verme aşaması** ise, bölgesel turizm gelişme planlarının hazırlanmasını kapsar ve şunları içerir: bölgenin turizm amaçları, politikaları, stratejilerinin ve uygulama planlarının (program ve projeler) belirlenmesi. Amaçlar temelde yer alır, politika strateji ve programlardan ondan doğar. (İLHAN,1999).

Bölgesel turizm planlamasının yararları şunlardır:

- Ulusal kalkınma planlarının etkinliğini arttırarak, kalkınmaya katkıda bulunmak,
- Ülkenin ekonomik ve sosyal yönden bütünleşmesini sağlamak,
- Bölgelerde atıl kalan kaynakları ekonomiye kazandırmak,
- Bölgelerarası dengesiz gelişmeyi azaltmak.

Bölgesel turizm planlamasında coğrafyanın yeri, bölgenin sınırlarının çiziminde önemli bir belirleyici olmasıyla başlamakta, turistik kaynakların saptanmasında coğrafi verilere başvurulmakta, yine turizmin olası etkilerinin ne olacağı onun üzerinden hesaplanmaktadır.

Yerel turizm planlaması ve coğrafya

Turizmde yerel planlama, yer (mahal) olarak ifade edilen ve bir destinasyon bölgesi içinde bulunan, birey, işletme ya da yerel yönetimler tarafından kontrol edilen alan için yapılmaktadır. **Yerel veya mahal planlama ; belirli bir alan içinde bulunan çekiciliklerin, olanakların ve hizmetlerin bir turistik ürün oluşturmak üzere, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda ilişkilendirilmesi, programlanması, ve örgütlenmesi çalışmalarıdır.** Yerel ölçekli turizm planlamasının aşamaları, planlama sürecinin hiyerarşik yapısından farklı değildir. Planlanacak yerin turizm gelişimini yönlendirecek iç ve dış etkenler belirlendikten sonra, turizmi destekleyen veya engelleyen unsurlar değerlendirilerek, politikalar saptanır. Politikalar ise program ve projelerin ortaya konulmasını yönlendirir. Her aşamada alınan kararlar ve onların etki düzeyleri, geribildirim ile kontrol edilir. Yerel planlamanın, diğer ölçekli planlarla bütünlük göstermesi şarttır. **Yerel planlamada önemli bir diğer nokta, bu yerin diğer yörelerden ayıran özelliklerinin ön plana çıkartılabilmesidir.** Çünkü bir çok yöre doğal ve kültürel coğrafi yapısının son derece özgün ve turizmde kullanılabilir olmasına rağmen, planlamada standart bir modelin sürekli yinelenmesi karşısında, pazarlanabilme şansı az olmaktadır. O halde yerel planlamada, şunları yerine getirmek şarttır : yerel özgünlüklerin diğer yöredekilerden farklılıklarının ortaya konması,

koruma ve özel yapılanma alanları için zonlama yapılması, kullanım amaçlarının belirlenmesi, yöreye özgü hareket programlarının hazırlanması ve koordinasyonun sağlanması. (DEMİRCİOĞLU 1996).

Yerel açıdan turizm planlaması bir taraftan yerel halkı turizm kaynaklarına sahip çıkmaya özendirirken, diğer yandan da turistlere ulaşmalarına olanak sağlar. Yerel planlama sürecinde hem turistlerin tercihleri hem de yerel halkın istekleri ve tercihleri ihmal edilmemelidir. Yerel turizm planlaması ve geliştirilmesinde sosyal taşıma kapasitesi kavramı yer almalıdır (RIZAOĞLU 1993).

Yerel turizm planlaması, fiziksel planlamanın diğer ölçekleri kadar önem taşımakta, belki de onlardan daha ayrıcalıklı olduğu kabul edilmelidir. Çünkü turizmin esas yaşandığı yer, turistin bire bire ilişkili olduğu yer, onun varış noktasıdır. Günümüzde özellikle kitle turizminin yaygınlaşmasıyla, belirli yerlere, belirli turizm türleri dahilinde ve yine belirli aylarda gidilmesi, o turistik merkezi yoğun bir baskı altında bırakmaktadır. Bir de o yerin moda olması veya insan yapısı çekiciliklerle popülaritesinin arttırılması eklendiğinde, aşırı talep karşısında bir dizi sorunlar oluşmaktadır. İşte bir taraftan turistlerin tatil geçirdikleri yerden memnun kalıp dönmelerini sağlamak üzere yeterince gelişmiş bir turistik donatım sunmak, diğer taraftan da turistik alanların rasyonel kullanımını ve korunmasını temin etmek için birtakım kurallar koyarak kısıtlamalar getirmek, ayrıca yerli halkın çıkarlarını gözetmek, hepsi birbiri ile uyumlu olarak yerel planlamada biraraya gelmek zorundadır. Dahası, küçük bir alanı kaplayan yerel planlamanın, tek başına başarılı olamayacağı, onun muhakkak içinde bulunduğu bölge ve ülke ile bütünleştirilmesi gerektiğidir. Sözgelimi bir kırsal yerleşimin turizm amaçlı planlanmasında, çevresindeki kalabalık kent merkezlerinden, turistik bölgelerden ve onların hinterlandlarından ayrı tutulmamasının gerektiği gibi. Bütün bunlar, yerel planlama yapmanın ve uygulamanın ne denli zor bir iş olduğunun ifadesidir.

Yerel planlamada, yer seçimi ve önceliğin saptanması konularında coğrafya, planlamanın doğuş ve uygulama yeri olarak baştan sona önemli bir belirleyicidir.

Fiziksel turizm planlamasında yer seçimi, öncelik ve coğrafya

Fiziksel turizm planlamasının çeşitli ölçeklerinde planlama süreci birbirine benzer. Ancak, ölçeği en küçük olan yerel planlamada, yerin seçimi önemli bir konudur. Öte yandan, potansiyeli yüksek geniş bir turistik bölge içinde belirli noktalardan (önceliği olanlardan) turizmi başlatmak gerekebilir. Fiziksel turizm planlamasında araştırma aşamasının ilk ve en zor adımı olan yer seçimi ve önceliğin tayininde (bu bir anlamda yerin analizi demektir) çok sayıda faktör devreye girer (ÇİZELGE:1). Bu faktörlerden fiziksel, beşeri ve ekonomik coğrafyaya ait olanlar ağırlık taşır. Nitekim doğal kaynakların, arazinin kullanım şeklinin, arazinin değer kaybetmesi ve çevre kirlenmesinin tamamı, toplumsal ve ekonomik koşulların çoğu, coğrafya ile doğrudan ilişkilidir.

Fiziksel turizm planlamasında “öncelik” kavramı çok önemlidir. Turistik gelişmeye yönelik planlama çalışmalarının hemen hepsinde öncelikli bölgelerin, yörelerin ve yerlerin seçimi ile ilgili bir strateji izlenmesi öngörülür. Çünkü, hızlı ve rasyonel bir turistik kalkınma, yatırımların belirli yerlerde yoğunlaştırılmasını gerekli kılabilir. Ayrıca parasal kaynakların doğru kullanılabilmesi ve siyasi baskıları ortadan kaldırabilmek için öncelikli bölgelerin saptanması gereklidir. **Turistik öncelikli bölgelerin saptanmasında izlenen yöntemlerden birine göre (OLALI 1990):**

1. Turizmde geliştirilmesi düşünülen bölgelerin her biri; sahip oldukları doğal turistik kaynaklar, tarihsel-kültürel kaynaklar, genel altyapı, kentsel ve turistik donatım bakımından bir değerlendirmeye tabi tutulur. Verilerin kabul edilmiş % ağırlıkları, başka bir anlatımla önem dereceleri şöyledir:

Doğal turistik kaynaklar %33

Tarihsel-kültürel turistik kaynaklar %23

Genel altyapı %20

Kentsel donatım %16

Turistik donatım %8

2. Veri ağırlıklarına göre turizm potansiyeli saptanan bölgeler sıralamaya konur. Bu sıralama derecesi ile verilerin % leri birbiriyle çarpılır ve elde edilen sonuçlara göre, en yüksekte en az

puana doğru öncelik bölgeleri ortaya çıkar. Bu puanlama hesabıyla birlikte; öncelik verilecek bölgenin uluslararası turizmin bir bölgesi olabilme niteliğini de niteliğini de taşıması gerekir.

Öncelikli bölgenin seçimi kadar, bölgenin gelişiminde rol oynayacak bir yatırıma öncelik verilmesi de çok önemli bir karardır. Buna ilaveten verilecek hizmetler arasından da bazılarının seçimi yine isabetli olmalıdır

Görülüyor ki coğrafya, turizm planlamasındaki ayrıcalıklı yerini, önceliğin tayini konusunda bir kez daha kanıtlamaktadır. Turistik yatırımların ve hizmetlerin dağıtımında, önceliği olan yerlerden başlamak, planlamanın amaçlarından ve gereklerinden biri olduğuna göre, «doğal kaynaklar»ın öncelik belirlenmesindeki üstünlüğü, coğrafyanın turizm için vazgeçilmezliğini açıkça belli etmektedir.

Sonuç

Coğrafyanın Turizm Planlamasına Katkısı

Coğrafya ve turizmin birçok bakımdan ortak özelliklere sahip olması ve benzerlikler taşıması nedeniyle, ikisinin bulunduğu alanlardan birisi de turizm planlamasıdır. Planlamanın turizme çok büyük yararları vardır: doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkısı, turizmden maksimum düzeyde sosyo-ekonomik kazancın elde edilmesinde önemli bir rol oynaması, en başta söylenebilir. Planlama yapılmadığı takdirde; doğal, tarihsel ve kültürel kaynakların tahribi, kirlenme, kalabalık, trafik sorunları, kültürel kimlik kaybı, turizm pazarlarının iyi değerlendirilememesi, koordinasyon ve eşgüdüm eksikliğinin olumsuz sonuçları, hizmet kalitesinin bozulması, çekiciliklerde ve etkinliklerde azalma, sezon yoğunluğu ve kalış süresinin kısalması vb. sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

Turizm sektörünü, zamanı esas alarak veya planlamanın örgütsel yapısından yola çıkarak ya da analiz edilen alanın ölçeğine göre planlamak mümkündür. Coğrafya mekan-insan ilişkilerini ele alan bir bilim olması sebebiyle, araştırma alanı olan yeryüzünün herhangi bir yerindeki planlama etkinliği onu yakından ilgilendirmektedir. O nedenle mekana dayalı olarak yapılan fiziksel turizm planlamasının çeşitli ölçeklerinde coğrafya,

büyük bir rol oynamaktadır. Fiziksel turizm planlaması, ölçeği ne olursa olsun bir coğrafi birimde, mekanın turizme dönük biçimde planlanmasıdır. Planlama süreci, birbirine sıkı sıkıya bağlı birçok aşamalardan geçerek tamamlanır. Bu aşamalar içinde ilki oluşturan araştırma aşamasında; çeşitli analizler yapılmakta, belli sonuçlar çıkarılarak senteze ulaşılmaktadır. Bu aşama planlamanın temelini teşkil etmesi bakımından, çok önemlidir. Çünkü, sırasıyla amaçlar, politikalar, stratejiler ve uygulama planları (program ve projeler), saptananların ışığında belirlenecektir.

Coğrafya, fiziksel turizm planlamasında araştırmanın yapıldığı yerin kendisidir. Nitekim turistik çekiciliklerin hepsi onun doğal ve kültürel peyzaj unsurlarının birer parçasıdır. Ayrıca pazar ülkeler, rakip ülkeler, planlamada yerini aldığından, coğrafyanın fiziksel turizm planlamasında, araştırma aşamasının çok büyük bir kısmında söz sahibi olmasını kaçınılmaz kılar. İşte coğrafyayı iyi tanımak, iyi bir planlama yapmanın ilk şartlarından biridir.

Coğrafyanın turizm planlamasına katkısı şüphesiz onu tanımakla bitmez. Daha doğrusu planlamadaki görevi ve etkinliği, araştırma aşamasının dışında da vardır ve yine ona başvurulmak zorundadır. Bu sefer coğrafya, plancıların turizmde daha iyi bir gelecek için doğal ve kültürel peyzaj üzerine planlanladıklarıyla bütünleştirilmek zorundadır. Plan kararları, öngörüler, onun elemanlarının dengesini bozmadan yapılmalı, bir miras olarak geleceğe aktarılmasını sağlayabilmelidir. Onun çeşitli birimlerinin taşıma kapasitesi bilinmeli, planlama sonrası üzerindeki oluşabilecek olası turizm etkileri araştırılmalıdır. Sonra da bu etkilerin olumsuz dönüşmemesi ya da sorunlar çıkmaması için alınması gereken tedbirler gösterilmeli, çözüm önerileri üretilmelidir. Görüldüğü gibi bu noktada planlama “coğrafyanın korunması”na hizmet etmektedir.

Bütün bu saptamalarımıza göre turizmin özellikle mekana dayalı planlamasında; doğru, tutarlı coğrafi bilgilere ulaşılabilmesi, bu bilgilerin turizmle entegre edilebilmesi ve en iyi biçimde görsel yolla (harita, plan, şekil, grafik vb) sunulabilmesi için bir coğrafya uzmanı, planlama ekibi içinde yerini almalıdır.

Coğrafya tüm özellikleriyle turizmin varlık keşfetme, macera, spor, kültürleri tanıma, değişik nedenlerinden biridir. Onu koruyan, aynı zamanda tatlar alma vb. isteklerini karşılamaya hazır turizmi geliştirecek bir planlama yaklaşımıyla, o olacaktır. her zaman insanların dinlenme, eğlenme,

Bibliyografya

- AKOĞLU, Tunay (1970): "Türkiye'de turizm politikası ve turizm planlaması". **Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi**. sy.8-47. İstanbul.
- ALATAN, Haluk (1970): "Türkiye turizminde fiziksel planlama". **Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi**. sy.138-153. İstanbul.
- ÇUBUK, Mehmet (1984): « Ülkesel ölçekte turizm ve dinlenme-eğlenmenin planlaması » **Türkiye 8. Dünya Şehircilik Günü 1-3 Kasım 1984**. Adana.
- DEMİRCİOĞLU, Güzin (1996): **Turizm Planlaması Kapsamında Türk Turizminin Planlamaya İlişkin Öncelikleri ve Sosyal Turizm Planlaması (Foça Örneği)**. D.E.Ü. Sosyal Bil.Ens. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Doktora tezi). İzmir.
- ESİAD (1994): **Ege Bölgesi Turizminin Sekörel Analizi ve Gelişme Stratejileri**. « ESİAD yay.no :94, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar-7 ». İzmir.
- GÜRDAL, Mehmet (1990): "Türk turizminde dinamik pazarlama aracı olarak turizm coğrafyasının özellikleri ve ilkeleri konusunda Ege Bölgesi araştırması" **Turizm Yıllığı 1988-1989**. sy. 174-182. Ankara.
- İÇÖZ, Orhan (1993): "Turizm sektöründe plan ve planlamanın önemi" **Turizm Yıllığı 1993**. sy. 88-100. Ankara.
- İÇÖZ, Orhan (1994): "Turizm planlaması bakımından turistik bölgelerin yaşam eğrileri ve Ege Bölgesi'nin başlıca turizm merkezleri" **V.Ulusal Turizm Kongresi**. sy. 20-27. Kuşadası.
- İLHAN, İbrahim (1999): **Bölgesel Turizm Planlaması Modeli ve Nevşehir Örneği**. D.E.Ü. Sosyal Bil.Ens. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Doktora tezi). İzmir.
- KÜLTÜR VE TURİZM BAK.(1983): **Turistik Düzenleme**. "Kültür ve Turizm Bak. Eğitim Dairesi Başk. yay.: 49". Ankara.
- OLALI, Hasan (1990): **Turizm Planlaması ve Politikası**. "İ.Ü. İşletme Fak. yay.: 228". İstanbul.
- ÖZGÜÇ, Nazmiye (1998): **Turizm Coğrafyası. Özellikler Bölgeler**. İstanbul.
- RIZAOĞLU, Bahattin (1993): "Yerel açıdan turizm planlaması ve geliştirilmesi" **Turizm Yıllığı 1993**. sy.142-158. Ankara.
- SONAT, Arslan (1991): "Çevrenin turizm planlaması içindeki yeri" **2.Ulusal Turizm Kongresi 21-23 Kasım 1991**. sy. 169-177.Kuşadası.
- TANER, Tayfun (1980): "Bazı planlama sorunlarımız ve fiziki turizm planlamasına yaklaşım". **Kıyı Kentlerimizin Temel Sorunları** (1979 Kuşadası Sempozyumu Bildirileri). sy.187-205. Ankara.
- TANER, Tayfun (1989): **Turizm ve rekreasyon alanlarını planlama ilkeleri**. « D.E.Ü. Mühendislik-Mimarlık Fak. MM/ŞBP-89 EY 186 ». İzmir.
- TOSKAY, Tunca (1989): **Turizm. Turizm Olayına Genel Yaklaşım**. İstanbul.
- TÜMERTEKİN, Erol (1994): **Beşeri Coğrafyaya Giriş**. « İ.Ü.Edebiyat Fak. yay. : 2464 ». İstanbul.

Turistik Yer Seçiminde ve Turistik Olanakların Değerlendirilmesinde Dikkate Alınan Faktörler	
Doğal kaynaklar	<i>Jeoloji ve jeomorfoloji:</i> Jeolojik oluşumların ve jeomorfolojik yapının inşaat ve turistik düzenlemeler üzerindeki etkisi. Fırtına, çığ, sel gibi doğal afetlere karşı bölgenin güvenliği, volkanların, mağaraların, yeraltı gölleri vb.nin turistik kullanım olanakları.
Toplumsal ve ekonomik koşullar	<i>Nüfus :</i> Nüfus gelişimi, bugünkü demografik yapı, nüfus tahminleri. <i>Yaşam koşulları :</i> Yaşam düzeyi, işgücü, ücretler ve sendikal örgütlenme. <i>Tarım :</i> Tarımsal alanlar ve üretim sistemi, sorunlar, tarım-turizm ilişkisi. <i>El sanatları :</i> El sanatları-turizm ilişkisi. <i>Sanayi :</i> Sanayi alanları ve dalları, sanayi-turizm ilişkisi. <i>Ticaret ve hizmetler :</i> Tüketim maddeleri ticareti, turistik ve gündelik hizmetler. <i>Fiyatlar :</i> Arazi, hammadde, mamul madde ve hizmet fiyatları, işgücü ücretleri. <i>Yasalar :</i> İnşaat, çevre, işgücünün korunması, hukuksal sorunlar. <i>İdari kararlar :</i> Bölgesel kalkınma ve yönetim planı, güvenlik önlemleri. <i>Finansman kaynakları :</i> Kamusal finans kaynakları, özel ve karma kaynaklar.
Altyapı	<i>Enerji kaynakları :</i> Hidrolik enerji, ısı enerjisi, nükleer enerji, güneş enerjisi. <i>Hammadde sorunu :</i> Su ve diğer maddeler. <i>Ulaşım :</i> Bölgeye ulaşım (ulaşım sistemlerine göre) ve bölge içi ulaşım olanakları. <i>Haberleşme :</i> Posta, radyo, telefon, telgraf, televizyon vd. <i>Sağlık :</i> Sağlık hizmeti, kanalizasyon, arıtma, çöp.
Yüzey donatımı	<i>Meskun alanlar :</i> Yerleşme noktaları, yerleşme şekli, kentleşme derecesi. <i>Konaklama tesisleri :</i> Oteller ve tamamlayıcı tesisler, ikinci konutlar, vd. <i>Yeme-içme olanağı :</i> Restoranlar, kafeler vd. ve mutfak zenginliği. <i>Sportif donatım :</i> Özel donatımlar, ortak kullanım donatımları
Kültürel donatım ve boş zamanların değerlendirilmesi	<i>Arkeoloji :</i> Arkeolojik sitler ve anıtlar, turistik kullanım olanakları, koruma. <i>Yerel mimari :</i> Orjinallik, koruma. <i>Folklor ve gelenekler :</i> Yaşatılma olanağı, gösterilen ilgi ve orjinallik. <i>Tiyatro, sinema ve eğlence olanakları :</i> Tiyatro grupları, gece kulübü, oyun salonları vb. <i>Müze ve kütüphaneler :</i> Tarihi, kültürel, doğa tarihi müzeleri, sanat galerileri.
Mülkiyet durumu	Özel mülkiyet, hazine arazisi, askeri alanlar, rezerv alanlar vb.
Arazinin kullanım şekli	Kentsel alanlar, sanayi, tarım, ticaret, maden alanları, orman alanları, rezerv ve koruma alanları, tahrip edilmiş alanlar, bataklıklar, turizm ve rekreasyon alanları.
Arazinin değer kaybetmesi ve çevre kirlenmesi	Su ve rüzgar erozyonu, toprak kayması, su baskınları, manzara tahribi, hava, su ve toprak kirlenmesi, estetik kirlenme, araziye yeniden düzenlemek için yapılan işler.

ÇİZELGE :1- Turistik Yer Seçiminde ve Turistik Olanakların Değerlendirilmesinde Dikkate Alınan Faktörler (OLALI 1990).