



Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi (KMÜ EFAD)

Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Literature Faculty

E-ISSN: 2667 – 4424

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/efad>



Tür: Araştırma Makalesi
Kabul Tarihi: 6 Haziran 2022

Gönderim Tarihi: 25 Mayıs 2022
Yayımlanma Tarihi: 15 Haziran 2022

Atf Künyesi: Erdoğan, H. A. (2022). Planlama ve Politika Önceliğinde Türkiye’de Turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 87-96.

DOI: <https://doi.org/10.47948/efad.1121548>

PLANLAMA VE POLİTİKA ÖNCELİĞİNDE TÜRKİYE’DE TURİZM

Hasan Ali ERDOĞAN*

Öz

Turizmde planlama ve politika geliştirmek gün geçtikçe önemini artırmaktadır. Turizm endüstrisi iç içe geçmiş çoklu unsurların zaman içindeki dinamik reaksiyonunu yakalama yeteneğine sahiptir. Bu yüzden müşteri memnuniyeti ve tercihinin bağlılığı ile kırılabilir oluşu ve sektörleri arasındaki sayısız etkileşimlerden dolayı turizm yönetimi çok boyutlu ve karmaşık olan bir sistemin ürünüdür. Turizm planlaması, politikası ve yönetimi konuları hem dünyada hem de Türkiye’de artan boyutta turizm araştırmacılarının da dikkatini çekmektedir. Ülkelerin makro ve mikro düzeydeki ekonomi politikaları ile direkt olarak ilgi olan turizm endüstrisi Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerinde dengeli kalkınma araçları olarak değerlendirilmektedir. Dünyada son zamanlarda kültür turizmi ve kültür temelli endüstriler turizm endüstrisinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Ancak, Türkiye mevcut kültürel zenginliğini özellikle yabancı turist çekiciliği haline dönüştürebilmiş değildir. Bu çalışmanın amacı, Türk turizm endüstrisinin planlanması ve geliştirilmesinde son yarım yüzyıldır Türkiye’nin turizm önceliklerinin belirlenmesinde nelerin öne çıktığını değerlendirmek ve yeni formların neler olabileceği üzerine önerilerde bulunmaktır. Bu amaçla sistematik bir literatür taraması yapılmış, çalışmalar analiz edilerek, öncelik oluşturulması konusunda Türkiye’nin rekabetçi çekiciliklerinden arkeolojik kültürel miras zenginliği ile arkeoturizm potansiyeline odaklanılmıştır. Bu turizm formunun ulusal ya da bölgesel kalkınma planlarında pek yer bulmadığı görülmüştür. Türk ve dünya turizm literatüründe nispeten yeni olan bu alanın Türkiye turizmi için planlama önceliğinin olması gerektiği öngörülmektedir. Bu yüzden, çalışma turizm karar vericilerine ve düzenleyicilerine farklı düzeyde stratejik ve operasyonel politika geliştirme araçları sağlamak için Türkiye’nin önemli kültürel miras zenginliğine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Türk turizm endüstrisinin destinasyon algısını bütüncül bir şekilde anlaşılmasını teşvik etmek ve daha etkili politikaların geliştirilmesine yardımcı olmak için önceliklerin belirlenmesi konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm planlaması, Turizm politikası, Türkiye’de turizm planlaması ve politikası, Türk turizm planlaması ve politikasında öncelikler

Tourism in Turkey with Priority of Planning and Policy

Abstract

Planning and policy development in tourism is increasing with its significance day by day. The tourism industry is capable of capturing the dynamic reaction of multiple intertwined elements over time. Therefore, tourism management is the product of a multidimensional and complex system due to its commitment to customer satisfaction and preference, its vulnerability, and the numerous interactions between its sectors. Issues of tourism planning, policy, and management attract the

* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya/Türkiye.
E-Posta: haerdogan@gmail.com, Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-1795-4607>.

attention of tourism researchers to an increasing extent both in the world and in Turkey. The tourism industry, which is directly related to the macro and micro economic policies of the countries, is considered as a balanced development tool in developing countries such as Turkey. Recently, cultural tourism and culture-based industries constitute an important part of the tourism industry in the world. However, Turkey has not been able to transform its existing cultural treasure into a good to attract foreign tourists. The aim of this study is to evaluate what has come to the fore in determining Turkey’s tourism priorities for the last half-century in the planning and development of the Turkish tourism industry and to make suggestions on what new forms can be prioritized. For this purpose, a systematic literature review was made, the studies were analyzed, and the archeological cultural heritage wealth and archaeotourism potential of Turkey, which are among the competitive attractions in

the “Atlas Cultural Tourism,” were focused on. It has been observed that this form of tourism has not found any place in national or regional development plans in Turkey’s tourism development policies. It is foreseen that this area, which is relatively new in Turkish and the world tourism literature, should be a planning priority for Turkish tourism. Therefore, the study aims to shed light on Turkey’s significant cultural heritage values to provide different levels of strategic and operational policy development tools to tourism decision-makers and regulators. Recommendations were made on setting priorities to promote a holistic understanding of the Turkish tourism industry’s perception of destinations and to assist in the development of more effective policies.

Keywords: Tourism planning, Tourism policy, Tourism planning and policy in Turkey, Priorities in Turkish tourism planning and policy

Giriş

Turizm, dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmiş ve ekonomik olarak sürekli büyüyen bir sektördür (Baggio, 2013). Hem yerelde, ulusalda hem de uluslararası boyutta hızla büyüyen, sosyal, ekonomik ve çevresel yapıyı doğrudan şekillendiren bir endüstridir (Sinclair & Gursoy, 2016). Ayrıca turizm, Türkiye gibi gelişmekte olan birçok ülkeyi turizm planlama ve politikaları konularında teşvik ederek sürdürülebilir kalkınmada itici bir güç haline gelmiştir (UNWTO, 2013). Turizm müşterilerinin ulaşım, yemek hizmetleri, konaklama, seyahat ticareti, kültürel faaliyetler, spor ve rekreasyon, cazibe merkezleri, perakende ticaret ve diğer turizm hizmetleri gibi etkilediği alanlar oldukça fazladır (Goeldner & Ritchie, 2003). Kalkınmayı da şekillendirmede önemli rol oynayan turizm endüstrisinin birinci ve asıl etki yaratan bileşenleri arasında çekicilik ve cazibe algısı temel bir rol oynamaktadır, çünkü her turizm endüstrisi ve hizmet sağlayıcısı bundan etkilenmektedir. Dolayısıyla, turizm sistemindeki değişimler, birbirini tetikleyen çok farklı aktörlere bağlıdır (Boukas & Ziakas, 2014). Öte yandan, turizmin kalkınmada önemli bir itici güç olmasının yanı sıra ulaşım, konaklama ve diğer tesisleri kullanarak CO2 emisyonlarını artırması (Egilmez & Tatari, 2012) gibi, olumsuz etkiler de yaratmaktadır. Bu etkilerin de turizm endüstrisi bileşenleri kadar geniş, karmaşık ve çok boyutlu olduğu açıktır.

Turizm, bu yeni bin yılın başında eş benzeri görülmemiş zorluklarla karşı karşıya kalmış, bir yanda, dünyanın en büyük endüstrisi haline geldiğine ve artan sayıda ülke için önemli bir gelir kaynağı olduğuna dair derin bir inanç var iken öte yandan, turizmin planlaması ve politikalarının olumlu etkileri düşünülmeden ve uygulanmadan gelişmesine izin verilen destinasyonların genellikle çevresel ve sosyal sorunlardan, artan çatışma ve çözümü maliyetlerinden ve destinasyonlar olarak azalan rekabet gücünden mustarip olduğu (Dowling, 1993) ifade edilmektedir. Ayrıca, tüm dünyada çok sayıda destinasyonun ortaya çıkmasının şiddetli rekabeti tetiklediği ve bunun sonucunda tüm destinasyonların rekabetçi hale gelemeyeceği ve başarılı olamayacağı konusunda giderek artan bir farkındalık da ortaya çıkmaktadır (Costa, 2001).

O halde, turizm planlaması ve politikası, bir destinasyonun yerel, bölgesel ya da ülke olarak başarısını kritik olarak belirlenen öncelikli kilit alanlar arasından sivriltilerek ortaya çıkarmayı gerektirmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de turizm endüstrisinin planlanması ve yönetilmesinde öncelikli kilit alanların güncellenmesi ve ülkenin dünya turizm atlasında sivriltilmesi ve rekabet gücü artırılması gereken öncelikli potansiyeline dair değerlendirmelerin yapılmasıdır.

Türkiye Turizm Planlamasında Öncelikler

Geçen yüzyılın ortalarında, dünya turizm sektörünü yöneten yasal ve politik kontrol eksikliği nedeniyle turizm planlaması pratikte adeta yoktu (Liu & Wall, 2006, s. 161). Turizm araştırmalarının başlamasıyla birlikte turizm planları çoğaldı ve 1979'a kadar dünya çapında 1600'den fazla planın olduğu bildirilmektedir (Pearce, 1989; Molitor & Forecasting, 2008). O zamandan bugüne, turizm planlaması ve politikalarının etkinliği sadece küresel ve ulusal boyutta değil aynı zamanda yerel bölgelerdeki turist kaynaklarının itici gücü olarak da stratejik bir rol oynamıştır (Cui, Li, Zhang, & Jing, 2021).

Türkiye'de ise 1980'ler öncesi ve sonrasında turizmin gelişme yolunun belirlenmesinde kalkınma politikalarındaki değişiklikler etkili olmuş, politika değişiklikleri boyunca, 1982 tarihli 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu merkezi yönetim teşvikleri gibi vasıtalarla turizm yerel kalkınmayı teşvik etmek için bir itici güç olarak belirlenmiştir (Erkuş, 2010). Yapılan çalışmalarda öncelikler daha çok sahil kesimlerine tanınmıştır. Böylece güneş, deniz, kum ve insan yapımı çekicilikler turizm gelişiminin coğrafi yoğunlaşmasını yaratan bölgesel dağılımında baskın faktörler haline gelmiştir (Erkuş, 2010), Türkiye'nin diğer turizm zenginlikleri planlama ve kalkınmada öncelikli formlar arasında pek yer bulamamıştır.

Bin yılın başlarına kadar turizm planlaması ve politikalarının başarısızlığa uğramasının öncelikli sebepleri olarak turizm formları değil, daha çok siyasi otoritenin merkezîyetçi anlayışına dayandırıldığı görülmektedir. Türkiye'deki siyasi kültürün, turizm planlamasında yatay ve dikey iş birliğini ve uzlaşma arayışını engellediği ve dolayısıyla paydaş görüşmeleri ve buralarda ifade edilen görüşlerin planlama sürecine dâhil edilmediği (Tosun & Jenkins, 1996), tekelci anlayışın ve de siyasi tutarsızlığın, sürdürülebilir turizme dayalı kalkınmanın temel sorunlarından biri olduğu (Tosun & Timothy, 2001) ve son 1990'lı yılların ve öncesinin kayıp yıllar olduğu düşünceleri hâkim olmuştur. Yüksel ve arkadaşları turizm planlaması ve politikasına dair kararların ve gücün merkezi hükümette sabitlendiğini ve böylece hiyerarşik merkezîyetçilikten kurtulmanın kolay olmadığını (Yüksel, Bramwell, & Yüksel, 1999) belirtmektedir. Türkiye'de merkezi hükümet, ekonominin tüm sektörleri için olduğu gibi turizm için de planlamanın kapsamına ve önceliklerine karar veren tek organdır. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) doğrudan Başbakan'ın yönetim ve denetimi altındadır. Bu planlama sürecinde yerel organlar, merkezi yönetimin önceliklerinin uygulanmasını kolaylaştırmak için iktidar partisinin bir uzantısı olarak kullanılmış ya da çeşitli ekonomik ve siyasi baskılar yoluyla merkezi yönetim kararlarına uymak zorunda bırakılmıştır (Tosun & Timothy, 2001). Tosun ve Timothy'e göre Türkiye'de planlama sürecinin esnekliği azalmış, yerel bir organ, merkezi olarak alınan kararların uygulanması sırasında sorunlarla karşılaşınca, merkezi hükümete danışılması ve yanıtın beklenmesi gerektiğinden, müdahaleler hep gecikmiştir. Birçok ülkede turizm gelişimine yönelik planlama yaklaşımlarındaki mevcut kusurlar, kamu yönetimi sistemlerinin, siyasi kültürlerin, aşırı politize edilmiş mevcut eksikliklerin bir uzantısı (Tosun & Timothy, 2001) olarak değerlendirilmiştir. Özetle, Türkiye'de turizm planlama ve politikalarının temel zayıflıkları arasında çoğunlukla esneklik ve yerinden yönetim eksikliği, kapsam ve entegrasyon eksikliği, topluluk perspektifinin eksikliği, uluslararası tur operatörleri, çok uluslu şirketler, ana yerel ticari çıkarlar ve merkezi hükümet gibi endüstrinin hakim olduğu aktörler tarafından yönlendirilme ve istikrar eksikliği ile koordinasyon ve işbirliği eksikliği öncelikli tanımlamalar arasında belirtilmektedir (Yüksel, Bramwell, & Yüksel, 1999; Tosun, 2001; Erkuş, 2010). Bahsi geçen eksiklikler arasında ülkenin daha rekabetçi ve ünik olan çekiciliklerinin öncelenmediği tespiti açıktır. Oysa günümüzde birçok destinasyonun küresel olarak rekabet etmesi ve bu rekabetin her zamankinden daha şiddetli olması sonucunda, ürün tercihlerini farklılaştırma ve rekabet etmenin daha iyi ve benzersiz yollarını bulma konusunda destinasyonlar üzerinde çok fazla baskı oluşmaktadır (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012). Ancak sanki bu baskı Türkiye'de hiç hissedilmiyormuş gibi ülkenin önemli ve eşsiz varlıklarının öncelikler arasına giremediği gözlenmektedir.

Türkiye, 2007 yılına kadar "özel" bir turizm politikası belgesine sahip olamamış ve turizm planlaması, ekonomik faydayı ön planda tutan Kalkınma Planlarının bir parçası olmaktan çıkamamıştır (Çalışkan, 2021). Sonraki dönemde turizmde çeşitlendirme ve kaliteye verilen önem giderek daha belirgin hale gelmiştir. Öte yandan, katılımcı planlama yaklaşımıyla bölgesel öncelikler ön plana çıkmış, dolayısıyla Türkiye'de henüz "yeni" olsa da gelecekte turizm planlarının daha katılımcı ve sürdürülebilir olacağı düşünülmektedir (Çalışkan, 2021).

Yapılan 5 yıllık Kalkınma Planları düzenli olsa da (Tablo 1), içerik öncelikler arasında hep ekonomik kaygılar ile rekabetçi formlardan çok turisti en kestirme yoldan cezbetme önceliklerine yer verildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Türkiye 5 Yıllık Kalkınma Planı

	Dönemi
Birinci 5 Yıllık Kalkınma Planı	1963-1967
İkinci 5 Yıllık Kalkınma Planı	1968-1972
Üçüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı	1973-1977
Dördüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı	1979-1983
Beşinci 5 Yıllık Kalkınma Planı	1985-1989
Altıncı 5 Yıllık Kalkınma Planı	1990-1994
Yedinci 5 Yıllık Kalkınma Planı	1996-2000
Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı	2001-2006
Dokuzuncu Kalkınma Planı	2007-2013
Onuncu Kalkınma Planı	2014-2018
On Birinci Kalkınma Planı	2019-2023

Kaynak: (Çalışkan, 2021, s. 33)

1963-1967 Birinci dönem daha çok altyapı hazırlıkları ve turizm konaklama ve günlük yemek tesislerinin standardizasyonu ve sertifikasyonu önceliğinde tasarlanmış ve özellikle deniz, kum, güneş turizmi ağırlığıyla Antalya ve yakın çevresini öncelikle (SBB, 1963). İç turizmin öncelendiği bu dönemde tarihi ve arkeolojik değerlerin turizm ürünü kimliği açısından tanınması önem arz etmektedir. 1968-1983 yıllarını kapsayan İkinci, Üçüncü ve Dördüncü Kalkınma Planları, öncelikli bölgelerde yatırımların yoğunlaştırılması ilkesini benimsemiş, turizm faaliyetlerinin tüm Türkiye’de geliştirilmesi halinde altyapı ve üstyapının daha da gelişeceğini düşüncesi ile şekillendirilmiştir (Akça, 2016). Kamunun öncülük ettiği ve kalkınmanın temel şartlarını hazırlamaya çalıştığı bu dönemde, kitle turizmine ağırlık veren turizm politikaları, uzun vadeli orman arazilerinin konaklama tesislerine tahsisi ve yatırımları turizme yönlendirilmiştir (SBB, 1963; SBB, 1968; SBB, 1973). Kalkınma planları incelendiğinde anlaşılmaktadır ki, öncelikli alanlar yine sahil kesimleri, Ege, Antalya ve Marmara bölgeleri olmuş, bölgelerde havalimanları, otoyollar, su, elektrik, kanalizasyon tesisleri, marinalar gibi altyapılar devlet tarafından yapılmıştır (SBB, 1979). Sonuç olarak, kıyı bölgelerinde deniz, kum, güneş turizmi gelişirken, iç bölgelerde diğer turizm türleri göz ardı edilmiştir. 1985-2000 yıllarını kapsayan beşinci, altıncı ve yedinci kalkınma planlarında her ne kadar özellikle konferans, termal, yat ve kış turizmleri için turizm alt yapısını geliştirmeye ve deniz, kum, güneş turizminden başka Türkiye’nin tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığını ekoturizm anlayışı üzerinden geliştirme çabaları izlenmektedir (SBB, 1985; SBB, 1990; SBB, 1996). Ancak bu dönemde kitle turizmine önem verilirken bireysel turizm de ihmal edilmeyeceği fakat turizm ödeneklerinin daha çok öncelikle eğitim ve teknik altyapının geliştirilmesine tahsis edileceği (SBB, 1985) planlanmıştır. Sekizinci, dokuzuncu ve onuncu kalkınma planları ile öncelik verilen konular arasında, dünya turizm gelirlerinden alınan payın artırılması (ilk kez direkt dış turizm hedefi belirlenmiş), turizm teşviklerinde ağırlık pazarlama alanına, hava ulaştırmasına ve toplam kalite iyileştirmesine öncelik verilerek fiziksel çevre, sit alanları ve tarihi mekânların korunması ilkeler arasına girmiştir (SBB, 2001). Turizmin dağılımını dengelemek ve iyileştirmek için turizm potansiyeli olan ancak yeterince ilgi görmemiş yörelerde turizmi geliştirilerek sosyal ve ekonomik kalkınma sağlanması, kültür varlıklarımızın araştırılması, tespiti, restorasyonu ve bakımına yönelik uygulamalar bu plan dâhilinde öncelenmiştir (SBB, 2007). Turizmde işgücü niteliği, tesis ve hizmet kalitesinin artırılmasıyla uluslararası standartları yakalama ve daha üst gelir grubuna hitap edilerek katma değeri yüksek turist kitleleri planlama kapsamında öncelikli olarak belirlenmiştir. Kültür varlıklarını gelecek nesiller için de dikkate alan bir anlayış içinde korunması esası planlama kapsamındadır (SBB, 2014). On Birinci Kalkınma Planında küresel eğilimler ve Türkiye’nin etkileşimi kapsamında artan belirsizlikler ve yeni arayışlar ile artan iyi yönetim ihtiyacı tespitlerinde bulunulmuştur. Hızlı sosyo-kültürel değişimler ışığında istikrarlı ve güçlü ekonomi vurgusu ve tasarruf politika ve tedbirleri öncelikli, yenilikçi ve yerli üretim ilkeler arasında yerini almaktadır (SBB, 2018).

Tablo 2. On Birinci Kalkınma Planı Öncelik Sıralaması

SEKTÖRLER	On Birinci Kalkınma Plan Dönemi (2019-2023)	
	Milyon TL % Pay	Milyon TL % Pay
Ulaştırma	262.343	34,8
Eğitim	144.280	19,1
Tarım	46.032	6,1
Enerji	39.772	5,2
Sağlık	32.229	4,3
Madencilik	24.008	3,2
Konut	8.521	1,1
İmalat	5.989	0,8
Turizm	1.921	0,3

Kaynak: (SBB, 2018)

Türkiye'nin öncelikli makro planlama hedefleri kapsamında turizm endüstrisinin ağırlığı en son sıralarda yer almaktadır (Tablo 2). Turizm endüstrisini etkileyen önemli sektörlerin başında hem ulaştırma hem de eğitim olması turizme dolaylı yatırım anlamında değerlendirilebilse de etkin planlama kapsamında tutulmamaktadır. Ayrılan kısıtlı bütçenin de planlamada öncelik kapsamına alınan turizm formlarının daha çok kitle turizmi ve deniz, kum, güneş ağırlıklı olduğu (Alvarez & Korzay, 2011) izlenmektedir. Türkiye'de turizm endüstrisi son yıllarda bir büyüme göstermiş ve bunun sonucunda Türkiye, gelen turist ve turizm gelirleri açısından 2012 yılı esasıyla dünyanın en iyi 10 turistik destinasyonu arasında yer almıştır (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012). Bu oranın ilerleyerek devam etmesi ve durumun kayda değer bir başarı olmasına rağmen, bu hızlı gelişimde hangi kaynakların ve faktörlerin kilit rol oynadığı sorgulanabilir. Örneğin, Türkiye zengin ve çeşitli kültürel kaynaklarını turizmin gelişimi için kullandı mı? Türkiye'de kültür turizmini teşvik etmek için ne tür turizm planları ve politikaları geliştirilmiştir? Bu planların bir bütün olarak turizm endüstrisi üzerinde gözle görülür bir etkisi oldu mu? (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012). Elbette kültür turizmi çok geniş kapsamlı bir turizm formudur. Özellikle Türkiye için kültürel miras turizmi yemek turizmi, şarap turizmi, filmler, özel etkinlikler, müzeler ve festivaller gibi listelenmekte (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012) ama arkeolojik kültür varlığı zengini Türkiye'de arkeoturizmin bir turizm formu olarak adı bile anılmamaktadır. Türkiye'nin kültür turizmi potansiyelini genel perspektiften ele almak konuya çok katkı sağlamayacaktır. O yüzden Türkiye'nin dünya kültür mirası atlasında eşsiz olduğu ve dünya insanlığının neredeyse tamamının bir ortak noktasının bulunduğu bir kültür turizmi formunu, arkeoturizm, genel içinde kaybetme yerine direkt olarak çalışılması, planlanması, politikalar geliştirilmesi ve yönetilmesi ihtiyacı hâsıl olmuştur:

Türkiye Turizminin Küresel Turizm içindeki Rekabetçi Yüzü: Arkeoturizm

Arkeoturizm (AT), geçmişi oldukça eskilere dayanan bir turizm formu (Walker & Carr, 2013; Giraudo & Porter, 2010). 17. ve 18. yüzyıllarda, Avrupa'da yazarlar ve sanatçılar gibi genç seçkinler, öğretmenler eşliğinde Avrupa'yı dolaşmışlar ve Orta Çağ mimarisi ve kültürü ile klasik kültürün ilk izlerini deneyimlemek için Fransa ve İtalya'nın birçok şehri ziyaret etmişlerdir (Timothy, 2011). Bu geziler turizm ile arkeolojiyi ilk olarak karşı karşıya getirmiş, günümüzde en etkin turizm formlarından olan kültür turizminin tetikleyicisi halini almasında önemli rol üstlenmiştir (Baram, 2008). Turizm endüstrisinin önemli bir parçası olan arkeoturizm, miras turizmi içine dünya genelinde kayda değer bir ilerleme kaydetmiş, dünyadaki her türlü turist gezilerinin yaklaşık yüzde 20'si bir şekilde AT ile ilişkili hale gelmiştir (Foxell & Trafford, 2010). Ancak arkeolojik varlık zengini olması sebebiyle Türkiye'de arkeoturizm hem bir turizm endüstrisi olarak hem de literatürde daha etkin ve köklü olması, dolayısıyla farklı coğrafyalarda etkinliği olmasa bile Türkiye'de anlamlı olması beklenmektedir. Ancak yukarıda da belirtildiği üzere kalkınma planlarında ve turizm politikalarında açık ve belirgin olarak alanların korunması gerekliliği dışında hiç yer bulamamıştır (Akça, 2016, s. 721). AT planlaması, arkeoloji, tarih, sanat-tarihi, mimarlık, iletişim, eğitim, pazarlama ve turizm gibi farklı alanlardan çeşitli bilim adamları arasında çok disiplinli iş birliğine dayalı hiyerarşik düzende uzun süreli bir çalışmayı gerektirmektedir (Erdoğan, 2020b).

Dünyadaki uygulamalarda kritik arkeolojik alanlar, prehistorik dönemden günümüze uzanan zaman dilimleri dâhil edilerek popüler hale getirilmiş, ticari birer emtia haline dönüştürülmüşlerdir (Holtorf, 2005).

Günümüzde Türkiye Cumhuriyeti’nin yasal mülkiyetindeki topraklar aralarında on binlerce yıl sürekli olarak önemli tarih öncesi ve tarihi kültürel olayların merkezinde yer alan birçok alan içermektedir. Açıkçası, bu durum Türk mirasının temsil ettiği her şeyi bir kültürel miras kaynağı yapmakta, sosyal fayda kapasitesi olduğu için güçlü bir kaynak olarak güçlü aktörlerin talep ettiği bir meta haline dönüştürmektedir (Chaddock, 2021). Türkiye’nin arkeolojik mirası, topraklarının ve halklarının kültürel zenginliği ve aynı zamanda bölgesel olarak stratejik açıdan önemli coğrafi konumu, köprü benzeri doğası üzerinde güçlü medeniyet mücadeleleri ile karakterizedir. Modern Türkiye Cumhuriyeti devletinin sınırları, Akdeniz merkezli klasik dünyanın arkeolojik kalıntılarının en güzel örneklerini barındırmaktadır. Bunun bir sonucu olarak, klasik metinlerde bahsedilen yerlerin tarihselliği ile ilgilenen 19. Yüzyıl Batılı antikacıların, amatör ve öncü arkeologların ilk akımı için Anadolu bir odak noktası olmuştur (Kepçe-Çokay, 2010, s. 31). Günümüzde Türkiye’nin arkeolojik mirasının “ulusötesi” Batılı akademik çalışmalar için nasıl güçlü bir çekiciliğe sahip olduğunu göstermekte ve bu bağlamsal durumun başka bir yönünü, yani başka bir kültürel “merkez” veya etki ortamının ulusötesi şirketler tarafından temsil edildiğini ortaya koymaktadır (Chaddock, 2021, s. 76). İlaveten, Türkiye’deki yabancı araştırma enstitülerinin çokluğu da bu çekiciliğin bir göstergesidir. Bunlar arasında, Japon Anadolu Arkeoloji Enstitüsü, İstanbul Rus Arkeoloji Enstitüsü, Alman Arkeoloji Enstitüsü, Fransız Anadolu Araştırmaları Enstitüsü, Ankara İngiliz Arkeoloji Enstitüsü, CASS Arkeoloji Enstitüsü (Çin), Avustralya Arkeoloji Enstitüsü ve The Institute of Nautical Archaeology (INA) başlıca uluslararası araştırma kurumları arasında sayılabilir. Türkiye’de uluslararası boyutta bilimsel araştırmaya konu arkeolojiden daha önemli ne olduğu araştırmaya değer bir ayrıntıdır. Bu kadar araştırılacak zenginliklere sahip Anadolu’nun geç Pleistosen ve erken Holosen dönemden (Düring, 2011), son Buzul Maksimumu Döneminden (MÖ 20,000–17,000), bu yana geçmiş ekolojilerin tekrar yapılması ve canlanmasında hayati önem taşıyan bir alan olduğu bildirilmektedir (Zeist & Bottema, 1991). Bu durum Prehistorik dönemden bu yana insanlığın ortak mirası yerleşimlerine işaret etmektedir. Milli kültür mirası alanları dışında kalan ve insanlığın ortak mirasını oluşturan arkeolojik kültürel miras alanları, Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Tunç Çağı, Demir Çağı, ile Frig, Lidya, Pers, Makedonya, Roma ve Bizans kültür ve medeniyetlerinin izlerinin sürekliliğini hem arkeolojik, tarihi hem de epigrafik kaynaklar vasıtasıyla göstermektedir (Erbil, 2019; Muşmal, 2015).

Turizmde genel planlama üzerine yaptıkları çalışmalarında Stange ve Brown, mantıksal bir diziliş ile ilişkilendirilmiş 6 bileşen belirlemişlerdir. Bunlar sırasıyla; (1) cazibe (attraction), (2) erişim (access), (3) faaliyet (activity), (4) hizmet (services), (5) kalifiye eleman (qualified personnel), (6) tanıtımdır (promotion) (Stange & Brown, 2011, s. 6). Arkeodestinyasyonlarda, belirlenen bu genel planlamalardan kısmı farklılıklar olduğu düşünülmektedir ve her aşamasında kitlesel iletişim modellemelerine ihtiyaç duyulmaktadır.

1. *Çekicilik (cazibe)*; bütün turizm ürünleri “çekicilik” ile başlar ve arkeolojik kültür varlıkları geçmişin gizemi ve bilinmezi ile bu konuda baş çekenler arasında değerlendirilebilir. İnsanlar kendi çocukluğu, anne babasının gençliği gibi yakın geçmişini merak ettiği gibi, yöresinin, bölgesinin veya ülkesinin ya da dininin geçmişi hakkında bilgi sahibi olma konusunda da meraklı olacaktır.

2. *Erişim*; cazibe erişilebilir olmak zorundadır. Aksi takdirde planlamada diğer aşamalara geçmemek gerekir. Cazibeyi keşfetmede erişim hayati önem taşır. Dolayısıyla turizmsel etki ve katkı göz önünde tutulacaksa, arkeolojik kültür varlıklarının erişimi mümkün olduğunca kolaylaştırılmalıdır. Ne kadar cazibesi olursa olsun, erişimi zor bir destinasyon noktası için sürdürülebilir bir turizm, mevcut aşamada hayalden öte geçemeyecektir.

3. *Faaliyet*; ziyaretçi bir cazibenin peşine düşer ve ona ulaşır, ancak nasıl bir tecrübe yaşayacağı seçtiği faaliyet türüne ya da alanda sunulan faaliyet çeşitliliğine bağlıdır. Örneğin, bir ziyaretçinin sunulan internet fırsatı ile Everest Dağı’nı sanal ortamda gezerek hakkında tecrübe sahibi olduğu düşünülürse, bu bir faaliyettir. Ancak bir diğer ziyaretçi ise soğuk ve kasvetli dağların tepelerinde oraları hissederek tecrübe edebilir. Bu durumda Everest Dağı’nın belli başlı tek bir tür tecrübeyi sunduğunu söylemek doğru değildir.

Everest Dağı'nın sunduğu şey, nasıl bir faaliyet yapıldığına bağlıdır. Dolayısıyla, arkeolojik kültür varlıkları alanlarında yapılacak faaliyetlerin de farklılaştırılması, uygun yakınlık ve odakta faaliyet alanları ile genişletilerek, deneyimleme fırsatları sunması gerekmektedir.

4. *Hizmetler*; ziyaretçi bir cazibenin peşine düşer ve ona ulaşır, istediği faaliyeti yerine getirmek ister. Ancak bunu gerçekleştirmek için hizmet gerekir. Hizmetler bir ziyaretçinin kendisi için yapabileceği ya da yapmayacağı fonksiyonların tamamıdır. Hizmetler hediyelik eşya bölümü, iletişim, ulaşım, barınma, yiyecek, mutfak, katılımcıların güvenliği gibi faaliyetleri mümkün kılmayı içerir. Eğer bir faaliyet hiçbir servis gerektirmiyorsa, bir kişinin kendi evinin arkasındaki bahçeyi kullanması gibi, o halde bir turizm ürününden bahsedilemeyecektir. Arkeodestinyasyonlarda hizmet daha bilinçli ve daha entelektüel düzeyde yapılmalı, arkeolog, turist rehberi ya da seyahat acenteleri varlıkların doğasına uygun şekil ve esaslarda hizmet üretebilmelidir.

5. *Kalifiye personel*; ziyaretçi bir cazibenin peşine düşer ve ona ulaşır, istediği faaliyeti yerine getirmek ister ve hizmet sunulmasını talep eder. Verilecek hizmetlerin kim(ler) tarafından ve nasıl sağlandığı da önemli ve bir sonraki aşamadır. Arkeodestinyasyonların sevilmesi, sahiplenilmesi ve paylaşılması o hizmetin kalifiye birisi tarafından sunulmasını gerektirir. Bu bazen bir rehber, şef, şoför, bir ulaşım firması ya da bir park görevlisi, polis ya da bir cadde hokkabazı olabilir. Bu kişi otomatik bir robot olsa bile hala en azından robota bakacak bir kişiye ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla, arkeolojik kültür varlıkları alanında istihdam edilecek hizmet sağlayıcılar, iletişimsel düzeyi yüksek entelektüel beyaz yakalılardan da seçilmeli, periyodik dönemlerde personel verimlilikleri denetlenmelidir.

6. *Tanıtım*; Turizm, ürünlerin muhteşem tasarımlarına rağmen varlıkları ve çekicilikleri hiç kimse tarafından bilinmiyorsa, o halde bütün çaba bir hiçtir. Bilen kitlelere yenilerinin de eklenmesi, böylece hedef kitlenin sürekli olarak güncellenmesi ve kitleye arkeodestinyasyonun hatırlatılması da önemli bir konudur. Bir turizm ürününün (sadece ağızdan çıkan bir kelime olsa bile) aynı zamanda tanıtımı yapılmış olmak zorundadır. Tanıtım konusu turizm türleri içinde belki de en çok "kültür varlıkları turizmi için ihtiyaç duyulan bir konudur. Arkeolojik kültür varlıkları yoğun özellikli, ama üst düzey cazibe potansiyeline sahip ve oldukça kırılğan oldukları için detay bilgi gerektiren tanıtımlara çok ihtiyaç vardır.

Değerlendirme ve Sonuç

Literatürde Türkiye'nin kültürel zenginliğine ve bu zenginliğin turizm çekiciliği olarak planlanmasına vurgu yapan çalışmalar mevcuttur (Çalışkan, 2021; Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012; Erkuş, 2010; Alvarez & Korzay, 2011; Akça, 2016). Türkiye'ye sadece kültür turizmi için gelen turist sayısı yüksek olmadığı gerekçesiyle belki de Türkiye'nin kendisini önde gelen bir kültürel destinasyon olarak konumlandırmak için tüm kültürel kaynaklarını verimli ve etkin bir şekilde kullanmadığı söylenebilir. Bu başarısızlık, önceki ve mevcut turizm planlarına, politikalarına ve girişimlerine bağlanabilir (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012). Burada başarısızlık özellikle insanlığın ortak kültür ürünü miras alanları zengini olan ve bu anlamda dünyada eşsiz Anadolu arkeolojik destinasyonlarının dünya turizminde dönük bugüne kadar var olan nerdeyse hiçbir kalkınma planı içinde sağlıklı olarak öne çıkarılmamasında yatmaktadır. Okumuş ve arkadaşlarına göre (Okumus, Avcı, Kilic, & Walls, 2012), Türkiye'nin sadece ender, taklit edilemez ve yeri doldurulamaz kültür turizmi deneyimleri sunması değil, aynı zamanda bu deneyimleri sürekli iyileştirmesi ve yenilemesi gerekiyor. Oysa, arkeoturizmde arkeolojik kültür varlıklarının sürekli iyileştirilmesi ve yenilenmesi söz konusu olmayacak, bu alanların turizme kazandırılmasından sonra iyi yönetilmesi, iyi korunuyor iken, sürdürülebilir bir turizm destinasyonu şeklinde işletilmesi gerekecektir. Ancak yukarıda bahsi geçen faaliyet çeşitlilikleri ile güncellemeler planlanabilir. O halde Türkiye'nin turizm planlaması ve politikalarının önceliğinde yabancı turistler ve arkeoturizm olması, ünük kültürel zenginliğinden ötürü ülkeyi daha rekabetçi kılacak, turist profilinde daha yüksek bir entelektüel kimlik oluşturacak, emek ucuz üretilen deniz, kum ve güneş turizmi endüstrisinden pahada daha yüksek değer üretilen olacaktır. Bu durum Türkiye'ye çekiciliklerini diğer rakip destinasyonlardan farklılaştırma şansı verebilir.

Sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratmak Türkiye için önemli bir konu haline gelmiştir. Neolitik devrim, Tunç Çağı uygarlıkları, Makedon ve Roma İmparatorluğu, Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti kimliği ile oldukça zengin bir potansiyeli ile dünya üzerinde üç büyük dinin de erken dönem izlerini barındıran Anadolu, alışageldiği, emeği ve kaynaklarını ucuza sattığı deniz, kum ve güneş turizminde ısrar etmemelidir. Bu medeniyetlerin birçoğunun izleri günümüze kadar ayakta kalabilmişken, bazı diğerleri toprak ve hala bazı diğerleri de su altında kendi kaderine bırakılmıştır (Erdoğan, 2020a). İnsanlığın ortak kültürel geçmişinin bu kadar zengin olduğu ve neredeyse aynı ya da çok yakın bir çevrede tüm dönemlere ait kalıntı ve malzeme sunması Anadolu’yu dünyada arkeoturizm açısından eşsiz kılmaktadır. Deniz, kum ve güneş Akdeniz havzasındaki ülkelerde, adalarda ya da okyanusa kıyısı olan ülkelerde bolca mevcuttur ancak dünyadaki milyarlarca insanın ortak kültür mirası destinasyonlar Anadolu topraklarında onlara sunulmayı beklemektedir.

Son zamanlarda yerel yönetimlerin alanlara dair yetki ve sorumluluklarının genişletilmiş olması, birçok kazının yıl boyunca sürdürülmesi planlamaların önceliklerinden kaynaklı tespit hataları sonucunda etkin sonuçlar doğurmamaktadır. Dünyada arkeolojik kültür varlıklarının bulunduğu alanların lokal, bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutta değer üretmesi, ortak kültür mirası alanlarının toplumda eğitimsel, ekonomik, sosyal ve kültürel farkındalıkların oluşmasına katkı sağlaması (Kirshenblatt, 1998, s. 151) bu alanlara dair çalışmaları incelemektedir. Herhangi bir başarı öyküsü olacak arkeoturizm programı, projesi ya da yayınının ortaya çıkması disiplinler arası iş birliğine yapılacak vurgu ile mümkündür. Bu şekilde ortaya konan arkeoturizm çalışmaları sadece kamuoyunu bilgilendirici, eğitici değil, doğal ve kültür varlığı çevrelerinin iyileşmesi ve paydaş tüm bireylerin yaşam kalitelerinin gelişmesine yol açacaktır. Ancak bu çalışmalar Türkiye’de olduğu gibi bilimsel bir arkeoturizm planlamasından yoksun, kazı başkanlarının bireysel kapasitelerine terkedilmiş olmamalıdır.

Sonuç olarak, Türkiye’de top yekûn bir “arkeolojik kültür varlığı ve turizmi planlaması ve politikasının” geliştirilmesi ve buna hizmet edecek bir idari yapılanmaya gidilmesine ihtiyaç vardır. Disiplinler arası koordinasyon gerektiren arkeoturizm planlamalarında arkeologlar, sanat tarihçiler, mimarlar, jeologlar, tarihçiler, edebiyatçılar, çevirmenler, iletişimciler, pazarlamacılar ve turizmciiler, arkeoturizm zincirinin paydaşları olarak birlikte belirli bir çatı altında tanımlı çalışmaları yapmak durumundadırlar.

Kaynakça

- Akça, Y. (2016). Tourism Policy in Turkey’s Development Plans. *International Conference on Eurasian Economies, 29-31 Ağustos* (s. 721-726). Kaposvár: Hungary. doi.org/10.36880/C07.01801.
- Alvarez, M., & Korzay, M. (2011). Turkey as a heritage tourism destination: The role of knowledge. *Journal of Hospitality Marketing and Management, 20*, 425–440.
- Baggio, R. (2013). Oriental and occidental approaches to complex tourism systems. *Tourism Planning & Development, 10(2)*, 217–227. doi: 10.1080/21568316.2013.783731.
- Baram, U. (2008). Tourism and archaeology. In P. D.M., *Encyclopedia of Archaeology, Volume 3* (pp. 2131-2134). Amsterdam & London: Elsevier & Academic Press.
- Benveniste, G. (1989). *Mastering the politics of planning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Boukas, N., & Ziakas, V. (2014). A chaos theory perspective of destination crisis and sustainable tourism development in islands: The case of Cyprus. *Tourism Planning & Development, 11(2)*, 191–209. doi: 10.1080/21568316.2013.864995 .
- Chaddock, S. (2021). *Interpreting Central Anatolian heritage: the construction of place and identity in Neolithic archaeological sites in Turkey*. Australia: The University of Queensland, School of Social Science.
- Costa, C. (2001). An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research, 3(6)*, 425–441. doi:10.1002/jtr.277 .
- Cui, J., Li, R., Zhang, L., & Jing, Y. (2021). Spatially Illustrating Leisure Agriculture: Empirical Evidence from Picking Orchards in China. *Land, 10*, 631. doi:10.3390/land10060631 .

- Çalışkan, U. (2021). Tourism in Turkey: A Comprehensive Overview and Analysis for Sustainable Alternative Tourism. In A. S. İkiz, *Critical Review of the Tourism planning History of Turkey* (pp. 27-44). NW: CRC Press.
- Dowling, R. (1993). An environmentally-based planning model for regional tourism development . *Journal of Sustainable Tourism, 1(1)*, 17-37.
- Düring, S. B. (2011). *The Prehistory of Asia Minor*. New York: Cambridge University Press.
- Erbil, Y. (2019). Crossroads, Konya Plain from Prehistory to The Byzantine Period. *9th International Anamed Annual Symposium, 6-7 Aralık, 2014* (pp. 193-206). İstanbul: Ege Yayınları.
- Erdoğan, H. A. (2020a). *Arkeoturizm'de Planlama ve Çevre Yönetimi: Konya Örneği*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Erdoğan, H. A. (2020b). Archaeotourism as a distinct tourism industry for sustainability, sociocultural harmony and integration with its extra potential in the digital electronic world. *Living with Tourism: Paradoxes, Empowerment and Future Directions* (p. 24th to 25th September). Presented Virtually in the 2nd International Workshop, Lisbon: SOCIUS/CSG-ISEG.
- Erkuş, Ö. H. (2010). Planning of Tourism Development: The Case of Antalya. *Anatolia, 21(1)*, 107–122. doi:10.1080/13032917.2010.9687093 .
- Foxell, E., & Trafford, D. A. (2010). Repositioning Malta as a cultural heritage destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 4*, 156-168. doi:10.1108/17506181011045226.
- Giraud, R. F., & Porter, B. W. (2010). Archaeotourism and the Crux of Development. *Anthropology News, 51(8)*, 7–8.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley.
- Holtorf, C. (2005). *From Stonehenge to Las Vegas: Archaeology as popular culture*. Walnut Creek, CA: Altamira.
- Kepçe-Çokay, S. (2010). *Arkeolojiye Giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Kirshenblatt, G. B. (1998). *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: A developing country perspective. *Tourism Management, 27*, 159–170.
- Molitor, G., & Forecasting, P. (2008). Part I: Oncoming “Leisure Era”: How We are Getting There. . *Journal of Future Studies, 12*, 109–120.
- Muşmal, H. (2015). Seyahatnameler ve Tarihi Coğrafya Eserlerinde Beyşehir. *Tarih Okulu Dergisi (TOD), 8(XXII)*, 161-187.
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., & Walls, A. R. (2012). Cultural Tourism in Turkey: A Missed Opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 21(6)*, 638–658. doi:10.1080/19368623.2012.627231.
- Pearce, D. (1989). *Tourism development*. Harlow: Longman.
- SBB. (1963, Ocak). *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)*. Retrieved from TC TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Birinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1963-1967.pdf
- SBB. (1968, Ocak). *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/İkinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1968-1972.pdf
- SBB. (1973, Ocak). *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Ucuncu_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1973-1977.pdf
- SBB. (1979, Ocak). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Dorduncu_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1979-1983.pdf
- SBB. (1985, Ocak). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Besinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1985-1989.pdf

- SBB. (1990, Ocak). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Altinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1990-1994.pdf
- SBB. (1996, Ocak). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Yedinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-1996-2000.pdf
- SBB. (2001, Ocak). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)* . Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Sekizinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Planı-2001-2005.pdf
- SBB. (2007, Ocak). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)* . Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Dokuzuncu_Kalkinma_Planı-2007-2013.pdf
- SBB. (2014, Ocak). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Onuncu_Kalkinma_Planı-2014-2018.pdf
- SBB. (2018, Ocak). *On Birinci Kalkınma Planı (2018 - 2023)*. Retrieved from TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI-SBB: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/On_Birinci_Kalkinma_Planı-2019-2023.pdf
- Sinclair, M. G., & Gursoy, D. (2016). A conceptual model of residents’ support for tourism development in developing countries. *Tourism Planning & Development, 13(1)*, 1–22. doi: 10.1080/21568316.2015.1047531 .
- Stange, J., & Brown, D. (2011). *Tourism Destination Management; Achieving Sustainable and Competitive Results*. Washington: Solimar International-USAID.
- Times, (. (1997, January 31). “Turkey” . *Time Supplement*, p. 2.
- Timothy, D. (2011). *Cultural heritage and tourism: an introduction*. Bristol: Channel View.
- Tosun, C. (2001). Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey. *Tourism Management, 22*, 289-303.
- Tosun, C., & Jenkins, C. L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey. *Tourism Management, 17(7)*, 519—531.
- Tosun, C., & Timothy, D. J. (2001). Shortcomings in planning approaches to tourism development in developing countries: the case of Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13(7)*, 352–359. doi:10.1108/09596110110403910 .
- UNWTO. (2013). *Sustainable tourism for development guidebook*. Madrid: World Tourism Organization. Retrieved from World Tourism Organization. (2013). Sustainable tourism for development guidebook (1st ed.). Madrid:.
- Walker, C., & Carr, N. (2013). Tourism and archaeology: an introduction. In C. Walker, & N. Carr, *Tourism and archaeology: sustainable meeting grounds* (pp. 11-36). Walnut Creek. CA: Left Coast Press.
- Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management, 20(3)*, 351–360. doi:10.1016/s0261-5177(98)00117-4.
- Zeist, W. v., & Bottema, S. (1991). *Late Quarternary Vegetation of the Near East*. L. Reichert, Germany: Wiesbaden.