

T.C.  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KÜLTÜR TURİZMİ BAKIMINDAN AZERBAJCAN  
ŞİRVAN BÖLGESİNİN ARZ POTANSİYELİNİN  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Konul KHALİLOVA**

Danışman

**Prof. Dr. Alp TİMUR**

2008

## Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “ Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih:

.../.../.....

Adı SOYADI: Konul KHALİLOVA

İmza:

## YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

### Öğrencinin

**Adı ve Soyadı** : Konul KHALİLOVA  
**Anabilim Dalı** : İşletme  
**Programı** : Turizm İşletmeciliği  
**Tez Konusu** :Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi  
**Sınav Tarihi ve Saati** :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün ..... tarih ve ..... sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliği'nin 18. maddesi gereğince yüksek lisans tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini ..... dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI OLDUĞUNA  O OY BİRLİĞİ  O  
DÜZELTİLMESİNE  O\* OY ÇOKLUĞU  O  
REDDİNE  O\*\*

ile karar verilmiştir.

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır.  O\*\*\*  
Öğrenci sınava gelmemiştir.  O\*\*

- \* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.  
\*\* Bu halde adayın kaydı silinir.  
\*\*\* Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fulbright vb.) aday olabilir.  Evet  
Tez mevcut hali ile basılabilir.  O  
Tez gözden geçirildikten sonra basılabilir.  O  
Tezin basımı gerekliliği yoktur.  O

### JÜRİ ÜYELERİ

### İMZA

.....  Başarılı  Düzeltme  Red .....

..... Başarılı  Düzeltme  Red .....

..... Başarılı  Düzeltme  Red .....

## ÖZET

### Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi

**Konul KHALİLOVA**

**Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı  
Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı**

Bu çalışmada bir turistik ürün olarak kültür turizmi ele alınmış, Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi'nin kültür turizmi potansiyeli araştırılmıştır. Çalışmada Azerbaycan'da turizmin tarihi ve bugünkü durumu da incelenmiştir ve turizmin geliştirilmesi konusunda yapılabilecekler üzerinde durulmuştur. Özellikle son zamanlar turizm konusunda çok ilgi çeken Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi'nin turizm potansiyeli ele alınarak, burada kültür turizminin bölge ekonomisine, insanların sosyal yaşamlarına ve çevresel açıdan ne gibi pozitif ve negatif etkilere neden olabileceği araştırılmıştır.

Alan çalışması için, tarihi ve doğal zenginlikleri nedeniyle devlet tarafından ve yatırımcılar tarafından ilgi alanı olan Dağlık Şirvan Bölgesi seçilmiştir. Araştırmanın ana konusunu bu bölgenin doğal özellikleri, iklimi ve tarihsel gelişimi, günümüz turizm arzı ve talebi, geçmiş yılların da tecrübesi göz önünde bulundurularak kültür turizminin bu bölgedeki potansiyelinin ölçülmesi oluşturmaktadır. Son bölümde yapılan anket çalışmasının sonuçları, uzmanların konuyla ilgili bakışlarını açıklamaktadır.

Bu çalışma Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi'nde kültür turizmi açısından devlet ve özel sektörün hangi yönde yatırım yapabileceğini ve bu yatırımların bölgeye yapacağı etkiyi anlamak için yapılmıştır. Çalışma sonucunda uzmanların bölgede kültür turizminin gelişimine olumlu baktıkları ve bölgede kültür turizminin gelişimi için gerekli olan yeterli turistik potansiyelin bulunduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turistik Ürün, Kültür Turizmi, Dağlık Şirvan Bölgesi.

## **ABSTRACT**

### **The Analyze of Cultural Tourism Supply Potential in the Shirvan**

**Region of Azerbaijan**

**Konul KHALILOVA**

**Dokuz Eylül University  
Institute of Social Sciences  
Department of Management  
Management of Tourism Program**

**In this thesis is under debate cultural tourism and cultural tourism potential of Azerbaijan Mountainous Shirvan Region. In thesis is also analyzed the history of tourism in Azerbaijan and its conditions in nowadays, is discussed what can be done for development of tourism in future. As the Mountainous Shirvan Region of Azerbaijan became one of the most attractive touristic places today, in thesis is also searched how cultural tourism can effect regional economy, social life of nation and nature of this region.**

**As a research area is chosen Mountainous Shirvan Region, which attracts many national and foreign investments because of its historical and natural resources. The main theme of thesis is to analyze potential of cultural tourism development in this region by searching this region's natural resources, climate, history, tourism demand and supply in today, The research, which is done in last part of thesis, shows us the view of specialists about this theme.**

**The aim of this thesis is to analyze in which way national and foreign investments could be done for development of cultural tourism in Mountainous Shirvan Region and how it will effect to the region. In solution we can see that specialists have positive view to development of cultural tourism in here and this region have enough natural resources, which are needed for it.**

**Key Words:** Touristic Product, Cultural Tourism, Mountainous Shirvan Region.

# KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KALİTE GÜVENCE SİSTEMİ İÇİNDE KALİTE MALİYETLERİNİN ANALİZİ

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLO LİSTESİ	x
ŞEKİL LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE KÜLTÜREL TURİZM

1.1. TURİZM OLAYINA GENEL YAKLAŞIM	2
1.1.1. Turizmin Tanımı ve Özellikleri	
1.1.2. Turizmin Gelişimi	5
1.1.3. Turizmin Sınıflandırılması	7
1.1.3.1. Doğaya dönük turizm ( Ekoturizm)	7
1.1.3.2. Kültürel turizm	8
1.1.3.3. Sosyal turizm	8
1.1.3.4. Aktif turizm	9
1.1.3.5. Rekreasyon amaçlı turizm	9
1.1.3.6. Spor turizmi	9
1.1.3.7. Dini turizm	9
1.1.3.8. Etnik turizm	10
1.2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ	10
1.2.1. Turistik Ürün Kavramı Ve Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar	10
1.2.2. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler	11
1.2.2.1. Çekicilik	13
1.2.2.2. Olanaklar ve Hizmetler	13
1.2.2.3. Ulaşılabilirlik	14
1.2.2.4. Gidilecek Yerin İmajı	14
1.2.3. Turistik Ürünün Özellikleri	15
1.2.4. Turistik Ürün Politikaları	16
1.2.5. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi	17
1.2.6. Turistik Ürün Farklılaştırması	18
1.2.7. Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ile Talep Yaratma	18
1.2.8. Turizmin Gelişimine Yönelik Turizm Politikaları	19

1.3. KÜLTÜR TURİZMİ	20
1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı	26
1.3.2. Kültür Turizminin Çeşitleri	27
1.3.3. Kültür Turizminin Bir Yörenin Sosyo-ekonomik Yaşantısına Etkileri	29
1.3.4. Kültür Turizmi Boyutunda Yöreselleşme	29
1.3.5. Kültür Turizminin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü	31
1.3.6. Kültür Turizminin Diğer Alternatif Turizm Türleri ile Olan İlişkisi	32
1.3.6.1. Kültür Turizmi Açısından İnanç Turizmi	32
1.3.6.2. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Mağaralar	33
1.3.6.3. Kültür Turizmi Açısından İpek Yolu Turizmi	33
1.3.7. Kültür Turizm Talebi	33

## İKİNCİ BÖLÜM

### AZERBAYCAN'IN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

2.1	AZERBAYCAN'IN GENEL DURUMU	38
	2.1.1. Coğrafi konumu	38
	2.1.2. Azerbaycan Tarihine Bakış	39
	2.1.2.1. Orta Çağda Azerbaycan	40
	2.1.2.2. 19. yüzyılda Azerbaycan	40
	2.1.2.3. Bağımsız Azerbaycan Devleti (1918-1920)	41
	2.1.2.4. Sovyetler Birliği Dönemi	42
	2.1.2.5. 1990 Yılı Sonrası Azerbaycan	43
	2.1.3. Azerbaycan'ın İdari Yapısı	45
	2.1.4. Sosyal Yapı	47
	2.1.4.1. Nüfus	47
	2.1.4.2. Dini yapı	48
	2.1.4.3. İnsanlar ve Kültür	49
2.2.	AZERBAYCAN'IN FİZİKİ COĞRAFYASI	50
	2.2.1. İklim ve Bitki Örtüsü	50
	2.2.2. Akarsular ve Göller	51
	2.2.3. Dağlar	52
	2.2.4. Ovalar ve Yaylalar	53
	2.2.5. Yeraltı Kaynakları ve Çevre	54
	2.2.6. Doğayı Koruma Alanları ve Doğa Parkları	54
	2.2.7. Kaplıca ve Şifalı Sular	56
2.3.	AZERBAYCAN'IN TARİHİ VE KÜLTÜREL DEĞERLERİ	57
	2.3.1. Arkeoloji Eserler ve Anıtları	57
	2.3.1.1. Bakü ve Çevresi	57
	2.3.1.2. Diğer Merkezler	58

2.3.2. Müzeler	59
2.3.3. Fuar ve Sergiler	60
2.3.4. Sanat	61
2.4. AZERBAJYCAN TURİZMİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER	62
2.4.1. Azerbaycan'ın Dünü ve Bugünü	62
2.4.2. Azerbaycan Turizminin İç ve Dış Turizm Durumunun Analizi	66
2.4.2.1. Uluslararası Turizm Kapsamında Azerbaycan Turizmi	68
2.4.2.2. Büyük İpekyolu Projesi ve Turizm	70
2.4.3. Azerbaycan Turizmi Yatırım Olanakları ve Değerlendirmesi	71
2.4.3.1. Turizm Potansiyeli Yüksek Olan Bölgeler	72
2.4.3.2. Turistik Kamp ve Tesisler	74
2.4.4. Azerbaycan Turizminin Turizm Politikaları Açısından Analizi	75

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AZERBAJYCAN'IN DAĞLIK ŞİRVAN BÖLGESİNİN KÜLTÜR TURİZM POTANSİYELİ

3.1. AZERBAJYCAN'IN DAĞLIK ŞİRVAN BÖLGESİ	77
3.1.1. Coğrafi konumu	77
3.1.2. İklim Özellikleri	77
3.1.3. Akarsular	77
3.1.4. Sosyal Durumu	78
3.1.5. Ekonomik Durumu	78
3.2. DAĞLIK ŞİRVAN BÖLGESİNİN İLLERİ VE ONLARIN TURİZM POTANSİYELLERİ	79
3.2.1. İsmayılı İli	79
3.2.2. Şamahı İli	82
3.2.3. Aksu İli	85
3.2.4. Kobustan İli	87
3.3. DAĞLIK ŞİRVAN BÖLGESİ'NİN KÜLTÜREL TURİZM POTANSİYELİNİ ÖLÇMEK İÇİN YAPILAN ANKET ÇALIŞMASI	89
3.3.1. Araştırmanın Amacı	89
3.3.2. Araştırmanın Yöntemi	89
3.3.3. Veri Toplama Tekniği	92
3.3.4. Araştırmanın Örnekleme	92
3.3.5. Ölçeğin Belirlenmesi	93
3.3.6. Anketin İçeriği	94
3.3.7. Anketin Uygulanma Süreci	95
3.3.8. Araştırmanın Sonuçları ve Bulguların Değerlendirilmesi	95
3.3.8.1. Araştırmanın Güvenirlilik Analizi	97
3.3.8.2. Uzmanların Demografik Özellikleri ile İlgili Değerlendirmeler	98
3.3.8.3. Katılımcıların Uzmanlık Derecelerinin Değerlendirilmesi	100
3.3.8.4. Ekonomi İle İlgili Değerlendirmeler	101



3.3.8.5. Sosyolojik Sorularla İlgili Değerlendirmeler	103
3.3.8.6. Bölgenin Doğal Zenginlikleriyle İlgili Değerlendirmeler	104
3.3.8.7. Kültürel Turizm Faaliyetleri ve İstekler İlgili Değerlendirmeler	105
3.3.8.8. Kültür Turizminin Bölgesel Kalkınmadaki Rolüyle İlgili Değerlendirmeler	105
SONUÇ	106
KAYNAKLAR	108
EKLER	113

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Kùltür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolü	31
<b>Tablo 2:</b> Türkiye’de Kùltür Turizmine Yabancı Turistlerin Genel Eğilimleri / Kùltürel Motifleri	35
<b>Tablo 3:</b> Ziyaretçilerin Geliş Nedeni	36
<b>Tablo 4.</b> Azerbaycan'daki Doğayı Koruma Alanları	55
<b>Tablo 5.</b> Azerbaycan’daki dinlenme tesis türleri ve kapasiteleri	75
<b>Tablo 6.</b> Dağlık Şirvan ekonomik bölgesinin illerinin arazisi, arazi bölgüsü ve Yoğunluğu	78
<b>Tablo 7.</b> Delphi Modelinin Aşamaları	91
<b>Tablo 8.</b> Anketin Güvenirlilik Katsayıları	98
<b>Tablo 9.</b> Uzmanların Demografik Özellikleri	98
<b>Tablo 10.</b> Katılımcıların Uzmanlık Derecelerinin Değerlendirilmesi	100

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b> Kültürel turizm kaynakları	23
<b>Şekil 2.</b> Azerbaycan'ın Fiziki Konumu Haritası	38
<b>Şekil 3.</b> Azerbaycan'ın İşgal Olunmuş Toprakları Haritası	44
<b>Şekil 4:</b> İsmayilli ili	79
<b>Şekil 5:</b> Şamahı ili	82
<b>Şekil 6:</b> Aksu ili	85
<b>Şekil 7:</b> Kobustan ili	87

## GİRİŞ

Kültür turizmi, yeni kültürleri tanımak, geçmişteki kültürlerle tanışmak, insanların kendi kültürlerinin yanında diğer grupların da kültürlerini öğrenmek amacıyla gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini kapsar. İnsanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmek, gittikçe kaybolan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir anı olarak korumak isteği gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle geziye katılan insanlar kırsal yerleşim yerlerine gitmek, yerel halkın yemeklerini tatmak, halk gösterilerini izlemek, festivallere katılmak ve eski el sanatlarını görmek istemektedirler.

Bireylerin kültürel değerleri görmek amacıyla turizme katılmaları, turizm üzerinde olumlu etki doğurmaktadır. Turistlerin kendi uygarlıkları dışındaki çeşitli uygarlıkları tanıma istekleri, turizm olayını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Tarihi ve kültürel zenginlikleri yakından görmek, bilgi sahibi olmak ve çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapabilmek turizm olayını doğuran ana faktörlerdendir. Öte yandan ülkelerin folklorik zenginlikleri de ülkede turizmin gelişmesinde büyük önem taşımaktadır.

Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi kültür turizmi açısından turistlerin çekimine neden olabilecek gerekli tarihi ve kültürel zenginlikleri, değişik iklim türlerini, doğal kaynakları kendinde barındırmaktadır, bu da bölgede kültür turizminin gelişimi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE KÜLTÜREL TURİZM

#### 1.1. Turizm Olayına Genel Yaklaşım

Dünyanın bir çok ülkelerinde, milyonlarca insanın istihdamını temin eden, sanayinin bütün alanlarıyla ilgili olarak faaliyet gösteren ve geniş bir maddi pazara sahip olan turizm sanayisi mevcuttur. Çağdaş turizm sanayisi dünyada en dinamik şekilde gelişen ve yüksek gelir getiren sanayilerden biridir.

##### 1.1.1. Turizmin Tanımı ve Özellikleri

İnsanlar hep seyahat etmişler. İlk çağlarda kendi yaşadıkları yerlerden yaptıkları yakın göçler daha sonralar deniz ve çayları aşarak yapılan uzak seferlere dönüşmüş. Turizm kelimesi Latince bir nokta etrafında hareket etmek veya bir noktadan başlayarak aynı noktaya dönmek anlamına gelen “Tournus” kelimesinden oluşmuştur. Türkçede seyyah kelimesi turist, seyahat kelimesi turizm deyimlerinin karşılığıdır.<sup>1</sup>

Turizm, sosyal bir olay olarak ele alındığında aşağıdaki gibi tanımlanabilir. “ Turizm insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında sürekli olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç izlememek üzere, serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlar ile veya dost akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi sebepler ile, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süre ile konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan bir

<sup>1</sup> H. Olalı ve A. Timur, **Turizm Ekonomisi**, 1988, s. 30

tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır ve bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir”.<sup>2</sup>

Kendi ülkesi veya oturduğu ülke dışında bir ülkeye sadece para kazanmak amacı olmaksızın belirli bir süre için seyahat eden, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan, mali gücü, zamanı ve maddi kapasitesi sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan, temizlik ve vasat konfor arayan, maceraperest olmayan insanlara turist adı verilmektedir<sup>3</sup>.

Turizmin taşıdığı temel özellikler aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz<sup>4</sup>.

- a) Turizm her şeyden önce, insanların belirli bir süre için değişik amaçlarla yaptıkları seyahati ve konaklamayı kapsamaktadır;
- b) Turizm, insanların kendi konaklama yerleri dışında sürekli yerleşme amacı gütmemek üzere yaptıkları seyahat ve geçici konaklamaları kapsar;
- c) Turizm para kazanma amacına dönük bir mesleki faaliyette bulunmamak üzere yapılan seyahat ve konaklamalardan oluşur. Çünkü, turizmin esas amacı para kazanmak değil, bir tüketim olayı oluşturmaktır;
- d) Turizm, serbest bir ortam içinde yapılan harekettir. Turizmde seyahat edilecek yer, seyahat aracı, konaklama yeri serbestçe belirlenir;
- e) Turizm, insanların iş , merak, din, sağlık, dinlenme, kültür, snobik ve benzeri amaçlarla, dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi sebeplerle yaptıkları seyahat ve konaklamaları kapsamaktadır;
- f) Turizm, insanların kişisel ve toplu şekilde yaptıkları seyahat ve konaklamaları kapsar;
- g) Turizm, bir yandan seyahatin oluşturduğu dinamik elemanı, diğer yandan gidilen yerde 24 saati veya bir gecelemeyi aşan konaklamaların

<sup>2</sup> Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir,1988,s.35.

<sup>3</sup> Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir,1988,s.40.

<sup>4</sup> y.a.g.e.,ss.36-40.

oluşturduğu statik elemanı kapsar. Geceleme veya 24 saati aşan konaklama, turizmin asıl yönlendiği tüketim amacının gerçekleşmesi için zorunludur;

h) Turizm olayı, toplum içinde meydana gelen sosyal bir olaydır. Turizmin sürekli var olması, ona objektif bir nitelik kazandırır. Aynı zamanda, ölçülebilir olması nedeniyle, turizm, bir miktar olaydır;

i) Turizm olayı, sadece seyahat ve konaklamalardan oluşmamaktadır. Seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı bütün kurumlar, işlemler, davranışlar, faaliyetler bu kavram içinde yer almaktadır. Bu nedenle, turizme, endüstri gözüyle bakmak gerekmektedir;

- “Turizm öncelikle, ağır bir endüstridir. Turizm sektörü son derece çeşitli ve büyük yatırımlar gerekmektedir;

- Turizm, bütünleşmiş bir endüstridir. Turizmde statik unsurunu oluşturan konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, rekreasyon, tamamlayıcı hizmet sunanlar gibi yatırımcı elemanlar ile arz teşkilatını oluşturan turizm araçları, ulaştırma teşebbüsleri gibi elemanlar arasında birbirine destek ve yardımcı olacak şekilde bir bağın kurulması gerektirmektedir. Bu bağın hedefi, ağır endüstriyle bütünleşme yolu ile kitle tüketim yaratacak ve yatırım kapasitelerinden yararlanma oranını arttıracak toplumsal bir hareket ve buna süreklilik kazandırmaktır;

- Turizm bir hizmet endüstrisidir. Turizm sektörünün üretilen pazarladığı ürün hizmetidir;

- Turizm bir kültür endüstrisidir . Turizm değişik kültürler arasında bir diyalog kurmakta, kültürleri de birbirine yaklaştıran bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Seyahat eden insanlar için ruhsal ve kültürel bir değişme ve yarar sağlamaktadır. Ayrıca, turizm, bir ülkenin kültürel varlığını tanıtmanın da bir aracıdır”.

Seyahat ve konaklamayı içeren elemanları ile turizm olayı, ülke ekonomilerine olan katkısı ile, hem de gelişmekte olan ülkelerin vazgeçemedikleri bir endüstridir. Günümüzde dünya genelinde iç ürünün % 4,4-ünü turizm

sağlamaktadır. Turizm sanayisinde yaklaşık 200 milyon kişi çalışmaktadır. Dünya ülkelerinin % 80-inden fazlasının ihracat ürünleri arasında turizm ilk beş ürün arasında yer almaktadır.<sup>5</sup>

### 1.1.2. Turizmin Gelişimi

Geçmişte seyyahlar Kuzey Avrupaya, sırlı Britanya adasına, Mısır'a seyahat etmişler. Bu seyahatler hakkında efsane ve mifler yazılıyordu. Yiğitlik ve cesaret sergilemek amacıyla orta çağda şövalyeler de seyahat ediyorlardı. İlk seyyahlardan olan Kristofer Kolumb, Vasko da Gama, Fernan Magellan, Ceyms Kuk ve bir çok diğer seyyahlar yaptıkları seyahatler zamanı çok değerli coğrafi keşifler etmişler.

Turizmin başlama tarihi konusunda bilim adamları arasında farklı düşünceler mevcuttur. Örneğin, M. Nemalyayeva ve L. Hodorkov'un düşüncelerine göre turizmin temeli 1841 yılına dayanmaktadır. İlk düzenli şekilde gerçekleşen seyahat ise 1855 yılında Paris'de düzenlenen Uluslararası Fuardır. R. Zaçinyayev ve N. Falkoviç gibi diğer yazarlar yabancı turistlerden oluşan turist grubunun 1863 yılında İsviçre'ye yaptıkları yolculuğu turizmin temeli olarak göstermişler. Üçüncü grup bilim adamları (M. Bijakov ve d.) 1815 yıllarına giderek ilk turistik gezilerin bu yıllarda İngiltere'den Fransa'ya yapıldığını diyorlar.<sup>6</sup>

Bütün bu çelişkilere rağmen İngiliz papası Tomas Kuk'un şirketi dünyanın 53 ülkesinde, 12 bin kişinin çalıştığı kişinin çalıştığı, 324 şubesi olan büyük bir şirket haline gelmiştir. Avrupa'dan geriye kalmak istemeyen Amerika'da T. Kuk'un uluslararası turizm bakışları esasında "Amerikan ekspres" 1918-ci yıldan itibaren birçok devletlerde turizm şirketleri açıyor.

1869 yılında Avrupa'da "otel işletmelerinin uluslararası birliği" adında ilk turizm teşkilatı kuruldu. Bu örgüt 1921 yılında kurulan "Uluslararası Oteller Birliği" ile birleşerek, 1946 yılında "Uluslararası Oteller Örgütü" adını alıyor.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004, s.7

<sup>6</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004, s.7

<sup>7</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004, s.8



O zamanlar, genelde zengin insanlara hizmet eden turizm, ulaştırma ve konaklama hizmetlerini gerçekleştiriyordu.

20-ci yüzyılın birinci yarısında ulusal ve uluslararası turizm bir çok yeni ülkelerde de yer alarak, gelişimini yeni bir yönde sürdürüyor. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasındaki süreç içinde yurtiçi ve yurtdışı seyahatler yeni bir amaçta gerçekleştiriliyordu. Onlar yalnız eğlence ve sağlık amaçlı değil, hem de değerli anılar taşıyan yerleri ve tarihi mimari anıtları ziyaret etmek amacı taşıyor.

20-ci yüzyılın 40-cı yıllarının sonundan itibaren uluslararası turizm hızla gelişmeye başlıyor. 1958 yılında ilk transatlantik havayolu taşımacılığı yapılıyor.<sup>8</sup> Bu olay turizmin imkanlarını artırarak uzak mesafelere seyahatlerin gerçekleşmesini sağlıyor.

1963 yılında Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu ve Kamu Turizm ve Seyahat Konferansında seyahat edenlerin sınıflandırılması yapılarak, kimlerin turist sayılabileceği belirtilmiştir. Bu konferansa kadar “Turist” kavramı farklı ülkelerde farklı şekilde tanımlanıyordu.

27 Eylül 1975 yılında Dünya Turizm Örgütü kuruldu. 1979 yılında İspanya'nın Torremolinos şehrinde geçirilen Dünya Turizm Örgütü'nün konferansında 27 Eylül Dünya Turizm Günü ilan edildi. Tarihte ilk defa dünya turizm günü 1980 yılında kutlandı.<sup>9</sup>

20-ci yüzyılın 70-ci yıllarında turizm en yüksek gelişimini Avrupa da ve Kuzey Amerika da yaşamıştır. 1985 yılında turistlerin %70.3-ü Avrupa ya seyahat etmiştir. Bu turistler sayesinde Avrupa 58.9 milyar Amerikan doları kazanmıştır.<sup>10</sup>

90-lı yıllarda Avrupa turizmi gelişimini sabit olarak devam ettirmiştir. Asya ve Güney Amerika da, özellikle Avustralya ve Japonya da turizm büyük bir gelişme göstermiştir. 90-lı yıllarda “incoming” turizm şu şekilde sıralanıyordu.:

---

<sup>8</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004, s.11

<sup>9</sup> Y.a.g.e. ss.12

<sup>10</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004, s.14

Avrupa- % 58.7, Amerika – %19.5, Doğu Asya- %15.2, Afrika- % 3.3, Yakın Doğu-% 2.5, Güney Asya -%0.8. 1999 yılında dünya genelinde turizmden elde edilen gelir 455 milyar Amerikan doları olmuştur.<sup>11</sup>

2000-li yıllarda turizmin aşırı hareketlenmesini etkileyen faktörlerden birisi de uluslararası politik arenalarında global değişikliklerdir. “Bunlar Sovyet Birliğinin dağılımı, Doğu ve Batı Almanyanın birleşmesi, büyük zenginlikler sahip olan Hong Kongun İngiltere sömürgesinden kurtulması ve Çin Cumhuriyetinin terkiğine alınması. Avrupa Birliği ülkelerinin vatandaşlarının ortak pasaport kullanılması ve bu vatandaşlar için ülkelerarası sınırın kaldırılmasıdır”<sup>12</sup>.

### **1.1.3. Turizmin Sınıflandırılması**

Turizmin birbirinden farklı birçok şekilleri vardır. Bunun sebebi, turizmin, insanın değişik ihtiyaç ve isteklerinden doğmasıdır. Günümüzde en yaygın turizm şekilleri aşağıdaki ana gruplar şeklinde incelenebilir:

#### **1.1.3.1. Doğaya dönük turizm ( Ekoturizm)**

Ekoturizm ‘doğadan zevk alma ve doğanın kıymetini bilme’ şeklinde 1983 yılında Heckar Ceballos- Loscurain tarafından ortaya atılan bir kavramdır.<sup>13</sup> Uluslararası Eko turizm Topluluğu (TIES 2006) eko-turizmi; ‘çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını artıran, doğal alanlara duyarlı seyahat’ olarak tanımlamıştır.<sup>14</sup> Yer yüzünde milyonlarca insan kentlerdeki yoğun çalışma ortamından uzaklaşarak doğa ile iç içe yaşama ve doğal çevrede dinlenme

<sup>11</sup> S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkil**, Bakü, 2004, s.14

<sup>12</sup> R. Angels ve A.Vladimir, *An Introduction To Hospitality Today*. 1994,s.4.

<sup>13</sup> Erdoğan, 2003; 109

<sup>14</sup> Blangy ve Mehta. 2006; 233 ( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

amacı ile seyahate çıkmaktadır. Doğal ortamlarda tatil geçirmek, turizm hareketleri için en belirgin motivasyon durumundadır.

#### **1.1.3.2. Kültürel turizm**

Kültür turizmi, yeni kültürleri tanıma, geçmişteki kültürleri merak etme temeline dayanan, insanların kendi kültürlerinin eğlence yanlarıyla birlikte diğer gruplarının kültürlerine de açık olan yanlarıyla ilgili turizm faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır.<sup>15</sup>

İnsanların eğitim düzeyleri ve buna bağlı olarak kültürel düzeyleri arttıkça kültürel turizm hareketleri de artış göstermektedir. Değişik kültürleri tanımak ve bilgi düzeylerini geliştirmek önemli bir tatil amacı olmuştur. Özellikle geziye katılan insanlar kırsal yerleşim yerlerine gitmek, yerel halkın yemeklerini tatmak, halk gösterilerini izlemek, festivallere katılmak ve eski el sanatlarını görmek istemektedir.<sup>16</sup>

#### **1.1.3.3. Sosyal turizm**

Gelirleri ortalama düzeyde olan insanların da tatile çıkması ve turizm olayına katılması için devletin ve çeşitli sosyal örgütlerin teşvik ve desteği ile gelişen bir turizm şeklidir.

#### **1.1.3.4. Aktif turizm**

İnsanlar artık tatilleri sırasında da zamanlarını çeşitli etkinliklere katılarak değerlendirmek istemektedir. Yabancı dillerini geliştirmek, jeolojik ve arkeolojik araştırmalara amatör olarak katılmak gibi faaliyetler bu turizm türünün belirgin örnekleridir.

---

<sup>15</sup> Aksu ve Kayabalı, 2006( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>16</sup> Avcıkurt, 2003;10( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

#### **1.1.3.5. Rekreasyon amaçlı turizm**

Kamping, karavaning, dağcılık gibi doğal ortamlarda tatil geçirme ve çeşitli rekreatif faaliyetlere katılma şeklinde gerçekleştirilen bir turizm türüdür.

#### **1.1.3.6. Spor turizmi**

Turizmdeki gelişmelerle birlikte, günümüzde insanların sadece güneş, kum ve deniz öğelerini içeren bir turizm hareketine yönelme dışında, yeni turizm çeşitleri arayışına girdikleri görülmektedir. Bu turizm çeşitlerinden biri de ‘Spor Turizmi’dir. ‘Spor Turizmi’i, spora ilgi duyan kişilerin, spor yapmak ve/veya sportif etkinlikleri izlemek amacıyla turizm olayına katılmalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür. (Toskay, 1989; 157) Hobi turizmi adı da verilen ve insanların ilgi duydukları değişik faaliyetlere katılma şeklinde gerçekleşen bir turizm türüdür.

#### **1.1.3.7. Dini turizm**

Yeni bir alternatif turizm çeşidi olarak görülen inanç turizmi, insanların inançlarını sergilemek amacıyla kutsal olarak nitelendirdikleri yerleri ziyaret etmeleriyle başlamıştır. Örneğin, Suudi Arabistan da Mekke ve Medine, Fransa da Lourdes, Mexicc Scity de The Shrine of Guadeloope, İtalya da Roma ve İsrail de Kudüs gibi bölgeler dinsel açıdan kutsal kabul edilen ve dinsel amaçla ziyaret edilen yerlerdir.

#### **1.1.3.8. Etnik turizm**

Değişik nedenlerle kendi ülkesi dışında yaşayan insanların, atalarının ya da etnik kökenlerinin bulunduğu ülkeleri ziyaret etmeleri şeklinde gerçekleşen turizm türüdür.

## 1.2. Turistik Ürün Ve Tutumlarının Çeşitlendirilmesi

### 1.2.1. Turistik Ürün Kavramı Ve Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Bir ülkenin ya da yörenin turistlere sunduğu hizmetlerin bütünü turistik ürünü oluşturmaktadır. Ürünler, mevcut alanın sahip olduğu doğal ve tarihi değerler ile sonradan oluşturulmuş verilerden oluşabilir. Sayılabilecek tüm unsurlar, turizmi, doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilir.

Turizm faaliyetleri kapsamında turistlere sunulan her türlü bileşen, aslında, turistik ürünü oluşturmaktadır. Ürünün kompozisyonundaki bu çeşitlilik, turistik ürün kavramının tanımını ve kapsamının belirlenmesini güçleştirmektedir. Bu noktada, turistik tanıma ve pazarlamanın temel ögesi olan, turistik ürünün tanımı konusunda, tüm uzmanlarca kabul görmüş tek bir tanım yoktur. Turistik ürüne farklı bakış açıları ile yaklaşıldığında, değişik tanımlar ortaya çıkmıştır. Bu tanımların ortak özelliği, ürünün birçok alt üründen oluşan toplam bir ürün olduğudur.

Hasan Olalı'nın tanımına göre, 'turistik ürün, turistin seyahat ve geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olan mal ve hizmet veya mallar ve hizmetlerin karışımı ya da her ikisinin birden karışımından oluşan tüm kapasitedir.<sup>17</sup> Başka bir tanıma göre ise turistik ürün; 'turistin seyahati boyunca yararlandığı konaklama, yeme içme, ulaştırma, eğlence ve diğer birçok hizmetlerin bileşimi şeklinde tamamlanmaktadır.<sup>18</sup> Genel olarak turistik ürün; turistin, sürekli yaşadığı yerden ayrılıp tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içinde, satın aldığı mal ve hizmetlerin ve yaşadığı deneyimlerin bir bütünü oluşturmaktadır.<sup>19</sup>

Turistik ürün kavramına ilişkin tanımlar incelendiğinde, bu olgunun birçok mal ve hizmeti kapsayan oldukça karmaşık bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öncelikle, turistik ürünün kapsamına giren bu mal ve hizmetlerin neler olduğunun ortaya konması gerekir.<sup>20</sup> Hacıoğlu'na göre, turizmde ürün iki şekilde

<sup>17</sup> Hasan Olalı, Turizm Politikası ve Planlaması, Yön Ajans, İstanbul, 1990, s.139

<sup>18</sup> Hacıoğlu, 2003; 39( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>19</sup> Usta, 2001; 105( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>20</sup> Hacıoğlu ve Avcıkurt, **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, 2008, s.5

ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, ülke veya bir yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise, tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkan veren tüm hizmetler, yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin bütünüdür.<sup>21</sup> Barutçugil (1984) ise turistik ürünün; ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence hizmetlerinin, çekiciliği bulunan yer ve olayların ve benzerlerinin bir araya gelmesiyle oluştuğunu ileri sürmektedir.<sup>22</sup> Middleton da benzer şekilde, turistik ürünü oluşturan unsurları; destinasyon çekiciliği, destinasyon bölgesindeki olanak ve hizmetler, destinasyonun kolay ulaşılabilirliği, destinasyonun imajı ve fiyat olarak sınıflandırmıştır.<sup>23</sup> Bu açıklamalardan ve turistik ürüne ilişkin yapılan tanımlardan hareket ederek, turistik ürünü oluşturan unsurların; çekicilik, ulaşılabilirlik ve turizm işletmeleri olduğu söylenebilir.

### **1.2.2. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler**

Turistik ürünün en büyük özelliği, tanımında da belirtildiği gibi, birbirini tamamlayan birçok somut ve soyut unsurlardan oluşmasıdır. Yani, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi faaliyetlerin bir araya gelmesi, turistik ürünün somut tarafını oluştururken, turistlerin bu hizmetleri satın alırken yaşadıkları olumlu ya da olumsuz olay ve düşünceler, kavramın soyut yanını ifade eder. Bunun en güzel örneği paket turlardır. Paket tur, ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi faaliyetlerin bir ürün olarak bir araya getirilerek, tek bir fiyata müşterilere sunulan organize bir seyahat paketidir. Turistik ürünler, paket tur veya bireysel olarak tek tek satın alınsa da, bileşik ürün olma özelliğini korur. Paket tur kapsamında sunulabilecek her türlü hizmet somut olarak değerlendirilirken, turun ya da işletmenin imajı, hizmet kalitesi vs. elle tutulmayan soyut özellikler olarak değerlendirilir.

Genel olarak, turistik ürün, turizm ürünü ve turist ürünü olarak iki şekilde incelenebilir. Turizm ürünü, bir ülke, bölge veya yörede var olan kaynakların ve bunların turiste sunulmuş biçimine ilişkin hizmetlerin tümüdür. Doğal güzellikler,

<sup>21</sup> Hacıoğlu, 2000; 39( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>22</sup> Barutçugil, 1984; 100( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>23</sup> Demirtaş, 2003( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

tarihi ve arkeolojik değerler, iklim gibi elemanlar, o yöre, bölge veya ülkenin turizm ürünüdür. Turist ürünü ise, turistin, seyahati boyunca satın aldığı mal ve hizmetler ile yaşadığı tecrübelerdir. Turizm ürünü ve turist ürünü birbirini tamamlayıp, bileşik bir ürün olarak turistik ürünü oluştururlar.

Bu noktadan hareket ile, turist çeken bir ülke veya bölgenin doğal, kültürel, tarihi, sanatsal varlıkları ve değerleri; turiste hizmet sunan işletmeler, otel, motel, restoran, eğlence ve spor tesisleri, seyahat acentaları; turistin yer değiştirmesini ve gidilecek yere ulaşmasını sağlayacak taşımacılık işletmeleri <sup>24</sup> turistik ürünü oluşturan faktörler olarak incelenebilir.

Turistik ürünü oluşturan faktörler bazı yazarlarca, gidilecek yörenin çekiciliği, çevre düzeni, temizliği, alt ve üstyapı yatırımları, o yörede turiste sunulacak hizmetler ve olanaklar, o yöreye en hızlı ve en düşük maliyetle ulaşım ile yörenin sahip olduğu imaj açısından daha ayrıntılı olarak ele alınmıştır.<sup>25</sup>

### 1.2.2.1. Çekicilik

Gidilecek yerin çekiciliği, turistin, bu yeri, diğer bir yere tercih etmesini sağlayan faktördür. Yöredeki çekicilik faktörleri, tüketicinin seçimini yapmasında ve satıcıların motivasyonunda etkili olabilmektedir. Çekicilik, seyahat edilen yöredeki doğal güzellikler, iklim ya da coğrafik özelliklerden oluşan yer çekiciliği olabilir. Pamukkale'deki traventler, Kapadokya'daki peri bacaları, Niagara şelalesi gibi doğal güzellikler, turistleri o g çeken yer çekiciliğine örneklerdir. Turistik ürünü oluşturan unsurlardan çekicilik sadece bununla sınırlı değildir. Örneğin; gelenek ve görenekler (evlenme, düğün, doğum vb.), kültürel varlıklar (müzeler, anıtlar, tarihi kentler vb.) gibifaktörler de sosyo- kültürel unsurlar olarak, seyahat edilecek yeri çekici kılan önemli unsurlardır. Bununla birlikte, 'turistik ürünün fiyatı', 'genel ekonomik

<sup>24</sup> Necdet Hacıoğlu, Turizm Pazarlaması; Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1989, s.41

<sup>25</sup> Victor T. J. Middleton, a.g.e., s.79

durum' gibi ekonomik unsurlar ile; 'moda', 'alışkanlıklar' ve 'snobizm' gibi psikolojik unsurlar da bir bölge veya ülkenin destinasyon yeri olarak tercih edilmesinde birer çekicilik unsuru olarak kabul edilmektedir.<sup>26</sup>

#### **1.2.2.2. Olanaklar ve Hizmetler**

Çekim gücüne sahip olan yerlerde, çekim gücünün yanısıra, sözkonusu bölgedeki fiziksel unsurlar da önem taşımaktadır. Bunlar, ya turistin bizzat doğrudan kullandığı tesislerdir (otel odası gibi) ya da tatilleri esnasında yerel halk ile birlikte paylaştıkları hizmetlerdir. Bu hizmetlerin varlığı, destinasyonun çekiciliğini tamamlayan unsurlardır. Oteller, moteller, apart oteller, kamping, karavan parkı gibi konaklama birimleri; fast food işletmelerinden lüks restoranlara kadar tüm yiyecek- içecek işletmeleri ile kafeler ve barlar gibi yiyecek-içecek işletmelerinin olmadığı yörelerde sadece çekicilik yeterli olmayabilir. Ayrıca, taksi, araba kiralama servisleri, otobüs işletmeleri gibi gidilecek yerdeki ulaşım imkanları, spor aktiviteleri, seyahat acentaları, hediyelik eşya dükkanları, turizm polisi, turizm danışma gibi diğer servislerde çekiciliği tamamlayan, turist çekici olanak ve hizmetlerdir. Bu hizmetler kendi aralarında üç temel grupta incelenebilir:

##### **a) Altyapı Tesisleri**

Altyapı, turistik ürün sunan tesislerin fonksiyonlarını yerine getirebilmeleri için gerekli olan genel ve doğrudan turizm amaçlı altyapı olanaklarını kapsar. Altyapı, öncelikle yörenin ekonomik ve sosyal yaşamı için zorunlu olan çok amaçlı tesislerdir. Su, elektrik, haberleşme, ulaştırma sistemleri, sağlık ve güvenlik kuruluşları bu grupta yer almaktadır. Doğrudan turizm amaçlı altyapı tesisleri ise, turistik ürünün oluşumu, geliştirilmesi ve sektöre hareket kazandırılması için gerekli genel amaçlı tesisleri kapsar.

---

<sup>26</sup> Hacıoğlu ve Avcıkurt, **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, 2008, s.6



## **b) Üstyapı Tesisleri**

Turistik ürünü hazırlayan ve sunan, daha çok otelcilik ve konaklama alanında yoğunlaşan tesislerdir.

## **c) Tamamlayıcı Yan Turistik Tesisler**

Bu tesisler, turistik ürünün yan tesisleri olup, sınırları oldukça geniştir. Bu gruptaki tesisler, yiyecek- içecek işletmeleri, spor tesisleri, turizm ile ilgili mal ve hizmet pazarlaması yapan ticari kuruluşlar ile turizm finansmanı ve sigortası ile uğraşan işletmelerdir.

### **1.2.2.3. Ulaşılabilirlik**

Çekiciliği yüksek olmasına rağmen, turistik merkezlere ulaşımın zor olması, ürünlerin pazarlamasında bir takım zorlukların ortaya çıkmasına sebep olur. Ulaşılabilirlik; yüksek bir çekicilik özelliğine sahip destinasyonların, pazardaki hedef kitleye olan yakınlığı ve onlara düşük maliyetle ulaşabilme olanağını ifade eder. Diğer bir deyişle, bir turistik ürünün ulaşılabilirliği, onun kolay ve ekonomik oluşuna bağlıdır. Yoğun nüfuslu yerleşim merkezlerine yakın yerler, ulaşımı en kolay ve en çok turist çeken yerlerdir.

### **1.2.2.4. Gidilecek Yerin İmajı**

Bir bölgenin imajı, turistlerin o bölgeyi tercih etmesindeki en önemli etkenlerden birisidir. İmaj ve deneyimlerden oluşan beklentiler, turist açısından birbiriyle yakından bağlantılı olup, turistik ürünün soyut yanını oluşturmaktadır. Turistik çekiciliğe sahip yörelerin imajının oluşumu uzun süre alır ve oluşuktan sonra imajının değişikliğe uğraması oldukça güçtür. Turist, imajı oluşturulan değerlere bakarak tercihini yapar. Burada turistlerin tercihleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, gidilecek yöredeki turizm işletmelerinin ve hizmetlerin imajı da o yörenin imajı ile yakından ilgilidir.

### 1.2.3. Turistik Ürünün Özellikleri

Herhangi bir turistik üründe bulunması gereken temel özellikler şu şekilde sıralanabilir<sup>27</sup>:

- Turistik ürünün, üretildiği yerde tüketilmesi zorunludur. Turistik ürün, diğer ürünler gibi tüketicinin ayağına gitmez. Aksine, tüketici konumunda olan turist, turistik mal ve hizmete sahip olmak için, onun üretildiği yere gitmek zorundadır.
- Bileşik ürün niteliğindedir. Turistik ürün birden fazla hizmetin (konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaştırma) bir araya gelmesiyle oluşur.
- Turistik ürün sadece bir mal veya hizmet değil, bir uyum bütünlüğüdür. Bu uyum, dokunulabilen veya dokunulamayan unsurlardan oluşur.
- Turistik ürün stok edilemez. Hizmet veya ürünün zamanında satılması gerekmektedir. (otel yatağı, uçak koltuğu depo edilememektedir.)
- Turistik ürünlerde subjektif değerlendirme daha fazladır.
- Tüketiciler, satın aldıkları ürünü önceden göremezler. Turistik ürünün bir örneğini seçmek ya da incelemek için müşterilere gönderme veya vitrinde bunları sergileme olanağı yoktur.
- Turistik üründe, çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik özelliklerinin olması gerekir.
- Turistik üründe markaya bağımlılık çok azdır. Turistik ürün bir ülke veya bir yöre olabilir. İmaj kavramı önemlidir.
- Turizm ürünleri emek-yoğun üretim şeklinde olup otomasyon çok azdır.
- Standartlaşma yapılması çok azdır. Özellikle hizmet veya servislerin tek düze aynı kalıplarda olması mümkün değildir.

---

<sup>27</sup> Hacıoğlu, 2000: 42; Usta, 2001: 107 ( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

#### 1.2.4. Turistik Ürün Politikası

Turistik ürün politikası, turistik ürünün karakteristiklerini belirlemeye yardımcı olan tüm faaliyetleri ifade eder.<sup>28</sup> Doğal, tarihi ve sosyal faktörler, turistik ürünü sunan kamu ve özel sektör işletmeleri, turistik ürünün marka ve imajı gibi faktörler turistik ürün politikasını oluşturur ve bunlar arasında bir iş birliği gerektirir. Örneğin, turistik bir bölgenin oluşturulması amacı ile halkın turizm bilincinin geliştirilmesi, turistik ürün politikasıdır. Geniş anlamıyla ürün politikasından, sorumluların, faktörler üzerinde etki yapmak istediği bütün önlemler anlaşılır. Örneğin, turistik bir istasyonun yaratılması çalışmalarına katılma veya yerli halkın turizm bilincini geliştirilmesi gibi önlemler, geniş anlamdaki ürün politikasını ifade eder.<sup>29</sup>

Turistik ürün politikası, bir ülkenin turizmden beklentilerinde başarıya ulaşmasının temel faktörüdür. Bu nedenle, turistik ürün politikasında, piyasa özelliklerinin araştırılması ve analizi kadar, mevcut ve çeşitli turistik kaynakların geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi önemli bir yer tutmaktadır.<sup>30</sup> Turistik ürün politikası oluşturulmadan önce, hedef potansiyel turistlerin istekleri belirlenir ve bu belirlemeye göre hangi turistik ürün veya ürünlerin sunulacağı saptanır.

#### 1.2.5. Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi

Birbirinden şekli ve ismiyle ayrılan her ürün bir çeşittir. Çeşitli turistik ürünler, bir bütün olarak turistik ürünü oluştururlar. Turistik ürün çeşitlendirilmesinde genellikle turistlerin isteklerindeki gelişmeler, rekabet gibi çevresel faktörler etkili olabilmektedir. Bu nedenle, turistin, değişikliğe uğrayan ihtiyaçlarını ve davranışlarını belirlemek ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda turistik ürün üretmek ve çeşitlendirmeye gitmek gerekmektedir.

---

<sup>28</sup> Hasan Olalı ve Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, s.425

<sup>29</sup> Usta, **Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına yapısal Yaklaşım**, İstanbul, 1988, s.169

<sup>30</sup> Gülçin Buluç, **Turistik Ürün Politikası ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi**, 1997, s.12

Turistik ürün çeşitlendirmesi ile turizm sektöründe bütün yıl boyunca veya belli mevsimde veya bölgede turistlere sunulabilecek turistik ürün türlerini geliştirerek sezon dışında atıl kalan tesis ve hizmetlerden maksimum verim elde etmek ve kalitelerini yükseltmek ve ülkeye yönelik turistik ürün talebini artırmak gibi bir takım faydalar beklenir.

Uluslararası turizm pazarında aynı turistik ürünü sunan rakip ülkelere karşı rekabet üstünlüğünü sağlayabilmek için turistik ürün çeşitlendirilmesine gidilebilir. Çeşitlendirilen ürünler, mevcut müşterinin talep şiddetini artırdığı gibi, yeni müşterileri çekmesi bakımından da caziptir. Ürün çeşitlendirmek, yeni pazar bölümlerine girmek demektir.

#### **1.2.5. Turistik Ürün Farklılaştırılması**

Turistik ürün farklılaştırılması, bir ülke, bölge ya da yörenin, mevcut turistik ürününde biçim, nitelik, içerik ve ya fiyat gibi değişiklikler yaparak, pazara sunmasıdır.<sup>31</sup> Pazarın farklı bölümlerin olduğunu yansıtan bir kavram olan turistik ürün farklılaştırılmasının amacı, bir ülkenin sunduğu kendi turistik ürününün, diğer ülkelerin sahip olduğu benzer ürünlerden farklı olduğu imajını yaratarak, potansiyel turistleri çekebilmektir.

Özellikle, aynı turistik ürünleri sunan ülkeler arasında, rekabet arttığında turistik ürün farklılaştırması, önemli bir politika olmaktadır. Bu farklılaştırma, belli yaş gruplarına, örneğin, üçüncü yaş grubu veya gençlere, sunulan turistik ürünün fiyatında indirimle giderek yapılabilir. Turistlerin değişen taleplerine göre ürün farklılıkları yaratarak, onların ekonomik ve demografik niteliklerinden çok, yaşam biçimlerine ve ilgilerine yönelik ürünler de geliştirilebilir. Bunun için, katılımcı, yaratıcı, eğlendirici ve canlandırıcı deneyimler sağlayan turistik ürünlerle farklılaştırma yoluna gidilebilir.

---

<sup>31</sup> B. Rızaoğlu, **Turizm Pazarlaması**, 1995, s.112

### 1.2.6. Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ile Talep Yaratma

Turizm sektöründe talep yaratma, pazarda sunulan veya çeşitlendirilen turistik ürüne müşteri çekmektir. Geçmiş yıllarda turizm politikası olarak, kitle turizminin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde turizm arzının artırılması hedef olarak kabul edilmişken<sup>32</sup>, günümüzde, başarılı bir turizm politikası için ülkenin turistik ürünü, ürünün kalitesi, çeşitliliği gibi konular önem kazanmış ve turistik ürünün pazarlanmasını sağlayacak etkin bir programın gerekliliği anlaşılmıştır. Turistik ürün ve tüketici ihtiyaç ve isteklerinin göz önünde bulundurulması en önemli faktörlerdendir.

Turistik ürünü çeşitlendirerek talep yaratmada ilk önce çeşitlendirilen turistik ürünün analizi yapılmalı, daha sonra bu ürünün sunulacağı pazarın analizi ile tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önem verilmelidir. Bir turistik ürün çeşitlendirildiğinde, tanıtma, talep yaratma ve turist çekme bir bütün olarak ele alınmalı ve bir plana dayandırılmalıdır.

### 1.2.8. Turizmin Gelişimine Yönelik Turizm Politikaları

“Turizm politikası, turizmden sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeye çıkarılmasını ve maliyetleri ise en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politikadır. Politikanın dinamik karakteri; turizm sektörünün ülkenin koşullarından soyutlanamamasını ve koşullar değiştikçe değişen verilere göre, önerilerin ve önlemlerin değişeceğini, böylece uygulamalara bilinçli bir esnekliğin getirilmesini ifade eder”<sup>33</sup>.

Bu gün ekonomik ve sosyal gelişme karşısında, turizmin politikası; bir ülkenin tüm insanlarına turizme katılarak maddi ve manevi dinlenme olanaklarını sağlamak, çevreyi koruyarak turizm ihtiyaçlarının karşılanması için gereken en uygun alt ve üst-yapıyı kurmak amacı ile kamu yönetiminin turizm alanına

<sup>32</sup> Hasan Olalı, **Turizm Pazarlaması**, İzmir,1969,s.193

<sup>33</sup> Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir,1988,s.316

dolayı veya dolaysız her türlü müdahalesini ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, turizm politikası örgütlenmiş toplumlarda, özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gedişine bilinçli bir şekilde müdahale etmektedir. Bu müdahalenin temel hedefleri şöyle özetlenebilir:

- 1- Turizm politikası, turizmin arz ve talep yönündeki ve mevcut koşulların ıslahını gerektiren nedenleri belirler.
- 2- Turizm politikası, turizm alanında uygulanmakta olan ve önerilen müdahalelerin, alınacak önlemlerin yapacağı etkileri araştırır.
- 3- Turizm politikası, turizmin gelişmesi için yeni hedefler, araçlar ve olanaklar ortaya koyar.
- 4- Turizm politikasının hedefi ekonomiktir ve turizmin sağladığı ekonomik yararları en yüksek düzeye çıkarmayı hedefler.
- 5- Turizm alanında psikolojik ve sosyal engelleri, çelişik fikir ve davranışları frenler.
- 6- Turizm alanında sağlam ve güvenilir meslek kuruluşlarının oluşmasını özendirir, destekler, böylece turizm endüstrisinin değişik alanlardaki faaliyetlerinin tatmin edici şekilde sürdürülmesini ve oto kontrolü sağlar.
- 7- Turizmin uluslar arası piyasaya girmesine yardımcı olur.
- 8- Turizm sektörünün aşırı duyarlılığından, zaman ve mekan bakımından yoğun karakterinden doğan milli kayıpları, sorunları kısmen önler.
- 9- Turizmin yarattığı dışsal ekonomilerin olumlu yönlerini geliştirip, genel ekonomi politikası içinde sektörün düzenli ve dengeli gelişmesini sağlar.
- 10- Turizmin sağlık, dinlendirici, kültürel fonksiyonlarından mümkün olduğu kadar daha çok bireyi yaralandırır.
- 11- Turizme sanayileşme yoluyla kalkınmanın bir alternatifi olarak bakılmasını önler, spekülatif eylemleri durdurur, turistik kapitali sistematik bir şekilde korur ve işletir.

### 1.3. Kültür Turizmi

Turizmin bir çeşidi olan kültürel turizm, bir turistik ürün olarak oldukça popülerdir. Günümüzde insanlar, turistik çekicilikler açısından alışılmışın dışında, farklı ve özgün turistik destinasyonlar talep etmektedirler. Kültür Turizmi uluslar arası turizm hareketleri ile birlikte son kırk yıllık süre içinde önemli artışlar göstermiş ve Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı tahminlere göre de, bu artış trendinin özellikle Avrupa, Ortadoğu ve Asya bölgelerinde devam edeceği ifade edilmektedir.<sup>34</sup>

İnsanlar ilk çağlardan başlayarak din, savaş, fetih, ticaret, göç ve merak gibi değişik etkenlere bağlı olarak seyahat etmişler ve bu etkenlere bağlı olarak seyahat etme nedenlerinin başında da , kültür ilk sıralarda yer almıştır. Özellikle 19. yüzyılda antik Mısır uygarlığının doğurduğu merak duygusu ile birlikte, Avrupalıların kültür turizmine olan ilgisi başlamıştır. Mısır, Anadolu, Yunanistan ve İtalya, önceleri aristokrat ve burjuvaların daha sonraki dönemlerde ise, her sınıftan insanın görme ve öğrenme duygularının artmasına ve bu artmasına ve bu amaçla seyahat etmelerine neden olmuştur. Turizmin başlangıcı, çoğunluğun sandığı gibi tatil turizmi değil, bilinmeyi bilme, görülmeyeni görme ve öğrenme iç güdüsü ile gerçekleşen kültürel gezilerdir.<sup>35</sup>

Kültürel turizm:

- Turist deneyimlerine artı değer kazandırarak, kaliteli turist ile kolaylıkla iletişim kurulabilir,
- Modern turizm tüketim kalıplarına uyar ve sürekli tatmine yol açan yeni ürünleri ve yeni deneyimleri araştırır.
- Gelişen turizm pazarının bölümlere ayrılmış taleplerini karşılayan farklı bir turizm ürününün geliştirilmesinde katkıda bulunur.
- Güneş-deniz ve kum kaynaklarının dışında geriye kalan yeni destinasyonlar için farklı bir bakış açısı yaratır.

<sup>34</sup> İ. Kızılırmak ve H. Kurtuldu, **Kültür Turizminin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma**, Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi, 2005, sayı:1, s.100

<sup>35</sup> Genim, 2002: 205 ( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

- Turizmin mevsimlik problemlerini çözmek için daha aktif tatilleri, daha çevreci etkinlikleri, kısa süreli gezileri, iş gezisi yapanlara artı değer yaratan seyahatleri önermektedir.<sup>36</sup>

Özel ilgi turizminin bir çeşidi olan kültür turizmi<sup>37</sup> ilk kez 1969 yılında Kanada'nın Ontoria kentinde düzenlenen bir kongrede, kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek olarak dar anlamda tanımlanmıştır. Daha sonraki yıllarda ise, kültürel turizm ile ilgili birçok tanım denemesi yapılmıştır. Mehrhoff, kültürel turizmi geniş anlamda ele alarak ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatması olarak tanımlamıştır.<sup>38</sup> Bu tanıma göre kültür turizminin temelinde çok çeşitli nedenler yatmaktadır. Eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıkların ve onlara ait kalıntıların görülme amacı, araştırma, keşif ve dini amaçlı seyahatler<sup>39</sup>, yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema , müzik ve dans, lisan ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacıyla yapılan seyahatler kişilerin bilgi ve görgülerini artırmakta ve kültür turizmi içinde yer almaktadır.

---

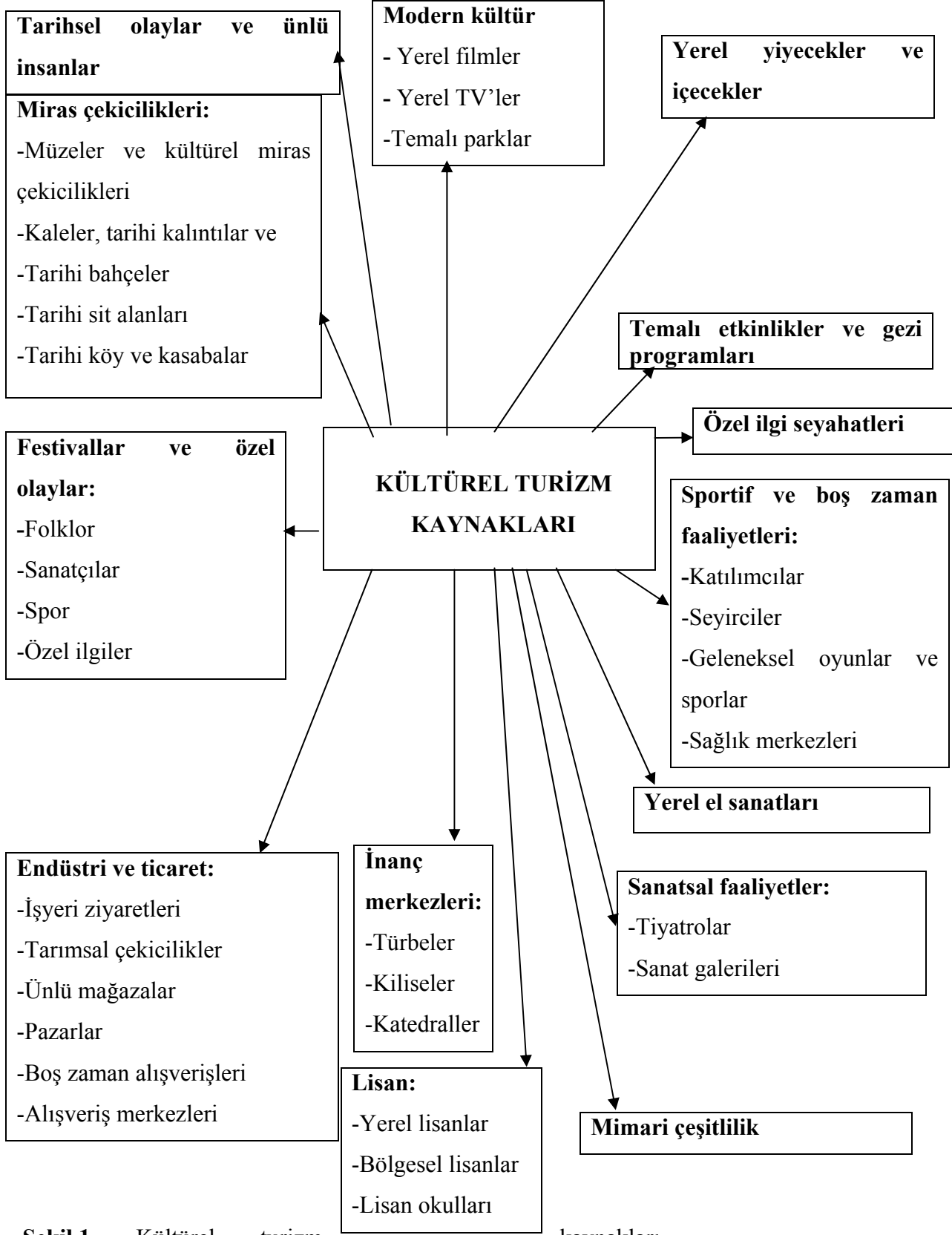
<sup>36</sup> Dinçer- Ertuğrul, 2000: 70( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>37</sup> Bakar, 1996:86( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>38</sup> Öztürk ve Yazıcıoğlu,2002; 188( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>39</sup> Toskay, 1993: 156( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )





**Şekil.1** Kültürel turizm kaynakları

**Kaynak:** Richards, Gerry. (2001), Cultural Attractions and European Tourism, CABI Publishing, Newyork.

Ayrıca son yıllarda turistlerin tercihlerinde meydana gelen değişiklikler paralelinde gidilen yörelerdeki yerel yaşamı, gelenek ve görenekleri yansıtan kültürel değerlerin de tanınmasına yönelik seyahatlerin de bu kapsamda değerlendirilmesi gerekir. Kültürel turizmde yaşanan söz konusu gelişmelere bağlı olarak geniş bir sınıflandırmayı yapılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Kültürel turizm kaynakları da söz konusu gelişmeler sonucu, yukarıdaki tablo 1'deki şekilde sınıflandırılmaktadır.<sup>40</sup>

Kültürel turizm son kırk yıllık süre içinde önemli artışlar göstermiştir. 1970'li ve 1990'lı yıllara göre günümüzde iki kata yaklaşan artışlar meydana gelmiş; yapılan bir araştırma sonucu gezinin planlanması sırasında en önemli etken nedir? sorusu sorulduğunda 1980 yılında kültür %48 oranında önemliyken 1990'lı yıllarda %88'lere ulaştığı belirlenmiştir.<sup>41</sup> Kültürel turizmde meydana gelen talep artışı Avrupa kıtasına doğru yönelmektedir. Özellikle Avrupa'da kamu sektörü kültürel turizmin gelişiminde büyük rol oynamaktadır.

Kültür turizminin gelişmesine etki eden birçok etken bulunmaktadır. Bunlar<sup>42</sup>:

- Kültürel turistlerin eğitim düzeylerinin yüksek olması nedeniyle, insanlar katılacakları seyahatlerde daha fazla bir şeyler öğrenme arzusu içindedir,
- Kültür turizmi, katılımcılara pozitif düşünce gücü sağlar,
- Kültür turizminin yeni formlarının gelişimi,
- İnsanların medya aracılığı ile kültür turizmi olanaklarının farkına varması,
- Kültür turizmi ile ilgili olarak özel sektör ve gönüllü kuruluşların yapmış olduğu pazarlama faaliyetleri,
- Doğu Avrupa'daki ekonomik ve politik değişimin etkileri sayılabilir.

Kültür turizminin gelişim süreci önümüzdeki yıllarda da artarak devam edeceği, WTO'nun yapmış olduğu 2020 yılına ilişkin çalışmada, özellikle Avrupa, Ortadoğu

<sup>40</sup> Richards, 2001: 23( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>41</sup> Silberberg, 1995:363( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>42</sup> Swarbrooke, 1997:232( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

ve Asya bölgelerinde önemli sayılabilecek bir oranda büyüme olacağı tahmin edilmektedir<sup>43</sup>. Toplumlar için yeni bir olanak olarak karşımıza çıkan kültürel turizmin yararları arasında naşta sahip olunan kültürel değerlerin korunmasını sağladığı gibi önemli gelir sağlayıcı etkisi<sup>44</sup> gelmektedir. Her yıl milyonlarca turisti motive ederek müzelerin, sanat galerilerinin ve tarihsel alanların ziyaret edilmesini sağlayarak binlerce insanın istihdam edilmesini sağlamakta, konaklama işletmelerinin doluluğunu artırmakta ve diğer turizm işletmeleriyle birlikte birçok sektörü olumlu şekilde etkileyerek turizm hareketlerinin tüm yıla yayılmasını sağlamaktadır.

Kültür turizmi hareketlerine katılan turistlerin karakteristik özellikleri tatil turizmine katılanlara göre farklılık göstermektedir. Kültürel turistler<sup>45</sup>:

- Tatil turizmine katılanlara göre gelir düzeyleri daha yüksektir ve tatil süresince daha fazla harcama yapmaktadırlar,
- Gezi sırasında geceleme süreleri daha uzundur,
- Konaklama tercihleri olarak otel ve moteller daha çok tercih edilmektedir,
- Alışveriş daha fazla yaparak harcama miktarları diğer turistlere göre daha fazladır,
- Gidilen yörede yaşayanlara göre eğitim düzeyleri daha yüksektir,
- Seyahate katılanlar arasında kadınların oranı erkeklere göre daha fazladır,
- Kültürel seyahatlere katılanlar orta yaş ve üzeri gruptadırlar.

### 1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı

Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, teknik, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb.

<sup>43</sup> WTO, 1998:38( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>44</sup> Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:188( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>45</sup> Silberberg, 1995:363( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür.<sup>46</sup> Kültür Turizmi sözcüğüne ilk kez 1980'li yılların başında Avrupa Komisyonu'nda rastlıyoruz. Avrupa Birliği'nin kültürel kimliğini ve kültürel mirasını ortaya çıkarmak için yapılan çalışmalar sırasında ortaya atılmış; araştırmalar halen devam etmektedir.

Kültür-Turizm ilişkisi incelenecek olursa; eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıklara ait kalıntıların görülmesi amacıyla yapılan seyahatler, araştırma ve inceleme için yapılan geziler kişilerin ufuklarını açmakta ve kültür turizmini oluşturmaktadır. Bundan başka kültür turizminin temelinde değişik amaç ve sebepler yatmaktadır. Tarihi yapıların, eski sanat eserlerinin, müzelerin ziyaret edilmesi, araştırma ve keşif için yapılan seyahatler, kişilerin bilgi ve görgülerini artırmak vb. amaçlarla yapılan gezileri kapsar. Değişik medeniyetlerden kalma eserler, şehirler, köyler, ilginç folklorik yapı, tabii değerler ile beşeri unsurların oluşturduğu yerleşim şekilleri, el sanatları, dokumacılık, değişik tarımsal ürünler ve bunları işleme yöntemleri vb. turistik talebin oluşmasına farklı oranlarda etki etmektedir.<sup>47</sup>

Dünya Turizm Örgütü (WTO), seyahat endüstrisinde yeni yüzyıl trendlerini açıklarken, kültür turizminin yükseliş göstereceğini ve dünya insanların birbirini anlama ve kültürlerini keşfetme, etnik tatları arama arayışının artarak devam edeceğini ve kültür turizmi merkezlerinin yüzyılın gözdeleleri arasında yer alacağını ortaya koymaktadır.

Kültür turizmi, yeni kültürleri tanıma, geçmişteki kültürleri merak etme temeline dayanan, insanların kendi kültürlerinin eğlence yanlarıyla birlikte diğer gruplarının kültürlerine de açık olan yanlarıyla ilgili turizm faaliyetlerinin tümünü kapsar.<sup>48</sup> Kültür turizmi; insanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmek, gittikçe kaybolan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla yaptıkları gezilerle ilgili turizm çeşididir. Özellikle geziye katılan insanlar

---

<sup>46</sup> Tunç ve Saç, 1998:31( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>47</sup> Zengin, 2006 ( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>48</sup> Aksu ve Kayabalı, 2006( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

kırsal yerleşim yerlerine gitmek, yerel halkın yemeklerini tatmak, halk gösterilerini izlemek, festivallere katılmak ve eski el sanatlarını görmek istemektedirler.<sup>49</sup>

Bireylerin kültürel değerleri görmek amacıyla turizme katılmaları, turizm üzerinde olumlu etki doğurmaktadır. Öte yandan yapılan araştırmalar eğitim düzeyi ile turizme katılma arasında yakın ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim düzeyinin yükselmesiyle birlikte bireyler daha fazla seyahat etmektedirler. Çünkü eğitimi yükselen bireyler dünyanın çeşitli bölgelerini, tarihini ve kültürel eserlerini yakından görmek ve irdelemek amacıyla seyahat etmektedirler.<sup>50</sup> Turistlerin kendi uygarlıkları dışındaki çeşitli uygarlıkları tanıma istekleri, turizm olayını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Tarihi ve kültürel zenginlikleri yakından görmek, bilgi sahibi olmak ve çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapabilmek turizm olayını doğuran ana faktörlerdendir. Öte yandan ülkelerin folklorik zenginlikleri de ülkede turizmin gelişmesinde büyük önem taşımaktadır.<sup>51</sup>

### 1.3.2. Kültür Turizminin Çeşitleri

Turizmin çeşitlendirilmesi konusunda yapılan çalışmalar içinde kültür turizmi en önemli turizm çeşitlerinden biridir. Adından da anlaşılacağı gibi, kültür sözcüğü, yalnızca geçmişini değil günceli de kapsayan bir kavramdır. Günümüz ile ilgili pek çok etkinlik de (konser, sergi, festival, karnaval, olimpiyat oyunları, vb) kültür turizmi kavramı içinde yer almaktadır. Bu durumda, “Kültür Turizmi”ni turizm ekonomisi içinde **güncel ve tarihsel** (actual & historical) olarak iki bölüme ayırmak yerinde olacaktır.

**Güncel Kültür Turizmi** içinde etkinlikler önemli bir rol oynar. Bu etkinlikleri, özellikle izleyici sayılarını göz önünde bulundurarak beş bölüm içinde inceleyebiliriz:<sup>52</sup>

<sup>49</sup> Avcıkurt, 2003: 10( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>50</sup> Kozak vd., 2001:39( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>51</sup> Akat, 2000:15( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>52</sup> Kocapınar S. **Kültür Turizmi**, www.turaturizm.net

1. **Yöresel Etkinlikler:** Çeşitli müzik, tiyatro gruplarının gösterisi; resim sergileri, yöresel festivaller (karpuz, kiraz festivali, deve güreşi, yağlı güreş organizasyonları, panayırılar, vb);
2. **Küçük Bölgesel Etkinlikler:** Çeşitli ticaret ve sanayi fuarları (Uluslararası İzmir Fuarı, Selanik Fuarı, vb), özel mesleki fuarlar ve sergiler (banyo fuarı, turizm fuarı, kuyumculuk fuarı, vb);
3. **Önemli Bölgesel Etkinlikler:** İstanbul Müzik Festivali, vb;
4. **Ulusal Etkinlikler:** Rio Karnavalı, Cannes Film Festivali, vb;
5. **Uluslararası Büyük Etkinlikler:** Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları, vb.

**Tarihsel Kültür Turizmi** ise, ulusal sınırlar içinde kalan tarihi kültür mirasının belli bir turistik organizasyon yardımıyla gösterilmesi esasına dayanır.<sup>53</sup> Bu da, toplum içinde oluşmuş “tarihi kültür mirasının sahiplenilmesi” olgusuyla çok yakından ilgilidir. Yabancıların bu mirasa olan ilgisi, toplumun bu mirası sahiplenmesi ölçüsünde artar veya azalır.

Avrupa Topluluğu'nca 1989 yılında yapılan araştırmaya göre Avrupa'daki bölgesel kültürlerin, kültür turizmi üzerindeki etkileri ve kırsal ekonomilere yansımaları irdelenmiştir. Bu bağlamda, İtalya, Galler ve İspanya'da çeşitli araştırmalar gerçekleştirilmiş, araştırmalar sonucunda kültür turizminin bir çok avantajları vurgulanmıştır. Yapılan bütün araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular, kültür turizminin gelişiminin, turizmin genel gelişiminden büyük ölçüde etkilendiğini ve yörenin sosyo- ekonomik yapısını değiştirdiğini göstermektedir.<sup>54</sup>

### **1.3.3. Kültür Turizminin Bir Yörenin Sosyo-ekonomik Yaşantısına Etkileri**

Kültür turizminin bir yörenin sosyo-ekonomik yaşantısı üzerindeki etkileri şöyle sıralanabilir:<sup>55</sup>

<sup>53</sup> Richards, 1996( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>54</sup> Thornburn,1986: 16( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>55</sup> Richards, 1994: 104-105( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

- Ülkelerin ortak miraslarını öğrenmede toplumlara fırsat sağlaması,
- Bölgelerin kültürel değerlerini ve yaşamını tanıtmaya olanağı yaratarak, bölgeye dışarıdan gelen turistleri etkilemesi,
- Uluslararası işbirliğinin ve özelliklerinin ortaya çıkarılması,
- Bölgenin kültürel yapısının geliştirilmesi,
- Ekonomik faaliyetleri kısıtlı bölgelerde dahi gelir ve istihdam yaratması,
- Turizm sezonunun uzatılması ve turizm coğrafyasının genişletilmesi,
- Doğal çevrenin duyarlı şekilde korunması.

Toplumların kültür özellikleri bölgelere, hatta yörelere göre değişkenlik ve çeşitlilik göstermektedir. Bu değişkenlik ve çeşitlilikler her yörenin kendine ait sosyo-ekonomik yapıları ile de yakından ilişkilidir. Toplumların değer yargılarındaki, inanışlarındaki, yaşam biçimlerindeki bu farklılıklar ulusal ve uluslararası turizmde yöreselleşmeye zemin oluşturabilmektedir.<sup>56</sup>

#### **1.3.4. Kültür Turizmi Boyutunda Yöreselleşme**

Seyahatin tarihçesi incelendiğinde, antik çağlara dek uzandığı görülür. Bu çağda eski Mısır, Yunan ve Roma uygarlıklarında dinsel amaçlı seyahatler yoğunlukla olup, bu sehayatlere katılanlar hac, tapınak ziyaretleri ve kutsal topraklara gezilere yönelmişlerdir. Toplumların kültürel bilincinin yükselmesine paralel olarak da, dinsel amaçlı yerlerle birlikte eski medeniyetlerin sergilendiği ören yerleri, anıtlar, müzelere ziyaretlerin arttığı gözlemlenmektedir. Bu alanlar yanında, yerli halkın yaşam biçimi, törenleri, bayramları, alışkanlıkları, kısacası gelenekleri de ilgi uyandırmaya başlamış, böylece yöresel kültüre olan turizm talebindeki artış dikkat çekici noktaya ulaşmıştır.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008, s. 193

<sup>57</sup> Küçükaltan, 2003( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

Turizmin kültürel önemini açıklayabilmek için, kültür ve turizm arasındaki bağlantıların incelenmesi gerekir. Bu bağlantılar ise ikişekilde ortaya çıkmaktadır.<sup>58</sup>

1. Kültürün turizme yol açması,
2. Turistlerin gittikleri, gezdikleri yerlerin kültürüne etkileri.

Yöresel etkinlikler bir kısım araştırmacılar tarafından ‘kültür turizmi’ kapsamında irdelenirken, bu etkinliklerin ‘özel ilgi turizmi’ çerçevesinde değerlendirilebileceğini iddia edenler de bulunmaktadır. Bu yaklaşıma göre yöresel sanat ve festivaller, ulusal ve uluslararası turizmde büyüyen bir pazar payına sahip olup, özel ,lg, pazarında sanat ve kültürün önemli bir yeri bulunmaktadır<sup>59</sup>.

Turizmde yöreselleşme; ‘ bir yörenin kültür öğelerini de oluşturan sanat, kültür, din, dil, edebiyat ve geleneklerin korunması, değerlendirilmesi ve tanıtılması’ şeklinde tanımlanabilir. El sanatları, geleneksel sanatsal ve sportif etkinlikler, yöre halkının geçmişini, yaşantısını ve inançlarını yansıtan arkeolojik kalıtlar ile dinsel mekanlar, edebi faaliyetler, törenler (doğum, evlenme, cenaze vb.), töreler, kısacası tüm folklorik değerler bu kapsamda ele alınabilecek belli başlı yöresel etkinliklerdir. Turizm sayesinde sanat, müzik, dans,otantik ürünler topluca ‘kültür’ olarak pazarlanırken, aynı zamanda ulusal, bölgesel ve yerel boyutlarda kültürel aktiviteler ve sanat ürünlerinin yaşatılması, sunulması da turistlerin ilgisine yol açmaktadır<sup>60</sup>.

### 1.3.5. Kültür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolü

“Deniz-güneş turizmi” ile “kültür turizmi”nin ekonomik yararlarını karşılaştırdığımızda aşağıdaki gibi bir tablo ile karşılaşmaktayız:

DENİZ-GÜNEŞ TURİZMİ	KÜLTÜR TURİZMİ
➤ Sadece bir yöreye / bölgeye yapılması nedeniyle, oradaki tesislere yararlıdır.	➤ En az 3 veya 4 bölgeye yapılması nedeniyle yarar tüm bu bölge yatırımlarına dağılmaktadır.
➤ Bölge halkı turizm	➤ Bölge halkı turizm hareketinden

<sup>58</sup>Usta, 2001: 87( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>59</sup> Küçükaltan, 2003( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>60</sup> Lanquar, 1995:53( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )



➤ Orta gelir grubuna hitap etmesi nedeniyle daha az gelir bırakmaktadır	➤ Ortanın üst gelir grubuna ve üst gelir grubuna hitap etmesi nedeniyle daha çok gelir getirmektedir
➤ Bölgeye sınırlı gelir bırakması nedeniyle bölge halkı turizm hareketine kayıtsız kalır	➤ Artan gelir, bölgenin hayat standardını ve kültür düzeyini yükseltir
➤ Yatırımlar büyük ölçekli, pazarlama ise uluslararası boyutta olduğu için büyük ölçüde yabancı sermayeye ihtiyaç vardır	➤ Yatırımlar ve pazarlama ulusal sermaye tarafından karşılanır
➤ Yatırımların çevreye zarar vermemesi için yüksek maliyetli master planlara ve altyapı yatırımlarına ihtiyaç vardır	➤ Yatırımlar çevreye uyumludur, büyük çaplı planlara ve altyapı yatırımlarına ihtiyaç yoktur.

**Tablo:1.** Kültür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolü

**Kaynak:** Kocapınar, S. (2003), ‘Kültür Turizmi’, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.

### 1.3.6. Kültür Turizminin Turizminin Diğer Alternatif Turizm Türleri ile Olan İlişkisi

Alternatif turizm, geleneksel ve klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle meydana gelmiş bir turizm çeşididir<sup>61</sup>. Alternatif turizm çok çeşitli özelliklere sahiptir. Daha küçük çaplıdır, bölgesel kişiler tarafından geliştirilmektedir. Doğal çevreye zarar vermez. Kültürel yapılar ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir turizmin içine aldığı, doğal kaynakların korunması,

<sup>61</sup> Hunter ve Green, 1996( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

gelişme sınırlarının dikkate alınması, yerel kültürü ve toplumu ilgilendiren konulara dikkat edilmesi gibi anlayışları kabul etmektedir<sup>62</sup>.

Kültür turizminin diğer alternatif turizm çeşitleriyle ve özellikle inanç turizmi, mağara turizmi ve ipek yolu turizmi ile yakın ilişkisi vardır.

### **1.3.6.1. Kültür Turizmi Açısından İnanç Turizmi**

İnanç varoluşundan bu güne kadar, insanoğlunun kimliğine ve yaşamına yol vermiş ve vermeye de devam etmektedir<sup>63</sup>. İnançları kurallarla yoğrulup sistemleşmesi ile ortaya çıkan dinlerin toplum yaşamındaki rolü, etkisi ve önemi bugün de devam etmektedir. Uygarlıklar kavşağı olan Anadolu, aynı zamanda farklı dinlerin uğrak yeri ve farklı inançlara sahip insanların yan yana yaşadıkları topraklar olarak dünyanın en ilginç coğrafyasıdır. Bu özellik Anadolu'yu kültürel zenginliklerin buluşma noktası konumuna getirmiş, çok sayıda tapınak, tanrı ve tanrıçaların yanı sıra, sinagog, kilise, cami gibi kutsal mekanların bu coğrafyada yer almasına sebep olmuştur<sup>64</sup>.

### **1.3.6.2. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Mağaralar**

Sahip olduğu canlı ve cansız varlıkları ile büyük bir ekosistem oluşturan ve insanların sosyo- ekonomik faaliyetleriyle iç içe bulunan mağara; yüzeye açıkları olan ve en az bir insanın sürünerek girmesine olanak verecek genişlik ve yüksekliğe sahip olan yeraltı boşluklara verilen addır<sup>65</sup>.

Mağaraların geçmiş yıllarda yerleşime sahne olması ve dini amaçlı kullanılmış olması kültür ve inanç turizmi açısından önemlerini artırmaktadır. Mağaraların tarihlerinin eski olması birçok medeniyetin kullanımına sahne olmuş olması kültür turizmi açısından önem arz etmektedir.

---

<sup>62</sup> Tosun, 2000( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>63</sup> Batman ve Çınar, 2005( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>64</sup> Yenipınar, 2002( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>65</sup> Nazik, 2003( atıf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

### 1.3.6.3. Kültür Turizmi Açısından İpek Yolu Turizmi

İpek yolu, Asya'yı Avrupa'ya bağlayan bir ticaret yolu olmasının ötesinde, 2000 yıldan beri bölgede yaşıyan dinlerin, kültürlerin, ırkların da izlerini taşımakta ve olağanüstü bir tarihi ve kültürel zenginlik sunmaktadır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinin bağımsızlıklarını kazanmalarından sonra, İpek Yolu'nun hem bir ticaret yolu, hem de tarihi ve kültürel değer olarak yeniden canlandırılması gündeme gelmiş, bu yol boyunca inşa edilmiş ve artık kullanılmayan yapıların, yeni işlevler kazandırılarak korunmaları ve yaşatılmaları için çalışmalar başlatılmıştır<sup>66</sup>.

### 1.3.7. Kültür Turizm Talebi

Günümüz kitle iletişim araatındaki hızlı gelişimin insanlar üzerinde uyandırdığı merak, kültür düzeyinin giderek yükselmesi, ulaşım turizmi araalarında hız, güven ve konfor artışı gibi etkenler uluslararası seyahatlerin kültür boyutunu artıran etkenler olmaktadır. Bu etkenler yanında, sanayileşiimiş ülkelerde nüfusun giderek yaşlanması, bir başka deyişle üçüncü yaş turizminin artan önemli kitlelerin kültürel alanlara ziyaretlerini de artırmaktadır. Çünkü kültür turizmi çoğunlukla organize ve yaş ortalamaları yüksek graplardan oluşmaktadır<sup>67</sup>.

Avrupa'da kültürel turizmin, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında ulusal ve uluslararası boyutta izlediği gelişme trendi, kültürel turizme yönelik çalışmaları hızlandırmıştır. Avrupa'da kültürel turizmin önemine yönelik ilk temel araştırma Avrupa Topluluğu'nun desteğiyle İrlanda Turizm Komisyonu tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaya göre 1986 yılı itibariyle Avrupa'da yaklaşık 35 milyon uluslararası kültürel turist saptanmış olup, bunların 1/3' Avrupa dışından gelmiştir<sup>68</sup>.

<sup>66</sup> N. Hacıoğlı ve C. Avcıkurt, **Turizmin çeşitlendirilmesi**, 2008, s. 196

<sup>67</sup> Lanquar, 1995:60( atif: N. Hacıoğlı ve C. Avcıkurt, **Turizmin çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>68</sup> Richards, 1994:104( atif: N. Hacıoğlı ve C. Avcıkurt, **Turizmin eşitlendirilmesi**, 2008 )

Turizm üzerine yapılmış bilimsel çalışmalar, Avrupa'daki turizm talebinin genelde kentsel odaklı olmakla birlikte yöresel etkinliklere ilgi duyduklarını göstermektedir. Bu durum kültürel turizmin gelişmesi için önemli faktörlerdendir<sup>69</sup>.

Kültürel turizme katılanlar, iki ana grupta incelenebilirler: İlk gruba girenler eski eserlerin listesini bulundurup, bu listeye göre gezen, ziyaret ettikleri yerleri işaretleyen, gittikleri yerlerde sosyal ilişkilere önem veren yaş ortalaması yüksek kişilerdir. Buna karşın yaş ortalaması biraz daha gençlerin oluşturduğu ikinci gruptakiler, sosyal ilişkileri daha az önemseyen, diğer kültürlerle biraz daha zor iletişim kurabilen topluluktur<sup>70</sup>. Ancak hangi grupta yer alırsa alsın, kültürel turizm hareketinin 1980'li yılların başından itibaren turizm talebindeki genel artıştan etkilendiğini belirtmek mümkündür.

Kültür turizmi, turistik pazarlamanın yapıldığı ülkeye göre arkeolojik ya da dinsel motiflerin ağır bastığı bir parkür üzerinde, genellikle haftalık ya da 15 günlük süreler içinde organize edilmektedir. Kuzey ve Güney Amerika, Güney Kore, Japonya gibi uzak ülkelere seyahate çıkan turistler birden fazla ülke gezdikleri için, bu ülkelerin turistleri genelde gittikleri ülkede 3-5 gün kalarak kültür turizmi yapmaktadır.

Türkiye'de kültür turizmine katılan ülke sayısı yaklaşık 13 kadardır. Çin kalabalık nüfusu ve yükselen hayat standardı nedeniyle son dönemin en gözde ülkesi konumundadır. Henüz beklenen sayıda turist gelişini olmamasına karşın artan ticaret hacmi, 'incoming pazarlaması' açısından bu ülkeyi hala gözde ülke konumunda tutmaktadır.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> Van der Borg&Custo, 1992( atf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>70</sup> Lanquar, 1995:60-61( atf: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008 )

<sup>71</sup> N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008, s. 200

**Tablo 2:** Türkiye’de Kültür Turizmine Yabancı Turistlerin Genel Eēilimleri / Kültürel Motifleri

�lke	Seyahat Eēilimi / Motif
Kuzey Amerika	Kültürel + Dinsel
Güney Amerika	Kültürel
İspanya	Kültürel
Portekiz	Kültürel
Fransa	Kültürel + Dinsel
Almanya	Kültürel
Avusturya	Kültürel
Yunanistan	Kültürel + Dinsel
Japonya	Kültürel
Güney Kore	Kültürel + Dinsel
Avustralya	Kültürel
Yeni Zellanda	Kültürel
Çin	Kültürel

**Kaynak:** Kocapınar, S. (2003), ‘Kültür Turizmi’, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.

Son 10 yıldır ortaya çıkan yeni konsept, sanal ortam, turizmin özellikle ‘deniz- kum-g neē turizmi’ kısmını etkileyecek gözükmektedir. Oysa tur paketi daha karmaēık olan kültür turlarında tüketicisi her halükarda paketi ülkesindeki perakendecisi acenteden almak zorunda kalmaktadır. Bu da, kültür turlarının sanal ortamdan zarar g rmediēini göstermektedir. Aksine kültür turizmi, kurulacak web siteleriyle, özellikle tanıtım amacıyla sanal ortamdan yarar saēlamaktadır<sup>72</sup>.

<sup>72</sup> Kocapınar, 2003( atıf: N. Hacıoēlı ve C. Avcıkurt, **Turizmin eēitlendirilmesi**, 2008 )

**Tablo 3:** Ziyaretçilerin Geliş Nedeni

<b>Ziyaretçilerin Geliş Nedeni</b>					
	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Gezi, Eğlence	46,4	49,5	49,7	47,8	48,3
Kültür	8,1	7,9	7,3	6,5	6,4
Sportif İlişkiler	1,1	1,0	1,1	1,2	1,2
Yakınları Ziyaret	7,0	7,6	6,1	6,1	7,2
Sağlık	0,9	0,6	0,8	0,8	0,8
Dini	0,3	0,5	0,4	,4	0,5
Alışveriş	7,4	5,9	7,1	6,1	5,3
Toplantı, Konferans, kurs,seminer	2,1	1,8	2,2	1,9	2,0
Görev	4,4,	4,4	5,3	4,7	4,2
Ticari ilişkiler, Fuar	4,5	2,9	3,2	3,7	3,0
Transit	2,7	2,0	1,8	1,0	2,0
Eğitim	0,0	1,5	0,5	0,7	0,4
Diğer	3,8	0,9	2,9	3,4	3,0
Berberinde giden	11,3	13,5	2,0	15,8	15,7
<b>TOPLAM</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Kaynak:** Turizm Gazetesi (www. turizmgazetesi.com.tr)

Türkiye için kültür turizminin önemini aşağıdaki istatistiklerde açık bir şekilde görmek mümkündür<sup>73</sup>:

- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin iç turizm pazarı anketine göre, Türkiye'de yerli turistlerin 2002 yılında %61,9 olan deniz, güneş, kum turizmi payı 2004'te %39'a gerilemiştir. Buna karşılık kültür turlarının payı 2002'de %12 iken 2004 anketinde bu oran %23'e yükselmiştir.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği iç turlar pazarı anket sonuçlarına göre seyahat acentalarından hizmet alan yerli turistler 2004'te en çok %40 oranında Akdeniz'i, %25 oranında da Ege'yi tercih etmişlerdir. Ancak bu anketin sonuçları, 2002'de yapılan diğer anketin sonuçları ile

<sup>73</sup> [www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr), 2006

Akdeniz ve Ege'den vazgeçen turistler kültürel turizmin yoğun olduğu Şanlıurfa, Mardin, Konya ve Trabzon gibi kültür şehirlerini tercih etmektedir. Özellikle Mardin'deki turizm patlaması dikkat çekmektedir. Şehre son 4 yılda gelen turist sayısı 10 kat artarak 400,000'e ulaşmıştır<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> [www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr), 2006

## İKİNCİ BÖLÜM

### AZERBAYCAN'IN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

#### 2.1. Azerbaycan'ın Genel Durumu

Azerbaycan, Kafkas Dağları, ovaları, nehirleri, gölleri, 825 kilometrelik Hazar Denizi sahil şeridi, zengin mineral suları, birçok iklim tipinin bir arada yaşanması ve zengin tarih hazinesi ile turizm potansiyeli oldukça yüksek bir ülkedir.

##### 2.1.1. Coğrafi Konumu

Azerbaycan, Trans-Kafkasya'nın doğu kısmında 38°25'-41°55' kuzey enlemi ile 44°50'-50°51' doğu boylamları arasındaki sahaya yerleşmekte olup 86.600 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahiptir. Bölgenin en önemli özelliği, tarihi geçit ve ticaret yolları üzerinde bulunmasıdır (Şekil 2).



Şekil 2. Azerbaycan'ın Fiziki Konumu Haritası

**Kaynak:** Azerbaycan'ın ABD Büyükelçiliği, Erişim: 28.05.08,

<http://www.azembassv.com>.



Azerbaycan Cumhuriyeti Büyük Kafkas ile Küçük Kafkas dağ silsilelerinin arasında bulunmakta olup 8.141.400 kişi nüfusu<sup>75</sup> ile üç Kafkas Cumhuriyeti içinde en la toprağa ve nüfusa sahiptir<sup>76</sup>.

Kuzeyde Gürcistan (340km) ve Rusya (289km), güneyde İran (618km), batıda Ermenistan (766km) ve Türkiye (11 km), doğuda Hazar Denizi (825km) yer almakta olup toplam sınır uzunluğu 2849 kilometredir<sup>77</sup>. Azerbaycan, Kafkasların Asya ve Avrupa'ya geçiş noktası üzerinde bulunduğundan tarih boyunca önemli imedeniyetlerin, ticari, ekonomik ve siyasi faaliyetlerin merkezi olmuştur. Tarihi İpek Yolu'nun geçtiği 33 ülkeden biri olan Azerbaycan, günümüzde de önemli bir ekonomik, ticari ve kültürel merkez olma yolundadır<sup>78</sup>.

Azerbaycan topraklarını ortadan ikiye ayıran Kura Nehri'nin güney kısmı ile Araş Nehri'nin sağ kolu arasında bulunan kısmına "Aran", Kura Nehri'nin kuzey kısmında yer alan toprak parçasına "Şirvan", Araş Nehri ile Kura Nehri'nin birleştiği yerin güneyinde kalan kısmına ise "Muğan" adı verilmektedir.

### 2.1.2. Azerbaycan Tarihine Bakış

Çok eski bir tarihe sahip olan Azerbaycan, birçok kavimler için geçit bölgesi olmuştur. Azerbaycan adının, Büyük İskender'in ölümünden sonra (M.Ö.323) burayı yöneten komutanlardan Atropates'ten geldiği söylenmekle birlikte Mecusi diniyle ilgili olarak "od" anlamındaki "azer" ve "muhafız" anlamındaki "baygan" kelimelerinden geldiği, "Odlar Yurdu" anlamına gelen Azerbaycan olarak adlandırıldığı belirtilmektedir. Bütün bunların yanında, bölge adının, çok eski dönemlerden beri burada hakimiyet süren, Hazar (Kasar) Türklerinden geldiği daha kuvvetli ihtimal olarak belirtilmektedir.

<sup>75</sup> ADIK, Azerbaycan'ın Statistik Göstergileri 2002, [http://www.azstat.org/publications/yearbook/2002/az/002\\_1.shtml#t1\\_2](http://www.azstat.org/publications/yearbook/2002/az/002_1.shtml#t1_2).

<sup>76</sup> TCBB, Coğrafya, <http://www.turkbe.org.az/Cografya.htm>.

<sup>77</sup> Budag Budagov ve Yagub Garibli, Azerbaycan Respublikasının Fiziki Coğrafyası, Tahsil Neşriyatı, Bakü, 200, s. 12.

<sup>78</sup> TCBB, a.g.e., <http://www.turkbe.org.az/Cografya.htm>.

### 2.1.2.1. Orta Çağda Azerbaycan

Selçuklu Türkleri 1015 yılından itibaren Azerbaycan'da hakimiyet kurmaya başlamışlardır. Alparslan'ın Anadolu'ya geçişi Azerbaycan üzerinden olmuştur. Selçukluların bir kolu olan Atabeyler 1146 yılında bölgeye hakim olmuştur. 1231 yılından sonra bölgede İlhanlılar hakimiyeti görülmektedir. Daha sonra, kısa bir müddet Altın Ordu ve Celayirlilerin hakimiyetinin ardından 1383 yılında Timur dönemi başlamıştır. Timur'un ölümünden sonra, Azerbaycan, Karakoyunlu ve Akkoyunlu'ların hakimiyetine girmiştir. Akkoyunlu Hanedanlığını Safeviler ortadan kaldırarak bölgede 100 yıla yakın egemen olmuşlardır<sup>79</sup>.

1729 yılında Afşarlar, 1779 yılında da Kaçarlar dönemi başlamış ve Azerbaycan'da Hanlıklar devrine kadar hakimiyette kalmışlardır.

17. yüzyılın başlarında Azerbaycan'da birçok hanlık ortaya çıkmıştır. Bunlar, Kuzey Azerbaycan'da Seki, Gence, Baku, Derbent, Guba, Nahcivan, Taliş, Revan (Erivan - İrevan), Şamahı, Karabağ, Karadağ, Gazah Sultanlığı, Balaken-Car Sultanlığı, güneyde ise Tebriz, Urmiye, Erdebil, Hoy, Maku ve Serap hanlıklarıdır.

### 2.1.2.2. 19. Yüzyılda Azerbaycan

Bu dönemde, Rusların, Kafkasları ele geçirme çabaları karşısında, hanlıklar Ruslara karşı ortak hareket etme kararı almışlardır. Ancak, birçok önemli bölge Rusların eline geçmiş, İran da bu bölgede üstünlük kurmaya çalışmıştır. 10 Şubat 1828 tarihinde Rusya ile İran arasında yapılan Türkmençay (Tebriz yakınlarında) anlaşmasına göre, Araş Nehri'nin güney kısmında yer alan ve Azerbaycan topraklarının 2/3'sini oluşturan Güney Azerbaycan İran'a, Araş Nehri'nin kuzeyinde

---

<sup>79</sup> TUSİAB, **Azerbaycan Tarihi**, <http://www.tusiab.com/azertarih.htm>.

yer alan Kuzey Azerbaycan ise Rusya'ya bırakılmıştır. Bu tarihten sonra, Ruslar, Karabağ ve Erivan'a sistemli bir şekilde Ermenileri yerleştirmiştir<sup>80</sup>.

### 2.1.2.3. Bağımsız Azerbaycan Devleti (1918 - 1920)

İlk bağımsız Azerbaycan Devleti 28 Mayıs 1918 tarihinde Çarlık Rusya'sından bağımsızlıklarını kazanmış olan vilayetlerin birleştirilmesi ile "Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti" olarak kurulmuş ve Cumhurbaşkanlığı'na da Mehmet Emin Resulzade getirilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu yeni Azerbaycan Devletini derhal tanımıştır. Bu dönemde, yeni Azerbaycan Devleti, bir taraftan iç karışıklıklarla uğraşırken, diğer taraftan da Rusya, Ermenistan ve İran'ın saldırıları karşısında direnmeye çalışmış ve Osmanlı Devleti'nden yardım istemiştir. Bu dönem, aynı zamanda, batılı devletlerin Azerbaycan'ın zengin petrol kaynaklarını keşfetme dönemine rastladığından, Azerbaycan'daki Türk unsurunu ortadan kaldırmak için Ermenistan, Rusya ve İran'ın yanında Alman ve İngilizler de Türklere karşı cephe almışlardır. Osmanlı Ordusu işgal edilmiş olan Azerbaycan topraklarını kurtardıktan sonra bölgeden çekilmiştir.

Sürekli istikrarsızlık içinde bulunan Azerbaycan'ın bu bağımsızlığı ancak 23 ay devam etmiştir. 1920 yılında 27 Nisan'ı 28 Nisan'a bağlayan gece, Sovyet Kızıl Ordu'sunun Azerbaycan'ı işgali ile bağımsız Azerbaycan Devleti sona ermiştir. Bu tarihten sonra başlayan 71 yıllık bir sürede, Azerbaycan, "Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti" olarak Sovyetler Birliği'ne bağlı 15 Cumhuriyetten biri olmuştur.

İlk bağımsız Azerbaycan Devleti, Türk tarihi boyunca, adı, "Demokratik Cumhuriyet" olan ve Latin alfabesini ilk benimseyen Türk Devleti olması bakımından önem taşımaktadır.

---

<sup>80</sup> y.a.g.e., <http://www.tusiab.com/azertarih.htm>.

#### 2.1.2.4. Sovyetler Birliği Dönemi

Azerbaycan, Sovyet Kızıl Ordu'su tarafından işgal edildikten sonra 1922'de Kafkasya ötesi Sovyet Sosyalist Federal Cumhuriyeti'ne katılmış, 1936 yılından sonra ise "Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti" adını almıştır. Azerbaycan, Sovyetler Birliği'ne katıldıktan sonra sürekli toprak kaybetmiştir. 1920 yılında 114.000 km<sup>2</sup> olan ülke yüzölçümü bugün 86.600 km<sup>2</sup>'ye düşmüştür. Stalin zamanında yapılan düzenlemelerle Ermenistan Azerbaycan, Nahcivan Özerk Cumhuriyeti ve Türkiye arasına uzatılarak, hem Azerbaycan'la Nahcivan'ın, hem de Anadolu Türkleri ile Azerbaycan Türklerinin bağlantısı kesilmeye çalışılmıştır.

Bu tarihten itibaren, Azerbaycan'da, komünist Sovyet yönetimine karşı çeşitli başkaldırı teşebbüsleri başlamıştır. Sovyetler Birliği döneminde Azerbaycan'da yaşanan 56 isyan, komünist yönetim tarafından çok kanlı şekilde bastırılmıştır<sup>81</sup>.

1985'ten itibaren SSCB'de başlayan "perestroyka" (yeniden yapılanma) ve "glasnost" (açıklık) politikalarına bağlı olarak, Azerbaycan'da, otoriter sisteme muhalif kitleler, Halk Cephesi saflarında toplanmıştır. Azerbaycan'da yeniden kendi kimliğine dönüş hareketi başlamış, ülke, 23 Eylül 1989 tarihinde egemenlik kararını almıştır<sup>82</sup>.

Sovyetlerin dağılma sürecine girdikleri 1980'li yılların sonlarına doğru Dağlık Karabağ olayları alevlendirilerek Türk-Ermeni çatışması başlatılmıştır. Bağımsız bir Azerbaycan'dan yana olan ve bağımsızlık taleplerini yüksek ses ile telâffuz etmeye başlayan Azerbaycan'ın Türk halkının isyanı, bundan rahatsız olan Moskova yönetimi tarafından, Bakü'de bazı Ermenilerin saldırıya uğramasını da bahane ederek, 1990 yılının 19 Ocak'ını 20 Ocak'a bağlayan gece, Kızıl Ordu tanklarının Bakü'ye gönderilmesi ile, kanlı bir şekilde bastırılmış ve çok sayıda Azeri Türkü katledilmiştir.

---

<sup>81</sup> Nınat Kaşıkçı ve Hasan Yılmaz, Aras'tan Volga'ya Kafkaslar, Türk Metal Sendikası Araştırma bürosu, Ankara, 1999, s. 32.

<sup>82</sup> yag.e., s. 32.

### 2.1.2.5. 1990 Yılı Sonrası Azerbaycan

20 Ocak 1990 olaylarından sonra bağımsızlık hareketleri daha da hızlanmış, ülkede geniş bir taban desteği bulan Halk Cephesi Hareketi'nin baskısıyla 30 Eylül 1991 tarihinde Azerbaycan bağımsızlığını ilan etmiştir. 74 yıllık aradan sonra 7 Haziran 1992 tarihinde ilk defa yapılan demokratik Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Halk Cephesi lideri Abülfez Elçibey Cumhurbaşkanlığına getirilmiştir.

Elçibey yönetimi, bir taraftan Ermenilerle devam eden Karabağ problemini çözmeye çalışırken, diğer taraftan iç düzeni sağlamaya gayret göstermiş, Sovyetler Birliği döneminden kalma eski yapıyı süratle değiştirme yoluna gitmiştir. Ancak, devralınan ağır sosyal ve ekonomik problemler ve kadro yetersizliği birçok reformun yapılmasına engel olmuştur. Bunun yanında tekrar Latin alfabesine geçilmiş, Devlet Dili Anayasada "Türk Dili" olarak belirlenmiş, Azerbaycan'daki Rus Ordusu Çıkarılmış, ilk defa milli para "manat" tedavüle çıkarılarak kullanılmaya başlanmış, uluslararası birçok kuruluşa üye olunmuş, başta Türkiye olmak üzere dünya ülkeleri ile ekonomik, sosyal, kültürel, diplomatik ilişkilere girilmiştir. Yine bu dönemde, ilk defa toprak ve tarım reformu çalışmaları yapılmış, ordunun modernizasyonu sağlanmış, Türkiye ile karşılıklı öğrenci transferi başlatılmış, Azerbaycan'da Türk Dili ile eğitime itibar kazandırılmıştır. Başta Yabancı Sermaye Kanunu olmak üzere, özelleştirme, bankacılık, sigortacılık alanlarında önemli yasalar çıkarılmıştır. Bakü-Ceyhan Petrol Boru Hattı Projesi ilk defa bu dönemde gündeme getirilmiştir.

Yaklaşık bir yıl süren Elçibey döneminde, Kelbecer, Ermeniler tarafından işgal edilmiş, bir yandan da Suret Hüseyinov Gence'de isyan hareketi başlatmıştır. Ağır problemler karşısında zor durumda kalan Elçibey, Nahcivan Milli Meclis Başkanı Haydar Aliyev'i göreve davet ederek kendisi Nahcivan'a çekilmiştir.

Yönetime gelen Haydar Aliyev, önce Azerbaycan Milli Meclis Başkanlığına getirilmiş, 3 Ekim 1993 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ise 5 yıllığına Azerbaycan Cumhuriyetinin Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

Bu dönemde, Dağlık Karabağ'ın büyük bir kısmı (14.176 km<sup>2</sup>) Ermenilerce işgal edilmesine rağmen, ateşkes yapılarak sükûnet sağlanmıştır (Şekil 2).



**Şekil 3. Azerbaycan'ın İşgal Olunmuş Toprakları Haritası**

**Kaynak:** Azerbaycan'ın ABD Büyükelçiliği, Erişim: 28.05.08, <http://www.azembassv.com>.

Ülke içinde kanunsuz hareketler ve kargaşa sona erdirilmiş, tam bir istikrar sağlanmış ve 24 Eylül 1993 tarihinde BDT'ye üye olunmuştur. Bu dönemde çok önemli projeler gerçekleştirilmiş, hukuki yapıdaki düzenlemelerle ülke için hayati önem taşıyan çok önemli kanunlar çıkarılmıştır. Takip edilen sıkı para politikası ile enflasyon %1800'lerden %2-3 seviyelerine düşürülmüştür.

Azerbaycan Cumhuriyeti serbest pazar ekonomisi ve demokrasi yolunu tercih ederek eski sistemden kalma emredici "Merkezi Planlama" modelini terk etmiştir.

11 Ekim 1998 yılında yenilenen Cumhurbaşkanlığı seçiminde Haydar Aliyev ikinci defa Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

### 2.1.3. Azerbaycan'ın İdari Yapısı

Azerbaycan'da Sovyetler Birliği döneminden devralınan birçok unsur, bazen hayatiyetini ve varlık nedenini yitirmesine rağmen varlığını sürdürmekte, yeni devlet yapısı henüz kurulma aşamasında bulunmaktadır. Bu duruma bağlı olarak, merkezi ve yerel yönetim yapısına ve işleyişine ilişkin alanlarda yetki ve sorumluluk çatışmaları ortaya çıkmakta, hangi idarenin hangi konularda sorumlu veya yetkili olduğu sorusuna yanıt bulmakta zorluklar ile karşılaşılmaktadır. Bu itibarla, Azerbaycan'ın idari, adli ve mali yapısına ilişkin konularda kesin değerlendirmeler yapmak mümkün olamamaktadır.

Başkenti Baku olan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin yönetim şekli Cumhuriyet olarak belirlenmiştir. Başkanlık sisteminin hakim olduğu ülkede Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekilliği seçimleri beş yılda bir yenilenmektedir.

Yeni Azerbaycan Cumhuriyeti'nin, genel seçimle işbaşına gelen, Cumhurbaşkanı ve Meclisi mevcuttur. Cumhuriyet yönetimi idari yapı itibariyle 'ayon" adı verilen ve Türkiye'de illere karşılık gelen idari bölgelere ayrılmıştır. Her 'ayonun başında, Türkiye'deki Vali ve Belediye Başkanlıklarının yetki alanına tekabül eden "İcra Başçısı" (İcra Hakimi) bulunmaktadır. Azerbaycan, 11 şehir, 74 rayon (iyonların 11'i Bakü'ye, 5'i Nahcivan Özerk Cumhuriyeti'ne, 2'si Gence'ye bağlı olup, diğer 56'sı ise Cumhuriyetin Merkezi yönetimine bağlıdır), 4.242 köyden [oluşmuştur. Dağlık Karabağ bölgesi ile Nahcivan Özerk Cumhuriyeti Azerbaycan toprakları içinde yer almaktadır (Şekil 3).

12 Aralık 1999 tarihinde ilk yerel seçimler yapılmış ve İcra Hakimiyeti sistemi ile birlikte Belediye sisteminin de uygulanmasına geçilmiştir.

Azerbaycan'ın mevcut Anayasası 12 Kasım 1995 tarihinde yapılan referandumla kabul edilmiştir. Azerbaycan Anayasasına göre, devlet egemenliğinin tek kaynağı halktır. Azerbaycan halkı bağımsız olarak kendi kaderini tayin etme ve yönetim şeklini belirleme hakkına sahiptir.

Azerbaycan Devleti demokratik, laik, üniter bir hukuk devletidir. Devlet egemenliği kuvvetler ayrılığı prensibine dayanmaktadır. Yasama yetkisini Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi, yürütme yetkisini Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı, yargı görevini ise Azerbaycan mahkemeleri yerine getirmektedir.

Başbakan ve bakanlar Cumhurbaşkanı tarafından atanmakta ve Milli Meclis tarafından onaylanmaktadır. Başbakan ve bakanlarda milletvekili olma şartı aranmamaktadır.

Azerbaycan Milli Meclisi 125 milletvekilinden ibarettir. Bunların 100'ü bağımsızlardan, 25'i de siyasi parti temsilcilerinden oluşmaktadır. Yasama görevini yürüten Meclis seçimleri beş yılda bir yenilenmektedir. Milletvekili olabilmek için 25 yaşını doldurmuş olmak şartı aranmaktadır.

Anayasaya göre, yasa teklifi verme hakkı milletvekillerine, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanına, Yüksek Mahkeme ile Nahcivan Özerk Cumhuriyeti Ali (Yüksek) Meclisi'ne aittir.

Cumhurbaşkanı hem devletin, hem de icranın başıdır. Cumhurbaşkanının, kanun hükmünde kararname niteliği taşıyan ve "ferman" adı verilen hukuki kararları alma yetkisi vardır. Fermanlar icrai hüviyete sahip olup, bu yönüyle Cumhurbaşkanı yasama yetkisine de sahiptir.

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığına 35 yaşını doldurmuş, Azerbaycan Cumhuriyeti topraklarında on yıldan -'azla yaşamış, ağır bir suçtan mahkum olmamış, başka devletlere karşı yükümlülük altında olmayan, sadece Azerbaycan Cumhuriyeti vatandaşı olanlar aday olabilirler. Cumhurbaşkanlığı seçimi halk tarafından kişisel ve gizli oylama ile beş yıllık süre için yapılır. Cumhurbaşkanı oylamaya katılanların 2/3 oy çokluğu ile seçilir. İlk turda bu oy çokluğunun sağlanamaması durumunda bir hafta sonra ikinci tur oylama yapılır. İkinci oylamaya, birinci oylamada en çok oy alan iki aday ya da en çok oy alan ve adaylığını geri alan adaylardan sonra gelen iki aday katılabilir. Oylamanın ikinci aşamasında oy



çokluğunu sağlayan aday Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı seçilir. Hiç kimse iki defadan fazla Cumhurbaşkanı seçilememektedir.

#### **2.1.4. Sosyal Yapı**

##### **2.1.4.1. Nüfus**

Azerbaycan'ın bağımsızlığını kazanmasından sonra yapılan ilk genel nüfus sayımına göre (27 Ocak - 3 Şubat 1999) ülke nüfusu 8.016.200 kişi olarak tespit edilmiştir. Devlet İstatistik Komitesinden alınan son verilere göre ise, bu rakam 2008 yılında 8.676.000'e ulaşmıştır<sup>83</sup>.

İyi eğitilmiş, çağdaş, vasıflı işgücüne sahip Azerbaycan nüfusunun %40'a yakın kısmı başkent Baku ve civarında yaşamaktadır. Ülkenin diğer önemli şehirleri Gence, Sumgayıt, Mingeçevir, Ali Bayramlı, Yevlah, Guba, Lenkeran, Hankendi, Şuşa, Seki ve Naftalan'dır.

1992 yılında Karabağ sorunu nedeni ile başlayan Azerbaycan-Ermenistan savaşı sırasında, Azerbaycan, iç siyasi çekişmelerin de etkisiyle, 1993 yılında Dağlık Karabağ ile birlikte topraklarının %20'sini kaybetmiştir. 900 bini aşkın Azeri vatandaşı, yani nüfusun %12'si, ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştır.

1998 yılı nüfus sayımına göre, nüfusun %54'ü kırsal kesimde yaşamaktaydı. Bu oran, mültecilerin kentlere yerleşmesi nedeniyle bir düşüş göstermiş ve 2008 yılında %48,3 olmuştur<sup>84</sup>.

Ülke nüfusun %90'nını Azeri Türkleri, %6'sını Rus, Ermeni ve Yahudi azınlıklar oluşturmaktadır. Avarlar, Ukraynalılar, Tatarlar, Ahıska Türkleri, Gürcüler ve Kürtler ise Azerbaycan topraklarında yaşayan diğer azınlıklardır.

Azerbaycan'daki toplam nüfusun %28,7'i 0-14 yaş grubuna, %65'i 15-59 yaş grubuna, %6,3'ü de 65 yaş ve yukarısı grubuna aittir.

---

<sup>83</sup> <http://www.deyerler.org/index.php?area=2&p=news&newsid=38435>

<sup>84</sup> <http://www.deyerler.org/index.php?area=2&p=news&newsid=38435>

Ülkede nüfusun yaş ortalaması kadınlarda 29,7 yıl, erkeklerde ise 27,2 yıldır. Buradan da Azerbaycan'ın çok genç bir nüfus yapısına sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Ortalama yaşam süresi 72,4 yıl olup, bu oran kadınlarda 75,1 yıl, erkeklerde ise 69,7 yıldır<sup>85</sup>.

Azerbaycan'da okur-yazar oranı %97 olup, nüfus yoğunluğu 95 kişi/km<sup>2</sup>'dir.

#### **2.1.4.2. Dini Yapı**

Azerbaycan halkının Türk nüfusu İslam dinini kabul etmiştir. Nüfusun %10'u Rus, Ermeni, Ukraynalı ve Yahudi'lerden meydana gelmiş olup, Hıristiyan ve Musevi dinlerini benimsemişlerdir<sup>86</sup>.

Etnik ve dini gruplar arasında tesis edilmiş hoşgörü ve karşılıklı saygı mevcuttur. Değişik etnik gruplar kendilerine ait olan özel günlerle dini ve milli bayramları serbestlikle kutlayabilmektedir.

Ülkede cami ve mescitlerle birlikte Ermeni, Ortodoks, Katolik kiliseleri ve sinagoglar mevcuttur.

#### **2.1.4.3. İnsanlar ve Kültür**

Azerbaycan halkının kültürü Türk kültürünün bütün özelliklerini yansıtmaktadır. Coğrafi yapısının gereği değişik kültürlerle etkileşme olmuşsa da, gelenek, görenek, anane açısından Azeri halkını Anadolu halkından ayıran önemli farklılıklar yoktur.

Azerbaycan'da insanlar, özellikle Türkiye'den gelen misafirlere karşı oldukça samimi ve yardımsever davranmaktadır. Halkın çoğunluğu aynı millet kökünden geldiğimizi ve aynı amaç, düşünce ve inançlara sahip olduğumuzu bilmektedir. Azerbaycan Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev'in, "Biz bir millet, iki devletiz" sözü, bu düşünceyi özetlemek ve vurgulamak için sıkca kullanılmaktadır. Uzun süren Sovyet döneminin

<sup>85</sup> <http://www.deyerler.org/index.php?area=2&p=news&newsid=38435>

<sup>86</sup> <http://www.deyerler.org/index.php?area=2&p=news&newsid=38435>

etkilerini her alanda görmek mümkündür. Ancak bunun hemen yanında yılların değiştiremediği bir Azeri kùltürü de bütün canlılığıyla yaşanmaktadır. Özellikle kırsal kesimde kendinizi bir Anadolu köyünde hissedebilirsiniz.

Ülkede yaşanan ağır ekonomik, siyasi, sosyal ve yapısal problemlere rağmen kùltür hayatındaki canlılık devam etmektedir. 2007 yılı sonu itibariyle Azerbaycan'da 3.091 eğlence ve kùltür merkezi, 4033 halk kütüphanesi, 17 sinema salonu, 31 profesyonel tiyatro salonu, 12 konser salonu, 7 musiki topluluğu ve 192 müze mevcuttur<sup>87</sup>.

Halkın çoğunluğu Anadolu'da konuşulan dile çok da uzak olmayan Azeri Türkçesi'nde konuşmaktadır. Bağımsızlık kazanıldıktan sonra bile hala Rusça aktüelliğini korumaktadır.

## **2.2. Azerbaycan'ın Fiziki Coğrafi Özellikleri**

### **2.2.1. İklim ve Bitki Örtüsü**

Ülkenin coğrafi yapısı engebeli olduğundan, bölgeden bölgeye çok önemli ısı ve iklim farklılıkları mevcuttur. Azerbaycan iklimini, Büyük Kafkas dağlarının kuzeyden gelen soğuk hava kütleleri ve Küçük Kafkas dağlarının güneyinden gelen sıcak ve tropik hava akımları ile Hazar Denizi etkilemektedir. Dünyada bulunan on bir iklim kuşağının dokuzuna Azerbaycan'da rastlamak mümkündür. İklim zenginliği, bitki örtüsünün de çeşitli olmasına imkan sağlamaktadır. Azerbaycan'da tespit edilebilen 4.300 bitki ile 446 ağaç ve çalı cinsi mevcuttur.

Ülkenin doğu ve iç kısımları alçak ve düzlük olduğundan dolayı kışlar ılık, yazlar ise çok sıcak geçmektedir. En çok yağış alan, narenciye ve çay üretiminin yapıldığı güneydoğu bölgesi ise, nemli ve subtropikal iklime sahiptir. Diğer bölgeler ise

---

<sup>87</sup> [www.azstat.com](http://www.azstat.com)

genellikle kuraktır. Ülke tarımının önemli bir kısmı, Kura ve Araş nehirien civarında yer alan Kura Ovasında yapılmaktadır.

Azerbaycan'ın önemli tarım ürünleri arasında tahıl, pamuk, tütün, çay, meyve, sebze v.s. sayılabilir. Ayrıca, Kura ve Araş Nehirlerinin Hazar Denizi ile birleştiği deltalarda balıkçılık ve su ürünleri gelişmiştir.

Yıllık ortalama sıcaklık + 13°O14.5°C arasında değişirken. Ocak ay. ortalama sıcaklığı 0°O4°C, Temmuz ayı ortalama sıcaklığı +25°C+28°C arasında seyretmektedir. Yıllık ortalama yağış miktarı 1000-1800 mm/m 'dir<sup>88</sup>.

Başkent Bakü'ye halk arasında 'rüzgarlar şehri" denmektedir. Bütün mevsimlerde görülen rüzgar, özellikle kış aylarında zaman zaman sokakta yürümeyi bile imkansız hale getirebilmektedir. Bakü ılıman bir iklime sahip olup. kış döneminde kısa süreli soğuklar görülebilmekte, fakat kar çok nadiren yağmaktadır.

### **2.2.2. Akarsular ve Göller**

Ülke coğrafyasında irili ufaklı 8.400 civarında nehir ve çay vardır. Bunların toplam uzunluğu 33.665 km olup, uzunluğu beş kilometreden fazla olan akarsuların sayısı 850, uzunluğu 100 kilometreden fazla olanların sayısı ise 21'dir<sup>89</sup>. Akarsulardan en önemlisi Kura Nehri (1.515 km olup, 906 kilometresi Azerbaycan topraklarından geçmektedir), Araş (1.072 km). Samur (216 km), Terter (200 km). Ganıh (413 km) ve Gabırır'dır (389 km).

Azerbaycan nehirlerinin büyük bir oranı dağ nehridir. Bazı nehirlerin yatakları boyunca, uygun rölyef şartlarında şelaleler oluşmaktadır. Azerbaycan'da devamlı faaliyette olan (dağlık bölgelerde) ve geçici faaliyette olan olmak üzere iki şelale şekli mevcuttur. Ülkenin en önemli şelaleleri aşağıdakilerdir: Afurca (Velveliçay

---

<sup>88</sup> TCBB. a.g.e., <http://www.turkbe.org.az/Cografya.htm>.

<sup>89</sup> Budag Budagov ve Yagub Garibli,a.g.e., s.51

Nehri), Mığı (Demiraparançay), Hamzali (Hamzaliçay), Girintov ve Sangüney (Kişçay), İlisu (Kürmükçay) ve Kateh (Katehçay)<sup>90</sup>.

Azerbaycan'ın önemli gölleri arasında Mingeçevir Baraj Gölü (605 km<sup>2</sup>), Varvara Baraj Gölü (22,5 km<sup>2</sup>), Şemkir Baraj Gölü (116 km<sup>2</sup>), Serseng Baraj Gölü (14,2 km<sup>2</sup>), Ceyranbatan Baraj Gölü (13,9 km<sup>2</sup>), Ağstafa Baraj Gölü (6,3 km<sup>2</sup>), Arpaçay Baraj Gölü (6,3 km<sup>2</sup>), Hacıgabul Gölü (8,4 km<sup>2</sup>), Sarısu Gölü (15 km<sup>2</sup>), Candar Gölü (12,5 km<sup>2</sup>), Acınohur Gölü (11 km<sup>2</sup>), Büyükşor Gölü (10 km<sup>2</sup>), Masazır Gölü (10 km<sup>2</sup>), Kara-göl (1,8 km<sup>2</sup>) ve doğal güzellikleri ile ünlü olan Göy-Göl (0,79 km<sup>2</sup>) sayılabilir. Bunun yanında, dünyanın en büyük gölü olan Hazar Denizi Azerbaycan, Rusya Federasyonu, Kazakistan, Türkmenistan ve İran tarafından ortak uluslararası deniz niteliğinde kabul edilmekte olup, 400 bin km<sup>2</sup>-lik yüzölçümüne sahiptir. Hazar Denizi'nin 78.800 km<sup>2</sup>-lik su havzası Azerbaycan'a ait olup, en derin bölgesi 1.020 metredir<sup>91</sup>.

### 2.2.3. Dağlar

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin arazi yapısının, yaklaşık olarak, %50'si dağlıktır. Bölgede, yüksekliği deniz seviyesinden 3.000 metreye kadar çıkan sahalar bulunmakta olup, %1'ini ise 3.000 metreden yüksek olan alanlar kaplamaktadır. Ülkenin ortalama deniz seviyesinden yüksekliği 657 metredir.

Azerbaycan'ın en önemli dağları Büyük Kafkas sıradağları (4.000-5.000 m) içinde yer alan Pazardüzü (4.466 m), Şahdağ (4.243 m), Pazaryurd (4.126 m), Tufan (4.191 m), Yarıdağ (4.116 m), Ragdan (4.020 m) dağları; Küçük Kafkas sıradağları içinde yer alan Kapıcık (3.904 m), Gazangeldağ (3.829 m), Biçenek Aşırımı (2.346 m); Karabağ Volkanik Yaylasında yer alan Delidağ (3.616 m); Murovdağ silsilesinde yer alan Kamışdağ (3.724 m), Hinaldağ (3.367 m), Kepez (3.066 m); Zengezur sıradağları içinde yer alan Büyük Işıklı (3.550 m); Talış sıradağları silsilesinde yer alan Kömürköy (2.493 m) ve Kızıyurdu (2.433 m) dağlarıdır<sup>92</sup>.

<sup>90</sup> Neyron Babahanov ve Yusasif Zeynalli, Turizm Mojet Stat Vısokodohodnoy Otrasylyu, <http://www.br.az/site/main.htm>.

<sup>91</sup> Budag Budagov ve Yagub Garibli,a.g.e., s.70

<sup>92</sup> TCBB. a.g.e., <http://vww.turkbe.org.az/Cografya.htm>

#### **2.2.4. Ovalar ve Yaylalar**

Azerbaycan arazisinin yaklaşık %40'ı yüksekliği 500 metreye kadar ulaşan ovalarla (en önemlisi Kura Ovası'dır) ve %25'i yaylalar ile kaplıdır.

Ovalar, kıyı bölgeler ile Büyük ve Küçük Kafkas Dağları arasındaki Kura-Aras depresyonunda yer almaktadır. Kura-Aras Ovası, Lenkeran Ovası ve Samur-Deveçi Ovası Azerbaycan'ın başlıca ovalarındandır<sup>93</sup>.

Deniz seviyesinden 1.100 metre yükseklikte bulunan Duzdağ Yaylası, 1.200 metre yükseklikte olan Dandağ Yaylası ve Nehrem Yaylası Azerbaycan'ın üç büyük yaylalardanındandır.

Toplam yüzölçümü 1,2 milyon hektar olan ülkedeki ormanların %90'ı dağ ve dağ eteğinde %10'u ise ovalarda yer almaktadır.

#### **2.2.5. Yeraltı Kaynakları ve Çevre**

Azerbaycan yeraltı kaynakları bakımından da çok zengin bir ülkedir. Ülkenin en büyük yeraltı zenginlikleri petrol ve doğalgazdır. Yapılan araştırmalara göre karadaki petrol rezervinin %87'si kullanılmış olduğundan petrol ve gaz, ağırlıklı olarak, Hazar Denizinin derinliklerinden çıkarılmaktadır. Ülkenin diğer önemli yeraltı kaynakları kurşun, çinko, demir, bakır, alüminyum, barit, kobalt, arsenik, mermer, kireçtaşı, siyemit, maden tuzu, kaya tuzu, kuvars, kaolin, taş ocakları v.s.<sup>94</sup>

Azerbaycan'da çevre yönetiminden sorumlu kuruluş Ekoloji Bakanlığı'dır. Bakanlık, ülkenin mevcut sorunlarının büyüklüğü ve temel tercihlerin (tarımsal üretimin

---

<sup>93</sup> Budag Budagov ve Yagub Garibli,a.g.e., s.132

<sup>94</sup> TCBB. a.g.e., <http://vww.turkbe.org.az/Cografya.htm>

arttırılması, petrol gelirine ve sanayileşmeye duyulan ihtiyaçlar) yol açtığı etkiler nedeniyle çevre sorunlarının giderilmesinde yeteri kadar etkili olamamaktadır.

### **2.2.6. Doğayı Koruma Alanları ve Doğa Parkları**

Doğayı Koruma Alanı, bilim ve eğitim bakımından önem taşıyan ender, tehlikeye maruz veya kaybolmaya yüz tutmuş ekosistemler, türler ve tabii olayların meydana getirdiği seçkin örnekleri içeren ve mutlak korunması gerekli olup salt bilim ve eğitim amaçları ile kullanılmak üzere ayrılmış doğa parçalarıdır. Doğa Parkı ise, bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın dinlenme ve eğlenmesine uygun doğa parçalarıdır<sup>95</sup>.Günümüzde Azerbaycan'da Devlet Ekoloji Komitesi'ne bağlı 14 doğayı koruma alanı ve 20 doğa parkı bulunmaktadır<sup>96</sup>. Ülkede bulunan doğayı koruma alanları aşağıda tablo halinde gösterilmiştir.

---

<sup>95</sup> Öcal Usta, **Turizm**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1993, s.134.

<sup>96</sup> R.Tagıyev ve A. Necefov, Normativno-Zakonodatel'naya Baza OOPT, Committee of Experts for the Development of the Pan-Euroean Ecological Network, İstanbul, 4\*6 Ekim 2001, [http://www.neen.narod.ru/nis\\_report.htm#\\_Toc526603743](http://www.neen.narod.ru/nis_report.htm#_Toc526603743).

**Tablo 4. Azərbaycan'daki Doğayı Koruma Alanları**

<b>DOĞAYI KORUMA ALANININ ADI</b>	<b>BULUNDUĞU RAYON</b>	<b>KURULUŞ TARİHİ</b>	<b>ALANI (ha)</b>	<b>KAYNAK DEĞERLER</b>	<b>YARARLANMA</b>
Göy-göl	Hanlar	1925	7.130	Tabii (bitki ve Hayvan toplulukları)	Kamp, Restoran
Kızıl-ağaç	Lenkeran	1929	88.360	Ornitolojik (kuşbilimsel)	Gözlem, Bilimsel Araştırma
Zagatala	Zagatala-Balaken	1929	23.840	Tabii (bitki ve hayvan toplulukları)	Otel, Kamp
Hirkan	Masallı - Lenkeran	1936	2.910	Tabii (bitki ve hayvan toplulukları)	Piknik, Kamp
Türyançay	Ağdaş-Yevlah	1958	12.360	Tabii (bitki topluluğu)	Lokanta, Kamp
Şirvan	Salyan - Neftçala	1961	25.760	Tabii (hayvan topluluğu)	Piknik, Gözlem
Gobustan	Apşeron	1966	173	Tarihsel (eski yerleşmeler), Arkeolojik	Açıkhava Müzesi, Lokanta Otel
Pirgulu	Şamahı	1968	1.920	Manzara, Tabii (bitki topluluğu)	Gözlem, Araştırma, Rasathane
Karayazı	Gazah	1970	4.860	Tabii (hayvan topluluğu)	Piknik, Gözlem
Basitçay	Zengilan	1970	107	Tabii (bitki topluluğu)	Kamp, Piknik
Ağ-göl	Ağcabedi	1978	4.400	Tabii (hayvan topluluğu)	Kamp, Piknik, Sportif Balıkçılık
İlisu	Gah	1981	9.200	Tabii (bitki toplulukları)	Kamp
İsmayılı	İsmayılı	1981	5.780	Tarihsel, Tabii (bitki topluluğu)	Anıt, Piknik
Altı-ağaç	Hızı	1991	4.400	Tabii (bitki topluluğu)	Kamp, Piknik, Otel

**Kaynak:** Ahmedov, A.İ. ve diğerleri, 2000; 77.

Azərbaycan'da bulunan doğa parklarının bazıları aşağıdakilerdir. Laçın, Zuvand, Gubadlı, Ordubad, Seki, Berde, Bendovan, Gusar, Karayazı, Kızıl-ağaç, Şirvan, Şemkir, Korçay, Ağ-göl.



### 2.2.7. Kaplıca ve Şifalı Sular

Azerbaycan toprakları kaplıca, şifalı su kaynakları ve çamur banyosu yapma imkânları açısından zengin olduğundan dolayı, ülkede turistler için sağlık turizmi yapma olanağı sunulmaktadır. Bu kaynaklar ile Nahcivan, Küçük Kafkas ve Talış Dağları bölgeleri daha zengindir<sup>97</sup>. "Naftalan" denilen ve dünyada sadece rbaycan'da bulunan petrol karışımı çamursu bir madde, başta sinir sistemi olmak üzere, deri, cilt, kadın hastalıkları ve bunlara benzer birçok hastalığa iyi gelmektedir.

Azerbaycan'da 200 gruba yakın madensuyu kaynağı bulunmaktadır. Bunların kılıkları +6C°'den +92C°'ye kadar değişmektedir. Günümüzde, "Badamlı", "Sirab" ve "Vayhir" madensularının ticari satışı yapılmaktadır<sup>98</sup>.

Kelbecer rayonundaki İstisu madensuyu bir sıra özelliğine göre bütün dünyada bilinen Karlovı Varı suyundan daha üstündür. Bu suyun yıllık debisi 600 milyon litredir. Fakat bunun yalnız %10'u kullanılmaktadır. Apşeron Yarımadasındaki Surahani ve Şıh, Deveci rayonundaki Galaaltı, Culfa rayonundaki Darıdağ, Guba rayonundaki Haltan, Şuşa rayonundaki Turşsu ve Şırlan, tedavi edici özelliklerine göre önemli olan madensularıdır<sup>99</sup>.

Bununla beraber, ülkede birçok kaplıca da mevcuttur. Termal suların sıcaklığı değişik arazilerde farklıdır. Kura-Aras artezian havzasında termal suların sıcaklığı +150°C'ye, İstisu mineral kaynaklarında ise +60°-80°C'ye varmaktadır. Termal kaynaklar Talış Dağlarında, Büyük Kafkas'ın güney ve kuzeydoğu yamaçlarında da çoktur.

Azerbaycan'da sualtı ve yerüstü şifalı çamur volkanları mevcuttur. Bu volkanların büyük bir kısmı Baku çevresinde, Hacıgabal ve Gobustan rayonlarında

<sup>97</sup> Cabir Memmedov ve Sabir Rahimov, **Turizm ve Onunla Elageli Sahelerde İşledilen Termin ve Anlayışların İzahlı Lüğeti**, Bakü, 2000,s.14.

<sup>98</sup> Yusasif Zeynalli, **Ekonomiko-Geograficeskie Problemi Funktsionirovaniya i Upravleniya Turisticeskoy Sistemoy Azerbaycana**, Bakü, 1998,s.9.

<sup>99</sup> Budag Budagov ve Yagub Garibli,a.g.e., s.32

bulunmaktadır<sup>100</sup>. Dünyada çamur volkanlarının sayısı ve çeşitliliğine göre Azerbaycan ile rekabet edebilecek başka bir ülke bulunmamaktadır. Azerbaycan'ın çamur volkanlarının şifalı çamuru, deri, mide-bağırsak, sinir, jinekoloji hastalıkları da dahil olmak üzere kozmetikte bile geniş kullanım bulmaktadır<sup>101</sup>.

### **2.3. Azerbaycan'ın Tarihi ve Kültürel Değerleri**

Azerbaycan, kendi tarihi kökleri ile uzak geçmişe giden, manevi ve maddi kültüre sahip ülkelerden birisidir.

Turizmin hammaddelerinden birisi, o memleketin arkeolojik bakımdan sahip olduğu zenginliktir<sup>102</sup>. Azerbaycan'da arkeolojik eserler ve tarihi anıtlar değişik şekilde görülmektedir. Özellikle, sanat şehirleri, tarihi devirlerden kalmış eserler ve müzeler burada dikkate değerdir.

#### **2.3.1. Arkeolojik Eser ve Anıtlar**

Dünyanın birçok beldesi Azerbaycan kadar uzun ve zengin bir tarihi mirasa sahip değildir. Bu diyarın görülmeye değer yerleri saymakla bitirilemez.

##### **2.3.1.1. Baku ve Çevresi**

Başkent Baku'nun muhteşem güzelliğini yansıtan Şirvanşahlar Sarayı Kompleksi kentin kale içi bölümü olan "İçeri Şehir"de 1420-1460 yılları arasında inşa edilmiştir. Külliye iki katlı saray (1420), Seyit Yahya Bakuvi Türbesi (1450), şah mescidi (1442), divanhane (1450), hamam ve 1585 yılında yapılmış külliyenin kuzey girişi olan Murat Kapısı bulunmaktadır<sup>103</sup>.

---

<sup>100</sup> <http://www.br.az/site/main.htm>.

<sup>101</sup> <http://vyshka.azeurotel.com/arkiv/2001/34/6.htm>.

<sup>102</sup> Hasan Olalı, **Turizm Teorisi ve Politikası**, Endüstri Maatbacılık ve Ticaret, İzmir, 1963,s.50.

<sup>103</sup> Reyhan Mirzazade, 'Dvoret's Şirvanşahov', **Azerbaijan Review Dergisi**, GSTB, Mart 2002,s.40

Eşine az rastlanır bir savunma tesisi olan Kız Kulesi, Mesud ibn Davud tarafından 12. yüzyılda yapılmıştır. Eserin yüksekliği 28 metre olup, çapı 16,5 metredir; duvarların kalınlığı bazı yerlerde 5 metreyi bulmaktadır<sup>104</sup>.

Baku'nun biraz dışında, havaalanı yolu üzerinde, Surahanı kasabasında bulunan Ateşgah Zerdüş mabedi 1713 yılında Bakü'de yaşayan Hindular tarafından inşa edilmiştir<sup>105</sup>.

Mezolit devrinin tasviri sanat eseri olan Gobustan, Baku'nun güneyinde, 60km uzaklıkta bulunan önemli bir arkeolojik merkezdir. Buradaki kayalıklarda 12.000 yıl öncesinden kalan, avcılık ve ayin sahneleri ile vahşi ve ev hayvanlarının görüntülerini içeren, yaklaşık 4.000 duvar resmi bulunmaktadır<sup>106</sup>.

### 2.3.1.2. Diğer Merkezler

Şamahı kenti Baku'nun batısında 120 km uzaklıkta bulunmaktadır. Bu şehir defalarca depremlere sahne olmasına rağmen, buradaki tarihi binalar korunabilmiştir. Cuma Camii (10. y.y.), Gülüstan Kalesi (16. y.y.) ve Şirvan Şahlarının Türbesi olan Yedi Gümbez bunların başlıca örneklerindedir.

Seki kenti Baku'nun kuzeybatısında 340 km uzaklıkta bulunmakta olup, eski anıtları ile turistik açıdan dikkat çekmektedir. Şeki'nin kuzeyinde bulunan Gelesen-Göresen Kalesi 15. yüzyılda inşa edilmiştir. Hüseyin Han tarafından 1762 yılında yapılan muhteşem Seki Hanlarının Sarayı yabancılar tarafından ziyaret edilen bir yerdir<sup>107</sup>.

---

<sup>104</sup> Reyhan Mirzazade, 'Pamayat İstoru-Devicya Başnya' **Azerbaijan Review Dergisi**, GSTB, Mart 2002,s.38

<sup>105</sup> Camal Amanov, 'Hram Ognya- Ateshgah', **Amadeus NewsDergisi**, 'Amadeus' Şirketinin

<sup>106</sup> TCBB, Azerbaycan'da Görülebilecek Turistik Yerler, <http://www.turkbe.org.az/Turiz.htm>.

<sup>107</sup> Azerbaijan Data Network, Turizm i Otdih, <http://adanet.az/tours/sheki-zakatali/sheki-zakatali.html>

Gazah rayonunun Yukarı Eskipara köyünde 5. yüzyıla ait kaya içinde oyulmuş bir Zerdüşt tapınağı ve Musaköy köyünde bulunan 18. yüzyılda inşa edilmiş Didvan Kalesi Azerbaycan diyarının arkeolojik güzelliklerindedir<sup>108</sup>.

Nahcivan şehrinde Acemi Nahçıvani'nin 1186 yılında inşa ettiği 34 metre yüksekliğindeki Mümine Hatun Türbesi Nahcivan mimarlık üslubunun seçkin bir örneğidir. Türbe geometrik süslemeler ve seramik yazılar ile bezenmiştir<sup>109</sup>.

### 2.3.2. Müzeler

Günümüzde müzeler bir ülkenin turistik hazinelerinden birisini oluşturmakta ve bir gelir kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Azerbaycan topraklarında 130'dan fazla müze ve galeri bulunmaktadır. Ermenistan'ın, Azerbaycan topraklarının %20'sine yakın bir kısmını işgal ettiğinden dolayı, bu topraklarda bulunan 22 müze ve 4 sanat galerisindeki eserler düşman eline geçmiştir. Bu tarihi eserlerin bazıları kurtarılabilmiş, birçoğunun durumu ise belirsiz olarak kalmaktadır<sup>110</sup>.

Bir açık hava müzesi olan "İçeri Şehir" tarihi kalesi Baku'nun en eski mekanıdır. Kalenin değişik yerlerinde Azerbaycan'ın, arkeolojik ve kültürel açıdan büyük öneme sahip, değerleri bulunmaktadır. Bunlardan örnek olarak Şirvanşahlar Sarayı (15. y.y.) ve Kız Kulesi (12. y.y.) gösterilebilir.

Azerbaycan halkının, bin yıllık tarihi ve kültürel miras eserlerinin sergilendiği Azerbaycan Tarih Müzesi, Kafkasya ülkelerinde bulunan müzeler arasında en büyüklerinden birisidir. Müze hazinesinde halıdan eski silahlara kadar yüz binlerce numune bulunmaktadır.

1920 yılında kurulan Azerbaycan Sanat Müzesi'nde Azerbaycan, Çin, Rusya, Japonya ve diğer ülkelerin tasviri sanat eserleri mevcuttur.

<sup>108</sup> Y.a.g.e., <http://adanet.az/tours/tours/gandja-kazah/gandja-kazah.html>.

<sup>109</sup> TCBB,a.g.e., <http://www.turkbe.org.az/turiz.htm>.

<sup>110</sup> Azerbaycan Kültür Bakanlığı, Muzeı Azırbaycana, [http://www.culture.az/museum\\_r.htm](http://www.culture.az/museum_r.htm).

Azerbaycan edebiyatı ve folkloru hakkında bilgi veren Nizami Adına Edebiyat Müzesi Bakı'nun en güzel binasında bulunmaktadır.

Başkent Bakı'nun merkezinde yerleşen Halı ve Halk El Sanatları Müzesi'nin fonunda on binden fazla sanat eseri bulunmaktadır. Bu müze 1986 yılında Uluslararası Müze Birliği'nin üyesi olmuştur.

"İstiklal" Bağımsızlık Müzesi, Azerbaycan Jeoloji Müzesi, Tiyatro Müzesi, Müzik Kültürü Müzesi, Milli Sinematografi Müzesi, Din Tarihi Müzesi, Hazar Denizciliği Tarih Müzesi ve Cumhuriyet El Yazmaları Müzesi Azerbaycan'ın medeniyet ve kültür arşivi olan müzelerinden bazılarıdır.

### **2.3.3. Fuar ve Sergiler**

Turizm bakımından, sosyal faaliyetlerin en önemlilerinden birisi de fuar ve sergilerdir. Son zamanlar Azerbaycan'da yapılan uluslararası sergi, fuar ve seminerlerin sayısı gittikçe artmaktadır. Ülkede yapılan bu tür faaliyetlerin %95 gibi büyük bir oranı başkent Bakı'de gerçekleştirilmektedir.

Çok yönlü bir yeniden yapılanma süreci içine giren Azerbaycan, inşaattan makineye, otomotivden telekomünikasyona, gıdadan tekstile önemli bir pazar durumundadır. Ülkenin yeraltı ve yerüstü zenginliği, okuma-yazma oranının yüksekliği ve işçilik ücretlerinin düşüklüğü, burayı, yabancı yatırımcılar için cazip kılmaktadır<sup>111</sup>.

Ülkede yapılan fuarlar, yabancı yatırımcılar için Azerbaycan pazarına girebilme açısından önemli fırsatlar yaratmaktadır. Uluslararası Tüketim Malları ve Hafif Sanayi Fuarı, Uluslararası Petrol ve Gaz Fuarı, Uluslararası Ticaret Fuarı, Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Bakı Uluslararası Ev Teknolojisi ve Dayanıklı Tüketim Malları Fuarı, Azerbaycan Uluslararası Turizm Fuarı ülkede her yıl düzenlenen önemli fuarlardan bazılarıdır.

---

<sup>111</sup> Meral Dinçer, Turkish Expo 2002 Bakı ile İhracata Taze Kan, [www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm](http://www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm)

#### 2.3.4. Sanat

Azerbaycan halkının çok asırlık zengin tarihi boyunca değişik sanatların yeri çok önemlidir. Ülkede, eski zamanlardan beri halıcılık, el işleri, kuyumculuk, dericilik ve ipek dokuması gibi el sanatları çeşitleri mevcut olmuştur. Halıcılık, ipek dokuması ve kuyumculuk ürünlerinin üretimi ile bütün dünyada ün kazanmış Azerbaycan, Avrupa, Asya, Afrika ve Amerika'dan gelen turistler için ilgi odağı olabilecek durumdadır.

Azerbaycan'ın müzik ve tiyatro sanatı da çok zengindir. Azerbaycan Devlet Akademik Opera ve Bale Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Akademik Milli Dram Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Rus Dram Tiyatrosu ve Azerbaycan Devlet Musiki Komedi Tiyatrosu Bakü'de bulunan ve en fazla ziyaret edilen tiyatrolardır. Bunların yanısıra, Azerbaycan Devlet Çocuk Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Kukla Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Genç Seyirciler Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Şarkı Tiyatrosu ve Muğam Tiyatrosu ülkenin kültür hayatında önemli yer tutmaktadır.

Baku Devlet Sirki devamlı faaliyette olup, yabancı sirk gruplarının da gösteri yaptıkları bir mekandır.

Azerbaycan'da oda ve org müziğini sevenler için Baku Kapelhaus'unda, senfoni müziğini sevenler için ise Azerbaycan Devlet Filarmonisinde konserler verilmektedir.

Haydar Aliyev adına Respublika Sarayı, yerli ve yabancı müzik gruplarının konser verdikleri ülkenin en büyük sanat sahnesidir.

## 2.4. Azerbaycan Turizmi İle İlgili Genel Bilgiler

### 2.4.1. Azerbaycan'ın Dünü ve Bugünü

Azerbaycan, gerek doğal ve tarihi zenginlikleri, gerekse iklim koşulları açısından çok zengin bir potansiyele sahiptir. Turistik tesis eksikliği, dış ülkelerdeki tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği ve devam eden Dağlık Karabağ sorunu gibi engeller, Azerbaycan'ın tarihinden ve coğrafi konumundan kaynaklanan turizm potansiyelinin gereğince değerlendirememesine neden olmaktadır.

Azerbaycan'da turizm ile ilgili çalışmaların başlangıcı yaklaşık 70 yıl öncesine kadar geriye götürmektedir.

Azerbaycan'da organize edilmiş turizm ve seyahatlerin tarihi 1932 yılına dayanmaktadır. Bu tarihte, " Proleter Turizmin ve Seyahatlerin Umumittifak Gönüllü Cemiyeti" adlanan turizm örgütünün Bakü'deki şubesi işe başlamıştı.<sup>112</sup>

1934 yılında Bakü'deki " İnturist" otelinin faaliyete başlaması ile ilgili Umumittifak İnturist Sehimdar Cemiyeti'nin (A.Ş) Bakü şubesi de faaliyete başlamaktaydı. Bu şube yalnız yabancı misafirleri kabul edip, yerleştirmek ve turistik hizmet sunmak şeklinde faaliyet göstermekteydi.

SSCB'nin Merkezi İcra Komitesi'nin 7 Nisan 1936 tarihli kararına dayanarak, ülkede turizm ve seyahat faaliyetleri Umumittifak Hemkarlar İttifakının Merkezi Şurası'na devredilmişti. Buna bağlı olarak " Proleter Turizmin ve Seyahatlerin Umumittifak Gönüllü Cemiyeti" faaliyetini bitirmiş ve UHİMŞ sisteminde Turizm ve seyahat Dairesi faaliyete başlamıştır.

UHİMŞ sekreterliğinin 23 Aralık 1957 tarihli 20 sayılı kararına esasen 1958 yılında Azerbaycan Turizm ve Seyahat Dairesi yaratılmıştır. Yeni daire, turizmin tanıtımı, seyahatlerin düzenlenmesi, turistik tesislerin kurulması ve mevcut olan tesislerde yatak sayısının arttırılmasını, turistik araç ve gereçlerin kiralama noktalarını

<sup>112</sup> Cabir Mammedov ve Sabir Rahimov, a.g.e.,s.7.

arttırılması, turistik ulaşım sisteminin düzenlenmesi, turistik literatürün basılması ve turizm çalışanlarına eğitim kurslarının düzenlenmesi gibi bir çok görevi üstelenmiştir.

Sonraki yıllarda Azerbaycan'ın turizm ve seyahat sektöründe belirli değişiklikler ve yenilikler olmuştur. Turizmin maddi tabanı yıldan yıla genişlenmiş, vatandaşların dinlenme ihtiyaçlarını karşılamak için turistik trenler, nehir botları, Hazar Denizinde gemi gezisi gibi yeni hizmet türleri yaranmıştır.

1063 yılında Bakü'de bir Turistik kulüp, Nabranda " Hazar" turist kampı, 1965 yılında Bakü'de, iki yıl sonra ise Gence, Sumgayıt, Naftalan ve Baku'nun Merdakan kasabasında seyahat büroları yaratılmıştır. 1970 yılında Zagatala'da, 1972 yılında Şuşa'da, 1975 yılında Gebelede ve Haçmaz reyonunun Nabran kasabasında " Dostluk" adında turistik kamplar. Bakü'de ise "Karabağ" oteli açılmıştı. Bundan biraz önce ise Hankendi (1970) ve Mingeçevir'de (1972) seyahatler büroları açılmıştır.

Bu yıllarda iç turizm genişlendirilmesine de önem verilmekteydi. Dış turizmin maddi ve teknik tabanın genişlendirilmesi amacı ile 1973 yılında Bakü'de, hala da Azerbaycan'ın en büyük otelecilik işletmesi olan 1.042 yataklı "Azerbaycan" oteli açılmıştır. 1978 yılında İnturist Sehmdar Cemiyeti'ne 200 yataklık konforlu odalara sahip "Moskova" oteli de eklenmiştir.

1980 yılında itibaren Azerbaycan turizminin ünü yıldan yıla yayılmakta ve bu hizmet sektörü ülke halkını yaşamına dahil olmaktaydı. O yıllarda Azerbaycan'ın turizm ve seyahat örgütleri SSCB'nin 170'ten fazla ilin aynı dalda çalışan örgütleri ile temasta bulunmaktaydı. Hemkarlar İttifakları kanalı ile Azerbaycan'a gelen yabancı turistlere kaliteli hizmet sunmak amacı ile Baku Dış Turizm Bürosu yaratılmıştır.

Turizm uzmanlarının düşüncesine göre, Azerbaycan turizmi en yüksek gelişme seviyesine 1987 yılında ulaşmıştır.<sup>113</sup> O yıl içinde Azerbaycan'a dış ülkelerden 50 bin, Sovyetler Birliği'nin değişik bölgelerinden ise 250 bine yakın turist gelmiştir.

<sup>113</sup> Fikret Nuriyev "Azerbaycan Büyük Turizm Potansiyalına Maliktir" Ülfet Gazetesi, Sayı 1, Baku, 11.01.2002,s.4.



Turizm ve Seyahat B roalarını düzenledikleri turlara ise 2,5 milyondan fazla insan katılmıştır. Aynı yıl içinde Azerbaycan vatandaşlarından 10 bin kişi yurtdişında, 300 bin kişi ise SSCB'nin sınırları dahilinde turizm amaçlı seyahatlere katılmıştır. Azerbaycan'a turist akın yoğunlaştığından dolayı Lenkaran ve Mingeçevir rayonlarında 300'er. şuşa'da ise 200 yataklı yeni otellerin yapımına başlanmışır.

Aktif turizm çeşidinin daha da geliştirilmesine önem veren turizm örgütleri atlı hatlara katılan turistlere hizmet sunmak amacı ile Ağdam rayonunda " şah -Bulağ" turistik kampının yaratılmasına sağlamıştır.

1987 yılında Azerbaycan' da 1.837 turizm danışma bürosu yaratılmışır. O bürolarda 124 binden fazla insan çalışmaktaydı. Yalnız 1987 yılı içinde hafta sonu turları ile Azerbaycan dahilinde 375 bin kişi turizm faaliyetlerine katılmışır.

1988 yılında Dağlık Karabağ Muhtar Vilayetinde ve onun çevresinde çıkan olaylar sonucunda Azerbaycan'da yerli SSCB vatandaşları ve yabancı turistlerin akının bir hayli azalmasına sebep olmuştur.

Azerbaycan' da 1988 e 1989 yıllarındaki olayların sosyal ve siyasi çevrede negatif etkilerine rağmen, Azerbaycan'ın turizm ve seyahat  rg tleri SSCB'nin turizm ve seyahat örgütleri ile önceleri mevcut olan kişilik ilişkilerin korunması ve devam etmesi için büyük çaba sarf etseler de, Azerbaycan da dahil olmak üzere, bütünlükle Kafkas bölgesinde siyasi durumun belirsiz olması, turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir. 1990 yılının ilk çeyreğinden itibaren Azerbaycan'dan geçen umumittifak ve uluslararası turistik güzergahlar iptal edilmiştir.

Savaş durumu turizm sisteminde başka sorunların yaranmasına sebep olmuştur. Hemkarlar İttifakları sisteminde mevcut olan 10 turistik "tesisin 2si işgal olunmuş arazilerde kalmış, diğerlerinde ise mülteciler yerleştirilmiştir.

Avrupa ve Asya'nın keşiştiği yerde yerleşmesine rağmen, Azerbaycan bu dönemde dünya turizm pazarından k  k bir pay almış ve bu durum devam

etmektedir. Ülkenin payına düşen turist sayısı 1995 yılında dünya turist akımının % 0,007, 1996 yılında %0,003, 1997 yılında %0,004, 1998 yılında 0,003 ve 1999 %0,002 olarak gerçekleşmiştir.<sup>114</sup>

Turizm gelişimini engelleyen unsurlar sayesinde, ülkede, önceki yıllardaki turist akımının sabit artımına dayanarak yaratılan otel ve ulaşım altyapısına büyük zarar verilmişti ve günümüzde de verilmektedir.

Azerbaycan bağımsızlığa kavuştuktan sonra turizm ile uğraşmak isteyen işletmelerin sayısı artmaktadır. Günümüzde, ülkede 85 turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve 262 otel, motel ve yerleşim yerleri mevcuttur. Bunların büyük bir hissesinin yöneticileri turizm eğitimi almamış ve bu sektörde yeterli tecrübeye sahip olmamış insanlardır.

Son 10 yılda Azerbaycan'da turizmin gelişmesi ile ilgili adımlar atılmıştır. Azerbaycan Milli Meclisi tarafından 4 Haziran 1999 tarihinde " Azerbaycan Cumhuriyeti Turizm Kanunu" kabul edilmiştir. 18 Nisan 2001 tarihli ve 464 sayılı kararı ile Bakanlar Kuruluna bağlı Dış Turizm Şurası'nın faaliyeti sona erdirilmiş, turizm hizmetleri ise Gençler, Spor ve Turizm Bakanlığı yaratılmıştır. 25 Eylül 2001 tarihinde Güney Kore'nin Seul kentinde düzenlenen Dünya Turizm Örgütünün 14. Genel Kurulu'nda Azerbaycan bu örgütün üyesi olmuştur. Ve 20 ekim 2005 yılında Azerbaycan Kültür ve Turizm bakanlığı ayrı bakanlık olarak faaliyete başlamıştır.

#### **2.4.2. Azerbaycan Turizminin İç ve Dış Turizm Durumunun Analizi**

Dış turizmin bugünkü durumunun analizi. Azerbaycan'da pasif turizmin gelişmiş olduğunu göstermektedir. Bu durum ülkeden dışarıya turistik amaçla gidenlerin sayısının gelenlerden az olduğunu göstermektedir. Dış turizmin gelişme eğilimleri aşağıdaki gibidir.

---

<sup>114</sup> DTÖ, International Tourist Arrival by Country of Destination, erişim:

1. Ülkede faaliyet gösteren ve dış turizm ile meşgul olan firmaların %90'a yakın bir kısmı pasif turizm konusunda uzmanlaşmıştır.
2. Dış turizmin gelişmesinde ticaret amacının üstünlük teşkil etmesi. Ülkeye gelen ve ülkeden giden turistlerin %85-90'ı ticaret amacı taşımaktadır.<sup>115</sup> Turistik seyahatlerin bu özelliği öölke halkının seyahat coğrafyasını da belirlemiştir. Genel olarak bunlar; İran, Türkiye, Rusya gibi ülkelerdir. Daha sonra Avrupa'nın Kıbrıs, Almanya, İtalya, Polonya gibi ülkeleri. Asya'nın Hindistan, Pakistan, Suriye gibi ülkelerdir.<sup>116</sup>
3. Ülkede tedricen aktif turizm gelişimi. Ülkede aktif turizm yavaş yavaş gelişim göstermektedir. Azerbaycan'da Devlet Statistika Komitesi verilerinde turizm ile ilgili veriler düzenli yer almamaktadır. Bu zamana kadar turizm istatistikleri tutulmamıştır.
4. Ülkede Av Turizminin inkişafı. Bugün av turizmi ile " Tur" turizm firması meşgul olmaktadır. Dış turizmin celbedilmesinde mühim rollü olan av hayvanları 20- 380 ABD doları olarak fiyatlandırılarak ve müşterilere teklif olunmaktadır.

Ülkede petrol sanayisinin gelişmesi ticari amaçlı turizmin gelişmesine büyük bir destek sağlamaktadır. Petrol sanayisinin gelişmesi neticesinde ülkeye ticari amaçlarla gelenlerin sayısı artmıştır.<sup>117</sup>

Azerbaycan'da aktif turizm gelen yabancıların özelliklerine bağlı spesifik özelliğe sahiptir. Büyük kısım ekonomik ilişkilerden kaynaklanan yeni iş yerleri açmaya, iş anlaşmaları yapmaya yönelik iş gezileridir. Eskilere bakarak turistik gezi ve ziyaretler de artmaktadır.

Azerbaycan'da iç turizmin gelişmesi ile ilgili kapsamlı incelemeler maalesef yoktur. Ancak Azerbayan iç turizm ile ilgili aşağıdaki genel tespitleri yapmak mümkündür.

---

<sup>115</sup> A.A Salmanov.V.S.Dergehov. a.g.m.,s.130

<sup>116</sup> P.M.Kasimov, « Рынок международного туризма проблемы и перспективы развития в XXI веке». Azerbaycan XXI Asrın Astnasında Elmi-Praktik konfransın Materyelleri. II.Cilt, Bakı-1998s.121-122

<sup>117</sup> A.A Salmanov.V.S.Dergehov. a.g.m.,s.131

Azerbaycanda ' da iç turizmin gelişmesini olumsuz yönde etkileyen birçok sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik neden vardır.

1. Seyahat Kültürünün Olmaması: Azerbaycan halkının turizm hareketlerine katılma alışkanlığının olmaması, turizm kavramına yabancı olması ve turistik amaçlı tüketimin büyük miktarlarda harcamayı gerektirdiğini düşünmesi.

2. Ekonomik Sorunlar Gelir Düşüklüğü, Yüksek Enflasyon, Turistik Ürünün Fiyatının Yüksekliği. Turizm işletmeleri, ülkeye yönelik dış turizm talebinin canlanması ile birlikte turistik ürün fiyatlarını tamamen dışa dönük olarak belirlemekte ve kendilerini sadece yabancı turistlere hizmet sunan işletmeler olarak tanıtmaktadırlar. Bunun sonucunda fiyatların yüksek olduğu düşüncesi ile yerli halk turizm işletmelerinden, özellikle de konaklama işletmelerinden uzaklaşmaktadır. Ayrıca turizm işletmelerinin yerel turistlerin özelliğine uygun kontenjan ve fiyat ayarlamaları yapmamaları orta ve düşük gelir gruplarının tatil ihtiyaçlarını karşılayamamalarına neden olmaktadır.

3. İç Turizm Pazarına Paket Tur Sunan Seyahat Acentalarının Azlığı: Azerbaycanda' da iç turizme yönelik tur düzenleyen seyahat acentası sayısının az olması, üzerinde durulması gereken diğer bir sorunu oluşturmaktadır.

4. İkinci Konutların Yaygınlığı: Son olarak, günümüzde özellikle kıyı bölgelerde artış gösteren ikinci konutlar, kişilerin her yıl aynı bölgelere gitmelerine yol açmakta ve ekonomik anlamda turizm hareketlerine katılmalarına engel oluşturmaktadır. Çünkü söz konusu bu konutlar, kişinin o yörede turizm amaçlı tüketim yapmasını engellediği gibi, konut sahiplerinin sadece günlük yaşantılarını devam ettirdiği bir yer olma özelliğine sahip olmaktadır.

### 2.4.2.1. Uluslararası İlişkiler Kapsamında Azerbaycan Turizmi

Azerbaycan'ın Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm alanında uluslararası ilişkilerin oluşturulması ve geliştirilmesine  zen göstermektedir. Azerbaycan Dünya Turizm  rg t , İşlam Konferansı  rg t , Ekonomik İşbirliği  rg t , Uluslararası İşbirliği ve Geliştirme  rg t , Karadeniz Ekonomik İşbirliği  rg t , G AM, BDT devletlerinin Turizm Konseyi ve diğer uluslararası ve bölgesel örgütlerle turizm alanında işbirliği yapmaktadır.

Güney Kore'nin başkenti Seul'da yapılan Dünya Turizm Teşkilatının 14. Genel Kurul toplantısında Azerbaycan'ın bu teşkilatın  yesi olması kabul edilmiştir.<sup>118</sup>

Azerbaycan bağımsızlık kazandıktan sonra turizm sektöründe işbirliği yapmak amacıyla bir çok ülke ile anlaşmalar imzalamıştır. İlk anlaşma 2.11.1992 tarihinde Ankara'da Azerbaycan ile Türkiye arasında imzalanmıştır. Ayrıca aşağıdaki işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır.

Çin	: (07.05.1994, Pekin)
Pakistan	:(10.04.1996, İşlamabat)
Özbekistan	:(27.05.1996,Bakı)
Kırgızistan	:(Nisan 1997, Bakı)
Polonya	:(Ağustos 1997,Varşova)
İtalya	:(25.09.1997,Roma)
Gürcistan	:(09.11.1997,Bakı)
Ukrayna	:(01.07.1998,Bakı)
Bulgaristan	:(02.12.1999,Bakı)

5.11.1999 tarihinde Azerbaycan ile Rusya Federasyonu h k metleri arasında 2000-2002 yılları arasında kültür, bilim, ve eğitim alanlarında işbirliği amacıyla uzun süreli program kabul edilmiştir. Daha sonraki yıllarda Romanya,Kazakistan, Beyaz Rusya, Yunanistan, Moldavya, Getr de bu ülkeler sırasına girdi. Hal hazırda

---

<sup>118</sup> Turizm Yenilikleri, No: 01(44), s.3

Azerbaycan 16 ÷lke ile turizm sektöründe işbirliği yapmak amacıyla anlaşmalar imzalamıştır. Bunlarla birlikte Bakü'de Azerbaycan ile Büyük Britanya arasında Azerbaycan'da Uluslar arası turizmin ve dinlenme sanayisinin gelişimine dair niyet protokolü imzalanmıştır. Ayrıca Mısır, Avusturya, Kuveyt, Bahreyn, Birleşmiş Arap Emirlikleri, Macaristan, İsveç, Japonya, Kore, İnan, İsrail, Yemen, Endonezya, Bruney, Malezya, ve Tacikistan'la turizm işbirliği hakkında imzalanacak anlaşmaların taslakları hazırlanmış ve bu taslaklar ilgili ülkelere görüşleri alınmak üzere gönderilmiştir.<sup>119</sup>

#### **2.4.2.2. Büyük İpekyolu Projesi ve Turizm**

Asya ve Avrupa arasında, şimdiye kadar el atılmamış turizm kaynaklarını işler duruma getirmek için DT, 1993'te Büyük İpek Yolu Projesini geliştirmeye karar vermiştir. On iki bin kilometrelik yola ilişkin uzun vadeli projenin ana hatları 1994 yılında Semerkant'ta 19 ülke temsilcilerinin katıldığı bir toplantıda belirlenmiştir. O tarihten beri de Azerbaycan'ın bu konudaki çalışma ve girişmeleri sürmektedir. DT ilk aşamada Azerbaycan orta Asya Cumhuriyetleri, Cin, Hindistan, Pakistan, İnan, Türkiye ve Yunanistan arasında Büyük İpek Yolu Projesi'ni çeşitli yönleri konusunda ortak çalışma yapmasını, turizm işbirliği ve eşgüdümü ile hedefe yönelik eğitim ve bürokratik düzenlemeye gitmeyi amaçlamaktadır. Daha sonra ise, Büyük İpek Yolu'nun başladığı ve bittiği ülkeler yani Kore, Japonya, Güney Doğu Asya ve Arap lkeleri ile Avrupa devreye sokulacaktır. Böylece ortaya çok yönlü ve çok ülkeli bir proje çıkacaktır. Bu amaca yönelik olarak şimdiye kadar Azerbaycan, Japonya, İnan ve Türkiye'de toplantılar yapılmıştır.

8 Eylül 1998 tarihinde Bakü'de düzenlenen ve 32 ülke ile 12 uluslararası teşkilattan 150 temsilcinin katıldığı TRACECA (TRANsport Corridor Europe Caucasus-Asia) konferansı sonunda imzalanan yüzyılın en büyük ulaşım ve nakliyat anlaşmasıyla İngiltere'den başlayarak Japonya'ya kadar uzanan yeni ulaşım koridoru resmen

---

<sup>119</sup> Turizm Yenilikleri, No.01(44), s.8

uygulanmaya konulmuştur.<sup>120</sup> Bu proje ile yeni kara ve demiryollarının yapımı ve eskilerin modernizasyonu, köprü, sınır ve gümrük geçitlerinin yenilenmesi öngörülmektedir.<sup>121</sup>

Uzmanların düşüncesine göre, projede öngörülen faaliyetlerin zamanında bitirilmesi için karayolları için 450 milyon ABD doları, denizyolları için 72 milyon ABD doları ve demiryolları için 125,5 milyon ABD doları olmak üzere toplam 647,5 milyon ABD doları miktarında finansal kaynağa ihtiyaç vardır.<sup>122</sup> Azerbaycan'ın Büyük İpek Yolu'nun turistik akınının arttırılmasını sağlayabilecektir. Ülkenin görülmeye değer yerleri için buraya gelen turist kitlesinin arttırılması yolu ile, gelecekte turizmin devamlı geliştirilmesi sağlanabilir.<sup>123</sup>

Büyük İpek Yolu'nun sunduğu fırsatlar, kültür turizm ile sınırlanmamaktadır. Büyük İpek Yolu, ekoturizm, macera turizmi ve komşu ülkeler arasında değişik turistik güzergahların geliştirmesini de sağlayacaktır.

Bu projenin Azerbaycan sınırları içerisinde kalan bölümünde uluslararası standartlarda tesisler kurulmalı yabancı turistlerin ilgisini çekecek, memnun kalmalarını sağlayacak ortamın sağlanması gerekmektedir. Bu şartlar yerine getirilebildiği takdirde Azerbaycan sadece Kafkasya'da değil, bütün Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri ve Orta-Doğu ülkeleri arasında bir turistik merkez özelliğini kazanacaktır.<sup>124</sup>

---

<sup>120</sup> Bozkurtlar Otağı Turan Eli-Türk Dünyası, Doğu ile Batı Arasında İpek Köprü: <http://www.turan.tc/haber/ipek.html>.

<sup>121</sup> A.Mamedov, a.g.e., <http://vvshka.azeurotel.com/arxiv/2001/15/10.htm>.

<sup>122</sup> Azerbaycan Data Network, Azerbaycan ı Mejdunarodniy Transportniy Koridor " TRACECA" Evropa- Kavkaz- Aziya, Sostavnaya Cast Velikogo Shelkovogo Puti, [http://www.silkroad.az:8101/russian/General/body\\_general.html](http://www.silkroad.az:8101/russian/General/body_general.html).

<sup>123</sup> Ahmedov.A.,Hacıyev .E. ve Z.Zamanov, Mejdunarodniy Turizm, Seda Basimevi, Bakı, 2000,s.13

<sup>124</sup> Azerbaycan'da Turizm Doç. Dr.Sakit Hüseyinov Azerbaycan Teknik Üniversitesi, Dr.Eyüp Zengin Gafkaz Üniversitesi, Elimi Konferans Materyalleri

### 2.4.3. Azerbaycan Turizmi Yatırım Olanakları ve Değerlendirilmesi

Azerbaycan'da turizm potansiyelini geliştirmek ve verimli yararlanabilmek için sermaye yatırımları aşağıda belirlenen biçimde uygulanmalıdır.

1. Yerli ve yabancı sermayenin mali imkanlarının rekreasyon potansiyelinden yararlanmaya yönlendirilmesi.
2. Rekreasyon müesseselerinde özelleştirme yapılırken, bu sektörde girişimciliğın gelişmesi için imkan yaratılması
3. Altyapının ve yardımcı sahaların teşkili ve geliştirilmesi.
4. Gelirsiz rekreasyon kurumların azaltılması ve bu sahada rekabet kabiliyeti yüksek kuruluşlara yabancı sermayenin dikkatini çekmesi.
5. Büyük İpek Yolu projesi çerçevesinde elde edilecek sermayenin bir kısmının bu sektöre kullanılması.
6. Çağdaş taleplere cevap verebilecek şekilde yeni yapılacak rekreasyon kuruluşlarına devlet yardımının sağlanması. Bu sektörün geliştirebilmesi için öncelikle devlet bu sektöre kredi ayırmalıdır.
7. Yeni kurulacak tesislere yabancı sermayenin çekilebilmesi için karşılıklı faydalılık prensibine dayalı olarak kuruluşların teşkili.
8. Bu sektörde aktif politikalar izleyerek sermaye yatırımlarının artırılması ayrıca geçiş sürecinde zarar eden perspektifli rekreasyon kurumlarına ek sermaye yatırılması.

Bu sektöre yatırılacak sermaye devlet programlarının hedef ve ilkelerine uygun olarak yönlendirilmesi gerekmektedir.<sup>125</sup>

---

<sup>125</sup> Azerbaycan'da Turizm Doç. Dr.Sakit Hüseyinov Azerbaycan Teknik Üniversitesi, Dr.Eyüp Zengin Gafkaz Üniversitesi, Elimi Konferans Materyalleri



### 2.4.3.1. Turizm Potansiyeli Yüksek Olan Bölgeler

Turizm potansiyeli açısından ele aldığımızda Azerbaycan topraklarının birçok bölge ve yöresi çok önemli nitelikler taşımaktadır. Özellikle Apşeron Yarımadası'nın kuzey kısmı ve Hazar Denizi kıyılarında, ayrıca Guba-Haçmaz, Lenkeran Ovası, Merkez ve Batı Bölgesi turizm potansiyeli açısından daha yüksek potansiyele sahiptir.

Apşeron Yarımadası, doğal koşulları, dinlenmeye uygun iklimi, ılık ve berrak denizi, ince kumlu plajları, tedavi amaçlı kullanılan çamuru ve şifalı suları, ulaşım ve altyapı bakımından gelişmişliği göz önüne alınırsa, ülkede rekreasyonel dinlenme komplekslerinin yaratılabileceği en önemli bölgelerden biridir. Bu yarımada, Azerbaycan'ın çocuk-gençlik parklarının en yoğun olduğu bir kampçılık merkezidir. Son yıllarda buradaki sağlık yurtlarının iyileştirilmesi ve yenilerinin yapılması konusunda girişimler başlatılmıştır. Apşeron Yarımadası'nın termal turizmde; Surahanı, Şıh, Bilgeh, Buzovna, Pirşaha ve Merdekan'da hidrojen sülfürlü su kaynakları büyük önem taşımaktadır.

Guba-Haçmaz, Azerbaycan'ın Kuzeydoğu kesiminde bulunan ve büyük gelişme perspektifi olan rekreasyon-turizm bölgelerinden biridir. Bu bölgenin kolay ulaşım mevkii, manzara güzellikleri ve dağlık alanları, Hazar Denizi'nin Yalama-Nabran, Gilezi-Zarat kıyılarındaki balneoloji merkezleri, Kalealtı, Haltan vb. mineral su kaynakları, rekreasyonel önemi arttıran özelliklerdir.

1970'li yıllardan beri Deveçi ilçesindeki 350 kişilik Kalealtı mineral suyu Batı Ukrayna'daki Naftusiya suyuyla aynı tedavi edici özelliğe sahiptir. Ayrıca Hazar Denizi'ne ve demiryolu hattına yakınlığı, deniz seviyesinden 500m yükseklikte oluşu, son derece güzel ve yeşil peyzajı, sebzeçilik, bağçılık ve hayvancılığın geliştiği ilçelerle iç içe olması, temiz ve sağlık verici havası,

Kalealtı'nın kısa sürede bir sağlık ve dinlenme merkezi olarak tanınmasına yol açmıştır.<sup>126</sup>

Lenkeran Ovası, Hazar Denizi kıyısındaki Lenkeran Ovası da gelecek için değer taşıyan rekreasyonel kullanım alanlarından biridir. Ovanın güneyi; subtropikal iklimi, kumlu plajları ve güzel manzaralı siteleri, gelişmiş altyapısı, bütün yıl sebze-meyve yetiştiren tarım sektörü, bol işgücü, mineral su kaynakları, rekreasyon-turizm komplekslerinin oluşturulmasına olanak verir. Lenkeran ilçesinde Meşesu ve İbadı mineral su kaynağı vardır.

Azerbaycan'ın doğu yarısına göre, merkezi ve batı bölgelerinde rekreasyon-turizm sektörü az gelişmiştir. Bu geniş arazilerde mevsimlik faaliyet gösteren bazı tedavi-dinlenme tesisleri yer alır. Küçük Kafkas Dağları eteklerinde yer alan Naftalan kentinde dünyada tek olan tedavi amaçlı çamur petrolü vardır. Ayrıca bu kentte 1500 yataklı ve tüm yıl hizmet veren sağlık ocağı bulunmaktadır.

#### **2.4.3.2. Turistik Kamp ve Tesisler**

Azerbaycan'da turistler için kurulmuş kamplar çeşitli bölgelerde dağılışı göstermektedir. Bunlar arasında özellikle; Bakü-Karadağ, Mingeçevir, Hacıkent, Şuşa, Naftalan, Gebele, Zagatala, Lenkeran ve Yalama'dakiler büyük önem taşır. Ancak bunlar içerisinde sadece Yalama'daki kamplar 1000 yatak kapasitesini aşmaktadır. Diğer kamplar ise, 1000 yatak kapasitesinin altındadır.

Azerbaycan'da esas turizm mevsimi daha çok Mayıs'tan Ekime kadar maksimum 6 ay devam eder. Buna karşılık, Yalama, Zagatala, Şuşa ve Bakıdaki turist kampları ise bütün yıl hizmete açıktır.

Dinlenme Tesisleri: Azerbaycan'da toplam 98 dinlenme tesisi yer almakta olup bunlar 1998 yılı itibariyle 18.224 yatak kapasitesine sahip

---

<sup>126</sup> Yusif Zeynalli, "Azerbaycan Turistik Sisteminin Yönetimi ve İşleyişinin İktisadi - Coğrafi Problemleri", Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnstitutu Neşriyatı, Bakü, 1998, s 35.

bulunmaktadır. Bunların tesis türleri itibariyle dağılımı ve yatak sayıları aşağıdaki tabloda açıkça gösterilmiştir.

**Tablo 5. Azerbaycan'daki dinlenme tesis türleri ve kapasiteleri<sup>127</sup>**

<b>Tesis Türleri</b>	<b>Tesis Sayısı</b>	<b>Yatak Sayısı</b>
<i>Tedavi-Dinlenme Amaçlı Tesisler</i>	48	10.914
<i>Dinlenme Evleri ve Pansiyonlar</i>	13	845
<i>Dinlenme Kampları</i>	27	1461
<i>Turistik Oteller ve Turizm Kampları</i>	10	5004
<b>Toplam</b>	<b>98</b>	<b>18.224</b>

Azerbaycan'ın rekreasyonel potansiyeli göz önüne alındığında, ülkenin yılda 1 milyon kişiye dinlenme olanağı tanıyabileceği, ancak mevcut tesislerin iyileştirilmesi ve yenilerinin yapılmasının şart olduğu bildirilmektedir. Öte yandan, Azerbaycan'da turizm ve gezi işlerinin organizasyonu, iç ve dış turizm kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu amaçla Bakü, Merdekan, Sumgayıt, Gence, Mingeçevir, Naftalan, Nahçıvan, Beylegan, Eli Bayramlı, Guba, Şamahı vb. yerlerde turizm danışma büroları kurulmuştur.

#### **2.4.4. Azerbaycan Turizminin Turizm Politikaları Açısından Analizi**

Ülkede turizm sektörünün gelişmesi için yukarıda belirtilen sermaye yatırımların gerçekleştirilmesi ile birlikte aşağıdaki konulara da dikkat edilmelidir.<sup>128</sup>

1. Pazar ekonomisinde çalışan kurumların faaliyeti ekonomik verimlilik ilkesine göre düzenlenmelidir. Bu nedenle, turizm müesseselerin yer seçimi, turist kabulleri ve turistlere hizmet imkanları belirlenerek, verimli

<sup>127</sup>Kaynak: Adik 1999-2005 yararlanarak

<sup>128</sup> A.A.Salmanov. V.S.Dergehov,a.g.m.,s. 135

çalışmalarına imkan yaratılmalıdır. Sahil bölgelerinde olan turizm müesseseleri tek tek analiz edildiğinde Abşeron ve Yalama- Nabran bölgesinde olan kısa süreli dinlenme merkezlerine talebin yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle ilk önce bu bölgelerde bulunan dinlenme ve tedavi müesseselerine yatırım yapılmalıdır.

Ayrıca Guba ,Gusar, Xaçmaz, Şamahı, İsmayılı bölgelerinde kullanılmamakta olan turizm tesislerinin yenilenerek dış turizme açılması ülke ekonomisine büyük yarar sağlayacaktır.<sup>129</sup>

2. Turizm sektörünün geliştirilmesi için ülkenin milli menfaatlerine uygun reel politikalar izlenmelidir. Bu gün politikanın en önemli görevi karşılıklı faydalılık esasında işleyen ortak kuruluşların sayısının artırılması olmalıdır.

3. Turizm hizmet veren sosyal altyapının geliştirilmesi ( haberleşme, iletişim , yiyecek-içecek, ticaret, kültür vs.) Bu amaçla turizm tesislerinin altyapı kurumlarının oluşturulması ( burada konservelerin hazırlanması, saklanması, mutfak, çamaşırhane vs.hizmet sahaları faaliyet göstermelidir) gereklidir.

4. Turizm sektörünün geliştirmesi için devlet politikası olmalı, bu politikanın ayrıntılı gelişme programı hazırlanmalıve düzenli hayata geçirilmelidir. Yani devlet düzenli bir turizm politikası uygulayarak yerli ve yabancı iş adamlarını bu sektöre yatırım yapma konusunda teşvik etmelidir.

5. Turizm sektörünün geliştirilmesinde turizm şirketlerine ve tur operatörlerine büyük bir ihtiyaç vardır.<sup>130</sup>

6. Ülkede turizm konusunda öğretim programları uygulayan üniversitelere destek sağlanmalıdır.

Bu gün turizm sektöründe yeterli bilgi ve deneyime sahip olmayan insanların çalıştığı şirketler faaliyet göstermektedir. 2006-cı yılda Azerbaycan Turizm Üniversitesi yaranmıştır.

---

<sup>129</sup> Bizim Esr Gazetesi. 23Dekabr2001

<sup>130</sup> A.A.Salmanov, V.S. Dergehov, a.g.m.,s.136

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AZERBAYCAN'IN DAĞLIK ŞIRVAN BÖLGESİNİN KÜLTÜR TURİZM POTANSİYELİ

#### 3.1. Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi

**3.1.1. Coğrafi konumu.** Azerbaycan'ın en güzel bölgelerinden olan Dağlık Şirvan Bölgesi İsmayılı, Aksu, Kobustan ve Şamahı illerinin arazisini kapsamakla Azerbaycan'ın merkezinde yerleşmektedir. Ekonomik Bölge Aran, Şeki-Zakatala ve Apşeron ekonomik bölgeleri ile sınırlıdır. Ekonomik Bölgenin genel alanı 6.06 bin km karedir ve toplam ülke alanının %7'ni oluşturmaktadır. Rölyef özelliklerine göre bölgenin arazisi esasen dağlıktır. Bölgenin kuzey sınırından geçen Baş Kafkas Silsilesi'nin küçük kolları güney-doğuya doğru alçalarak Kızmeydan yaylasını oluşturuyor. Onun güneyinde ise 600-800 m yüksekliğinde Şamahı yaylası yerleşiyor. Yüksek batı kısmında Babadağ (3629m) zirvesi vardır. Ekonomik bölgenin %8'si ormanla kaplıdır.<sup>131</sup>

**3.1.2. İklim Özellikleri .** Bölgenin iklimi çok değişiktir. Yazın bölgenin iklimi sıcak ve kurudur. Yüksek dağlık bölgeler rutubetli ılıman soğuk iklim türüne aittir. Güneş radyasyonu, 125-134 kcal/sm<sup>2</sup> oluyor. Havanın ortalama yıllık sıcaklığı 14.5° C-dir. En sıcak ay Temmuz (38°C), en soğuk ay ise Ocak'tır (-19 °C). Yağmurun yıllık miktarı 600-1000 mm-dir.

**3.1.3. Akarsular.** Dağlık Şirvan bölgesi akarsu ağı pek yoğun değildir. Burada Göyçay, Girdimañçay, Aksuçay, Pirsaatçay, Ceyrankeçmez ve diğer nehirler yağmur sularından gıdalanıyorlar. Nehirler ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde bol sulu oluyorlar. Nehirlerin suyundan ekin sahalarının sulanmasında kullanılması için su barajı ve suvarma ağları kurulmuştur.

---

<sup>131</sup> N. Allahverdiyev, Ş. Göyçaylı, Ş. Demirgabayev, N. Eyyubov 'Azerbaycan Respublikasının İktisadi ve Sosial Coğrafyası' 2003,s. 103

### 3.1.4. Sosyal Durumu

**Tablo 6. Dağlık Şirvan ekonomik bölgesinin illerinin arazisi, arazi bölgüsü ve yoğunluğu**

İller	Arazi, bin km <sup>2</sup>	Nüfus yoğunluğu (kişi/km <sup>2</sup> )	Nüfus
İsmayıllı	2.07	37.6	77 800
Aksu	1.02	64	65182
Kobustan	1.3	27	37.137
Şamahı	2.07	56	85 308

Diğer bölgelerle kıyaslandığında Dağlık Şirvan bölgesi daha az nüfusa sahiptir. Bölge nüfusu 257,4 bin kişi olmakla ülke nüfusunun %3.2-ini oluşturuyor. Bölge nüfusunun %28-i şehirlerde, %72-si köylerde oturuyor. Bölge iyi iş gücüne sahiptir. Çalışan insan sayısı ekonomik faal kısmın % 34'e eşittir.

### 3.1.5. Ekonomik Durumu

Dağlık Şirvan bölgesinde esasen taş, kum gibi inşaat malzemelerinin imalı gelişmiştir. Şamahı, Aksu ve İsmayıllı illeri kil yatakları ile zengindir. Bölgenin dağlık kısmı tedavi amaçla kullanılan termal sularla zengindir.

Dağlık Şirvan bölgesi esasen tarımcılık, şarapçılık ve üzümçülük ile tanınmıştır. Hayvancılığın en çok gelişmiş alanları koyunculuktur.

Dağlık Şirvan bölgesi Azerbaycan'da ahalinin yerleştiği eski bir bölge olmasına rağmen sanayisi zayıf gelişmiştir. Bu bölgenin sanayisinin temelini tarım oluşturmaktadır. Bundan başka, bölgenin ekonomisinde önemli yeri orman ve ağaç, inşaat malzemeleri üretimi(İsmayıllı ilinde ağaç üretimi fabrikası, Şamahı ve Kobustan illerinde taş ve kerpiç fabrikası), tarım teknolojisi fabrikası önemli yer tutmaktadır.

Şirvan toprağı tarihen sanatkarlık merkezi olmuştur. Lahıç ilçesi miskerklik ürünleri, Baskal köyü ise ipek baş örtüsü olan ‘keleşayı’ ile meşhurdur. Bir çok köyde halıcılık geleneksel sanatkarlık türü olarak bilinmektedir.

Dağlık Şirvan bölgesi geniş ulaştırma ağına sahiptir. Burada ulaşımın bütün türleri kullanılmaktadır. Bakü-Tiflis otoyolu Bağımsız Devletler Birliğı ülkeleri ile ekonomik ilişkiler kurmakta geniş imkanlar yaratmaktadır. Ülkenin batı illerini baş kentle birleştiren Bakü-Kazah otoyolu Şirvan bölgesinden geçmektedir.

Dağlık Şirvan bölgesinde bir kaç yüksek öğretim okulu, devlet üniversitelerinin bölümleri , kültür merkezleri, devlet hastaneler, tiyatro ve muzeler bulunmaktadır.

### 3.2. Dağlık Şirvan Bölgesinin İlleri ve Onların Turizm Potansiyelleri

#### 3.2.1. İsmayılı İli

<u>Ait Olduğı Bölge:</u>	<u>Dağlık Şirvan</u>
<u>Arazisi:</u>	2 074 (km <sup>2</sup> )
<u>Nüfusu:</u>	77 800
<u>Nüfus sıklığı:</u>	37.6 (kişi/km <sup>2</sup> )
<u>Telefon kodu:</u>	0178
<u>Posta kodu (Merkezi PŞ):</u>	AZ3100
<u>Yaşayış sitelerinin sayısı</u>	109
Bakü ile arasında mesafe	185 km
Ulaştırma şekli	otobüs - Bakü – İsmayılı otobüsleri



Şekil 4: İsmayılı ili

Azerbaycan'ın en güzel

bölgelerinden birisi olan İsmayılı ili Büyük Kafkaz dağlarının güney yamaçlarında dağlar ve ormanlar ehatesinde yerleşmektedir. Esasen dağlık röllyefe sahip olan bu ilin en yüksek noktası Babadağı'dır (3629 m). İl içindeki ormanların genel alanı 667 990 km karedir.

**İsmayılı ilinin doğası:** dağ nehirleri, ormanlar, doğal ve yapay göller, şelaleler, zengin hayvan ve bitki türleri burada olmuş her kesi hayran bırakıyor.

Azerbaycan’da mevcut olan 9 iklim türünden 3-ü İsmayılı ilinde vardır. Düzlük arazilerde iklim sıcak ve ılıman, dağlarda ise soğuktur. Ocak ayında orta sıcaklık -0,5 C, temmuz ayında ise +23 C. Yağınların orta miktarı yılda 584 mm-e eşittir. Girdimançay, Göyçay və Ah-oh nehirleri bu ilin arazisinden geçiyor. İl arazisinde şelalelerin sayısı da çoktur: Kalacık köyünün yakınındaki şelalenin yüksekliği 50 m, İstisu köyünün yakınındaki şelalenin – 25 m, Burovdal köyünün yakınındaki şelalenin – 50 m, Müdrüse köyünün yakınındaki şelalenin yüksekliği- 25 metredir. Babadağ’ın yakınında, deniz suyu seviyesinden 3400-3500 m yüksekte bulunan üç doğal göl ve Aşıkbayramlı köyünün yakınındaki iki yapay göl bu ilin incileridir. Zengin bitki ve hayvan türlerine sahip olan İsmayılı ilinde çok sayıda şifalı bitkiler vardır, burada maral, dağ keçisi, yaban domuzu (kaban), ayı, kurt, tilki, tavşan ve başka hayvanlar yaşamaktadır. 1969 yılında ilin arazisinde 57780 km kare alana sahip olan İsmayılı yasaklığı kurulmuştur.

Meşhur rus şairi Lermontov 1837-ci yılda İsmayılı’nın Tircan köyünde olmuş, burada ünlü olan ozan Aşık Oruc’la görüşmüştür. Şair kendinin «Aşık Garip» poemini burada ozan Oruc’un rivayetleri esasında yazmıştır.

İsmayılı ilinde azeri türkleriyle beraber diğer halklar ve etnik gruplar da yaşamaktadır: lezgiler, ruslar (malakanlar), yahudiler, lahıclar, eski albanlardan olan hapıtlar.

Azerbaycan’da meşhur olan İvanovka köyünde zamanında Rusya’dan buraya göç ederek gelmiş malakanlar yaşamaktadır.

## **TURİZM**

İsmayılı’da halk sanatı gelenekleri çok güçlüdür. Kalacık, Tezekent ve başka köylerde halıcılık gelişmiştir. İsmi VII yüzyıldan tarihe geçmiş olan, Girdimançayın sahilinde yerleşen Lahıc köyü bölgede özellikle ilgi çekmektedir. Yüksek dağlıkta yerleşen bu küçük şehircik Azerbaycan’ın en ünlü sanatkarlık merkezlerinden birisidir. Burada bakırdan hazırlanan silahlar ve kaplar Lahıc’a ilgiyi artırmaktadır. Bir sıra zorluklara rağmen sanatkarlar kendi sanatlarını yaşatmağa çalışıyorlar. Bu amaçla Lahıc ve Baskal köylerinde ‘tarih-kültür yasaklıkları’ kurulmuştur. Buradaki



tarihi anıtlar mühafaza olunmaktadır. Baskal köyünde XVII yüzyıla ait cami, Lahıc köyünde ise Bedöyün camisi, Zavarı camisi (1791-ci yıl), Ağoli camisi ve Zavarı ırmağı mühafaza olunmaktadır.

İsmayılı'nın başka ünlü eski anıtları Khanagah köyündeki Kız Kulesi (VII y.y.), Sulut köyünde Fitdağ kalesi (XVIII y.y.)dir. Dendiğine göre, milattan önce IV yüzyılda Makedoniyalı İskender bu yerleri dinlenmek için seçmiştir. Kalacık köyü yakınında Kasımkhan kalesinin kalıntıları vardır. Girdimiançay'ın sol sahilinde, dağın yüksek zirvesinde orta yüzyıllar devrine ait başka bir kalenin kalıntıları bulunmaktadır. Bu kalenin inşası Kafkaz Albaniyası hükmdarı Cavanşir'in (VII y.y.) ismiyle bağlıdır. Hankendi'nde Han kalesi (XVII y.y.) de bölgenin en önemli tarihi anıtlarından birisidir. Devlet genelinde dağ turizmi turları olan İsmayılı – Lahıc – Babadağ – Kuba (133 km), İsmayılı – Lahıc – Şamahı (105 km); İsmayılı – Kalacık – Kebele (79 km) bu bölgenin arazisinden geçmektedir.

#### **Konaklama yerleri:**

- «Talıstan» moteli Tel. 5 36 32
- «Makhsul» oteli
- «Kalamarj» oteli
- «Green House» oteli
- «Qız Qalası» istirahet bölgesi ve b.

#### **Restoranlar:**

- «Gülüstan» restoranı Tel. (50) 333 44 71

### **3.2.2. Şamahı İli**

<u>Ait Olduğu Bölge:</u>	<u>Dağlık Şirvan</u>
<u>Arazisi:</u>	1611
<u>Nüfusu:</u>	85 308
<u>Nüfus sıklığı:</u>	56 (kişi/km <sup>2</sup> )
<u>Telefon kodu:</u>	0176



<u>Posta kodu</u> (Merkezi PŞ):	AZ 5600
<u>Yaşayış sitelerinin sayısı</u>	61
Bakü ile arasındaki mesafe	135 km
Ulaştırma şekli	otobüs - Bakü – Şamahı otobüsleri

### Şekil 5: Şamahı ili

Şamahı ili Şirvan'ın merkezi olarak bilinmektedir. Şamahı daha VI yüzyılda Şirvanşahlar devletinin başkenti olmuştur. Burada yapılan arkeolojik kazılar zamanı 2500-3000 sene öncesine ait kalıntılar ve eşyalar bulunmuştur. Yunan tarihçisi Ptolomeyus Kafkaz Albaniyası'nın şehirleri sırasında Şamahı'nın da adını çekmiştir. Şamahı bağları ve ipek kumaşları ile de oldukça ünlüdür.. Burada değişik sanat dalları gelişmiştir. Bakırdan hazırlanan işlemeleli kaplar, bijuteri ve ev eşyaları çok büyük ilgi çekmektedir.

Şamahı şehrinin ismi yarandığı zamandan bu yana geçen yüzyıllar boyu birkaç kez değişmiştir. Değişik tarihi devlerde bu bölgenin ismi Şirvan, Sarvan, Khairvan, Aşşmah, Şah-mah, Şamukh ve başka şekillerde gösterilmiştir. Şamahı ismi «şah» (büyük) ve «mah» (şehir) sözlerinden oluşmuştur. Başka bir hikayeye esasen, «şam» sözü – Damaşk şehrinin arapça karşılığı, «ahı» ise «benzeri» anlamına gelmektedir. Buraya göç etmiş suriyalılar Şamahı'nın güzelliğini ve büyüklüğünü görünce onu Damaşkla kıyaslamışlar.

Eski Azerbaycan şehirleri arasında Şamahı özel bir yere sahiptir. Bu şehir defalarca yabancı işgalcilerin baskınlarına maruz kalmış, neticede birçok medeniyet abideleri mahv olmuştur. Bir zamanlar Şamahı'da olmuş Aleksandr Düma kendi eserinde böyle yazıyordu: «Şamahı hiç bir zaman olduğu gibi geleceğe çıkamayacak».

Şamahı'nın ismine Puşkin'in «Şamahı şahzadesi» eserinde de rast geliyoruz. Meşhur rus seyyahı, Tverli'den olan tacir Afanasi Nikitin «üç deniz ötesine» seyahet ederken burada da olmuştur.

Şamahı topraklarının doğal zenginlikleri eski zamanlardan beri insaları kendine cezp etmiştir. Buranın eşsiz doğası, ılıman iklimi, termal suları her zaman ilgi çekmiştir. Şamahı'da havalar ne çok sıcak, ne de çok soğuk oluyor. Şamahı arazisinde 50-den fazla şifalı bitki türü vardır.

Ormanların zengin tabiatı burada hayvanların ve kuşların yaşaması için geniş imkan sağlamaktadır. Şamahı'da ceylan, yaban domuzu, ayı ve çöl kedileri gibi vahşi hayvanlara rast gelmek mümkündür. Dağlık arazilerde yaz ayları azıcık sıcak, kış ise ılıman iklim şeratinde geçmektedir. Burada yılda 40-80 gün kar yağıyor. Karın orta kalınlığı 30-50 sm-dir.

## **TURİZM**

Şamahı şehrinin 12 km kuzey-doğusunda deniz seviyesinden 1400 m yüksekte yerleşen Pirkulu ilçesinde Nesreddin Tusi adına astrofizik rasathanesi faaliyet göstermektedir. Bu rasathanede çağdaş teknoloji ve eski Sovyetler'de bulunan en büyük teleskop bulunmaktadır. Pirkulu'da kış aylarında dağ-kayak sporu, yazın ise at turizmi yapmak mümkündür.

Turistik yer olarak bilinen bir diğer bölge berrak sulu ırmaklarıyla meşhur olan «Kırkbulak»tır. Buranın doğasını muhafaza etmek amacıyla alanı 15210 km kare olan «Pirkulu» yasaklığı yaratılmıştır. Şamahı yolunun düzlük araziye çıktığı kısmında yerleşen küçük Cengi ilçesinde turistler «Şirvan», «Kobustan», «Şamahı», «İsrafil», «Erciman» halılarını hazırlayan ustalarla tanışabilirler.

Şamahı'dan 10 km uzakta, Pirsaat nehrinin sağ kıyısında, deniz seviyesinden 850 m yüksekte Çukuryurt adlanan büyük bir ilçe bulunuyor. Burada bir zamanlar Rusya'dan göçerek gelen malakanlar yaşamaktadır. Çukuryurt'un etrafındaki küçük dağcıklarda Babadağ, Tufandağ ve Bazardüzü kükürtlü su ırmakları vardır.

Zengin dağadan başka Şamahı hem de eski tarihe sahiptir. En önemli tarihi

anıtları: İki minareli Cüme camisi (743-cü yıl), Şahihandan tapınağı (XV y.y.), Pirmerdekan tapınağı (XIII-XIV y.y.), Kelehanı köyündeki İmamzade piri, Gülüstan kalesinin (XI-XII y.y.) kalıntıları veb.

Çukuryurt'tan 9 km mesafede Kala-bugurt dağ köyü bulunuyor. Bu köyün etrafında eski Kala-bugurt duvarının (XV-XVI y.y.) kalıntıları vardır. XIII y.y.-da Şirvanşah Şharukh buraya saldıran farslardan bu duvarla mudafaa olunmuştur. Kalenin içinde şahın sarayı vardır. Kale mükemmel su techizatı sistemine sahipti.

Gülüstan kalesinin kalıntıları Şamahı yakınındadır. Şirvan hükmdarlarından olmuş Mustafa hanın sarayının kale duvarlarının kalıntıları Fit dağında lemektedir. Şirvan hanlarının uyuduğu Yeddi Gümbez tapınağının (XVIII-XIX y.y.) durumu iyi sayılır.

#### **Konaklama yerleri:**

- «Fortuna» oteli
- «Sindibad» oteli
- «Shirvan Saray» oteli
- «Shamahı» moteli
- «Sehirli Hayat» oteli
- «Karı Bul Bul» oteli ve b.

#### **Restoranlar:**

- «Dostluk» Tel. 9 15 72
- «Pirkulu» Tel. 9 47 76
- «Turist» Tel. 9 36 78
- «Şirvangöl» Tel. 9 43 01

- «Melhem» Tel. 9 21 80
- «Kaya» Tel. 9 28 31

### 3.2.3. Aksu İli

Ait Olduğu Bölge:	<u>Dağlıq Şirvan</u>
Arazisi:	1020.00 (km <sup>2</sup> )
Nüfusu:	65182
Nüfus sıklığı:	64 (kişi/km <sup>2</sup> )
Telefon kodu:	198
Posta kodu (Merkezi PŞ):	AZ 0600
Yaşayış sitelerinin sayısı	78
Bakü ile arasındaki mesafe	162 km
Ulaştırma şekli	Otobüs - Bakü – Aksu otobüsleri



#### Şekil 6: Aksu ili

Aksu ilinin merkezi Şamahı'dan 37 km uzakta Aksu nehrinin sahilinde yerleşmektedir. Aksu'ya giden otoyol meşhur Aksu dağ yolundan geçiyor. Uzunluğu 14 km olan bu yolun en yüksek noktası deniz seviyesinden 900 m yüksektir. Aksu'da üzüm imalı ve ipek kumaş yapımı gelişmiştir.. Aksu'da hazırlanan «Biso», «Gaşed» ve «Pirhesenli» halıları çok meşhurdur. Aksu ili 8 ekim 1943 yılında yaranmıştır. Aksu'nun nüfusu esasen azeri türkleri oluştursa da, burada hem de lezgiler, ruslar, ahıska türkleri, ukraynalılar ve diğer milletler de yaşamaktadır.

Bakü-Kazakh otomobil yolunun 38 km ve Aksu-Kürdemir otomobil yolunun 18 km Aksu arazisinden geçmektedir. Aksu ilinin sanayisinin esasında tarımcılık durmaktadır. Tarım sanayisinin %61,8-ini bitkiçilik, %38,2-ini hayvancılık

oluşturuyor. Son yıllarda Aksu arazisinde ziraatin tahıl, meyve, sebze yetiştirmeciliği olları gelişme göstermiştir.

## **TURİZM**

Bir zamanlar Aksu'dan 4 km uzakta Yeni şamahı adlanan yaşayış yeri mevcut olmuştur. 1734 yılında Nadir şah şamahı'nı darmadağın ettikten sonra sağlıkalan şehir sakinlerinin buraya göçü gerçekleşmiştir.

Aksu'dan 3 km mesafede yerleşen şeykh Dursun tapınağı 1382 yılında inşa edilmiştir. 1457-ci yılda ise buradadaha güzel mimariye sahip olan şeykh Mezid tapınağı inşa olunmuştur. şeykh Mezid tapınağının inşasında ve interyerinin tertibatında değişik renkli kil kaplar kullanılmıştır. şehrin güney-batısında «Ak Gunbez» tapınağı, Aksu'nun doğusunda XVIII y.y.-a ait bina kalıntıları, Grcvan köyünde ise Kız Kalesi diğer turistik bölgelerdir.

### **Konaklama yerleri:**

- «Aksu» oteli

### **Restoranlar:**

- «Glstan» restoranı
- «Menzere» restoranı

### 3.2.4. Kobustan İli

Ait Olduğu Bölge:	<u>Dağlıq Şirvan</u>
Arazisi:	1.369,4 (km <sup>2</sup> )
Nüfusu:	37.137
Nüfus sıklığı:	27 (kişi/km <sup>2</sup> )
Telefon kodu:	150
Posta kodu (Merkezi PŞ):	AZ 3700
Bakü ile arasındaki mesafe	101 km
Ulaştırma şekli	otobüs - Bakü – Mereze otobüsleri

#### Şekil 7: Kobustan ili

Kobustan ili 24 nisan 1990 yılında yaranmıştır. Kobustan arazisinde ahali çok seyrek meskunlaşmıştır. Ahalinin orta sıklığı her km kareye 28 kişidir. İlin köy ahali (89,1%) şehir ahalisinden (10,9%) yüksektir. Genel nüfusun %48,6-ı erkekler, % 51,4%-nü kadınlar oluşturuyor. Bölge nüfusunun milli terkiğini esasen azeri türkleri % 98,9, geri kalanlarını ise rus ve ukrayna milleti oluşturuyor.

Kobustan'ın arazisi değişik coğrafi röllyefe sahip olduğundan ulaştırma şekillerinden yalnız otomobil yolları gelişmiştir. Kobustan'dan Bakü-Kazah otomobil yolu geçmektedir.

Bölgenin sanayi bakımından esasen ziraati (tahıl yetiştirme) gelişmiştir. Hayvancılık, özellikle kuşçuluğun inkişafı için uygun şerait vardır. Kobustan'da Bölge Tecrübe İstasyonu, M.Hüseynzade adına tohumculuk sanayisi, tohum analizi yapan laboratuvar, Bitki Mühafaza İdaresi vardır. Bundan başka potates, lahana, domates, nohut, üzüm ve b. Ziraat ürünleri yetiştiriliyor.

#### TURİZM

«Kobu» sözü – çukur, vadi anlamına gelmektedir. Kobustanın iklimi subtropikdir. Yazda sıcaklık +32 C-den +42 C-ye kadar, kışta ise -5 C-den +5 C-ye kadar değişiyor.

Kobustan ilinin merkezi olan Mereze kasabası esas otomobil yolunun kenarında

yerleşiyor. Mereze kasabasının yakınlığında olan mağara labirentleri turistlerin ilgisini çekmektedir. Yeraltı geçitler vasıtasıyla bir-birine bağlanan bu labirentler daha orta yüzyıllarda inşa edilen bütün bir galeri sistemidir.

Kobustan'da çok sayıda tarihi anıtlar bulunmaktadır. Onlardan en mühümleri – Diri baba türbesidir(1402-ci yıl), Şah Abbas kervansarayı, Şeyhbergü abideleri, Şeyh ovasıdır.. Merezenin merkezinde yerleşen Şah Abbas kervansarayının ciddi berpa olunmasına gerek duyulmaktadır.

Şeyhbergü abideleri – milattan önce İy.y.-dan milattan sonra VIII y.y.-a kadar Şamahı ile Tebrizi birleştiren ticaret yollarında mevcut olmuş insan yurtlarının kalıntılarıdır. Dağ kolanı köyünün yakınlığında yerleşen bu kalıntılar arkeologlar tarafından 1961 yılında bulunmuştur.

Şeyh ovası tarihen Şih düzü adlanan arazide yerleşen üç dağcıktan oluşmuştur. Kobustan ili Şirvan'ın halıcılık merkezlerinden biridir. «Mereze», «Nebur», «Çuhanlı» ve «Cemcemli» adlanan yerli halılar çok meşhurdur.

#### **Konaklama yerleri:**

- Bölge nüfusunun kira verdiği evler

#### **Restoranlar:**

- Yol kenarındaki restoranlar

### **3.3. Dağlık Şirvan Bölgesinin Kültürel Turizm Potansiyelinin Ölçülmesi İçin Yapılan Araştırma**

Bu bölümde Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesinin kültürel turizm potansiyelini ölçmek için yapılan bir araştırma yer almaktadır.

#### **3.3.1. Araştırmanın Amacı**

Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi kendinin zengin kültürel değerleriyle Azerbaycan'ın en önemli turistik destinasyonlarından biri olarak bilinmektedir. Bu



çalışmada bir turistik destinasyon olarak Dağlık Şirvan Bölgesinde kültürel turizmin nasıl geliştirilebileceği sorusu ele alınmıştır.

Çalışmanın hedeflerini aşağıdaki gibi sıralaya biliriz:

- Dağlık Şirvan Bölgesinde turizmin mevcut durumunun incelenmesi,
- Dağlık Şirvan Bölgesinin kültürel turizm açısından verimli kullanım alanlarının belirlenmesi,
- Yeni turistik ürün çeşitlerinin oluşturulması.

### 3.3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada uzmanların görüşlerinin öğrenmek ve araştırılan konu ile ilgili olarak uzmanlar arasında görüş birliğine ulaşmak amacıyla oluşturulan ‘Delphi Yöntemi’ kullanılmıştır.<sup>132</sup> Delphi Yöntemi; Linstone ve Turoff, Lindemann, Green gibi iş adamları tarafından ‘bir konuda uzlaşmaya varmak ve konunun önceliklerini belirlemek amacıyla uzmanlara fikirlerinin sorulması ile bu fikirlerin toplanması ve birleştirilmesini sağlayan bir yöntem’<sup>133</sup> olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntem 1950’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri, Kaliforniya’da Rand Corporation Şirketi tarafından geliştirilmiştir. Orijinalinde fen ve teknolojik gibi alanlarda bazı olayların gelecekte gerçekleşme olasılıklarını saptamak amacıyla uzmanlara danışılması şeklinde ortaya çıkmıştır. Yöntem daha sonra, ABD’de askeriye ve teknolojide kullanılmış, daha sonralar ise ilaç ve tıp alanlarında da sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır.<sup>134</sup> Delphi yöntemi turizm alanında da geniş kullanılmaktadır.

Belirli çalışma alanı ya da alanlarının belirlenmesinden sonra uzman/ uzman komitelerinden oluşan araştırmacı grubunun kurulması, yöntemin ilk aşamasını oluşturmaktadır. ( tablo 1). Araştırmacılar gelecek 10-20 yıl gibi belirli bir dönem içinde oluşabilecek gelişmeler ya da tematik alanlarla ilgili sorular içeren anket formları hazırlar. Soru formlarının en az hatalı hale getirilebilmesi için anketin pilot

<sup>132</sup>H. Green vd., ‘Assesing The Environmental Impact of Tourism development: the Use of Delphi Technique’, **Journal of Environmental Studies**,1989, Vol:35, s.54.

<sup>133</sup> J. Leach, H. Mercer, vd., ‘Improving Food Hygiene Standarts- a customer focused approach’, [http://www.ifh-homehygiene.org/2003/2library/Leach\\_BFJ\\_2001\\_103\\_238.pdf](http://www.ifh-homehygiene.org/2003/2library/Leach_BFJ_2001_103_238.pdf), 09,09,2004.

<sup>134</sup> M. Kerr, ‘ The Delphi Process’, <http://www.Rararibids.org.uk/documents/bid79-delphi.htm>, 06.11.2003.

uygulaması yapılır. Son halini alan anket daha sonra araştırmacı ya da araştırma grubu tarafından seçilen uzmanlara gönderilir. Bu aşamada anketi cevaplayanların diğer uzmanlarla temas kurmadan kendi fikirlerini belirtmeleri gerekiyor. Uzmanlar kendilerine yönlendirilen soruları cevaplandırır. Birinci turun sonucunda elde edilen anketler ortalama ve dağılım gibi temel sonuçlarla birlikte aynı uzmanlara tekrar gönderilir. Böylece anketi cevaplayan uzmanlara genel görüş eğilimi işığında kendi cevaplarını yeniden değerlendirme olanağı sağlanmış olur. İkinci turda birinci turda verdikleri yanıtlarını değiştirmeleri halinde uzmanlardan ‘yanıtlarını değiştirme gerekçelerini’ belirtmeleri istenir.<sup>135</sup> Bu ana süreç aratırmacının belli bir uzlaşmaya ulaşıldığını düşünmesine kadar devam eder.<sup>136</sup> Genel olarak bu süreç iki ya da en fazla  tur tekrarlanmaktadır. Bu şekilde farklı görüşler arasında ortak noktalar bulunmaya çalışılır ve görüşlerin yakınsaması( convergence) sağlanır. Araştırmacının turları sonlandırma zamanını ve çalışmanın bulgularına göre ‘uzlaşma noktalarının’ neler olduğunu iyi bilmesi gerekmektedir.<sup>137</sup>

---

<sup>135</sup> TÜBİTAK, ‘Teknoloji ngrs ve ülke örnekleri alışma Raporu’, <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr/yayinlr/rapor/ongoru-raporu.pdf>, 10,10,2004.

<sup>136</sup> D.R.Anderson, D.J.Sweeney, T.A.Williams, Quantative Methods for Business, West Publishing Company, Third Edition, 1983, s.220.

<sup>137</sup> H.Felicty vd., ‘Research Guidelines for the Delphi Survey Technique’, Journal of Advanced Nursing, Vol,32, Issue4, Oct.2000, <http://www.blackwell-synergy.com>

**Tablo 7. Delphi Modelinin Aşamaları**

<b>1. BÖLÜM</b>	<b>Ön Çalışma</b>
Başlıca çalışma alanlarının tanımlanması	Çalışma alanlarının sayısı, konunun kapsamı ile sınırlanır. İlgili olaylar, teorik çalışma, senaryolar vb. ile saptanır.
Başlıca çalışma alanlarının her biri için geçmiş bilgilerin incelenmesi	Çalışmanın teorik ve pratik araştırmalara dayanması gerekir.
Pilot bir anketin hazırlanması	Anket çalışma için sorgulama amaçları ve konuları ile ilgili genel konuları içermelidir.
Pilot anketin uygulanması	Amaç, eksikliklerin en aza indirgenmesi ve soruların içeriği konusunda fikir almaktır.
Uzmanlar panelinin seçilmesi	Uzmanların mümkün olduğu kadar kendi alanlarının en iyileri olmaları gerekir.
<b>2. BÖLÜM</b>	<b>1. Basamak Anket</b>
1. basamak anketin uygulanması	Panel üyelerine ilişkin ek bilgiler vermek ve gelecekteki olaylar için olasılık dereceleri vermeleri istenir.
1. basamak yanıtların analizi	1. basamak yanıtları değerlendirmeye alınır.
<b>3. BÖLÜM</b>	<b>2. Basamak Anket</b>
2. basamak anketlerin dağılımı	Uzmanlara birinci tur sonuçları ile birlikte aynı sorgulama formları tekrar gönderilir.
2. basamak yanıtların analizi	Yanıtlar değerlendirilir.
<b>4. BÖLÜM</b>	<b>3. Basamak Anket</b>
3. basamak anketlerin dağılımı	Kişilere özet bilgiler ışığında ikinci basamak anketlerin yanıtlarını yeniden değerlendirmeleri ve normal dağılımdan farklı yanıtların gerekçeleri istenir.
3. basamak yanıtların analizi	Her olayın olabilirliği ve dağılımını gösteren özet bilgiler düzenlenir.
<b>5. BÖLÜM</b>	<b>Final Analiz</b>
Verilerin analizi	Veriler analiz edilir, sonuç ve değerlendirme raporu yazılır.

**Kaynak:** Orhan İçöz, Metin Kozak, Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998,s.285 ve TUBITAK, [http://hizmet.tubitak.gov.tr/delfi/pages/delfi\\_teknik.htm](http://hizmet.tubitak.gov.tr/delfi/pages/delfi_teknik.htm),19,06,2003'den uyarlanmıştır.

### 3.3.3. Veri Toplama Tekniği

Çalışmada veri toplama tekniği olarak ‘anket’ kullanılmıştır. Anketlerin bir kısmı bireysel olarak dağıtılmış, yüz yüze görüşülerek yapılmış, bir kısmı da internet üzerinden uzmanlara iletilmiştir. İkinci turda ise, uzmanlarla önceden haberleşerek faks gönderilmiş ve geri fakslar alınmıştır. Bunun dışındaki katılımcılara ise anketler bireysel olarak verilir, bir süre sonra geri alınmıştır.

### 3.3.4. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada belirli bir amaç dahilinde uzmanlar seçilmiş, yani *amaca bağlı örnekleme* yapılmıştır. ‘Örnekleme tekniğinde örneği oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşturulur.’<sup>138</sup> Bu çalışma ile ilgili olarak belirlenen uzmanlar aşağıdaki gruplardan oluşturulmuştur:

- Turizm akademisyenleri,
- Turizm sektörünü oluşturan konaklama sektörü temsilcileri, seyahat acentaları ve ulaşım sektöründe hizmet veren kuruluşların temsilcileri ve turistik yiyecek- içecek işletme yöneticileri.
- Turistik ilçelerin yönetim birimlerinde çalışan uzmanlar,
- Dağlık şıvan Bölgesi’nde çalışan rehberler,
- şehir ve bölge planlamacıları,
- Arkeoloji konusunda uzman kişiler ve mimarlar.

Delphi uygulamasını başlangıçta ortalama 20 uzmanın katılımıyla gerçekleştirmek mümkündür.<sup>139</sup> ‘Bu yöntem genel olarak ilk turda 40-50 kişiyle yapılabildiği gibi çalışmanın 4 kişiye de başarıyla uygulandığı görülmüştür. 1962 yılında ilk olarak Delphi çalışmasında görev alan Dalkey, ‘görüşler arasında büyük bir farklılık beklenmiyorsa 12 uzmanın, farklılık bekleniyorsa 25 uzmanın yeterli olacağını’

<sup>138</sup> R.Altunışık vd., Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamaları, Geliştirilmiş 2. Basım, Sakarya Kitabevi Yayınları, Sakarya,2002,s.63

<sup>139</sup> H.Green, a.g.e,s.55

belirtmiştir.<sup>140</sup> Bu çalışmada yukarıda belirtilen uzman niteliklerine uyularak ilk turda 20 uzmana anket gönderilmiş ve 18 anket geri dönmüştür. İkinci turda ise gönderilen 18 anketten 15 tanesi geri alınmıştır.

### 3.3.5. Ölçeğin Belirlenmesi

Bu çalışmada uzmanların konuyla ilgili tutumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Tutumu ölçmek için kolay ve popüler bir ölçüm yöntemi olan Likert Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte anketi yanıtlayan kişilere verilen önermelerle ilgili görüşlerini çok olumludan çok olumsuzu kadar sıralanan seçenekler içerisinde belirtmeleri istenmiş ve ankete katılanların konuyla ilgili tutumları ölçülmüştür.<sup>141</sup> Bu çalışmada aşağıdaki 'Beşli Likert Ölçeği' kullanılmıştır:

- (1): kesinlikle katılıyorum
- (2): katılıyorum
- (3): kararsızım
- (4): katılmıyorum
- (5): kesinlikle katılmıyorum

Son turda ise, sadece parantez içinde belirtilen ölçek değerlerine yer verilmiş ve uzmanların bunları tekrar değerlendirmeleri istenmiştir. Ayrıca ilk turda her bölümün altında uzmanlardan bölüme ilgili olarak uzmanlık düzeylerini 1 (en düşük) ile 5 (en yüksek) arasında değerlendirmeleri istenmiştir.

### 3.3.6. Anketin İçeriği

Anketin içeriğinin hazırlanmasının ilk aşamasında tezin ilk bölümlerinde yapılan literatür taramasından yararlanılmıştır. İkinci aşamada özel ve kamu sektöründen bazı temsilciler ile turistik dernek yöneticileri ve akademisyenler arasından seçilen

---

<sup>140</sup> E.Ö.Yürük, Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEU, Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir, 1999,s.116-117,120.

<sup>141</sup> Z.Clark vd'den aktaran İzzet Kılınç, Stratejik Planlama- Finansal Performans İlişkisi ve 4-5Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEU Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir, 2003,s.97.

uzmanlara çalışmanın amacı doğrultusunda görüşme yöntemi uygulanarak sorular sorulmuştur. Görüşmeler sırasında uzmanlara sorulan sorular aşağıda sıralanmıştır:

- Dağlık Şirvan Bölgesi'nde turizm sektörü sizce yeterince gelişmiş midir?
- Dağlık Şirvan bir turizm bölgesi olabilir mi?
- Dağlık Şirvan Bölgesi'nde kültür turizminin geliştirilmesi bölge ekonomisini olumlu yönde etkiler mi?
- Bu bölgede turizmin geliştirilmesi konusunda kamu sektörü üzerine düşen görevi yeterince yapıyor mu?
- Dağlık Şirvan Bölgesi'nde kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektör arasında nasıl bir işbirliğine gidilebilir?
- Dağlık Şirvan Bölgesi'nde kültür turizminin geliştirilmesi kapsamında ne gibi pazarlama politikaları uygulanabilir?
- Konuyla ilgili başka önerileriniz var mı?

Görüşme yöntemi sonucunda uzmanlardan elde edilen yanıtlar ve bunlara ek olarak ikincil kaynaklardan elde edilen bilgilerle birlikte çalışma amacı doğrultusunda 38 adet soru belirlenmiştir. Daha sonra soru sayısı katılımcıları sıkmamak amacıyla demografik özelliklerle ilgili sorular dışında 28'e indirilmiştir.

Demografik bilgileri ilgilendiren bölüm dışında sorular kapalı uçlu olarak oluşturulmuştur. Bunun amacı, anketin cevaplandırılmasını kolaylaştırmak, araştırmacının verileri daha kolay ve hızlı bir biçimde değerlendirmesini sağlamak ve açık uçlu soruların değerlendirilmesindeki zorlukları ortadan kaldırmaktır.

Uzmanlara uygulanan anket demografik sorulara ek olarak beş bölümden oluşmaktadır (Bakınız EKLER). İlk bölümde Dağlık Şirvan bölgesinin ekonomik durumu ve turizmin bölge ekonomisine etkileri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde bölge nüfusu ile ilgili olan sosyolojik sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde bölgenin doğal zenginlikleriyle ilgili sorular, dördüncü bölümde kültürel turizm faaliyetleri ile ilgili sorular yer almaktadır. Son bölümde ise kültür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolüne ilişkin sorular ele alınmıştır. İlk turda her bölümün altında uzmanlara cevaplandırdıkları bölüm ile ilgili uzmanlık derecelerini (1 en düşük, 5 en yüksek) değerlendirmeleri istenmiştir.

### 3.3.7. Anketin Uygulanma Süreci

Delphi yöntemi birkaç turlu olarak uygulanıyor. Birinci turdaki anketlerin dağıtımı ve geri dönmesi 20 Şubat 2008 – 15 Mart 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Gelen anketlerin istatistiksel analize tabi tutulması ve elde edilen sonuçların ikinci tur anketlere eklenmesi ile ilgili gerekli düzenlemelerin yapılması gerçekleştirildikten sonra 20 Mart 2008– 12 Mayıs 2008 tarihleri arasında ikinci tur anketlerin dağıtımı ve geri alınması gerçekleştirilmiştir. İkinci turda, birinci turun toplu sonuçlarının da birlikte gönderilmesinin amacı, uzmanların genel eğilimleri de görerek, yeni bir değerlendirme yapmalarını sağlamaktır. Turları bitirme zamanının araştırmacı tarafından bilinmesi oldukça önemlidir. Zaman sınırlaması uygulanmadığı takdirde çalışma anlamlı olmayan sonuçlar verebilmekte, katılımcıların yorulmasına, sıkılmasına ve hatta çalışmanın tamamlanamamasına neden olabilmektedir.<sup>142</sup>Bununla birlikte, ikinci tur sonunda % 50 uzlaşmaya varılmışsa bu yanıtların uzmanlara tekrar geri gönderilmesi tekrar hata yaratmaktadır.<sup>143</sup> Bu yüzden çalışma iki turlu olarak gerçekleştirilmiştir.

### 3.3.8. Araştırmanın Sonuçları ve Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırma verilerinin istatistiksel analizleri SPSS for Windows 11( Statistical Program for Social Sciences) paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmada, delphi yöntemi iki turlu olarak gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemde amaç uzmanların aynı konu üzerinde fikir birliğine ulaşmasıdır. Burada, uzmanların fikir birliğine ulaşp ulaşmadıklarını tespit etmek amacıyla anketin her bir bölümü için birinci ve ikinci tur sonuçları hipotez ve eşleştirilmiş t-testi uygulanarak test edilmesi düşünülmüştür. Yalnız anketi cevaplayan katılımcılar ikinci turda da aynı cevapları verdikleri için anket sonuçları sadece bir tur olarak incelenmiştir. Araştırma için kullanılan hipotezler, onlara ait testler ve yorumlar aşağıda irdelenmiştir. Böylece, ilk hipotez kanıtlanmıştır:

---

<sup>142</sup> H.Felicty, a.g.e.

<sup>143</sup> H.Felicty, a.g.e.

## Hipotez 1:

Ho: Anketin farklı bölümlerinde 1. ve 2. tur sonuçları arasında farklılık yoktur, yani 1. ve 2. turda elde edilen ortalamalar birbirine eşittir.

Ha: Anketin farklı bölümlerinde 1. ve 2. tur sonuçları arasında farklılık vardır, yani 1. ve 2. turda elde edilen ortalamalar birbirine eşit değildir.

### 3.3.8.1. Araştırmanın Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik, araştırma sonucunda elde edilen veriler ışığında ulaşılan sonuçlara aynı araştırma tekrarlandığında da ulaşılabilmeyi ifade etmektedir<sup>144</sup>. Bir başka deyişle, güvenirlilik rasgele hatalardan arınmış olmak demektir, eğer bir ölçüm tekrar tekrar aynı yanıt veriyorsa araştırmanın güvenilir olduğu söylenebilir<sup>145</sup>.

Bir anketin güvenilirliği yani ankette yer alan maddelerin ya da soruların her birinin birbiri ile ne kadar iyi ilişkilendirilmiş olduğunun sınanması için kullanılan başlıca yöntem Cronbach Alpha katsayısıdır. Cronbach Alpha katsayısı 0.00 ile 1.00 arasında değişir. Yeterli bir güvenirlilik katsayısı anketin kullanım amacıyla yakından ilişkilidir. Grupları karşılaştırmak için (A şirketindeki çalışanlarla B şirketindeki çalışanları karşılaştırmak gibi) 0.50 ve üstündeki bir güvenirlilik katsayısı yeterlidir. Bireylere ilişkin kararlar alabilmek için 0.90 civarında bir güvenirlilik katsayısı gereklidir<sup>146</sup>. Bu çalışmada uzmanların görüşleri karşılaştırılmakta ve birbirlerine yakınlık dereceleri ölçülmektedir. Bu nedenle güvenirlilik katsayısının 0.50 değerinin üstünde olması yeterlidir. Bu çalışmada

---

<sup>144</sup> N. K. Malhotra, Marketine Research An Applied Orientation, 3. Baskı, Prentice Hall, New Jersey, 1999.

<sup>145</sup> Terry G. Vavra (çev.), Müşteri Tatmini Ölçümlerinizi Geliştirmenin Yolları, Kalder Yayınları, No:8, 1999, s. 190.

<sup>146</sup> Psikometrik Araştırma Enstitüsü, 'Anket Araştırmaları Eğitimi: Güvenirlilik ve Geçerlilik', <http://www.psikometri.com/aa.htm>



kullanılan anketteki beş ana bölümün her biri için ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu bölümlerin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı belirlenirken SPSS 11.0 paket programı kullanılmıştır. Her bölüm için elde edilen değerler Tablo 8'de verilmiştir. Her bir bölüm için verilen değerler kabul edilebilir düzeydedir, bu nedenle tüm testin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

**Tablo 8. Anketin Güvenirlik Katsayıları**

Ankette Yer Alan Bölümler	Cronbach Alpha Güvenirlik
1. Ekonomi ile ilgili sorular	0,7618
2. Sosyolojik sorular	0,5952
3. Bölgenin doğal zenginlikleriyle ilgili sorular	0,8264
4. Kültürel turizm faaliyetleri ve istekler	0,5842
5. Kültür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolüne ilişkin sorular	0,6315

### 3.3.8.2. Uzmanların Demografik Özellikleri ile İlgili Değerlendirmeler

Delphi yönteminin bir gereği olarak katılanlarla ilgili demografik veriler değerlendirilmiştir.

**Tablo 9. Uzmanların Demografik Özellikleri**

Uzmanların cinsiyetlerine göre dağılımı			
Cinsiyet	Frekans	Yüzdeler (%)	Kümülatif Yüzdeler (%)
Kadın	6	40	40
Erkek	9	60	100.0
Toplam	15	100.0	
Uzmanların eğitim düzeylerine göre dağılımı			
Eğitim düzeyi	Frekans	Yüzdeler (%)	Kümülatif Yüzdeler (%)
Lise	4	26.6	26.6
Üniversite	6	40	66.6
Yüksek lisans ve üstü	5	33.4	100.0

Toplam	<b>15</b>	<b>100.0</b>	
<b>Uzmanların çalıştıkları sektörlere göre dağılımı</b>			
<b>Çalıştığı sektör</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzelik (%)</b>	<b>Kümülatif Yüzelik</b>
Kamu	4	26.6	26.6
Özel	8	53.4	80
Sivil Toplum Kuruluşları	3	20	100.0
Toplam	<b>15</b>	<b>100.0</b>	
<b>Uzmanların turizmde akademik eğitim yapma durumlarına göre dağılımı</b>			
<b>Turizmde akademik eğitim</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzelik (%)</b>	<b>Kümülatif Yüzelik</b>
Hayır	12	80	80
Evet	3	20	100.0
Toplam	<b>45</b>	<b>100.0</b>	
<b>Uzmanların özel sektör deneyimlerine göre dağılımı</b>			
<b>Özel sektör deneyimi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzelik (%)</b>	<b>Kümülatif Yüzelik</b>
Hayır	3	20	20
Evet	12	80	<b>100.0</b>
Toplam	<b>15</b>	<b>100.0</b>	

Araştırmaya katılan uzmanların % 40'ı kadın, % 60'ı ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyi değerlendirildiğinde % 26.6'nın lise, % 40 gibi büyük bir oranın üniversite, geri kalan % 33.4'lük kesimin ise lisans üstü mezunlar olduğu görülmektedir. Katılımcılardan turizmle ilgili akademik eğitim alanların oranı ise % 20'dir.

Uzmanların çalıştıkları sektörlere göre dağılımı incelendiğinde %26,6'nın kamu, % 53.4' ünün özel sektörde çalıştıkları, % 20'lik kesiminin ise sivil toplum örgütlerine bağlı oldukları görülmektedir. Uzmanların % 80'i turizmle ilgili akademik eğitim almamıştır. Bununla birlikte, bu sonuç katılımcıların konularında uzman olmaları ve soruları iyi bir şekilde cevaplandırmaları konusunda bir engel teşkil etmemektedir. Katılımcıların %80'inin turizmde özel sektör tecrübesi bulunmaktadır. Bu sonuç sektörü daha iyi tanımasını ve sorulara daha anlamlı cevap vermeleri açısından olumludur.

### 3.3.8.3. Katılımcıların Uzmanlık Derecelerinin Değerlendirilmesi

**Tablo 10. Katılımcıların Uzmanlık Derecelerinin Değerlendirilmesi**

Descriptives									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
BÖLÜM1 orta derece uzm	3	9,3333	1,52753	,88192	5,5388	13,1279	8,00	11,00	
yeterli derece uzm	8	8,8750	2,29518	,81147	6,9562	10,7938	4,00	12,00	
tam anlamıyla uzm	4	9,5000	1,29099	,64550	7,4457	11,5543	8,00	11,00	
Total	15	9,1333	1,84649	,47676	8,1108	10,1559	4,00	12,00	
BÖLÜM2 orta derece uzm	3	10,3333	1,15470	,66667	7,4649	13,2018	9,00	11,00	
yeterli derece uzm	8	13,1250	,99103	,35038	12,2965	13,9535	12,00	15,00	
tam anlamıyla uzm	4	12,7500	1,70783	,85391	10,0325	15,4675	11,00	15,00	
Total	15	12,4667	1,59762	,41250	11,5819	13,3514	9,00	15,00	
BÖLÜM3 orta derece uzm	3	8,0000	1,00000	,57735	5,5159	10,4841	7,00	9,00	
yeterli derece uzm	8	10,0000	2,26779	,80178	8,1041	11,8959	7,00	14,00	
tam anlamıyla uzm	4	9,0000	2,00000	1,00000	5,8176	12,1824	8,00	12,00	
Total	15	9,3333	2,05866	,53154	8,1933	10,4734	7,00	14,00	
BÖLÜM4 orta derece uzm	3	17,0000	2,00000	1,15470	12,0317	21,9683	15,00	19,00	
yeterli derece uzm	8	15,0000	,75593	,26726	14,3680	15,6320	14,00	16,00	
tam anlamıyla uzm	4	15,2500	2,62996	1,31498	11,0652	19,4348	13,00	18,00	
Total	15	15,4667	1,72654	,44579	14,5105	16,4228	13,00	19,00	
BÖLÜM5 orta derece uzm	3	9,6667	,57735	,33333	8,2324	11,1009	9,00	10,00	
yeterli derece uzm	8	9,8750	1,72689	,61055	8,4313	11,3187	8,00	13,00	
tam anlamıyla uzm	4	10,0000	1,41421	,70711	7,7497	12,2503	9,00	12,00	
Total	15	9,8667	1,40746	,36341	9,0872	10,6461	8,00	13,00	

	Ekonomi ile ilgili sorular	Sosyolojik sorular	Bölgenin doğal zenginlikler ile ilgili sorular	Kültürel turizm faaliyetleri ve istekler	Kültür turizminin bölgesel kalkınmadaki rolüne ilişkin sorular
Ortalama	3,06	3,06	3,06	3,06	3,06
Standart sapma	1,846	1,597	2,058	1,726	1,407

uzman değil      2: orta derecede uzman      3:yeterli derecede uzman      4: tam anlamıyla uzman

*Sapma*, bir gözlem değeri ile, aritmetik ortalama arasındaki farktır. *Standart sapma* ise, verilerin, aritmetik ortalama etrafında ne kadar serpiştiğini ya da dağıldığını gösterir. Bu tabloda standart sapmanın ortalama "1" civarında olması uzmanların kendi uzmanlıklarını değerlendirmeleri konusunda birbirlerine yakın cevaplar verdiğini göstermektedir.

### 3.3.8.4. Ekonomi İle İlgili Değerlendirmeler

Ekonomi ile ilgili bölümün ilk sorusu olan, **Kültür turizmi bölgede daha fazla iş imkanları yaratacaktır**, sorusunun cevapları aşağıdaki tabloda incelenmiştir. Katılımcılardan % 60-ı katılıyorum, %33,3-ü kesinlikle katılıyorum olarak cevaplandırırken, sadece %6,7-si fikrim yok cevabını vermiştir. Soruya negatif bir cevap verilmediğinden kültür turizminin bölgede yeni iş imkanları yaratacağı sonucuna varılmaktadır.

S1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	5	33,3	33,3	33,3
kat-yorum	9	60,0	60,0	93,3
fikrim yok	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

‘**Kültür turizmi bölgeye daha fazla sermaye akmasına neden olacaktır**’ sorusuna katılımcıların %53,3-ü katılıyorum, % 46,7-i kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir ki, bu da katılımcıların tümünün kiltir turizminin bölgeye sermaye çekeceği konusunda hemfikir olduğunu göstermektedir. Cevaplar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

S2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	7	46,7	46,7	46,7
kat-yorum	8	53,3	53,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

‘**Kültür turizmi bölge nüfusunun ekonomik durumunu negatif yönde etkileyecektir**’ sorusunun cevapları aşağıdaki tabloda incelenmiştir. Katılımcıların % 86-ı katılıyorum, %6,7-i kesinlikle katılıyorum, %6,7-i ise fikrim yok cevaplarını vermişler, bu da büyük çoğunlukla katılımcıların turizmin gelişmesiyle yerli nüfusun ekonomik durumunun negatif yönde değişeceğini düşündüklerini göstermektedir.

**S3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	1	6,7	6,7	6,7
kat-yorum	13	86,7	86,7	93,3
fikrim yok	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

**‘Bölgede kültür turizminin gelişimi fiyatların artmasına neden olmayacaktır’** sorusunun cevapları ise aşağıdaki tablodan da görüldüğü gibi şöyledir: katılımcıların % 6,7-i kesinlikle katılıyorum, %13,3-ü fikrim yok, %20,0-i kesinlikle katılmıyorum ve % 60-ı katılmıyorum. Buradan çıkaracağımız sonuç katılımcıların çoğunlukla bölgede kültür turizminin gelişimi ile fiyatlarda bir artışın yaşanacağı fikrinde olmalarıdır.

**S4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	1	6,7	6,7	6,7
fikrim yok	2	13,3	13,3	20,0
kat-myorum	9	60,0	60,0	80,0
k.kat-myorum	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

**3.3.8.5. Sosyolojik Sorularla İlgili Değerlendirmeler**

Bölümün ilk sorusu **‘Kültür turizmi kültürel faaliyetlerin gelişimine olumlu etki gösterecektir’** sorusuna katılımcıların %66,7-i katılıyorum, %33,3-ü kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişler ki, bu da kültür turizminin bölgede kültürel faaliyetlerin gelişimine neden olacağını göstermektedir.

**A1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	5	33,3	33,3	33,3
kat-yorum	10	66,7	66,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

**‘Kültür turizminin gelişimi suçluluk oranını etkileyemez’** sorusuna uzmanlar farklı cevaplar verseler de katılımcıların çoğunluğu, %53,3-ü katılıyorum cevabını vermişler.

**A2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	3	20,0	20,0	20,0
kat-yorum	8	53,3	53,3	73,3
fikrim yok	2	13,3	13,3	86,7
kat-myorum	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

**‘Kültür turizminin gelişimi bölge nüfusun sosyal hayatını renklendirecektir’**

sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu (%80-i) katılıyorum cevabını vermiştir.

Bölümün bir sonraki sorusu **‘Kültür turizminin gelişimi ile bölgede trafik sorunları yaşanmayacaktır’** katılımcılar tarafından aşağıdaki gibi

cevaplandırılmıştır: %6,7-i fikrim yok, %13,3,-ü kesinlikle katılmıyorum, %80- i ise katılmıyorum. Bu da çoğunluğun turizmin gelişimiyle bölgede trafik sorunları yaşanacağı fikrinde olduğunu göstermektedir. Bölümün son sorusu olan **‘Kültür**

**turizminin gelişimi yerli kültürün korunmasına olumlu etki gösterecektir’**

sorusu katılımcılar tarafından %53,3 çoğunlukla katılıyorum olarak cevaplandırılrsa da, katılımcıların %20-si bu konuda bir fikre sahip olmadıklarını belirtmişler.

### **3.3.8.6. Bölgenin Doğal Zenginlikleriyle İlgili Değerlendirmeler**

Bölümün ilk sorusu **‘Kültür turizmi bölgede izdiham yaratacaktır’** katılımcılar tarafından aşağıdaki tabloda da gösterildiği gibi cevaplandırılmıştır. %60-lık bir çoğunluk kültür turizminin bölgede izdiham yaratacağı fikrinde.

## B1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid k.kat-yorum	1	6,7	6,7	6,7
kat-yorum	9	60,0	60,0	66,7
fikrim yok	2	13,3	13,3	80,0
kat-myorum	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

**‘Kültür turizmi bölgede park ve yeşilliklerin tahriş olmasına sebep olacaktır’** sorusu katılımcılar tarafından %46,7-lik bir çoğunlukla katılıyorum olarak cevaplandırılmıştır. Bölümün üçüncü sorusu olan **‘Kültür turizmi doğayı kötü yönde etkileyecektir’** sorusu da katılımcılar tarafından büyük çoğunlukla pozitif olarak cevaplandırılmıştır (% 46,7- kesinlikle katılıyorum, %46,7- katılıyorum). Üçüncü bölümün son sorusu olan **‘Kültür turizmi bölgede ses kirliliği yaratacaktır’** sorusu katılımcılar tarafından %60- lık bir çoğunlukla katılmıyorum olarak cevaplandırılmıştır.

### 3.3.8.7. Kültürel Turizm Faaliyetleri ve İstekler İlgili Değerlendirmeler

Anketin kültürel turizm faaliyetleri ile ilgili olan dördüncü bölümünün ilk sorusu **‘Bölgede kültür turizminin gelişmesi için daha fazla otel inşa edilmelidir’** sorusuna uzmanlar aşağıdaki cevapları vermişler: %6,7- fikrim yok, %40- kesinlikle katılmıyorum ve %53,3- katılıyorum. Katılımcıların büyük çoğunluğu bölgede daha çok otelin inşa edilmesine gerek görmektedir. Bölümün ikinci sorusu olan **‘Kültürel turizmin gelişmesi için bölgedeki restoran ve otellerin hizmet seviyesi yükseltilmelidir’** sorusunu katılımcıların %60-ı kesinlikle katılıyorum diye cevaplarırken, %40-ı katılmıyorum diye cevaplamıştır. Bu da bölgedeki restoran ve otellerin hizmet seviyesinin düşük olduğunu, bölgede turizmin gelişmesi için restoran ve otellerin hizmet seviyesinin yükseltilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu bölümün anket sonuçlarına baktığımızda katılımcıların bölgede daha fazla küçük iş yerleri açılmasının (%53,3- kesinlikle katılıyorum), bölgenin bir kültür turizmi

destinasyonu olarak reklam olunması ve tanıtılmasının (%86,7- kesinlikle katılıyorum), kültürel turizmin gelişimi sırasında doğanın korunmasının (%73,3- kesinlikle katılıyorum) gerekli olduğunu bildirmişler.

#### **3.3.8.8. Kültür Turizminin Bölgesel Kalkınmadaki Rolüyle İlgili Değerlendirmeler**

Bölümün ilk sorusuna katılımcıların % 46,7-si kesinlikle katılıyorum, %40-ı katılıyorum olarak cevaplandırmış. Bu da 3 veya 4 bölgeye yapılması nedeniyle yararın tüm bölge yatırımlarına dağılacağı anlamına gelmektedir. '**Bölge halkı turizm hareketinden geniş oranda pay alacaktır**' sorusuna uzmanlar aşağıdaki gibi cevap vermişler: %26,7-si kesinlikle katılıyorum, %73,3-ü katılıyorum. Bu da katılımcıların bölge halkının turizm hareketinden geniş oranda pay alacağı anlamına gelmektedir.



## SONUÇ

Kültür turizmi potansiyeli açısından ele aldığımızda Azerbaycan topraklarının birçok bölge ve yöresi çok önemli nitelikler taşımaktadır. Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi kendinin zengin kültürel değerleriyle Azerbaycan'ın en önemli turistik destinasyonlarından biri olarak bilinmektedir.

Bu çalışmada bir turistik destinasyon olarak Dağlık Şirvan Bölgesinde kültürel turizmin nasıl geliştirilebileceği sorusu ele alındı. Yapmış olduğumuz araştırma sonucunda kültür turizminin bir turistik ürün olarak Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi için ne kadar uygun bir seçim olduğu ortaya çıkmaktadır.

Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan Bölgesi'nin kültür turizmi potansiyeli ile ilgili yapılan anket sonucunda konuyla ilgili uzmanların bu yörede kültür turizminin gelişimine sıcak yaklaştıkları görülmektedir. Anket sonuçlarında kültür turizminin yol açabileceği bazı negatif sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Örneğin, uzmanlar bölgede kültür turizminin gelişimi fiyatların artmasına neden olacağı, turizmin gelişimiyle bölgede trafik sorunlarının artabileceği, doğal zenginliklerin zarar görebileceği fikrindedir. Ama araştırma sonuçları genel olarak incelendiğinde uzmanların kültür turizminin gelişiminin bölge nüfusunun ekonomisi ve sosyal hayatı açısından bir çok pozitif etki bırakacağı düşüncesinde oldukları görülmektedir.

Kültür turizmi potansiyeli açısından bakıldığında, Şirvan Bölgesi'nde tarihsel ve folklorik değerler öne çıkan çekiciliklerdir. Ancak bunların dışında tescillenmeyi bekleyen çok sayıda maddi kültürel çekicilik vardır. Öte yandan geleneksel evler, geleneksel el sanatları, yeme – içme kültürü, dil ve özel günler, araştırma sahasındaki İsmayılı ve Şamahı gibi yerleşmelerin, fiziksel görünümlerinin kültürel peyzaja dönüşmesini sağlayan unsurlar sırasındadır.

Açıklamalar ışığında yukarıda belirtilen potansiyelin daha iyi değerlendirilebilmesi için bazı hususların dikkate alınması gerekmektedir.

Öncelikle, araştırma sahasını kapsayan bir turizm yönetim kurulu oluşturulmalıdır. Turizm altyapısının, turistik ihtiyaca cevap verecek şekilde düzenlenmesi ikinci aşamayı oluşturacaktır.

Öte yandan söz konusu kurul tarafından pazarlama stratejilerinin belirlenmesi gerekir. Bunun için de, araştırma sahasına uygun bir imaj ve marka oluşturulması, hitap edilecek turizm pazarının belirlenmesi, hedef pazar tiplerinin saptanması, tanıtım programının ortaya konması, turizm bilgi hizmetlerinin sağlanması önemli konular arasındadır. Ancak bütün bunların yapılabilmesi kültürel varlıkların korunmasına yönelik önemlerin alınmasına bağlıdır.

Ayrıca turizmin başarılı olabilmesi için, var olan kültürel çekiciliklerin, değişen turizm anlayışına göre ve bunlara birer turistik ürün özelliğinin kazanılması da gerekir. Bu bağlamda, zengin kültürel öğelerin turistler için deneyimsel tüketime uygun hale getirilmesi de bir zorunluluktur.

## KAYNAKLAR:

1. ADIK, **Azerbaycan'ın Statistlik Göstercileri 2002**, [http://www.azstat.org/publications/yearbook/2002/az/002\\_1.shtml#t1\\_2](http://www.azstat.org/publications/yearbook/2002/az/002_1.shtml#t1_2).
2. A.Ahmedov. , E. Hacıyev ve Z.Zamanov, **Mejdunarodny Turizm**, Seda Basımevi, Baku, 2000
3. Azerbaijan Data Network, Turizm i Otdih, <http://adanet.az/tours/sheki-zakatali/sheki-zakatali.html>
4. Azerbaijan Data Network, **Azerbaycan ı Mejdunarodny Transportny Koridor " TRACECA" Evropa- Kavkaz- Aziya, Sostavnaya Cast Velikogo Shelkovogo Puti**, [http://www.silkroad.az:8101/russian/General/bodv\\_general.html](http://www.silkroad.az:8101/russian/General/bodv_general.html)
5. Azerbaijan Kültür Bakanlığı, Muzeı Azerbaycana, <http://www.culture.az/museumr.htm>
6. B. Rızaoğlu, **Turizm Pazarlaması**, 1995.
7. **Bizim Esr Gazetesi**. 23 Dekabr 2001
8. Bozkurtlar Otağı Turan Eli-Türk Dünyası, **Doğu ile Batı Arasında İpek Köprü:** <http://www.turan.tc/haber/ipek.html>
9. Budag Budagov ve Yagub Garibli, **Azerbaycan Respublikasının Fiziki Coğrafiyası**, Tahsil Naşriyatı, Bakü, 2003
10. Cabir Memmedov ve Sabir Rahimov, **Turizm ve Onunla Elageli Sahelerde İşledilen Termin ve Anlayışların İzahlı Lüğeti**, Bakü, 2000.
11. Camal Amanov, **'Hram Oğnya- Ateshgah'**, Amadeus NewsDergisi.
12. D.R.Anderson, D.J.Sweeney, T.A.Williams, **Quantative Methods for Business**, West Publishing Company, Third Edition, 1983
13. E.G. Aksakal, **Örgüt Kültürünün Çatışmalar Üzerine Etkisi ve Mevsimlik Faaliyet Gösteren Otel Yöneticilerinin Çatışma Yöntemindeki Rolü Üzerine Bir Araştırma**,\_Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEU, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir, 2003

14. E.Ö.Yürük, **Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEU, Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir, 1999
15. Fikret Nuriyev "Azerbaycan Büyük Turizm Potansiyalına Maliktir" Ülfet Gazetesi, Sayı 1, Baku, 11.01.2002.
16. Gülçin Buluç, **Turistik Ürün Politikası ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi**, 1997.
17. H.Felicty vd., 'Research Guidelines for the Delphi Survey Technique', Journal of Advanced Nursing, Vol,32, Issue4, Oct.2000, <http://www.blackwell-synergy.com>
18. H. Green vd., 'Assesing The Environmental Impact of Tourism development: the Use of Delphi Technique', **Journal of Environmental Studies**,1989
19. Hacıoğlu ve Avcıkurt, **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, 2008.
20. Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988.
21. Hasan Olalı, **Turizm Teorisi ve Politikası**, Endüstri Matbaacılık ve Ticaret, İzmir, 1963.
22. Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, Yön Ajans, İstanbul, 1990.
23. Hasan Olalı, **Turizm Pazarlaması**, İzmir,1969.
24. İ. Kızılırmak ve H. Kurtuldu, **Kültür Turizminin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma**' Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi, 2005.
25. J. Leach, H. Mercer, vd., 'Improving Food Hygiene Standarts- a customer focused approach', [http://www.ifh-homehygiene.org/2003/2library/Leach\\_BFJ\\_2001\\_103\\_238.pdf](http://www.ifh-homehygiene.org/2003/2library/Leach_BFJ_2001_103_238.pdf)
26. Kocapınar S. **Kültür Turizmi**, [www.turaturizm.net](http://www.turaturizm.net)
27. M. Ergün, **Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları**, Ankara, 1995
28. M. Kerr, 'The Delphi Process', <http://www.Rararibids.org.uk/documents/bid79-delphi.htm>
29. Meral Dinçer, Turkish Expo 2002, **Bakü ile İhracata Taze Kan**, [www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm](http://www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm)

30. N. Allahverdiyev, Ş. Göyçaylı, Ş. Demirgayayev, N. Eyyubov '**Azerbaycan Respublikasının İktisadi ve Sosial Coğrafyası**' 2003.
31. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt, **Turizmin Çeşitlendirilmesi**, 2008.
32. N. K. Malhotra, **Marketine Research An Applied Orientation**, 3. Baskı, Prentice Hall, New Jersey, 1999.
33. Necdet Hacıoğlu, **Turizm Pazarlaması**; Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1989.
34. Neyron Babahanov ve Yusasif Zeynalı, **Turizm Mojet Stat Visokodohodnoy Otrasyu**, <http://www.br.az/site/main.htm>.
35. Ninat Kaşıkçı ve Hasan Yılmaz, **Aras'tan Volga'ya Kafkaslar**, Türk Metal Sendikası Araştırma bürosu, Ankara, 1999.
36. Öcal Usta, **Turizm**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1993.
37. P.M. Kasımov, «**Rnok mejdunarodnogo turizma i perspektivi razvitiya v XXI veke**». Azerbaycan XXI Asrın Astnasında Elmi-Praktik konfransın Materyelleri. II.Cilt, Bakı-1998
38. Psikometrik Araştırma Enstitüsü, '**Anket Araştırmaları Eğitimi: Güvenilirlik ve Geçerlilik**', <http://www.psikometri.com/aa>
39. R.Altunışık vd., **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamaları**, Geliştirilmiş 2. Basım, Sakarya Kitabevi Yayınları, Sakarya, 2002
40. R. Angels ve A.Vladimir, **An İntroduction To Hospitality Today**, 1994.
41. R.Tagıyev ve A. Necefov, **Normativno-Zakonodatelnaya Baza OOPT**, Committee of Experts for the Development of the Pan-Euoropean Ecological Network, İstanbul, 4\*6 Ekim 2001, [http://www.neen.narod.ru/nis\\_report.htm#\\_Toc526603743](http://www.neen.narod.ru/nis_report.htm#_Toc526603743).
42. Reyhan Mirzazade, '**Dvoretş Şirvanşahov**', Azerbaijan Rewıew Dergisi, GSTB, Mart 2002.
43. Reyhan Mirzazade, '**Pamyat İstoru-Devicya Başnya**' Azerbaijan Rewıew Dergisi, GSTB, Mart 2002.
44. Richards, Gerry, **Cultural Attractions and European Tourism**, CABI Publishing, Newyork, 2001.
45. S. Rahimov, **Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili**, Bakü, 2004.

46. Sakit Hüseyinov (Azerbaycan Teknik Üniversitesi), .Eyüp Zengin (Gafkaz Üniversitesi), **Azerbaycan'da Turizm** , Elmi Konferans Materyalleri
47. Ş. Büyüköztürk, **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, 2.baskı, Ankara, 2002
48. TCBB, Azerbaycan'da Görülebilecek Turistik Yerler, <http://www.turkbe.org.az/Turiz.htm>
49. TCBB, Coğrafya, <http://www.turkbe.org.az/Cografya.htm>.
50. Terry G. Vavra (çev.), **Müşteri Tatmini Ölçümlerinizi Geliştirmenin Yolları**, Kalder Yayınları, No:8, 1999
51. TUSİAB, **Azerbaycan Tarihi**, <http://www.tusiab.com/azertarih.htm>
52. **Turizm Yenilikleri**, No: 01 (44)
53. TÜBİTAK, 'Teknoloji Öngörüsü ve Ülke Örnekleri Çalışma Raporu', <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr/yayinlr/rapor/ongoru-raporu.pdf>
54. Usta, **Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına yapısal Yaklaşım**, İstanbul, 1988.
55. Yusif Zeynallı, **Ekonomiko-Geograficeskie Problemi Funktsionirovaniya i Upravleniya Turisticeskoy Sistemoy Azerbaycana**, Bakü, 1998.
56. Yusif Zeynallı, "Azerbaycan Turistik Sisteminin Yönetimi ve İşleyişinin İktisadi - Coğrafi Problemleri", Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnstitutu Neşriyatı, Bakü, 1998.
57. WTO, **International Tourist Arrival by Country of Destination**
58. Z.Clark vd'den aktaran İzzet Kılınç, **Stratejik Planlama- Finansal Performans İlişkisi ve 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEU Turizm İşletmeciliği ABD, İzmir, 2003
59. [www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr)
60. [www.azembassv.com](http://www.azembassv.com).
61. <http://www.deyerler.org/index.php?area=2&p=news&newsid=38435>
62. [www.azstat.com](http://www.azstat.com)
63. <http://www.br.az/site/main.htm>

