

İZMİR TURİZM TANITIM STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI

2020
-2024

İzmir Vakfı



İZMİR
KALKINMA
AJANSI



İZMİR TURİZM TANITIM STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI

2020
-2024

İzmir Vakfı



Yayına Hazırlayan

İzmir Vakfı

Yayın Koordinatörü

Ali Can Epözdemir

Editör

Yazgülü Yüksek

Kapak Tasarım

Miraç Göldoğan

Grafik Tasarım / Layout

Zübeyir Topal

Doğa Tuksal

Süpervizör

Güven Eken

Yayın Destekçileri

İzmir Büyükşehir Belediyesi

İzmir Kalkınma Ajansı

İzmir Turizm Kordinasyon Kurulu

Katkıda Bulunanlar

H. Gökçe Başkaya

Yener Ceylan

Melih Kayacık

Hande Fışkın

Simge Canbek

Gözde Çeviker

Gökhan Yağmurlu

Ömer Döndüren

Veysel Esatoğlu

Ferdi Akarsu

Baskı

Tekno Ofset / Tuna Mahallesi, 5632. Sk. No:26, 35090 Bornova/İzmir

Tel: 0 (232) 458 58 09 / info@teknofset.com

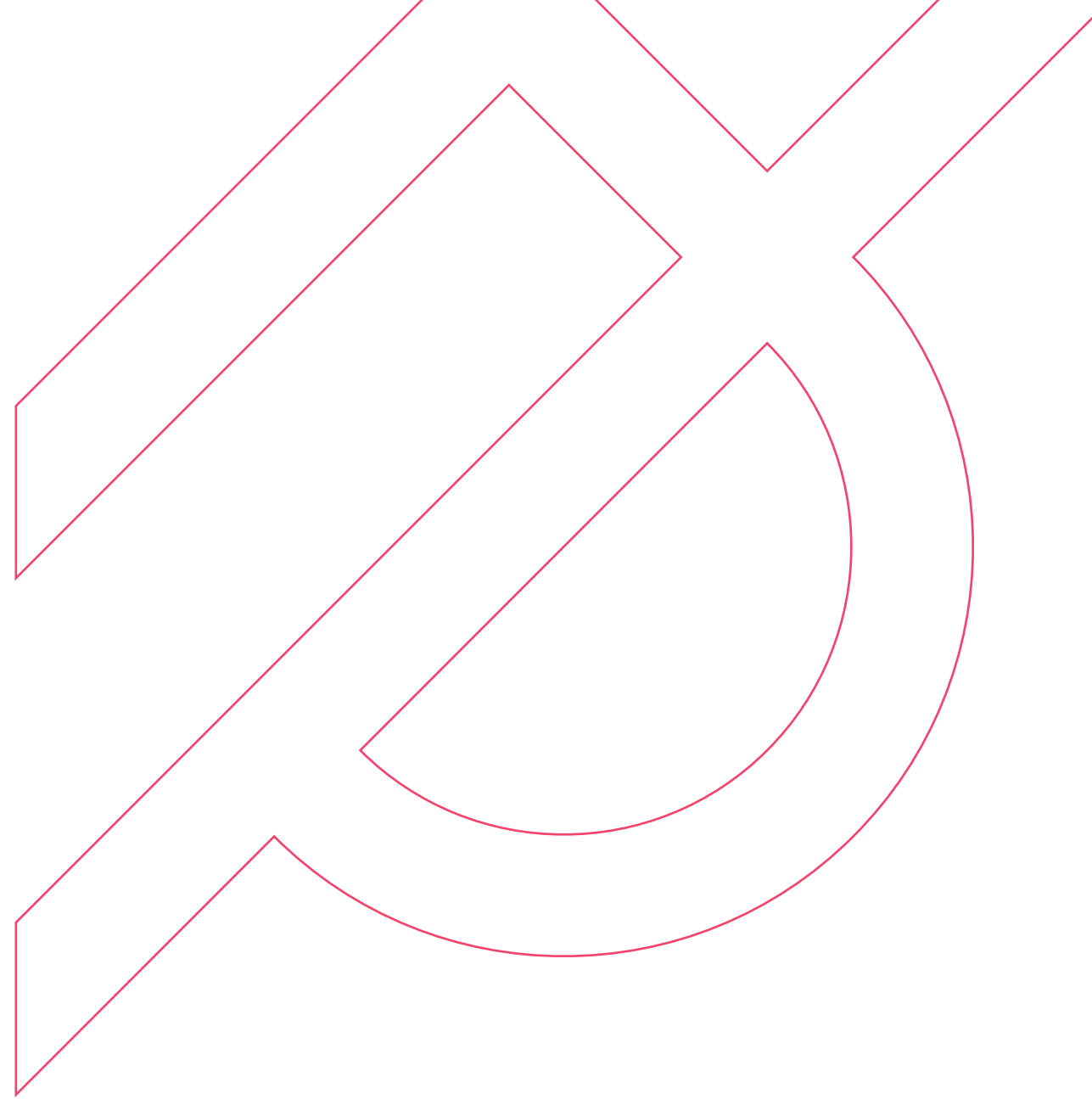
Yönetim Yeri

Şair Eşref Bulvarı No 50 Kültürpark İzmir Türkiye

Telefon: 0 (232) 425 55 25

izmirvakfi.org

İzmir Vakfı / 2021®





ÖNSÖZ

8.500 yıllık tarihiyle İzmir, çağlar boyunca Avrupa ve Asya arasında ilişki kuran bir kalp işlevi görmüş, Asya'dan Avrupa'ya uzanan İpek Yolu ile Akdeniz'den Doğu'ya uzanan deniz ticaret yollarını buluşturan bir liman kenti olmuş.

Ticari bir merkez olmasının yanında, tarih boyunca çok sayıda medeniyete ve farklı kültüre ev sahipliği yapan İzmir, bir tarafta UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Efes ve Bergama; diğer tarafta UNESCO'nun geçici listesindeki Tarihi Kemeraltı ve şehrin kıyısında flamingoların yaşadığı Gediz Deltası gibi pek çok yönüyle muazzam bir doğal ve kültürel mirasa sahip.

İzmir Büyükşehir Belediyesi; eşsiz konumu, iklimi, doğal alanları ve pek çok sektör açısından büyük bir potansiyele sahip İzmir'in, işte bu tarihsel kimliği ve köklü mirasından beslenerek bir dünya kenti olması için kapsamlı bir strateji oluşturdu.

Bu stratejide turizm çok önemli bir yerde duruyor. Bunun için Belediye bünyesinde Turizm Şube Müdürlüğü kurarak ilk temel adımı attık. Ardından İzmir'in tarihi, kültürel ve doğal mirasının dünyaya tanıtılması, bu mirasın doğayla ve şehrin geçmişiyle uyumlu bir şekilde turizme kazandırılmasına dönük kapsamlı bir stratejik plan çalışması başlattık.

2019 Eylül ayında başlayan bu çalışmayı İzmir Vakfı ve İzmir Kalkınma Ajansı ortaklığıyla tamamladık. Turizmin anayasası olarak tanımladığımız bu stratejimizde, önümüzdeki yıllarda İzmir turizmi için yapacağımız her şeyi tanımladık.

Turizmle ilgili tüm temel kararlarımızı, turizm paydaşlarının yer aldığı İzmir Turizm Koordinasyon Kurulu'yla birlikte şekillendirdik. Turizm yol haritamızda, İzmir'in tüm cazibe merkezlerine yer verdik. Şehrimizin turizm alanlarındaki tüm etkinliklerini, sadece yaz aylarına sıkıştıran genel çerçevenin ötesine taşıyarak turistlerin yıl boyunca İzmir'e gelmesi için kapsamlı bir plan hazırladık. Bu dokümanın temel yaklaşımı turizmi İzmir'de 12 aya ve 30 ilçeye yaygınlaştırmaktır.

Strateji bu yaklaşımla, halihazırda gerçekleşmiş olan ve yapılması planlanan çalışmalar arasında ilişki kurarak, ortaya anlamlı bir bütün çıkartma gayretiyle, İzmir'deki tüm kurumların turizm ve tanıtım politikalarını ortaklaştırmayı hedeflemektedir.

Strateji kapsamındaki çalışmalarımızdan İzmir'in tanıtım yüzü olan Visit İzmir mobil uygulaması 2021 yılında hayata geçiyor. Önümüzdeki süreçte tamamlanacak bir diğer çalışma ise İzmir'in görsel kimliğinin oluşturulması. Dönüşen turizm sektörünün dinamikleriyle uyumlu bu stratejinin ana söylemi bize bir perspektif sunuyor:

Dünya uygarlıklarına yön veren pek çok kavram, düşünce ve yaklaşımın İzmir'den dünyaya taşınması.

Turizmin en ağır bedeller ödediği pandemi süresince de, bu dönemin ihtiyaçları ve öncelikleri çerçevesinde önemli adımlar attık. Turuncu Çember uygulamasıyla Türkiye'de bir ilke imza atarak konaklama ve yeme-içme tesislerinde hijyen kriterlerini belirledik.

Pandemi sonrası turizm hareketliliğinin artacağı yeni sürece de, İzmir'in yeni turizm stratejisi sayesinde, tüm hazırlıklarımızı tamamlamış bir şekilde giriyoruz. İzmir Turizm Tanıtım Stratejimizin İzmir'in dünya kenti olması ve refahının artması hedeflerimize önemli katkılar sunacağına yürekten inanıyorum.

TUNÇ SOYER

İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı
İzmir Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı

İÇİNDEKİLER

Önsöz	VI
Tablolar Listesi	X
Görseller Listesi	XII
Kısaltmalar	XIV
1. Giriş	2
1.1. Küresel Turizm Sektörü ve Türkiye	8
1.2. Covid-19 Salgını Öncesi Turizm Trendleri	10
1.3. Covid-19 Salgını Sonrası Turizm Trendleri	12
2. Metodoloji	14
3. Tarihsel ve Mevcut Durum Analizi	18
3.1. İzmir'in 8.500 Yıllık Tarihine Genel Bir Bakış	20
3.2. İzmir Turizmi SWOT Analizi	24
3.3. İzmir'in Turizm Çeşitliliği	28
3.3.1. Tarih ve Kültür Turizmi	28
3.3.2. Somut Olmayan Kültürel Miras	32
3.3.3. İnanç Turizmi	35
3.3.4. Deniz ve Kıyı Turizmi	37
3.3.5. Gastronomi Turizmi	38
3.3.6. Kongre ve Fuar Turizmi	41
3.3.7. Doğa, Kırsal ve Eko-Turizm	44
3.3.8. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm	47
3.3.9. Kış Turizmi	48
3.3.10. Spor Turizmi	48
3.4. Cazibe Merkezi Bazında İzmir'in Öne Çıkan Noktaları	52
3.4.1. Kent Merkezi	52
3.4.2. UNESCO Dünya Mirası Alanları	60
3.4.3. Kıyı Destinasyonları	66
3.4.4. İzmir Yürüyüş Yolları	70
3.5. İzmir'in Turizm Verileri	74
3.5.1. Konaklama Bazlı Veriler	74
3.5.2. Konaklama Bazlı Verilerin Milliyetlere Göre Dağılımı	75
3.5.3. Gümrük Girişlerine Göre Turist Sayıları	84
3.5.4. 2018 ve 2019 Yılı Gümrük Girişlerinin Milliyetlere Göre Dağılımı	86
3.5.5. Gümrük Girişlerinin Ulaşım Biçimlerine Göre Dağılımı	86
3.5.6. Konaklama Tesisleri	88
3.5.7. Türkiye Vatandaşlarına Dair Turizm Verileri	96
3.5.8. Diğer Turizm Verileri	97
3.5.9. İzmir Turizmi 2020 Verileri ve Gelecek Projeksiyonu	101
3.6. Diğer Kurum Stratejilerinde Turizm	104
3.6.1. İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı 2020 – 2024	104
3.6.2. İzmir Kalkınma Ajansı İzmir Bölge Planı 2014 – 2023	105
3.6.3. İzmir Ticaret Odası Stratejik Planı 2019 – 2022	106
3.6.4. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Stratejik Planı 2019 – 2023	106

4. İyi Uygulama Örnekleri	108
4.1. Akdeniz Çanağı ve Dünyada İyi Uygulama Örnekleri	110
4.1.1. Atina	110
4.1.2. Barselona	112
4.1.3. Londra	115
4.1.4. Marsilya	117
4.2. Türkiye'de İyi Uygulama Örnekleri	120
4.2.1. Antalya	120
4.2.2. İstanbul	123
4.2.3. Muğla	126
4.2.4. Türkiye'den Diğer Başarılı Örnekler	129
5. Stratejik Çerçeve ve Hedefler	132
5.1. Ana Söylem	134
5.2. Öncelikli Turizm Türleri	136
5.3. Hedefler ve Turizm – Tanıtım Döngüsü	138
5.3.1. Turist Sayısı ve Turizm Geliri Hedefleri	138
5.3.2. Turizm–Tanıtım Döngüsü	140
5.3.3. Stratejik Amaç ve Hedefler	140
6. Eylem Planı	154
7. Strateji İzleme ve Değerlendirme	176
8. Sonuç	190
Kaynakça	194

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1	2018 ve 2019 yıllarında dünyada en çok ziyaret edilen ilk on ülke	9
Tablo 2	2015 - 2019 yılları arasında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı ve turizm geliri	9
Tablo 3	2019 yılında Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ilk on ülke	9
Tablo 4	İzmir'e ait somut olmayan kültürel miras öğeleri	33
Tablo 5	2014 - 2019 yılları arasında İzmir genelinde konaklama tesislerinde ağırlanan yabancı turist ve geceleme sayıları	74
Tablo 6	2018 yılı konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre dağılımı ve geceleme sayıları	75
Tablo 7	2019 yılı konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre dağılımı ve geceleme sayıları	75
Tablo 8	2018 - 2019 yılları konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre karşılaştırma ve değişim oranı	77
Tablo 9	2019 yılında yerli turistlerin en çok konaklama gerçekleştirdiği ilk sekiz ilçe	79
Tablo 10	2019 yılında yabancı turistlerin en çok konaklama gerçekleştirdiği ilk sekiz ilçe	79
Tablo 11	2019 yılında metropol ilçelerde en çok konaklama gerçekleştiren ilk beş ülke	79
Tablo 12	2019 yılında ilçelerde en çok konaklama gerçekleştiren ilk üç ülke ve turist verileri	80
Tablo 13	2014 - 2019 yılları arasında gümrük kapılarından İzmir'e giriş yapan yabancı turist sayıları ve Türkiye karşılaştırmalı oranları	85
Tablo 14	Konaklama bazlı ve gümrük girişlerine göre turist sayılarının karşılaştırılması	85
Tablo 15	2018 ve 2019 yılı gümrük girişlerinin milliyetlere göre dağılımı	87
Tablo 16	2009 - 2019 yılları arasında gümrük kapılarından giriş yapan yabancı turistlerin ulaşım biçimlerine göre dağılımı	87
Tablo 17	Belediye işletme belgeli otellerin yatak kapasitesine göre dağılımı (ilk beş ilçe)	89
Tablo 18	Belediye işletme belgeli otellerin ilçe bazlı dağılımı	89

Tablo 19	Turizm işletme belgeli otellerin yatak kapasitesine göre dağılımı (ilk beş ilçe)	90
Tablo 20	Turizm işletme belgeli otellerin ilçe bazlı dağılımı	91
Tablo 21	Belediye ve turizm işletme belgeli otellerin yatak kapasitelerine göre ilçe bazlı gruplandırılması	93
Tablo 22	2017, 2018 ve 2019 yılları konaklama tesislerinin ay bazında doluluk oranları	94
Tablo 23	2016 - 2019 yılları arasında konaklama bazlı iç turizm verileri	96
Tablo 24	Türkiye vatandaşlarının gümrük girişi verileri	96
Tablo 25	İzmir Adnan Menderes Havaalanı yolcu trafiği (gelen-giden) verileri	97
Tablo 26	İzmir'den diğer ülkelere gerçekleştirilen direkt uçuşların ortalama süreleri	97
Tablo 27	İzmir'e denizyolu ile giriş yapan turistlerin giriş yaptıkları limanlara göre dağılımı	98
Tablo 28	İzmir'de bulunan günübirlik gezi teknelerinin ilçelere göre dağılımı	98
Tablo 29	2013 - 2017 yılları arasında Alsancak Limanı'na yanaşan kruvaziyer gemileri sefer sayısı ve gelen yolcu sayısı	98
Tablo 30	2019 yılında Çeşme Limanı'na yanaşan kruvaziyer gemi sayısı ve gelen-giden yolcu sayıları	99
Tablo 31	2017, 2018 ve 2019 yılları fuacılık verileri	99
Tablo 32	İzmir'de bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze ve ören yerlerinin 2017, 2018 ve 2019 yıllarına göre ziyaretçi sayıları	100
Tablo 33	2018, 2019 ve 2020 yılları ilk sekiz ay gümrük girişi verileri	102
Tablo 34	Gümrük girişlerine göre 2020 yılı tahmini yabancı turist sayısı ve gelecek yıllara dair hedefler	102
Tablo 35	Atina deniz turizmi pazarının ana temaları	111
Tablo 36	Seçili şehirlerin nüfusu ve yabancı turist sayıları	139

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1	İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı 2010	4
Görsel 2	Yaşanacak Şehir İzmir kampanya logosu	4
Görsel 3	İzmir'e Doyamazsın kampanya logosu	4
Görsel 4	Güvenli Turizm sertifikasyon uygulaması	12
Görsel 5	Turuncu Çember sertifikasyon uygulaması	13
Görsel 6	Yöntemsel çerçeve	17
Görsel 7	2019 yılında İzmir ilçelerinde konaklama yapan yabancı turist dağılımı	82
Görsel 8	2019 yılında İzmir ilçelerinde konaklama yapan yerli turist dağılımı	83
Görsel 9	2019 yılında İzmir'in tahmini turizm geliri	138
Görsel 10	İzmir turizm projeksiyonu	139
Görsel 11	Turizm tanıtım döngüsü	140
Görsel 12	Visit İzmir Mobil Aplikasyonu	141
Görsel 13	İzmiras Rotaları	142
Görsel 14	Dünyanın İzmir Mirası çalışmaları	144
Görsel 15	Tematik turizm alanları	145
Görsel 16	EuroVelo İzmir rotası	146
Görsel 17	İzmir markası iletişimi	148
Görsel 18	İzmir'in turizm markaları	150

KISALTMALAR

AB	Aliağa Belediyesi
ABTA	İngiltere Seyahat Acentaları Birliği
AİB	Akdeniz İçin Birlik
BB	Bergama Belediyesi
BDB	Beydağ Belediyesi
BYB	Bayındır Belediyesi
ÇB	Çiğli Belediyesi
ÇEŞB	Çeşme Belediyesi
ÇEŞTOB	Çeşme Turistik Otelciler Birliği
DB	Dikili Belediyesi
DD	Doğa Derneği
DELİCE	Dünya Gurme Kentler Ağı
DEÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
DHİM	Devlet Hava Meydanları İşletmesi
ETİK	Ege Turistik İşletme ve Konaklamalar Birliği
EÜ	Ege Üniversitesi
EUROMED	Avrupa-Akdeniz Ortaklığı
EYD	Efeler Yolu Derneği
EXPO	Dünya Fuarı
GCC	Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi
GEKA	Güney Ege Kalkınma Ajansı
GK	Gastronomi Kurulu
HESTOUREX	Dünya Sağlık, Spor Turizmi Kongresi ve Fuarı
HTH	Herkes İçin Turizm Hareketi
HŞ	Havayolu Şirketleri
IAGTO	Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği
ICCA	Uluslararası Kongre ve Konferans Şirketleri Birliği
ISHEID	Uluslararası Tıp Sempozyumu
IUCN	Uluslararası Doğa Koruma Birliği
IKTM	İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
ISTKA	İstanbul Kalkınma Ajansı
İBB	İzmir Büyükşehir Belediyesi
İSKBV	İzmir Spor Kulüpleri Birliği Vakfı
İV	İzmir Vakfı
İZFAŞ	İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Ticaret ve Anonim Şirketi
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
İTB	İzmir Ticaret Borsası
İZTO	İzmir Ticaret Odası
İZRO	İzmir Turist Rehberleri Odası
İZSU	İzmir Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü
İZTK	İzmir Turizm Koordinasyon Kurulu
İZVA	İzmir Valiliği
JCI	Uluslararası Ortak Komisyon
KAB	Karaburun Belediyesi
KAV	Kültürel Araştırmalar Vakfı

KAZ	Kazı Başkanlığı
KB	Karabağlar Belediyesi
KED	Kemeraltı Esnaf Derneği
KİB	Kiraz Belediyesi
KİD	Kentimiz İzmir Derneği
KNB	Kınık Belediyesi
KS	Kivi Strateji
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
KVKYK	Kültür Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu
MARBLE	Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı
MB	Menderes Belediyesi
MİB	Metropol İlçe Belediyeleri
MICE	Toplantılar, Teşvik Etkinlikleri, Konferanslar ve Sergiler
MUCEM	Avrupa ve Akdeniz Uygarlıkları Müzesi
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
ÖB	Ödemiş Belediyesi
UB	Urla Belediyesi
UNTWO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
UKOME	Ulaşım Koordinasyon Merkezi
SB	Seferihisar Belediyesi
SDO	Seferihisar Doğa Okulu
SF	Slow Food
SIAC	Uluslararası Çağdaş Sanat Sergisi
SLB	Selçuk Belediyesi
SWOT	Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler Analizi
TARKEM	Tarihi Kemeraltı İnşaat Yatırım Ticaret A.Ş.
TB	Torbalı Belediyesi
TİB	Tire Belediyesi
TOB	Tarım ve Orman Bakanlığı
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜRSAB	Türkiye Seyahat ve Acenteciler Birliği
TKK	Turizm Koordinasyon Kurulu
UFI	Uluslararası Fuarcılık Endüstrisi Derneği
ÜNİ	Üniversiteler
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
VGM	Vakıflar Genel Müdürlüğü
YIKOB	İzmir Valiliği Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı

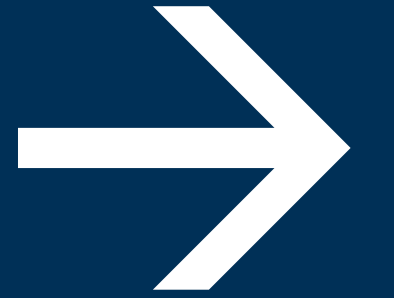
1

Giriş

1.1. Küresel Turizm Sektörü ve Türkiye

1.2. Covid-19 Salgını Öncesi Turizm Trendleri

1.3. Covid-19 Salgını Sonrası Turizm Trendleri



1. Giriş



Görsel 1: İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı 2010



Görsel 2: Yaşanacak Şehir İzmir kampanya logosu



Görsel 3: İzmir'e Doymazsın kampanya logosu

1. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı, 2010.
2. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), Turizm Mevcut Durum Raporu, 2013.
3. yasanacaksehirizmir.com.

Günümüzün küresel dinamikleri, şehirlerin kendi ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarını şekillendirmede aktif rol almalarına yol açmıştır. Turizm ve tanıtım faaliyetlerinde yerel ve bölgesel yaklaşımların ön plana çıkmasıyla, özellikle 2000'li yıllardan itibaren şehirler, gelişen turizm endüstrisinden daha fazla pay alabilmek ve destinasyonlar arası artan rekabette geri kalmamak adına kendi markalaşma süreçlerine hız vermiş ve kendi pazarlama stratejilerini oluşturmuştur.

İzmir'de bu doğrultuda yapılan ilk çalışma 2010 yılında İzmir Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı çalışması olmuştur.⁽¹⁾ “En fazla ödüllendiren Akdeniz Şehri olmak” vizyon cümlesi ile belirlenen strateji; İzmir için bir logo çalışması, hedef kitlelerin belirlenmesi ve hazırlanan iki fazlı iletişim planı ile turist ve yatırımcı çekmek perspektifiyle ortaya konmuştur. Turizm, tanıtım ve pazarlama stratejilerine altlık oluşturabilecek bir diğer çalışması ise yine İzmir Kalkınma Ajansı tarafından 2013 yılında, Turizm Mevcut Durum Raporu adıyla yayımlanmıştır.⁽²⁾

Geçtiğimiz on yıl içerisinde farklı kurumlar İzmir'in yurtiçi ve yurtdışında tanıtımı adına çeşitli faaliyetler yürütmüştür. 2015 yılında İzmir Ticaret Odası “Yaşanacak Şehir İzmir” sloganı ve hazırlanan logo ile on dilde İzmir tanıtım filmi hazırlamıştır.⁽³⁾ 2016 yılında Türkiye genelinde yaşanan yabancı turist sayısındaki azalma sonrasında İzmir Turizm ve Tanıtma Vakfı'nın (bundan böyle İzmir Vakfı olarak anılacaktır) başlattığı “İzmir'e Doymazsın” projesi ile Türkiye genelinde iç turizme yönelik çalışmalar yürütülmüştür. 2018 yılında ise 51 ülkeyi kapsayan bir yurtdışı tanıtım kampanyası gerçekleştirilmiştir.

Eylül 2019'da İzmir Kalkınma Ajansı ve İzmir Vakfı arasında imzalanan işbirliği protokolü kapsamında İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı'nın iki kurumun ortaklığı ve İzmir Büyükşehir Belediyesi desteğiyle hazırlanması kararlaştırılmıştır. Bu aşamadan itibaren bahsi geçen kurumların iş birliği, turizm paydaşlarıyla yapılan düzenli görüşmeler, sektörün beklenti ve önerileri, sivil toplum kuruluşlarıyla yapılan görüş alışverişleri, ilgili uzman ve kurum temsilcileriyle yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde okuduğunuz bu strateji belgesi ortaya çıkmıştır. Stratejinin oluşma sürecine dair detaylı bilgiler Metodoloji bölümünde aktarılacaktır.

Sekiz bölümden oluşan İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı'nın Giriş bölümünde dünyada ve Türkiye'de turizme dair temel veriler paylaşılmış, Covid-19 salgını öncesi ve sonrası turizm trendlerine değinilmiştir. Metodoloji bölümünde stratejinin oluşma süreci hakkında bilgiler verilmiştir. İzmir'in Tarihsel ve Mevcut Durumu başlıklı üçüncü bölümde, İzmir'in

8 bin 500 yıllık tarihine kısa bir bakış sunulmuş; İzmir turizm SWOT analizi (Güçlü - Zayıf Yanlar - Fırsatlar - Tehditler) paylaşılmıştır. Yine bu bölümde turizm türleri ve cazibe merkezleri bazında İzmir'in öne çıkan özellikleri ve İzmir'in güncel turizm verileri paylaşılmıştır. Son olarak İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir Kalkınma Ajansı, İzmir Ticaret Odası ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kurum stratejilerinde turizm ve tanıtıma dair planlamalar incelenmiştir. Türkiye ve dünyadan başarılı destinasyonların sunulduğu İyi Uygulama Örnekleri dördüncü bölümü oluşturmaktadır. Stratejik Çerçeve, Hedefler başlıklı beşinci bölümde İzmir'in yeni turizm stratejisinde öne çıkan kavramlar ele alınmış, altı ayaktan oluşan stratejik amaç ve hedefler paylaşılmıştır. Altıncı bölümde strateji eylem planı ve takvimi sunulmuştur. Stratejinin başarısı ve takibi ile ilgili kriterlerin sunulduğu Strateji İzleme ve Değerlendirme yedinci bölümü oluşturmaktadır. Sonuç başlıklı sekizinci ve son bölümde gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik öneriler ve genel değerlendirmeler sunulmuştur.

İzmir Körfezi





1.1. Küresel Turizm Sektörü ve Türkiye

Küresel ölçekte lokomotif bir sektör olan turizm, diğer sektörleri etkileyerek ülkelerin sürdürülebilir kalkınmasının sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizm hareketliliği ülkeye döviz girdisi sağladığı gibi turizm sektörüne yapılan yatırımlar ülke ekonomisinin canlanmasına ve istihdamın artmasına katkı sunmaktadır.

Dünya genelinde ve Türkiye’de uluslararası turist sayısı ve gelirleri yıllar itibarıyla çeşitli faktörler sebebiyle değişmekle birlikte, turizm dünyada ilk üç büyük sektör arasında yer almaktadır.

2019 yılı, 2017 (+%7) ve 2018’in (+%6) istisnai oranlarına kıyasla daha yavaş gerçekleşmesine rağmen, güçlü bir büyüme yılı olmuştur. Turist gelişlerinde; Ortadoğu %8, Asya ve Pasifik %5 büyüme göstermiştir. Avrupa ve Afrika’ya uluslararası gelişler (her ikisi de %4) dünya ortalamasıyla birlikte artarken, Amerika’da %2 büyüme görülmüştür.⁽⁴⁾ 2019 yılında küresel ölçekte turist sayısının 1 milyar 460 milyon seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.⁽⁴⁾

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) verilerine göre dünyada en çok ziyaret edilen ilk on ülke yan sayfadaki **Tablo 1**’de gösterilmiştir. 2018 ve 2019 yıllarında dünyada en çok ziyaretçi ağırlayan ülke Fransa olmuştur. 2019 yılında ziyaretçi sayısını artıran İngiltere sekizinci sıraya yükselmiştir. En çok ziyaretçi çeken ülkeler arasında yer alan Türkiye her iki yılda da altıncı sıradaki yerini korumuştur.

Türkiye’de en fazla ziyaret edilen şehirler İstanbul ve Antalya olmuştur. UNWTO Mayıs 2020 barometresine göre Türkiye, 2019 yılında turizm gelirlerinde on üçüncü sıraya yükselmiştir. Türkiye, önceki yıla göre %16,9 artışla 2019’da 34,5 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir.⁽⁴⁾

2019 yılında Türkiye’yi en çok ziyaretçi gönderen ülke 7 milyon 17 bin 657 kişiyle Rusya Federasyonu olmuştur. İkinci ve üçüncü sırada sırasıyla 5 milyon ve 2,7 milyon ziyaretçi sayısı ile Almanya ve Bulgaristan gelmektedir. 2019 yılı verilerine göre Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ilk on ülkenin yarısını Türkiye’ye komşu ülkeler oluşturmaktadır.

4. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO).

Dünyada En Çok Ziyaret Edilen On Ülke (2018-2019)

Sıralama	2018	Ziyaretçi	2019	Ziyaretçi
1	Fransa	89,4 Milyon	Fransa	-
2	İspanya	82,8 Milyon	İspanya	83,7 Milyon
3	ABD	79,7 Milyon	ABD	79,3 Milyon
4	İtalya	62,1 Milyon	Çin	65,7 Milyon
5	Çin	61,6 Milyon	İtalya	64,5 Milyon
6	Türkiye	45,8 Milyon	Türkiye	51,2 Milyon
7	Meksika	41,3 Milyon	Meksika	45,0 Milyon
8	Almanya	38,9 Milyon	Tayland	39,8 Milyon
9	İngiltere	38,7 Milyon	Almanya	39,6 Milyon
10	Tayland	38,2 Milyon	İngiltere	39,4 Milyon

Tablo 1: 2018 ve 2019 yıllarında dünyada en çok ziyaret edilen ilk on ülke (UNWTO)

Türkiye’ye Gelen Ziyaretçi Sayısı ve Turizm Geliri (2015-2019)

Yıllar	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Harcama (\$)	Turizm Geliri (Milyar \$)	Turizm Gelirlerinin GSHY İçindeki Payı
2015	41.114,069	756	31,4	3,7
2016	30.906,680	705	22,1	2,6
2017	37.969,824	681	26,3	3,1
2018	46.112,592	647	29,5	3,8
2019	51.747,198	666	34,5	4,6

Tablo 2: 2015 - 2019 yılları arasında Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı ve turizm geliri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Türkiye’ye En Çok Ziyaretçi Gönderen On Ülke (2019)

Rusya	7,0 Milyon	Gürcistan	1,9 Milyon
Almanya	5,0 Milyon	Ukrayna	1,5 Milyon
Bulgaristan	2,7 Milyon	Irak	1,3 Milyon
İngiltere	2,6 Milyon	Hollanda	1,1 Milyon
İran	2,1 Milyon	Azerbaycan	901.723

Tablo 3: 2019 yılında Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ilk on ülke (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

➤ 2019 yılı verilerine göre Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ilk on ülkenin yarısını Türkiye’ye komşu ülkeler oluşturmaktadır.

1.2. Covid-19 Salgını Öncesi Turizm Trendleri

↓ ÖZET

Bu bölümde, tüm dünyayı etkisi altına alan yeni tip koronavirüs salgını öncesi birçok kurumun yayımladığı rapor ve çalışma incelenerek gelecek yıllara dair gelişen turizm trendleri hakkında bilgiler paylaşılmıştır. Özel sektör, meslek odaları ve sivil toplum örgütlerinin yayımladığı bu bilgiler derlenerek öne çıkan trendler başlıklar halinde sunulmuştur.

5. World Travel and Tourism Council (WTTC), World, Transformed: Megtrends and Their Implications for Tourism and Travel, 2019.
6. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), International Tourism Highlights, 2019.
7. TravelTek, Eight Big Travel Predictions for 2019, 2018.
8. İngiltere Seyahat Acenteleri Birliği (ABTA).
9. Lonely Planet, Top Travel Trends for 2019
10. TrekkSoft, Travel Trends Report, 2019

→ Yerellik ve Özgünlük

Son yıllarda deneyime dayalı seyahat etmeye yönelik bir artış olduğu bilinmektedir. Seyahat edilen destinasyonun kültürünü tanımak, özellikle de yerel tadları deneyimlemek isteyen, seyahat ettiği şehrin yerlisi gibi hareket eden ve seyahatin aynı zamanda dönüştürücü etkisi olduğuna inanan özgün deneyimlere açık bir turist profili görülmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) 2019 yılında yayımladığı raporda paylaşılabilen ve kişisel gelişimi tetikleyen deneyim ekonomisinin turizmde yaratacağı etkinin altı çizilmiştir.⁽⁵⁾ Yine 2019 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yayımladığı raporda "yerli gibi yaşamak" kavramı ve tüketicilerin sahillik arayışları öne çıkan trendler olarak belirtilmiştir.⁽⁶⁾ Bunun yanı sıra Z kuşağı için üniversite ve akademik dünyanın dışında yaşayarak öğrenme yöntemleriyle pratik bilgi ve hayat tecrübesi edinmeye dayalı turizme olan ilginin artacağı öngörülmektedir.⁽⁷⁾

Bireysel turizm kavramı ile ortak olarak ilerleyen bu trendin aynı zamanda özgün deneyimleri ön plana koyan, müşteriye özel, kişiselleşmiş paket turlara olan talebi de artırması beklenmektedir. İngiltere Seyahat Acenteleri Birliği'nin (ABTA) Kasım 2018'de yayımladığı raporda seyahat şirketlerinin oluşan talebe cevap verebilmek adına esnek, değişken ve kişiselleşmiş çevrimiçi paketler sunan uygulamalara yöneldiği ifade edilmektedir.⁽⁸⁾

→ Sürdürülebilir ve Bilinçli Turizm

Büyümekte olan iklim krizi ve diğer çevre sorunları turistlerin seyahat tercihlerini gün geçtikçe daha fazla etkilemektedir.⁽⁵⁾ Bilinçli seyahatçi ve tüketici algısının gelişmesi ile çevre dostu konaklama tercihlerinin artması, karayolu seyahatlerinde elektrikli araçların tercih edilmesi,⁽⁹⁾ seyahat edilen destinasyonda yerel halka ve kültüre olumlu etki edecek turistik faaliyetlerin önümüzdeki yıllarda da artması beklenmektedir.⁽⁸⁾

TrekkSoft'un 2019 yılında yayımladığı raporda ekolojik turların sayısındaki artış trendine dikkat çekilmektedir. Tur operatörleri ile 2018 yılında yapılan anket çalışmasına göre geçtiğimiz yıllarda en çok ilgi duyulan tur paketlerinin ekolojik tur paketleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda orman veya doğal yaşam alanlarını korumak gibi ekoloji projelerini fonlamaya yönelik turların bir neden olmaksızın diğer seçeneklerin önüne geçtiği belirtilmektedir.⁽¹⁰⁾

→ Turizmde Dijitalleşme

Geçtiğimiz on yılda gittikçe artan dijitalleşme trendi turizm sektörünün her alanında kendisini göstermeye başlamıştır. Seyahat edilecek destinasyonun belirlenmesinden, rezervasyon, konaklama ve havayolu hizmetlerine, destinasyonda turist deneyimini iyileştirecek uygulamalardan sanal gerçeklik teknolojilerine kadar uzanan bu trend, teknolojik gelişmeleri benimseyen dijital kullanıcıların beklentilerini de etkilemektedir.

Turizm hizmetlerinin yanı sıra destinasyon tanıtım faaliyetleri ile destinasyon yönetimini iyileştirmek adına da turizmde dijitalleşme önemli bir yer tutmaktadır. Pazarlama alanında kullanılan yapay zeka teknolojileri ile destinasyona ilgi duyabilecek potansiyel turistlere yönelik direkt, çevrimiçi tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir. Bunun yanı sıra Akıllı Şehir uygulamaları ile entegre halde veya destinasyon mobil uygulamaları vasıtasıyla gelen turistlerden elde edilen büyük veri teknolojileri ve uygulamaları, özellikle kent içi turist deneyimini geliştirmek adına başta Amsterdam olmak üzere pek çok şehirde uygulanmaktadır.⁽⁵⁾

→ İkinci Şehir Turizmi

Son yıllarda pek çok turistik şehirde, hem yerel halkı hem de turist davranışlarını etkilemeye başlayan aşırı turizm (over-tourism) kavramı özellikle kent içi turist sayısının artış gösterdiği Barselona, Amsterdam gibi şehirlerde ön plana çıkan konulardan biri olmuştur.⁽¹¹⁾

Aşırı turizm kavramı ziyaretçilerin gittikleri ülkelerde en bilinir destinasyonlar yerine ikinci şehirleri tercih etmelerine sebep olmaktadır. Booking.com şirketinin yayımladığı, 2020 yılında seyahat trendlerine dair beklentilerin sunulduğu raporda ikinci şehir turizmi kavramı ilk sırada yer almaktadır. Çalışma kapsamında yapılan ankette, katılımcıların %54'ü aşırı turizmi azaltmak adına üzerlerine düşeni yapmak istediğini, %51'i ise gitmek istedikleri destinasyona benzer ve daha az olumsuz etki yaratacakları alternatif destinasyonları tercih edebileceğini belirtmiştir.⁽¹²⁾ Yine Lonely Planet web sitesinde yayımlanan makaleye göre turistlerin aşırı turistik destinasyonlardan ve turist kalabalığından uzaklaşmaya yöneldikleri belirtilmiştir.⁽¹³⁾

11. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions - Volume: II Case Studies, 2019.
12. Booking.com, Travel Predictions for 2020, 2019.
13. Lonely Planet, Getting off the Tourist Path, 2018.

İzmir Körfezi



1.3. Covid-19 Salgını Sonrası Turizm Trendleri

ÖZET

Yeni tip koronavirüs salgınının yarattığı tahribatı azaltmak ve turizm sektörünü korumaya yönelik getirilen ekonomik önlemlerin ve finansal desteğin yanı sıra, koronavirüs süreci ile beraber dünya çapında yeni turizm trendleri oluşmaya başlamıştır. Seyahat yasaklarının gevşetilmesi ve tümünden kaldırılmasının ardından turizm sektörünün koronavirüs sürecine uyumu çerçevesinde üç ana trend göze çarpmaktadır.



Görsel 4: Güvenli Turizm sertifikasyon uygulaması

Dünya 2020 yılında, Covid-19 salgını nedeniyle eşi görülmemiş bir küresel sağlık, sosyal ve ekonomik krizle karşı karşıya kalmıştır. Turizm, krizden en çok etkilenen sektörler arasında yer almıştır. UNWTO'nun Ekim 2020 turizm barometresine göre, uluslararası turist gelişlerinde bir önceki yıla oranla, 2020 yılının ilk çeyreğinde %28,5, ikinci çeyreğinde %94,9, ilk 10 ay itibarıyla ise %74'lük bir düşüş yaşanmıştır. Bu durum 2020 yılında uluslararası turist gelişlerinde bir önceki yıla göre 900 milyon kişilik bir düşüşe ve yaklaşık 935 milyar dolarlık gelir kaybı anlamına gelmektedir. Covid-19'un etkisine maruz kalan ilk bölge olan Asya ve Pasifik'te, 2020 yılının ilk 10 ayında turist gelişlerinde %82'luk bir düşüş yaşanmıştır. Düşüş oranları diğer bölgelerde %73, %69, %68, %68, düşüş ile sırasıyla Ortadoğu, Afrika, Avrupa ve Amerika (Kuzey ve Güney) bölgeleri olmuştur.⁽¹⁴⁾

Bu gelişmeler doğrultusunda Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2020 yılı içerisinde global ölçekteki uluslararası turizm gelirinde 3 farklı senaryo ile %62, %73 veya %79 oranında gerçekleşecek ciddi bir düşüş beklemektedir.⁽¹⁵⁾ Bu düşüşün global turizm ekonomisine yansımalarının sırasıyla 910, 1080 veya 1170 milyar dolar değerinde olabileceği öngörülmektedir.⁽¹⁴⁾⁽¹⁵⁾ Bu nedenle, özellikle ulusal ekonomileri turizm sektörü ve uluslararası seyahat rotaları üzerinden güçlenen pek çok ülke (Fransa, İspanya, Amerika, Çin, İtalya, Türkiye, Meksika, Almanya, Birleşik Krallık, Tayland vb.) yeni tip koronavirüs salgınının yarattığı ekonomik şoktan daha sert etkilenme tehlikesiyle karşı karşıyadır.⁽¹⁶⁾

Turist hareketliliğinin yeniden artacağı önümüzdeki sürece yönelik farklı kurumlar farklı senaryolarla değerlendirmeler hazırlamıştır.⁽¹⁵⁾⁽¹⁷⁾ Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD) üye ülkelere yönelik yayımladığı raporda; temmuz, eylül ve kasım aylarında turist hareketliliğinin iyileşmeye başlayacağı varsayılan üç farklı senaryoda, yılsonu itibarıyla sırasıyla %60, %75 veya %80 oranında bir düşüşün yaşanabileceği vurgulanmıştır.⁽¹⁷⁾

→ İç Turizme Yöneliş

Bazı ülkelerde kapsamlı karantina sürecinin gevşetilmesi yerelde turizm hareketliliğini artırırken, uluslararası seyahat kısıtlamaları yabancı turist gelişlerinde düşüşe neden olmaktadır.⁽¹⁴⁾⁽¹⁵⁾ Bu doğrultuda, pek çok ülkede turizm sektörü koronavirüs sürecinde yerel turizm odaklı gelişime yönelmektedir. Yerel turizm öğelerini ön plana çıkaran tanıtım kampanyaları, özel indirim veya seyahat kuponları gibi teşvik edici uygulamalar, yerel turizm firmaları ve çalışanlarına getirilen idari ve finansal kolaylıklar koronavirüs sürecinde gözlemlenen turizm uygulamalarıdır.⁽¹⁷⁾

Bu doğrultuda, koronavirüs süreci iç turizm özelinde kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyonu güçlendiren yeni sektörel yapılanmaların önünü açmaktadır.⁽¹⁷⁾

→ Hijyen ve Güvenlik Protokolleri

Yeni tipi koronavirüs salgını sonrası, turizm sektöründe öne çıkan bir diğer trend hijyen ve güvenilirlik kavramları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Turizm hareketliliğinin artış göstermeye başladığı yeni dönemde, farklı destinasyonlar hijyen ve güvenilirlik sertifikasyon sistemleri oluşturarak, seyahat etmek konusunda kararsız kalan potansiyel turistlere ulaşarak diğer destinasyonlardan bir adım öne geçmeyi hedeflemektedir.⁽¹⁷⁾

Bu doğrultuda uluslararası turizme yönelik ülke ve şehir bazında sertifikasyon sistemleri oluşturulurken, özellikle ilk hareketliliğin yaşanacağı iç turizme yönelik şehir ölçeğinde rekabetin arttığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın başlattığı Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı ülke bazında tanıtıma yönelik bu doğrultuda atılmış bir adımdır. Bunun yanı sıra İzmir'de İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin başlattığı Turuncu Çember Sertifikasyon sistemi ile yeme-içme ve konaklama tesisleri hijyen standartları üzerinden değerlendirilmektedir.

→ Turizm'de Güven İnşaası / Yeniden Yapılandırılması

Turizm sektöründe yaşanan kayıpların önüne geçilmesi ve telafi edilmesi, işten çıkarmalar nedeniyle doğabilecek arz kayıplarının engellenmesi adına birçok ülke destek paketleri hazırlamıştır. Mali yardımlar, iş kayıplarını engelleme ve turizm politikalarını yeniden başlatmaya yönelik faaliyetler olmak üzere üç ana gruba ayrılan bu destek programları, dünya genelinde 160'dan fazla ülke tarafından uygulanmaktadır.⁽¹⁸⁾

Turistlerin tercih ettiği destinasyonlar arasında yer alabilmek adına, turizm sektörüne verilen mali desteklerin yanı sıra turistik hareketliliğin artışı ile çok sayıda destinasyon tanıtım faaliyetlerini hijyen, güven ve sağlık kavramları üzerinden yürütmeye başlamıştır.⁽¹⁸⁾ Şehir ve ülke bazında alınan tedbirler, sertifikasyon sistemlerinden doğan etiketleme çalışmaları ve bunun iletişimi hem potansiyel turistler hem de turizm sektörü için güven inşası oluşmasında etkili olmaktadır.⁽¹⁷⁾

Bu doğrultuda bir uygulama olarak, İzmir Büyükşehir Belediyesi Covid-19 salgını sırasında gerçekleştirilen yardım ve hijyen faaliyetlerini içeren "Covid-19 Dirençlilik Eylem Planı"nı ulusal ve uluslararası ölçekte yayımlamıştır.



Görsel 5: Turuncu Çember sertifikasyon uygulaması

İzmir'deki işletmelerin salgın sürecine uyumunu kolaylaştırmak ve İzmir'in güvenli biçimde bu süreci atlattığını sağlamak amacıyla oluşturulan Turuncu Çember sertifikası, İzmir'in hijyenik ve güvenilir bir turizm destinasyonu olarak öne çıkmasını hedefliyor

14. UNWTO, World Tourism

Barometer, Ekim 2020

15. UNWTO, Impact Assessment of the Covid-19 Outbreak on International Tourism, Mayıs 2020

16. Policy Center, The Impact of Covid-19 on Tourism, 2020.

17. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Tourism Policy Responses to the Coronavirus (Covid-19), 2020.

18. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), How country's supporting tourism recovery, Haziran 2020.

2 Metodoloji

2. Metodoloji

ÖZET

Bu bölümde stratejinin oluşma sürecine dair izlenen yöntem ve yürütülen faaliyetler paylaşılmıştır. Bu kapsamda dört ayaklı bir yöntemsel çerçeve belirlenmiştir.

Metodolojinin birinci ayağını Analiz çalışmaları oluşturmaktadır. Üç ana başlıkta ilerleyen analiz çalışmalarının ilki, İzmir'in 8 bin 500 yıllık tarihsel ve kültürel mirasının izlerini sürerek, şehrin tasarım geleneklerini çözümlemeye ve günümüz tasarım kurallarıyla ortaya çıkarmaya yönelik araştırmaları kapsamaktadır. 2021 yılında lansmanı yapılacak olan bu çalışma, İzmir'in markalaşma sürecinin de temelini oluşturmaktadır. İkinci analiz çalışması İzmir'in tüm turizm ürünlerini içeren detaylı bir veritabanının oluşturulmasını kapsamaktadır. Bu çalışma kapsamında Tarih ve Kültür, Gastronomi, Sağlık, İnanç, Doğa ve Kırsal Alanlar, Somut Olmayan Kültürel Miras gibi on bir tip araştırmayla kent merkezi ve tüm ilçeleri kapsayan ve her bir turistik ürüne yönelik metinsel ve görsel bilgilerin ulaşılabildiği bir dijital veritabanı hazırlanmıştır. Son analiz çalışması olarak yapılan pazar araştırması kapsamında iç ve dış turizme yönelik ayrı çalışmalar yürütülerek İzmir'e gelen turist ile potansiyel turiste yönelik anket çalışmaları, yüz yüze görüşmeler ve sosyal medya analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz kısmında, İzmir ve turizmüne yönelik yapılan çalışmalar şu üç ana soruyu cevaplamaya çalışmaktadır: İzmir; pazar araştırmalarıyla "kime"; destinasyon analizi ile "neyi"; görsel analizler ile de "nasıl" tanıtılmalıdır?

Metodolojinin ikinci ayağını Sentez bölümü oluşturmaktadır. Bu bölümde İzmir'in binlerce yıldır kendini ifade etme biçimini yansıtan ve Antik Efes'te, Yeşilova Höyüğü'nde, Bergama halılarında karşımıza çıkan desenler, çağdaş bir grid sistemine oturtularak yeniden yorumlanmıştır. Bir yandan İzmir'in markalaşma sürecine yönelik çalışmalar somutlaşırken bir yandan da İzmir'in ve cazibelerinin hikâyeleri gün yüzüne çıkarılmıştır. Bu doğrultuda arkeolog, araştırmacı, yazar, tarihçi, akademisyen ve uzmanlardan oluşan Coğrafya ve Kültür Kurulu kurulmuş; Tarihi İzmir Rotaları Çalıştayı gerçekleştirilmiştir. Yine bu bölüm kapsamında Turuncu Çember, İzmirRotası ve Madebyİzmir gibi İzmir'e özgü turizm markaları oluşturulmuştur.

Üçüncü ayakta ileriki bölümlerde değinilecek altı stratejik amacı oluşturan eylem planı hazırlanmıştır. İlgili kurumlarla yapılan görüşmelerle güncellenen ve önceliklendirilen faaliyetlerle birlikte strateji bu aşamada ilk taslak halini almıştır.

Çalışmanın son ayağı İzleme ve Değerlendirme bölümüdür. Stratejinin oluşum sürecinde hazırlanan ilk taslak temel strateji ve eylem planı aşağıda liste halinde sunulan tüm kurumların yanı sıra, otuz ilçe belediyesi ve İzmir Vakfı üyeleriyle paylaşılmış; İzmir Ekonomi Koordinasyon Kurulu'na sunulmuştur. Başta İzmir Valiliği ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İzmir Ticaret Odası, ilçe belediyeler gibi kurumlardan yapılan geri dönüşlerle strateji ve eylem planı son halini almıştır. Strateji uygulama sürecinde ise ilgili kurumlardan temsilcilerin bir araya gelerek oluşturduğu izleme ve değerlendirme kurullarıyla; paydaş kurumların faaliyetlerindeki ilerleme, stratejinin uygu-

lomasında öne çıkan sorunlar vb. konular takip edilerek stratejinin performansı değerlendirilecek, gerekli görülen noktalarda müdahale mekanizmaları oluşturulacaktır.

Eylül 2019'da başlayan çalışma ile stratejinin oluşma sürecinde İzmir Vakfı, İzmir Kalkınma Ajansı ve İzmir Büyükşehir Belediyesi ortak çalışmalar yürütmüştür. Bu süreçte oluşturulan ve yürütücü kurumların dışında yandaki tabloda liste halinde sunulan kurumlardan üst düzey yönetici ve temsilcilerin bulunduğu İzmir Turizm Koordinasyon Kurulu'na, stratejinin oluşum sürecine dair düzenli toplantılar dahilinde bilgilendirmeler yapılmış ve geri dönüşler alınmıştır.



Görsel 6: Yöntemsel Çerçeve

Bunun yanı sıra İzmir'de faaliyet gösteren havayolu firmalarıyla düzenli olarak toplantılar gerçekleştirilmiştir. İzmir Büyükşehir Belediyesi, TAV Havalimanları Holding, Corendon, Katar Havayolları, Pegasus, Sun Express ve Türk Hava Yolları temsilcilerinden oluşan çalışma grubu ile periyodik olarak toplanılarak, İzmir'in yeni turizm stratejisi için görüş alışverişinde bulunulmuş ve ortak hareket alanları belirlenmiştir.

İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı'nın oluşma sürecinde birçok turizm profesyoneli, sivil toplum kuruluşu temsilcisi, ilgili kurum yöneticileri ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiş, ilgili tüm kurumlar stratejinin oluşum sürecinde haberdar edilerek, katkıları alınmıştır. Bu doğrultuda strateji, bir kent vizyonu ortaklığıyla hayat bulmuştur. OECD'nin yayımladığı 2020 Turizm Trendleri ve Politikaları başlıklı rapora göre pek çok destinasyon tüm turizm paydaşlarının yer aldığı çalışmalarla, uzun erimli ve esnek eylem planları olan stratejilere yönelmektedir.⁽¹⁹⁾

Strateji bu yaklaşımla, halihazırda gerçekleşmiş olan ve yapılması planlanan çalışmalar arasında ilişki kurarak, ortaya anlamlı bir bütün çıkartma gayretiyle, İzmir'deki tüm kurumların turizm ve tanıtım politikalarını ortaklaştırmayı ve İzmir'in değerlerini sürdürülebilir turizme kazandırmayı hedeflemektedir.

Strateji Oluşma Sürecinde Danışılan Kurumlardan Bazıları

- İzmir Büyükşehir Belediyesi
- İzmir Valiliği Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YIKOB)
- İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (İKTİM)
- İzmir Ticaret Odası (İZTO)
- Türkiye Seyahat ve Acenteciler Birliği (TÜRSAB)
- İzmir Fuar AŞ
- Ege Turistik İşletme ve Konaklamalar Birliği (ETİK)
- Çeşme Turistik Otelciler Birliği (ÇEŞTOB)
- İzmir Rehberler Odası
- Tarihi Kemeraltı İnşaat Yatırım Ticaret AŞ (TARKEM)
- Ege Turizm Derneği
- Alaçatı Turizm Derneği
- Swissotel
- Sun Express
- İzmir Hilton
- AIDA Turizm
- Ege Gastronomi Turizm Derneği
- Selçuk Belediyesi
- Ödemiş Belediyesi
- Kentimiz İzmir Derneği

¹⁹. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Tourism Trends and Policies 2020.

3

Tarihsel ve Mevcut Durum Analizi

3.1 İzmir'in 8.500 Yıllık Tarihine Genel Bakış

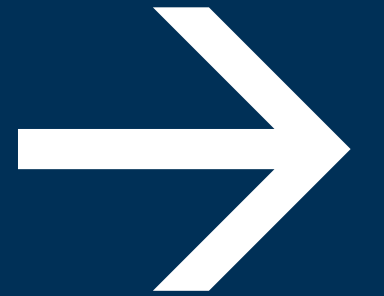
3.2. İzmir Turizmi SWOT Analizi

3.3. İzmir'in Turizm Çeşitliliği

3.4. Cazibe Merkezi Bazında İzmir'in
Öne Çıkan Noktaları

3.5. İzmir'in Turizm Verileri

3.6. Diğer Kurum Stratejilerinde Turizm



3.1 İzmir'in 8.500 Yıllık Tarihine Genel Bakış

20. Dokuz Eylül Üniversitesi Arkeoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, *Smyrna/İzmir Tarihi Kent Merkezinde Antikçağ'dan Osmanlı Dönemine İbadet Mekân ve Alanları, Arman Keçeci.*

21. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210598/smyrna-tepekule--bayrakli.html>.

22. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210569/agora.html>.

Tarih öncesi çağlardan başlayarak Luvilerden ve Perslerden Antik Yunanlara, Romalı ve Bizanslılardan Osmanlılara kadar farklı kültürlerle ev sahipliği yapan İzmir, ziyaretçilerine bir günde 8 bin 500 yıllık bir serüven sunacak kadar geniş bir kültür mirasına sahiptir.

İzmir'in tarihsel süreci üç farklı yerleşim noktasından okunmaktadır. İzmir'deki yerleşim tarihinin başlangıcı 8 bin 500 yıl önce Bornova'daki Yeşilova Höyüğü'nde başlamıştır. Yeşilova yakınlarındaki Yassitepe Höyüğü ise günümüzden 5 bin yıl öncesine dayanan bir tarihe sahiptir.⁽²⁰⁾ İkinci yerleşim yeri olan Bayraklı'daki Smyrna-Tepekule Höyüğü'nün tarihi MÖ 3 bin yılına kadar uzanmakta ve burada tunç çağından demir çağının sonuna kadar giden izler görmek mümkündür. Homeros'un doğduğu ve yaşadığı kent olarak tahmin edilen Bayraklı Smyrnası'nda İzmir'in bilinen en eski ibadet binalarından Athena Tapınağı bulunmaktadır.⁽²¹⁾ MÖ 4. yüzyılın sonuna gelindiğinde Bayraklı'daki şehir, üçüncü yerleşim alanı olarak seçilen Kadifekale (Pagos Dağı) ve denize uzanan yamaçlarına taşınmıştır. İzmir'in yeni yerinde Büyük İskender ile başlayan yerleşim sürecini Helenistik, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemleri izlemiştir.

İzmir'de çok sayıda antik kent bulunmaktadır. Bugünkü modern şehir merkezinde bulunan Büyük İskender sonrasında kurulmuş olan Smyrna'nın agorası, dünyanın en büyük agoralarından biridir. Smyrna Agorası'nın bazilikası, MS 2. ve 4. yüzyıllar arasındaki Roma dünyasının günlük yaşamına ışık tutan, dünyanın en zengin yazılı ve görsel grafiti koleksiyonlarından birini barındırmaktadır.⁽²²⁾

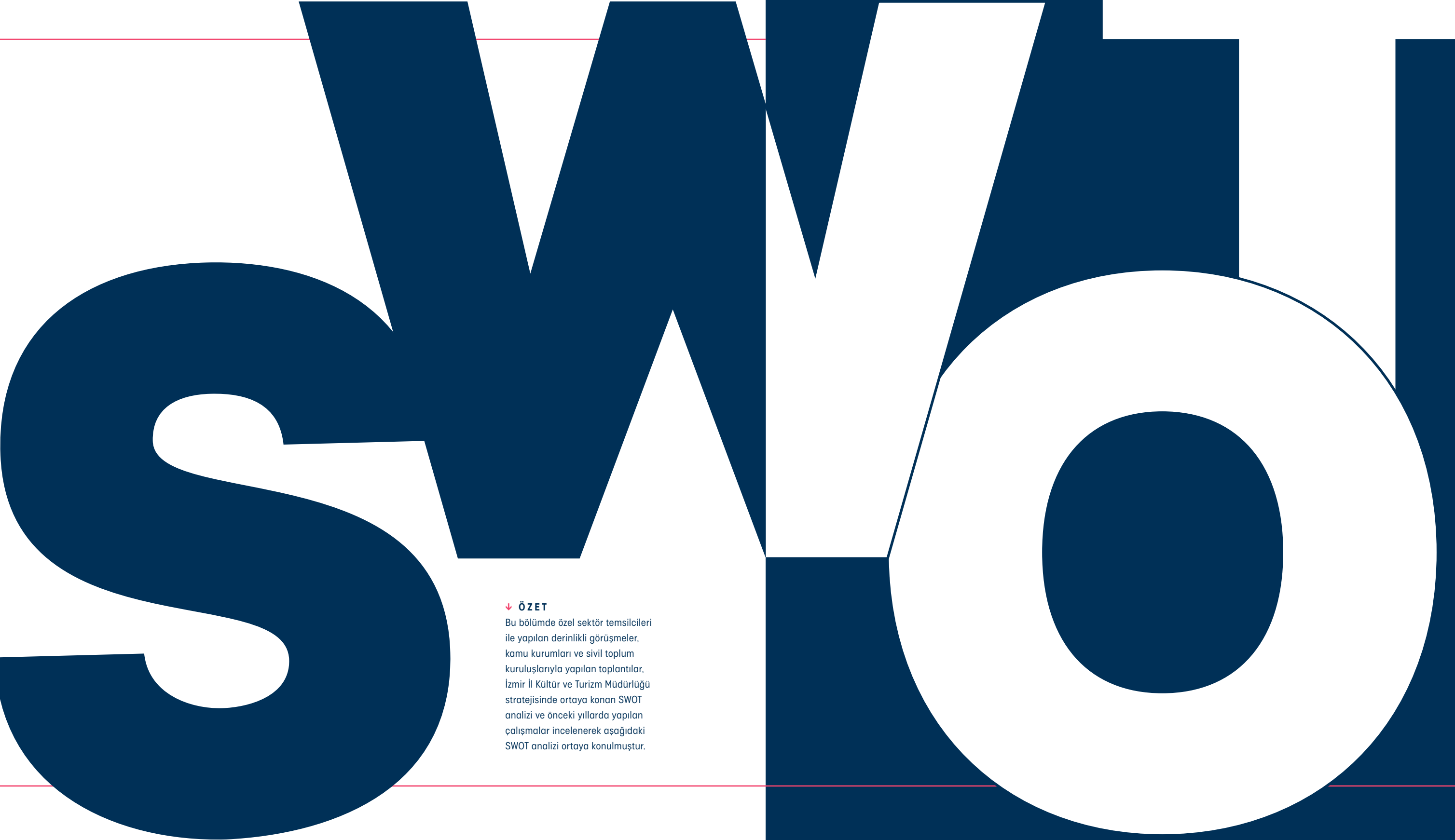
İzmir tarih boyunca bir ticaret merkezi olmuştur. Büyük İskender ile kurulan yeni şehir, Kadifekale yamaçlarından denize doğru uzanacak şekilde, bir liman kenti olarak inşa edilmiştir. Roma ve takiben Bizans imparatorlukları döneminde İzmir, ticari kent kimliğini sürdürmüştür. Osmanlı Dönemi'ne gelindiğinde özellikle 17. yüzyıldan itibaren İzmir, Doğu'dan gelen malların ambarı; Anadolu'da üretilen malların ihracat limanı olarak konumlanmıştır.⁽²⁰⁾ Ekonomi geliştikçe Avrupa'dan tüccarlar İzmir'e gelmeye başlamış; İzmir artık sokaklarında ve çarşılarında bütün milletlerden insanların, Doğu ve Batı'nın tüm mallarının görülebildiği bir şehir konumuna gelmiştir.

Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle birlikte İzmir'in ticari hayatı yeniden canlanmıştır. Türkiye'nin iktisadi bakış açısını belirleyen İzmir İktisat Kongresi ve ardından İzmir Fuarı'nın gerçekleşmesi, üst üste savaşlar yaşamış İzmir'in ve Türkiye'nin iktisadi gelişiminin tohumlarını atmıştır. Bugün İzmir, Türkiye'nin ikinci büyük ticaret merkezi konumundadır. İzmir ekonomik büyüklüğü ile Türkiye ekonomisine en fazla katkı veren kentlerin başında gelmektedir.





3.3 İzmir Turizmi SWOT Analizi



↓ ÖZET

Bu bölümde özel sektör temsilcileri ile yapılan derinlikli görüşmeler, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarıyla yapılan toplantılar, İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü stratejisinde ortaya konan SWOT analizi ve önceki yıllarda yapılan çalışmalar incelenerek aşağıdaki SWOT analizi ortaya konulmuştur.



↑ Güçlü Yönler

- ↑ İnsanlık tarihine yön veren birçok yeniliğin İzmir’de doğmuş olması
- ↑ 8.500 yıllık tarihiyle güçlü bir tarihsel mirasa sahip olması
- ↑ Başta Efes ve Bergama olmak üzere birçok arkeolojik kazı alanı ve ören yerine sahip olması
- ↑ Tarih boyunca farklı kültürlerin bir arada bulunması, çok renkli ve çok katmanlı tarihsel ve kültürel yapısı
- ↑ Mevcut iki UNESCO alanı ve dünya mirası listesine girmeye hazırlanan özgün alanların bulunması
- ↑ Başta gastronomi olmak üzere zengin kültürel miras öğelerinin varlığı ve bunların bilinirliğinin artması
- ↑ Özellikle kuzey ülkelerinden gelen turistler için sıcak ve ılıman Akdeniz iklimine sahip olması
- ↑ Başta Gediz Deltası ve Bozdağ olmak üzere önemli doğal alanlara sahip olması
- ↑ 629 kilometrelik bir kıyı şeridine sahip olması
- ↑ Özellikle kültür, tarih, arkeoloji, gastronomi, Eko-turizm türlerine ilgi duyan turistin yoğun olduğu Avrupa kıtasına yakınlığı
- ↑ Dünyaya açık ve modern bir sosyal yapıya sahip olması
- ↑ Yeni İzmir Büyükşehir Belediye stratejisinin dünyayla bütünleşmek üzerine bir vizyon içermesi
- ↑ Turizm konusunda faaliyet gösteren köklü kurumların var olması ve bu kurumların eşgüdüm içerisinde çalışma arzusu
- ↑ Şehrin Türkiye’deki ilk enternasyonal fuara ev sahipliği yapmış olması; fuar geçmişi ve deneyimine sahip olması
- ↑ Ege bölgesinin tarihten gelen ve doğal bütünleştirici bir odak şehri olması
- ↑ Kültürel mirasın ve kadim üretimin sürdürülebilirliği için geleneksel festival, şenlikler ve yarışmalara sahip olması

↓ Tehditler

- ↓ Türkiye ekonomisinde son dönemde yaşanan düşüş ve turizm sektörünün ekonomik dalgalanmalardan çabuk etkilenen bir yapıya sahip olması
- ↓ Yerel yönetim ve merkezi hükümet turizm politikaları konusunda yeterince ortaklık bulunmaması
- ↓ Şehirler nezdinde artan turizm stratejileri ve benzeri faaliyetler neticesinde seçeneklerin ve rekabetin artması
- ↓ Yerel yönetim kaynaklarındaki düşüş
- ↓ Dünya genelinde yaşanan Koronavirüs salgınının turizm sektöründe yarattığı hasar

↑ Zayıf Yönler

- ↓ İl ve ilçe merkezlerinde düşük yatak kapasitesine sahip olması
- ↓ İzmir genelinde kent estetiğinin istenen düzeyde olmaması
- ↓ Şehrin destinasyon envanterinin yapılmamış olması ve destinasyonlarla ilgili erişilebilir bilginin yetersizliği
- ↓ Direkt uçuşlar ve doğrudan ulaşım araçlarının yetersizliği
- ↓ Önemli turizm alanları başta olmak üzere destinasyonların yönetiminde ilgili kurumlar arası iletişim ve koordinasyonun eksikliği, destinasyonların bütüncül bir şekilde yönetilememesi
- ↓ Dijital dünyada İzmir’in yeteri kadar görünür olmaması
- ↓ Yurtiçi ve yurtdışında tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması ve İzmir’in yurtdışında bilinirliğinin az olması
- ↓ Ulaşım ve altyapı sorunlarının yeterince çözülmemiş olması
- ↓ Şehir merkezinin turizm sektörü ile entegrasyonunun tamamlanmamış olması
- ↓ İzmir’in doğal ve kültürel zenginlikleri ile diğer turizm değerlerinin İzmir’liler tarafından yeterince bilinmemesi
- ↓ Kırsaldan merkeze göçün artmasıyla yöresel kültürün unutulmaya yüz tutması

↑ Fırsatlar

- ↑ Yeni oluşturulan Türkiye Turizm ve Tanıtım Ofisi kapsamında turizm ve tanıtıma yüksek bir bütçe ayrılması
- ↑ Yerel yönetim ve diğer kurumlar nezdinde yabancı ülkeler ve bu ülkelerin kurumlarıyla kurulan ilişkilerin gelişme eğiliminde olması
- ↑ Dünya genelinde turizm eğilimlerinin İzmir’in güçlü yönleri lehine gelişmesi
- ↑ İzmir’in Yol ve Kuşak Projesi’nde özellikli bir konuma sahip olması
- ↑ Turizm sektörünün Akdeniz ölçeğinde yeni destinasyonlar arayışında olması
- ↑ Uluslararası ölçekte İzmir’e olan ilgi ve desteğin artması

3.3 İzmir'in Turizm Çeşitliliği

ÖZET

Bu bölümde turizm türleri bakımından İzmir'in öne çıkan değerleri sunulmuştur.

➔ **Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Efes Antik Kenti UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alır.**

3.3.1. Tarih ve Kültür Turizmi

İzmir 8 bin 500 yıllık bir tarihe ve kültürel mirasa sahiptir. İnsanlık tarihine yön veren birçok yeniliğin İzmir'de doğmuş olması, ören yerlerinin ve antik döneme ait mimari yapıların önemli bir kısmının günümüzde halen varlığını koruması, tarih ve kültür turizminin İzmir'de gelişmesi adına şehrin sahip olduğu güçlü yanları ortaya koymaktadır. İzmir, kent merkezinde birçok tarihsel ve kültürel değeri barındırmaktadır. Tepekule, Kadifekale, Tarihi Kemeraltı Çarşısı, Kızlarağası Hanı, Smyrna Agorası, Saat Kulesi, Tarihi Asansör, Tarihi Havagazı Fabrikası, Elhamra Sahnesi ve Milli Kütüphane, Etnografya Müzesi, Arkeoloji Müzesi şehrin sembolü haline gelmiş önemli değerlerdir. Yine kent merkezinde bulunan ve 8 bin 500 yıllık tarihiyle İzmir'in en eski yerleşim yeri olan Yeşilova Höyüğü, günümüzden 5 bin yıll önceye dayanan tarihiyle Yassitepe Höyüğü ve Bayraklı Smyrna'sı İzmir'in tarih ve kültür turizmi açısından taşıdığı potansiyeli göstermektedir.

Antikçağda bugünkü Yunanistan'dan gelip Batı Anadolu'ya yerleşen İyonlar 12 şehir devleti kurmuşlardır ve bu kentlerden yedisi İzmir'de bulunmaktadır; Ephesos (Selçuk), Klazomenai (Urla), Erythrai (Çeşme İldırı), Kolophon (Değirmendere), Teos (Seferihisar - Sığacık), Lebedos (Ürkmez) ve Phokaia (Foça).

Konak ilçesinde yer alan Smyrna Agorası, özellikle 17. yüzyıldan itibaren İzmir'in bir liman kenti olarak öne çıkmasını sağlayan Kemeraltı bölgesi ve içerisinde barındırdığı sayısız kültürel ve tarihsel miras İzmir turizmi için kaldiraç görevi görebilecek önemli değerlerdir.

Osmanlı döneminde ise özellikle Ödemiş, Birgi ve Tire hem taşıdıkları tarihsel miras hem de bu bölgede yetişen önemli alimlerin etkisiyle Batı Ege'nin kültürel cazibe merkezlerinden biri haline gelmiştir.

Bergama Akropol Ören Yeri



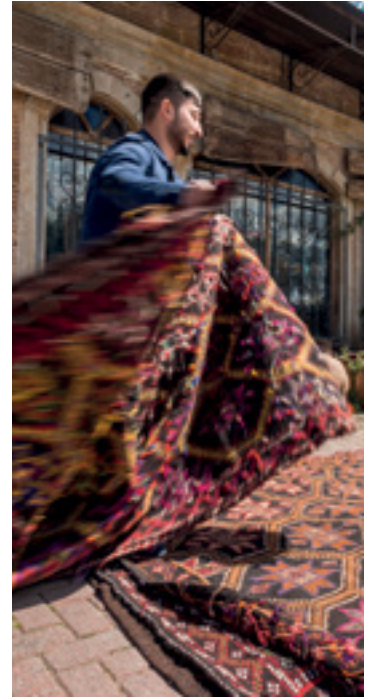
➔ Efes (Ephesos)

Efes; Roma ve Bizans uygarlıklarının paha biçilemez mirasıdır. İzmir'in Selçuk ilçesinde yer alan Efes, İyonya'nın 12 şehrinden biridir. Kuruluşuysa neolitik çağa, MÖ 6 bin yıllarına dayanmaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan ve Türkiye'nin en görkemli açık hava müzelerinden biri olan Efes Antik Kenti'ni her yıl yaklaşık bir milyon kişi ziyaret etmektedir. Antik dünyanın yedi harikasından biri olarak kabul edilen Artemis Tapınağı yine Efes-Selçuk'ta yer almaktadır.⁽²³⁾

➔ Bergama (Pergamon)

Yapılan çalışmalar Bergama'da ilk yerleşimin MÖ 3 bine dayandığını göstermektedir. Hititlerin Batı'daki en uç yerleşimlerinden olan Bergama; Helen, Pergamon Krallığı, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerini yaşamıştır. Marmara Denizi kıyısından Akdeniz'e uzanan Makedonya Krallığı, gerisinde eşsiz mimari eser ve heykeller bırakmıştır. Bergama'nın dünyaya armağanı parşömen, krallık döneminde icat edilmiştir.⁽²³⁾ Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı 2014 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir.

Bunların yanı sıra yine İzmir Ödemiş'te bulunan Birgi Tarihi Kenti, Foça, Çandarlı ve Çeşme Kaleleri (Ceneviz Ticaret Yolu'nda Akdeniz'den Karadeniz'e Kadar Kale ve Surlu Yerleşimler) ile İzmir Tarihi Liman Kenti UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer almaktadır. Mevcut iki UNESCO alanı ve dünya mirası listesine girmeye hazırlanan alanlar ile İzmir Akdeniz'in önemli tarih ve kültür turizmi destinasyonlarından biri olabilecek kapasiteye sahiptir.



Bergama Halıları

23. İzmir Büyükşehir Belediyesi İzmir Turizmi, <https://www.izmir.bel.tr/tr/Yayin/145/225#dergi/sayfa1>.

Efes Antik Kenti





3.3.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

İzmir; pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, coğrafi konumu, Doğu ile Batı arasında bir köprü görevi görmesi nedeniyle zengin bir kültürel mirasa sahiptir. İzmir’de bu mirasa sahip çıkılarak korunması, yöresel kültürel değerlerin yaşatılması, gelecek nesillere aktarılması ve tespitine yönelik çalışmalar yürütülmektedir.

Somut olmayan kültürel miras; UNESCO tarafından toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araç-gereçler ve kültürel mekânlar olarak tanımlanmaktadır.⁽²⁴⁾ Binlerce yıldır, farklı kültürlerin ortak bir dünyada bulunduğu İzmir ve çevresinde bulunan bazı somut olmayan kültürel miras öğeleri aşağıda paylaşılmıştır.

24. UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Somut Olmayan Kültürel Miras.

Hidrellez Eğlencesi

Hidrellez Ateşi

Somut Olmayan Kültürel Miraslar

Unsurun Adı	Ulusal Envanterdeki Adı	Açıklama
Hidrellez	Bahar Bayramı: Hidrellez / Aziz George Günü	İl Env. - Ulusal Env.
Beylerköyü Hidrellez Şenlikleri	Bahar Bayramı: Hidrellez / Aziz George Günü	İl Env. - Ulusal Env.
Nazar Boncuğu	Nazar Boncuğu Geleneği	İl Env. - Ulusal Env.
Keçi Kırkım Törenleri	Çoban Bayramları	İl Env. - Ulusal Env.
Menemen Çömlekçiliği	Çömlekçilik El Sanatı Geleneği	İl Env. - Ulusal Env.
Keçe	Keçecilik El Sanatı Geleneği	İl Env. - Ulusal Env.
Bergama Kermesi		İl Envanteri
Deve Güreşleri		Değerlendirmede
Urla Bağ Bozumu		Değerlendirmede

Tablo 4 İzmir’e ait somut olmayan kültürel miras öğeleri (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)



Meryem Ana Heykeli



Konak Yalı Camii (detay)

3.3.3. İnanç Turizmi

İzmir çeşitli dinlerin ve inançların kesişme noktası olan bir Akdeniz şehridir. Yüzyıllardır dini ibadetlerin serbestçe yerine getirildiği, inançların kardeşlik ve hoşgörü ile bir arada yaşandığı bir inanç turizmi destinasyonudur. Tarihten gelen ve doğal bütünleştirici bir odak şehir olma özelliği, İzmir'in farklı inançlara yönelik cazibe merkezlerinin var olmasına sebebiyet vermiştir. Tarih boyunca Müslümanlar, Hristiyanlar ve Yahudiler İzmir'de beraber yaşamış, ibadethaneleri yan yana yer almıştır.

Hristiyanlık açısından önem taşıyan ve hac ziyaret alanı olan Meryem Ana Evi; Meryem Ana adına yapılmış ilk kilise olan Çifte Kiliseler; Hz. İsa'nın havarisi olan St. John' un mezarının da içinde bulunduğu St. John Bazilikası; Yedi Uyuyanlar Mağarası ve Hristiyanlığı yaymak için Anadolu'da inşa edilen yedi kiliseden üçünün; Smyrna (İzmir), Ephesus (Selçuk) ve Pergamon (Bergama) İzmir'de bulunması, İzmir'i inanç turizmi açısından önemli bir çekim merkezi yapmaktadır. Bunun yanı sıra Birgi'de bulunan Aydınoğlu Mehmet Bey Camisi, Tire'de bulunan Yeşil İmaret Camisi ve Yeni Cami ile Kemeraltı'da bulunan Hisar Camisi ve Salepçioğlu Camisi İzmir'in önemli değerleri arasında yer almaktadır.

Özellikle 17. yüzyılın başından itibaren İzmir'e yerleşmeye başlayan Sefarad Yahudileri ibadetlerini yerine getirmek üzere başta Karataş ve Kemeraltı'nın Havra bölgesinde sinagogolar inşa etmiştir. Akdeniz'de eşine pek az rastlanacak bir doku bugün Havra Sokağı ve çevresinde görülebilmektedir.

Foresteros, Sinyora, Al Gazi, Hevra Sinagogları sırt sırta olmak üzere toplam dokuz sinagog ve bir hahamhanenin bulunduğu bu alan aynı zamanda eski Yahudi mahallesi olarak bilinmektedir. İzmir Kalkınma Ajansı desteğiyle gerçekleştirilen Etz Hayim Sinagogu restorasyon çalışması ise tamamlanmak üzeredir. İzmir bu anlamda pek çok farklı değeriyle önemli bir inanç destinasyonu olabilecek potansiyele sahiptir.

➤ Hristiyanlık açısından önem taşıyan ve hac ziyaret alanı olan Meryem Ana Evi İzmir'dedir.



3.3.4 Deniz ve Kıyı Turizmi

İzmir'in Ege Denizi'ne 629 kilometre kıyısı bulunmaktadır ve 101 kilometresi doğal plaj olarak kullanılmaktadır. İl sınırlarında 2019 yılı itibariyle mavi bayraklı plaj sayısı 52, mavi bayraklı marina sayısı ise üçtür.⁽²⁶⁾

Yılın üç yüz günü güneş alan İzmir, sıcak ve ılıman Akdeniz iklimine sahiptir. İzmir; çok sayıda plajı, deniz suyunun sıcaklığı ve temizliğinin yanında sahip olduğu donanımlı konaklama tesisleriyle deniz ve kıyı turizminin geliştiği bir şehir olmuştur.

Deniz-kum-güneş üçlüsünün yanı sıra yat turizmi, günübirlik tekne turları, turizm amaçlı su sporları, kruvaziyer turizmi İzmir'de kıyı turizminin gelişimi açısından önem arz etmektedir. Çeşme yarımadasının güneyi, Türkiye'deki en önemli yat rotalarından birisidir. Çeşme-Kuşadası güzergâhı yat turizmi altyapısının en çok geliştiği alandır.⁽²³⁾ Son yıllarda yaşanan gelişmeler neticesinde kruvaziyer turizmde ciddi düşüşler yaşanmıştır. Düşüş öncesi dönem göz önünde bulundurulduğunda İzmir Limanı, Türkiye'nin üçüncü büyük kruvaziyer limanıdır. 2019 yılında Çeşme Limanı'na yanaşan 31 kruvaziyer tipi yolcu gemisi 24.761 yolcu getirmiştir.⁽²⁷⁾

İzmir kıyıları, yarımada ve koylardan oluşan coğrafyası nedeniyle su sporlarına imkân sağlamaktadır. Çeşme-Alaçatı sahip olduğu doğal limanı, sürekli sert esen rüzgârına rağmen dalgasız denizi ile rüzgâr sörfü için en elverişli alanlardan birisidir. İzmir, sualtı zenginliklerine sahip koyları ile sualtı sporları ve dalış için imkân sağlamaktadır.

^{26.} Mavi Bayrak Türkiye.

^{27.} Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Denizcilik Genel Müdürlüğü <https://denizcilikistatistikleri.uab.gov.tr/kruvaziyer-istatistik>.

Urla



3.3.5 Gastronomi Turizmi



İncir

28. Türk Patent ve Marka Kurumu,
Coğrafi İşaretli Ürünler.



Kemeraltı, Havra Sokağı

İzmir’de tarihi boyunca farklı kültürlerle yaşanan etkileşim, mutfak kültürünü zenginleştirerek günümüze kadar taşımıştır. İzmir mutfağı Rum, Boşnak, Arnavut, Girit, Sefarad, Levanten, Anadolu ve Yunan mutfaklarının etkisiyle harmanlanmış bir kültüre sahiptir. Ege, Akdeniz ve Anadolu mutfaklarının özgün bir bileşimi olan İzmir mutfağının temelini balık, zeytinyağı, ot ve sebze yemekleri oluşturmaktadır. İzmir mutfağı denince akla Ege’de yetişen arapsacı, ebegümeci, şevket-i bostan, sarmaşık ve ısırgan gibi birbirinden lezzetli otlar gelir.. Şehirde her yıl düzenlenen yöresel yemeklerin sergilendiği çeşitli yerel pazarlar, festivaller, fuarlar, gastronomi turları ve tadım etkinlikleri, yerli yabancı çok sayıda turisti ağırlamaktadır.

İzmir farklı kültürlere ilgi duyan ve farklı tatlar arayan turistlerin tercih edebileceği gözde gastronomi merkezlerinden biri olma potansiyelini barındırmaktadır. Bu özelliklerinin yanı sıra İzmir, 2015 yılında Dünya Gurme Kentler Ağı’na üye olmuştur. İzmir’de turistlerin ilgisini çekecek olan yerel yiyeceklerin, yöresel yemeklerin sergilendiği çeşitli yöresel pazarlar, festivaller, fuarlar, ekolojik pazarlar, gastronomi turları ve tadım etkinlikleri düzenlenmektedir.

İzmir mutfağı zenginliğinin önemli göstergelerinden birisi İzmir’e özgü coğrafi işaretli ürünlerin gün geçtikçe artan sayısıdır. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından verilen coğrafi işaret; yöre ya da bölge kültürüyle özdeşleşmiş, bulunduğu coğrafyanın kaynaklarına özgü, geleneksel öneme sahip, nitelikli doğal ve beşeri ürünlere verilen bir tescil işaretidir. İzmir birçoğu gastronomi ürünü olmak üzere sahip olduğu 21 coğrafi işaretli ürünü ile 30 ürüne sahip Şanlıurfa ve 35 ürüne sahip olan Gaziantep’ten sonra Türkiye’de üçüncü sırada yer almaktadır. Coğrafi işaretli ürünler, İzmir’in özgün ve yöresel değerlerini korunarak geleceğe taşınması ve İzmir mutfağının ulusal ve uluslararası alanda bilinirliğini artırmada katkı sunmaktadır.

Bergama Kozak Çam Fıstığı, Bozdağ Kestane Şekeri, Ege İnciri, Bornova Kınalı Bamyası, Ödemiş Çekişte Zeytinyağı, Ege Sultani Üzümleri, Güney Ege Zeytinyağları, İzmir Boyozu, İzmir Kumrusu, İzmir Lokması, İzmir Şambalisi, Kuzey Ege Zeytinyağları, Ödemiş Patatesi, Urla Sakız Enginarı, Gümüldür Mandalinası, Seferihisar Mandalinası ve Kavacık Üzümleri İzmir’deki coğrafi işaretli gastronomik ürünlerdir.⁽²⁸⁾





3.3.6 Kongre ve Fuar Turizmi

İzmir'in coğrafi konumu ve iklim şartları göz önünde bulundurulduğunda kongre ve fuar turizminin gelişmesi adına önemli bir potansiyel barındırdığı bilinmektedir. İzmir'e ulaşımın kolaylığı ve ulaşım imkânlarının çeşitliliği, karayolu, havayolu, denizyolu ve demiryolu bağlantılarının bulunması kongre turizmi açısından avantaj yaratmaktadır.

İzmir'de kongre ve fuar turizminin gelişme potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda öne çıkan bir diğer konu İzmir Fuar AŞ gibi Türkiye'nin önde gelen ve kurumsal deneyime sahip fuarcılık firmalarından birinin varlığıdır. İzmir Fuar AŞ otuz yıllık kurumsal deneyimiyle, kökleri 1923 yılında düzenlenen Birinci İktisat Kongresi'ne uzanan, İzmir'in fuarcılık birikimi ve hafızasını geleceğe taşımaktadır.

İzmir'de dokuz üniversitenin bulunması kongre turizminin gelişmesine katkı sunmaktadır. Düzenlenen sempozyumlar, konferanslar şehrin hem ulusal hem de uluslararası alanda tanıtımının önünü açmaktadır. Kongre turizmi, turizmin on iki aya yayılmasını sağlayarak turizm hareketliliğinin belirli bir sezona sıkışmasını engellemekte ve turizmin gelişmesine katkı sunmaktadır. Bunun yanı sıra kongre ve fuar turizmi, turizm gelirlerini artırıcı özelliği ile İzmir için oldukça önemlidir.

İzmir, Türkiye'de fuarcılık geleneğini başlatmış ve zaman içerisinde geliştirmiştir. 1927'den beri düzenlenen ve uluslararası nitelik kazanan İzmir Enternasyonal Fuarı'ndan yeni ihtisas fuarları doğmuştur. Her yıl düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı, İzmir için bir gelenek haline gelmiştir ve düzenlenen etkinlik, konser ve atölyelerle yerli, yabancı ülke ve şehirleri ve aynı zamanda katılımcı ve ziyaretçileri ağırlamaktadır.

Türkiye'nin en nitelikli ve prestijli fuar merkezi olan Fuar İzmir, Gaziemir'de 337 bin metrekare alanda inşa edilmiştir. Şehir merkezinden kolayca ulaşılabilen Fuar İzmir, eş zamanlı birçok fuarın düzenlenebilmesine imkân sağlamaktadır. Ayrıca seminer salonu, amfi tiyatrosu, sosyal donatıları ve otoparkı ile fuar ve kongre sektörünün tüm ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Fuar İzmir, Gaziemir bölgesinde bulunan konaklama tesislerinin ve çeşitli işletmelerin de işlerliğini artırarak bölgesel gelişmeyi sağlamaktadır.

İzmir'de ziyaretçi sayısı itibarıyla öne çıkan fuarlar; gelinlik ve mermer fuarlarıdır. IF Wedding Fashion İzmir adıyla anılan gelinlik fuarı ilk olarak 2007 yılında düzenlenmiştir. İlk düzenlendiği günden bu yana fuara olan ilgi ve katılım artmaktadır. Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı (MARBLE) ise 1995 yılından beri düzenlenmektedir. MARBLE kendi alanında dünyanın ilk üç fuarından biri olarak kabul edilmesinin yanında Uluslararası Fuarcılık Endüstrisi Derneği (UFI) onaylı bir fuar niteliğindedir.⁽²⁹⁾



İzmir Enternasyonal Fuarı



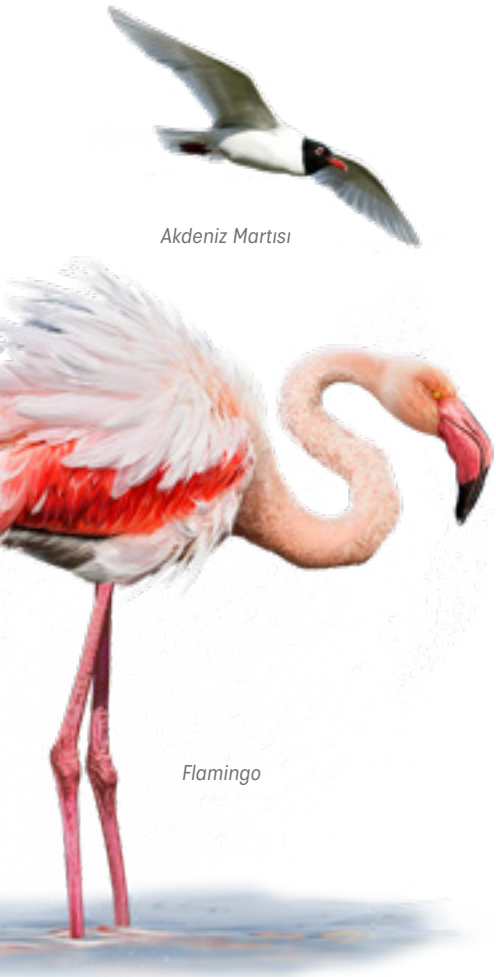
Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı (MARBLE)

²⁹. İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Ticaret ve Anonim Şirketi (İZFAŞ).



➤ **Gediz Deltası ya da İzmir Kuş Cenneti olarak da adlandırılan bölgede bu zamana kadar 299 kuş türü kaydedilmiştir. Bölgeye her yıl ortalama 50 bin kuş uğramaktadır. Ülkemizde flamingo ve kara gagalı sumrunun ürediği iki alandan biridir.**

30. İzmir Kuş Cenneti
<http://www.izmirkuscenneti.gov.tr>



Akdeniz Martısı

Flamingo

3.3.7 Doğal, Kırsal ve Eko-turizm

Doğal, kırsal ve eko-turizm, kent merkezi dışında kalan alanların doğal ve kültürel değerlerini ortaya çıkaran, yöre insanının yaşam kültürünü koruyan ve tanıtan turizm çeşitleridir. Kırsala yönelik olan bu turizm çeşitleri, yöre halkının ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına yardımcı olurken aynı zamanda doğal dengeyi ve sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlamaktadır.

İzmir’de halihazırda eko-turizme uygun yaklaşık 180 eko-turizm güzergâhı mevcuttur. Bu güzergâhlar pek çok amatör sporcu ve doğa tutkunu tarafından günübirlik yürüyüşler için kullanılmaktadır. Güzergâhların büyük çoğunluğu günübirlik gidip gelmeye uygundur. Bunlardan bazıları sadece doğayı keşfetme amaçlı (Beydağ, Buca, Güzelbahçe ve Menemen), bazıları kültürü keşfetme amaçlı (Bergama, Efes), büyük çoğunluğu ise hem doğayı hem kültürü keşfetme imkânı veren güzergâhlardır. Bunun yanı sıra Bozdağ, Gölcük Gölü, Nif Dağı, Kozak Yaylası, Küçük Menderes Deltası gibi birçok alan eko-turizm açısından elverişli bölgelerdir.

Sürdürülebilir doğa turizmi, kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi, kırsal kalkınma için yeni bir bakış açısı yaratılması, yoksulluğun ve kırsal göçün azaltılmasında en önemli seçeneklerden biri olarak görülmektedir.

İzmir’deki en özel doğal alanlardan biri ise Gediz Deltası’dır. İzmir’in yanı başındaki Mavişehir’den başlayan Gediz Deltası Sulak Alan Koruma Bölgesi, Foça Tepeleri’ne kadar uzanan yaklaşık 20 bin hektarlık bir alanı kaplamaktadır. İçinde lagünler, kıyı bataklıkları, tuzcul çayırlar, kumullar, tuzlalar, tatlı su bataklıkları, tepeler gibi pek çok farklı yaşam alanını içeren alan çok sayıda canlı türüne ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle kuş türlerinin çeşitliliği açısından çok zengin olması nedeniyle İzmir Kuş Cenneti olarak da adlandırılan bölgede bu zamana kadar 299 kuş türü kaydedilmiştir. Bölgeye her yıl ortalama 50 bin kuş uğramaktadır. Bu yüzden Gediz Deltası kuş türleri açısından Türkiye’nin en zengin doğal alanlarından biri konumundadır. Ülkemizde flamingo ve kara gagalı sumrunun ürediği iki alandan biridir. Tepeli pelikanın ürediği beş alandan biridir. Kış aylarında alanda 20 binin üzerinde flamingo görmek mümkündür. Diğer kuş türleri arasında kumkuşu, Akdeniz martısı, mahmuzlu kızkuşu, küçük kerkenez, balık kartalı, balaban, deniz saksağanı, deniz kırlangıcı, uzun bacak, angıt, yeşilbaş ördek, delice doğan, yalıçapkını en dikkat çekicileridir. (30)

Bunların yanı sıra İzmir Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Vakfı ortaklığında İzmiras Rotaları adıyla bir çalışma başlatılmıştır. İzmiras Rotaları’yla kent merkezinden başlayan beş adet güzergâhın, yürüyüş ve bisiklet yollarıyla kent çeperindeki doğal alanlarla buluşturulması hedeflenmektedir.



Karabatak



Mavişehir



Galenos Heykeli



Bergama Asklepion

3.3.8 Sağlık Turizmi ve Termal Turizm

İzmir hem tıp alanında önemli bir tarihsel mirasa sahip hem de termal kaynakları açısından zengin bir kenttir. Antik dönemin en önemli sağlık merkezlerinden biri olan Bergama Asklepion'u, Bergama doğumlu ünlü filozof ve tıpçı Galenos'un da eğitim aldığı sağlık okuludur. Miken Kralı Agamemnon'un Truva savaşı sonrasında yaralı askerlerinin tedavisi için getirdiği Agamemnon Kaplıcaları bugün halen Balçova'da yerli ve yabancı turistlere hizmet etmektedir.

İzmir, tarihinden gelen sağlık merkezi olma özelliğini zaman içerisinde geliştirmiş ve sağlık turizmi alanında bir cazibe merkezi haline gelmiştir. İzmir'de araştırma hastaneleri, üniversite hastaneleri, çok sayıda devlet hastanesi ve özel hastane bulunmaktadır. Bu hastanelerden bir kısmı yurtdışı bağlantılı olarak çalışmakta ve sağlık turizmi kapsamında yurtdışından getirilen hastaların tedavi, ulaşım ve konaklamalarına yönelik her türlü hizmeti paket program halinde bir arada sunulmaktadır. İzmir Bayraklı'da yapımı süren şehir hastanesinin; 633 bin metrekare alanda 457 polikliniği, 54 ameliyathanesi ve 2 bin 60 yatak kapasitesiyle uluslararası hastaların çekim merkezi haline gelmesi, İzmir sağlık turizmi hacmine büyümesi hedeflenmektedir.⁽³¹⁾

Termal Turizm alanında ise Bergama, Dikili, Menemen, Seferihisar, Tire, Balçova, Çeşme ve Narlıdere ilçeleri başta olmak üzere şehrin farklı noktalarında 40'dan fazla termal merkez ve kaplıca olduğu tahmin edilmektedir.

31. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Yatırımları Genel Müdürlüğü.



Bozdağ / Gölçük

➤ **Bozdağ Kayak Merkezi'nde üç açık pist, on doğal pist mevcuttur ve bunların kayakçı kapasitesi yaklaşık 4 bin kişidir.**

32. İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan 2017.

3.3.9 Kış Turizmi

Ege Bölgesi'nde Gediz ve Küçük Menderes ırmaklarının arasında yer alan Bozdağ, kuzey yamaçlarında doğal pistlerin olmasıyla, kış sporlarına olanak sağlamaktadır. Bozdağ Kayak Merkezi'nde üç açık pist, on doğal pist mevcuttur ve bunların kayakçı kapasitesi yaklaşık 4 bin kişidir.⁽³²⁾ Bu kapsamda Bozdağ, İzmir'de kış turizminin gelişmesi adına önemli bir potansiyeli barındırmaktadır.

3.3.10 Spor Turizmi

➔ Dağ ve Doğa Yürüyüşü

İzmir'de doğal güzellikleriyle pek çok doğa tutkununu cezbedecek birçok göl, yayla ve dağ bulunmaktadır. Özellikle Bergama Kozak Yaylası, Kemalpaşa Nif Dağı, Buca Kaynaklar, Ödemiş Bozdağ, Ödemiş Gölçük Yaylası, Özdere Kalemlik Ormanı doğa ve macera tutkunlarının tercih ettiği güzergâhlardır. Bunların yanı sıra Gediz Deltası, Dumanlı Dağ ve Yamanlar Dağı kent merkezine yakın, doğa yürüyüşü için İzmirliilerin tercih ettiği önemli potansiyel barındıran alanlardır.

➔ Rüzgâr Sörfü ve Uçurtma Sörfü

Alaçatı coğrafi konumu, yılın on bir ayı dinmeyen rüzgârı, sığ yapısıyla uçurtma sörfü ve rüzgâr sörfü sporları için dünyanın en çok tercih edilen alanlarından biridir. Alaçatı Dünya, Avrupa ve Türkiye rüzgâr sörfü şampiyonalarına ve daha birçok uluslararası organizasyona ev sahipliği yapmaktadır. Alaçatı'da nitelikli konaklama ve yeme-içme tesislerinin yanı sıra su sporları tutkunlarının özellikle yaz aylarında yoğun ilgi gösterdiği pek çok su sporu eğitim merkezi de bulunmaktadır.

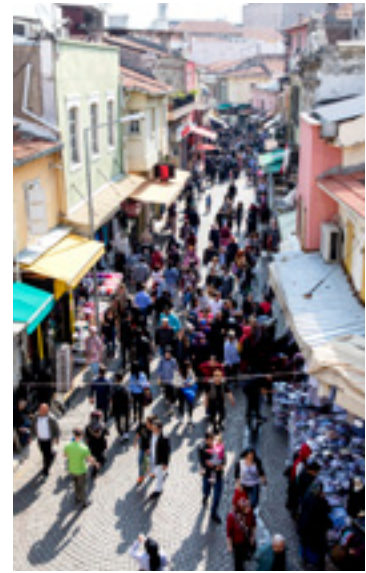




3.4 Cazibe Merkezi Bazında İzmir'in Öne Çıkan Noktaları

↓ ÖZET

İzmir iki UNESCO Dünya Mirası Alanı, ören yerleri, gastronomisi, termal tesisleri, endemik türleriyle doğal alanları, güneşi ve deniziyle birçok farklı turizm ürününü içerisinde barındıran bir şehirdir. Bu bölümde genel bir çerçeve içerisinde bu geniş skaladaki cazibe merkezleri ve destinasyonlar Kent Merkezi, UNESCO Dünya Mirası Alanları / Aday Alanları, Kıyı Destinasyonları, Kırsal Yürüyüş Yolları olmak üzere dört ana başlıkta toplanmıştır.



Anafartalar Caddesi

33. İzmir Büyükşehir Belediyesi izmir.bel.tr/tr/kemeralti/206.

34. Tarihi Kemeraltı İnşaat-Yatırım-Ticaret A.Ş. (TARKEM) <http://www.tarkem.com/proje/>

35. İzmir Kültür ve Turizm Dergisi <https://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/inanc-turizmi/66-hisaronu-hisar-camisi-hisar-asiran>.

3.4.1 Kent Merkezi

→ Kemeraltı

Tarihte bir iç liman olan Kemeraltı bölgesi, her dönem bir ticaret merkezi olarak ön plana çıkmış ve bu özelliğine paralel olarak bölgede yerleşim gelişmiş; hanlar, hamamlar, camiler, kiliseler, havralar, şadırvanlar inşa edilmiştir. (33) Günümüzde hâlâ kentin merkezi olarak tanımlanan ve aktif olarak kullanılan tarihi Kemeraltı ve çevresi yaklaşık 252 hektarlık bir alana sahiptir.

Kemeraltı; Helenistik dönem, Antik Roma, Bizans, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerine ait iki binin üzerinde tescilli anıtsal ve sivil mimari örneği yapıları, sokak ve meydan dokusu, han, atölye, otel, hamam, cami, kilise, sinagog gibi sivil ve dini mimari yapılarıyla, İzmir'in en önemli tarihsel değerlerinin başında gelmektedir.

İzmir'in kültürel zenginliğinin bulunduğu bu bölgede çok sayıda havra, Osmanlı döneminden kalma çeşme, hamam, mescit ve mezarlık bulunmaktadır. Bölgenin ve İzmir'in önemli kültürel ve tarihsel değerleri arasında yer alan bu yapılar ilgili kurumların gerçekleştirdiği pek çok proje ve çalışma ile restore edilerek yeniden kullanıma kazandırılmaktadır. Kemeraltı Bölgesi'nde bulunan kültürel yapılar arasında; 23 han, 8 müze, 34 çeşme, 11 hamam, 14 arkeolojik alan ve bu yapılar dışında birçok tarihi konak, otel, sinema, anıt bulunmaktadır.

Kemeraltı aynı zamanda Tarihi Liman Kenti adıyla 2020 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne girmiştir. Kemeraltı ve çevresinde faaliyet gösteren, özel sektör ve kamu işbirliği açısından Türkiye'de örnek gösterilen bir yapı olarak Tarihi Kemeraltı İnşaat Yatırım Ticaret AŞ'nin (TARKEM) çalışmaları ile Kemeraltı bölgesi İzmir'in en önemli cazibe merkezlerinden biri olma potansiyeline sahiptir. (34)

→ Hisar Camisi

İzmir'in en büyük camilerinden biri olan Hisar Camisi, Tarihi Kemeraltı Çarşısı'nda bulunmaktadır. 1597 yılında Yakup Bey tarafından yaptırılmıştır. Caminin iç duvarlarında Osmanlı süsleme sanatı kullanılmıştır. Hisar Camisi'nin ana giriş kapısında, ayetten alıntıyla şu yazmaktadır: "Oraya kim girerse, güven içinde olur." (35)

→ Kızlarağası Hanı

İzmir'deki hanların en büyüğü ve en görkemlisi olan Kızlarağası Hanı, mimari özelliği bakımından tek örnek olması ile Osmanlı hanları arasında özgünlük kazanmıştır. Kızlarağası Hanı'nın ticari açıdan İzmir'in en merkezi yerine (liman ağzına) yapılmış olması, hanın ne denli önemli bir işlevi olduğunun göstergesidir. İzmir'in ekonomik hayatında bu derece önemli olan han 1778 yılında ticari kapasitesinin zirvesine ulaşmış ve bu tarihten 19. yüzyılın son çeyreğine kadar yüz yıl süreyle parlak dönemini sürdürmüştür. Kızlarağası Hanı görkemli mimarisi ile tarihi yaşatmaktadır, hem kültürel hem de ticari bir merkez olmasıyla İzmir'in önemli sembollerinden, cazibelerinden birisidir. (36)

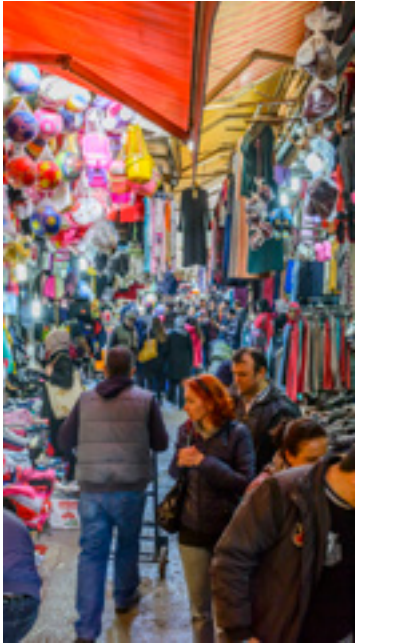
→ Havra Sokağı

İzmir antik dönemden bu yana Yahudi yerleşiminin bulunduğu bir kent olduğu halde 16. yüzyıla gelindiğinde İzmir'in Yahudi nüfusu birkaç yüz kişiden ibarettir. Bu tarihten itibaren Selanik, Edirne, İstanbul'dan yeni göç dalgaları gelmiştir. Yahudiler Havra Sokağı ve civarına yerleşmiştir. 17. yüzyılda Selanikli din adamı Josef Eskapa hahambaşılık müessesesini kurarak Yahudileri örgütler ve dönemin Yahudi cemaatini oluşturur. Tarihte tartışmalı bir konumu olan Sabatay Sevi de aynı dönemde İzmir'de yaşamıştır.

İzmir'in çokkültürlülüğünün bir göstergesi olarak içinde çok sayıda havra-nın bulunduğu Havra Sokağı ve çevresi; bir zamanlar burada yaşamış olan Sabatay Sevi, Josef Eskapa ve Haim Palaçi gibi önemli din adamı ve tarikat liderlerinin yaşadığı bölgeyi ve çevresindeki sinagogları görmek isteyenler için bir cazibe merkezi durumundadır. İzmir'in en eski havrası Etz Hayim, zamanının en büyük havrası Hevra, Yahudilerin dini bayramlarının kutlandığı ve en büyük havralardan biri olan Algazi Havrası, tarihi yangınlarda zarar görmüş olan Forestores Havrası, adını Portekiz'den Osmanlı'ya göç etmiş Yahudi tarihinin en ünlü kadınlarından birinden almış olan Sinyora Havrası, Sabatay Sevi'nin eğitim almış olduğu Şalom Havrası, yine Sabatay Sevi'nin İzmir'de başlattığı ayaklanmanın çıkış noktası olan Portekiz Havrası, 19. yüzyıl Yahudi dünyasının en ünlü din adamlarından olan ve bugün bazı kişilerce aziz kabul edilen Palaçilerin evi ve ibadethanesi olan Bet Hillel Havrası bu bölgede bulunmaktadır. (37)

→ Saat Kulesi

Konak Meydanı'nda yer alan ve İzmir'in sembolü olan Saat Kulesi, Sultan II. Abdülhamit'in tahta çıkışının 25. yılını kutlamak amacıyla 1901 yılında yaptırılmıştır. Sekizgen planlı yapı 4 kattan oluşmakta ve 25 metre yüksekliğe ulaşmaktadır. İzmir'e gelen herkesin en az bir kez ziyaret ettiği Saat Kulesi, İzmir'in sembolü olması özelliğinin yanı sıra Konak Meydanı'nı özellikle yerli turistler için bir cazibe merkezi haline getiren önemli bir değerdir.



Kemeraltı Çarşısı



Başdurak Camii

36. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210604/hanlar.html>.

37. İzmir Kültür ve Turizm Dergisi <https://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/gezi-rehberi/1836-sessiz-ama-capcanli-havra-sokak>.





Yeşilova Höyüğü Ziyaretçi Merkezi

➤ **Günümüzden 8.500 yıl öncesine ait Yeşilova Höyüğü İzmir'in içinde yer alan en eski yerleşim alanıdır.**

38. İzmir Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77369/kadifekale.html>.

➔ Yeşilova Höyüğü

Bornova ilçesinin Karacaoğlan Mahallesi'nde yer alan Yeşilova Höyüğü İzmir'in içinde yer alan en eski yerleşim alanıdır. 2003 yılında, Yeşilova Höyüğü keşfedilmeden önce en çok 5 bin yıllık bir geçmişi olduğu düşünülen İzmir'in, buradaki yapılan kazılarda elde edilen bulguların ardından Anadolu'nun en eski yerleşimlerinden biri olduğu anlaşılmıştır. Günümüzden 8.500 yıl öncesine ait yerleşimdeki günlük yaşamı, evleri, kullanılan eşyaları yerinde deneyimleyebilmeyi sağlayan Yeşilova Höyüğü Ziyaretçi Merkezi 2014 yılında faaliyete başlamıştır.

➔ Bayraklı Smyrnası

Eski İzmir kenti (Smyrna) körfezin kuzeydoğusunda yer alan ve yüzölçümü yaklaşık yüz dönüm olan bir adacık üzerinde kurulmuştur. Yüzyıllar boyunca Meles Irmağı, Sipylos (Yamanlar) Dağı'ndan gelen sellerin getirdikleri mil ile dolmuş ve bugünkü Bornova Ovası oluşmuştur. Bayraklı'daki Smyrna-Tepekule Höyüğü'nün tarihi MÖ 3 bin yılına kadar uzanmakta ve burada tunç çağından demir çağının sonuna kadar giden izler görmek mümkündür. Kazılarda elde edilen bilgiler ışığında ilk yerleşik evlerin höyüğün en üst düzeyinde denizden 3 ile 5 metre yukarıdaki kayalar üzerine oturtulduğu belirlenmiştir. Bu ilk yerleşim eski tunç çağı dönemine aittir.⁽²¹⁾



Kadifekale / Pagos



Kültürpark

→ Kadifekale - Pagos

Kadifekale, Tepekule'deki eski İzmir (Smyrna) dışında, kentin Pagos'ta (Kadife Dağı) yeniden kurulduğu alandır. MÖ 4. yüzyılda kurulan kentte bugüne kadar varlıklarını sürdüren Helen, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerine ait kalıntılar bulunmaktadır. Büyük İskender'in generallerinden Lysimakhos tarafından yaptırılan kalede halen bu döneme ait kalıntılara rastlanmakta, Bizans dönemine ait sarnıçlar bulunmaktadır. Şu an ise kale yıkık bir durumdadır.⁽³⁸⁾ İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin hayata geçirdiği Pagos Üretici Pazarı bu bölgede kurulmaktadır. Pazarda kadın üreticiler ve tarımsal kalkınma kooperatifleri stant açmaktadır. Pagos Üretici Pazarı sayesinde hem üretici ile tüketici doğrudan buluşmakta hem de İzmirliiler Kadifekale'yi yeniden keşfetmektedir.

→ Alsancak ve Fuar İzmir

Konak ilçesine bağlı bir semt olan Alsancak, İzmir'in en canlı bölgelerinden birisidir. Şehrin simge caddelerinden birisi olan Kıbrıs Şehitleri Caddesi oldukça hareketli bir rotadır. Cadde boyunca alışveriş mağazaları, kafeler, barlar bulunmaktadır. Yılın pek çok zamanında önemli organizasyon ve konserlere ev sahipliği yapan Gündoğdu Meydanı Alsancak'ta bulunmaktadır. Alsancak'tan Konak Meydanı'na kadar uzanan Kordon çimlerinde zaman geçirmek İzmirliiler ve yerli turistler için öne çıkan aktivitelerden biridir.

İzmir, Türkiye'de fuarcılık geleneğinin doğduğu en önemli kentlerden biridir. Her yıl kent merkezindeki Kültürpark'ta düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı, İzmir için bir gelenek haline gelmiştir; düzenlenen etkinlik, konser ve atölyelerle yerli, yabancı şehirlerden gelen katılımcı ve ziyaretçileri ağırlamaktadır. Türkiye'nin en nitelikli ve prestijli fuar merkezi olan Fuar İzmir ise Gaziemir'de 337 bin metrekare alanda önemli uluslararası fuarların ağırlanıldığı bir merkez konumundadır.

➤ **Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Efes Antik Kenti, UNESCO Dünya Miras Listesi'ndedir.**

3.4.2. UNESCO Dünya Mirası Alanları

➔ Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı

Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı, içerisindeki Helenistik, Roma, Doğu Roma ve Osmanlı dönemlerine ait tarihsel katmanlarıyla dikkat çekmektedir. Özellikle Helenistik ve Roma dönemlerine ait pek çok istisnai örneği barındıran kent, bu katmanlar üzerine inşa edilmiş Osmanlı mimarisine ait eserleriyle de önemini korumaktadır. Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı 2014 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir.

➔ Efes Antik Kenti

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde Efes Ören Yeri, Meryem Ana Evi, Ayasuluk Tepesi ve St Jean Bazilikası, Çukuriçi Höyük olmak üzere toplam dört bileşenle yer alan ve Türkiye'nin en büyük açık hava müzesi unvanına sahip Efes Antik Kenti; ülkemizin dünyadaki en meşhur, en çok ziyaretçi alan tarihi yerlerinden birisidir. Efes hem ticaretin, hem dinlerin, hem de kültürlerin başkenti olmayı başarmış bir şehirdir. Hristiyanlığın hac yeri olarak görülen Meryem Ana evini içinde barındırması, dünya mirası alanını inanç turizmi açısından da cazibe merkezi haline getirmiştir. Bölgede öne çıkan yapılar arasında Artemis Tapınağı, Celsus Kütüphanesi, Efes Antik Tiyatrosu ve Yedi Uyurlar bulunmaktadır. Efes Antik Kenti 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir.

Bergama Kızıl Avlu





→ Birgi Tarihi Kenti

Birgi Tarihi Kenti antik çağlardan beri, birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Batı Anadolu'da tarihi dokusunu günümüze kadar korumayı başarmış az sayıda kentten biri olan Birgi, kendine has mimari dokusuyla cumbalı evleri ve konakları, camileri, türbeleri, hamamları, medresele-ri, çeşmeleri, külliye ve daha birçok eseri ile beylikler döneminden baş-layarak günümüze taşınmış eserleri bir arada barındıran bir müze kent görünümündedir. Birgi Tarihi Kenti 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne girmiştir. Aydınolu Mehmet Bey Camisi ve Çakırağa Konağı bölgedeki önemli yapılardır.

→ Gediz Deltası

Gediz Deltası'nda 299 kuş türü bulunmakta ve delta kış aylarında yaklaşık 70 bin su kuşuna ev sahipliği yapmaktadır. Gediz Deltası flamingoların ülkemiz-deki iki önemli üreme alanından birisidir ve flamingoların tüm yıl görüldüğü tek alandır. Gediz Deltası flamingolar, tepeli pelikanlar ve gri, siyah leylek-ler başta olmak üzere çok sayıda kuş türünün dünyadaki en önemli yaşam alanlarından birisidir. Deltada bulunan Çamaltı Tuzla İşletmesi, Türkiye'deki tuz üretiminin yaklaşık üçte birini karşılamaktadır. Gediz Deltası'nda ziyaretçi merkezi, kuş gözlem kuleleri, dürbün ve gezi rotaları bulunmak-tır. Gediz Deltası'nın geleceğinin korunabilmesi adına 2019 yılında UNESCO Dünya Mirası olması için başvuru yapılmış, çalışmalar başlatılmıştır.

→ Foça, Çandarlı ve Çeşme Kaleleri

On bir ve on beşinci yüzyıllar arasında bütün dünyada önemli ticaret ko-lonileri kuran Cenevizlilerin, Türkiye sınırları içinde kurduğu bazı önemli kaleler 2013 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne alınmıştır. Bu kaleler arasında İzmir'de Foça Kalesi, Çandarlı Kalesi ve Çeşme Kalesi yer almaktadır.

Kemeraltı kent merkezi bölümünde ele alındığı için bu bölümde tekrardan bu alana değinilmemiştir. Kemeraltı, İzmir Tarihi Liman Kenti adıyla 2020 yılın-da UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne alınan İzmir'deki üçüncü alandır.

→ Kemeraltı, Birgi Tarihi Kenti, Foça, Çandarlı ve Çeşme Kaleleri UNESCO Dünya Mirası Geçici Liste'de yer almaktadırlar.

Çakırağa Konağı / Birgi





➤ **Çeşme**
Yarımadası'nın
en batısında yer
alan Çeşme, İzmir'in
önde gelen iç turizm
destinasyonlarından
birdir.



Alaçatı Ot Festivali

39. Çeşme Belediyesi <https://www.cesme.bel.tr/sayfa/sorf-merkezleri>

3.4.3 Kıyı Destinasyonları

➔ Çeşme - Alaçatı

Çeşme Yarımadası'nın en batısında yer alan Çeşme, İzmir'in önde gelen iç turizm destinasyonlarından biridir. Özellikle yaz aylarında berrak denizi, kumsalları, ılıcaları ile yoğun olarak ziyaret edilen Çeşme aynı zamanda gece hayatı, Çeşme Kalesi ve deniz ürünlerinin öne çıktığı mutfağıyla pek çok farklı turistik ürüne sahiptir.

Tarihi taş evleri, pencerelerinden begonviller sarkan Arnavut kaldırım sokakları, yel değirmenleri, sakın denizi, rüzgâr sörfü için elverişli havası, yöresel otları, yemekleri ve mezeleriyle Türkiye'nin en popüler turistik yerlerinden biri haline gelmiş olan Alaçatı, Çeşme'nin en bilinir cazibe merkezlerinden biridir.

Deniz, Kum, Güneş

Uzun kumsalları ve masmavi denizyle Çeşme, Türkiye'nin en önemli deniz ve kıyı destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Çeşme'de toplam 14 adet mavi bayraklı plaj bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Çeşme Yarımadası'nın güneyi, Türkiye'deki en önemli yat rotalarından birisidir. Alaçatı ve Çeşme'de pek çok marina ve yat limanı bulunmaktadır.

Rüzgâr Sörfü

Alaçatı rüzgârı ve sörf tutkunları için ideal bir sahil tipine sahip olmasıyla öne çıkmış bir çekim merkezidir. Alaçatı'nın sahilden 200-300 metre açığa kadar olan deniz kıyısı, kumlu ve sığ bir yapıya sahiptir. Haziran ayından eylül ayının ortalarına kadar ortalama 4-6 knot şiddetinde esen rüzgâr, nisan-ekim aylarında ise yüzde 50 güney rüzgârı olarak eser ve güzel dalgalar oluşturur.⁽³⁹⁾

Alaçatı'nın bu açıdan en önemli özelliği şiddetli rüzgârda dahi düzenli dalgaların oluşmasıdır. Çeşitli rüzgâr koşulları ve ideal sörf alanı ile Avrupa'daki en önemli sörf merkezlerinden birisi olan Alaçatı'da rüzgâr sörfü için eğitim sahası oluşturulmuştur. Uluslararası şampiyonalara ev sahipliği yapması, dünyanın birçok ülkesinden sporcuları ağırlaması ve yeni merkezlerin açılmasıyla Alaçatı'nın bilinirliği artmıştır.

Alaçatı Festivalleri

Alaçatı yıl boyu düzenlenen etkinliklerle yaz sezonu dışında da ziyaretçi çekmektedir. Bu etkinliklerden en çok ilgi çekeni Alaçatı Ot Festivali'dir. Alaçatı'nın yöresel otları ile yapılan yemeklerin sergilendiği, çeşitli yarışmaların düzenlendiği festivale çok sayıda turist katılmaktadır.





→ Sığacık

Seferihisar sahilinde yer alan mandalina kokulu balıkçı kasabası Sığacık, Seferihisar'a bağlı olarak 2009'da Türkiye'nin ilk yavaş şehri "Citta Slow" olmuş ve son yıllarda dünyaca tanınmaya başlamıştır. Pazar günleri kurulan Sığacık Pazarı'nda herkes kendi bahçesinde yetiştirdiği taze meyve ve sebzeleri, Ege otlarını ve mutfağında pişirdiği yiyecekleri evinin önüne çıkarıp satışa sunmaktadır. Burası tüketiciden çok üretici pazarı niteliğindedir. Sığacık'ta aynı zamanda büyük bir yat limanı bulunmaktadır. Sığacık doğa harikası koyları, mavi bayraklı plajları, doğa ile bütünleşmiş tesisleriyle İzmir'in öne çıkan kıyı ve deniz destinasyonlarından biridir.

→ Menderes - Gümüldür

Doğal dokusu, temiz havası, mis kokulu mandalinaların ve enfes üzümün yetiştirdiği bereketli toprakları, yeşil ve mavinin kucaklaştığı plajlarıyla Menderes, İzmir turizminin merkezlerinden birisidir. Mavi bayraklı plajları, turistik işletme ve tesisleri ile turizm potansiyeli yüksek bir ilçedir. Havalimanına yakınlık, tren istasyonu ve çevre yollarıyla bağlantı gibi önemli avantajlara sahiptir. Menderes birçok kültürel mirasa, Gümüldür Orman Kampı'na, coğrafi işaretli Görece nazar boncuğuna ve ünlü Gümüldür mandalinasına ev sahipliği yapmaktadır. Kolophon, Klaros, Notion, Lebedos antik kentleri Menderes'in önemli tarihsel ve kültürel cazibelerindendir. Klaros, Türkiye'nin ilk arkeoparkı olma özelliğini taşıyan ören yeridir.

→ Foça

Antik çağda bir İyon yerleşimi olarak kurulan Foça, İzmir'in kuzeyinde bulunan bir sahil ilçesidir. Şehir merkezinden kolay ulaşım imkânı bulunan kent; her yıl düzenlenen festivalleri, berrak denizi, temiz koyları ve düzenlenen tekne turlarıyla İzmir turizminde öne çıkan turizm bölgelerindendir.

Menderes



➤ Sığacık doğa harikası koyları, mavi bayraklı plajları, doğa ile bütünleşmiş tesisleriyle İzmir'in öne çıkan bir kıyı ve deniz destinasyonudur.



Celsus Kütüphanesi

➤ Uluslararası standartlara uygun olarak belirlenen kırsal rotalar İzmir'in turizm potansiyelini artırmayı amaçlamaktadır.

40. Yarımada Gezi Rotaları <http://rota.yarimadaizmir.com/tr/Rotalar/2/2>.



Zeytin Ormanları

3.4.4 İzmir Yürüyüş Yolları

İzmir, kent merkezindeki ve kırsal alandaki turizm yürüyüş yollarını bu strateji kapsamında birleştirerek yenilikçi bir vizyon ortaya koymaktadır. Kent merkezinden başlayıp şehrin kırsal ve doğal alanlarına kadar kesintisiz bir şekilde ulaşan bu yollar İzmiras Rotası markasıyla konumlandırılmaktadır.

➔ Efes-Mimas Yolu

Efes-Mimas Yolu Çeşme Yarımadası'ndaki önemli kültürel ve doğal alanları birbirine bağlayan bir yürüyüş ve bisiklet rotasıdır. Rotanın bir ucunda Efes-Selçuk diğer ucundaysa Karaburun Yarımadası bulunmaktadır. Efes-Mimas Yolu yürüyüş ve bisiklet yollarının yanı sıra zeytin ve bağ temalı başka Yarımada rotalarıyla da kesişmektedir. Selçuk, Menderes, Seferihisar, Güzelbahçe, Urla, Çeşme ve Karaburun ilçelerinden geçen Efes-Mimas Yolu, bu alanlardaki önemli doğal ve kültürel miras öğelerini kapsamaktadır. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin organizasyonu ile profesyonel dağcı, yürüyüşçü ve bisikletçilerin gönüllü çabalarıyla oluşturulan rota uluslararası standartlar da gözetilerek levhalandırılmıştır. Rota kapsamında ulaşım olanakları, coğrafi veriler, konaklama mekânları, mola ve kamp alanları, sağlık tesisleri, tarihi ve doğal değeri, kerteriz noktaları gibi bilgiler de oluşturulan tanıtım materyallerine işlenmiştir.

Efes-Mimas Yolu'nun ana omurgasını Ephesus, Kolophon, Lebedos, Teos, Klazomenai ve Erythrai'yi birbirine bağlayan rota oluşturur. Mavi rota aracılığıyla Foça'ya uzanan rota ile bir diğer İyon kenti Phokaia'ya ulaşmak mümkündür. Toplam 709 kilometre uzunluğunda 49 parkurdan oluşan yol, Efes Antik Kenti yakınındaki Artemis Tapınağı'nın önünden başlayarak Karaburun'da sona ermektedir.

➔ Zeytin Rotası

Ekonomik ve kültürel değeriyle zeytin, antik dönemden beri İzmir Yarımadası'nın en önemli ürünlerinden biri olmuştur. Dünyadaki ilk modern zeytinyağı işliğı, Urla'daki Klazomenai Antik Kenti'ndedir. Zeytinin Yarımada'da ve İzmir'deki tarihi bu açıdan antik döneme kadar izlenebilmektedir. Yarımada, İzmir içerisinde zeytinin tarihini anlamak için önemli bir alandır. Bu bölgede yaşları 300 ila 2000 arasında değişen 68 zeytin ağacı bulunduğu tahmin edilmektedir.⁽⁴⁰⁾

Güzelbahçe, Çeşme, Seferihisar, Menderes ve Selçuk ilçelerinden geçen Zeytin Rotası İzmir'in zeytinle kurduğu bu tarihsel bağa odaklanarak Yarımada özelinde oluşturulmuştur. Zeytince Derneği temsilcilerinin yaptığı çalışmalar sonucunda tamamlanan güzergâh; üzerindeki anıt zeytin ağaçları, zeytinyağı ışıkları, su kaynakları, zeytinyağı fabrikalarıyla İzmir'in hem zeytin kültürünü ortaya çıkarmakta hem de Yarımada'nın eşsiz doğal alanlarını demeyimleme fırsatı sunmaktadır.

Zeytin yolcularını üreticilerle buluşturan, yedi etaptan oluşan rota, İzmir'in üye olduğu "Dünya Gurme Kentler Ağı"na (DELICE) bağlanmaktadır. İzmir Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Ticaret Odası ortaklığıyla Ocak 2015'te gerçekleşen üyelik yoluyla İzmir ve dolayısıyla Yarımada bölgesi, gastronomi turizmi rotasına dahil olmuştur.

➔ İzmiras Şehir Rotaları

İzmiras Rotaları; İzmir kent merkezini yeşil altyapı ile desteklenmiş kesintisiz yürüyüş ve bisiklet yollarıyla kırsal alanla buluşturmayı hedefleyen bağlantılı ve çok katmanlı bir rotalama çalışmasıdır. Kırsal alanların kültürü ve ürettikleri ile yok oluşunu engellemek, kadim kültürün devamlılığını sağlamak ve sürdürülebilir bir kent yaratma amacıyla kentsel-kırsal birliği sağlayacak olan İzmiras projesi ile İzmir turizminin canlanması ve İzmir'in doğa, kültür, tarih, gastronomi ve kırsal farkındalığının artırılması hedeflenmektedir. İzmiras Rotaları'na dair detaylı bilgi ilerleyen bölümlerde verilmiştir.

➔ Efeler Yolu

İzmir Valiliği, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Ege Üniversitesi, İzmir Orman Bölge Müdürlüğü ve İzmir Vakfı ortaklığında gerçekleştirilen Efeler Yolu projesi; Bayındır, Beydağ, Kiraz, Ödemiş ve Selçuk ilçelerindeki 30 köyü kapsayan bir rotalama çalışmasıdır. Dağ köylerini birbirine bağlayarak oluşturulacak yürüyüş rotası ile Küçük Menderes Havzası'nın turizm potansiyelinin artırılması, kırsal kalkınmanın sağlanması, kırsal göçün önüne geçilmesi ve özellikle turizm hizmetleri kapsamında bölgede istihdamın artırılması hedeflenmektedir.

Bayındır, Ödemiş, Tire ve Selçuk gibi pek çok doğal ve tarihi değerler barındıran bir bölgeyi kapsayan Efeler Yolu, Avrupa Kültür Rotaları standartlarına uygun şekilde levhalandırılmaktadır. Avrupa Kültür Rotaları ağına üye olarak, projenin Küçük Menderes Havza'sının uluslararası alanda duyulması ve havzanın önemli bir kültürel ve doğal yürüyüş destinasyonu olmasına katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Efeler Yolu'nun 2022 yılı itibarıyla açılması beklenmektedir.



**İZMİRAS
ROTASI**



İzmiras Rotası Standı



İzmiras Rotası Yönlendirme Panoları

Birgi



3.5 İzmir’in Turizm Verileri

↓ ÖZET

Bu bölümde son altı yıl baz alınarak İzmir’in turizm verileri derlenmiş ve sunulmuştur. 2018 ve 2019 yıllarına yönelik detaylı veriler karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Konaklama bazlı verilere e-devlet üzerinden oluşturulan taleple ulaşılmıştır. Diğer veriler Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yayımladığı verilerden derlenmiştir. 3.5.1.’den 3.5.5. bölümüne kadar olan tüm bölümler sadece yabancı turtist sayıları göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. 3.5.6. bölümünde konaklama tesislerine yönelik veriler sunulmuş ve analiz edilmiştir. 3.5.7. bölümüde konaklama bazlı iç turizm ve yurtdışı ikametli Türkiye vatandaşlarına yönelik veriler sunulmuştur. Takip eden 3.5.8. bölümünde diğer turizm verileri sunulmuş, 3.5.9. bölümünde 2020 yılı verileri incelenerek gelecek yıllara yönelik hedefler belirlenmiştir.

3.5.1 Konaklama Bazlı Veriler

Bu bölümde 2014–2019 yılları baz alınarak konaklama tesislerinde ağırlanan yabancı turist sayıları sunulmuştur.

Türkiye genelinde 2016 yılında yaşanan yabancı turist sayısındaki azalma İzmir’de de gözlenmiştir. 2016 yılında 2015 yılına göre %47,5 kayıp yaşanarak toplam konaklama yapan yabancı turist sayısı 542 bin 187 olmuştur. 2017 yılında bu sayı 487 bin 968’e kadar gerilemiştir. 2018 yılı itibarıyla tekrar artışa geçen yabancı turist sayısı 2019 yılında azalma dönemi öncesi verilerini yakalamış ve geçmiştir.

İzmir il sınırları genelinde 2019 yılında konaklama yapan yabancı turist sayısı 1 milyon 142 bin 910’dur. 2019 yılında İzmir’i ziyaret eden toplam turist sayısında 2018’e göre %35,6’lık bir artış yaşanmıştır.

Ortalama kalış sayıları baz alındığında 2019 yılında bir düşüş göze çarpmaktadır. 2015 yılında 1 milyon 33 bin 706 kişi toplam 2 milyon 895 bin 218 gecelemeyle 2,80 ortalama kalış yapmıştır. Bu oran 2019 yılında 1 milyon 142 bin kişi için toplam 2 milyon 978 bin 827 geceleme ile 2,61 seviyesinde kalmıştır.

İzmir Genelinde Konaklama Tesislerinde Ağırlanan Yabancı Turist ve Geceleme Sayıları

Yıllar	Tesise Gelen Toplam Kişi	Geceleme Sayısı	Ortalama Kalış
2014	834.000	2.940.363	3,53
2015	1.033.706	2.895.128	2,80
2016	542.187	1.859.569	3,43
2017	467.968	1.441.472	3,08
2018	842.513	2.319.661	2,75
2019	1.142.910	2.978.827	2,61

Tablo 5: 2014 – 2019 yılları arasında İzmir genelinde konaklama tesislerinde ağırlanan yabancı turist ve geceleme sayıları (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

3.5.2 Konaklama Bazlı Verilerin Milliyetlere göre Dağılımı

Bu bölümde 2018-2019 yılları milliyetlere göre detaylı konaklama verileri sunulmuştur.

→ 2018 Yılı Milliyetlere Göre Dağılım ve Geceleme Verileri

Konaklama verilerine bakıldığında, İzmir’i 2018 yılında Almanya’dan 182 bin 918 turist ziyaret etmiştir. İkinci sırada 73 bin 56 ile Birleşik Krallık, üçüncü sırada is 48 bin 88 ile Çin gelmektedir. Almanya, Birleşik Krallık ve Çin’den gelen toplam ziyaretçi sayısı 2018 yılında İzmir’i ziyaret eden toplam turistlerin sırasıyla %21,7, %8,7 ve %5,7’sini oluşturmaktadır. Bu üç ülkeden gelen kişi sayısı 2018 yılında İzmir’e gelen yabancı turist sayısının %36,1’ini oluşturmaktadır.

Uyruk	Tesise Gelen Toplam Kişi	Toplam Geceleme	Ortalama Kalış
Almanya	182.918	648.380	3,54
İngiltere	73.056	194.600	2,66
Çin	48.088	67.087	1,4
Rusya	38.225	124.730	3,26
İran	35.726	96.091	2,69
Hollanda	29.638	90.554	3,06
Belarus	28.802	78.014	2,71
Belçika	27.260	83.918	3,08
Milliyetsiz	25.690	67.014	2,61
Ukrayna	24.114	44.118	1,83

Tablo 6: 2018 yılı konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre dağılımı ve geceleme sayıları (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

→ 2019 Yılı Milliyetlere Göre Dağılım ve Geceleme Verileri

2019 yılında tesislerde konaklama bazında ilk iki sıra değişmemiştir. 2019 yılında İzmir’i ilk sırada Almanya’dan 291 bin 634 turist ziyaret etmiştir, ikinci sırada 113 bin 634 ile Birleşik Krallık, gelmektedir. 2019 yılında üçüncü sırada ise 49 bin 424 ile İran gelmektedir. Almanya, Birleşik Krallık ve İran’dan gelen toplam ziyaretçi sayısı 2019 yılında İzmir’i ziyaret eden toplam turistlerin sırasıyla %25,5, %9,9 ve %4,3’ünü oluşturmaktadır.

Uyruk	Tesise Gelen Toplam Kişi	Toplam Geceleme	Ortalama Kalış
Almanya	291.634	877.083	3,01
İngiltere	113.634	294.578	2,59
İran	49.424	127.839	2,59
Çin	46.609	68.864	1,48
Hollanda	45.338	127.954	2,82
Rusya	44.063	119.779	2,72
Belçika	38.410	109.046	2,84
ABD	33.362	74.313	2,23
Fransa	33.253	89.732	2,69
Polonya	32.476	96.700	2,98

Tablo 7: 2019 yılı konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre dağılımı ve geceleme sayıları (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

→ Belli Başlı Ülkelerin Toplu Gösterimi ve Özel Durumlar

İzmir'e en çok turist gönderen ilk on ülke baz alındığında turist sayılarındaki değişim oranının 2018 - 2019 yılları arasında %40-%60 aralığında olduğu gözlemlenmektedir.

2019 yılında 10 bin ve üzerinde ziyaretçi gelen ülkeler arasında **Polonya** %115'lik artışla 2019 yılında en çok artışın gözlemlendiği ülke olmuştur. Aynı zamanda Polonya'dan gelen ziyaretçilerin ortalama kalış sürelerinin diğer ülkelere kıyasla yüksek olduğu görülmektedir. (2018: 2,9 gece ve 2019: 2,98 gece).

Polonya'dan sonra en çok artış gösteren diğer ülkelerin %98 artışla **Yunanistan**, %120 artışla **İspanya** ve %94 artışla **Azerbaycan** olduğu görülmektedir (2019 yılında on bin ve üzeri ziyaretçinin geldiği ülkeler göz önüne alınmıştır).

Ukrayna ve **Çin Halk Cumhuriyeti**'nden tesislerde konaklama gerçekleştiren ziyaretçi sayıları 2018 - 2019 yılında çok az değişim göstermiştir. Öte yandan Çin Halk Cumhuriyeti'nden gelen turistlerin ortalama kalış sürelerinin diğer ülkelere kıyasla daha az olduğu göze çarpmaktadır (2018: 1,4 gece ve 2019: 1,48 gece). Benzer bir durumda Ukrayna'da gelen ziyaretçiler için de görülmektedir (2018: 1,83 gece ve 2019: 2,15 gece).

En çok düşüş yaşanan ülkeler arasında **Belarus** ve **Suudi Arabistan** göze çarpmaktadır. Belarus'tan gelen turist sayısı 2019 yılında %59 düşüş gösterirken, Suudi Arabistan'dan gelen turist sayısında %53 düşüş gözlemlenmiştir. Almanya'dan gelen turistlerin ortalama kalış süreleri 2019 yılında 2018 yılına göre ciddi bir düşüş göstermiştir (2018: 3,54 gece ve 2019: 3,01 gece).

10 Bin Sınırı

→ Belli Başlı Ülkelerin Toplu Gösterimi ve Özel Durumlar

Uyruk	Tesise Gelen Toplam Kişi (2018)	Tesise Gelen Toplam Kişi (2019)	Yüzde Değişim
Almanya	182.918	291.634	%59
Birleşik Krallık	73.056	113.634	%56
İran	35.726	49.424	%38
Çin	48.088	46.609	-%3
Hollanda	29.638	45.338	%53
Rusya	38.225	44.063	%15
Belçika	27.260	38.410	%41
ABD	22.838	33.362	%46
Fransa	23.562	33.25	%41
Polonya	15.123	32.476	%115
Bulgaristan	15.439	24.869	%61
Ukrayna	24.114	24.511	%2
Romanya	15.737	23.383	%49
Yunanistan	10.581	20.965	%98
İtalya	12.998	19.590	%51
İspanya	8.767	19.256	%120
Azerbaycan	8.800	17.031	%94
İsviçre	10.00	13.680	%37
Belarus	28.802	11.871	-%59
Hindistan	4.193	9.047	%116
İsrail	3.379	8.844	%162
Brezilya	6.048	7.537	%25
Meksika	2.768	7.224	%161
Suudi Arabistan	10.082	4.753	-%53
Japonya	3.661	4.675	%28
Toplam Ziyaretçi	842.513	1.142.910	%35,6

Tablo 8: 2018 - 2019 yılları konaklama bazlı verilerin milliyetlere göre karşılaştırma ve değişim oranı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

→ İzmir İli ve İlçeleri Konaklama Verileri

Bu bölümde konaklama bazlı verilerin ilçelere göre kırılımları sunulmuştur. **Tablo 9** ve **Tablo 10**'da 2019 yılında sırasıyla en çok yerli ve yabancı turist ağırlayan ilk sekiz ilçe gösterilmektedir.

2019 yılında en çok yerli turistin konakladığı ilçe 911 bin 904 kişi ile Konak olmuştur. Konak ilçesini 412 bin 11 ve 143 bin 783 ile sırasıyla Çeşme ve Menderes ilçeleri takip etmektedir. İzmir'in deniz ve kıyı turizm açısından gelişmiş Foça, Dikili gibi ilçelerle son dönemde özellikle İstanbul'dan göç alan Urla ilk sekize girememiştir.

2019 yılında yabancı turist verilerine baktığımızda yine ilk sırada Konak ilçesi gelmektedir. 324 bin 383 yabancı turistin konaklama yaptığı Konak ilçesini Selçuk ve Menderes ilçeleri takip etmektedir. Bu tablo yerli turizm açısından Çeşme'nin önemini ortaya koymaktadır. Yabancı turist sayılarına bakıldığında Selçuk ve Menderes'in yerli turist sayısından daha fazla yabancı turist ağırlayan ilçeler olduğu görülmektedir. 2019 yılında Selçuk'ta konaklayan yabancı turist sayısı 282 bin 242 iken; Menderes'te konaklayan yabancı turist sayısı ise 259 bin 437 olmuştur. İlk üç ilçeyi takiben Çeşme'yi 2019 yılında 106 bin 219 yabancı turist ziyaret etmiştir.

Tablo 11'de on bir metropol ilçesinde en çok konaklama yapan yabancı turistlerin sayı ve milliyetleri verilmiştir. 2019 yılı İzmir genelinde konaklama yapan yabancı turist verileriyle metropol ilçeler karşılaştırıldığında sıralamada bir değişim görülmektedir. Çin'den gelen ziyaretçi sayısı metropol ilçelerde ikinci sırada bulunmaktadır. 2019 yılında İzmir genelinde konaklama yapan Çinli turistlerin sayısı 46 bin 609'dur. Çin'den İzmir'i ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğunun kent merkezini tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 12'de 2019 yılında yerli ve yabancı toplam turist sayıları 14 bin ve üzerinde olan metropol ilçeler dışındaki 12 ilçenin verileri tablo halinde verilmiştir. Az sayıda yerli ve yabancı turist çeken Bayındır, Beydağ, Karaburun, Kınık, Kiraz, Menemen ve Tire ilçeleri kapsam dışında tutulmuştur. İlçelerde en çok konaklama yapan ilk üç milliyetten turist verileri sunulmuş, yine ilçelerde 2019 yılında konaklama yapan toplam yerli, yabancı ve toplam turist sayıları paylaşılmıştır.



Konak Pier

Yerli Turist (2019)		Yabancı Turist (2019)		Metropol İlçeler (2019)	
İlçe	Gelen Kişi	İlçe	Gelen Kişi	Uyruk	Gelen Kişi
Konak	911.904	Konak	324.383	Almanya	45.629
Çeşme	412.011	Selçuk	282.242	Çin	36.010
Menderes	143.783	Menderes	259.437	ABD	24.081
Balçova	106.530	Çeşme	106.219	İran	22.423
Selçuk	100.314	Seferihisar	53.337	İspanya	17.789
Gazimdir	95.108	Balçova	40.761	Toplam Yerli Turist Sayısı	1.373.413
Ödemiş	94.618	Gazimdir	27.861	Toplam Yabancı Turist Sayısı	420.053
Seferihisar	72.976	Karşıyaka	9.091	Turist Sayısı Genel Toplamı	1.793.466

Tablo 9: 2019 yılında yerli turistlerin en çok konaklama gerçekleştirdiği ilk sekiz ilçe (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Tablo 10: 2019 yılında yabancı turistlerin en çok konaklama gerçekleştirdiği ilk sekiz ilçe (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Tablo 11: 2019 yılında metropol ilçelerde en çok konaklama gerçekleştiren ilk beş ülke (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

İlçelerin Yerli ve Yabancı Turist Sayıları (2019)

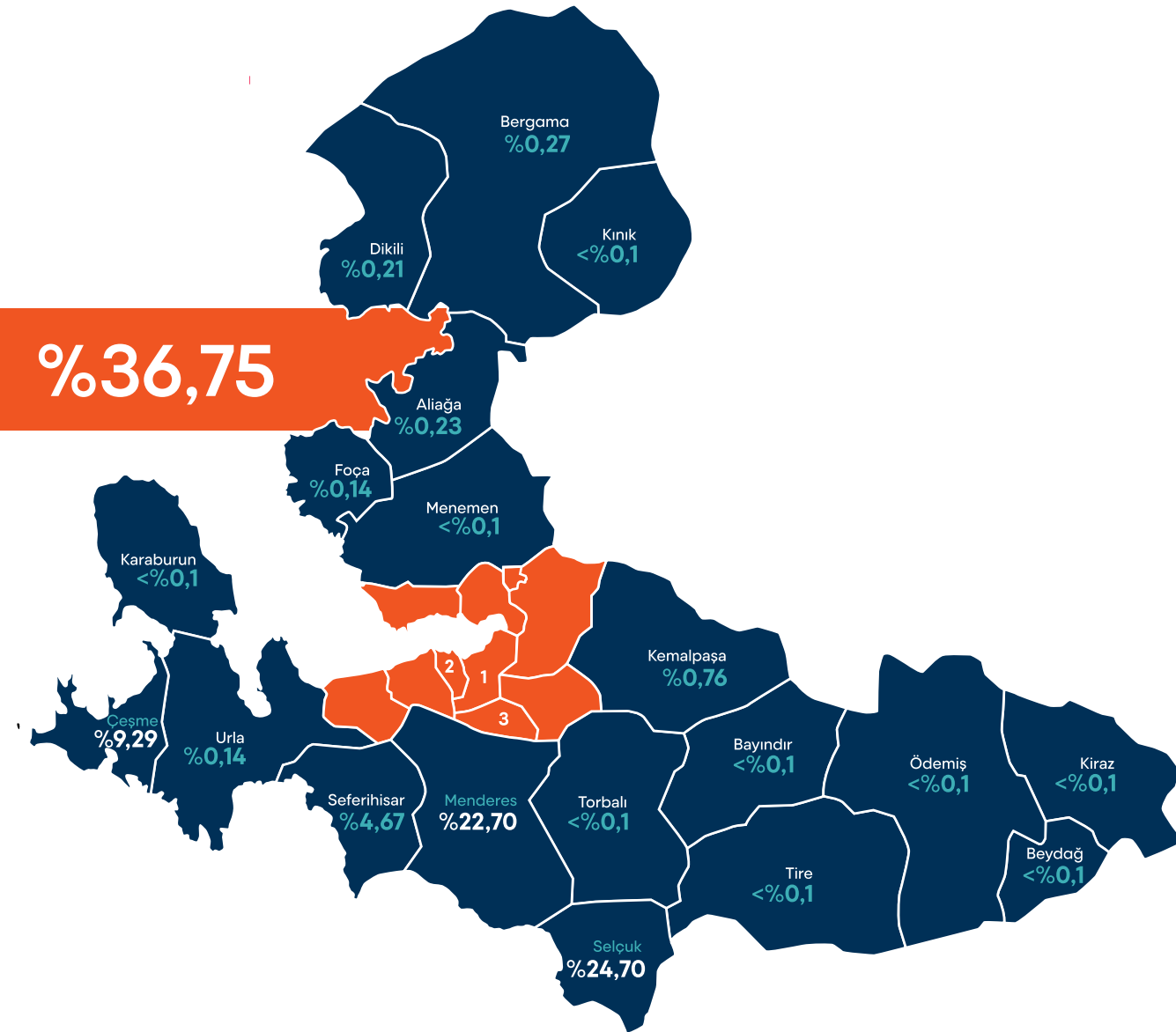
Tablo 12: 2019 yılında ilçelerde en çok konaklama gerçekleştiren ilk üç ülke ve turist verileri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Tablo 12 incelendiğinde genel itibarıyla yerli turist sayısının ilçelerde yabancı turist sayısından fazla olduğu görülmektedir. Menderes ve Selçuk ilçeleri bu duruma istisna oluşturmaktadır. Özellikle Çeşme, iç turizme yönelik en çok öne çıkan destinasyon konumundadır. Önemli değerlerin bulunduğu Bergama, Ödemiş, Dikili ve Foça ilçelerinde az sayıda turistin konaklama yaptığı ve özellikle de yabancı turistin bu ilçeleri tercih etmediği göze çarpmaktadır.

→ ALİAĞA				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	1.256	Yerli		22.116
İsrail	204	Yabancı		2.627
Suriye	202	Genel		24.743
→ BERGAMA				
UYRUK				TOPLAM
A.B.D	331	Yerli		37.071
İtalya	259	Yabancı		3.046
K. Makedonya	255	Genel		40.117
→ ÇEŞME				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	45.509	Yerli		412.011
Çin	7.247	Yabancı		106.219
Bulgaristan	5.608	Genel		518.230
→ DİKİLİ				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	612	Yerli		23.244
Hollanda	297	Yabancı		2.357
Belçika	275	Genel		25.601
→ FOÇA				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	380	Yerli		20.837
Çin	310	Yabancı		1.591
İtalya	95	Genel		22.428

→ KEMALPAŞA				
UYRUK				TOPLAM
Güney Kore	2.943	Yerli		16.214
Meksika	2.521	Yabancı		8.707
Almanya	355	Genel		24.921
→ ÖDEMiŞ				
UYRUK				TOPLAM
Azerbeycan	176	Yerli		16.738
Irak	80	Yabancı		735
Almanya	73	Genel		17.473
→ MENDERES				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	109.577	Yerli		143.783
Belçika	21.659	Yabancı		259.437
Rusya Fed.	20.910	Genel		403.220
→ SEFERİHİSAR				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	34.617	Yerli		72.976
Rusya Fed.	4.715	Yabancı		53.337
Polonya	275	Genel		126.313
→ SELÇUK				
UYRUK				TOPLAM
İngiltere	78.153	Yerli		100.314
Almanya	52.927	Yabancı		282.242
Hollanda	25.049	Genel		382.556
→ URLA				
UYRUK				TOPLAM
Almanya	434	Yerli		12.894
Kazakistan	229	Yabancı		1.617
Hollanda	161	Genel		14.511
→ TORBALI				
UYRUK				TOPLAM
Ukrayna	59	Yerli		15.309
Özbekistan	42	Yabancı		455
Rusya Fed.	33	Genel		15.764

İlçelere Göre Yabancı Turist Sayısı Dağılımı - 2019

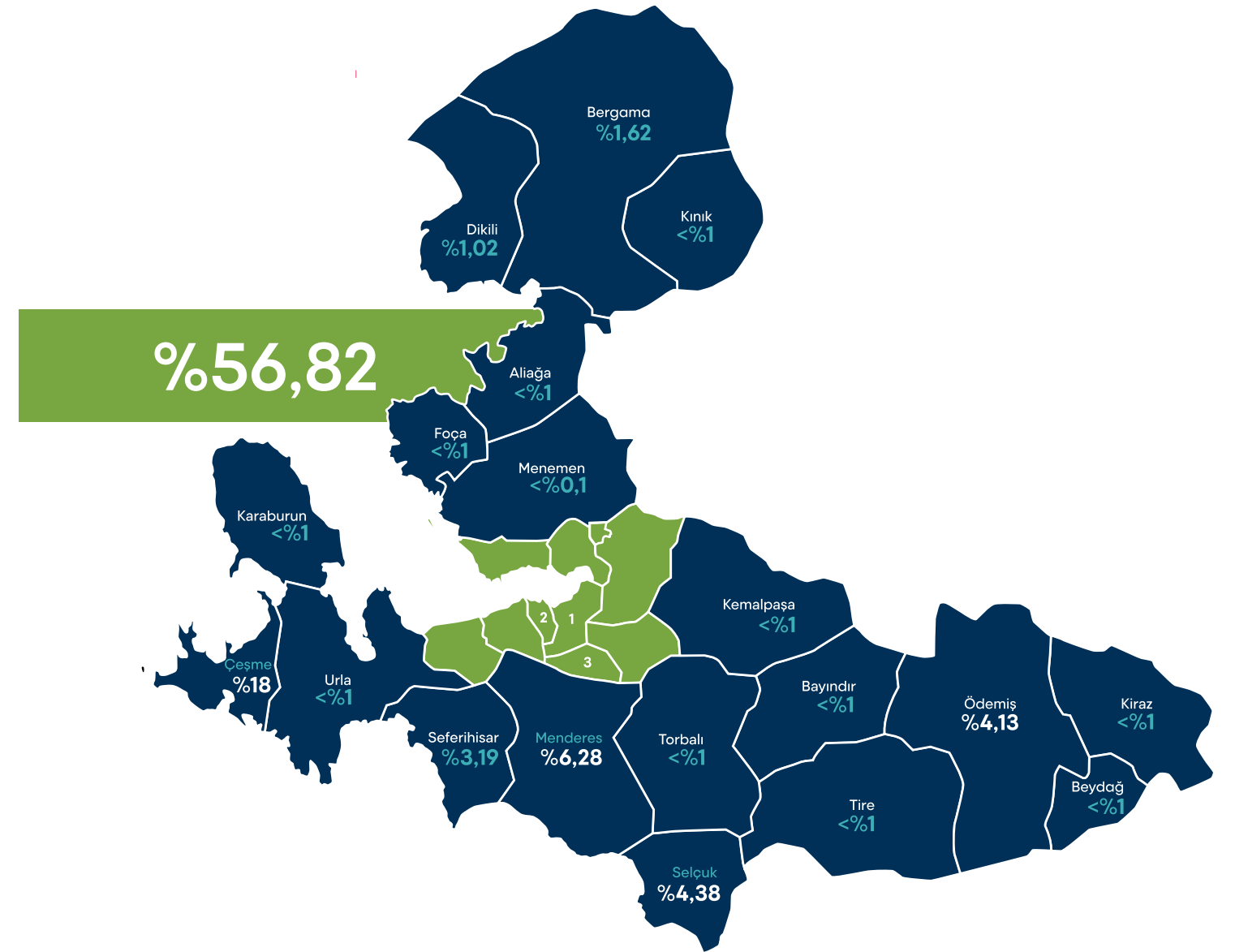


Görsel 7: 2019 yılında İzmir ilçelerinde konaklama yapan yabancı turist dağılımı

METROPOL İLÇELER (İLK 3 İLÇE)

1. Konak	%28,38
2. Balçova	%3,57
3. Gaziemir	%2,44

İlçelere Göre Yerli Turist Sayısı Dağılımı - 2019



Görsel 8: 2019 yılında İzmir ilçelerinde konaklama yapan yerli turist dağılımı

METROPOL İLÇELER (İLK 3 İLÇE)

1. Konak	%39,85
2. Balçova	%4,65
3. Gaziemir	%4,16

➤ Her yıl ortalama olarak 90 bin turistin İzmir gümrük kapılarından giriş yaparak İzmir çevresindeki diğer destinasyonlara yöneldiği söylenebilir.

3.5.3 Gümrük Girişlerine Göre Turist Sayıları

Bu bölümde 2014 – 2019 yılları baz alınarak gümrüklerden giriş yapan yabancı turist sayıları ve bu sayıların Türkiye'ye gelen toplam turist sayısına oranları sunulmuştur. Ayrıca gümrük girişleri ve konaklama bazlı veriler karşılaştırılmalı olarak sunulmuştur.

→ Gümrük Girişlerine göre Turist Sayıları

Tablo 13'de gümrük kapılarından giriş yapan yabancı turist sayıları ve bu sayıların Türkiye'ye giriş yapan turist sayılarına oranı verilmiştir.

2014 ve 2015 yılında Türkiye toplamına oran sırasıyla %3,51 ve %3,31 iken 2016 yılından itibaren bu oranın düştüğü görülmektedir. 2016 yılı öncesinde İzmir'e gelen kruvaziyer gemilerinin bu oransal farkta etkili olduğu söylenebilir.

→ Konaklama Bazlı ve Gümrük Girişlerine göre Turist Sayılarının Karşılaştırılması

Konaklama bazlı veriler ile gümrük girişleri arasındaki farkın 2018 ve 2019 yılında sırasıyla 103 bin 934 ve 80 bin 208 olduğu görülmektedir. Bu iki yılda İzmir Limanı'na herhangi bir kruvaziyer yanaşmamıştır. Dolayısıyla her yıl ortalama olarak en az 90 bin turistin İzmir gümrük kapılarından giriş yaparak İzmir çevresindeki diğer destinasyonlara yöneldiği söylenebilir.

Öte yandan 2015 yılında konaklama bazlı ve sınır kapısından giriş yapan turist sayısındaki fark 166 bin 843'tür. Kruvaziyer turizminin etkisi özellikle 2014 yılı verilerinde gözlenmektedir. 2014 yılında bu iki veri arasındaki fark 459 bin 72'yi bulmuştur.

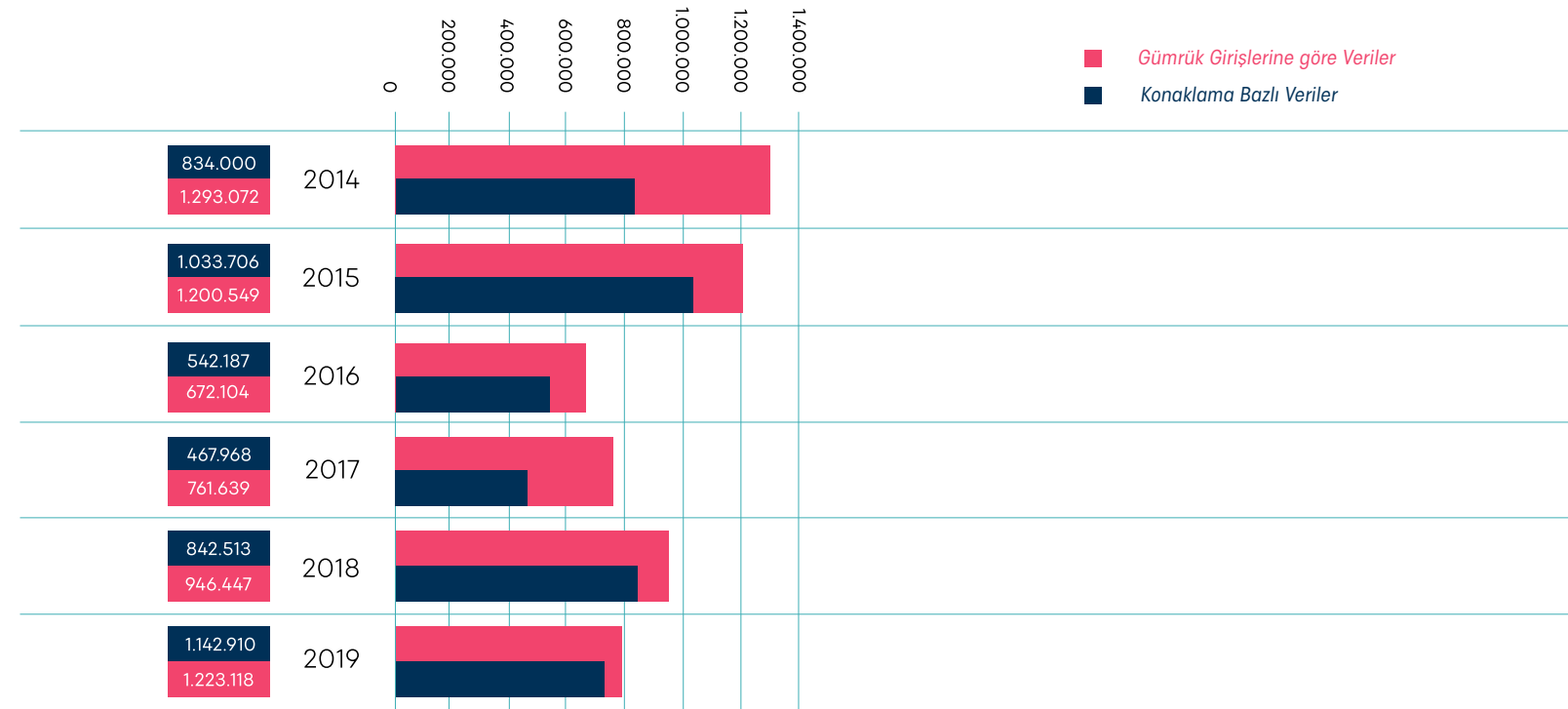
Turist sayılarında olağanüstü düşüş yaşanan 2016 ve 2017 yılları bu karşılaştırmaya dahil edilmemiştir. İlerleyen bölümlerde son on yıl bazında kruvaziyer turizminin İzmir turizmine olan etkisi daha detaylı bir şekilde işlenecektir.

İzmir'e Giriş Yapan Yabancı Turist Sayıları ve Türkiye Karşılaştırmalı Oranları

Yıllar	Toplam Kişi	Türkiye Toplamına Göre Oran (%)
2014	1.293.072	3,51
2015	1.200.549	3,31
2016	672.104	2,65
2017	761.639	2,35
2018	946.447	2,4
2019	1.223.118	2,71

Tablo 13: 2014 - 2019 yılları arasında gümrük kapılarından İzmir'e giriş yapan yabancı turist sayıları ve Türkiye karşılaştırmalı oranları (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Konaklama Bazlı ve Gümrük Girişlerine göre Turist Sayıları



Tablo 14: Konaklama bazlı ve gümrük girişlerine göre turist sayılarının karşılaştırılması (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

➤ **Rusya Federasyonu'ndan 2019 yılında 44 bin 63 kişi İzmir'de konaklama yapmış, gümrük kapılarından 34 bin 422 kişi giriş yapmıştır.**

➤ **İzmir'in önemli bir kruvaziyer durağı olduğu 2011 ve 2013 yılları arasında yılda 500 bin civarı yabancı turistin denizyolu ile İzmir'e giriş yaptığı görülmektedir.**

3.5.4 2018 ve 2019 Yılı Gümrük Girişlerinin Milliyetlere Göre Dağılımı

Bu bölümde 2019 yılında gümrüklerden en çok giriş yapmış on ülkenin dağılımı baz alınarak 2018 ve 2019 verileri karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Konaklama bazlı ve gümrük girişlerine göre turist sayılarının milliyetlere göre karşılaştırılması analizi daha karmaşık hale getirmektedir. Özellikle Almanya, Belçika ve Hollanda gibi ülkelerde Türk asıllı olup bu ülkelerin vatandaşlığını almış çok sayıda kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin eş, dost ve akraba ziyaretleri için özellikle de yaz aylarında İzmir'e geldiği bilinmektedir.

Örneğin 2019 yılında İzmir'de 291 bin 634 Almanya vatandaşı konaklama yapmıştır. Öte yandan yine 2019 yılında 414 bin 639 Almanya vatandaşı gümrük kapılarından giriş yapmıştır. Aradaki fark 123 bin 5 kişidir. Hâlbuki 2019 yılında toplam turist sayıları göz önüne alındığında konaklama bazlı ve gümrük girişlerine göre turist sayıları arasındaki toplam fark bir önceki bölümde de belirtildiği gibi 80 bin 208'dir. Aynı durum oransal olarak Belçika ve Hollanda için de geçerlidir.

Öte yandan görece daha az Türk asıllı nüfusa sahip olan ülkelerde fark daha azdır. Rusya Federasyonu'ndan 2019 yılında 44 bin 63 kişi İzmir'de konaklama yapmış, gümrük kapılarından 34 bin 422 kişi giriş yapmıştır. Bu fark Polonya için yine 10 bin düzeylerindedir.

Bunların yanı sıra çevre illerden turistler de İzmir'e gelmekte ve İzmir'de konaklama yapmaktadır. Özellikle otobüs turları gibi turizm hizmetlerini tercih eden turistler bu verilerin karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır.

İzmir'e hangi ülkelerden turistin geldiği değerlendirirken konaklama bazlı verilerin dikkate alınması daha sarıh veri analizi yapılmasını sağlayacaktır. Bu verilere aynı zamanda, sadece limanlardan giriş yapan kruvaziyer yolcularının dahil edilmesi gerekmektedir. Bu turistler turizm literatüründe günübirlikçi tanımı içine dahil edilmektedir. Kruvaziyer gemileri limanlarda ya tek gün kalmakta, birden fazla gece kalınan durumlarda ise ziyaretçiler yine kruvaziyerlerde konaklamaktadır.

3.5.5. Gümrük Girişlerinin Ulaşım Biçimlerine Göre Dağılımı

Bu bölümde son on yılda gümrük kapılarından giriş yapan yabancı turistlerin ulaşım biçimleri açısından dağılımı verilmiştir.

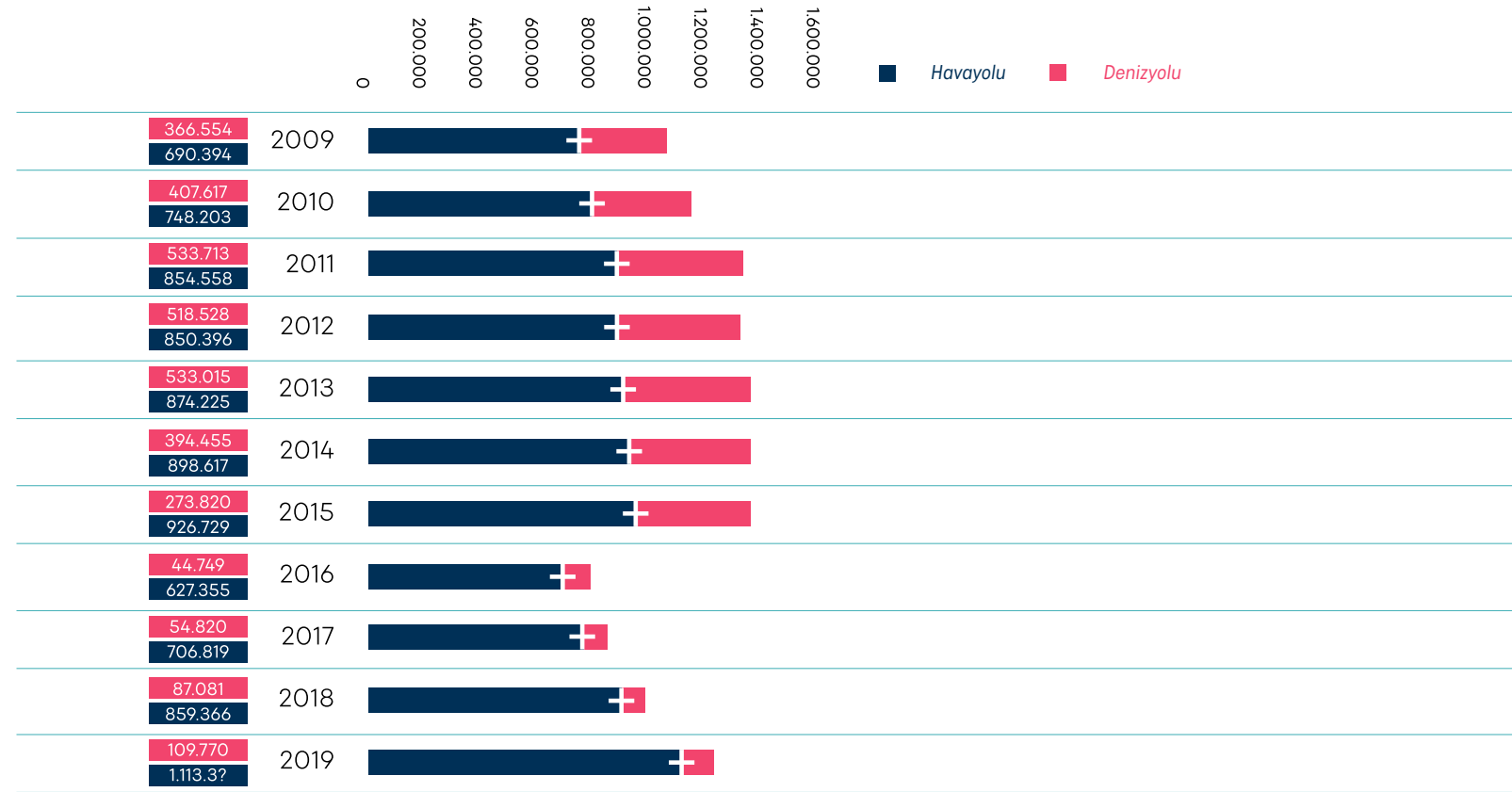
2016 yılı öncesi verilerine bakıldığında kruvaziyer turizminin İzmir turizmine olan pozitif etkisi görülmektedir. 2018 ve 2019 yıllarında denizyoluyla İzmir'e giriş yapan yabancı turist sayısının havayolu ile giriş yapanların yaklaşık %10'u kadar olduğu görülmektedir. İzmir'in önemli bir kruvaziyer durağı olduğu 2011 ve 2013 yılları arasında yılda 500 bin civarı yabancı turistin denizyolu ile İzmir'e giriş yaptığı görülmektedir.

Gümrük Girişlerinin Milliyetlere göre Dağılımı (2018-2019)

Uyruk	Toplam Kişi (2018)	Toplam Kişi (2019)
Almanya	381.131	414.639
İngiltere	76.970	120.852
Hollanda	76.643	81.157
İran	44.376	63.518
Fransa	43.503	54.411
Belçika	39.247	46.942
Polonya	24.224	41.728
Yunanistan	25.566	32.489
Rusya	34.422	26.221
Ukrayna	20.611	24.715

Tablo 15: 2018 ve 2019 yılı gümrük girişlerinin milliyetlere göre dağılımı (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

Yabancı Turistlerin Ulaşım Biçimlerine göre Dağılımı



Tablo 16: 2009 - 2019 yılları arasında gümrük kapılarından giriş yapan yabancı turistlerin ulaşım biçimlerine göre dağılımı (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

➔ 42 belediye belgeli otel ile Çeşme ilçesinin ilk sırada olduğu görülmüştür. 29 belediye belgeli otel ile Konak; 20 belediye belgeli otel ile Menderes ilçeleri ikinci ve üçüncü sırada gelmektedir.

3.5.6. Konaklama Tesisleri

Bu bölümde İzmir’de bulunan, belediyeler tarafından belgelendirilmiş konaklama tesisleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş Turizm İşletme Belgeli konaklama tesisleri ile Yatırım İşletme Belgeli konaklama tesislerine dair güncel veriler sunulmuştur.

➔ Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri

İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından ilçe belediyelerinden talep edilen veriler doğrultusunda İzmir genelinde yerel yönetimlerce belgelendirilmiş bin beş yüze yakın belediye belgeli konaklama tesisi bulunduğu tahmin edilmektedir. Bu tesisler arasında otel, apart otel, motel, pansiyon, ev pansiyonu, tatil köyü ve kamp alanları gibi tüm türlerde konaklama tesisleri bulunmaktadır. Yapılan incelemede ağırlık olarak pansiyon tipi tesislerin bulunduğu görülmüştür.

Mart 2020’de gerçekleştirilen çalışmada sadece otel türünde belediye belgeli konaklama tesisleri incelenmiştir. Yapılan çalışma neticesinde İzmir ve ilçelerinde yaklaşık 321 adet belediye belgeli otel olduğu tespit edilmiştir. Yapılan detaylı çalışma ve öznel değerlendirmelerle turizm arzına uygun olduğu tespit edilen belediye belgeli otel sayısı ise 160’tır.

Bahsi geçen 160 belediye belgeli otele dair detay verileri yanda sunulmuştur. İncelenen 160 belediye belgeli otelin 5 bin 590 odası ile toplam yatak kapasitesi 11 bin 366’dır. Bazı otellerin reel yatak kapasiteleri bulunamamış, bu otellere dair yatak kapasitesi oda sayısının iki ile çarpılmasıyla elde edilmiştir.

Veriler değerlendirildiğinde 42 belediye belgeli otel ile Çeşme ilçesinin ilk sırada olduğu görülmüştür. 29 belediye belgeli otel ile Konak; 20 belediye belgeli otel ile Menderes ilçeleri ikinci ve üçüncü sırada gelmektedir.

Yatak kapasitesinin ilçelere göre dağılımı dikkat alındığında Çeşme 4 bin 450 yatak ile ilk sırada bulunmaktadır. Menderes ilçesinde 2 bin 566, Konak ilçesinde ise bin 758 adet yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Söz konusu yaklaşık bin beş yüz tesis sayısı her ay değişmekte, yeni tesisler açılmakta ve mevcut tesisler kapanmaktadır. Bunun yanı sıra bu tesislerin tamamının turizm arzına uygun olmadığı açıktır.

İzmir genelinde tüm belediye belgeli tesisler için gerçek yatak kapasitesine ulaşılması için öncelikle bu tesislerin turizm arzına uygun niteliklerde olup olmadığı nesnel kriterlerle değerlendirilmelidir. Daha sonra ilgili kurumların eşgüdümüyle dijital bir takip sistemi kurulmalı ve sezonluk veriler bu dijital sistem üzerinden takip edilmelidir.

Yatak Kapasitesine Göre İlk Beş İlçe

İLÇELER	YATAK KAPASİTESİ
ÇEŞME	4450
MENDERES	2566
KONAK	1755
KARABURUN	512
FOÇA	424

Tablo 17: Belediye işletme belgeli otellerin yatak kapasitesine göre dağılımı - ilk beş ilçe

Belediye Belgeli Oteller - İlçe Bazlı Dağılım

İLÇELER	OTEL SAYILARI
ÇEŞME	42
KONAK	29
MENDERES	20
FOÇA	16
URLA	9
KARABURUN	9
SEFERİHİSAR	6
ALİAĞA	6
SELÇUK	6
DİKİLİ	5
BERGAMA	4
GAZİEMİR	3
NARLIDERE	2
KEMALPAŞA	1
TİRE	1
ÖDEMİŞ	1

Tablo 18: Belediye işletme belgeli otellerin ilçe bazlı dağılımı

➤ **Turizm İşletme Belgeli tesislerin ilçelere göre dağılımına bakıldığında ilk sırada 63 adet tesis ile Konak ilçesi bulunmaktadır. Konak ilçesini 53 adet tesis ile Çeşme; 14 adet tesis ile Selçuk takip etmektedir.**

➔ Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayımlanan Turizm İşletmesi Belgeli tesis verileri en son 10 Şubat 2020 tarihinde güncellenmiş veriler üzerinden değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmada bakanlık tarafından yayımlanan listede 213 adet Turizm İşletme Belgeli tesis olduğu görülmüştür. Yapılan detaylı çalışmada bu listedeki iki tesisin kapanmış olduğu, bir otelin başka bir işletme ile birleşerek listede bulunduğu dolayısıyla mükerrer olduğu, diğer bir tesisin ise sadece restaurant / bar olarak bilgilerine ulaşıldığı için aşağıdaki çalışmada kapsam dışında tutulmuştur. Kapsam dışında tutulan dört tesis çıkarılarak toplam 209 tesise yönelik detaylı veriler paylaşılmıştır.

İzmir'in yirmi üç ilçesinde bulunan 209 Turizm İşletme Belegeli tesisin oda sayısı 18 bin 968, yatak kapasitesi yaklaşık olarak 38 bin 796'dır. Bazı tesislerin reel yatak kapasitesine ulaşamamış, bu durumlarda oda sayısının iki ile çarpılmasıyla yaklaşık yatak kapasitesine ulaşılmıştır.

Turizm İşletme Belgeli tesislerin ilçelere göre dağılımına bakıldığında ilk sırada 63 adet tesis ile Konak ilçesi bulunmaktadır. Konak ilçesini 53 adet tesis ile Çeşme; 14 adet tesis ile Selçuk takip etmektedir.

Yatak kapasitesine göre ilk sırada 9 bin 781 yatak ile Konak ilçesi, ikinci sırada 8 bin 160 yatak ile Çeşme ve üçüncü sırada 6 bin 24 yatak ile Menderes ilçeleri gelmektedir.

Yatak Kapasitesine Göre İlk Beş İlçe

İLÇELER	YATAK KAPASİTESİ
KONAK	9781
ÇEŞME	8160
MENDERES	6024
SELÇUK	5503
SEFERİHİSAR	1680

Tablo 19: Turizm işletme belgeli otellerin yatak kapasitesine göre dağılımı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Turizm İşletme Belgeli Oteller İlçe Bazlı Dağılım

İLÇELER	OTEL SAYILARI
KONAK	63
ÇEŞME	53
SELÇUK	14
MENDERES	11
URLA	9
FOÇA	8
SEFERİHİSAR	7
DİKİLİ	7
GAZİEMİR	6
BORNOVA	4
ÖDEMiŞ	4
ALİAĞA	3
BALÇOVA	3
KARŞIYAKA	3
BERGAMA	2
KARABURUN	2
NARLIDERE	2
TİRE	2
TORBALI	2
BAYINDIR	1
BAYRAKLI	1
ÇİĞLİ	1
KEMALPAŞA	1

Tablo 20: Turizm işletme belgeli otellerin ilçe bazlı dağılımı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

➤ İzmir'in seçili belediye belgeli otel ve turizm işletme belgeli tesislerinin yatak kapasitesinin %50'si daha çok sezonluk açık kalan işletmelerin bulunduğu ve kıyı turizminin ön planda olduğu birinci gruptaki ilçelerde yoğunlaşmaktadır.

➔ Seçili Belediye Belgeli Otel ve Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Toplu Gösterimi

Bu bölümde daha önce öznel kriterlere göre turizm arzına uygun olduğu belirtilen 160 belediye belgeli otel ve 209 turizm işletme belgeli tesisin İzmir genelinde dağılımı incelenmektedir. Yapılan bu çalışma belediye belgeli pansiyon benzeri küçük işletmeleri kapsamamaktadır. Özellikle kıyı turizminin yaygın olarak gerçekleştiği Çeşme ve Foça gibi ilçelerin yanı sıra Birgi gibi bazı destinasyonlarda turizm arzına uygun nitelikte pansiyon tipi işletmelerin bulunduğu bilinmektedir. Bu tesislerin tamamı düşünüldüğünde tüm İzmir'de toplam yatak kapasitesinin 60 bin civarı olduğu tahmin edilmektedir. Halihazırdaki çalışma dışında kalan yaklaşık 10 bin yatak kapasitesine sahip işletmenin ne kadarının turizm arzına uygun olduğu ise bilinmemektedir.

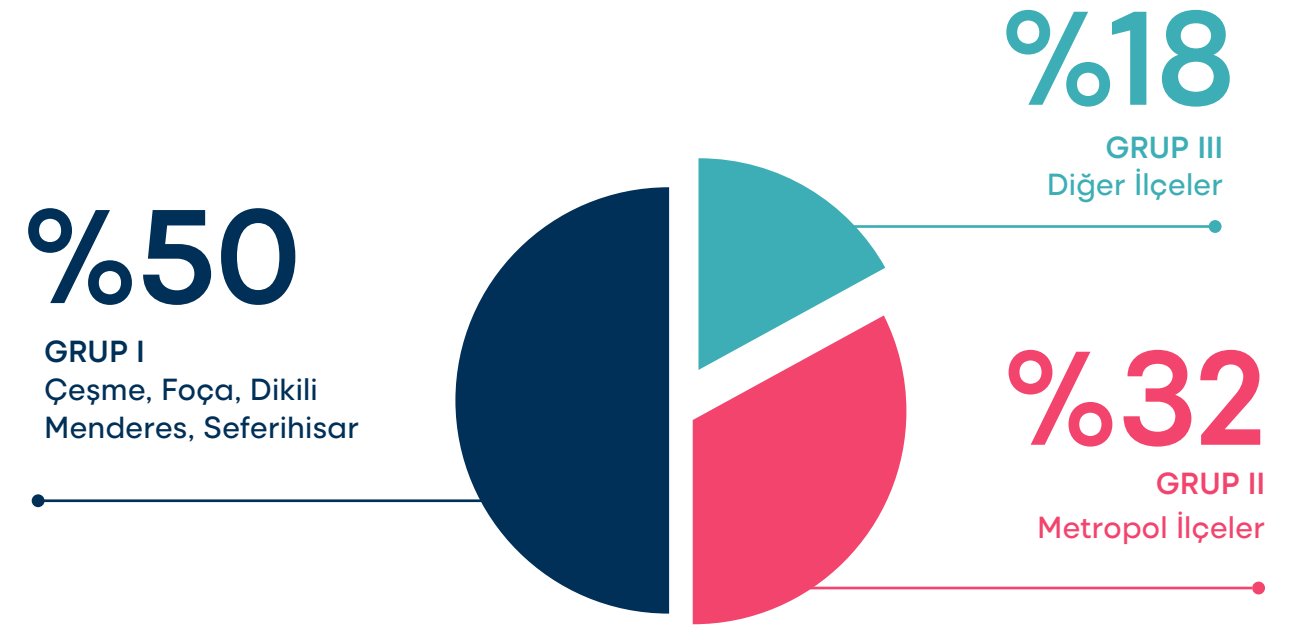
Bahsi geçen toplam 369 tesiste yaklaşık olarak 24 bin 558 oda ve 50 bin 160 yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Otellerin dağılımı göz önünde bulundurulurken turizm türlerinin yoğunluğuna göre üç segment oluşturulmuştur. Daha çok kıyı ve deniz turizmine yönelik ziyaret edilen ve belli başlı bölgelerinde sadece sezonluk açık olan tesislerin yoğun olarak bulunduğu Çeşme, Foça, Dikili, Menderes ve Seferihisar birinci grubu oluşturmaktadır. İkinci grupta metropol ilçeler; Çiğli, Karşıyaka, Bayraklı, Bornova, Buca, Konak, Gaziemir, Balçova, Narlıdere, Güzelbahçe ve Karabağlar ilçeleri bulunmaktadır. Üçüncü ve son grupta ise diğer ilçeler bulunmaktadır.

Yapılan gruplamaya göre birinci gruptaki Çeşme, Foça, Dikili, Menderes ve Seferihisar ilçelerinde toplam 12 bin 264 oda ve 25 bin 167 yatak kapasitesi bulunmaktadır. İkinci grupta bulunan metropol ilçelerdeki toplam oda sayısı 7 bin 923 ve toplam yatak kapasite ise 15 bin 760'dır. Üçüncü ve son gruptaki diğer ilçelerde ise toplam oda sayı 4 bin 471 ve toplam yatak kapasitesi 9 bin 223'tür.

Yandaki grafikte de görüldüğü gibi İzmir'in seçili belediye belgeli otel ve turizm işletme belgeli tesislerinin yatak kapasitesinin %50'si daha çok sezonluk açık kalan işletmelerin bulunduğu ve kıyı turizminin ön planda olduğu birinci gruptaki ilçelerde yoğunlaşmaktadır. Bu da özellikle kış sezonunda İzmir'in yatak kapasitesinin yarısının kullanım dışı olduğunu göstermektedir. İzmir, turizm ürünleri göz önünde bulundurulduğunda tüm yıl boyunca turist çekebilecek potansiyele sahip bir şehirdir. Özellikle yatak kapasitesinin yarısını bulunduran birinci gruptaki ilçelerde yaz sezonu dışında da turizmin devam etmesi için gerekli planlamanın yapılması, özellikle etkinlik, festival ve kongre turizm türlerinin geliştirilmesi böylelikle yaz sezonunun uzatılması veya kış sezonunda da bu ilçelerin turist çekmesi hedeflenmelidir.

Yatak Sayıları Dağılımı



Öte yandan merkez ilçelerdeki yatak kapasitesinin de kent turizmi geliştiği ölçüde artırılması gerekmektedir. Üçüncü ve son grupta Bergama ve Selçuk gibi kültür turizmine yönelik destinasyonların yanı sıra Ödemiş – Birgi, Urla, Karaburun gibi diğer destinasyonlar bulunmaktadır. Bu ilçelerdeki turizm ürünleri ön plana çıkarılarak ya da turizm ürünleri çeşitlendirilerek destinasyonlardaki turizm hareketinin tüm yıla yayılması hedeflenmelidir.

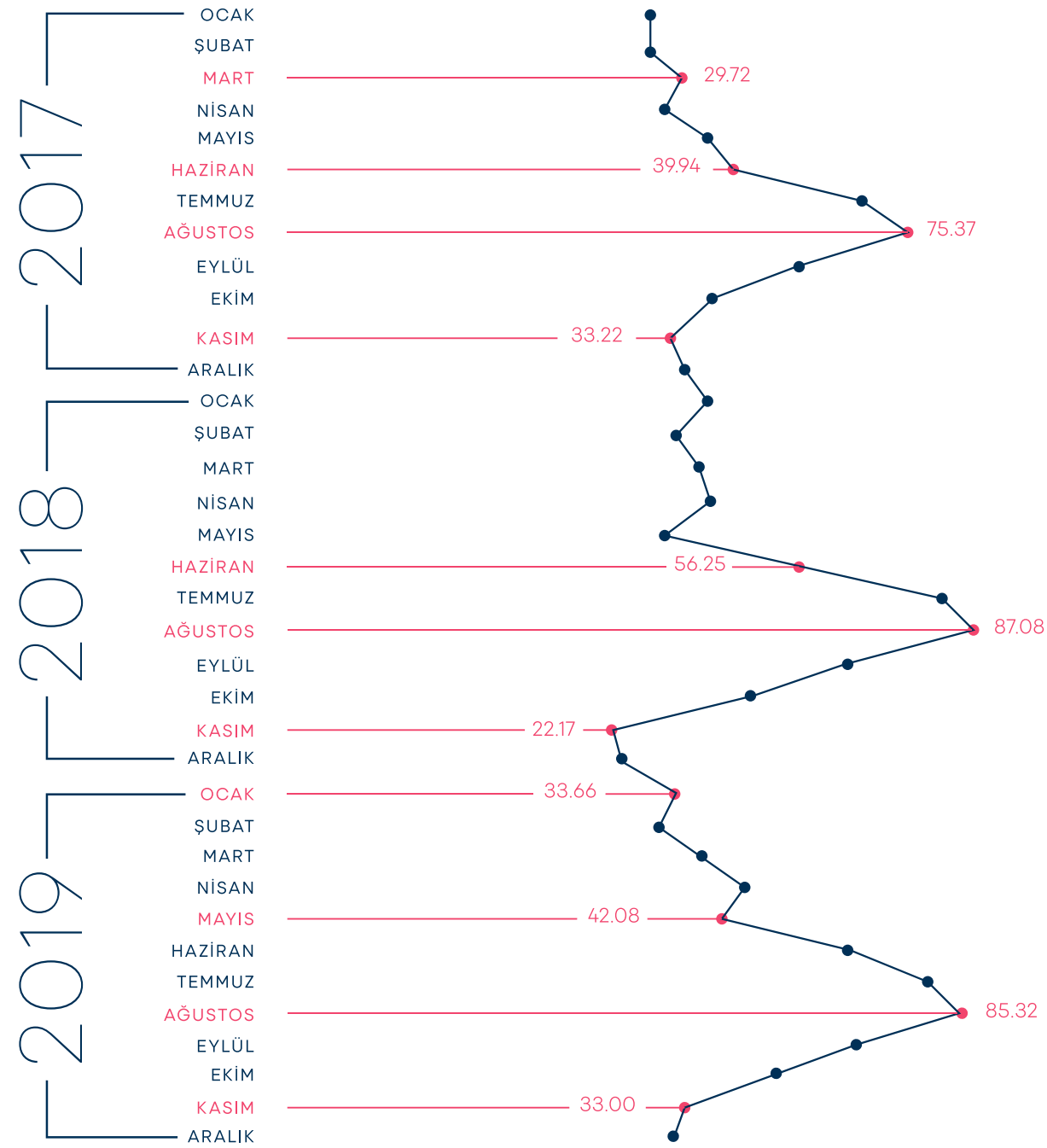
İzmir'in genel itibarıyla mevcut turist sayısı ve artış potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda yeterli yatak kapasitesine sahip olduğu söylenebilir. İzmir turizminin geliştirilmesi için atılması gereken en önemli adımlardan biri, destinasyonların ve turizm ürünlerinin tüm yıl boyu turist çekebilecek şekilde yönetilmesi olmalıdır.

➔ Yatırım İşletme Belgeli Tesisler

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 4 Şubat 2020 tarihinde yayımladığı listeye göre, İzmir ve ilçelerinde yatırım işletme belgesi almış kırk beş tesis bulunmaktadır. Çeşme'de yirmi üç adet, Konak'ta beş adet, Menderes ve Selçuk'ta üçer adet, Dikili, Seferihisar ve Urla'da ikişer adet Aliağa, Balçova, Karaburun, Menemen ve Ödemiş'te ise birer adet yatırım işletme belgesi tesis bulunmaktadır. Bu tesislerde 3 bin 814 oda ve 8 bin 468 yatak kapasite bulunmaktadır.

Tablo 21: Belediye ve turizm işletme belgeli otellerin yatak kapasitelerine göre ilçe bazlı gruplandırılması

Konaklama Tesislerinin Ay Bazında Doluluk Oranları



Tablo 22: 017, 2018 ve 2019 yılları konaklama tesislerinin ay bazında doluluk oranları (Ege Turistik İşletme ve Konaklamalar Birliği)



3.5.7 Türkiye Vatandaşlarına Dair Turizm Verileri

Bu bölümde iç turizme yönelik konaklama bazlı veriler ve yurtdışı ikametli Türkiye vatandaşlarının gümrük giriş verileri sunulmuştur.

Konaklama Bazlı İç Turizm Verileri

→ Konaklama Bazlı İç Turizm Verileri

Yıllar	Tesise Gelen Toplam Kişi	Toplam Geceleme	Ortalama Kalış
2016	3.618.027	5.491.339	1,52
2017	1.929.727	3.611.529	1,87
2018	2.144.758	4.010.531	1,87
2019	2.288.557	4.269.886	1,87

Tablo 23: 2016 – 2019 yılları arasında konaklama bazlı iç turizm verileri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Türkiye Vatandaşlarının Gümrük Girişleri

Yıllar	Toplam Kişi
2014	553.737
2015	594.167
2016	606.357
2017	675.732
2018	664.172
2019	750.999

Tablo 24: Türkiye vatandaşlarının gümrük girişi verileri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Yukarıdaki tabloda 2016 – 2019 yılları arasında Türkiye vatandaşlarının İzmir genelinde konaklama bazlı verileri sunulmuştur. 2017, 2018 ve 2019 yılları göz önüne alındığında yıllık yaklaşık 2.1 milyon Türkiye vatandaşının İzmir’deki konaklama tesislerinde kaldığı görülmektedir. Türkiye genelinde yabancı turist sayısında azalma yaşanan 2016 yılında İzmir genelinde 3 milyon 618 bin 27 Türkiye vatandaşı konaklama yapmıştır.

→ Türkiye Vatandaşlarının Gümrük Girişi Verileri

Gümrük kapılarından giriş yapan Türkiye vatandaşları verileri paylaşılmıştır. Bu veriler hem yurtiçi hem yurtdışı ikametli vatandaşların verilerini içermektedir. Ayrıca İzmir’e direkt uçuşlarının sayısının az olması sebebiyle yurtdışında geliş yapan kişilerin bir kısmının diğer şehirlerden aktarmalı olarak İzmir’e ulaştığı bilinmektedir. Bu durum yabancı turistler için de geçerlidir.

Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda hem yurtdışı hem de yurtiçi verileri için gümrük kapısı girişlerinden reel turist sayıları elde etmek oldukça güçtür. Bu sebeple konaklama bazlı verilerin göz önünde bulundurulması İzmir turizmine dair daha doğru sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

3.5.8. Diğer Turizm Verileri

DHMI’den alınan verilere göre İzmir Adnan Menderes Havaalanı yolcu trafiği (gelen-giden) tabloda gösterilmiştir;

Yıllar	İç Hat	Dış Hat	Toplam
2018	10.679.60	2.730.77	13.410.37
2019	9.047.014	3.338.315	12.385.32

İzmir Adnan Menderes Havalimanı; yolcu trafiği bakımından ülkemiz hava-limanları arasında İstanbul, Antalya ve Ankara’dan sonra dördüncü sırada yer almaktadır.⁽⁴¹⁾

Tablo 25: İzmir Adnan Menderes Havaalanı yolcu trafiği (gelen-giden) gösterimi (Devlet Hava Meydanları İşletmesi)

İzmir’den 35 ülkedeki 68 destinasyon, 41 havayolu şirketi ile uçuş gerçekleştirilmektedir. Bu değerlendirmeye toplam giden yolcu sayısı binin altında olan havayolu şirketleri dahil edilmemiştir. Veriler koronavirüs salgını öncesi verileridir.⁽⁴²⁾

^{41.}Devlet Hava Meydanları İşletmesi (DHMI)
^{42.} TAV Airport, Adnan Menderes Havaalanı Uçuş Bilgileri <http://www.adnanmenderesairport.com/tr-TR/ucus-bilgileri/page/ucus-noktalari>.
^{43.} ucusbilgileri.net/ucus-yolculuk-suresi-hesaplama.php.

İzmir’den diğer ülkelere gerçekleştirilen direkt uçuşlar ortalama 3 saatlik uçuş mesafesinde bulunmaktadır.⁽⁴³⁾

İzmir’den Diğer Ülkelere Gerçekleştirilen Direkt Uçuşların Ortalama Süreleri

3. Kategori

Dublin 4 saat 21 dakika

Doha 3 saat 53 dakika

Londra 3 saat 40 dakika

Helsinki 3 saat 30 dakika

2. Kategori

Amsterdam 3 saat 19 dakika

Paris 3 saat 16 dakika

Tahran 3 saat 5 dakika

Kuveyt 3 saat 5 dakika

1. Kategori

Moskova 2 saat 57 dakika

Berlin 2 saat 41 dakika

Milano 2 saat 23 dakika

Viyana 1 saat 58 dakika

Tablo 26: İzmir’den diğer ülkelere gerçekleştirilen direkt uçuşların ortalama süreleri

İzmir’e Denizyolu İle Giriş Yapan Turist Sayıları (2017 - 2018 - 2019)

Yıllar	Alsancak Limanı	Aliağa Limanı	Çeşme Limanı	Dikili Limanı	Foça Limanı	Seferihisar Limanı
2017	1.135	3.330	37.209	88	6	0
2018	14.306	21.026	52.448	780	4	0
2019	12.901	21.209	73.672	1837	23	1.635

Tablo 27: İzmir’e denizyolu ile giriş yapan turistlerin giriş yaptıkları limanlara göre dağılımı (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

Günübirlik Gezi Tekneleri

İlçeler	Sayılar
Balçova	2
Güzelbahçe	6
Çeşme	53
Foça	35
Dikili	11
Menderes	7
Seferihisar	30
Urla	3
Karaburun	10
Mordoğan	12
Toplam	156

Tablo 28: İzmir’de bulunan günübirlik gezi teknelerinin ilçelere göre dağılımı (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

Bir liman kenti olan İzmir’e denizyolu ile giriş yapan turistler Alsancak, Aliağa, Çeşme, Dikili, Foça ve Seferihisar limanlarını kullanmaktadır.

İzmir limanlarından giriş yapan turist sayısı bir önceki yıllara göre 2018 yılında %33,75; 2019 yılında %19,88 artış göstermiştir. En çok turistin giriş yaptığı liman, Çeşme Limanı’dır.

İzmir’de 5.641 yolcu kapasiteli 156 günübirlik gezi hizmeti veren tekne bulunmaktadır. Kıyı ve deniz turizminin yoğun olarak gerçekleştiği ilk üç ilçede, Çeşme, Foça ve Seferihisar olmak üzere sırasıyla 53, 35 ve 30 günübirlik tekne bulunmaktadır.

Özellikle Akdeniz’deki liman kentleri için daha da önemli olan kruvaziyer turizmi dünya çapında hızla gelişen, orta ve üst gelir grubuna hitap ettiği için ekonomik açıdan yüksek getiri sağlayan bir turizm çeşididir. Turizmin çeşitlendirilmesinde ve tüm yıla yayılmasında büyük öneme sahip kruvaziyer turizmde hedef, İzmir’de geceleme yapılacak şekilde seferler organize edilmesi ve kentte kalış sürelerinin uzatılmasıdır. Son 15 yılda İzmir’de kruvaziyer turist sayısı 3.754.285’e ulaşmıştır. İzmir 2011, 2012 ve 2013 yıllarında Dünya Seyahat Ödülleri kapsamında “Avrupa’nın Lider Kruvaziyer Destinasyonu” ödülünü almıştır.⁽⁴⁴⁾

Alsancak Limanı’na Yanaşan Kruvaziyer Gemileri

Yıl	Alsancak Limanı’na Yapılan Toplam Sefer Sayısı	Gelen Yolcu Sayısı
2013	191	486.493
2014	137	335.891
2015	108	241.716
2016	24	27.619
2017	18	9.172

Tablo 29: 2013-2017 yılları arasında Alsancak Limanı’na yanaşan kruvaziyer gemileri sefer sayısı ve gelen yolcu sayısı (İzmir Ticaret Odası)

2019 Yılsonu Verilerinde ise Çeşme Limanı Kruvaziyer Gemi ve Yolcu Hacmi

Kruvaziyer Tipi Yolcu Gemisi	Gelen Yolcu	Giden Yolcu
31	24.761	23.940

2019 yıl sonu verilerinde ise Çeşme Limanı kruvaziyer gemi ve yolcu hacmi yukarıda sunulmuştur:

→ Fuar

İzmir Fuar AŞ gibi Türkiye’nin en önemli fuar şirketlerinden birini barındıran İzmir, Türkiye’nin en büyük fuar merkezlerinden de biridir. 2019 yılı verilerine göre İstanbul’dan sonra en çok fuar düzenlenen şehir İzmir olmuştur. Dünyanın en köklü fuarlarından biri, Türkiye’nin ise ilk fuarı olan İzmir Enternasyonal Fuarı bu yıl koronavirüs koşulları da dikkate alınarak 89. kez kapılarını açmıştır.

İzmir’de yıl boyu gerçekleştirilen fuarlar, şehrin turizm gelirine katkı sunmanın yanı sıra İzmir’in uluslararası alanda bilinirliği artırmaktadır. Aşağıda 2017, 2018 ve 2019 yıllarında İzmir’in fuar turizmi verileri sunulmuştur.⁽⁴⁵⁾

Fuarcılık Verileri

Yıllar	Düzenlenen Fuar Sayısı	Toplam Fuar Katılımcı Sayısı	Yabancı Ülke Katılımcı Sayısı	Yabancı Katılımcı Sayısı*	Toplam Ziyaretçi Sayısı	Yabancı Ziyaretçi Sayısı
2017	30	6.391	302	1.077	2.091.820	26.642
2018	41	6.263	334	620	1.982.204	35.668
2019	38	6.631	323	1.014	1.991.370	43.166

* Doğrudan ve dolaylı yabancı katılım sayıları birlikte verilmiştir.

Tablo 31: 2017, 2018 ve 2019 yılları fuarcılık verileri (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)

⁴⁴. İzmir Ticaret Odası (İZTO) <http://www.izto.org.tr/tr/izmirde-kruvaziyer-turizmi>.

⁴⁵. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Faaliyet Raporu 2019

→ Müzeler ve Ören Yerleri

İzmir’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’na, Devlet Demiryolları’na, Milli Eğitim Bakanlığı’na, belediyelere, kurum ve şahıslara ait müzeler bulunmaktadır. 2018 verilerine göre İzmir’de bakanlığa bağlı 10, bakanlık denetiminde 17 müze bulunmaktadır.⁽⁴⁶⁾

İzmir İlinde Kültür ve Turizm Bakanlığı’na Bağlı Müzelerin Ziyaretçi Sayıları (2018 - 2019)

Müze ve Ören Yerinin Adı	2017	2018	2019	2018/17	2019/18
Arkeoloji Müzesi	23.099	23.761	28.149	2,9	18,5
Atatürk Müzesi	134.452	144.666	166.330	7,6	15,0
Tarih ve Sanat Müzesi	12.474	8.154	11.408	-34,6	39,9
Bergama Müzesi	21.277	19.741	24.733	-7,2	25,3
Efes Müzesi	62.860	81.224	104.143	29,2	28,2
Çeşme Müzesi	88.002	107.000	126.624	21,6	18,3
Ödemiş Müzesi	1.344	2.052	4.289	52,7	109,0
Tire Müzesi	7.935	6.754	8.973	-14,9	32,9
Çakırağa Konağı	9.174	-	-	-	-
Etnografya	-	31.822	14.513	-	-54,4
Müze Toplam	360.617	425.174	489.162	17,9	15,0
Agora	34.002	33.458	53.230	-1,6	59,1
Efes	967.670	1.478.792	1.810.791	52,8	22,5
St. Jean	79.993	111.486	159.830	39,4	43,4
Yamaç Evleri	37.628	225.500	77.405	499,3	-65,7
Akropol	111.214	157.490	200.377	41,6	27,2
Asklepion	49.894	83.624	117.061	67,6	40,0
Bazilika	16.659	29.765	43.092	78,7	44,8
Teos Ören Yeri	25.228	33.237	30.126	31,7	-9,4
Metropolis	5.361	7.693	11.537	43,5	50,0
Klaros	5.557	-	-	-	-
Ören Yeri Toplam	1.333.206	2.161.045	2.503.449	62,1	15,8
Genel Toplam	1.693.823	2.586.219	2.992.611	52,7	15,7

Tablo 32: İzmir’de bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müze ve ören yerlerinin 2017, 2018 ve 2019 yıllarına göre ziyaretçi sayıları (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

3.5.9 İzmir Turizmi 2020 Verileri ve Gelecek Projeksiyonu

Bu bölümde yeni tip koronavirüs salgınının tüm dünyada turizm hareketliliğini durdurma noktasına getirdiği sürecin ardından, 2020 yılı itibarıyla İzmir turizm verileri incelenmiştir. Aşağıdaki birleşik tabloda 2018, 2019 ve 2020 yıllarında yabancı turistlerin gümrük giriş verileri sunulmuştur. ⁽⁴⁷⁾

Tüm dünyada etkisini göstermeye başlayan salgınla birlikte 2020 yılının Mart ayında, önceki iki yılın ortalamasına göre gümrük giriş sayılarında %70 oranında bir düşüş yaşanmıştır. Takip eden nisan ve mayıs aylarında turist hareketliliğinin neredeyse durma noktasına geldiği ve tüm dünyada karantina koşullarının yaşandığı sürecin etkisi görülmektedir.

Salgın sonrası hasta sayılarında düşüşlerin yaşandığı ve yeni normal olarak adlandırılan süreçte, ağustos ayında 2018-2019 yılları ortalamasına göre %65 düşüş olmuştur. Yeni tip koronavirüs salgınında ikinci dalga olarak adlandırılan Eylül ayından itibaren başlayan süreçle birlikte 2020 yılı sonuna gelindiğinde gümrük girişlerine göre yabancı turist sayısında 2018-2019 yılları ortalamasına göre %73'lük bir düşüş yaşanmıştır.

İkinci dalga tehdidi, koronavirüse karşı aşılama alınması, salgının sektöre etkisiyle yaşanan küçülme gibi birçok parametrenin etkideği bu belirsiz dönemde geleceğe yönelik ancak yaklaşık tahminlerde bulunabilir.

Aşağıda yaklaşık tahminlerden oluşan gelecek projeksiyonu sunulmuştur. Birinci tablo için referans 2018 ve 2019 yıllarında İzmir’e gümrüklerden giriş yapan toplam yabancı turist sayısının ortalaması olarak 1 milyon 84 bin 783 değeri alınmıştır. 2021 yılında gümrük kapılarından giriş yapan yabancı turist sayısının %40-45 oranında bir düşüşle 600-650 bin olarak gerçekleşmesi hedeflenmektedir. 2022 yılından itibaren koronavirüs salgınının biteceği öngörülerek, İzmir’in yeni turizm stratejisi ve markalaşma süreciyle hedeflediği gümrük girişi bazlı yabancı turist sayıları 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırasıyla 1,5 milyon, 2 milyon ve 2,5 milyon olarak belirlenmiştir.

46. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

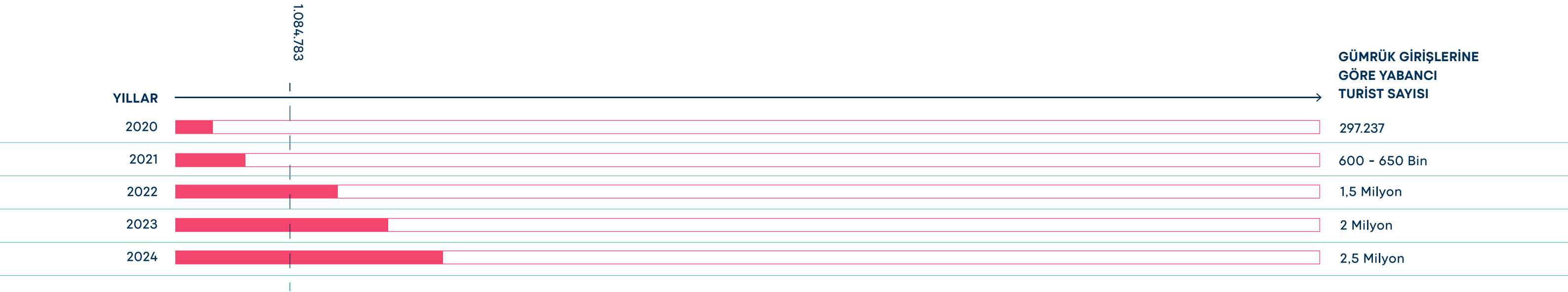
47. 2020 Aralık ayı verisi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nden alınmıştır: <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-281173/2020-yili-aralik-ayi-ziyaretci-istatistikleri-yayinland-.html>

2020 Gümrük Girişi Verileri ve Karşılaştırma (2018-2019-2020)

	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK	TOPLAM
2018 Sınır verileri	18.309	21.576	40.594	47.213	75.830	120.050	183.740	168.975	129.458	83.331	24.181	31.190	946.447
2019 Sınır verileri	20.015	23.916	37.518	72.359	96.330	168.380	238.554	209.461	166.593	115.886	32.507	41.599	1.223.118
2018-19 Ortalama verileri	19.162	22.746	39.056	59.786	87.080	144.215	211.147	189.218	148.026	99.609	28.344	36.395	1.084.783
2020 Sınır verileri	27.854	32.671	11.889	53	30	15.263	57.861	66.364	42.844	25.043	7.221	10.144	297.237
2018-19 Ortalama verilerine göre değişim	%45	%44	-%70	-%99,91	-%99,97	-%89	-%73	-%65	-%71	-%75	-%75	-%72	-%73

Tablo 33: 2018, 2019 ve 2020 yılları yabancı turistlerin gümrük girişi verileri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Gümrük Girişlerine Göre Yabancı Turist Sayısı Tahmini (2020)



Tablo 34: Gümrük girişlerine göre gelecek yıllara dair hedefler

3.6. Diğer Kurum Stratejilerinde Turizm

ÖZET

Bu bölümde günümüzü kapsayacak şekilde planlama dönemleri olan, farklı kurumların yayımladığı stratejilerde turizm ve tanıtım faaliyetleri açısından öne çıkan noktalara değinilmiştir.

3.6.1 İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı (2020 - 2024)

Gücünü farklılıkların ahenk içinde, bir arada yaşamasından alan, dünyadan öğrenen ve dünyaya ilham kaynağı olan, refahın, adaletin ve doğayla uyumun yaşamın her anıyla bütünleştiği bir şehir olmak vizyonundan hareket eden İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı'nın, ekonomi başlığı altında turizm stratejilerine değinilmiştir. Temel değerleri arasında; tarihi mirasa sahip çıkmak, doğayı ve toprağı korumak, uluslararası işbirliğine açık olmak maddeleri yer alan planda, "Dünya Kenti İzmir" vizyonu hedeflenmiştir. İzmir'in dünya ölçeğinde bir buluşma merkezi olması için tanıtım ve turizminin desteklenerek uluslararası alanda daha fazla temsil edilmesi gerektiği ortaya koyulmuştur. İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejisi'nin dünyayla bütünleşmek üzerine bir vizyon içermesi İzmir'de özellikle yabancı turist hareketliliğinin gelişmesi için bir alan sunmaktadır.

Oluşturulan stratejinin ana hedeflerinden biri olan sürdürülebilir turizm politikaların geliştirilmesi amacıyla, İzmir Körfezi ile tüm kıyılar ve denizlerin korunarak sürdürülebilir turizme kazandırılması hedeflenmiştir. Alternatif turizm türleri ile turizmin 30 ilçe ve 12 aya yayılarak, yaz mevsimi dışında da İzmir'in önemli bir destinasyon haline gelmesi hedeflenmiştir.

Stratejide; zengin kültürel mirasa sahip olan İzmir'i yeniden Ege, Akdeniz ve dünya kültürlerinin üretim alanlarından biri haline getirmek amaçlanmıştır. Gerçekleştirilecek çalışmalar neticesinde Akdeniz liman kentleri ve İpek Yolu üzerindeki kentler ile iktisadi işbirliğine yönelik farklı sektörlerden ortaklıklar kurularak kentin ekonomik ve turistik bir cazibe merkezi haline gelmesi hedeflenmektedir.

Strateji kapsamında İzmir'in kent içi turizm potansiyelinin artırılması adına uluslararası işbirlikleri geliştirilmesinin yanı sıra kent merkezinde turizm bilgilendirme ofisleri kurulması hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra İzmir'in UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunan alan sayısının artırılması da stratejide öne çıkan noktalardandır.

3.6.2. İzmir Kalkınma Ajansı İzmir Bölge Planı (2014 - 2023)

İzmir Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan 2014 - 2023 İzmir Bölge Planı'nda dünyada turizm trendlerinde yükselen yenilik ve çeşitlilik talebi vurgulanarak deniz-kum-güneş yerine eğitim-eğlence-çevre odaklı bir turizm anlayışının artış gösterdiği belirtilmiştir.

Planda Akdeniz'in Çekim Merkezi stratejik önceliği altında İzmir'in alternatif turizm potansiyelinin harekete geçirilerek turistik ürün çeşitliliğinin artırılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda İzmir'in halihazırda güçlü olan deniz ve kıyı turizminin yanı sıra kültür, inanç, doğa, spor, fuar, kış, termal, yayla ve agro-turizm gibi alanların İzmir'in alternatif turizm potansiyelini barındırdığı belirtilmiştir.

Planda öne çıkan bir diğer alternatif turizm türü eko-turizmdir. Sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaştırması hedeflenen planda sektörde eko-turizm uygulamalarına yönelik farkındalığın artırılarak başta yarımada ve Dikili ilçeleri olmak üzere eko-turizm faaliyetlerinin genişletileceği vurgulanmıştır.

Sağlık turizmi İzmir Bölge Planı'nda Yüksek Yaşam Kalitesi stratejik amacı içerisinde vurgulanan bir diğer turizm türü olmuştur. Yarımada ve çevresinin sağlık turizm açısından taşıdığı potansiyelin altı çizilmiştir. Bu alanda altyapı ve insan kaynakları yatırımlarının destekleneceği ve tanıtım faaliyetlerinin yürütüleceği belirtilmiştir.

Plan kapsamında İzmir'in turizminin gelişmesinde tanıtım faaliyetlerinin önemi vurgulanmış; uluslararası alanda bilinirliğinin artırılması adına etkinlik turizminin geliştirilmesi, uluslararası işbirliklerine gidilmesi ve önemli organizasyonların ev sahipliğinin alınmasına yönelik çalışmalar yürütüleceği belirtilmiştir.

Plan dahilinde yapılan anket çalışmasının neticesinde pek çok farklı turizm ürününe sahip olduğu halde İzmir'i rakiplerinden ayırtarak, ön plana çıkan bir turizm türünün olmadığı saptaması yapılmıştır.

Barındırdıkları turizm çeşitliliği potansiyeli göz önünde bulundurularak Çeşme, Selçuk ve Bergama ilçeleri 2014 - 2023 İzmir Bölge Planı'nda birincil turizm odak alanı olarak belirlenmiştir. İkincil alan Foça, Seferihisar, Karaburun ve Dikili ilçeleri olmuştur. Bu ilçelerin çevrelerindeki turizm merkezleriyle olan ilişkisinin altı çizilmiş; bu ilçelerin doğal, kültürel ve tarihsel cazibe merkezlerine sahip olduğu belirtilmiştir.

3.6.3. İzmir Ticaret Odası Stratejik Planı (2019 - 2022)

İzmir Ticaret Odası 2019 - 2022 Stratejik Planı'nda İzmir turizmiyle ilgili öne çıkan konular; yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım sağlanması, kentin tarihi ve kültürel birikimine önem verilmesi, yılda 12 ay turizm, İzmir'in markalaşma sürecinin gerçekleştirilmesi, kruvaziyer turizminin geliştirilmesi, İzmir'e özgü ürünlerin coğrafi işaretle tescillenerek koruma altına alınması olmuştur.

Planda şehrin sahip olduğu fırsatlar arasında kıyı ve deniz turizminin yanında kültür, sağlık, inanç turizmi gibi alternatif turizm türleri gösterilmiştir.

Strateji kapsamında İzmir'in gastronomik değerlerinin ön plana çıkartılarak, şehrin gastronomik zenginliğini tanıtmak ve bilinirliğini artırmak amacıyla Gurme Köyler kurma projesi ortaya konmuş; projeye ilgi ve beklenti seviyesinin ölçülmesi adına ilk adım olarak "İzmir Sokak Lezzetleri Festivali" düzenlenmesi planlanmıştır. Stratejide yer alan hedeflerden bir diğeri de, tüm dünyada ve ülkemizde yükselen bir ekonomik değer olan sağlık turizmi alanında gençlerin desteklenmesi ve istihdam edilebilirliklerinin artırılmasıdır.

3.6.4. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Stratejik Plan (2019 - 2023)

"Herkes İçin Kültür ve Sanat, Herkes İçin Turizm" anlayışıyla yola çıkan İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019-2023 Stratejik Planı'nda, tarihi mirasımızın korunarak kullanılması, kültür ve sanata erişimin kolaylaştırılması, turizm alanında nitelik ve niceliğin artırılarak geniş katılımın sağlanması ve bu alanlarda toplumsal bilincin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, zengin bir tarih, kültür ve turizm potansiyeline sahip olan İzmir ilinin küresel boyutta rekabet gücünün ve pazar payının artırılması hedeflenmektedir.

İzmir'in sahip olduğu kültürel zenginlik ve çeşitliliğin evrensel kültüre katkı sağlayacak şekilde korunarak geliştirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması kurumun belirlediği ilk amaçtır. Bu bağlamda belirlenen hedefler arasında; kültür varlıklarımızın araştırma, tespit ve koruma faaliyetlerinin etkinliğini artırarak günümüz toplumuna ve gelecek kuşaklara aktarılması, kültür varlıklarının müzelere kazandırılarak çağdaş müzecilik anlayışı ile sergilenmesi ve yaygınlaştırılması, sergilemeler için fiziki koşulların iyileştirilmesi ve halk kültürü değerleri ile somut olmayan kültürel miras unsurlarının araştırılarak gelecek nesillere aktarılması amacıyla bilgi birikiminin artırılması ve verilerin muhafaza edilmesi yer almaktadır.

Turizm sektöründe İzmir'in rekabet gücünün, pazar payının ve marka değerinin artırılması, uluslararası alanda önde gelen bir turizm merkezi haline getirilmesi Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nün stratejisi dahilindedir.



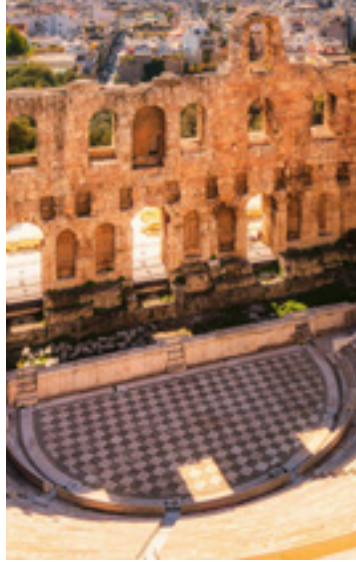
4

İyi Uygulama Örnekleri

4.1. Akdeniz Çanağı ve Dünyada İyi Uygulama Örnekleri

4.2. Türkiye’de İyi Uygulama Örnekleri

4.1 Akdeniz Çanağı ve Dünyada İyi Uygulama Örnekleri



Atina

4.1.1. Atina

Atina, Yunanistan'ın başkenti ve 4 milyona yakın nüfusuyla en kalabalık şehridir. Attika tarihi bölgesinde yer almakta olan kent, Avrupa tarihi başkenti olarak kabul edilmektedir. Avrupa Birliği tarafından yürütülen Avrupa Kültür Başkenti uygulaması, ilk kez 1985 yılında Atina'nın Avrupa Kültür Şehri olarak kabul edilmesi ile başlamıştır. 3.400 yılı aşkın tarihiyle zengin kültürel mirasa sahip olan şehir, yüksek sayıda turist çekmektedir. Atina turizmi, deniz ve kültür destinasyonlarıyla öne çıkmaktadır.

→ Kültür Turizmi

İnsanlık tarihinin en eski yerleşim yerlerinden biri olan Atina tarih, sanat ve felsefe alanlarında öncülük eden bir kenttir. Atina, Platon'nun akademisi-ne ve Aristoteles'in Lykeion'una ev sahipliği yapmıştır. Modern Atina antik Roma, Bizans ve Osmanlı dönemleri ile modern çağın yapılarının ve kültürünün bir arada yaşadığı bir şehirdir. Şehirde farklı dönemlere ait yapıların bir arada ahenk içinde var olduklarını görmek mümkündür. Atina, Yunanistan'ın siyasi, kültürel ve finans başkentidir.

Antik dönemin mirası bugün şehirde hâlâ kendini hissettirmektedir. Bu dönemden kalan eserlerden en tanınmış olanı Yunan mimarisinin en büyük eseri olarak kabul edilen Parthenon'dur. Geniş bir tarihi mirasa sahip olan Atina'da Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerinden kalma önemli yapılara rastlamak mümkündür. Atina'da bulunan iki UNESCO Dünya Mirası Atina Akropolisi ve Dafni Manastırı'dır. 19. yüzyılda inşa edilen Yunan Parlamentosu ile Atina üçlemesi olarak adlandırılan Yunanistan Ulusal Kütüphanesi, Atina Üniversite Binası ve Atina Akademisi modern akım yapılara en güzel örneklerdir. Atina'da bulunan Modern Arkeoloji Müzesi dünyada en geniş antik Yunan eserlerin koleksiyonuna sahiptir. Yeni Akropolis Müzesi de Atina'da en çok turist çeken müzelerin başında gelmektedir.⁽⁴⁸⁾

Neolitik çağdan beri yerleşik hayatın devam ettiği Atina, zengin bir kültürel mirasa sahip olmasının sonucunda kültür turizmi ile öne çıkan bir şehirdir. Kentte gezilip görülebilecek çok sayıda tarihi destinasyon bulunmaktadır.

Eğlence aktiviteleriyle de ünlü olan şehir, eşsiz müzikaller ve dünyaca ünlü konserlere ev sahipliği yapan Avrupa'nın en modern konser salonlarından biri olan Megaron Mousikis'e sahiptir. Geleneksel Yunan müzik aleti olan buzuki eşliğinde yemek yiyip dans edilen Yunan tavernaları, şehrin sembolü haline gelmiştir.

48. <http://www.yunanistan.co/atina>.

Atina yalnız zengin tarihi mirasa değil, kültürünün getirdiği beyaz çatıların ardında gizlenmiş harika bir doğaya da sahiptir. Attika Yarımadası Yunanistan'ın en güneyindeki bölgedir. Yarımada'nın ana şehri olarak ülkenin başkenti olan Atina gelmektedir.

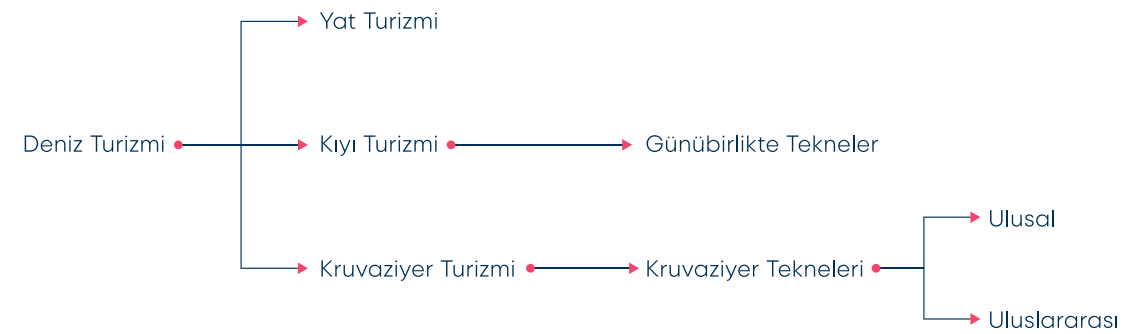
Attika, ülkenin en değerli tarihi anıtlarına ev sahipliği yapan bir bölgedir. Poseidon Tapınağı, Akropolis, Maraton ve Eleusis'teki Antik Demeter tapınağı önemli tarihi yapıların bir kısmını oluşturmaktadır.

→ Deniz ve Tatil Turizmi

Deniz ve tatil turizmi Atina için önde gelen turizm çeşitlerinden biridir. Mas-mavi denizi, çevresindeki kıyı ve plajları, yumuşak havası ile şehir bu anlamda önemli bir cazibe merkezidir. Genel itibarıyla deniz ve kıyı turizmi sadece Atina için değil başta adaları kapsamak üzere Yunanistan ekonomisi için kaldıraç işlevi görmektedir.

Atina, sahilleri arasındaki kısa mesafeler ve yumuşak Akdeniz iklimi ile deniz yolculukları için elverişli koşullar sunmaktadır. Şehirde deniz turizmi son yıllarda hızla büyümektedir.⁽⁴⁹⁾

Atina'da Deniz Turizmi Pazarının Ana Temaları



Tablo 35: Atina deniz turizmi pazarının ana temaları

Yunanistan'daki deniz turizmi komşu ülkeler olan İtalya, Türkiye, Kıbrıs ve Mısır ile yüksek rekabet içerisinde. Fakat bu rekabette Atina, çevresinde bulunan adaların cazibe merkezi olması ile rakiplerine kıyasla öne çıkmaktadır. Yat turizmi Atina'da hem yabancılar hem de Yunanlar arasında popüler kültür haline gelmiştir. Oluşturulan organizasyonlarla turistlere; adalar arasında yelken açma, doğal olarak korunan koylara demirleme, erişilemeyen plajları ziyaret etme ve eşsiz saflık ve berraklıktaki sularda güvenli bir şekilde yüzme imkânı sağlanmaktadır. Atina'da yatçılık hizmetleri genellikle mürettebatsız kiralanan tekneler, mürettebatlı motorlu tekneler veya yelkenli tekneler ile sunulmaktadır.⁽⁵⁰⁾

49. Loukas Anastasiadis, Cruising-a form of alternative tourism in Greece.
50. <https://yachtingfestivals-athens.com>



Barselona

2019 yılında Atina'da düzenlenen Posidonia Deniz Turizmi Forumu, kruvaziyer ve yatçılık sektörlerinin karşılaştığı günümüzün başlıca problemleri üzerine özel şirketler ve yabancı ülke katılımcılarıyla gerçekleştirilmiştir. Kruvaziyer yöneticileri ile yüz yüze görüşme ve yeni hedefler, ürünler, fikirler, hizmetler sunma fırsatı sunan B2B toplantıları, foruma önemli bir görev yüklemiştir. Atina'da düzenlenen foruma deniz turizminin önemli paydaşları olan liman otoriteleri, belediyeler, bölgesel turizm kurulları, liman ve kıyı eleme acenteleri, yolcu gemisi işletmecileri, tedarikçiler ve gemi onarım sektörü temsilcileri katılmıştır.

Posidonia organizasyonu Atina'da denizcilik sektörüyle ilgili etkinlik ve sektörel çalışmalara yön veren önemli bir kuruluştur. 2018 Posidonia etkinliklerine 92 ülke, 2.009 firma ve 1.558 milli sporcu katılmıştır. Organizasyonlarda, toplantı ve konferansların yanı sıra düzenlenen koşu etkinliği, gemi futbolu turnuvası ve golf turnuvası ile katılımcılara keyifli vakit geçirme imkânı da sunulmaktadır.⁽⁵¹⁾

→ Spor Turizmi

1896 yılında Olimpiyat Oyunları'nın doğum yeri olan Atina, spor aktivitelerinin geliştirilmesi ve organizasyonu için ideal şartlar sağlamaktadır. Özellikle 2004 Olimpiyat Oyunları ve Yunan takımlarının uluslararası futbol ve basketbol turnuvalarına düzenli katılımı Atina'da spor turizminin yeniden inşasına sebep olmuştur.⁽⁴⁹⁾ 201 ülkeden 10.625 sporcunun katıldığı 2004 Olimpiyat Oyunları, dünyada 3,9 milyar kişi tarafından izlenmiştir.⁽⁵²⁾ 71.030 kişilik kapasiteye sahip olan ve 1991 Akdeniz Oyunlarına, 1997 Dünya Atletizm Şampiyonası'na ve 2004 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapmış olan Atina Olimpiyat Stadyumu, UEFA tarafında 5 yıldıza layık görülen stat-lar arasındadır.

4.1.2. Barselona

Barselona, İspanya'daki Katalonya özerk topluluğunun başkentidir ve İspanya'nın Madrid'den sonra en kalabalık ikinci şehridir. Kentsel alanı ile Paris, Londra, Madrid, Ruhr Bölgesi, Berlin ve Milano'dan sonra Avrupa Birliği'nin en yoğun nüfuslu yedinci kentsel bölgesi olan Barselona 5,575 milyon nüfusa sahiptir. Ayrıca Barselona, Akdeniz'deki en büyük metropoldür.

Barselona ortaçağda Roma şehri olarak kurulmuş ve Barselona Bölgesi'ne başkentlik etmiştir. Aragon Krallığı ile birleştikten sonra, krallığın ekonomik ve idari merkezi ve Katalonya Prensliği'nin başkenti olarak önemi korumaya devam etmiştir. Tarihi boyunca birçok kez kuşatılan Barselona, zengin bir kültürel mirasa sahip olması sebebi ile bugün önemli bir kültür ve turizm merkezidir.

Akdeniz İçin Birlik (AİB), Akdeniz'de işbirliğinin güçlendirilmesini amaçlayan hükümetler arası bölgesel bir örgüttür. 1995'te başlayan ve Barselona

Süreci olarak da bilinen Avrupa-Akdeniz Ortaklığı'nın (EUROMED) devamı niteliğindedir. 43 üye ülkesi bulunan birliğin projelerin uygulanması amacıyla gerekli eşgüdümü sağlama görevi Barselona'da yerleşik AİB sekreteryasına verilmiştir.⁽⁵³⁾

→ Kültür Turizmi

Barselona kent turizminde bir simge haline gelmiş, tanınmış sağlam bir imaja sahip, yaratıcı ve kozmopolit bir şehirdir. Geniş turizm hizmetlerine ve altyapı ağına sahip Barselona'da 360'ın üzerinde otel ve şehir etrafında 10.000'e yakın turist dairesi vardır. Şehirde 35.000'den fazla mağaza, UNESCO tarafından Dünya Mirası olarak listelenen 9 bina, birçok müze ve sergi merkezi, somut ve somut olmayan kültürel miras bulunmaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan, mimar Antoni Gaudí ve Lluís Domènech i Montaner'in eserleri şehrin öne çıkan mimarı yapılarıdır.⁽⁵⁴⁾

Barselona dünyanın önde gelen turizm, ekonomi, ticaret fuarı ve kültür merkezlerinden biridir. Ticaret, eğitim, eğlence, medya, moda, bilim ve sanattaki etkisi ile dünyanın en büyük küresel şehirlerinden biri olma statüsüne sahiptir.

→ Spor Turizmi

Barselona uzun bir spor geleneğine sahiptir. 1982 FIFA Dünya Kupası'na, 1992 Yaz Olimpiyatları'na ve uluslararası öneme sahip birçok spor etkinliğine ev sahipliği yapmıştır. 1992 Olimpiyat Oyunları, Barselona'nın spor turizmi alanında deneyimini artırarak, sonraki yıllarda şehrin bir spor turizmi destinasyonu olmasına olumlu etki etmiştir.

Barselona il nüfusunun yaklaşık olarak yarısı mevcut 9.000 spor tesisinden birinde veya ilin doğal ortamında spor yapmaktadır. Diputació de Barcelona (Barselona İl Temsilciliği) spor işbirliği, eyaletteki yerel organlara destek vermektedir. Bu bağlamda, belediyelerin yüzde 95'inden fazlası her yıl spor ile ilgili işbirliği yaparak destek almaktadır. Her yıl Barselona İl Konseyi'nin desteğine sahip 1.500'den fazla spor faaliyetine, bir milyondan fazla vatandaş katılmaktadır.⁽⁵⁵⁾

FC Barcelona, şehirle bütünleşmiş simge bir spor kulübüdür. Dünyanın en büyük futbol takımı ve dünyanın en zengin ikinci futbol kulübü olarak dünya çapında tanınmaktadır. Kulübün müzesi Katalonya'da en çok ziyaret edilen ikinci müzedir.

Barselona Dünya Yarışı, Barselona Okyanus Yelken Vakfı (FNOB) tarafından organize edilen ve teknelerle seyredilen dünya çapında kesintisiz bir yat yarışıdır. Clipper rotasını takip ederek Barselona'da başlar ve Barselona'da biter.

51. <https://posidonia-events.com/>.

52. <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Oyunlari-Detay/3/1>.

53. T.C. Dışişleri Bakanlığı.

54. https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141204_barcelonas_tourism_activity_0.pdf.

55. <https://www.diba.cat/web/esports/bcn-es-molt-mes>.

Şehirde iki UEFA elit stadyumu bulunmaktadır. Bunlar 100.000 kapasiteli Avrupa'nın en büyük stadyumu olan FC Barcelona Camp Nou ve 55.000 kapasiteli Montjuic'te halka açık Estadi Olímpic Lluís Companys'dir.

Yıl boyunca Barselona'da birçok maraton düzenlenmektedir. ATP World Tour 500 Serisi tenis turnuvası Open Seat Godó, 50 yıldır her yıl Real Club de Tennis Barcelona'nın (Royal Tennis Club) tesislerinde düzenlenmektedir. Ayrıca her yıl Noel zamanı limanda bir yüzme yarışı düzenlenmektedir. Barselona yakınlarında, Montmeló'da bulunan 107.000 kapasiteli Circuit de Barcelona yarış pisti Formula 1 Dünya Şampiyonası, Formula 1 İspanya Grand Prix'si ve Katalan motosiklet Grand Prix ev sahipliği yapmıştır.⁽⁵⁶⁾

→ Kongre Turizmi

Barselona yıllardır iş turizminin dünya başkentlerinden birisi olmuştur. Şehir, büyük çaplı etkinliklere ev sahipliği yapması, geniş otel yelpazesi ve ulaşım altyapısı ile küresel bir çekiciliğe sahiptir.

Kongre ve Fuar turizmi Barselona'da gün geçtikçe büyüyen bir konumdur. 2020 yılı için 1000'den fazla delegesi bulunan 33 fuar onaylanmıştır. Ayrıca, 80.000 ziyaretçiyi bir araya getiren İMKB görsel-işitsel kongresi ve her iki etkinliğe yaklaşık 20.000 kişinin katıldığı Deniz Ürünleri Fuarı ve Solunum Hastalıkları Kongresi 2021 için teyit edilmiş büyük fuarlardır. Barselona Kent Konseyi'de Turizm ve Yaratıcı Endüstriler üyesi Xavier Marcè, sağlık kongrelerinde Katalan sermayesinin önemini vurgulayıp, Barselona'nın 2019 yılında sektördeki beş ana etkinliğin üçüne ev sahipliği yapıldığını belirtmiştir. Kentin hedefleri arasında sadece kongrelere ev sahipliği yapmanın olmadığı, stratejik olarak dünya kongrelerinin yapılacağı yerlerin kararlaştırıldığı bir şehir olma vizyonu yer almaktadır.⁽⁵⁷⁾

Barselona, Barselona Kongre Bürosu'nun önderliğinde özel sektörün birlikteliğiyle çalışması ile gelecek yıllar için kongre turizminde yüksek hedefler belirleyerek konumunu güçlendirmektedir.

Barselona'daki toplantı-turizm endüstrisinin giderek daha önemli hale gelmesiyle, bu faaliyetlerin kent ekonomisi üzerinde 1,5 milyar euronun üzerinde doğrudan etkisi olduğu hesaplanmıştır.⁽⁵⁸⁾

Barselona'da toplam yıllık ziyaretçilerin yüzde 40'ını temsil eden kongre ve iş toplantıları, turizm sektörünün nabzını ölçen bir barometredir. Turisme de Barcelona Başkanı Eduard Torres, 2019 yılında kongre turizmi kapsamında yapılan sözleşmelerin ve gerçekleştirilen kongrelerin yüzde 40'ının tıp ve eczane ile ilgili; yüzde 15'inin teknoloji endüstrisinden; yüzde 10'unun sanayi sektöründen, yüzde 10'unu ise akademik dünyadaki profesyonellerin toplantılarından oluşturulduğunu ifade etmiştir. Oranlar, bu faaliyetlerin Barselona ekonomisine ilgisini ve ağırlığını temsil etmektedir.⁽⁵⁹⁾

Barselona, 2017 yılı küresel kongre turizminde en fazla talep gören ilk on şehir arasında; ev sahipliği yapılan toplantı sayısı açısından 195 toplantı ile birinci sırada yer almıştır.⁽⁶⁰⁾

→ Tatil Turizmi

Barselona, yılda 27 milyondan fazla ziyaretçi alan ve yarısı en az bir gecelik konaklama sağlayan önemli bir turizm merkezidir. Barselona şehrindeki turistik faaliyetlerin 2016 verileri incelendiğinde turistlerin yüzde 65'inin tatil ve eğlence için Barselona'yı tercih ettiği görülmüştür. İş ile ilgili amaçlar için gelenlerin oranı yüzde 23,4, kişisel veya diğer nedenler ile ilgili gelenlerin oranı yüzde 11,6 ve sadece kültürel etkinlikler için ziyaret edenlerin oranı ise yüzde 1,7 olmuştur. Veriler doğrultusunda, eğlence ve tatil turizminin Barselona'daki turizm türleri içinde en büyük potansiyeli oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Şehirde gezilecek ücretli-ücretsiz birçok müzenin olması, şehir yaşamının ve gece hayatının dinamiği büyük ve uzun sahilleri, uygun fiyatlı restoranları ve otellerine ek olarak neredeyse yılın büyük bir bölümü sıcak ve ılıman olan Akdeniz iklimi sayesinde şehir, adeta bir cazibe merkezi konumundadır.⁽⁶¹⁾

4.1.3. Londra

→ Kültür Turizmi

Kültür turizmi, Londra'nın en güçlü yanını oluşturmaktadır.⁽⁶²⁾ Londra Turizm Raporu'na göre, her beş turistten dördü Londra'ya kültür turizmi sebebiyle gelmektedir. Ayrıca raporda kültür turizmi ile ilgili; turistlerin yılda 7,3 milyar sterlin harcadığı, ekonomi için ise 3,2 milyar sterlin ürettiği ve başkentte 80 bin kişiye iş olanağı yarattığı gösterilmektedir.

Londra'nın en iyi 20 cazibe merkezi, turistlerin ziyaretlerinin yüzde 90'ını oluşturmaktadır. İzleyicilerinin neredeyse yüzde 50'sini başkentten dışından çeken Gizli Sinema ve Borough Market gibi cazibe merkezlerinin başarısı turistlerin aynı zamanda daha "otantik" kültürel deneyimler sağlayan, daha yerel ve niş faaliyetler için istek duyduklarını göstermektedir.⁽⁶³⁾

Londra'nın önemli kültürel etkinliklerinden Gizli Sinema'nın mucidi Fabien Riggall, seyircilerin geleneksel sinema salonları, konserler ya da restoranlara gitmektense bu tip bir etkinliği daha dikkat çekici bulduklarını ifade etmiştir. Gizli sinema ile eşsiz kültürel deneyimler yaratmak için film, müzik, tiyatro, sanat ve yemek dünyaları birbirine kaynaştırılmaktadır.



Londra

56. <https://www.excursionsbarcelona.com/about-barcelona/>.

57. https://www.hosteltur.com/132945_el-turismo-de-congresos-en-barcelona-crece-pese-a-los-disturbios-del-proces.html.

58. <https://barcelonacatalonia.eu/archivos/5340>.

59. https://cat.elpais.com/cat/2019/11/25/catalunya/1574676426_983621.html.

60. International Congress and Convention Association (ICCA) 2017 Raporu .

61. http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/cities/content/informe_2018_bcn-eng.pdf.

62. https://www.london.gov.uk/sites/default/files/take_a_closer_look_a_cultural_tourism_vision_for_london_2015_-_2017.pdf.

63. <https://www.london.gov.uk/what-we-do/arts-and-culture/cultural-places-and-creative-spaces/cultural-tourism-vision-london>.

→ Alışveriş Turizmi

Alışveriş konusunda geniş bir yelpazeye sahip Londra'da klasik İngiliz modasının ünlü amiral gemileri, John Lewis ve Selfridges gibi büyük mağazaların yanı sıra Camden Town gibi düşük maliyetli pazar tezgâhları ve butikler de çokça tercih edilmektedir. Avrupa'nın en büyük alışveriş caddesi olan Oxford Street, Londra'da yer alır. Hemen hemen her dönem dinamik yapısını koruyan şehir, yaz aylarında en yoğun zamanlarını yaşamaktadır. Bond Caddesi (Oxford Caddesi yakınında) üst düzey tasarımcıları ile bilinmektedir. Knightsbridge bölgesi ise bazı üst düzey lüks ürünler için gidilebilecek yerlerden birisidir.

Knightsbridge, 330'dan fazla departmanı tek bir çatı altında toplayan Avrupa'nın en büyük mağazası Harrods ile ünlüdür.⁽⁶⁴⁾

Yerli ve yabancı turistler alışveriş yapmak ve indirimlerden faydalanmak için yılın belirli dönemlerinde bu alışveriş destinasyonlarına akın etmektedir. Yılda iki kez düzenlenen Londra Moda Haftası, etkili medya ve perakendecilerin küresel kitlesine 250'den fazla tasarımcı sunan New York, Milan ve Paris ile birlikte 'Big Four' moda haftalarından birisidir. Diğer şehirlere göre daha özgün ve aykırı temalara sahip olan Londra fuarları, düzenlendiği şubat ve eylül aylarında profesyonel moda tasarımcılarını, büyük markaları ve birçok ülkeden katılımcıyı ağırlamaktadır.

→ Sağlık Turizmi

Londra, donanımlı sağlık hizmetleriyle dünya çapında tanınmaktadır. Londra'da birçok medikal turizm kongresi düzenlenmesi onun Avrupa medikal turizminin başkenti olmasına katkı sağlamıştır. Londra, köklü sağlık sistemi sayesinde tıbbi bakım arayan, yüksek kazançlı kesimlerin yanı sıra yetersiz sağlık sistemi olan ülkelerden gelen hastalara da kaliteli sağlık hizmetlerine erişim sağlamaktadır.

Londra'daki özel sağlık tesislerinin medikal turistler için birinci sınıf tıbbi bakım sağladığı bilinmektedir. Bu tesisler iyi finanse edilmektedir; en yeni tıbbi ekipmanlara yatırım yapılmaktadır. Nitelikli sağlık pratisyenlerinin varlığı tıbbi bakım kalitesini daha da artırmaktadır. GCC (Gulf Corporation Council) ülkelerinden gelen hastalar ve Avrupa ülkelerinden gelen medikal turistlerle birlikte Londra medikal turizm pazarının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Birçok GCC hastası, ilgili masraflar kendi hükümetleri tarafından finanse edildiği için tıbbi bakım almak üzere Londra'ya gelmektedir.⁽⁶⁵⁾

64. <https://onetyoneapartments.com/shopping-tourism-london-quick-guide/>.

65. <http://www.mymedholiday.com/country/united-kingdom/london>.

→ Kongre Turizmi

Kongre turizminde öne çıkan Londra, 2017 yılı küresel kongre turizminde en fazla talep gören ilk on şehir arasında; ev sahipliği yapılan toplantı sayısı açısından 177 toplantı ile beşinci sırada yer almıştır.⁽⁶⁰⁾

→ Eğitim Turizmi

Eğitim turizmi, Birleşik Krallık bütçe gelirlerindeki diğer önemli bir unsurdur. Londra'da bulunan çok sayıda prestijli üniversitede ya da dil okulunda eğitim almak isteyen öğrenciler şehri tercih etmektedir. Çoğu ülkedeki dil kurslarının Londra ile bağlantısı bulunmaktadır, İngilizce eğitimi için oluşturulan paket programlar sayesinde öğrenciler konaklama imkânından yararlanarak hem kenti ziyaret etmekte hem de dil seviyelerini geliştirmektedirler. Londra'da eğitim turizminin dinamiğini, yetişkinler ve çocuklar için çeşitli programlar sunan dil okulları oluşturmaktadır.

4.1.4. Marsilya

Marsilya, Fransa'nın Akdeniz sahilinde bulunan en önemli kentidir. Ülkenin Paris'ten sonraki en büyük ikinci şehri olan Marsilya, tarihi kimliğiyle ve kültürel çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Fransızların yanı sıra özellikle Kuzey Afrika'dan gelen Arap göçmenler ve Sahraaltı Afrikası'ndan gelenler kent nüfusunun önemli bir bölümünü oluştururlar.

Marsilya, 20. yüzyılın sonlarında turizme açılan bir şehirdir. Marsilya hem Fransa'nın hem de Batı Avrupa'nın en eski şehri olma özelliğini taşımaktadır. Şehir MÖ 600 yıllarında Massalia adıyla kurulmuştur ve kısa sürede Antik Yunan dünyasında önemli bir liman kenti haline gelmiştir. Şehir Yunanlar ve daha sonra Romalılar için, Akdeniz medeniyetleri ile Galya ve kuzeybatı Avrupa medeniyetleri arasında önemli bir geçiş ve ticaret noktası olarak konumlanmıştır. Akdeniz ile kuzey bölgeleri arasında en büyük doğal koridor olan kent, zamanla Fransa'nın en önemli limanlarından birisi haline gelmiştir. Ayrıca kentin önemini açıklayan bir diğer özelliği, Fransa'nın üçüncü büyük kentsel bölgesi olarak günümüze kadar ulaşmasıdır.⁽⁶⁶⁾

Doğası ve tarihiyle Marsilya her yıl dünyanın farklı noktalarından turistleri ağırlayan bir destinasyondur. Turizm açısından bir cazibe merkezi olan kent yıllık 1,2 milyon turist ağırlamaktadır; turistlerin %75'i yerli; %25'i ise yabancısıdır. Turistlerin %46'sı kenti eğlence ve kültür turizmi açısından tercih ederken, %54'ü kongre ve iş turizmi amacıyla tercih etmektedir. Bu durum hedef bakımından şehre gelen turist çeşitliliğinin çok olmadığını göstermektedir.⁽⁶⁷⁾ Marsilya; hareketli Eski Liman bölgesi, renkli pazarları, masmavi denizi, tarihi kaleleri ve kiliseleriyle çok sayıda cazibe merkezi barındırmaktadır.



Marsilya

66. <https://about-france.com/cities/marseille.htm>.

67. BNP Paribas Real Estate Hotels, Tourism Observatory Marseille, INSEE.

68. www.avrupa.info.tr/tr/news/avrupa-kultur-baskentleri-30-yili-asan-bir-uygulama-4571.

69. Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü dsi.gov.tr/kurumsal-yapi/yonetim/genel-mudurumuz/calismalari/2018/12/03/dunya-su-konseyi-(wwc)-8.-genel-kurul-toplantisi-sona-erdi.

→ Kültür Turizmi

Akdeniz kıyısında elverişli konumu ve hoş iklimi ile Marsilya, ünlü Vieux Port'un ve şehre bakan simgesel Notre-Dame de la Garde Bazilikası'nın yanı sıra birçok tarihi mekâna ve kültürel altyapıya sahiptir.

2013 yılında Avrupa Kültür Başkenti olan Marsilya, 11 milyon kişinin bireysel ziyaretiyle bir rekora imza atmıştır. Marsilya Avrupa ve Akdeniz Medeniyetleri Müzesi gibi eklemelerle kendisini fiziki olarak dönüştürmüştür. Rudy Ricciotti tarafından tasarlanan çağdaş bina, kentin simgesi haline gelmiştir.

Avrupa Kültür Başkenti vesilesiyle açılan Mucem (Avrupa ve Akdeniz Medeniyetleri Müzesi), 2014 yılında yaklaşık 2,0 milyon ziyaretçi çekmiştir. Marsilya, yaklaşık 600 milyon euroluk yeni bir kültürel altyapı programı altında yer alan bir yatırım projesi çerçevesinde, kenti gelecekteki onlarca yıl boyunca yeniden canlandırmayı amaçlayan multi-milyarlık bir girişimin parçası haline gelmiştir.⁽⁶⁸⁾

→ Spor Turizmi

Ünlü Olympique de Marseille futbol kulübünün maçlarının oynandığı Vélodrome stadyumu, EURO 2016 oyunlarının bazılarına ev sahipliği yapabilmeleri için UEFA kriterlerine uyacak şekilde tamamen yenilenmiştir.

Marsilya'nın yeni "eko-bölgesi"nde yer alan 67.000 kişilik arenalarda ragbi oyunları ve konserler gibi eğlence etkinlikleri düzenlenmektedir. Marsilya 2017 yılında Avrupa Spor Başkenti olmuştur.

→ İş ve Kongre Turizmi

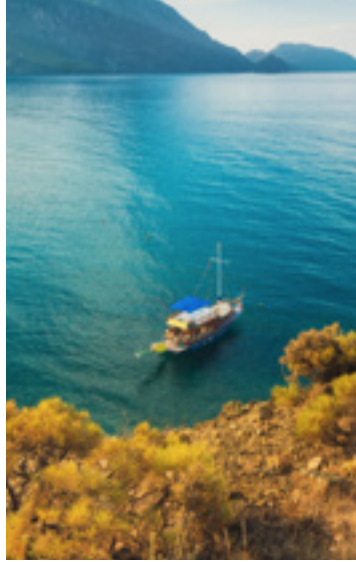
Marsilya 2016 yılında Marseille Chanot, ISHEID (Uluslararası Tıp Sempozyumu), Japan Expo Sud veya SIAC (Uluslararası Çağdaş Sanat Sergisi) gibi önemli sergilere ve ticaret fuarlarına ev sahipliği yapmıştır.

1996 yılında kurulan çok uluslu bir platform olan Dünya Su Konseyi'nin genel merkezi Marsilya'da bulunmaktadır. Üç yılda bir yapılan genel kurul toplantıları ile Marsilya, 2018 yılında yaklaşık 50 ülkeden 379 delegayı ağırlamıştır.⁽⁶⁹⁾

185 ülkeden 1.300'ün üzerinde hükümet kuruluşu ve sivil toplum örgütünü aynı çatı altında barındıran bir çevre örgütü olan Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN)'nin 2021 yılı kongresi Marsilya'da gerçekleştirilecektir.⁽⁶³⁾ Dünyanın çeşitli noktalarından yüksek katılım sağlanan etkinlik ve kongrelere ev sahipliği yapması, Marsilya turizmi için büyük fırsat oluşturmaktadır. Kongre için gelen turistler, kentin ekonomisini de geliştirmektedir. Marsilya ulaşım ve konaklama imkânları ve sahip olduğu kültürel zenginlikler ile kongre turizmi için tercih edilen bir destinasyon haline gelmiştir.



4.2. Türkiye’de İyi Uygulama Örnekleri



Antalya

4.2.1. Antalya

Antalya, Gazipaşa’dan Kaş’a kadar uzanan 640 kilometre sahil şeridiyle Türkiye’nin en uzun sahil şeridinde sahip kentlerinden biridir. Antalya, sahil şeridindeki 203 adet mavi bayraklı plajı, 5 adet mavi bayraklı marinası ve 8 adet mavi bayraklı yatı ile dünyanın en çok mavi bayraklı şehri unvanına sahiptir.⁽⁷⁶⁾ Doğal güzellikleri ve tarihi zenginliğiyle Antalya, her yıl milyonlarca yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. Antalya’nın güçlü yönleri arasında; ılıman iklimi, Akdeniz çanağında yer alması, direkt uçuş imkânı, iyi bir havaalanına sahip olması, arazi tahsisleri, genç ve donanımlı konaklama tesisleri, yatak arzı, uygun fiyatlı tatil paketleri, ulusal ve uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapan bir marka şehir olması, spor turizmi için gerekli altyapı ve tesis olanaklarının varlığı, kamu ve özel sektör yatırımları için gerekli tanıtımların yapılmış olması gibi özellikler bulunmaktadır.

Antalya, yatak arzı bakımından Türkiye’de ilk sırada yer alan şehirdir. Ocak 2020 rakamlarına göre Bakanlık İşletme Belgeli 800 tesis ve 459.569 yatak kapasitesiyle Antalya, Türkiye’de ilk sıradadır. Belediye İşletme Belgeli 986 tesis ile İstanbul’dan sonra ikinci sırada fakat 128.806 yatak kapasitesine bakıldığında yine ilk sırada bulunmaktadır. 2019 yılı verilerine Antalya’da konaklama gerçekleştiren yerli turist sayısı 4 milyon 350 bin civarındayken, yabancı turist sayısı yaklaşık 19 milyonu bulmuştur.⁽⁷⁰⁾

Antalya ili doğal, kültürel değerleri ve coğrafi konumu başta olmak üzere, beşeri sermaye düzeyi ve turistik altyapısı ile alternatif turizm türleri açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Deniz turizminden sonra Antalya’da en çok gelişme gösteren ve yatırım fırsatı sunan turizm çeşitleri arasında kongre turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi, eko-turizm ve düğün turizmi bulunmaktadır.

→ Deniz Turizmi

Antalya, önemli bir ürün gücüne sahip; özellikle deniz-kum-güneş tatilini tercih edenler, çocuklu aileler ve lüks arayan kişiler için vazgeçilmez bir destinasyondur. Antalya’daki otel sayısı, altyapı imkânları, otellerde sunulan hizmet kalitesi bu destinasyonun en güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Antalya’nın rekabet avantajı olarak kullandığı diğer unsurlar arasında kıyı otelciliğinin rakip destinasyonlara göre fiyat ve kalite açısından daha yüksek değer vaat etmesi, her şey dahil sisteminin mevcut hedef pazarlar için cazibesini koruması sayılabilir. Kıyı şeridinde yer almanın avantajını kullanan büyük

oteller; uygun fiyatlı tatil paketleri oluşturarak müşterilerinin tüm ihtiyaçlarını otel içinde kendi imkânlarıyla karşılamaktadır.

→ Kongre Turizmi

Antalya; doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra, ılıman iklim yapısı, ulaşım olanakları, altyapı, tesis ve hizmet kalitesi, alanında eğitimli ve nitelikli iş gücü, yıllar içinde gelişen organizasyon tecrübesi ve 400 bine yakın koltuk kapasitesi ile kongre turizminde öne çıkan bir destinasyondur.

Ülkemizde ulusal ve uluslararası ölçekte gerçekleştirilen kongre, sempozyum, toplantı vb. etkinlikler bakımından İstanbul’un ardından ikinci sırada yer alan Antalya, 2014 ve 2015 yıllarında, aralarında Uluslararası Kongre ve Konferans Şirketleri Birliği (ICCA) 53. Genel Kurulu, NATO Dışişleri Bakanları Toplantısı, B20 ve G20 Zirveleri’nin de yer aldığı, oldukça önemli etkinliklerin ev sahipliğini başarıyla gerçekleştirmiştir.⁽⁷¹⁾ ICCA, dünya kongre turizmine yön veren bir kurumdur ve bu kurumun genel kurulunu Antalya’ya getirmeyi başarmak, Antalya için büyük bir fırsat yaratmıştır. Kongre turistinin, kıyı tatilcisi turistten yaklaşık üç kat fazla harcama yaptığı düşünüldüğünde, en önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya’da, turizmin 12 aya yayılabilmesi, kongre turizminin gelişimi ile doğrudan ilişkilidir.

EXPO 2016’nın Antalya’da düzenlenmesiyle şehir, Türkiye’de düzenlenen ilk Expo’nun ev sahibi olmuştur. Dünyanın farklı noktalarında yer alan ülkelerin katılımıyla gerçekleşen Expo 2016 bünyesinde inşa edilip hizmete kazandırılan Expo 2016 Antalya Kongre Merkezi, 5000 kişilik ana salon kapasitesiyle Türkiye ve Avrupa’nın en büyük kongre merkezlerinden biridir. İl genelinde kongre, fuar ve sergi merkezleri ve 5 yıldızlı konaklama tesisleri bünyesindeki donanımlı salonlarla birlikte 200 bine yakın koltuk kapasitesi, Antalya’nın kongre ve toplantı turizmi açısından sahip olduğu potansiyele işaret eden önemli bir göstergedir.⁽⁷²⁾

Türkiye’nin en büyük MICE operatörlerinden olan Inventum Global ile Hindistan Etkinlik ve Eğlence Yönetimi Birliği’nin büyük bir ortaklığa imza atması sonrası Antalya’da gerçekleştirilen Inventum Global Workshop 2017; Hindistan, Rusya, Ukrayna ve Türkiye’den düğün ve MICE sektörü temsilcilerini bir araya getirerek Antalya’nın Hint düğün organizasyonlarının yanı sıra kongre, konferans, toplantı vb. etkinliklerin merkezi olması yolunda önemli bir katkı sağlamıştır.⁽⁷¹⁾

2017 yılından beri Antalya’da düzenlenen Hestourex Dünya Sağlık, Spor Turizmi Kongresi ve Fuarı, dünyanın dört bir yanından sağlık, spor ve alternatif turizm sektörü temsilcilerini bir araya getirmektedir. Bu anlamda Türkiye’nin ilk ve tek platformu olma özelliği taşıyan bir diğer önemli organizasyondur.

70. Kültür ve Turizm Bakanlığı
<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.

71. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
<https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68441/kongre-turizmi.html>.

72. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Expo 2016 Antalya
<https://expo.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=4>.

→ Sağlık Turizmi

Antalya, coğrafi konumu, dört mevsim ılıman iklimi ve ulaşım kolaylığıyla, özellikle düşük sezon döneminde hasta, yaşlı ve engellilerin konaklaması için elverişli koşullar sunan bir kent olarak öne çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda; yüksek yatak ve hizmet kapasiteli konaklama tesislerinin yanı sıra gelişmiş altyapı ve donanımına sahip sağlık kuruluşları, alanında iyi yetişmiş, yabancı dil bilen uzman doktor ve sağlık personeli ve nitelikli aynı zamanda diğer ülkelere kıyasla daha az maliyetli hizmet anlayışıyla Antalya'da sağlık turizmi alanında önemli bir mesafe kat edilmiştir.

Hem kamu hem de özel sektörün sağlık alanında büyük yatırımlara imza attığı Antalya'da kamu yatırımları arasında, Antalya Eğitim ve Araştırma Hastanesi ve Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi öne çıkmaktadır. Sağlık turizmi içinde, medikal turizm, yaşlı ve engelli turizmi alanlarında ön plana çıkan Antalya'ya başta Balkanlar, Ortadoğu, Rusya, Batı Avrupa, Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetleri ve Arap ülkelerinden olmak üzere çok sayıda turist tedavi amaçlı gelmektedir. Son yıllarda, özellikle Körfez ülkelerinden ziyaretçiler, saç ekimi ve plastik cerrahi gibi zorunlu olmayan tıbbi operasyonlar için de Antalya'yı tercih etmektedir.⁽⁷³⁾

2017 yılında Antalya'da birincisi gerçekleşen Dünya Sağlık ve Spor Turizmi Kongresi ve Fuarı (HESTOUREX), düzenlendiği her üç yılda, gerek katılım gerekse yakalanan iş potansiyeli açısından önemli başarı elde etmiştir. Hestourex 2019'a 25 bin ziyaretçi ve 307 firma katılmıştır.⁽⁷⁴⁾

→ Spor Turizmi

Antalya'da kentin pek çok farklı noktası, yılın dört mevsiminde spor ve adrenalin tutkunu misafirleri cezbedecek çeşitli spor etkinliklerine ev sahipliği yapmaktadır. 290 kilometresini kumsalların oluşturduğu; 640 kilometre sahil bandına sahip Antalya kıyıları, yatçılık, yelkenli, deniz kayağı, deniz paraşütü ve sörf gibi su sporları için oldukça elverişli; akarsularında rafting sporu yapılabilmektedir. ılıman iklim yapısı ve doğal zenginlikleriyle Antalya doğa yürüyüşü, dağcılık, kampçılık, yamaç paraşütü, kaya tırmanışı gibi doğa sporlarına uygun çok sayıda cazibe merkezi bulundurmaktadır. Spor turizmi; futbol, tenis ve golf ile birlikte, ölü sezon olarak bilinen dönemde (aralık-mart) otel doluluk oranlarına büyük katkı sağlayarak turizmi 12 aya yayma olanağı sunmaktadır.

→ Futbol Turizmi

Antalya sahip olduğu ulaşım, altyapı ve tesis olanaklarıyla futbol turizmi bakımından dünya çapında tercih edilen önemli bir destinasyon konumundadır. Antalya bu alanlarda sunduğu hizmet kalitesini her geçen yıl daha da yükseltmektedir. Yurtiçinden olduğu kadar, yurtdışından da çok sayıda ülkenin futbol takımı; devre arası kampları, turnuva organizasyonları ya da antrenman programları için dünya standartlarında tesisleriyle hizmet veren

Antalya'yı tercih etmektedir. Antalya merkez ve ilçelerinde, uluslararası kriterlerde iki yüze yakın çim yüzeyli antrenman sahası ve üç büyük stadyum bulunmaktadır. 2019 yılında %90'ı yabancı takımlardan oluşmak üzere, yaklaşık 3 bin takım ağırlandı.⁽⁷⁵⁾

→ Golf Turizmi

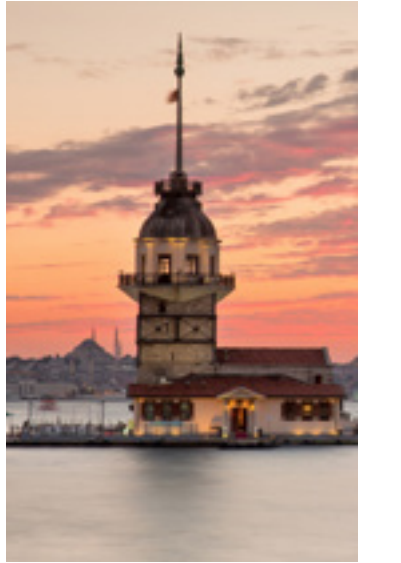
Antalya, golf sporu ve turizmi için uygun iklim şartlarının bulunması ve gerçekleştirilen yatırımlar sonrası art arda hizmete giren nitelikli tesis ve uluslararası standartlardaki sahalaları ile yurtiçi ve dünyadan çok sayıda golf meraklısının buluşma noktası olmuş ve uluslararası düzeydeki golf turnuvalarına ev sahipliği yapmıştır. Antalya'nın Serik ilçesinde konumlanan Belek turizm bölgesi, ülkemizin en önemli golf turizmi destinasyonudur. 2008 yılında Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO) tarafından Avrupa'da Yılın En İyi Golf Bölgesi ödülüne layık görülen Belek'te, yıl içinde 50'nin üzerinde ulusal ve uluslararası düzeyde turnuva düzenlenmektedir. Antalya'da Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli 12 golf tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin bünyesinde toplam 26 golf sahası bulunmaktadır.⁽⁷⁶⁾

4.2.2. İstanbul

Roma, Bizans, Latin ve Osmanlı imparatorluklarına başkentlik yapmış, İstanbul; ekonomi, finans, nüfus bakımından Türkiye'nin en önemli megapol kenti; tarihi, turistik ve coğrafi özellikleri itibarıyla de yalnızca Türkiye'nin değil, dünyanın en önemli şehirleri arasındadır. İstanbul sarayları, camileri, surları, hamamları, Boğaz'ı, köprüleri kısacası şehrin güzelleştiren değerleriyle önemli bir cazibe merkezidir.

İstanbul bulunduğu stratejik konumun beraberinde getirdiği asırlardır süregelen kültürel zenginlikleri bünyesinde barındırmaktadır. Marka kent bilincine sahip olması, diğer şehir ve ülkelerle kurduğu etkileşimin gelişmiş olması, özgünlük ve karakter sahibi şehir olması, donanımlı otelleri, dünyanın en yüksek yolcu kapasiteli havaalanı, kruvaziyer limanı, modern hastaneler gibi olanakları ve İstanbul'un tüm dünyada yüksek bilinirliği turizm için önemli özellikleridir. Diğer taraftan üç semavi dine yönelik eserleri bünyesinde barındırması, 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olması ve spor turizmüne yönelik tesislerin nitelik ve nicelik zenginliğini İstanbul'un başlıca avantajları olarak ifade etmek mümkündür.

Türkiye'den yabancı şehirlere ya da ülke içinde birbirine uzak lokasyondaki şehirlere yapılan uçuşlar genellikle İstanbul veya Ankara aktarmalı yapılmaktadır, bu durum İstanbul'un tanıtımı açısından son derece önemlidir. İstanbul Havalimanı'nın hizmet vermeye başlaması ile birlikte iç hat güzergâhlarda 45 şehre; dış hatlarda ise 110 ülkedeki 249 farklı şehre uçuş gerçekleştirilmektedir.⁽⁷⁷⁾ İstanbul'dan çok sayıda noktaya direkt uçuşların olması turizmde ulaşım kolaylığı açısından büyük avantaj yaratmaktadır. İstanbul'un, tarih ve modernizmi bir arada barındırabilen hareketli bir şehir olması turistlerin İstanbul'u tercih etmelerinin temel sebebidir.



İstanbul

73. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68438/saglik-turizmi.html>.

74. World Health Sport Alternative Tourism Congress & Exhibition (HESTOUREX) 2019 Fuar Raporu <http://hestourex.com/wp-content/uploads/2019/09/HestourexRapor.pdf>.

75. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68437/spor-turizmi.html>.

76. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68440/golf-turizmi.html>.

77. İstanbul Havalimanı <https://www.istairport.com/tr>.

İstanbul'un güçlü yanlarından bir diğeri sunduğu yatak arzıdır. Ocak 2020 verilerine göre İstanbul'da Bakanlık İşletme Belgeli Tesis sayısı 604, yatak kapasitesi ise 122.122'dir. Belediye İşletme Belgeli Tesis sayısı 1.096, yatak kapasitesi 62.583'tür. Geceleme süresinin fazla olması turizm gelirlerini artıran en önemli unsurdur. 2019 yılı verilerine göre İstanbul'da geceleme yapan yerli ziyaretçi sayısı 4.728.033, yabancı ziyaretçi sayısı ise 9.415.607 kişidir.⁽⁷⁰⁾

→ Kültür Turizmi

Yenikapı-Marmaray kazılarıyla birlikte geçmişi 8 bin 500 yıl öncesine tarihlenen İstanbul, tarih boyunca önemli imparatorluklara başkentlik yapmıştır. İstanbul'un sahip olduğu bu muazzam kültürel mirası, gündelik yaşamın devam ettiği sokaklarında bile görmek mümkündür. Tarihle yoğurulmuş bu kent, aynı zamanda Türkiye'deki kültür sanatın da merkezi konumundadır. Şehir, müze ve sanat galerileri, konser mekânları, tiyatro ve sinema salonları ve her yıl düzenlediği çok sayıda festivaliyle ziyaretçilerine dinamik bir kültür ve sanat hayatı sunmaktadır.

İstanbul sahip olduğu tarihi ve karakteristik mekânları, cazibe merkezleri, konaklama ve kolay ulaşım imkânları gibi donatıları sayesinde yerli-yabancı dizi ve film çekimlerine ev sahipliği yapabilmektedir. Bu durum İstanbul'un dünyada daha çok tanınmasının yolunu açmıştır ve İstanbul'un turizmini canlandırarak ekonomisini geliştirmektedir.

İstanbul'da kültür turizmi, şehir halkının yüzyıllardır sürdürdüğü gündelik hayatı yansıtan mekânların yanında, kiliseler cami ve sinagoglara kadar pek çok ibadet merkezini de içermektedir.

→ İnanç Turizmi

İstanbul sahip olduğu zengin tarihi mirası sebebiyle; mimari eserleriyle, farklı dinlere, farklı kültürlere ev sahipliği yapmış olmasıyla inanç turizmi açısından da zengin bir potansiyel taşımaktadır. Semavi dinlerin çok önemli merkezleri İstanbul'da birbirlerine yakın mesafelerle bulunmaktadır.

İstanbul'da zengin inanç turizmi potansiyelini en verimli şekilde kullanmak için her dinden gezginin kültürel amaçlı yapacağı dini mekânları ve rotaları hedef alan kültür turları oluşturulmaktadır.

→ Sağlık Turizmi

İstanbul, Türkiye'nin sağlık turizmi başkentidir. Sağladığı bu başarı; şehirde bulunan 238 donanımlı hastane, 36 bin yatak kapasitesi⁽⁷⁸⁾ alanlarında uzman yabancı dil bilen doktor ve sağlık personeli, sağlık turizmi açısından İstanbul'un tanıtımının iyi yapılmış olması ile doğru orantılıdır. Türkiye'de bulunan JCI akreditasyon sertifikalı 46 hastanenin 29'u İstanbul'da bulunmaktadır.⁽⁷⁹⁾ JCI akreditasyonu küresel sağlık bakımında altın standart olarak kabul edilir. Sağlık turizminde, ulaşım kolaylığı önemli unsurlardan birisidir.

→ Kongre Turizmi

İki kıtayı buluşturan İstanbul, doğal ve kültürel zenginlikleri, uluslararası kültür ve sanat etkinlikleri, ulaşılabilirliği, turizm hizmetlerinin gelişmişliği ve kongre merkezlerinin niteliğiyle dünya çapında bir kongre şehri konumundadır.

Mevcut değerlerini bir turizm potansiyeli olarak harekete geçiren İstanbul; ulusal ve uluslararası yüksek katılımcı sayıları olan organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır.

İstanbul kolay ulaşım imkânı sayesinde yalnızca iki-üç saatlik uçuş süreleri ile Türkiye'nin, kongre ve sergiler için tercih edilen bir ülke haline gelmesinde etkili olmuştur. Nitelikli konaklama tesisleri ve etkinlik altyapısı, dünyanın belli başlı şehirlerine direkt uçuş olanakları sağlaması ve kültürel ve tarihsel mirası İstanbul için önemli avantajlardandır.

İstanbul'da kongre turizmine uygun oteller ve otellere ek olarak çok sayıda donanımlı kongre ve kültür merkezi bulunmaktadır. İstanbul için en önemli kongre mekânı; Lütü Kırda Kongre ve Sergi Sarayı, Hilton Kongre ve Sergi Merkezi, Harbiye Askeri Müze Kültür Merkezi ve Cemal Reşit Rey Konser Salonu'nu içine alan ve "Kongre Vadisi" olarak adlandırılan bölgedir. Kongre Vadisi içinde ayrıca 16 adet otel de bulunmaktadır.⁽⁸⁰⁾

→ Spor Turizmi

İstanbul, spor turizminde öne çıkan bir şehirdir; ulusal ve uluslararası çapta önemli karşılaşmalara ev sahipliği yapmaktadır. Intercity İstanbul Park, İstanbul'da bulunan dünya standartlarındaki yarış pistidir. Dünyanın en büyük spor organizasyonlarından biri olan Formula 1 yarışlarına ev sahipliği yapmış olan pist, toplam 2 milyon 215 bin metrekarelik bir alanı kaplamaktadır;⁽⁸¹⁾ Türkiye'nin üç büyük spor kulübünün İstanbul'da bulunmasıyla, neredeyse her hafta sonu gerçekleşen ulusal ve uluslararası karşılaşmaları takip etmek için dünyanın farklı yerlerinden gelen pek çok seyirci ve gazeteci İstanbul turizmini canlı tutmaktadır.

78. İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü.

79. Joint Commission International (JCI).

80. İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA), Türkiye'de ve İstanbul'da Turizm.

81. Intercity İstanbul Park <https://intercitypark.com/>.



Muğla

82. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

4.2.3. Muğla

Türkiye’de ve dünyada önemli bir turizm destinasyonu olan Muğla; Bodrum, Marmaris ve Fethiye gibi dünyaca ünlü destinasyonları ve artık birer uluslararası marka haline gelmiş Datça, Köyceğiz, Milas, Seydikemer gibi ilçeleri; Dalyan, Ölüdeniz, Kayaköy, Akyaka, Saklıkent, Kelebekler Vadisi, Sedir Adası gibi seçkin turizm alternatifleri ile 2019 yılında 1.722.516 yerli ziyaretçi ve 2.797.185 yabancı ziyaretçi ağırlamıştır. Muğla, Türkiye’de en çok geceleme/konaklama yapılan üçüncü şehirdir.⁽⁷⁰⁾

Toplam uzunluğu 1.500 kilometreye yaklaşan deniz kıyısı ile Muğla, Türkiye’nin en uzun sahil şeridinde sahip ilidir. 105 mavi bayraklı plaj sayısı ile Türkiye’de Antalya’dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Mavi bayraklı sekiz marina-ya sahip olma özelliği ile ise Türkiye’de ilk sırada yer almaktadır.⁽²⁶⁾

Muğla, yatak arzı bakımından Türkiye’de üçüncü sırada yer alan şehirdir. Ocak 2020 rakamlarına göre Bakanlık İşletme Belgeli 404 tesis ve 108.765 yatak kapasitesi; Belediye İşletme Belgeli 901 tesis ve 62.888 yatak kapasitesi bulunmaktadır.⁽⁷⁰⁾

Muğla hava, kara ve denizyolu ulaşım olanakları ile gerek yurtiçi gerekse yurtdışından kolaylıkla ulaşılabilir konumdadır. Muğla, Dalaman Havalimanı ve Milas-Bodrum Havalimanı ile iki havalimanına sahip birkaç ilimizden biridir. Uluslararası direkt uçuşlar sayesinde kent turizmi için büyük öneme sahip bu iki havalimanının yanı sıra Muğla denizyolu ulaşımı açısından da gelişmiş bir şehirdir. Bodrum’da Bodrum, Turgutreis, Yalıkavak ve Mantarburnu Limanları; Marmaris’te Marmaris ve Bozburun Limanları; Milas’ta Güllük Limanı; Fethiye Limanı ve Datça Limanı ile toplam dokuz liman ve deniz hudut kapısına sahiptir.⁽⁸²⁾

Muğla’da öne çıkan turizm çeşidi geleneksel turizm olarak adlandırılan deniz-kum-güneş turizmidir. Alternatif turizm türleri açısından zengin bir potansiyele sahip olan Muğla’da turizmin 12 aya yayılmasını sağlamak için çalışmalar yapılmaktadır. Şehre gelen turistlerin her şey dâhil sistemiyle otelde zaman geçirmelerini sağlamak yerine Muğla’nın yemeklerini, tarihi dokusunu ve doğal güzelliklerini görmeleri teşvik edilmektedir.

Ülkemizin önemli turizm destinasyonlarından biri olarak öne çıkan Muğla, taşıdığı alternatif turizm potansiyeli ile sektöre yönelik birçok ürün sunmaktadır. Daha önceleri geleneksel olarak deniz-kum-güneş üçgeni etrafında algılanan turizm sektörünün günümüzde birçok alt türü mevcuttur. Geleneksel turizmin yanında alternatif turizm türleri arasında; sağlık turizmi, spor turizmi, gastronomi turizmi, eko-turizm ve festival ve etkinlik turizmi yer almaktadır. Katma değeri yüksek, çevre ile uyumlu, taşıma kapasitesine uygun, dönemsel turizmi yıl boyuna yaygınlaştırabilen ve sürdürülebilir rekabet edebilirliğe müsait alt sektörleri ile Muğla önemli bir turizm merkezidir. Muğla somut olmayan kültürel miras varlığı açısından zengin bir şehirdir; Muğla bacası, Milas halısı, deve güreşleri, zeytinyağı kültürü bunlardan bazılarıdır.

→ Deniz - Kum - Güneş

Muğla ilinin bulunduğu konum itibarıyla güneş ışınlarından yararlanma süresinin uzun olması, deniz suyu sıcaklığını da olumlu yönde etkilemektedir ve bu sayede denizlerden uzun süreli yararlanmak mümkün olabilmektedir. Uzun kıyıları boyunca nitelikli tesislerin yer aldığı Muğla, deniz-kum-güneş turizmi açısından her türlü avantaja sahiptir.

Uzun ve girintili çıkıntılı kıyı bandı Muğla’ya eşsiz bir avantaj oluşturmaktadır. Özel Çevre Koruma Kanunu ile korunan İztuzu ve Ölüdeniz gibi plajların yanı sıra Muğla, 131 koy ve 61 adaya sahiptir. Aynı zamanda, yıl içindeki güneşli gün sayısının fazlalığı ve kış aylarında bile Akdeniz iklimi özelliklerini taşıyan ılıman ve güneşli havasıyla Muğla, özellikle yaz sezonunda çok sayıda yerli ve yabancı turist ağırlamaktadır.⁽⁸³⁾

→ Sağlık Turizmi

Muğla ili sahip olduğu koşullar ile medikal turizm, termal turizm ve üçüncü yaş turizmi olarak da adlandırılan geriatri turizmi açısından önemli potansiyel taşımaktadır.

Bodrum, Marmaris ve Fethiye’de hizmet kalitesi yüksek, kamu ve özel hastaneler faaliyet göstermektedir. Kaliteli konaklama tesisleri ile Muğla; Köyceğiz, Dalaman, Seydikemer, Marmaris, Yatağan, Milas ve Bodrum ilçelerinde mineral değerleri yüksek jeotermal kaynaklara sahiptir.

Doğal, termal, kültürel, tarihi zenginliklere sahip olan Muğla’nın Fethiye ve Dalyan bölgelerinde yoğun olmak üzere yerleşik, yaklaşık 15 bin yabancı turist ikamet etmektedir. Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından destinasyon bazlı bütünleşik bir şekilde altyapı, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürütülmesi halinde Muğla’nın uluslararası çapta geriatri ve wellness turizm destinasyonu olabilmesi mümkündür.⁽⁸³⁾ Dalaman Kaplıcası, Girmeler Kaplıcası ve Sultaniye Kaplıcası birçok hastalığın tedavisi için kullanılan önemli şifa merkezlerinden sadece birkaçıdır.

→ Spor Turizmi

Muğla geneli hobi ve spor faaliyetlerinin 12 ay boyunca yapılabileceği birçok turistik değere sahiptir; Karia Yolu, Likya Yolu, Ecotrail Yolu, Babadağ Yamaç Paraşüt Pisti, Dalaman Rafting Alanı, Gökova Kitesüf Alanı gibi birçok sportif aktiviteye uygun turizm destinasyonlarına sahiptir.⁽⁸⁴⁾ Yamaç Paraşütü sporu özellikle Fethiye ve çevresinde büyük bir değer taşımaktadır. Marjinal spor alanlarından olan yamaç paraşütünün özellikle lokasyon bağlılığı olduğu için, bölge için büyük bir öneme sahiptir.

Dalış, yelken ve sörf sporları için destinasyonun doğal özellikleri önemli bir fırsat ortaya koymaktadır. Yılın farklı mevsimlerinde sürekli olarak yapılabilecek bu sporların, turizme önemli katkısının olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle mümkün olduğunca ürünün çeşitlendirilmesi ve destinasyonun niteliğine göre bu alanın geliştirilmesi sürdürülebilir bir turizm açısından büyük önem taşımaktadır.

83. Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA), Güney Ege Bölgesi Turizm Stratejisi Belgesi.

84. Güney Ege Kalkınma Ajansı, Muğla Alternatif Turizm Türleri Yatırım Olanakları.

Su sporları açısından Muğla ili, Türkiye ve dünyada önemli bir değere sahiptir. Bu doğal üstünlüğün kullanılmasına yönelik stratejilerin geliştirilmesi mevcut kaynakların çok daha etkin değerlendirilmesine olanak sağlayacaktır. Bu bağlamda Bodrum, Marmaris ve Fethiye gibi stratejik, dünya markası olmuş destinasyonlarda su sporlarının geliştirilmesi özellikle mevcut atıl kaynakların kapasite kullanımına da büyük katkı sağlamaktadır.⁽⁸⁵⁾

→ Gastronomi Turizmi

Akdeniz ve Ege Bölgesi'nin kesişme noktasında yer alan Muğla, mutfağı ile gastronomi turizmine oldukça elverişlidir. Dünyaca ünlü çam balı, bademi, balığı, deniz ürünleri, zeytini, zeytinyağı, mantarı ve yöresel ot çeşitliliği ile son derece leziz ve sağlıklıdır. Keşkek, arabaşı, kefal dolması, sulu kebab, çitirmek, meneviç kavurması Muğla'ya özgü yöresel lezzetler arasındadır.⁽⁸⁶⁾

→ Eko-Turizm

Bodrum, Fethiye ve Marmaris gibi kıyı destinasyonlarının varlığıyla önemli kitle turizmi destinasyonlarından biri olan Muğla, aynı zamanda doğal güzellikleriyle eko-turizm açısından da önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Muğla, Akdeniz ve Ege denizine toplam 1.480 kilometre uzunluğa sahip kıyısı bulunan, topraklarının %67'si orman olan, orman varlığı en yüksek illerimizden birisidir. Muğla'nın yüz ölçümünün %22'sini özel çevre koruma bölgeleri oluşturmaktadır. Muğla Orman Bölge Müdürlüğü'ne ait sekiz tabiat parkı ve 73 mesire yeri ile Yılanlı-Çakmak Yaban Hayatı Geliştirme Sahası mevcuttur. Dalış turizmi açısından Türkiye'nin önemli bölgelerinden olan Marmaris, Bodrum, Fethiye ve yakın çevresinde gününbirlik gidilebilecek 52 dalış noktası vardır. Akyaka'da uçurtma sörfü, Fethiye-Babadağ'da yamaç paraşütü ve Karya ve Likya antik yollarının varlığıyla Muğla, uluslararası alanda bilinen önemli doğa ve spor turizmi aktivitelerinin gerçekleştiği bir destinasyondur.⁽⁸³⁾ Muğla; Dalyan Deltası, Köyceğiz Gölü, Kelebekler Vadisi, Uyku Vadisi, Saklıkent Kanyonu, Gökçeler Mağarası, Karabağlar Yaylası gibi birçok doğal güzelliğe sahiptir.

→ Festival ve Etkinlik Turizmi

Muğla; Yörük Türkmen Şenliği, The Bodrum Cup Yelken Yarışı, Menteşe Beşpınar Yağlı Güreş Festivali, Dünya Ralli Şampiyonası gibi birçok etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır.⁽⁸³⁾

Muğla ilçeleri kendilerine özgü geleneksel/ kültürel etkinliklere sahiptir. Yöre halkının bu etkinlikleri sahiplenmesi ve desteklemesi, kültürün devamlılığı açısından önem arz etmektedir. Bodrum ilçesinde düzenlenen Bağbozumu Şenliği, Halikarnas İki Yaka Kültür Festivali, Deve Güreşleri, Deniz Dibi Temizliği, Slow Food Peynir Şenliği; Fethiye ilçesinde düzenlenen Uluslararası Ölüdeniz Hava Oyunları; Milas ilçesinde düzenlenen Güney Ege Evlilik Hazırlıkları, Anne ve Bebek Fuarı, Milas Ot Festivali; Menteşe ilçesinde düzenlenen Zurnazen Festivali belirli tarihlerde gerçekleştirilen etkinliklerden sadece birkaçıdır.⁽⁸²⁾

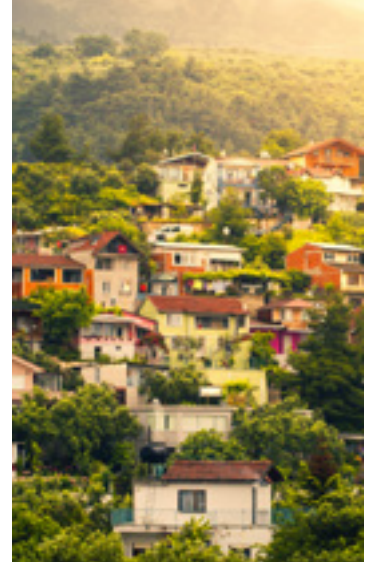
4.2.4. Türkiye'den Diğer Başarılı Örnekler

→ Bursa

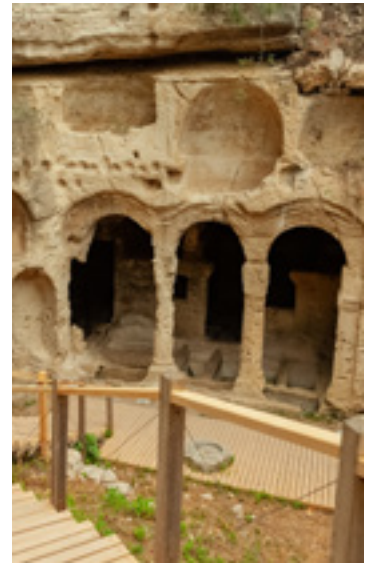
Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinin mimari özelliklerini yansıtan kentsel dokusuyla Bursa, çok kültürlü bir geçmişin izlerini taşımaktadır. "Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu" adıyla 2014 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras alanı olarak tescillenmiştir.⁽⁸⁷⁾ Köklü geçmişi sebebiyle tarih ve kültür turizmi ile ön plana çıkan Bursa; Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti ve birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış bir şehirdir. Yıl boyu düzenlenen etkinlikleri, halk oyunları, Hacivat ve Karagöz'ü, 15-16. yüzyılın izlerini taşıyan İznik çinisi ile Bursa, pek çok geleneksel kültür ögesini barındırmaktadır. Bursa; tarih, kültür ve inanç turizminin yanında termal turizm açısından Türkiye'nin en önemli kentlerinden birisidir. Uludağ ile Türkiye'nin en büyük kış ve doğa sporları merkezi olan Bursa; ipeği ve tekstili, kestane şekeri, havlusu, şeftalisi ile marka kent haline gelmiştir. Bursa, tarihte olduğu kadar turizm faaliyetleri açısından da ülkemizin lokomotif şehirlerinden birisidir.

→ Hatay

Hatay pek çok farklı kültürün bir arada bulunduğu, farklı dinlere mensup insanların yüzyıllarca birlikte yaşadığı önemli destinasyonlardan biridir.⁽⁸⁸⁾ Kültür beşiği olması ve gelişen turizm koridorları üzerinde yer alması sebebiyle Hatay'da öne çıkan turizm türleri inanç, kültür ve gastronomi turizmidir. Hatay, dinler mozaiğini oluşturan ezan, çan, hazzan sesinin birlikte duyulduğu bir kenttir. Hatay'da şehrin her noktasında kültürlerin ruhu hissedilebilir. Antik kentleri, inanç merkezleri ve sayısız tarihi eserin yer aldığı Antakya inanç turizminin merkezi olan bir kültür destinasyonudur.⁽⁸⁹⁾ Hatay kültürel zenginliğinden kaynaklı eşsiz bir mutfağa sahiptir. Medeniyetler Sofrası olarak adlandırılan mutfağı ile Hatay, 2017 yılında UNESCO tarafından "Yaratıcı Şehirler, Dünya Gastronomi Şehri" olarak tescillenmiştir.⁽⁸⁸⁾ Baharat ve İpek yollarının kesiştiği Hatay, nesilden nesile aktarılan zengin mutfak kültürü, yöresel lezzetleri, kente özgü pişirme teknikleriyle gastronomik açıdan Türkiye'nin en çok potansiyel barından şehirlerinden biridir. Hatay'da yetişen tahıllar, baklagiller, sebzeler, meyveler, yöreye has otlar ve baharatlar Hatay mutfağının kendine özgü 650'den fazla yemeğinin oluşmasına sebep olmuştur.⁽⁸⁸⁾ 2019 yılında Hatay'a gelen yerli ziyaretçi sayısı 114,210; yabancı ziyaretçi sayısı ise 179,264'tür.⁽⁹⁰⁾



Bursa, Uludağ



Hatay, Beşikli Mağarası

85. Muğla Valiliği, Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı.

86. Muğla Valiliği, Muğla Mutfağı Yemek Kitabı.

87. Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

88. Hatay Gastronomi <http://hataygastronomi.com/>.

89. Hatay Valiliği.

90. Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

→ Gaziantep



Gaziantep



Konya

Gastronominin 6.000 yıllık tarihle harmanlandığı şehir Gaziantep, bulunduğu konumu sebebiyle tarih, kültür, inanç, doğa ve birçok turizm türünün yanında adını gastronomi turizmiyle tüm dünyaya duyurmuş bir şehirdir; dünyada ülkesinin ismiyle değil, şehrinin ismiyle anılan tek mutfak Gaziantep Mutfagıdır.⁽⁹¹⁾ UNESCO, Gaziantep'i 2015 yılında gastronomi alanında "Yaratıcı Şehirler Ağı"na dahil etmiştir. Gaziantep'in 26 coğrafi işaretli ürünü vardır; Antep fıstığı, Antep baklavası, Antep fıstık ezmesi, tırnaklı pidesi ve beyranı markalaşan ürünlerinin başında gelmektedir.⁽²⁸⁾ Gaziantep'in İpek Yolu ve Baharat Yolu gibi önemli kervan yolları üzerinde bulunması Gaziantep mutfagının zenginleşmesine sebep olmuştur. Bu tarih dokusu içerisinde yer almış olan hanlar, hamamlar, imarethaneler ve kervanlarda konaklayan insanların taşıdıkları kültürel etkiler, gastronomi adına önemli bir kaynak olarak kalıcı hale gelmiştir. Özellikle İran'a, Hindistan ve Çin'e kadar uzanan bu kervan yolu üzerindeki yemek kültürüne ait her türlü bilgi ve deneyimler Gaziantep mutfagına ilham kaynağı olmuştur. Gaziantep'te zengin bir gastronomi kültürünün oluşmasında etkili olan sebepler arasında yaklaşık iki bin yıl önce dünyada en yoğun nüfusun yaşadığı Mezopotamya'nın ve en batısındaki Zeugma'nın kültür zenginliği ve farklı kültürlerin yarattığı çeşitlilik de sayılmalıdır. 2019 yılında Gaziantep şehrine gelen yerli ziyaretçi sayısı 133.289; yabancı ziyaretçi sayısı ise 66.644'tür.⁽⁹¹⁾

→ Konya

Konya; inanç ve kültür, sağlık, kongre ve fuar, doğa ve spor turizm türleri alanında gelişme ve ürün çeşitlendirme potansiyeline sahiptir. İnanç ve kültür turizmi, Konya turizminin en güçlü olduğu turizm çeşididir. Hz. Mevlânâ ve onun temel yaklaşımının sahip olduğu güçlü doktrin ve kültür, Konya'yı dünyanın en önemli inanç turizm merkezlerinden birisi haline getirmektedir. Hz. Mevlânâ'nın yanı sıra Konya'daki diğer kültür ve inanç unsurlarının güçlü bir şekilde varlığını sürdürmesi, kentin turizm stratejisini olumlu yönde desteklemektedir. Mevlevi Sema Töreni, 2008 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası'nın Temsili Listesi'ne ülkemiz adına kaydettilererek tüm dünyaya tanıtılmıştır.⁽⁹²⁾ Mevlevilik kültürünün dışında insanlığın gelişiminde önemli bir evre olan avcılık ve yerleşik toplumsal hayata geçişle birlikte tarımın başlangıcı gibi önemli sosyal değişim ve gelişmelere tanıklık eden Çatalhöyük Neolitik Kenti'nin de Konya'da bulunması, şehri yerli ve yabancı turistler için cazibe merkezi haline getiren temel etken olarak sayılabilir. Çatalhöyük, 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.

⁹¹. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

⁹². Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

→ Şanlıurfa

"Peygamberler Şehri" olarak da anılan, inanç ve kültür turizminde önemli bir yere sahip olan Şanlıurfa; tarihiyle, kültürüyle ve mutfagıyla Güneydoğu Bölgesi içerisinde yer alan turistik kentlerden birisidir. Dünyanın bilinen en eski kült yapılar topluluğu, Göbeklitepe'ye ev sahipliği yapan Şanlıurfa, 2019 yılının ulusal çapta Göbeklitepe Yılı ilan edilmesi ile daha fazla ziyaretçi ağırlamaya başlamıştır. 2019 yılında 1 milyon 100 bini konaklamalı, 5 milyonun üzerinde yerli ve yabancı turist Şanlıurfa'yı ziyaret etmiştir.⁽⁹³⁾ Şanlıurfa, il genelinde yapılan arkeolojik kazı sayısı ile Türkiye'nin en çok kazı yapılan ilidir. Bu bağlamda kent merkezi ve iki ilçe merkezi kentsel sit alanı ilan edilmiştir.

Şanlıurfa adeta "Açık Hava Müzesi"dir.⁽⁹⁴⁾ Kültür turizminin yanı sıra önemli inanç merkezlerinden biri olarak da öne çıkan Şanlıurfa'da Hazreti İbrahim'in doğduğu ve ateşe atıldığı yer olarak rivayet edilen Balıklıgöl, "tarihin sıfır noktası" diye nitelendirilen UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Göbeklitepe, konik kubbeli evleriyle bilinen tarihi Harran ilçesi ve bir bölümü sular altında kalmış "sakin şehir" ağına dahil Halfeti gibi noktalar, kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere güzel bir gezi imkânı sunmaktadır. Kente gelen ziyaretçiler, Şanlıurfa'nın kadim tarihine tanık olmanın yanı sıra yöresel müziklerin çalındığı ünlü sıra gecelerine katılıp lahmacun, ciğer ve çiğköfte gibi bölgenin yöresel lezzetlerini keşfedebilmektedir. Bu özelliklerin yanı sıra Şanlıurfa, Türkiye'nin en fazla coğrafi işaretli ürününe sahip şehridir; Urfa kebabı, Şanlıurfa biberi, çiğköftesi, boranisi, soğan kebabı adını dünyaya duyuran lezzetlerdir.⁽²⁸⁾



Şanlıurfa

⁹³. Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turizmde-altin-cagini-yasayan-sanliurfa-bu-yil-da-gozde-sehir-olmayi-hedefliyor-/1706445>.

⁹⁴. Şanlıurfa Valiliği.

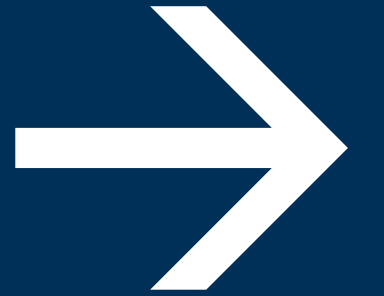
5

Stratejik Çerçeve ve Hedefler

5.1. Ana Söylem

5.2. Öncelikli Turizm Türleri

5.3. Hedefler ve Turizm – Tanıtım Döngüsü



5.1. Ana Söylem

↓ ÖZET

Bu bölümde İzmir'in turizm potansiyelini artırmak için ortaya konan stratejik çerçevenin adımları sunulmuştur. Stratejinin omurgasını oluşturan ana söylem sunulmuş ve İzmir'in belirlenen stratejik çerçeve doğrultusunda öne çıkan turizm türleri ve stratejik hedefler ortaya konmuştur.

Stratejinin ana söylemi İzmir'in 8 bin 500 yıllık tarihsel ve kültürel mirasından ilham almaktadır. Bu kapsamda öne çıkan temalar aşağıda özetlenmiştir.

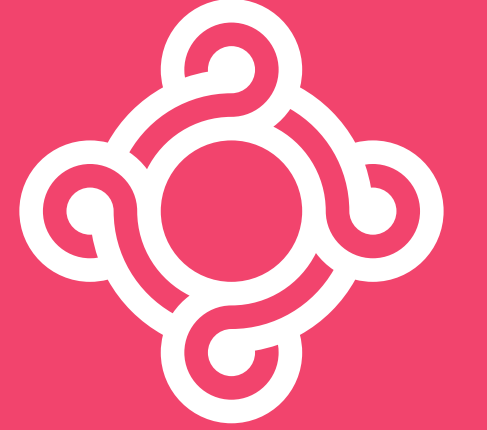
Bilindiği gibi İzmir ve çevresindeki antik kentler pek çok pre-sokratik filozofun doğduğu ve fikirlerini olgunlaştırdığı kentlerdir. Bilinen en ünlü pre-sokratik filozoflardan Heraklitos Efes'lidir. Bugün Menderes sınırları içerisinde kalan Kolofon Antik Kenti, Xenophanes'in doğum yeridir. Yine en önemli pre-sokratik filozoflardan Anaxagoras, Klazomenai'lidir.

MÖ 4. yüzyılda kurulduğu tahmin edilen Bergama Asklepion'u antik dünyada bilinen en ünlü hekimleri yetiştirmiştir. Bergama Asklepion'u aynı zamanda bilinen en eski psiyakatri okuludur. Ünlü hekim ve filozof Galenos Bergama'lıdır.

İzmir, Anadolu uygarlıklarının en eski tarih ve kültür kaynakları olan İlyada ve Odysseia destanlarının ozanı Homeros'un sehidir. Rivayete göre Homeros, Meles Çayı (Halkapınar Çayı) kenarında doğmuş ve güneş bahçesine ben-zettiği kıyılarda yaşamıştır. Homeros, Batı edebiyatı ve kültürüne yön vermiş; eserlerinin etkisi İzmir'den tüm dünyaya yayılmıştır.

Bahsi geçen tüm kavram ve temalar, İzmir'i diğer Akdeniz kentlerinden farklı ve özgün bir konuma taşımaktadır. Stratejinin ana söylemi bu temel üzerine kurulmuştur.

Dünya uygarlıklarına
yön veren pek çok
kavram, düşünce
ve yaklaşımın
İzmir'den dünyaya
taşınması.



5.2. Öncelikli Turizm Türleri

Önceki bölümlerde İzmir'in turizm türleri açısından güçlü olduğu noktalar ve cazibe merkezleri sunulmuş, dünya ve Akdeniz çanağındaki diğer öne çıkan destinasyonlara değinilmiştir. İzmir'in tarihsel ve kültürel mirasından esinlenen ana söylem ortaya konmuştur.

İzmir'in tanıtım faaliyetlerine yön vererek sadece turist sayısını değil aynı zamanda turist başına geliri artırmayı hedefleyen strateji; bu doğrultuda İzmir'in 8 bin 500 yıllık tarihini, benzersiz doğası ve gastronomik değerlerini ön plana çıkararak aynı zamanda gelir getirici diğer alternatif turizm türlerini temel almıştır.

Bu kapsamda İzmir'in yeni turizm stratejisi; İzmir'i bir dünya kenti olarak konumlayan, Akdeniz çanağı ve dünyadaki diğer şehirlerden pozitif ayrışmasını sağlayan güçlü yanları göz önünde bulundurarak, İzmir turizminin geleceğini tarih, kültür ve arkeoloji turizmi eksenine oturtmaktadır.

İzmir pek çok turizm ürününü barındıran bir metropoldür. Dolayısıyla stratejinin tek başına bir turizm türüne kendisini endekslemesi mümkün değildir. Bu doğrultuda ana eksen oluşturulan tarih, kültür ve arkeoloji turizminin yanı sıra gastronomi, doğa ve kırsal turizmi, kıyı turizmi, spor ve sağlık turizmi de strateji kapsamında öne çıkan turizm türleridir.

Bunların yanı sıra kültür turizminin alt türü olarak görülebilecek inanç turizmi; İzmir'de son dönemde özellikle iç turizme yönelik bir ivme kazandıran festival ve etkinlik turizmi ile fuar ve kongre turizm türleri de İzmir'in turizm potansiyeline artıracak diğer turizm türleridir.

GASTRONOMİ
DOĞA VE KIRSAL



TARİH | KÜLTÜR | ARKEOLOJİ



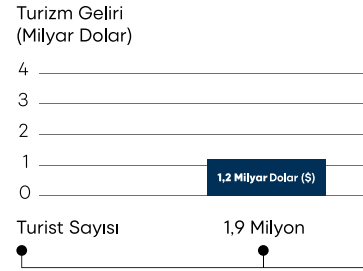
KIYI TURİZMİ
SPOR VE SAĞLIK

5.3. Hedefler ve Turizm Tanıtım Döngüsü

ÖZET

Bu bölümde turist sayısı ve turizm geliri açısından stratejinin ortaya koyduğu beş yıllık hedefler ve altı temel stratejik amaç sunulmuştur.

İzmir'in 2019 Verileri



Turist Başına Düşen
Harcama Miktarı

\$ 649

Görsel 9: 2019 yılında İzmir'in tahmini turizm geliri

5.3.1 Turist Sayısı ve Turizm Geliri Hedefleri

Sağdaki tablo belli başlı şehirlerin nüfus ve turist sayılarını göstermektedir. Görüldüğü üzere, özellikle İzmir'in rakibi olabilecek Akdeniz çanağında ki destinasyonlar en az kendi nüfusları kadar turist çekmektedir. Marsilya örneğinde ise turist sayısı nüfusun beş katından fazlasına karşılık gelmektedir. Bu grafik İzmir'in önümüzdeki beş yıl için turist sayısı hedefini de belirlemektedir. Bu doğrultuda önümüzdeki beş yılın sonunda İzmir'e nüfusu kadar yani 4-4,5 milyon turist gelmesi hedeflenmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayımladığı 2019 verilerine göre yabancı turist ve yurtdışı ikametli Türkiye vatandaşlarının ortalama harcama miktarı turist başına 649 dolar'dır.

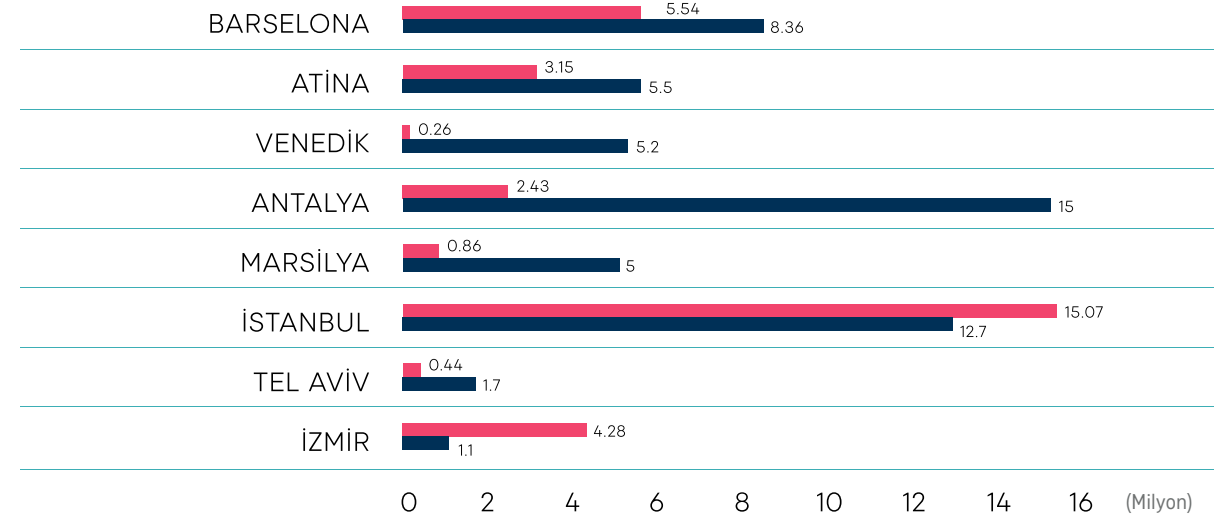
Başka şehirlerden ve direkt uçuşlarla İzmir'e gelen yabancı ülke ikametli Türkiye vatandaşlarının sayısının yaklaşık olarak 900 bin ve yabancı turist sayısının yaklaşık 1 milyon olduğu varsayılarak İzmir'in yılda yaklaşık 1,2 milyar dolar turizm geliri elde ettiği tahmin edilmektedir.

Ortaya konan beş yıl sonunda en az dört milyon turist hedefinin gerçekleşmesi halinde İzmir'in yıllık turizm geliri projeksiyonu gerçekleştirilmiştir. 2024 yılına kadar dört milyon turist sayısına tedricen ulaşılacağı öngörülmüştür.

Turist sayısı ön görülen şekilde tedricen arttığı takdirde beş yılın sonunda İzmir'in turizm gelirindeki toplam artışın 1 milyar 947 milyon dolar olacağı tahmin edilmektedir. Bu beş yılda turizmden elde edilecek gelirin toplam 6 milyar 911 milyon 850 bin dolar olacağı öngörülmektedir. Bu hesaplamalar yeni tip koronavirüs salgınının 2021 yılında turist sayısında yaratacağı azalma göz önüne alınarak gerçekleştirilmiştir. Sınır kapılarından İzmir'e giriş yapan yerli ve yabancı turist sayısının 2021 yılında yaşanacak azalmayla 1 milyon olacağı tahmin edilmekte; 2022, 2023 ve 2024 yıllarında ise bu sayının sırasıyla 2 milyon, 3 milyon ve 4 milyon olması hedeflenmektedir.

Ortaya konan bu gelir tahmininin yanı sıra strateji faaliyetlerinin uygulanabilmesi adına bir yatırım maliyeti de söz konusudur. Bu maliyetlerin kent estetiğinin istenen düzeye getirilmesi, yurtiçi ve yurtdışında yapılacak tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra destinasyonların bütüncül yönetimi adına özellikle fiziki koşulların turizm arzına yönelik düzenlenmesi hususlarında yoğunlaşacağı tahmin edilmektedir.

Turist Sayılarının Nüfusa Oranı

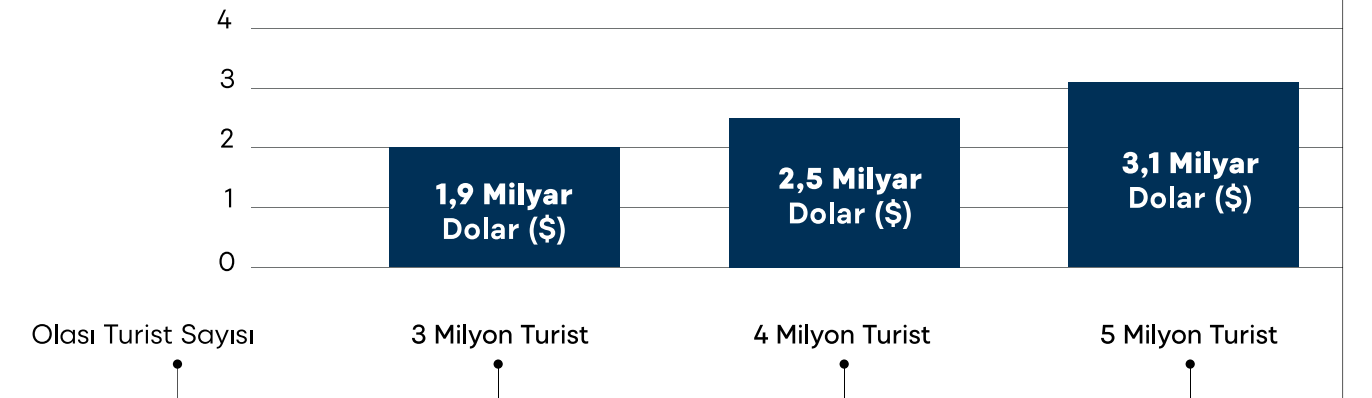


Tablo 36: Seçili şehirlerin nüfusu ve yabancı turist sayıları

Yapılan yaklaşık hesap sonucunda stratejisinin azami yatırım maliyetinin, altyapı maliyetleri hariç 50 milyon dolar olacağı düşünülmektedir. Öte yandan öngörülen birçok altyapı çalışması halihazırda İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin önümüzdeki beş yıllık programında bulunmaktadır. Bu doğrultuda kapsamlı fiziki müdahalelerin doğurduğu harcamalar stratejinin yatırım maliyetine dahil edilmemiştir.

İzmir Turizm Projeksiyonu

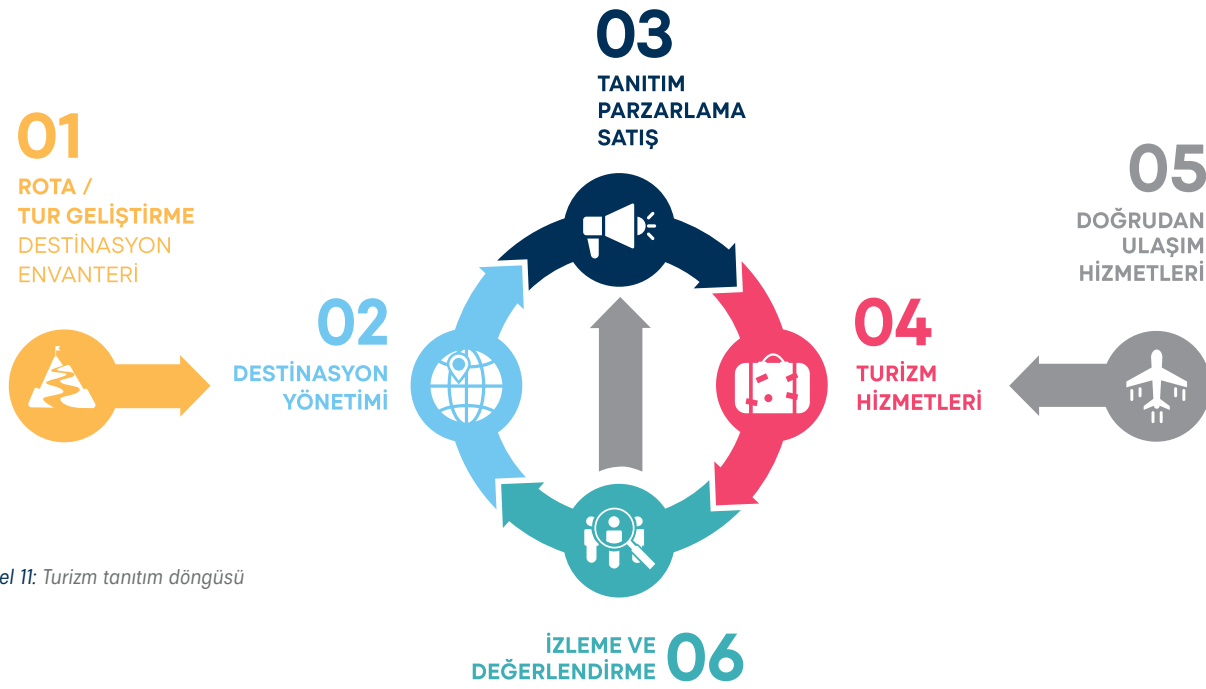
Olası Turizm Geliri
(Milyar Dolar)



Görsel 10: İzmir turizm projeksiyonu

Stratejik planın azami yatırım maliyeti: **50 milyon dolar** (Altyapı maliyetleri hariç)
İzmir'in 5 yıllık turizm gelirindeki tahmini artış: **1 milyar 947 milyon dolar**
İzmir'in 5 yıllık tahmini turizm geliri: **6 milyar 911 milyon 850 bin dolar**
2024 yılına kadar turist sayısının tedrici olarak 4 milyona çıkacağı esas alınmıştır.

5.3.2. Turizm–Tanıtım Döngüsü



Görsel 11: Turizm tanıtım döngüsü

İzmir'in yeni turizm stratejisi altı temel stratejik amaçtan oluşmaktadır. Stratejik amaçlardan her biri, İzmir turizmi üzerine yapılmış önceki çalışmalar ve mevcut durum analizleri göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Stratejik amaçların şekillenmesinde bir diğer etken de ilgili kamu kurum kurumları, turizm sektörü ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinden oluşan ve düzenli toplantılarla bir araya gelen turizm çalışma grubu ve turizm koordinasyon kurulu toplantıları olmuştur. Yapılan derinlikli görüşmeler, sektörün beklenti ve talepleri neticesinde İzmir'e özgün bir stratejik çerçeve ortaya çıkmıştır.

5.3.3. Stratejik Amaç ve Hedefler

→ Rota / Tur Geliştirme Destinasyon Envanteri

- 1.1. Destinasyon envanteri veritabanının hazırlanması.
- 1.2. Farklı turizm ürünü envanterlerinin hazırlanması ve güncellenmesi
- 1.3. İzmir'e özgü yeni tur ve rota paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu.
- 1.4. İzmiras rotalarının hazırlanması.

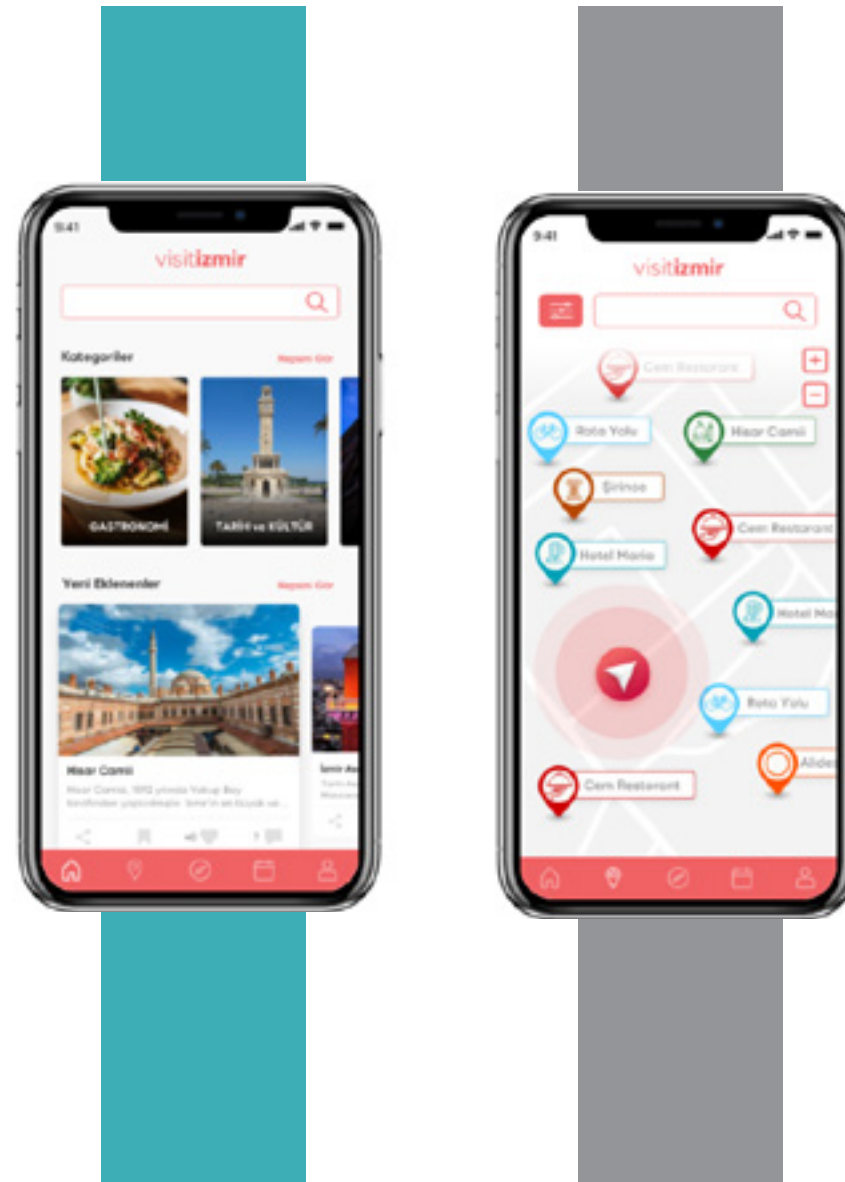
Bu bölümde stratejik amaç ve hedefler sunulmuştur. Eylem planını oluşturan faaliyetlerin tümü bu altı stratejik amaç ve toplam yirmi beş stratejik hedef doğrultusunda belirlenmiştir. Stratejik hedefler altında bulunan faaliyetler detaylı olarak Eylem Planı bölümünde sunulmuştur.

→ Rota / Tur Geliştirme – Destinasyon Envanteri

Turizm–tanıtım döngüsünün ilk ayağını Rota / Tur Geliştirme – Destinasyon Envanteri stratejik amacı oluşturmaktadır. Turizmde dijitalleşmenin öneminin ortaya konduğu çağımızda, İzmir'in turizm ürünlerinin destinasyon bazında belirlenmesi ve bunlara dair somut verilerin dijital bir veritabanında bulunması zorunluluk haline gelmiştir. İzmir'in turizm envanterinin çıkarılması ve turizmin dijitalleşmesi adına önemli bir yer tutan bu amaç, dört stratejik hedeften oluşmaktadır. Envanter çalışmasının yanı sıra ortaya çıkan veri-

tabanından yararlanılarak rota ve tur paketlerinin ve kent merkezini doğal ve kültürel alanlarla birleştiren İzMiras rotalarının oluşturulması bu amaç altında bulunan faaliyetlerdendir.

Bu kapsamda başlatılan çalışma ile on bir turizm türüne yönelik metinsel ve görsel veriler derlenmiş ve dijital veritabanı oluşturulmuştur. Kasım 2020 itibarıyla 2 binden fazla noktaya dair bilgiler veritabanına girilmiştir. Bunun yanı sıra aşağıdaki görselde sunulan beş farklı İzmiras rotası belirlenmiş, bilgilendirme ve yönlendirme levha tasarımları ve markalaşma süreci tamamlanmıştır. Bir Günde 8 Bin 500 Yıl turuyla tanıtılacak doğu rotası; Karşıyaka ve Bostanlı'yı Gediz Delta'sıyla buluşturacak kuzeybatı rotası ve Bostanlı İskelesi'nden başlayıp Yamanlar Dağı'nda son bulan kuzey rotasında rota niteliklendirme çalışmaları başlamıştır.



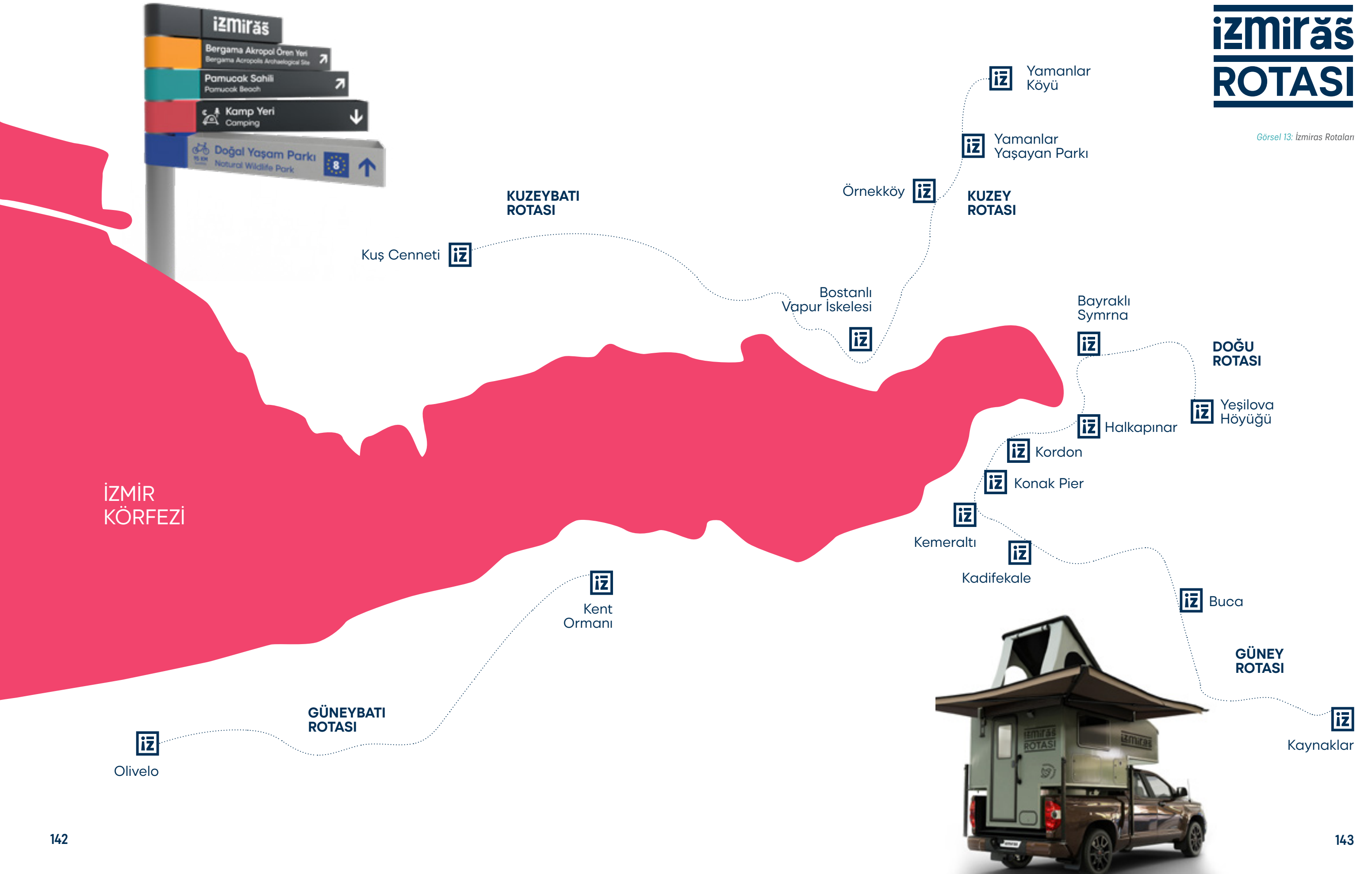
Visit İzmir Destinasyon Envanterleri

- **Gastronomi**
 - Orhanlı Doğa Kültürü Derneği
- **Deniz ve Kıyı, Tarih ve Kültür, İnanç**
 - Kivi Strateji
- **Somut Olmayan Kültürel Miras**
 - Kültürel Araştırmalar Vakfı
- **Doğa ve Kırsal Alanlar**
 - Doğa Derneği
- **MICE turizmi ve Endüstriyel Miras**
 - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Sağlık**
 - UHS Consultancy
- **Sinema, Konaklama**
 - İzmir Vakfı İktisadi İşletmesi

Görsel 12: Visit İzmir Mobil Aplikasyonu

İZMİR'İN ROTASI

Görsel 13: İzmir Rotaları



→ Destinasyon Yönetimi

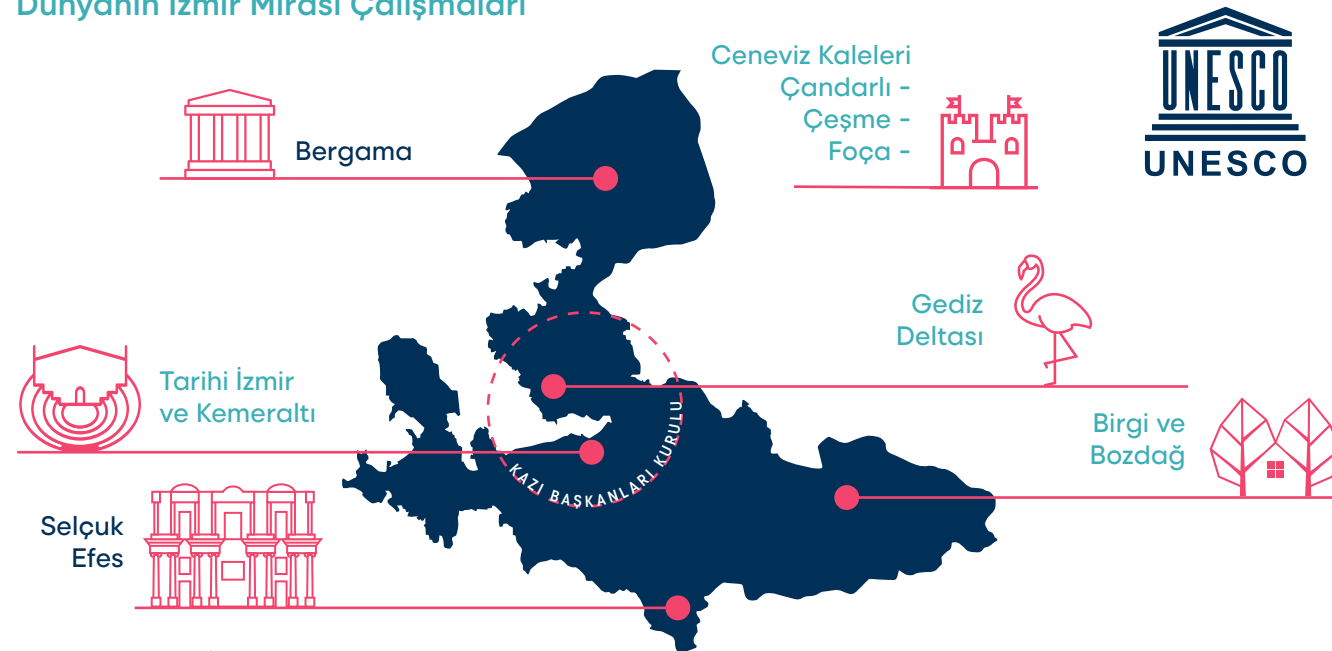
- 2.1. Dünyanın İzmir Mirası alanlarında destinasyon yönetimi.
- 2.2. İzmir kent estetiğinin güçlendirilmesi ve yolların düzenlenmesi.
- 2.3. Öncelikli destinasyonlardaki etkinliklerin birbirini güçlendirecek şekilde planlanması.
- 2.4. İzmir'de yeni UNESCO Dünya Mirası alanları ilan edilmesi ve Dünya Mirası alanlarının etkin yönetimi.
- 2.5. Bölgesel ölçekte turizm planlarının uygulanması.

→ Destinasyon Yönetimi

İzmir'in farklı bölgelerindeki cazibe merkezlerinin kendi içlerinde ve birbirleriyle ilişkili olarak bütüncül yönetimi İzmir'in turizm potansiyelini geliştirmek adına atılacak önemli adımlardan biridir. Bu doğrultuda turizm-tanıtım döngüsünün ikinci ayağını Destinasyon Yönetimi stratejik amacı oluşturmaktadır. Farklı turizm bölgelerinde benzer tarih aralıklarında yoğunlaşan etkinliklerin yıl geneline yayılması, bunların iletişiminin tek bir dille yapılması önemli hususların başında gelmektedir. Destinasyon Yönetimi stratejik amacı sadece organizasyonel planlamayı değil aynı zamanda fiziksel müdahaleleri gerektiren faaliyetleri de kapsamaktadır. İzmir görsel kimlik çalışmasının İzmir geneline yayılması, turistlere yönelik yönlendirme ve bilgilendirme levhalarının düzenlenmesi, ortak bir takvim doğrultusunda etkinlik planlanması ve iletişiminin yapılması gibi faaliyetleri içeren Destinasyon Yönetimi ayağı beş stratejik hedeften oluşmaktadır.

Bu kapsamda öne çıkan toplam beş alana dair Dünyanın İzmir Mirası adıyla çalışmalar başlamıştır. Dünyanın İzmir Mirası projesi; iki UNESCO Dünya Mirası Alanı'nın bulunduğu Efes-Selçuk ve Bergama ile UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmeye aday Tarihi İzmir Liman Kenti, Birgi, Ceneviz Kaleleri ve Gediz Deltası destinasyonlarının bütüncül bir şekilde yönetilerek tanıtım ve pazarlama stratejilerinin ortaklaştırılmasını, bu bölgelerde ve İzmir'in diğer noktalarında düzenlenen etkinliklerin takvimsel organizasyonunun sağlanarak turizmin 12 aya yayılmasını hedeflemektedir. Etkinlik planlaması kapsamında ortaya konan bütüncül perspektif MICE İzmir başlığıyla tanıtılacak ve başta yurtiçi turizmde olmak üzere İzmir'i diğer destinasyonlardan ön plana çıkaracaktır. Projenin üst amacı ise, yapılacak fiziksel ve organizasyonel müdahaleler ve rotalama çalışmalarıyla bu alanlardaki turizm potansiyeli ve buna bağlı olarak istihdamın artırılmasıdır.

Dünyanın İzmir Mirası Çalışmaları



Görsel 14: Dünyanın İzmir Mirası çalışmaları

Çalışma kapsamında İZKA ortaklığıyla oluşturulan Kazı Başkanları Kurulu ile İzmir'de devam eden arkeolojik kazı süreçleri düzenli olarak takip edilecektir. Belirlenen beş alanın yanı sıra İzmir coğrafyası tematik alanlara bölünmüş ve özellikle Çeşme, Selçuk ve Ödemiş ilçelerine dair geliştirilecek turizm türleri özelinde çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda yürütülecek çalışmalar ilçe belediyeler ve kurumlar ortaklığıyla devam edecektir.

Tarihi İzmir Liman Kenti adıyla UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne giren Kemeraltı ve halihazırda geçici listede bulunan Birgi ve Ceneviz Kaleleri'nin daimi listeye alınması, Gediz Delta'sının UNESCO Dünya Geçici Listesi'ne girmesi, Efes ve Bergama UNESCO Dünya Mirası Alan Yönetim Planları'nın güncellenmesi de yine bu stratejik amaç altında bulunan faaliyetlerdendir.

Tematik Turizm Alanları



Görsel 15: Tematik turizm alanları

Görsel 16: EuroVelo İzmir rotası



Mediterranean Route



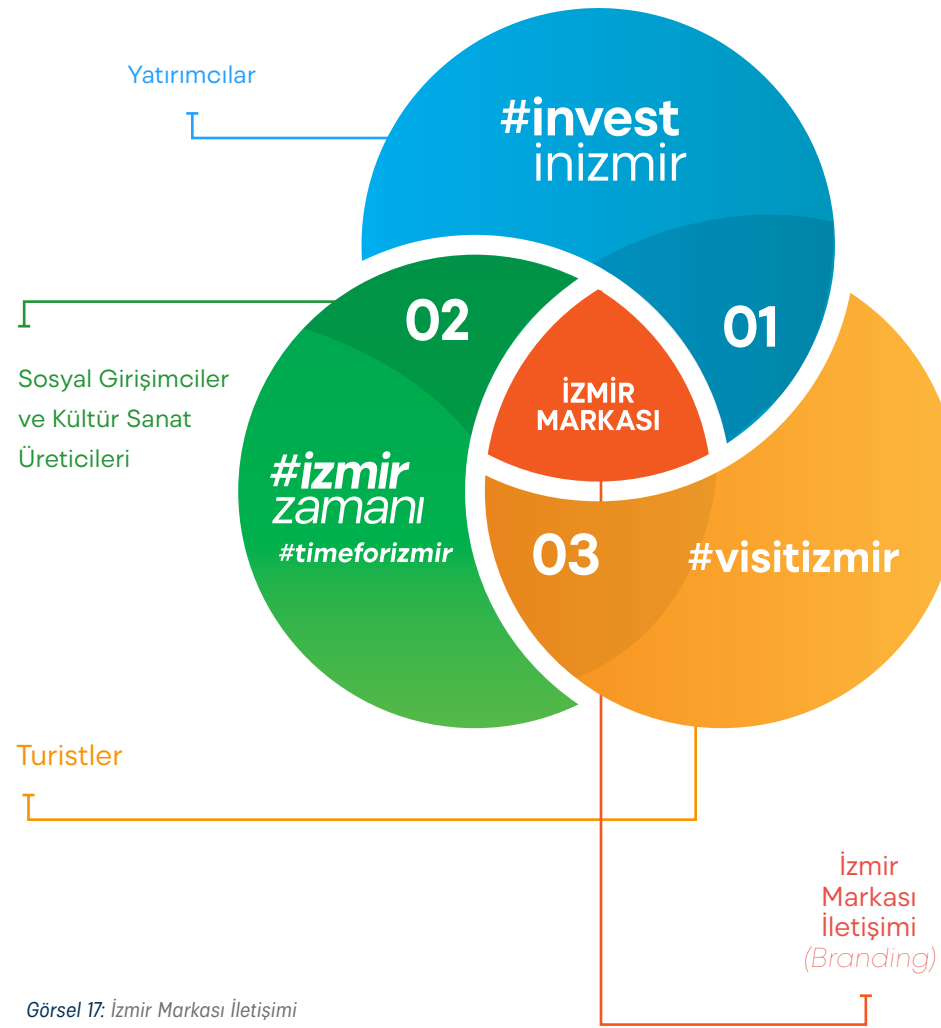
→ Tanıtım, Pazarlama ve Satış

→ Tanıtım, Pazarlama ve Satış

- 3.1 Kadim İzmir tasarımlarının yeniden düzenlenmesi
- 3.2 Visit İzmir dijital turizm altyapısının hazırlanması ve tanıtılması
- 3.3 İzmir'e yönelik turizm potansiyelinin hangi ülke ve bölgelerde olduğuna dair araştırmalar yapılması
- 3.4 Yeni İzmir konumlandırması ile uyumlu tanıtım kampanyaları yapılması
- 3.5 İzmir'in dünya ölçeğinde tanıtılması için uluslararası PR faaliyetleri gerçekleştirilmesi
- 3.6 İzmir'in dünya ölçeğinde duyulmasını sağlayacak uluslararası etkinliklerin gerçekleştirilmesi
- 3.7 İzmir'in İzmirli tarafından daha derinlemesine bilinmesi, şehrin yüzyüze iletişim yoluyla tanıtılması
- 3.8 Dünyanın farklı kentlerinde İzmir Ofisleri'nin açılması

Turizm-tanıtım döngüsünün üçüncü ayağını Tanıtım, Pazarlama ve Satış stratejik amacı oluşturmaktadır. Strateji; İzmir'in kültür ve doğa mirasından ilham alan imge ve kavramları ortaya çıkararak, turizm ve tanıtım faaliyetleri yürüten tüm kurumların kullanımına sunmayı hedeflemektedir.

Bu kapsamda, İzmir şehir markasını oluşturacak üç ayak belirlenmiştir. Bunlardan biri turistlere yönelik Visitİzmir ayağıdır. İkinci ayak, sosyal girişimciler ve kültür sanat üreticilerini hedefleyen İzmir Zamanı (Timeforİzmir) programıdır. İZKA'nın yatırımcılara yönelik programı Investinİzmir, İzmir şehir markasını üçüncü ve son ayağını oluşturmaktadır. Hazırlanan strateji, İzmir'in üç ana hedef kitlesine yönelik tanıtım çalışmalarının dilini birbiriyle uyumlaştırarak güçlü ve odaklı bir şehir iletişimi yapmayı hedeflemektedir. Böylelikle farklı kurumların farklı kitlelere yönelik çalışmaları birbirini pozitif yönde besleyecektir.



Tipograf Ahmet Altun tarafından hazırlanan ve İzmir'in tanıtım ihtiyaçlarına yönelik hazırlanan İzmir Typeface (yazıyüzü) de bu çalışma kapsamında yer almaktadır. Turizmde dijitalleşme trendinin yakalanması, gerekli dijital mecraların oluşturulması ve Visit İzmir mobil uygulamasının hayata geçirilmesi de yine bu stratejik amaç altında yürütülecek faaliyetlerdendir.

Öte yandan özellikle tarih, kültür ve arkeoloji turizmi ile bahsi geçen diğer alternatif turizm türleri ekseninde; hedef kitle ve pazarların tespit edilmesi, iç ve dış turizme yönelik anket çalışmalarının yapılması ve İzmir'e benzer destinasyonları tercih eden potansiyel turistlerin İzmir'e çekilmesi bu stratejik amaç doğrultusunda gerçekleştirilecek diğer önemli faaliyetlerdir.

Tanıtım, Pazarlama ve Satış stratejik amacının alt hedefleri arasında uluslararası çapta fuar ve etkinliklerin İzmir'de düzenlenmesi ve İzmir'in yurtdışı tanıtımında önemli bir yer tutacak olan İzmir ofislerinin açılmasına yönelik faaliyetler de bulunmaktadır.

Tanıtım, Pazarlama ve Satış sekiz stratejik hedeften oluşmaktadır. Strateji kapsamında ele alınması gereken önemli faaliyetlerden biri hedef pazarların ve segmentlerin belirlenmesidir. 2020 Mart ayı itibarıyla başlayan yeni tip koronavirüs salgını nedeniyle anket çalışmalarında ertelemeler yaşanmış bu nedenle çalışmalar strateji faaliyetleri arasında değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yurtiçi ve yurtdışına yönelik iki farklı araştırma faaliyeti yürütülmüştür. KONDA Araştırma ve Danışmanlık şirketince gerçekleştirilen yurtiçi turizme yönelik çalışma üç ayaktan oluşmaktadır. Araştırmanın ilk ayağını sırasıyla İzmir, Ege Bölgesi ve Türkiye ölçeğinde olmak üzere İzmir algısı araştırması oluşturmaktadır. Toplam 3 bin 240 kişi ile yapılacak kamuoyu araştırmasının yanı sıra sosyal medya taraması yapılmıştır. İzmir'in öne çıkan otuz cazibe merkezinde paylaşılan fotoğraflar ve etiketler üzerinden yapılan araştırma görsel etnografi disiplininin de yararlanılarak ziyaretçilerin tatil algısı ve beklentileri tarif edilmiştir. Çalışmanın son ayağında 36 kişi ile yapılacak derinlemesine görüşmeler oluşturmaktadır.

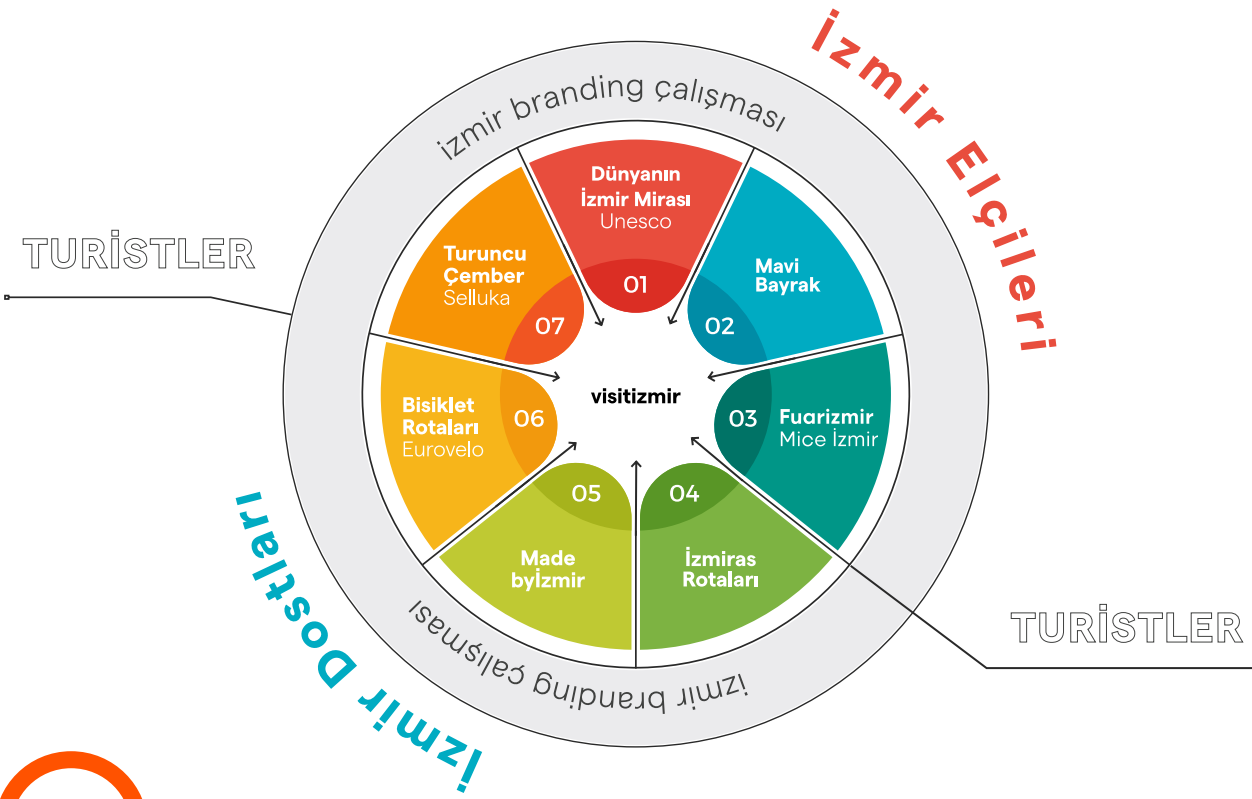
Growth From Knowledge (GfK) ile yapılan çalışma ise yurtdışı turist kitesini hedeflemektedir. Bu kapsamda üç segmentte yabancı turist ile anket çalışmaları gerçekleştirilmiştir. İlk segmenti son beş yıl içerisinde Türkiye'ye gelmiş fakat İzmir'i ziyaret etmemiş turistler, ikinci segmentte son beş yıl içerisinde İzmir'i ziyaret etmiş turistler, son olarak da başta Barselona, Atina, Floransa ve Paris olmak üzere Akdeniz ve dünyadaki İzmir'e benzer ve rakip destinasyonları ziyaret eden turistlere yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Üçüncü segmenti oluşturan potansiyel turisti tespit etmeye yönelik çalışma Çin, İngiltere, Japonya, Almanya, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Polonya, Brezilya, İtalya ve Fransa'dan yaşayan kişilere yönelik kurgulanmıştır. Üç segmentte toplam 3 bin 900 kişi ile anket çalışması yürütülmüştür.

Daha önce yapılmış anket çalışmaları,⁽⁹⁵⁾⁽⁹⁶⁾ turizm profesyonelleriyle yapılan derinlemesine görüşmeler ve sektörün beklentileri doğrultusunda İzmir'in turizm pazarlama stratejisi, yani yukarıda bahsedilen Visit İzmir ayağı oluşturulmuştur.

95. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), Yabancı Turist Anketi, 2013.

96. Özge Adan, Turizmde Marka Kişiliğinin Turistik Destinasyona Uygulanması: İzmir İline Yönelik Bir Araştırma (Doktora Tezi), (2013).

Ortaya konan vizyon ile ilk olarak Visit Izmir internet sitesi ve mobil uygulamasında buluşacak olan İzmir'in tüm cazibelerine dair nokta bazında metinsel ve görsel bilgiler oluşturularak öne çıkarılacak cazibeler belirlenmiştir. İkinci halkayı İzmir'in önümüzdeki beş yıl içerisinde tanıtımında kullanılacak turizm markaları oluşturmaktadır. Bu kapsamda UNESCO ve Mavi Bayrak gibi markaların da gücünü kullanarak ve yeni markalar oluşturularak potansiyel turiste ulaşılması hedeflenmektedir. Bu strateji kapsamında kullanılacak İzmir'e özgü turizm markaları arasında Fuar İzmir, İzmiras Rotaları, Made by İzmir ve Turuncu Çember bulunmaktadır.



Görsel 18: İzmir'in turizm markaları

Üçüncü halkayı bu markaların bilinirliğini artıracak ve tanıtım faaliyetlerini destekleyecek olan İzmir Elçileri ve İzmir Dostu Kartı uygulamaları oluşturmaktadır. Son halkada ise İzmir'in cazibe noktalarının bir araya gelmesiyle oluşan İzmir turizm markalarının genel tanıtımı ve kulaktan kulağa pazarlama yöntemleriyle yurtiçi ve yurtdışı turistlere ulaşması hedeflenmektedir.



→ Turizm Hizmetleri

→ Turizm Hizmetleri

- 4.1 Turizm işletmelerinin standartlarını yükseltecek sertifikasyon programları uygulanması
- 4.2 Turistlerin İzmir şehir merkezindeki ulaşım imkânlarının kolaylaştırılması
- 4.3 İzmir'in farklı bölgelerinde turizm tanıtım ofisleri ve şehir otellerinin açılması
- 4.4 Turizm sektöründe çalışanlar için özelleşmiş meslek kurslarının açılması
- 4.5 Koronavirüs salgınına yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi
- 4.6 İzmir'e özgü tanıtım ürünlerinin geliştirilmesi ve farklı destinasyonlarda turistlere ulaştırılması

Turist deneyimini iyileştirmeye yönelik faaliyetlerin yer aldığı dördüncü stratejik amaç Turizm Hizmetleri başlığı altında ele alınmıştır. Özellikle turizme yönelik hizmet veren konaklama ve yeme-içme işletmelerinin standardizasyonu, bu işletmeler ve diğer turizm iş kollarında çalışan kişilere yönelik gerekli eğitimlerin düzenlenmesi gibi faaliyetler bu stratejik amaç altında bulunmaktadır. Altı stratejik hedeften oluşan Turizm Hizmetleri kapsamında, İzmir'in cazibe merkezlerine erişilebilirliğin artırılması, turistlerin şehir içi ulaşım olanaklarından daha sağlıklı şekilde yararlanabilmesi adına gerekli düzenlemelerin yapılması ve yabancı dillerde kapsamlı bir İzmir haritasının hazırlanması da ele alınmaktadır. İlk olarak Kültürpark ve Konak'ta olmak üzere açılacak turizm bilgilendirme ofislerine dair faaliyetler de yine bu stratejik amaç altında bulunmaktadır.

Yeni tip koronavirüs salgını ardından normalleşme sürecinde öne çıkan kavramlar hijyen ve güven olmuştur. Turizm Koordinasyon Kurulu tarafından yeni normale geçiş sürecinde alınan karar ile İzmir Turizm Hijyen Kurulu kurulmuş; akademisyen, uzman ve ilgili kurum ve meslek odaları temsilcilerinden oluşan bu kurul kapsamlı bir çalışma ile yeme-içme ve konaklama tesisleri için uyulması gereken hijyen kriterlerini belirlemiştir. Bu doğrultuda Turizm Hizmetleri stratejik amacı kapsamında İzmir'de Turuncu Çember Sertifikasyon uygulaması başlatılmış ve ilgili kriterlerin sağlayan tesislere Turuncu Çember sertifikası verilmiştir. İzmir'in sağlıklı ve güvenilir bir destinasyon olarak ön plana çıkmasını sağlayacak olan Turuncu Çember sertifikasını 300'den fazla işletme almaya hak kazanmıştır.

→ Doğrudan Ulaşım Hizmetleri

İzmir turizminin büyümesi adına atılacak önemli adımlardan biri de turistlerin İzmir'e doğrudan ulaşım olanaklarının geliştirilmesidir. 2016 yılında Türkiye genelinde yaşanan kriz öncesi İzmir Limanı'na gelen kruvaziyerlerin turist sayısına olan pozitif etkisine önceki bölümlerde değinilmiştir. Öte yandan turizm sektörünün ve diğer birçok paydaşın da dile getirdiği üzere özellikle kültür, tarih ve arkeoloji turizmi ekseninde seyahat eden Avrupalı turistlerin İzmir'e ulaşımını kolaylaştıracak direkt uçuşlarının sayısının artırılması önemli konulardan biridir. Turizm-tanıtım döngüsünün beşinci stratejik amacı bu doğrultuda belirlenen bir stratejik hedeften oluşmaktadır.

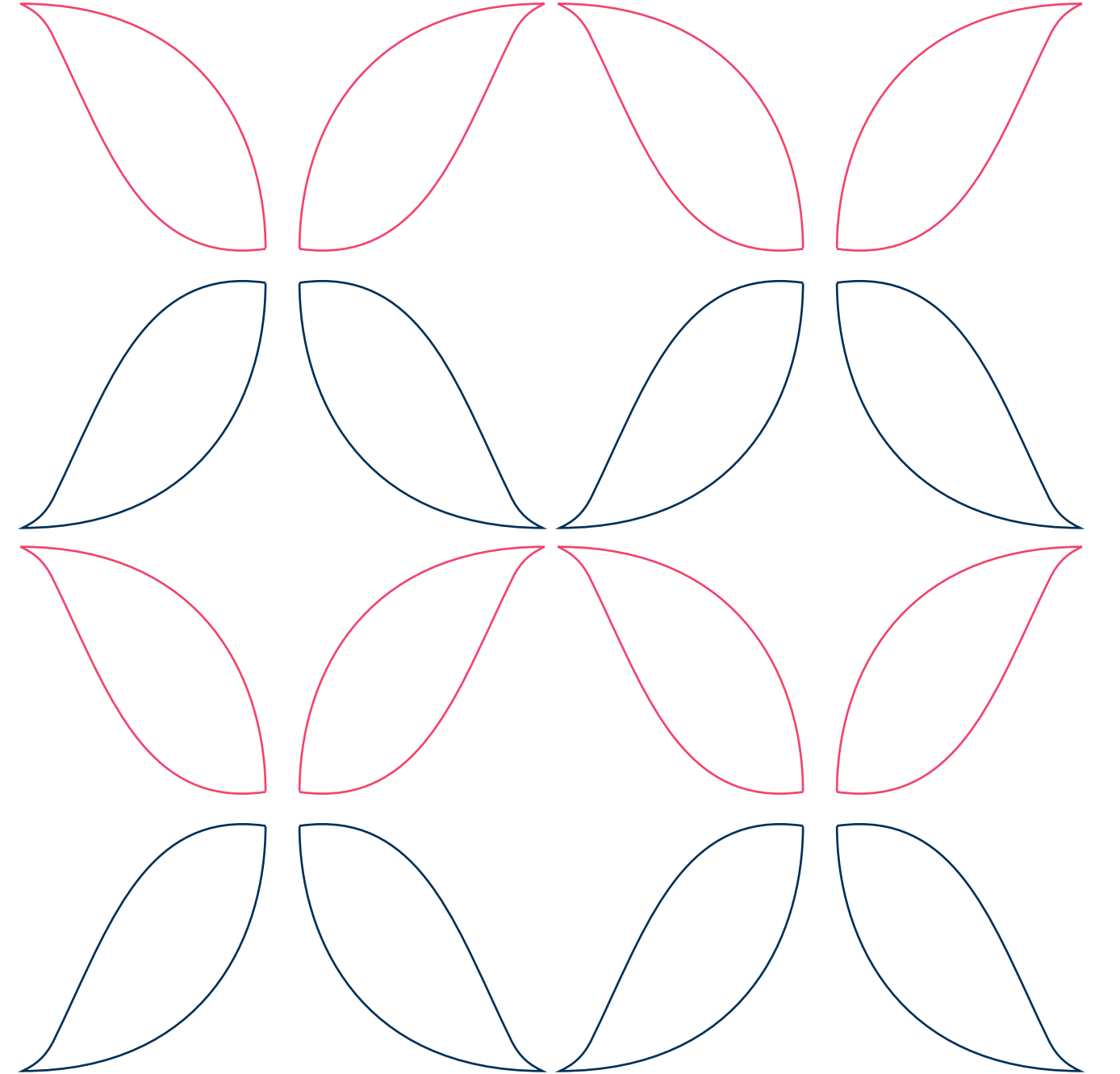
İzmir'e direkt uçuş sayı ve sıklıklarının artırılması, özellikle İzmir'i tercih edebilecek kültür ve doğa turizmi odaklı seyahat eden potansiyel turistlerin de İzmir'e çekilebilmesi adına önem teşkil etmektedir. Strateji kapsamında ilgili kurumlar ve şehrin diğer paydaşları ile havacılık sektörünün beklentileri doğrultusunda, İzmir'den direkt uçuş yapılan yeni destinasyonların açılması, İzmirililer nezdinden direkt uçuş yapılan destinasyonların bilinirliğinin artırılması ve böylelikle havayolları şirketlerinin desteklenmesine yönelik Direct İzmir projesi ortaya çıkmıştır. Halihazırda bu konuda çalışmalar devam etmektedir.

→ İzleme ve Değerlendirme

Altıncı ve son ayak olarak İzleme ve Değerlendirme stratejik amacı oluşturulmuştur. Tüm turizm paydaşlarından temsilcilerin bulunduğu, stratejide kaydedilen ilerlemeyi ve belirlenen hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını denetleyecek ve gerekli durumlarda müdahale planları ortaya koyacak bir izleme ve değerlendirme kurulunun varlığı bu açıdan önem arz etmektedir. Kurul çalışmaları kapsamında periyodik olarak gelen turist memnuniyetinin ölçülmesi ve sağlıklı turizm verilerine ulaşılması adına geliştirilmesi gereken takip mekanizmalarının oluşturulması hedeflenmektedir.

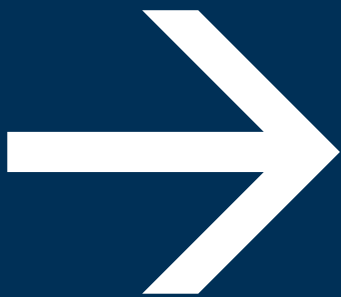
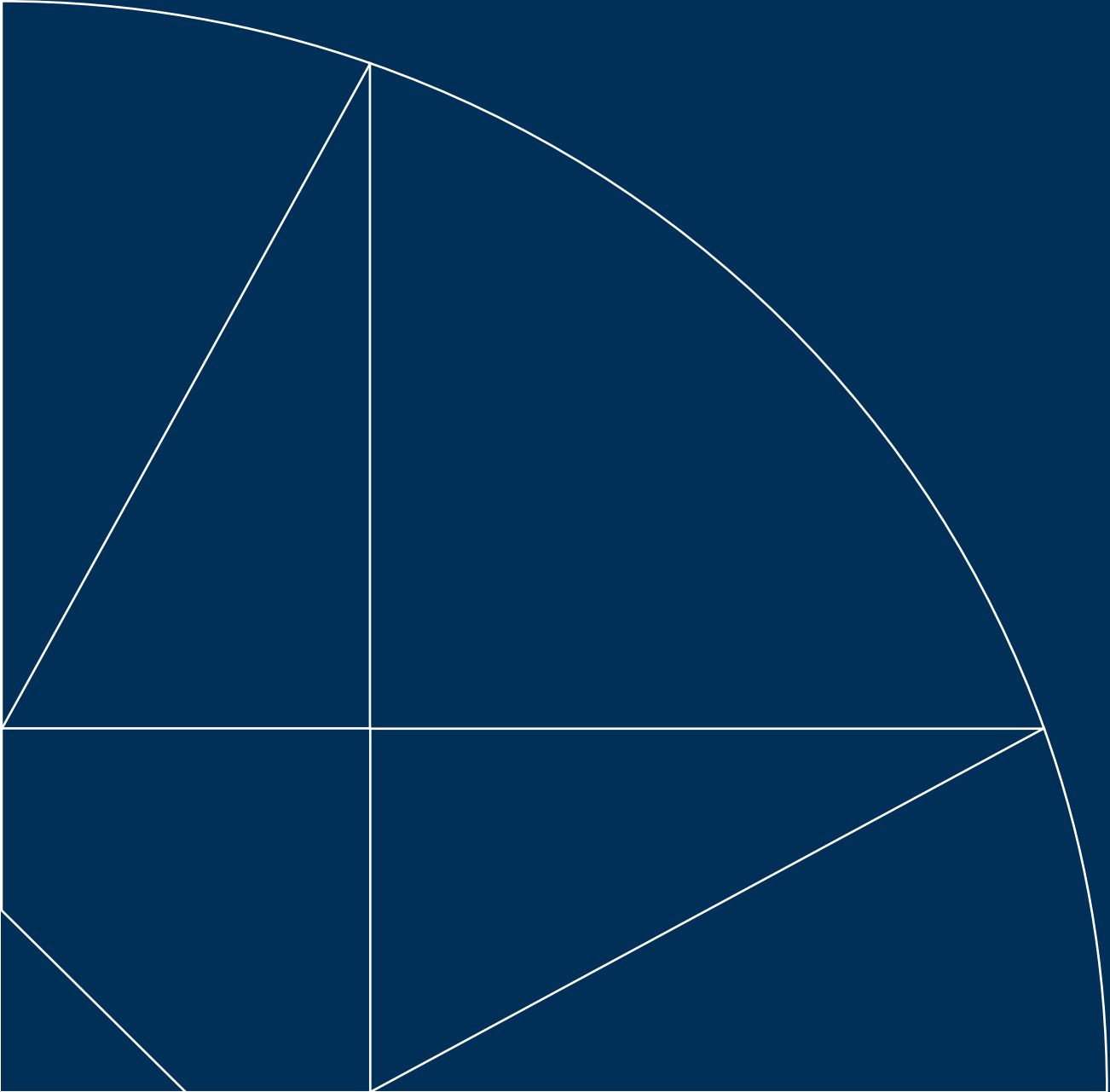
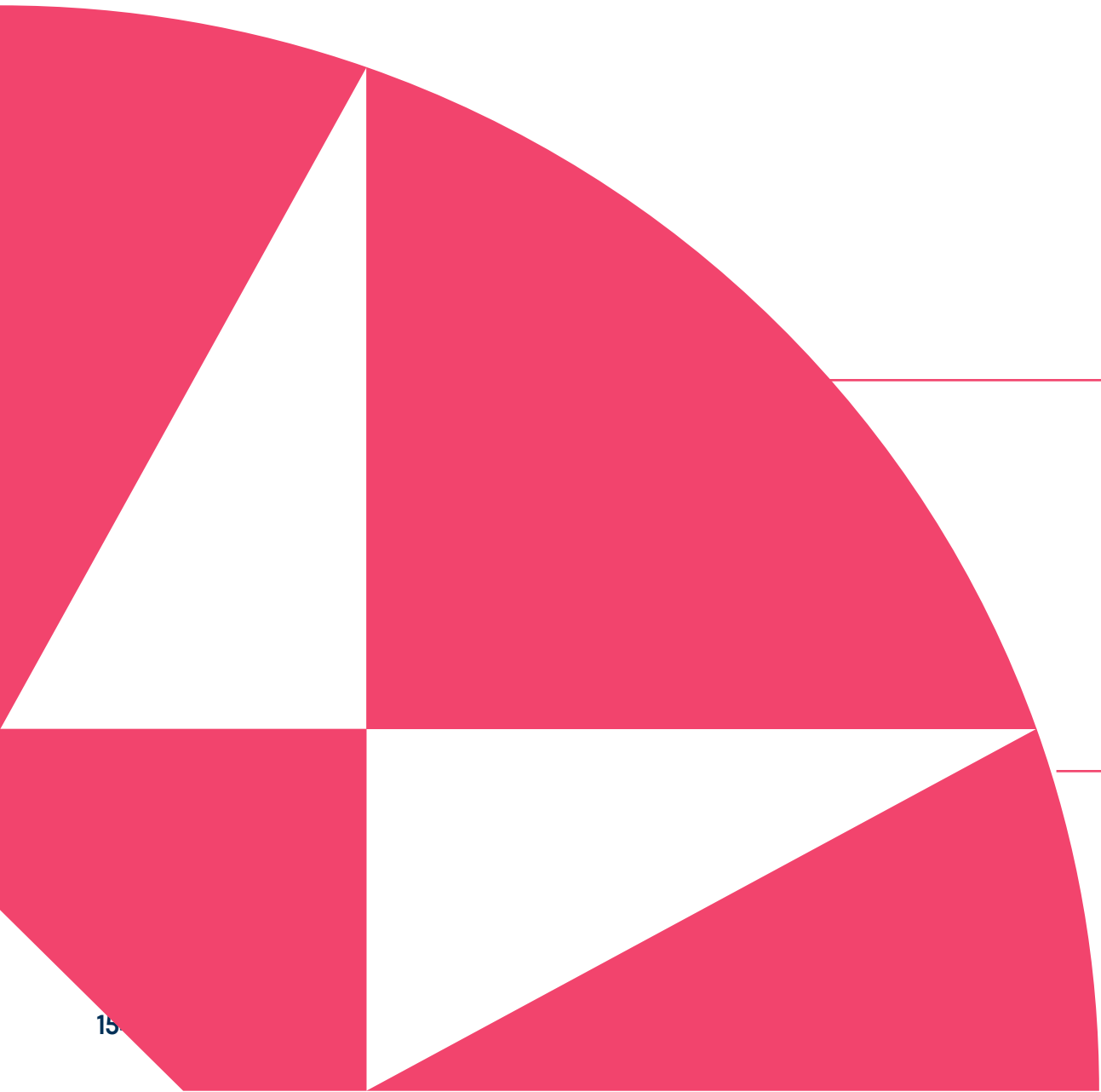
→ İzleme ve Değerlendirme

- 6.1 Turizm tanıtım stratejisi izleme ve değerlendirme çalışmalarının yürütülmesi



6

Eylem Planı



6. Eylem Planı

Bu bölümde altı ana stratejik amaç ve yirmi beş stratejik hedef altında değerlendirilen toplam yüz otuz faaliyeti içeren eylem planı sunulmuştur. 2020 yılının başından itibaren tüm dünyada etkili olan yeni tip koronavirüs salgını ve son olarak yaşadığımız İzmir depremi kurumların finansal önceliklerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu kapsamda strateji dokümanının yayımlanmasını takiben oluşturulacak izleme ve Değerlendirme Kurulu'nun ilk toplantısı itibarıyla koronavirüs salgınındaki durumun takip edilerek gerekli revizyonların gerçekleştirilmesi gerekebilir.

	■ Hedefler	■ Faaliyetler	Sorumlu Kurum	Paydaşlar	2020/1	2020/2	2021/1	2021/2	2022/1	2022/2	2023/1	2023/2	2024/1	2024/2	
1.1.	Destinasyon envanterleri veritabanının hazırlanması														
1.1.1.	Farklı turizm ürünlerinin tüm özelliklerinin görsel malzemelerle birlikte girilebildiği bir dijital veritabanı hazırlanması		İV	İBB, İZKA	■										
1.2.	Farklı turizm ürünü envanterlerinin hazırlanması ve güncellenmesi														
1.2.1.	Kültür, tarih ve arkeoloji turizmi envanterinin oluşturulması		İZKA	KS, İKTM	■										
1.2.2.	İnanç turizmi envanterinin oluşturulması		İZKA	KS	■										
1.2.3.	Deniz ve kıyı turizmi envanterinin oluşturulması		İZKA	KS, İKTM	■										
1.2.4.	Doğa ve gastronomi turizmi envanterinin oluşturulması		İZKA	GK, DD, İKTM	■										
1.2.5.	Endüstriyel miras envanterinin oluşturulması		İZKA	DEÜ	■										
1.2.6.	MICE turizmi envanterinin oluşturulması		İZKA	DEÜ	■										
1.2.7.	Somut olmayan kültürel miras envanterinin oluşturulması		İZKA	KAV, İKTM	■										
1.2.8.	Konaklama, müze ve sergi alanları envanterinin oluşturulması		İZKA	İV, ETİK	■										
1.2.9.	Sağlık turizmi envanterinin oluşturulması		İBB	İKTM, İl Sağlık Müd.	■										
1.2.10.	Envanter güncelleme komitelerinin kurulması ve işletilmesi		İV	İTKK	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.3.	İzmir'e özgü yeni tur ve rota paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu														
1.3.1.	Demokrasi ve felsefe (İyon Kentleri) tur paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu		İBB	İKTM, DEÜ, EÜ	■										
1.3.2.	Gastronomi tur paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu		TÜRSAB, İTB	İV	■										
1.3.3.	Edebiyat tur paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu		İBB		■										
1.3.4.	İnanç turizmi tur paketlerinin çeşitlendirilmesi ve dokümantasyonu		İZRO		■										
1.3.5.	Erkence zeytin kültürü tur paketinin hazırlanması ve dokümantasyonu		SDO		■										
1.3.6.	Primitif lezzetler tur paketinin çeşitlendirilmesi ve dokümantasyonu		İV	İBB	■										
1.3.7.	İzmir Yarımada deniz, kıyı ve spor tur paketinin hazırlanması ve dokümantasyonu		İBB	İKTM, İSKBV	■										
1.3.8.	İzmir tur paketleri çalışma grubunun oluşturulması		İV	İTKK	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.3.9.	İzmir kazı başkanları çalışma grubunun oluşturulması		İZKA	İKTM, İBB, İV	■		■		■		■		■		

160

[illegible]

	■ Hedefler	■ Faaliyetler	Sorumlu Kurum	Paydaşlar	2020/1	2020/2	2021/1	2021/2	2022/1	2022/2	2023/1	2023/2	2024/1	2024/2	
2.4.	İzmir’de yeni UNESCO Dünya Mirası alanları ilan edilmesi ve Dünya Mirası alanlarının etkin yönetimi														
2.4.1.	İzmir UNESCO alanları koordinasyon toplantısının düzenlenmesi	İBB, İKTM			■										
2.4.2.	Yeni UNESCO adaylarının ilan edilmesi için lobi çalışmalarının yürütülmesi	İBB, İKTM	İZTO, TARKEM, DD, ÖB, ÇB, DB, FB, ÇEŞB		■	■	■	■	■	■	■	■			
2.4.3.	UNESCO ikinci kademe merkezinin kurulması	İBB, İKTM			■	■	■	■	■	■					
2.4.4.	Efes ve Bergama UNESCO Dünya Mirası alan yönetim planlarının güncellenmesi ve uygulanması	UNESCO AYB			■	■									
2.4.5.	Birgi Tarihi Kenti’nin UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne girmesine yönelik alan yönetiminin hızlandırılması	İV, İBB	ÖB		■	■	■	■	■	■					
2.4.6.	İzmir Tarihi Liman Kenti’nin UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne girmesine yönelik alan yönetiminin sağlanması	İBB, TARKEM	KB, İV		■	■	■	■	■	■					
2.4.7.	Gediz Deltası’nın UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi’ne girmesine yönelik çalışmaların hızlandırılması	TOB, İBB, ÇB	İV		■	■	■	■	■	■					
2.5.	Bölgesel ölçekte turizm planlarının uygulanması														
2.5.1.	Kuzey İzmir’de arkeoloji ve kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	DB, KB, BB		■		■		■		■		■		
2.5.2.	Orta İzmir’de doğa turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	AB, FB, MB, ÇB		■		■		■		■		■		
2.5.3.	İzmir Merkez’de kültür ve sanat turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	MİB		■		■		■		■		■		
2.5.4.	Yarımada’da gastronomi ve bisiklet turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	SB, UB, KBB, ÇB		■		■		■		■		■		
2.5.5.	Küçük Menderes Havzası’nda agroturizm ve spor turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	KPB, TB, MB, BAB, TB, SB, ÖB, KB, BB		■		■		■		■		■		
2.5.6.	Çeşme’de etkinlik, sağlık ve agroturizmin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İZTO	ÇB		■		■		■		■		■		
2.5.7.	Selçuk’ta inanç ve spor turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	SB		■		■		■		■		■		
2.5.8.	Ödemiş’te dağ turizminin geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	ÖB		■		■		■		■		■		
2.5.9.	Sağlık ve termal turizminin kent genelinde geliştirilmesine yönelik çalışma grubunun oluşturulması	İV, İBB	BOB		■		■		■		■		■		

				2020/1	2020/2	2021/1	2021/2	2022/1	2022/2	2023/1	2023/2	2024/1	2024/2
	Hedefler Faaliyetler	Sorumlu Kurum	Paydaşlar										
3.1.	Kadim İzmir tasarımlarının yeniden düzenlenmesi												
3.1.1.	İzmir Tasarımları Araştırma Ofisi'nin kurulması	İV	İBB										
3.1.2.	İzmir görsel kimliğinin oluşturulması	İV	İBB										
3.2.	Visit İzmir dijital turizm altyapısının hazırlanması ve tanıtılması												
3.2.1.	Visit İzmir internet sitesinin farklı dillerde İzmir görsel kimliğini yansıtacak şekilde güncellenmesi	İV, İZKA, İBB											
3.2.2.	Visit İzmir mobil aplikasyonunun hazırlanması	İV, İZKA, İBB											
3.2.3.	İnternet sitesi ve mobil aplikasyonun dijital platformlarda tanıtılması	İV, İKTM											
3.2.4.	İzmir tanıtımı için açılan sosyal medya hesaplarının turizm stratejisi kapsamında bütünsel kullanımı	İV											
3.3.	İzmir'e yönelik turizm potansiyelinin hangi ülke ve bölgelerde olduğuna dair araştırmalar yapılması												
3.3.1.	Türkiye içi turizm potansiyelinin ölçülmesi	İBB	İV										
3.3.2.	Dünya genelindeki turizm potansiyelinin ölçülmesi	İBB	İV										
3.3.3.	Araştırmaların sonuçlarına göre tanıtım stratejisinin segmentasyonunun tamamlanması	İV											
3.4.	Yeni İzmir konumlandırması ile uyumlu tanıtım kampanyaları yapılması												
3.4.1.	İzmir Zamanı kampanya sunumunun hazırlanması	İV											
3.4.2.	İzmir Zamanı tanıtım filminin hazırlanması	İZKA, İV											
3.4.3.	Visit İzmir mobil aplikasyonu ve farklı destinasyonları tanıtan çeşitli dillerde basılı tanıtım malzemelerinin hazırlanması	İV, İBB, İKTM											
3.4.4.	İzmir Zamanı tanıtım kampanyası lansmanının düzenlenmesi	İV, İBB, TKK											
3.4.5.	İzmir Zamanı tanıtım kampanyasının uluslararası dijital mecralarda uygulanması	İV											
3.5.	İzmir'in dünya ölçeğinde tanıtılması için uluslararası PR faaliyetleri gerçekleştirilmesi												
3.5.1.	Hedef ülkelerdeki turizm basınının İzmir'de ağırlanması	TKK											
3.5.2.	Hedef ülkelerdeki önemli sektör paydaşları ile bire bir görüşmeler ve sektör toplantıları gerçekleştirilmesi	İBB											
3.5.3.	Öncelikli fuarlar listesinin belirlenmesi	TKK											

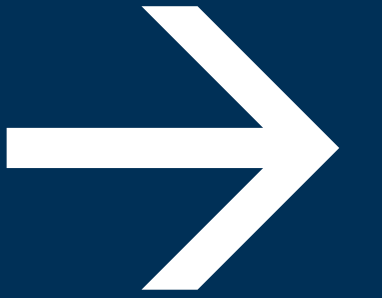
	■ Hedefler	■ Faaliyetler	Sorumlu Kurum	Paydaşlar	2020/1	2020/2	2021/1	2021/2	2022/1	2022/2	2023/1	2023/2	2024/1	2024/2	
3.5.4.	Farklı fuarların hedef kitlelerine yönelik katılım konseptleri / tur programlarının geliştirilmesi		TKK		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.5.5.	Fuar katılım ekiplerinin hedef bazlı tasarlanması ve fuarlara aktif katılım		YIKOB, İZFAŞ, İV, İBB, İKTM, İZTO		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.5.6.	Dünya basınında İzmir'deki değişimi konu alan haberlerin artırılması		İBB, İV		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.6.	İzmir'in dünya ölçeğinde duyulmasını sağlayacak uluslararası etkinliklerin gerçekleştirilmesi														
3.6.1.	Terra Madre Anadolu fuarının düzenlenmesi		İBB, İZFAŞ	SF				■	■						
3.6.2.	Travel Turkey İzmir fuarının bilinirliğinin artırılması		İZFAŞ	İBB, İV		■		■		■		■		■	
3.6.3.	İzmir Enternasyonal Fuarı'nın (İEF) düzenlenmesi		İZFAŞ	İBB, İV	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.6.4.	Dünya Kültür Zirvesi'sinin düzenlenmesi		İBB	İZFAŞ				■	■	■					
3.6.5.	Botanik EXPO 2026 ve EXPO 2030'a ev sahipliği yapılmasına yönelik çalışmaların yürütülmesi		İBB, İV İZFAŞ	TKK	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.7.	İzmir'in İzmirliiler tarafından daha derinlemesine bilinmesi, şehrin yüzyüze iletişim yoluyla tanıtılması														
3.7.1.	Şehir kapsamında bilinirliği az olan kültürel miras alanları ve destinasyonların şehir içinde tanıtılması		İBB, İV	TKK	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.7.2.	İzmir'in kültürel değerlerinin işlendiği sempozyum, konferans vb. etkinliklerin düzenlenmesi		İBB, İZVA, İKTM	İV	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.7.3.	Müze ve ören yerlerine yönelik geliştirilecek kampanyalarla halk günleri ilan edilmesi ve belirli zaman aralıklarıyla ücretsiz girişlerin sağlanması		İBB, İZVA, İKTM	İV	■	■	■	■							
3.7.4.	İzmir'in kadim kültürlerinin araştırıldığı ve yaşayarak öğrenme metodlarıyla İzmirliilere aktarıldığı İzmir Kültür Okulları'nın kurulması		İBB, İV	TKK					■	■	■	■	■	■	
3.7.5.	İzmir Dostu ve İzmir Elçileri projesiyle yurtdışında İzmir için kulaktan kulağa tanıtım metodlarının geliştirilmesine yönelik tanıtım paketlerinin hazırlanması		İV		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3.8.	Dünyanın farklı kentlerinde İzmir Ofisleri'nin açılması														
3.8.1.	Dünyanın farklı kentlerinde İzmir Ofisleri açılması		İZFAŞ	İBB			■	■	■	■	■	■	■	■	
3.8.2.	İzmir Ofislerinin açılan ülke bazında lansmanı, tanıtımı ve bilinirliğine artırmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirilmesi		İZFAŞ	İV, İBB			■	■	■	■	■	■	■	■	
3.8.3.	İzmir Ofislerinin İzmir'in turizm portföyünü geliştirmek üzere etkin kullanımı		İBB, İV, İZFAŞ				■	■	■	■	■	■	■	■	

				2020/1	2020/2	2021/1	2021/2	2022/1	2022/2	2023/1	2023/2	2024/1	2024/2
	Hedefler Faaliyetler	Sorumlu Kurum	Paydaşlar										
4.1.	Turizm işletmelerinin standartlarını yükseltecek sertifikasyon programları uygulanması												
4.1.1.	Turizm işletmelerinin türlerine göre kategorizasyonu ve halihazırda uygulanabilir uluslararası karşılığı olan standartların tespit edilmesi	KTB, İKTM	TKK, ÜNİ, ETİK, ÇEŞTOB										
4.1.2.	İlgili kurum temsilcileri ve araştırma faaliyetleri kapsamında turizm işletmelerine yönelik İzmir Noktaları sertifikasyon programının oluşturulması	İV, ETİK ÇEŞTOB	TKK, ÜNİ										
4.1.3.	İzmir Noktaları sertifikasyon programı izleme kurulunun kurulması ve işletilmesi	TKK											
4.2.	Turistlerin İzmir şehir merkezindeki ulaşım imkânlarının kolaylaştırılması												
4.2.1.	İl genelinde turizm, ana ikmal ve ulaşım noktalarının belirlenmesi ve uygulanması	TÜRSAB, UKOME	TKK										
4.2.2.	Citymapper ve Google Maps gibi uygulamalarla İzmir ulaşım ağının full entegrasyonunun sağlanması	İV, İBB											
4.2.3.	Başta yabancı turiste yönelik olmak üzere kapsamlı bir İzmir turizm haritasının hazırlanması	İV, İBB											
4.2.4.	Turistlerin şehir içi ulaşımının diğer kart uygulamaları ile birleştirilmesine (müze ve ören yerleri giriş kartları vb.) yönelik ilgili kurum ve kuruluşlarla görüş alışverişinde bulunulması	ESHOT, İBB İKTM											
4.2.5.	Turistlere yönelik şehir kartı uygulamasının hayata geçirilmesi	ESHOT, İBB											
4.2.6.	Turistik işletmelerde erişilebilirlik koşullarının iyileştirilmesi	İBB, ETİK	İV, HTH										
4.3.	İzmir'in farklı bölgelerinde turizm tanıtım ofisleri ve şehir otellerinin açılması												
4.3.1.	Liman tanıtım ofisinin yenilenmesi	LB, İZTO	TKK, İKTM										
4.3.2.	Başta Kemeraltı, Kordon ve havaalanında olmak üzere öncelikli noktalarda turizm ofislerinin kurulması	İV, İBB	İKTM										
4.3.3.	İzmir tanıtım ofislerinin koordinasyon ağının oluşturulması	İV, İBB, İKTM											
4.3.4.	İlçe merkezlerinde butik şehir hotelleri açılmasına yönelik yatırımcılar, ilgili kurum ve kuruluşlarla görüşmeler gerçekleştirilmesi	İBB, İZTO ETİK	İKTM, TKK										
4.3.5.	Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi yönünde girişim ve desteklerin sağlanması	İBB	İKTM, ÖB, İV										
4.3.6.	Turizm potansiyeli yüksek destinasyonlarda konaklama yatırımlarının desteklenmesi	İBB											

172

7

Strateji İzleme ve Değerlendirme



7. İzleme ve Değerlendirme

Bu bölümde altı ana stratejik amaç ve yirmi beş stratejik hedef altında değerlendirilen toplam yüz otuz faaliyeti kapsayan izleme ve değerlendirme tabloları sunulmuştur. 2020 yılının başından itibaren tüm dünyada etkili olan yeni tip koronavirüs salgını ve son olarak yaşadığımız İzmir depremi kurumların finansal önceliklerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu kapsamda strateji dokümanının yayımlanmasını takiben oluşturulacak İzleme ve Değerlendirme Kurulu'nun ilk toplantısı itibarıyla koronavirüs salgınındaki durumun takip edilerek gerekli revizyonların gerçekleştirilmesi gerekebilir.

1. Rota Tur Geliştirme / Destinasyon Envanteri

■ Amaç		■ Hedefler	(PG) Performans Göstergeleri	İlgili Hedefe Etkisi	2020	2021	2022	2023	2024	Dönem Sonu Hedeflenen Toplam
1.1.		Destinasyon envanterleri veritabanının hazırlanması								
PG 1.1.1.	Veritabanında nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%50	2000	1500	500	500	500	5000
PG 1.1.2.	Veritabanındaki görsel havuzun genişletilmesi (Adet)			%50	2000	1000	1000	1000	1000	6000
1.2.		Farklı turizm ürünü envanterlerinin hazırlanması ve güncellenmesi								
PG 1.2.1.	Kültür, tarih ve arkeoloji envanterinde nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%20	250	100	100	50	50	550
PG 1.2.2.	İnanç envanterinde nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%10	35	25	20	20	20	120
PG 1.2.3.	Deniz ve kıyı envanterinde nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%10	80	20	20	20	20	160
PG 1.2.4.	Doğa ve gastronomi envanterinde nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%40	550	100	100	100	100	950
PG 1.2.5.	Konaklama envanterinde nokta bazlı veri sayısının artırılması (Adet)			%20	350	100	100	100	100	750
1.3.		İzmir'e özgü yeni tur ve rota paketlerinin hazırlanması ve dokümantasyonu								
PG 1.3.1.	Hazırlanan yeni tur paketleri sayısı			% 50	2	2	1	1	1	7
PG 1.3.2.	İzmir tur paketleri çalışma grubunun toplantı sayısı			%40	-	2	2	2	2	8
PG 1.3.3.	İzmir kazı başkanları çalışma grubu toplantı sayısı			%10	1	1	1	1	1	5
1.4.		İzmiras rotalarının hazırlanması								
PG 1.4.1	İzmiras rotaları çalışma grubu toplantı sayısı			%10	2	6	6	6	6	26
PG 1.4.2.	Rota niteliklendirme çalışmaları (Adet)			%30	1	1	1	1	1	5
PG 1.4.3.	Mekânsal proje çalışmaları (Adet)			%30	1	1	1	1	1	5
PG 1.4.4.	Tanıtım ve organizasyon çalışmaları (Adet)			%30	1	1	1	1	1	5

2. Destinasyon Yönetimi

2. Destinasyon Yönetimi

■ Amaç			■ Hedefler	(PG) Performans Göstergeleri	İlgili Hedefe Etkisi	2020	2021	2022	2023	2024	Dönem Sonu Hedeflenen Toplam
2.1. Dünyanın İzmir Mirası alanlarında destinasyon yönetimi											
PG 1.1.1.	Konak Pier-Kadifekale güzergâhında yapılan mekânsal iyileştirme (sokak, meydan ve yapı) sayısı				45%	2	5	5	5	5	22
PG 1.1.2.	Düzenleme yapılan Kemeraltı çeşmeleri sayısı				25%	-	2	3	3	3	11
PG 2.1.3.	Selçuk İzban-Efes güzegâhı rota niteliklendirme çalışmaları (Adet)				30%	-	15	19	-	-	34
2.2. İzmir kent estetiğinin güçlendirilmesi ve yolların düzenlenmesi											
PG 2.2.1.	Yeni İzmir görsel kimliğiyle yapılan mekânsal iyileştirme sayısı				25%	3	10	10	10	10	43
PG 2.2.2.	EUROVELO bisiklet rotası rota niteliklendirme çalışmaları (Adet)				25%	20	40	40	-	-	100
PG 2.2.3.	Kırsal turizme uygun olarak düzenlen köy sayısı				20%	-	2	5	6	6	19
PG 2.2.4.	Yapılan restorasyon çalışması sayısı				30%	5	10	20	20	20	75
2.3. Öncelikli destinasyonlardaki etkinliklerin birbirini güçlendirecek şekilde planlanması											
PG 2.3.1.	Belediyeler etkinlik takvimine işlenen düzenli etkinlik sayısı				30%	30	100	-	-	-	130
PG 2.3.2.	Ortak görsel kimlikle iletişimi yapılan etkinlik sayısı				70%	5	30	50	50	50	185
2.4. İzmir’de yeni UNESCO Dünya Mirası alanları ilan edilmesi ve bu alanlarının etkin yönetimi											
PG 2.4.1.	İzmir UNESCO alanları koordinasyon toplantısı sayısı				50%	-	2	2	2	2	8
PG 2.5.1.	Gerçekleştirilen çalışma grubu toplantı sayısı				50%	-	4	4	4	4	16

3. Tanıtım, Pazarlama ve Satış

■ Amaç		■ Hedefler	(PG) Performans Göstergeleri	İlgili Hedefe Etkisi	2020	2021	2022	2023	2024	Dönem Sonu Hedeflenen Toplam
3.1.		Kadim İzmir tasarımlarının yeniden düzenlenmesi ve İzmir'in tanıtımı amaçlı kullanılması								
PG 3.1.1.	Tasarlanan İzmir'e özgü desen sayısı			100%	15	5	5	5	5	35
3.2.		Visit İzmir dijital turizm altyapısının hazırlanması ve tanıtılması								
PG 3.2.1.	Visit İzmir mecrasında yayımlanan cazibe sayısı			100%	750	250	250	250	500	2000
3.3.		İzmir'e yönelik turizm potansiyelinin hangi ülke ve bölgelerde olduğuna dair araştırmalar yapılması								
PG 3.3.1.	Yerli ve yabancı turiste yönelik gerçekleştirilen anket çalışması sayısı			100%	2	-	2	-	2	6
3.4.		Yeni İzmir konumlandırması ile uyumlu tanıtım kampanyaları yapılması								
PG 3.4.1.	Gerçekleştirilen tanıtım kampanyası sayısı			60%	3	2	2	2	2	11
PG 3.4.2.	Hazırlanan tanıtım filmi sayısı			40%	4	4	4	4	4	20
3.5.		İzmir'in dünya ölçeğinde tanıtılması için uluslararası PR faaliyetleri gerçekleştirilmesi								
PG 3.5.1.	Hedef ülkelerden kamu ya da özel sektör temsilcileriyle yapılan görüşme sayısı			50%	-	10	10	10	10	40
PG 3.5.2.	İzmir görsel kimliğiyle katılım gösterilen uluslararası fuar sayısı			50%	-	5	10	10	10	35
3.6.		İzmir'in dünya ölçeğinde duyulmasını sağlayacak uluslararası etkinliklerin gerçekleştirilmesi								
PG 3.6.1.	İzmir'de düzenlenen önemli uluslararası etkinlik sayısı			100%	3	5	5	5	5	23
3.7.		İzmir'in İzmirliiler tarafından daha derinlemesine bilinmesi, şehrin yüzyüze iletişim yoluyla tanıtılması								
PG 3.7.1.	Şehiriçi mecralarda tanıtımı gerçekleştirilen alan, cazibe merkezi veya etkinlik sayısı			50%	-	15	25	25	25	90
PG 3.7.2.	İzmir'in doğal, kültürel veya tarihsel mirasıyla ilgili gerçekleştirilen konferans, söyleşi veya sempozyum sayısı			50%	-	5	5	5	5	20
3.8.		Dünyanın farklı kentlerinde İzmir Ofisleri'nin açılması								
PG 3.8.1.	Açılan İzmir ofisi sayısı			100%	-	1	1	2	2	6

4. Turizm Hizmetleri

■ Amaç		■ Hedefler	(PG) Performans Göstergeleri	İlgili Hedef Etkisi	2020	2021	2022	2023	2024	Dönem Sonu Hedeflenen Toplam
4.1		Turizm işletmelerinin standartlarını yükseltecek sertifikasyon programları uygulanması								
PG 4.1.1.	Oluşturulan sertifikasyon programı sayısı			100%	1	-	1	-	-	2
4.2.		Turistlerin İzmir şehir merkezindeki ulaşım imkânlarının kolaylaştırılması								
PG 4.2.1.	Birleşik kart uygulaması çalışma grubu toplantı sayısı			40%	-	5	5	-	-	10
PG 4.2.2.	Erişilebilirlik koşulları denetlenen işletme sayısı			60%	-	40	80	150	150	420
4.3.		İzmir'in farklı bölgelerinde turizm tanıtım ofisleri ve şehir otellerinin açılması								
PG 4.3.1.	Şehrin farklı noktalarında turizm ofisleri kurulması (Adet)			70%	1	3	2	2	2	10
PG 4.3.2.	Turizm yatırımlarına yönelik dış paydaşlarla yapılan görüşme sayısı			30%	-	5	5	10	10	30
4.4.		Turizm sektöründe çalışanlar için özelleşmiş meslek kurslarının açılması								
PG 4.4.1.	Verilen özelleşmiş rehberlik kursu sayısı			25%	-	5	10	10	10	35
PG 4.4.2.	Turizm hizmetleri kalitesini artırmaya yönelik verilen kurs sayısı			25%	-	5	10	10	10	35
PG 4.4.3.	Turizm sektöründe çalışanlara yönelik düzenlenen yabancı dil kursu sayısı			25%	-	10	10	10	10	40
PG 4.4.4.	Turizm sektörüne yönelik İzmir turizm stratejisi tanıtım sunumlarının gerçekleştirilmesi			25%	5	20	-	-	-	25
4.5.		Koronavirüs salgınına yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi								
PG 4.5.1.	Turuncu Çember sertifikalı işletme sayısı			50%	300	500	500	500	500	2.300
PG 4.5.2.	Koronavirüs salgınına yönelik gerçekleştirilen eğitim sayısı			50%	5	20	20	-	-	45
4.6.		İzmir'e özgü tanıtım ürünlerinin geliştirilmesi ve farklı destinasyonlarda turistlere ulaştırılması								
PG 4.6.1.	Açılan Madebyİzmir dükkânı sayısı			50%	-	-	2	3	3	8
PG 4.6.2.	Geliştirilen Madebyİzmir ürün çeşidi			50%	2	10	10	20	20	62

5. Doğrudan Ulaşım Hizmetleri

5. Doğrudan Ulaşım Hizmetleri

Amaç

Hedefler

(PG) Performans Göstergeleri

İlgili Hedefe Etkisi

2020

2021

2022

2023

2024

Dönem Sonu Hedeflenen Toplam

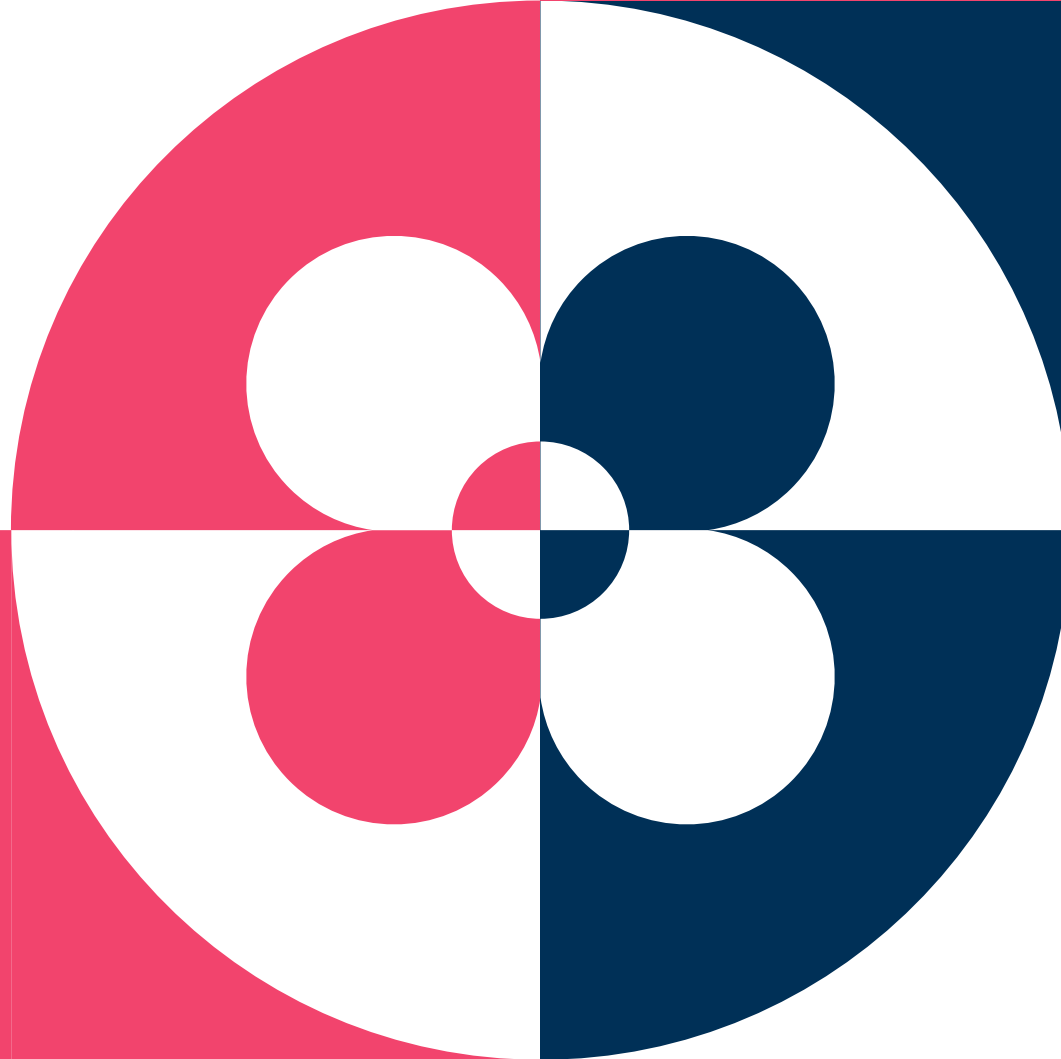
5.1. İzmir'e direkt ulaşım yollarının artırılması								
PG 5.1.1.	İzmir'e gelen kruvaziyer sayısı	75%	-	-	-	2	3	5
PG 5.1.2.	Havayolu şirketleriyle gerçekleştirilen toplantı sayısı	25%	2	4	4	4	4	18

6. İzleme ve Değerlendirme

■ Amaç		■ Hedefler	(PG) Performans Göstergeleri	İlgili Hedefe Etkisi	2020	2021	2022	2023	2024	Dönem Sonu Hedeflenen Toplam
6.1.		Turizm tanıtım stratejisi izleme ve değerlendirme çalışmalarının yürütülmesi								
PG 6.1.1.	İzleme ve Değerlendirme Kurulu toplantı sayısı			100%	4	4	4	4	4	20

8

Sonuç



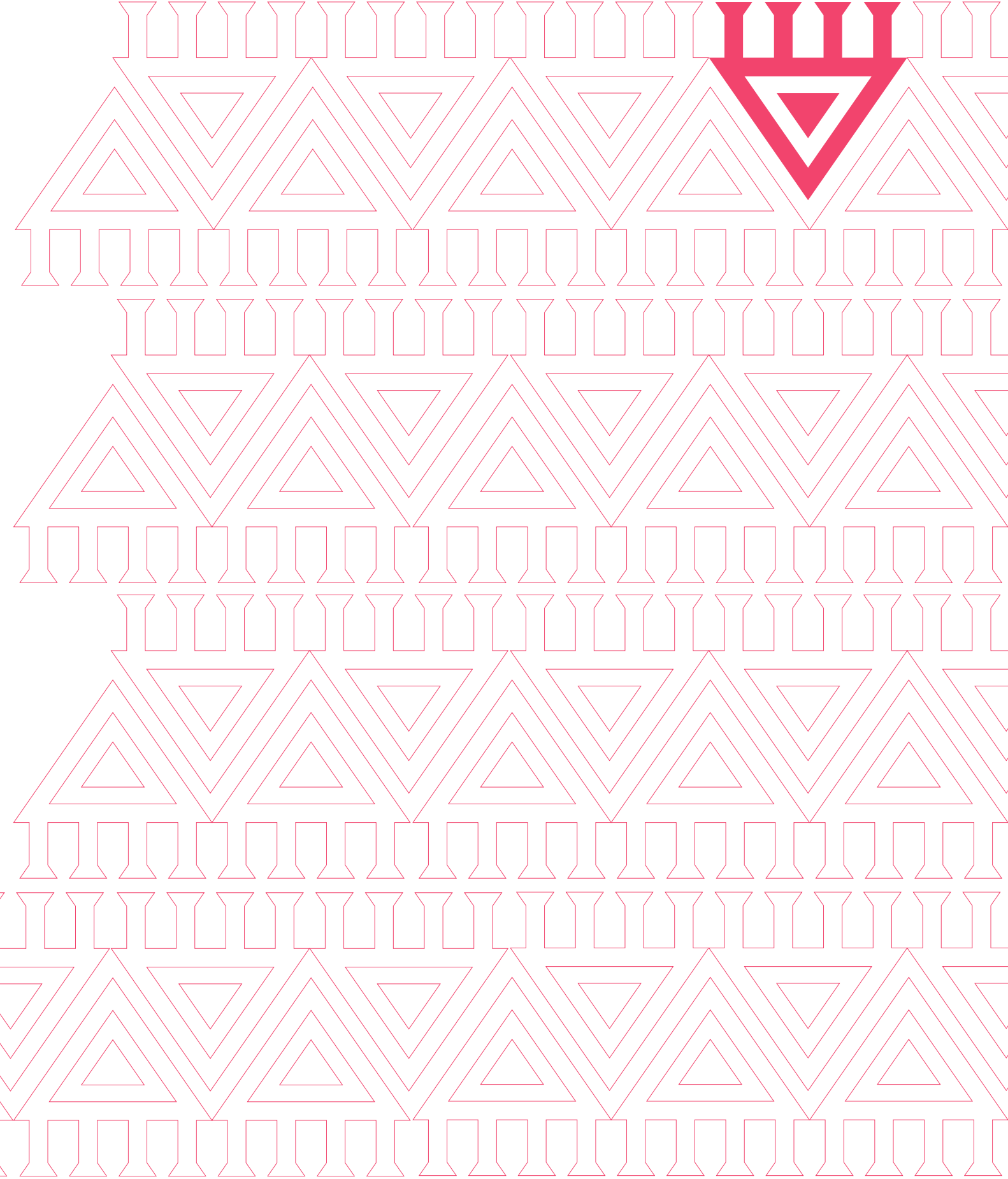
Sonuç

İzmir’de son yıllarda turizmin gelişmesini destekleyecek pek çok çalışma yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. Strateji, ortaya konan yeni perspektifle İzmir turizminin gelişimi için farklı kurumlarca, farklı bölgelerde gerçekleştirilen tüm bu faaliyetleri ortak bir potada eriterek, İzmir turizminin genel manzarası ve ufkunu belirgin hale getirmeye çabalamakta ve bu manzardan kapsayıcı bir bütün oluşturmayı hedeflemektedir.

İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı İzmir’de uzun erimli turizm politikaları oluşturmayı, kurumlar arası işbirliğini güçlendirmeyi ve farklı kurumların tanıtım politikalarını ortaklaştırmayı hedefleyerek oluşturulmuştur. Bu doğrultuda İzmir turizminin önümüzdeki yıllarda gelişmesi ve hedeflenen noktaya ulaşabilmesi için kurumlar arası diyalog ve birlikte hareket etme pratiği son derece önemlidir.

Oluşum sürecinde kurumlar tarafında gerçekleştirilen katkıların, uygulama sürecinde devam etmesi, kurumların önümüzdeki yıllarda yapacakları planlamaların strateji ile uyumu, paydaş kurumların ortak hareket kapasiteleri stratejinin başarısı için kritik önem arz etmektedir.

İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı 2020 – 2024 yıllarını kapsayan beş yıllık bir projeksiyonla ortaya çıkmıştır. Strateji kapsamında oluşturulan dijital veritabanı ve dijitalleşme sürecinin önümüzdeki yıllarda gerçekleştirilecek faaliyetlerle ve İzmir’in Akıllı Şehir uygulamaları ile bütünleşik halde devam ettirilmesi, özellikle gelen turistlerden büyük veri elde etme yollarının geliştirilmesi ve bunların işlenerek turist deneyimini geliştirecek çıktılarının alınması, İzmir turizminin dijitalleşme sürecinde beş yıldan uzun süreli planlamalar dahilinde gelecekte göz önüne alınması gereken faaliyetlerdendir.



KAYNAKÇA

1. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı, 2010
2. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), Turizm Mevcut Durum Raporu, 2013
3. yasanacaksehirizmir.com
4. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)
5. World Travel and Tourism Council (WTTC), World, Transformed: Megtrends and Their Implications for Tourism and Travel, 2019
6. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), International Tourism Highlights, 2019
7. TravelTek, Eight Big Travel Preditions for 2019, 2018
8. İngiltere Seyahat Acentaları Birliği (ABTA)
9. Lonely Planet, Top Travel Trends for 2019
link:<https://www.lonelyplanet.com/articles/top-travel-trends-for-2019>
10. TrekkSoft, Travel Trends Report, 2019
11. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions – Volume: II Case Studies, 2019
12. Booking.com, Travel Predictions for 2020, 2019
13. Lonely Planet, Getting off the Tourist Path, 2018
14. UNWTO, World Tourism Barometer, Ekim 2020
15. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Impact Assessment Of The Covid-19 Outbreak On International Tourism, 2020
16. Policy Center, The Impact of Covid-19 on Tourism, 2020
17. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Tourism Policy Responses to the Coronavirus (Covid-19), 2020
18. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), How country's supporting tourism recovery, Haziran 2020

19. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Tourism Trends and Policies 2020, 2020

20. Dokuz Eylül Üniversitesi Arkeoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Smyrna/İzmir Tarihi Kent Merkezinde Antikçağdan Osmanlı Dönemine İbadet Mekân Ve Alanları, Arman Keçeci

21. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210598/smyrna-tepekule--bayrakli.html>

22. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210569/agora.html>

23. İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir Turizmi,
<https://www.izmir.bel.tr/tr/Yayin/145/225#dergi/sayfa1>

24. Unesco Türkiye Milli Komisyonu, Somut Olmayan Kültürel Miras

25. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Stratejik Plan 2019-2023

26. Mavi Bayrak Türkiye

27. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Denizcilik Genel Müdürlüğü
<https://denizcilikistatistikleri.uab.gov.tr/krvaziyer-istatistik>

28. Türk Patent ve Marka Kurumu, Coğrafi İşaretli Ürünler

29. İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Ticaret ve Anonim Şirketi (İZFAŞ)

30. İzmir Kuş Cenneti <http://www.izmirkuscenneti.gov.tr/>

31. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Yatırımları Genel Müdürlüğü

32. İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan 2017

33. İzmir Büyükşehir Belediyesi izmir.bel.tr/tr/kemeralti/206

34. Tarihi Kemeraltı İnşaat-Yatırım-Ticaret A.Ş. (TARKEM)
<http://www.tarkem.com/tarihi-alan/>

35. İzmir Kültür ve Turizm Dergisi
<https://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/inanc-turizmi/66-hisaronu-hisar-camisi-hisar-asiran>

36. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210604/hanlar.html>

37. İzmir Kültür ve Turizm Dergisi
<https://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/gezi-rehberi/1836-sessiz-ama-capcanli-havra-sokak>

38. İzmir Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77369/kadifekale.html>

39. Çeşme Belediyesi
<https://www.cesme.bel.tr/sayfa/sorf-merkezleri>

40. Yarımada Gezi Rotaları
<http://rota.yarimadaizmir.com/tr/Rotalar/2/2>

41. Devlet Hava Meydanları İşletmesi (DHMi)

42. TAV Airport, Adnan Menderes Havaalanı Uçuş Bilgileri
<http://www.adnanmenderesairport.com/tr-TR/ucus-bilgileri/page/ucus-noktalari>

43. ucusbilgileri.net/ucus-yolculuk-suresi-hesaplama.php

44. İzmir Ticaret Odası (İZTO)
<http://www.izto.org.tr/tr/izmirde-kruvaziyer-turizmi>

45. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Faaliyet Raporu 2019

46. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

47. 2020 Aralık ayı verisi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınmıştır:
<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-281173/2020-yili-aralik-ayi-ziyaretci-istatistikleri-yayinland-.html>

48. <http://www.yunanistan.co/atina>

49. Loukas Anastasiadis, Cruising-a form of alternative tourism in Greece

50. <https://yachtingfestivals-athens.com>

51. <https://posidonia-events.com/>

52. <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Oyunlari-Detay/3/1>

53. T.C. Dışişleri Bakanlığı

54. https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141204_barcelonas_tourism_activity_0.pdf

55. <https://www.diba.cat/web/esports/bcn-es-molt-mes>

56. <https://www.excursionsbarcelona.com/about-barcelona>

57. https://www.hosteltur.com/132945_el-turismo-de-congresos-en-barcelona-crece-pese-a-los-disturbios-del-proces.html

58. <https://barcelonacatalonia.eu/archivos/5340>

59. https://cat.elpais.com/cat/2019/11/25/catalunya/1574676426_983621.html

60. International Congress and Convention Association (ICCA) 2017 Raporu

61. http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/cities/content/informe_2018_bcn-eng.pdf

62. https://www.london.gov.uk/sites/default/files/take_a_closer_look-_a_cultural_tourism_vision_for_london_2015_-_2017.pdf

63. <https://www.london.gov.uk/what-we-do/arts-and-culture/cultural-places-and-creative-spaces/cultural-tourism-vision-london>

64. <https://onetyoneapartments.com/shopping-tourism-london-quick-guide/>

65. <http://www.mymedholiday.com/country/united-kingdom/london>

66. <https://about-france.com/cities/marseille.htm>

67. BNP Paribas Real Estate Hotels, Tourism Observatory Marseille, INSEE

68. www.avrupa.info.tr/tr/news/avrupa-kultur-baskentleri-30-yili-asan-bir-uygulama-4571

69. Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü [dsi.gov.tr/kurumsal-yapi/yonetim/genel-mudurumuz/calismalari/2018/12/03/dunya-su-konseyi-\(wwc\)-8.-genel-kurul-toplantisi-sona-erdi](http://dsi.gov.tr/kurumsal-yapi/yonetim/genel-mudurumuz/calismalari/2018/12/03/dunya-su-konseyi-(wwc)-8.-genel-kurul-toplantisi-sona-erdi)

70. Kültür ve Turizm Bakanlığı <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

71. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68441/kongre-turizmi.html>

72. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Expo 2016 Antalya <https://expo.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=4>

73. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68438/saglik-turizmi.html>

74. World Health Sport Alternative Tourism Congress & Exhibition (HESTOUREX) 2019 Fuar Raporu <http://hestourex.com/wp-content/uploads/2019/09/HestourexRapor.pdf>

75. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68437/spor-turizmi.html>

76. Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68440/golf-turizmi.html>

77. İstanbul Havalimanı <https://www.istairport.com/tr>

78. İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü

79. Joint Commission International (JCI)

80. İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA), Türkiye’de ve İstanbul’da Turizm
81. Intercity İstanbul Park <https://intercitypark.com/>
82. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
83. Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA), Güney Ege Bölgesi Turizm Stratejisi Belgesi
84. Güney Ege Kalkınma Ajansı, Muğla Alternatif Turizm Türleri Yatırım Olanakları
85. Muğla Valiliği, Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı
86. Muğla Valiliği, Muğla Mutfağı Yemek Kitabı
87. Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
88. Hatay Gastronomi <http://hataygastronomi.com/>
89. Hatay Valiliği
90. Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
91. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
92. Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
93. Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turizmde-altin-cagini-yasayan-sanliurfa-bu-yil-da-gozde-sehir-olmayi-hedefliyor-/1706445>
94. Şanlıurfa Valiliği
95. İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), Yabancı Turist Anketi, 2013
96. Özge Adan, Turizmde Marka Kişiliğın Turistik Destinasyona Uygulanması: İzmir İline Yönelik Bir Araştırma (Doktora Tezi), 2013

