



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



BARTIN TURİZM MASTER PLANI



BARTIN BELEDİYESİ

2016

Bu çalışma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı-Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı tarafından yürütölen İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı-Kayıtlı İstihdamın Teşviki 2 Programı çerçevesinde Bartın Belediyesi tarafından uygulanan Bartın'da Kayıtdışı İstihdama Kayıtsız Kalmayalım Projesi kapsamında hazırlanmıştır.

Referans Numarası: TRH1.3.PREII/P-03/168

Bu yayın Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin mali katkısıyla hazırlanmıştır. Bu yayının içeriğinden yalnızca Bartın Belediyesi sorumludur ve bu içerik hiçbir şekilde Avrupa Birliği veya Türkiye Cumhuriyeti'nin görüş ve tutumunu yansıtmamaktadır.



HAZIRLAYAN
BARTIN BELEDİYESİ

İçindekiler

Tablo Dizini	4
Şekiller Dizini	4
Grafik Dizini	4
Araştırma Ekibi	6
Önsöz.....	8
Yönetici Özeti	10
1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	11
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	12
2.1.1. Veri Toplama Yöntemi.....	12
2.1.2. Analiz Ölçeği	13
3. Üst Ölçekli Plan ve Programlarla İlişki	13
4. TURİZM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ	15
4.1. Alternatif Turizm Çeşitleri Nelerdir?	15
4.2 Dünya’da Turizm Sektörü	17
4.3. Türkiye’de Turizm Sektörü	19
4.4. Türkiye Turizm Politikası	22
4.5. Batı Karadeniz Bölgesi Genel Durum ve Turizm Sektörü	24
4.5.1. Genel Durum	24
4.5.2. Turizm Sektörü	25
4.6. Bartın Mevcut Durum	26
4.6.1. Tarih	26
4.6.2. Coğrafi Özellikler ve İklim.....	27
4.6.3. Nüfus	28
4.6.4. Eğitim Durumu	28
4.6.5. Ekonomik Yapı.....	29
4.6.6. Konaklama, Yeme- İçme Tesisleri ve Seyahat Acenteleri.....	30
4.6.7. El Sanatları.....	34
5. BARTIN’IN TURİZM VARLIKLARI VE ALTYAPISI	36
5.1. Doğal Varlıklar	36
5.2. Doğa Turizmi	37
5.2.1. Dağcılık ve Dağ Turizmi	37
5.3. Kültürel Varlıklar	39
5.3.1. Kentsel Mimari	39

5.3.2. Kırsal Mimari	39
5.3.3. Kültürel ve Folklorik Değerler.....	40
6. BARTIN GZFT TOPLANTISI RAPORU.....	41
6.1 Giriş	41
6.2 GZFT Analiz Sonuçları	41
6.2.1 Güçlü Yönler	41
6.2.2 Zayıf Yönler.....	41
6.2.3 Fırsatlar	42
6.2.4 Tehditler	43
7. ANKET ÇALIŞMASI ANALİZ SONUÇLARI	44
8. BARTIN TURİZMİ GELİŞİM STRATEJİLERİ	81
2023 Vizyonu ve Gelişim Stratejileri	81
Strateji 1: İşgücü Piyasası	82
Sektörün İşgücü İhtiyacının Karşılanması ve Niteliklerinin Artırılması.....	82
Strateji 2-Tanıtım ve Pazarlama	85
İlçenin Ulusal ve Uluslararası Boyutta Tanıtım ve Pazarlama Çalışmalarının Artırılması	85
Strateji 3: Kurumsal Yapılanma ve Yönetişim	88
Strateji 4: Yeni Yatırımların Bölgeye Çekilmesi	88
Altyapı ve Hizmet Kalitesinin İhtiyaçlara Cevap Vermesini ile Yeni Yatırımların Bölgeye Çekilmesi	88
Strateji 5: Turizm Farkındalığı Oluşturma	92
İl Halkında Turizm Farkındalığının Oluşmasının Sağlanması	92
Ekler.....	94
Ek 1: Turizm İşletmeleri Anketi	94
KAYNAKÇA.....	99

Tablo Dizini

Tablo 1- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2000-2010 Yılları Uluslararası Turist Sayısı	18
Tablo 2- Dünya Turizm Sektörü.....	19
Tablo 3- Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı	20
Tablo 4- Türkiye Turizm Sektörü Verileri.....	21
Tablo 5- Dünya Sıralamasında Türkiye'nin Yeri.....	22
Tablo 6- Bartın'ın ve ilçelerinin 2015 yılına ait nüfus verileri.....	28
Tablo 7- Bartın Okur- Yazar Sayıları.....	29
Tablo 8- Bartın Eğitim Durumu, 2013.	29
Tablo 9- Bartın İlindeki Bakanlık Belgeli Konaklama Birimleri ve Kapasiteleri	31
Tablo 10- Bartın İlindeki Belediye Belgeli Konaklama Birimleri ve Kapasiteleri.....	31
Tablo 11- Bartın İlindeki Belediye Belgeli Pansiyon Birimleri ve Kapasiteleri	32
Tablo 12- Bartın İlindeki Konaklama Tesisleri ve Yatak Sayıları	33

Şekiller Dizini

Şekil 1- Tel Kıрма	34
Şekil 2- Halı Dokumacılığı	34
Şekil 3- Ağaç Oymacılığı.....	35
Şekil 4- Taş Sac Yapımı	35

Grafik Dizini

Grafik 1-Faaliyet Yılı	45
Grafik 2- Faaliyet Alanı	45
Grafik 3- Hukuki Yapı.....	46
Grafik 4- Çalışan Sayısı.....	46
Grafik 5- Yabancı Dil Bilen Personel Sayısı	47
Grafik 6- Hangi Yabancı Dilleri Bilmekteler	47
Grafik 7- İnternet Bağlantısı	48
Grafik 8- İnternet Sitesi	48
Grafik 9- İnternet Sitesi Dili	49
Grafik 10- Bilgisayar Sayısı.....	49
Grafik 11- Turizm İşletme Belgesi	50
Grafik 12- Turizm Yatırım Belgesi	50
Grafik 13- Yatırım Teşvik Belgesi	51
Grafik 14- Marka Tescil Belgesi	51
Grafik 15- ISO: 22.000	52
Grafik 16- ISO 9001	52
Grafik 17- TS 18001	53
Grafik 18- ISO 10002	53
Grafik 19- TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi	54

Grafik 20- Diğer Belgeler	54
Grafik 21- Basılı broşür, e-broşür	55
Grafik 22- Tanıtım Filmi.....	55
Grafik 23- Yerel Televizyon Reklamları.....	56
Grafik 24- Ulusal Televizyon Reklamları.....	56
Grafik 25- Yerel Gazete İlanları	57
Grafik 26- Ulusal Gazete İlanları.....	57
Grafik 27- İnternet Üzerinden Reklamlar	58
Grafik 28- El İlanları	58
Grafik 29- Sosyal Medya Reklamları.....	59
Grafik 30- Yayınlanan Turizm Rehberleri	59
Grafik 31- Gezi Yazıları	60
Grafik 32- Fuar Katılımları	60
Grafik 33- Diğer Tanıtım Araçları.....	61
Grafik 34- Hizmet Verilen Yerli Turist Sayısı.....	61
Grafik 35- Hizmet Verilen Yabancı Turist Sayısı	62
Grafik 36- Son 5 Yılda Sektöre Yatırımınız Oldu Mu?	62
Grafik 37- Olduysa Yatırım Tutarınız Ne Kadardır?	63
Grafik 38- Yatırımın Sonuçları Nasıl Oldu	63
Grafik 39- Önümüzdeki 5 Yıla Dair Yatırım Planınız Var Mıdır?	64
Grafik 40- Ne Kadar Yatırım Yapmayı Planlıyorsunuz?.....	64
Grafik 41- Son 5 Yıldaki Gelirin Değişimi	65
Grafik 42- Sektörde Yaşadığınız En Önemli Sorun Nedir?	65
Grafik 43- Bartın'ın Turizm Potansiyeli.....	66
Grafik 44- Bartın'da Son 10 Yılda Turizmdeki Değişim	66
Grafik 45- Bartın'da Turizmin Gelişmesini Olumsuz Etkileyebilecek Faktörler	67
Grafik 46- Markalaşma Değerini Artırmak İçin Hangisine Öncelik Verilmelidir?	67
Grafik 47- Hangi Gruba Hitap Etmek İl Turizminde Öncelikli Olmalıdır?	68
Grafik 48- Hangi Gelir Grubuna Hitap Etmek Öncelikli Olmalıdır?.....	68
Grafik 49- Doğa Sporları	69
Grafik 50- Yayla Turizmi	69
Grafik 51- Sağlık ve Termal Turizmi.....	70
Grafik 52- Akarsu Turizmi.....	70
Grafik 53- Av Turizmi.....	71
Grafik 54- Kuş Gözlemciliği.....	71
Grafik 55- İnanç Turizmi	72
Grafik 56- İş/Kongre Turizmi	72
Grafik 57- Sualtı Dalış Turizmi	73
Grafik 58- Yat Turizmi.....	73
Grafik 59- Golf Turizmi	74
Grafik 60- Kış Sporları.....	74
Grafik 61- Köy Turizmi.....	75
Grafik 62- Tarım Turizmi	75
Grafik 63- Çiftlik Turizmi.....	75
Grafik 64- Gençlik Turizmi.....	76
Grafik 65- Mağara Turizmi	77
Grafik 66- Hava Sporları Turizmi	77
Grafik 67- Festival Turizmi.....	78

Grafik 68- Yeme-İçme Turizmi.....	78
Grafik 69- Arkeoloji Turizmi	79

Araştırma Ekibi

Meliha HACİBEBEKOĞLU

1981 yılında Kayseri’de doğan Meliha HACİBEBEKOĞLU Erciyes Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur. 2004-2006 yılları arasında petrol ürünleri sektöründe yöneticilik görevinde bulunmuştur. 2006 yılında Yozgat Ticaret ve Sanayi Odasında Proje Koordinatörü olarak görev alan HACİBEBEKOĞLU 2007 yılından beri Türkiye’nin birçok bölgesinde yerel yönetimlere, oda ve borsalara, sivil toplum kuruluşlarına ve KOBİ’lere bu alanlarda eğitim ve danışmanlık hizmeti veren Progem Danışmanlık’ta yatırım uzmanlığı görevini yürütmektedir. Aynı zamanda birçok sivil toplum kuruluşuna üyeliği bulunan HACİBEBEKOĞLU 2009 yılından bu yana Ekonomik ve Sosyal Gelişim Derneği’nin Yönetim Kurulu Üyeliği görevini yürütmektedir. Ulusal ve uluslararası çok sayıda proje yürütme deneyimi bulunan HACİBEBEKOĞLU iyi derecede İngilizce bilmektedir.

Ahsen UZANDAÇ

1987 yılında Kayseri’de doğmuştur. Lisans eğitimini 2010 yılında Çankaya Üniversitesi İşletme Bölümünden mezun olarak tamamlamıştır. 2010-2012 yılları arasında Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Programında yüksek lisans eğitimini tamamlayan UZANDAÇ 2016 yılında Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gene İşletme Doktora Programında eğitimine devam etmektedir. 2011 yılından beri Progem Danışmanlık’ta yerel kalkınma alanında stratejik araştırmalar yapılması, saha organizasyonlarının yürütülmesi, anket analizlerinin yapılması gibi konularda görev alarak araştırma uzmanı pozisyonunda çalışmalarını sürdürmektedir. İyi derecede İngilizce bilen UZANDAÇ ayrıca başlangıç seviyesinde Rusça bilmektedir.

Mehtap TEKER

1978 yılında Ankara’da doğmuştur. 2012 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Bölümünden mezun olmuştur. MS Ofis programlarını iyi derecede kullanan TEKER, İngilizce yabancı dil bilgisine sahiptir. 1998 yılından beri aktif iş hayatında olup çeşitli firmalarda birim yöneticiliği görevlerinde bulunmuştur. 2013 yılından itibaren Türkiye genelindeki özel sektör, sivil toplum kuruluşu ve kamu kurumlarının ihtiyaçlarına yönelik eğitim, araştırma ve danışmanlık hizmetleri sağlayan Progem Danışmanlık’ta Araştırma Sorumlusu olarak çalışmaktadır. İyi derecede İngilizce bilmektedir.

Anket Ekibi

Saha Sorumlusu
Meliha HACİBEBEKOĞLU

Literatür ve Raporlama
Ahşen UZANDAÇ & Mehtap TEKER

Hatice SÖĞÜT

Hatice
ÖZDEMİR

Ebru EFE

Sema SARKMAZ

Büşra ALTINIŞIK

Serdar Enes
YARALI

Sibel COŞAN

Çağrı Can
KINCİR

Volkan ÇETİN

Nazlı AY

Sevinç DİNÇ

Feryade
Akardere
DAĞLIOĞLU

Sultan ÇAKMAK

Melis
ALTUNTAŞ

Önsöz



Turizm bir ülkenin en önemli milli değerlerinden biridir. Birçok medeniyetlere, devletlere beşiklik etmiş, bu medeniyetlerden kalma çok zengin bir tarihi mirasa sahip, doğal güzellikleri eşsiz olan, bir yılda dört mevsimin görüldüğü ülkeler içerisinde önemli bir bağ kuran ülkemiz turizm güzellikleri açısından dünyanın en çok ziyaret ettiği ülkeler arasındadır. Konumu, coğrafi özellikleri ve tarihi mirası sebebiyle de Bartın, Karadeniz Bölgesinin önemli turizm merkezlerinden biridir.

Bartın'da turizm önemli yere sahiptir. Bu nedenle, başta kurumlar ve sivil toplum örgütleri, samimiyet temelinde koordinasyon sağlayarak bu potansiyeli harekete geçirecek planlamalar yapmalıdır. Ayrıca buralardan gelecek görüş ve önerileri değerlendirerek geleceğe yönelik adımlar atmalıdır. Bartın Belediyesi tarafından yürütülen ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı-Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı tarafından desteklenen Bartın'da Kayıt dışı İstihdama Kayıtsız Kalmayalım Projesinde hazırlanan Bartın Turizm Master Planının bu anlamda önemli olduğuna inanıyorum.

Artık dünyada ülkeler değil, kentler yarışıyor. Bu yarışta da tarihi eserleri onaran, onlara sahip çıkan, koruyan, kültürüne önem veren şehirlerin bir adım daha öne çıktığını görüyoruz. Şehirler sanayi ile belli bir yere kadar gelebilirler. Alt ve üst yapısı ile düzgün bir şehirleşmenin yanı sıra tarih ve kültürünüz ile ön plana çıkarsanız gelecek kuşaklara bırakacağınız en önemli miras bu olacaktır.

İl ekonomimizin canlanmasının en reel yolu olarak da gördüğümüz turizm ile yapılan çalışmaların sonuçları değerlendirildiğinde, ortaya koyduğumuz hedeflerle örtüşeceğini tahmin ediyorum.

Ülkemiz güneş, kum, sahil imajının yanında tarihi - kültürel mirasının zenginliği nedeniyle oldukça dinamik yapıya sahiptir. Bartın'ın bu dinamizmden payını alarak sosyal ekonomik döngüsünü hızlandırmak için, turizm potansiyelinin harekete geçirilmesine katkı sağlayacak Bartın Turizm Master Planı çalışmasının yürütülmesinde destek olan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı-Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı'na saygılarımı sunuyorum.

Cemal AKIN

Bartın Belediye Başkanı

Yönetici Özeti

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmışlık düzeyine yön veren etmenler değişmektedir. Bu doğrultuda nitelikli ve istikrarlı değişimin bölge bazında gerçekleşmesine yönelik hazırlanan bölge planlarının yerel ekonomiye katkılarının yanı sıra ulusal ekonomiye sağladığı yararlar net şekilde görülmektedir. Bölgesel kalkınma planlarının belirlenmesi ve planlanan süre içinde etkin şekilde uygulanması, ülke içinde sektörel gelişmeyi ve dolayısı ile kalkınmışlık düzeyini etkileyen nüfus-kaynak dengesinin kurulamaması, bölgeler arası refah düzeyi farklılıklarının oluşması gibi sorunların çözülmesinde önemli rol oynamaktadır.

Yerel düzeyde kalkınma sürecinde sektörel gelişmelerin etkisi oldukça fazladır. Özellikle Türkiye’de son yirmi yılda gelişme gösteren turizm sektörünün ekonomik ve sosyal kalkınmadaki rolünün gittikçe arttığı gözlenmektedir. Kalkınmışlık düzeyinin gelişemediği ülkelerde turizm sektörünün etkili şekilde gelişmemiş olduğu, buna karşın kalkınmışlık düzeyi yüksek ülkelere ise turizm sektörünün öncü sektör konumunda olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak yerel düzeyde kalkınmışlık seviyesinin artırılarak bölgeler arası dengesizliklerin azaltılması ve ülke ekonomisinin gelişimine katkı sağlanması amaçlarıyla yerel düzeyde turizm sektörünün gelişimini sağlayacak zeminin hazırlanması zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü’nün çeşitli araştırmalar sonucunda hazırladığı planlar ve öneriler Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün geliştirilmesinde etkin rol oynamaktadır. Ülkelerin aktif şekilde yararlandığı bu çalışmalar ulusal ekonomilerin güçlenmesinde turizm sektörünün önemini kanıtlamaktadır. Yaklaşık 60 yıllık bir geçmişe sahip Avrupa Birliği, turizm sektörünü ekonomik ve sosyal kalkınmışlık düzeyinin artırılmasında öncelikli alanlardan biri olarak belirlemiştir. AB ülkeler ve bölgeler arasında eşit ve dengeli gelişime katkıda bulunmaya yönelik olarak bölgesel turizm kalkınma planları hazırlamaktadır. Ülkeler ve bölgeler arası eşitliğin yanı sıra ülke içindeki bölgesel eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasını hedef alan AB sivil toplum kuruluşlarının etkin rol alacağı projelerin yürütülmesini sağlamak için destek programları yayınlamaktadır. Bu destek programlarının en önemli özelliklerinden birisi turizm sektöründe gelişmenin sağlanması amacıyla işletme ve işgücü kapasitelerinin artırılması ve bölgesel rekabet gücünün eşitlenmesi gibi konulara öncelik vermesidir. Turizm sektörünü geliştirmeye yönelik projelerde AB’den %100 oranına kadar hibe desteği sağlanabilmektedir.

Dünya üzerinde en hızlı büyüme payına sahip olan turizm sektörü, Türkiye’de de büyüme eğilimi içindedir. Eğilim, Türkiye’deki ilgili paydaşlar tarafından göz önünde bulundurulmuş ve turizm sektörünün potansiyelinin değerlendirilmesinin 10. Kalkınma Planı ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 gibi ulusal strateji belgelerinde önemle bahsi geçmiştir.

Nitekim Bartın Belediyesi’nin koordinasyonunda yürütülen Bartın’da Kayıt Dışı İstihdama Kayıtsız Kalmayalım projesinde oluşturulan Bartın Turizm Master Planının tüm bölge için örnek teşkil etmesini ve hayata geçirilecek uygulamalarla kayıtlı istihdamı teşvik edici ve bölgesel kalkınmayı hızlandırıcı etki yaratmasını ümit ediyoruz.

Meliha HACİBEKOĞLU

Progem Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti.

Genel Müdür

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Turizm sektörü, dünyada en fazla getiriye sahip faaliyet alanlarından biri durumundadır. Özellikle gelir, istihdam ve yatırımlar açısından bakıldığında yalnızca turizm bölgeleri için değil ülkenin genel ekonomisi için önem arz eden sektörlerden biridir. Turizm, bugün dünyada en fazla istihdam yaratan sektörlerin başında gelmektedir. Uluslararası turizmin ülkelerin refah seviyesinde yaptığı katkı ve ülkelerin döviz rezervlerini artırıcı etkisiyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli hizmet sektörlerinden biri haline gelmiştir.

Turizmin önemli yönlerinden biri, ekonomik yararlığını diğer sektörlerle nazaran daha kısa sürede gösterilebilmesidir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörünün milli gelire katkısı, sağladığı döviz gelirleri, ödemeler dengesine katkısı ve geliştirilen iş kolları ile yaratılan yeni istihdam alanları ile ülke ekonomisine katkısı oldukça büyüktür. Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin temel prensibi olan ihracata dayalı sanayileşmenin sağlanmasında turizm etkili bir sektör olmuştur. Bu nedenle döviz girdilerinin artması ve kalkınmada oynadığı rol büyüktür.

Bartın Karadeniz’e açılan sahil şeridi, tarihi, doğal ve arkeolojik değerleri, iklimsel ve kültürel özellikleri ile turizm çeşitliliği açısından zengin potansiyele sahiptir. Buna rağmen il ve ilçelerde bu fırsat yeterince değerlendirilememektedir. Dolayısıyla ilin turizmden elde ettiği gelir istenilen seviyeye ulaşmamaktadır.

Bartın’da en çok talep gören deniz turizmi bakımından yeterli yatırımlara ulaşamaması ve deniz turizmine alternatif olacak diğer turizm türlerindeki çalışmaların eksikliği nedeniyle sektör gelişme anlamında sorun yaşamaktadır. Söz konusu eksiklikler nedeniyle Bartın turizm ile öne çıkan bir kent olamamakta yerli ve yabancı turistler için sadece uğranılan, günü birlik ya da kısa süreli konaklanan bir kent özelliği göstermektedir.

Bundan hareketle turizm sektörünün mevcut durumunu inceleyen, sektörle ilgili gelecek senaryolarını ve sektörün geliştirilmesine yönelik bilgiler içeren Bartın Turizm Master Planı oluşturulmuştur. Araştırmada literatür taraması, Bartın’daki 100 turizm işletmesi ile anket çalışması ve GZFT toplantısı yapılmıştır. İlçede turizm alanındaki 100 işletmeyi ziyaret ederek gerçekleştirilen anket çalışması ile Bartın’ın turizm potansiyeli, sektörün mevcut durumu, ihtiyaçları ve çözüm önerileri, ileriye dönük yatırım planları, bölgenin turizm stratejisi gibi konular hakkında bilgiler elde edilmiştir. Bartın’da turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve farklı turizm taleplerine sahip pek çok turistin ildeki turizm faaliyetlerine yönelmesine katkıda bulunmak için yerel paydaşların ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin katıldığı GZFT toplantısı organize edilmiştir. GZFT toplantısında turizm sektörünü ilgilendiren iç ve dış etkenler dikkate alınarak var olan güçlü yönler ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanılmasıyla sektörel tehditlerin ve zayıf yönlerin etkisini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmalardan elde edilen veriler sonucunda Bartın’da turizm sektörüne yönelik master planı hazırlanmıştır. Bu plan ildeki resmi kurumların ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile yapılan bir toplantı ile nihai haline getirilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma Progem Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti. koordinasyonunda Bartın Belediyesi işbirliği ile gerçekleştirilmiştir. Faaliyet sonuç raporunun hazırlanması iki ana başlık altında toplanmıştır.

2.1.1. Veri Toplama Yöntemi

İnternet ortamında geniş çaplı kaynak taraması yapılmıştır. Ayrıca bölgesel gelişme politikaları ve uygulamaları konularında yapılan teorik yayınlardan ve kalkınma planları dokümanlarından yararlanılmıştır. Diğer yandan Kalkınma Bakanlığı, TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın şimdiye dek gerçekleştirilen ilgili tüm yayın, veri ve istatistiklerine başvurulmuştur. Literatür taraması doğrultusunda Bartın'da turizm alanında faaliyet gösteren ya da konuyla ilgili yetkin nitelikteki yerel yönetim, kamu kuruluşları ve ilgili STK'lardan birebir yapılan ziyaretle bilgi edinilmiştir. Literatür taramasına ek olarak anket çalışması yürütülmüştür. Çalışmada öncelikle Bartın Belediyesinin desteğiyle ilde faaliyet gösteren 100 turizm işletmesi tespit edilmiştir. Anket çalışması için belirlenen işletmelerin adres bilgileri değerlendirilerek çalışmanın güzergah planlamaları yapılmış ve anketörler bu güzergahlar doğrultusunda görevlendirilmiştir. Böylelikle anketörlerin verimli çalışmaları amaçlanmıştır.

İşletmelerin ve araştırma taslağının belirlenmesiyle anket yapılacak turizm işletmelerine yöneltilen soruların yer aldığı anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda araştırma konusuna ve amacına uygun şekilde işletmelerin faaliyet yılı, hukuki yapısı, çalışan sayısı, sahip olunan belgeler, tanıtım araçları, yatırım planları ve tutarları, bölgede yaşanan sektörel sorunlar ve sektörün gelişimi için uygulanabilecek politikalar ile ilgili sorular yer almıştır. Anket formu Bartın Belediyesi yetkilileriyle paylaşarak önerileri alınmış ve son haline getirilmiştir.

Yer tespitinin tamamlanması ve soru formlarının oluşturulmasının ardından görüşmeleri yapacak anket ekibinin kurulmasına yönelik çalışmalara geçilmiştir. Anketörlerin tespiti için yerel kurumlar ile irtibata geçilmiştir. Bu süreçte araştırma çalışmasında görev almak için 23 adaydan başvuru alınmıştır. Anket çalışmasının kalitesini arttırmak amacıyla adaylar arasından eğitim düzeyleri ve deneyimleri gözetenilerek uygun görülen 14 aday tespit edilmiştir. Anket ekibinin oluşturulmasını takiben soru formu üzerinde bir günlük eğitim gerçekleştirilmiştir. Eğitim sonucunda anketörlerin görüşme yapacağı turizm işletmelerine formda yer alan temel soruları yönlendirerek gelen cevapların durumuna göre cevaplayan kişiyi daha iyi anlayabilmeleri ve derinlemesine bilgi alabilmeleri amaçlanmıştır. Eğitimde ayrıca anketörlere görüşmeyi yaptığı kişilerin cevabını genişletebilmesi için ve araştırma amacına ters düşmeyecek biçimde ekstra sorular yöneltebilmesi için bilgiler verilmiştir. Soru formu dışındaki bu tür sorular tüm ekibe bildirilip soru formuna eklenerek uygulamanın standartlaşması amaçlanmıştır.

2.1.2. Analiz Ölçeği

Araştırma kapsamında Bartın'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin mevcut durumları, yaşadıkları problemler ve ilin turizm potansiyeli hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmasında ziyaret edilecek 100 adet işletme Bartın Belediyesi tarafından belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında yapılan bir diğer etkinlik ise GZFT toplantısıdır. Toplantıya yerel kurumlar ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler katılım göstermiştir.

3. Üst Ölçekli Plan ve Programlarla İlişki

Bölgesel gelişme açısından turizm sektörünün çeşitlendirilmesi ve farklı bölgelerdeki potansiyellerin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bölgesel ve yerel ölçekte planlama çalışmalarında çevrelerinde yoğun turizm potansiyeli bulunan bölgelerde, kentsel gelişme ve turizm potansiyelini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılarak sektörün değerlendirilmesi, Türkiye'nin ulusal gelişme hedefleri arasında yer almaktadır. Sektörün çeşitlenmesi ve gelişmesi bölgede yatırımcıları harekete geçirecek, yeni alanların oluşmasına ve yeni istihdamlara fırsat tanıyacak, bu da artan geliri ve refahı beraberinde getirecektir.

Türkiye turizm potansiyeli bakımından zengin bir ülke olmasına rağmen turizm gelirlerinin büyük bir kısmını deniz turizminden karşılamaktadır. Deniz turizmi ise belli bölgelerde yoğunlaşmıştır. Ancak ülkelerin, insanların değişen turizm talebini karşılamak ve rakipleri karşısında ayakta kalabilmek adına turizm sektörünü geliştirmeye yönelik çalışmalar yapması gerekmektedir. Bu gerekliliği dikkate alan ülkelerden biri Türkiye'dir. Türkiye'nin turizm sektörünün gelişmesine yönelik stratejiler belirlemesi ve bu stratejileri uygulayarak dünya turizm sıralamasında ilk 10 ülke arasına girmesi bunun bir göstergesidir.

T.C. Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisine göre bölgelerde rekabet gücünü artırmak adına hizmet sektörlerinin kalkınma yönünde harekete geçirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bölgelerin rekabetçi üstünlüklerinin belirlenmesi, turizm ve girişimcilik başta olmak üzere bölgeye en fazla katma değeri sağlayan alanlarda kapasite gelişimi, uluslararası ve yerel yatırımcıların bölgeye çekilmesi belirlenen hedefler arasında yer almaktadır. Hizmet sektöründe önemli getiriye sahip turizm sektörünün bu hedefler doğrultusunda geliştirilmesi bölgeye yenilik, girişimcilik, nitelikli insan gücünü kullanabilme ve bölgesel kalkınma konularında katkı sağlayacaktır.

İlgili strateji belgesinde turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve kalitesinin artırılmasına yönelik altyapı projelerinin destekleneceği belirtilmiştir. Ayrıca bölgesel çekim merkezlerinin doğal ve kültürel özelliklerini temel alarak kentsel markalar yaratmak ve bu varlıkları esas alan turizm faaliyetlerini geliştirmek belirlenen stratejiler arasında yer almaktadır. Bu durum güçlü turizm potansiyeli olan Bartın'da turizmin gelişmesine yönelik yapılacak çalışmaların ayrıcalıklı öneme sahip olduğunu göstermektedir. İlde alternatif turizm türlerinin birçoğu için potansiyel alanlar mevcuttur. Bu alanların değerlendirilmesi marka kent olma yolundaki Bartın'ı bir adım önde tutacak ve yalnızca bölgesel gelişmeye değil ulusal gelişmeye de destek verilmiş olacaktır.

Ulusal, bölgesel veya yerel bazda turizm sektöründe sürdürülebilirliği sağlamak mevcut potansiyellerin etkin kullanılmasıyla mümkün olacaktır. Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılması ve bölgesel gelişmede turizmin öncü sektör olması için belirli stratejiler içeren Türkiye 2023 Turizm Stratejisinde alternatif turizmin geliştirilmesine yönelik hedefler bulunmaktadır. Buna göre bölgelere özgü turizm türlerinin belirlenmesi ve bu türlerin geliştirilerek turizm odaklı kentler oluşturulması ülkenin turizm sektöründe belirlediği hedefler arasında yer almaktadır.

2023 hedeflerinde turizme yönelik birçok hedef belirlenmiştir. Bunlardan biri turizmin mevsimlere ve bölgelere göre dağılımını dengelemek, değişen tüketici taleplerini dikkate almak ve potansiyel alanlar sunmak için alternatif turizme yönelik çalışmalar yapmaktır. Bu doğrultuda Türkiye'nin her bölgesinde alternatif turizmin geliştirilmesine, iç turizm payının artırılması için farklı turistik ürün veya programların oluşturulmasına, bölgesel ve yerel bazda kapasite artırılmasına yönelik hedefler oluşturulmuştur. Bu hedefler doğrultusunda geliştirilmesi planlanan yerlerde konaklama, ulaşım, kapasite, seyahat gibi konuların geliştirilmesi sağlanacaktır. Bu durum turizm olanaklarını ve sektöre yönelik talebi artıracak, sürdürülebilir turizm politikasını destekleyecektir.

Beşeri, ekonomik ve sosyal girdiler açısından turizm sektörü bölgelerin kalkınmasında kilit rol üstlenmektedir. Turizm faaliyetleri açısından zengin bölgelerde artan turist sayısı ile bölgesel ve yerel düzeyde pazarlama dinamiklerine hareket kazandırılacaktır. Turizmin çeşitlenmesi yeni faaliyet alanlarına olanak tanıyacak ve mevcut durumdaki işletmelerin gelirlerinin artmasına katkıda bulunacaktır. Yeni iş olanakları ve artan istihdamla hem bölgeler arası gelişmişlik farkı azalacak hem de bölgeleri girişimcilik, markalaşma, yatırım, pazarlama gibi konularda önemli bir konuma taşıyacaktır.

AB Turizm Politikaları ile uyumlu, Türk turizm politikalarında az gelişmiş yörelerde turizmi geliştirmek, çevreyi korumak, ortak kültür mirasına sahip çıkmak, mevsimlik yoğunlaşmanın önüne geçmek gibi kalemler bulunmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ile sağlık, yayla, kış ve dağ sporları ve kültürel açıdan önemli yerleşmelerin birbirleriyle entegrasyonu sayesinde güçlü bir turizm güzergâhı oluşturulması ve bu sayede yerleşmelerin kültür, el sanatları, yeme-içme tesisleri ve konaklama imkânları ile güçlenmesinin sağlanması hedeflenmektedir. Bartın ili Türkiye Turizm Stratejisinin 2023 yılı hedeflerinde öncelikle eko turizmin geliştirileceği iller arasında gösterilmektedir. Ayrıca Bartın'a bağlı Amasra ilçesi Turizm Gelişim Koridorları Stratejisi kapsamında Batı Karadeniz Kıyı Koridorunda yer almakta olup ilçenin kıyı, kültür ve doğa turizmi çerçevesinde geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

4. TURİZM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

1942 yılında Prof. Dr. Walter Hunziker turizmi para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümü olarak tanımlamıştır. Bu tanım OECD'nin de kabul ettiği turizm tanımıdır. Turizm Latince "dönmek" anlamına gelen tornus sözcüğünden türemiştir. Dünya çapında geçerli tanım Türkiye dâhil birçok ülkenin üyesi olduğu Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) yayınladığı gibidir. Bu tanıma göre turizm, kişilerin ev dışında dinlenme, iş veya diğer nedenlerle bir yıldan fazla sürmeyecek şekilde yapılan seyahatler boyunca gerçekleştirdikleri faaliyetler bütünüdür (Charles R. Goeldner, 2009).

Türkiye'nin dünya ekonomisinde son yıllarda başarılı olduğu sektörlerden biri turizmdir. Bu başarıyı sürdürmek isteyen Türkiye sahip olduğu potansiyeli değerlendirerek uluslararası turizm gelirinden aldığı payı artırmak ve kalkınma düzeyini üst seviyelere çekebilmek adına turizm politikaları geliştirmektedir. Bunun için turizm sektörünü etkileyen tüm faktörler irdelenerek, piyasada rekabet edilebilirliği artırmak için yeni stratejiler belirlenmiştir. Bu stratejilerin dikkat çeken özelliği tanıtım kampanyalarında farklılıkların kucaklaşması temasının vurgulanmasıdır. Bu çalışmalar özellikle Türkiye'yi rakip ülkelerden ayıran yönleri ve sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çeşitliliğini vurgulamaya yöneliktir. Belirlenen politikalar arasında turizm sektörüne yönelik önemli teşvikler sağlanarak dış turizm gelirlerini artırma ve ödemeler dengesindeki açıkları kapatmak yer almaktadır. İthalat ve ihracat arasındaki bütçe açığı turizm sektöründen elde edilen gelirlerle kapatılmaya çalışılmaktadır. Bu noktada sektör, ödemeler arasındaki dengesizlikleri gidermede önemli bir rol oynamaktadır.

Türkiye, turizm potansiyeli yönünden geniş yelpazeye sahiptir. Coğrafi konumu, tarihi ve kültürel varlıklarının yanı sıra doğal varlıkları açısından oldukça zengindir. Ancak kitle turizm hareketliliğinde insanların çeşitli nedenlerle tüketim taleplerinin değişmesi, sektörde ürün çeşitliliğine yönelik çalışmalar yapılması zorunluluğunu doğurmuştur. Klasik turizm ürünleri olarak nitelendirilen deniz, kum, güneş artık potansiyeli her ülkenin yararlanabildiği ürünler arasında gelmektedir. Bu durum ülkeleri sektör bazında yarışmak ve rekabet edilebilirliği sağlamak adına sahip olduğu turizm potansiyellerini geliştirip kullanmaya yönelik çalışmalar yapmaya itmiştir. Değişen turist profilini dikkate alan Türkiye turizm sektörünü geliştirmeye yönelik politikalar belirleyerek günümüz rekabet piyasasında söz sahibi olmuştur.

Dünya genelinde gelişen vizyon sayesinde turizm sektörü dünya ekonomik kalkınmasının önde gelen sektörlerinden biri haline gelmeye başlamıştır ve pek çok sektöre dolaylı olarak destek sağlamaktadır. Araştırmada Bartın'ın turizm potansiyeli ve sektörel altyapısının yanı sıra sosyal ve ekonomik yapısı ile turizm değerleri incelenerek turizmi geliştirmek adına yapılması gereken çalışmalar tespit edilmiştir.

4.1. Alternatif Turizm Çeşitleri Nelerdir?

Dünyada ve Türkiye'de turizm sektörünün giderek gelişmesi ve zenginleşmesi ile günümüzde birçok yeni turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Klasik yaz ve kış turizminin yanı sıra geliştirilen yeni turizm çeşitleri alternatif turizm olarak adlandırılmaktadır. Bir bölgede uygulanabilen alternatif turizm çeşitleri o bölgenin coğrafik, tarihi, kültürel ve sanatsal değerleri temel alınarak

belirlenebilmektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen alternatif turizm çeşitleri aşağıdaki gibidir:

- ✚ Sağlık ve Termal Turizmi
- ✚ Kış Sporları Turizmi
- ✚ Yayla Turizmi
- ✚ Akarsu Turizmi
- ✚ Av Turizmi
- ✚ Dağcılık Turizmi
- ✚ Hava Sporları
- ✚ İnanç Turizmi
- ✚ Kongre Turizmi
- ✚ Kuş Gözlemciliği Turizmi
- ✚ Mağara Turizmi
- ✚ Su Altı Dalış Turizmi
- ✚ Yat Turizmi

Sağlık ve Termal Turizmi: Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tanımına göre sağlık turizmi tedavi amaçlı kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavi, rehabilitasyon vb. gereksinimi olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm türüdür (Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Kış Sporları Turizmi: Genellikle karlı ortamlarda ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkezler üzerinde yapılan bir turizm hareketidir.

Yayla Turizmi: Doğayla iç içe yaşamak isteyenlerin yüksek rakımlı yerlerde yaptığı, günübirlik ya da kısa süreli turizm faaliyetleridir.

Akarsu Turizmi: Akarsular üzerinde rafting, kano, nehir kayağı gibi faaliyetlerin gerçekteşirildiği turizm hareketleridir.

Av Turizmi: Avlanma faaliyetlerini gerçekteştirmek amacıyla yapılan seyahatlerin tümü olarak tanımlanmaktadır.

Dağcılık: Farklı ykseklilerdeki dağların jeomorfolojik yapısı, faunası ve florası, yaban hayatını incelemek ve dağ yürüyüşleri, tırmanışları ve sporlarını yapmak amacıyla gerçekteştirilen faaliyetler bütünüdür.

Hava Sporları: Yamaç paraşütü, yelken kanat, balon, planör, paraşüt ve balon sporlarının yapıldığı alanlardır.

İnanç Turizmi: Çeşitli dinlere mensup insanların, kutsal yerleri ziyaret etmesi ya da ibadet etmesi amacıyla yapılan seyahatlerdir.

Kongre Turizmi: Çeşitli kurum ve kuruluşların düzenledikleri, seminer, konferans, kongre gibi faaliyetlere katılmak için yapılan seyahatlerdir.

Kuş Gözlemciliği Turizmi: Doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporu olan kuş gözlemciliği yapmak amacıyla gerçekleştirilen turizm hareketidir

Mağara Turizmi: Mağaraların jeolojik yapısını, oluşumlarını incelemek veya gözlemlemek amacıyla yapılan seyahatlerdir.

Su Altı Dalış Turizmi: Önemli batıklar ve su altı mağaralarını keşfetmek amacıyla yapılan turizm hareketleridir

Yat Turizmi: Turizm amaçlı kullanılan teknelerde kişilerin kendilerine ait veya kiraladıkları yatlarda konaklama, yeme içme vb. ihtiyaçlarını karşılayarak yaptıkları faaliyetlerdir.

4.2 Dünya’da Turizm Sektörü

Turizm sektörü dünya genelinde ve özellikle Avrupa’da yüzyıllar öncesinden kitleleri etkileyen bir sektör haline almaya başlamıştır. Kökeni yüzyıllar öncesine dayanan turizm sektörünün gelişimi 18. yüzyılın ortalarında Endüstri Devriminin başlaması ile hız kazanmıştır. Avrupa’da gerçekleşen devrim sayesinde bölgede bulunan ülkeler hızlı bir teknolojik yenilenme sürecine girmiştir. Nitekim o dönemden sonra çeşitli amaçlarla yapılan seyahatlerde artış gözlenmektedir. Ayrıca bu dönem Thomas Cook’un girişimi sayesinde bireysel seyahatten grup halinde seyahate geçiş yapılması nedeniyle önem arz etmektedir. Thomas Cook 18. yüzyılda dünyada ilk taşımacılık şirketini kurup 1841 yılında İngiltere’nin Leicester kentine, 20 km uzaklıktaki bir alanda düzenlenen festivale 571 kişilik turist kafilesini götürmüştür. Bu hareketiyle modern anlamda ilk turizm hareketini başlatmıştır. Düzenlediği bu turdan hiç kar elde etmemiş ve ilk tur düzenleyen kişi olmuştur. Tur organizatörü olarak yeni bir meslek alanı yaratan Cook, ilk yurt dışı turunu İskoçya’ya tren ve gemi ulaşım araçlarını birlikte organize ederek gerçekleştirmiştir. 1860 yılında ilk seyahat şirketini Thomas Cook Travel adı ile açmıştır.

Teknolojik gelişmeler sayesinde elde edilen ulaşım kolaylıkları ve grup seyahatlerin önem kazanması o dönemde turizm sektörünün ilerlemesine ve Avrupa kıtasında ekonomik kalkınmışlık seviyesinin artırılmasına katkı sağlamıştır. Bu tarihten sonra turizm alanındaki en büyük gelişme yine Avrupa’da İkinci Dünya Savaşı sonrasında gerçekleşmiştir. 1950’li yılların başında Almanya başta olmak üzere Avrupa ülkeleri savaş nedeni ile çöken sosyal ve ekonomik yapılarını düzeltmenin etkili yollarından birinin turizm sektörünü canlandırmak olduğunu öngörerek bu sektöre yatırım yapmaya başlamıştır. Nitekim günümüz uluslararası turizm sektörünün etkili aktörlerinden biri Avrupa olmuştur.

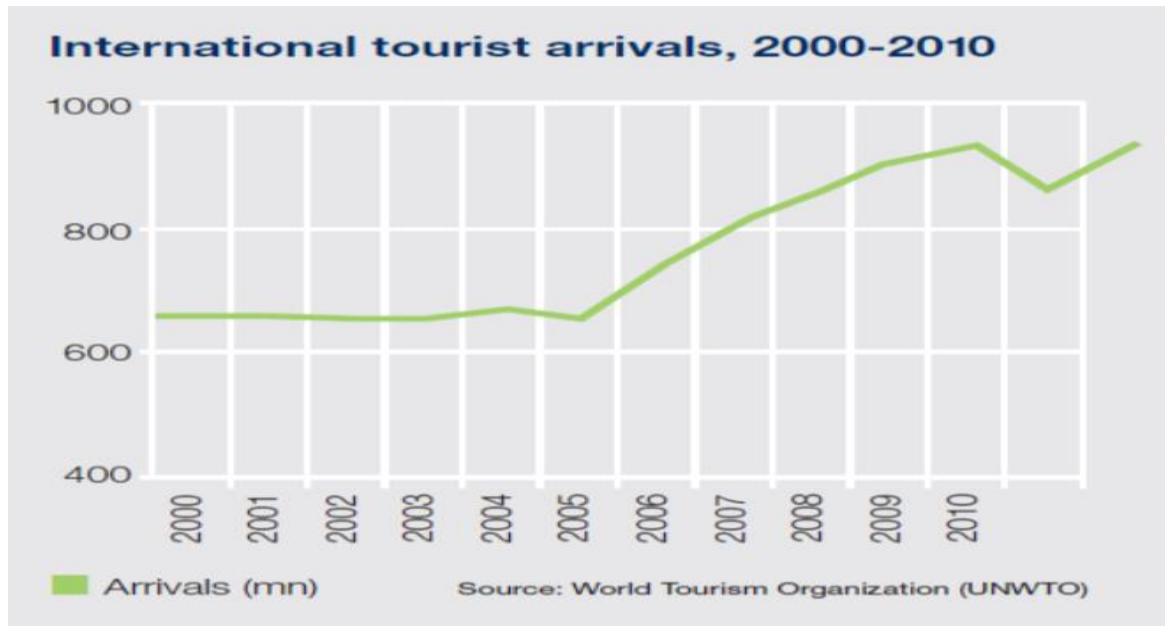
20. yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde özellikle Amerika kıtasında ülke içi ve uluslararası turizmi canlandırmaya yönelik istek ve girişimlerde artış gözlenmiştir. Turizm sektöründe gözlenen bu gelişme günümüzde diğer bölgelere yayılarak uluslararası turizmin ekonomik kalkınmadaki yerini sağlamlaştırmaktadır. DTÖ’den elde edilen verilere göre 1990 yılında 92,8 milyon kişinin Amerika kıtasına turistik amaçlı ziyarette bulunmasına rağmen aynı yıl Asya-Pasifik ülkelerini ziyaret edenlerin sayısı 55,8 milyon olmuştur. Ancak 2009 yılına gelindiğinde Asya-Pasifik ülkelerine giden turist sayısının 180,9 milyona ulaşırken Amerika kıtasını ziyaret edenlerin sayısı 140,6 milyondan yukarı çıkmamıştır. Verilerden anlaşılacağı gibi geçmişten bugüne dünyada turizm sektörü gelişmeye devam etmiştir. Ancak dünya genelinde ekonomik, sosyal ve politik

dengelemlerin değişmesi ile birlikte tercih edilen turizm merkezleri zaman içinde farklılık göstermektedir.

Uluslararası turizm sektörünün değişen dinamiklerinde birçok ülke birbiriyle yarışır hale gelmiştir. Bu yarışta bazı ülkeler özellikle öne çıkarken bazı ülkeler yeterli düzeyde ilerleme kaydedememiştir. Nitekim uluslararası turizm alanında Çin'in göstermiş olduğu ilerleme dikkat çekiciyken Orta Doğu bölgesinin bu alanda az gelişme gösterdiği kaydedilmiştir. Bu doğrultuda 2009 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yaptığı araştırmaya göre uluslararası turizmde gelişmişlik sıralamasında ilk 10 ülke Fransa, ABD, Çin, İspanya, İtalya, İngiltere, Türkiye, Almanya, Malezya ve Meksika olmuştur.

Son yıllarda turizm potansiyeli yüksek ülkelere giriş-çıkış yapan turist sayıları incelendiğinde dünyada turizm sektörünün büyüme oranının dünya ekonomisinin gelişmesi ile doğru orantılı olduğu anlaşılmıştır. UNWTO'nun 2000-2010 yılları uluslararası turist sayılarını gösteren istatistikleri bunu kanıtlamaktadır.

Tablo 1- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2000-2010 Yılları Uluslararası Turist Sayısı



Kaynak: UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)

Tablo 1 incelendiğinde uluslararası seyahat eden turist sayısının 2000 yılından 2005 yılına kadar düzenli şekilde arttığı görülmektedir. 2005-2006 yılları sonrasında bu artış keskin bir ivme kazanarak devam etmiştir. Ancak 2008 yılında dünya genelinde yaşanan ekonomik kriz nedeni ile uluslararası seyahat eden turist sayısında azalma gözlenmiştir. Bu gerilemenin ardından 2010 yılı ile birlikte uluslararası turizm sektörü yeniden yükseliş dönemine girmiştir. 2010 yılı ile başlayan bu artışın hız kazanarak devam edeceği öngörülmektedir.

Dünyada ekonomik kalkınmada önemli yere sahip turizm sektöründe son yıllarda gözlenen gelişmelere rağmen bu sektörden elde edilen gelir düzeyinde aynı hızla artış görülmemektedir. Uluslararası turizmin hızla geliştiği son 11 yılda belirli dönemlerde enflasyon ve dalgalı döviz kuru

politikasını uygulayan ülkelerde döviz girişlerinin ülke ekonomisine katma değeri beklenen düzeyde olmamaktadır. Belirli periyotlara bölünmüş olarak yıllara göre turizm gelirlerini gösteren tabloda bu durum daha net anlaşılmaktadır. Tabloda belirtilen para birimleri turizm açısından gelişmiş ülkeler ölçü alınarak belirlenmiştir.

Tablo 2- Dünya Turizm Sektörü

Dünya Turizm Sektörü									
	2003	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dolar (Trilyon)	3,7	5,0	6,0	5,6	5,9	6,6	6,8	7,0	7,3

Kaynak: WTTC (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi), IMF

WTTC verilerinden görüleceği üzere 2003 ve 2014 yılları arasında turizm sektöründen elde edilen gelirlerin düzenli olarak artmakta olduğu anlaşılmaktadır. Bu veriler ayrıntılı olarak incelendiğinde ise 2008-2009 yıllarında bu sektörden elde edilen gelirden düşüş yaşandığı görülmektedir. Ancak dünya çapında etkilerini gösteren ekonomik durgunluk dolayısıyla turizm gelirlerinde gerçekleşen düşüş 2011 yılından itibaren terar yükselişine devam etmektedir.

DTÖ'nün belirlediği dünyada turizm sektöründe lider konumdaki 10 ülke uluslararası turizm sektöründe hedeflenen gelir rakamlarına ulaşılmasında önem arz etmektedir. Bu ülkelerde yurt içi ve yurt dışı turizme yönelik farklı turizm dinamikleri bulunmaktadır. Jeopolitik konumları sebebiyle farklı turizm olanakları sunan bu ülkelerin ortak noktaları kitle turizmine ek olarak alternatif turizm çeşitleri olan yeşil turizm, soft turizm, eko turizm gibi alanlarda ilerleme kaydetmeleridir. Ayrıca dünyada turizm sektöründe önemli yere sahip ülkelerin yurt içi ve uluslararası turizm politikaları belirlenirken süreç içinde ortaya çıkan bazı ortak etmenler dikkate alınmaktadır. Buna göre hazırlanan turizm politikaları sayesinde ülkelerin ekonomik kalkınmaları hız kazanmaktadır.

4.3. Türkiye'de Turizm Sektörü

Turizm sektörü ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkilerin yanı sıra uluslararası pazarda rekabet politikalarına ayak uydurabilmek adına önemli rol üstlenmektedir. Bu durum gerek gelişmiş ülkelerde gerekse gelişmekte olan ülkelerde turizme verilen önemi artırmaktadır. Türkiye'nin Doğu ve Batı uygarlıklarının geçiş noktasında olması ülkede çeşitli medeniyetlerin kurulmasına neden olmuştur. Bu medeniyetlerden kalan eserler Türkiye'yi dünyanın tarihi değer bakımından zengin ülkeleri arasına taşımıştır. Doğal, tarihi ve kültürel kaynakların zenginliği, iklim ve coğrafi koşullar, turizm çeşitliliği, misafirperverlik, güçlü turizm altyapısı, mesleki ve sivil toplum kuruluşlarının turizme önem göstermesi Türkiye turizm sektörünün gelişimini hızlandıran avantajlar arasında yer almaktadır. Bu avantajlar Türkiye'de turizm sektörünün gelişmesinin asıl kaynağını oluşturmaktadır. Ülkedeki ilk turizm faaliyeti 1863'te Sergi-i Umum-i Osmani sergisinin açılışı dolayısıyla başta Avusturya olmak üzere çeşitli ülkelerden turist gruplarının İstanbul'a gelmesidir. Bu tarihten sonra Osmanlı İmparatorluğu'ndan turist grupları çeşitli düzenlemelerle yurt dışına gitmeye başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun modern anlamda turizm hareketleriyle 1863'te tanışması ve 1870'de İstanbul'u Paris'e bağlayan Orient Express (Şark

Demiryolu)'in açılışı turist sayısının artışında etkili olmuştur. İstanbul'daki ilk otellerin yapımı turist sayısında yaşanan artışı teşvik etmiştir. 1892'de Orient Express müşterilerini ağırlamak üzere Pera Palas Otelini yaptırmıştır. Bu gelişmeler ışığında turizm sektörü oluşmaya başlayarak oteller, lokantalar, döviz büroları ve rehberlik hizmeti veren kurum ve kuruluşlar Pera'da bir araya gelmiştir. Ancak Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş dönemi ile birlikte yaşanan savaş yılları diğer ekonomik faaliyetler ile birlikte turizmin gelişmesini de olumsuz etkilemiştir. Bu durum Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren özellikle ulaşım sektöründeki yapılanmalara bağlı olarak değişmiş ve turizm sektörü canlanmaya başlamıştır.

Turizm sektöründe yaşanan canlanmada etkili olan diğer etmen ise ülkenin jeopolitik konumudur. Türkiye Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarını birbirlerine bağlayan konumu sayesinde dünyada ayrıcalıklı konuma sahiptir. Ayrıca Türkiye geniş yüzölçümünün verdiği avantaj sayesinde aynı anda farklı bölgelerde farklı iklimler yaşanması, üç tarafının denizlerle çevrili olması, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi varlıklar nedeniyle de turizm cenneti olarak görülmektedir.

Yıllara göre Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayıları incelendiğinde 2003'te 14.029.558 kişinin Türkiye'ye geldiği görülmektedir. 2014 yılında ise bu sayının 41.627.246 kişiye yükseldiği görülmektedir.

Tablo 3- Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı

Yıllar	Yabancı Ziyaretçi Sayısı
2003	14.029.558
2004	17.516.908
2005	21.124.886
2006	19.819.833
2007	23.340.911
2008	26.336.677
2009	27.077.114
2010	28.632.204
2011	31.456.076
2012	31.782.832
2013	34.910.098
2014	41.627.246

Kaynak: TÜİK, Turizm Verileri, 2014

Türkiye doğal ve tarihi varlıkların yanı sıra pek çok dini inancın da çekim merkezidir. Ülkemizin kilise, sinagog ve diğer ibadethaneler bakımından zenginliği gelen yabancı ziyaretçi sayısını

etkileyen faktörlerden biridir. 2014 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 2013 yılına göre %4,43 artış göstermiştir. (TÜİK, 2014).

Turizm sektörü Türkiye ekonomisinde önemli bir paya sahiptir. Türkiye'nin turizm sektörüne ülke ekonomisi içinde gereken önemi vermesi sayesinde ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme süreci içinde turizm yatırımlarının artan ölçüde gelişim göstermesi sağlanmıştır. Son yıllarda artan konaklama tesislerine ve turist sayısına paralel olarak turizmden elde edilen gelirlerde de olumlu yönde gelişme olmuştur. Diğer yandan kıyı turizmiyle başlayan turizm hareketleri zamanla çeşitlenerek doğal, kültürel ve tarihi ziyaretlerin yanı sıra diğer turizm türlerinde de gelişme yaşanmıştır. 2013'te Türkiye'ye giriş yapan vatandaşların seyahat amacının en fazla gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler olduğu tespit edilmiştir (TUİK, 2013). Türkiye'nin turizm gelirleri incelendiğinde ise 2002 yılında 12.420.519 dolar olan geliri, 2013 yılında 32.308.991 dolara yükselmiştir. 2013 yılının ilk 10 aylık döneminde turizm gelirlerinin ihracat gelirine oranı %18,3'ten %19,3'e, ilk 9 aylık verilere göre turizm gelirin milli hasıladaki payı %3,2'den %3,4'e yükselmiştir (TUROFED, 2013).

Tablo 4- Türkiye Turizm Sektörü Verileri

Yıllar	Turizm Geliri (Bin Dolar)	İhracat	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)	Turizmin GSMH İçindeki Payı	Turizm Gelirinin Dış Tic. Aç Kapatma Payı (%)
2002	12.420.519	36.059,1	34,4	51.553,8	3,6	5,4	98,19
2003	13.854.868	47.252,8	29,3	69.339,7	3,5	4,5	73,81
2004	17.076.609	63.167,0	27,0	97.539,8	3,0	4,4	58,95
2005	20.322.111	73.476,4	27,7	116.774,2	2,9	4,2	55,72
2006	18.593.950	85.534,7	21,7	139.576,2	2,3	3,5	42,83
2007	20.942.501	107.271,8	19,5	170.062,7	2,4	3,2	43,34
2008	25.415.067	132.027,2	19,2	201.963,6	2,1	3,4	44,30
2009	25.064.481	102.142,6	24,5	140.928,4	3,6	4,1	82,52
2010	24.930.996	113.883,2	21,9	185.544,3	3,2	3,4	46,09
2011	28.115.694	134.906,9	20,8	240.841,7	2,3	3,6	34,13
2012	29.007.003	152.478,5	19,2	236.545,1	1,9	3,7	-
2013	32.308.991	151.803,0	21,3	251.661,0	2,1	-	-

Kaynak: TUROFED, Turizm Verileri, 2013

Sektör bazında gelişme hızına bakıldığında turizm sektörünün %10,5 değeri ile en yüksek oranda gelişme gösterdiği görülmektedir. TUI (Touristik Union International) Seyahat Ligi Raporuna göre 2013 yılında en çok tercih edilen 3. ülke Türkiye olmuştur (TUROFED, 2013). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Dünya Turizm Sıralamasına göre Türkiye 2000 yılında 20. sırada iken yıllar itibarıyla bu sırayı 2013 yılında 37,8 milyon turistle dünyada en fazla ziyaret edilen 6. ülke konumuna yükseltmiştir.

Tablo 5- Dünya Sıralamasında Türkiye'nin Yeri

Yıllar	Türkiye'nin Sıralaması
2000	20
2001	17
2002	17
2003	15
2004	12
2005	9
2006	12
2007	9
2008	8
2009	7
2010	7
2011	6
2012	6
2013	6

Kaynak: TUI (Touristik Union International), Seyahat Ligi Raporu, 2013

SGK verileri ele alındığında turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısının 919.302'ye yükselerek %12'lik bir artış gösterdiği görülmektedir. Turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısının Türkiye içindeki payı %7,3'tür. Eylül 2013 tarihinde elde edilen verilere göre en fazla istihdam konaklama, yiyecek içecek ve spor, eğlence, dinlenme faaliyetlerinde gerçekleşmiş ve %12'lik bir istihdam artışı sağlanmıştır (TUROFED, 2013).

4.4. Türkiye Turizm Politikası

Turizm 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisinde hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm sektörü gelişen dünya ile birlikte bu gelişmeye uyum sağlamak durumunda olan sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizmin gelişmesi Türkiye dâhil turistik değerlere sahip tüm ülkeleri turizmin ekonomik büyümedeki etkilerini kendi ülkelerinde artırma çabası içine itmektedir. Bu nedenle Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede turizme ve turizm planlama ve politikalarına verilen önem artmaktadır.

Türkiye turizminin gelişim süreci planlı dönem öncesi (1923-1963) ve planlı dönem (1963'ten günümüze) olmak üzere iki ana döneme ayrılmaktadır. Planlı dönem öncesinde Türkiye'de turizm sektörüyle ilgili gelişmelere bakıldığında 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti'nin kurulması, 1934'te Turizm Bürosu'nun açılması, 1939 yılında Ticaret Bakanlığı'na bağlı Turizm Müdürlüğü'nün kurulması ve turizmi geliştirmek için çıkarılan kanunların turizmin gelişmesinde etkili olduğu görülmektedir. 1950 yılında çıkarılan 5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu turizmin geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenlemedir (Toker, 2007). Bu dönemde turizmle ilgili en önemli aşama başta Ziraat Bankası olmak üzere diğer bankaların katkısıyla 1955 yılında 10 milyon lira sermayeli T.C. Turizm Bankası'nın kurulmasıdır (Alaca, 1997).

Türkiye planlı döneme geçiş ile birlikte turizm alanında önemli gelişmeler kaydetmiştir. 1963 ve ilerleyen yıllar kalkınma planlarının yapıldığı ve turizmde gelişmelerin ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu dönemde bölgeler itibariyle kaynak envanteri çıkarılmış, fiziksel planlama çalışmaları

yapılmış, teknik altyapı yatırımları gerçekleştirilmiştir. 1963-1980 döneminde turizm politikasının temel hedefi turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini artırmak, yeni istihdam olanakları oluşturmak ve Türk vatandaşlarına tatil yapma olanakları sağlamaktır. Turizm Bakanlığı'nın kurulması bu dönemde turizm adına atılan adımlardan birini oluşturmaktadır.

Planlı dönemde Türkiye ekonomisinin kalkınmasına katkı sağlayacak beşer yıllık kalkınma planları oluşturulmuştur. 1963-1977 yılları arasında hazırlanan kalkınma planlarında ülkenin ödemeler dengesi açığını kapatmada turizmden yararlanılabileceği belirtilerek turist sayısının ve tüketim harcamalarının geliştirilmesi, kitle turizmine yönelik yatırımlara ağırlık verilmesi ve bunun için sektörün desteklenmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Turizmin bugünkü anlamda gelişmesini sağlayan etken ise 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu'dur. Bu yasa ile turizm alan ve merkezlerinin belirlenmesi ve bu alan ve merkezlerde bulunan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisi 1982 yılı sonrası yatırım artışlarının önemli nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Turizmi Teşvik Yasası ve buna dayanarak çıkarılan Kamu Arazilerinin Turizm Yatırımlarına Tahsisi Yönetmeliği çerçevesinde 1983 yılında başlatılan uygulama sonucunda 20 milyon metrekare kamu arazisi turizm yatırımlarına tahsis edilmiştir (Toker, 2007).

1980'ler Türkiye'nin aktif dış turizminin gelişme gösterdiği yıllardır. Bu dönemde Türkiye popüler bir turist çekim merkezi halini almıştır. Özellikle 1983-1989 yılları arasında turist sayıları ve turizm gelirleri bakımından Türk dış turizminin diğer geleneksel turizm gelirlerine göre artış oranı bir önceki yıla karşılaştırıldığında %127 ile rekor düzeye çıkmıştır (Çımat, 2003).

Türkiye'de turizmle ilgili ilk planlamalar 1970'li yıllarda yabancı uzmanlara yaptırılmıştır. Bu planlamada Kemer Bölgesi'nin turizm gelişimi planlanmış ve proje Güney Antalya Projesi adını almıştır. 1975 yılında ise Turizm Bakanlığı bünyesinde Fiziksel Planlama Grubu oluşturulmuş ve turizm ülke çapında planlanmaya başlanmıştır. Ancak bu planlamalar bölgesel ölçekte kalmış ve uygulama şansı bulunamamıştır (Sarıçay, 2006).

Stratejik planlamalar ile amaçlanan uzun vadeli planlamanın yapılmasıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 planı turizm sektöründe kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan bu strateji ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Belgenin yönetici özetinde ülkemizin kitle turizmine hizmet veren kıyı turizminin yanı sıra alternatif turizm (Sağlık ve termal turizm, kış sporları, dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko-turizm, kongre ve fuar turizmi, kurvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi gibi) türleri açısından önemli imkânlarla sahip olduğuna dikkat çekilerek bu potansiyelin rasyonel anlamda kullanılmadığı ifade edilmektedir. Yazının devamında Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013 ile ülkenin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek turizmden alınacak payın artırılmasının hedeflendiği belirtilmektedir(Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Turizm Stratejisi 2023 vizyon, planlama, yatırım, örgütlenme, iç turizm, araştırma ve geliştirme, ulaşım ve alt yapının güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama, eğitim, hizmet kalitesi, kentsel ölçekte markalaşma, turizmin çeşitlendirilmesi, mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu, turizm gelişim bölgeleri, turizm gelişim koridorları, turizm kentleri ve eko turizm olarak bölümlere ayrılmış; her bir bölüm için ayrı strateji ve hedefler oluşturulmuştur.

Belgede belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmaların tamamlanması ve geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki altyapı ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda 2023 yılında 63 milyon turist, 86 milyar dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1.350 dolar harcamaya ulaşılması öngörülmektedir. Hükümet hedeflerinde bu rakamlar 50 milyon turist ve 50 milyar dolar turizm geliri olarak revize edilmiştir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te turizmde gelişmenin sürdürülebilir olması ve kaynakların doğru kullanımı ile bugünkü ve gelecekteki toplumların yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ana hedef olarak belirlenmiştir. Ayrıca AB ile bütünleşme aşamasındaki Türkiye'nin turizm sektöründe tam uyum için ekonomi, mevzuat ve örgütlenme açısından ciddi adımlar atmak zorunda olduğu belirtilmiştir (Sarıçay, 2006). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin çoğunun AB ülkelerinden gelmesi ve Türkiye'nin dünya turizm pazarında AB ülkeleriyle rekabet içinde olması nedeniyle AB'nin turizm politikası Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir. AB ülkelerinde turistik hizmet kalitesinin artması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesi karşısında Türk turizm politikaları Türkiye'ye yönelik talep açısından önem taşımaktadır.

4.5. Batı Karadeniz Bölgesi Genel Durum ve Turizm Sektörü

4.5.1. Genel Durum

Zonguldak, Karabük ve Bartın illerinden oluşan TR81 bölgesi toplam 9.499 kilometrekarelik alanı kapsamakta ve bölgedeki üç ilde 16 ilçe ve 906 köy bulunmaktadır. Bölge nüfus yoğunluğu açısından değerlendirildiğinde Türkiye'de en yoğun nüfusa sahip bölgelerden biri olduğu görülmektedir. Bölgenin toplam nüfusu 2010 verilerine göre 1.035.000 kişi olup ülke nüfusunun %1,2'sini oluşturmaktadır. Bölgede kilometrekareye 109 kişi düşmektedir.

Zonguldak'ta 6 ilçe, 31 belediye ve 374 köy bulunmaktadır. Karabük'te ilçe sayısı 6, belediye sayısı 8 ve köy sayısı 270'dir. Bartın'daki ilçe sayısı 4, belediye sayısı 9 ve köy sayısı ise 262'dir.

Bölge tarım sektörünün yanı sıra sanayi sektörü (demir-çelik ve kömür) ve bazı yörelerde kısmen turizm sektörünün (Amasra ve Safranbolu) etkisi altındadır. Ormancılık ve balıkçılık da dahil edildiğinde tarım sektörü nüfusun %61'ini istihdam etmektedir. Zonguldak, Bartın, Karabük bölgesi geçmişi eskiye dayanan kömür madenciliği ile modern demir-çelik üretim sanayi kuruluşlarının oluşturduğu ağır sanayiye sahiptir. Üç KİT ve bağlı şirketleri bölgede 40.000'den fazla kişiye istihdam sağlamaktadır (Doğru, 2004).

Bölge nüfus açısından homojen bir yapıya sahip değildir. Bölgede Zonguldak ve Karabük illeri sanayiye dayalı ekonomik faaliyetleri nedeniyle Türkiye'nin çeşitli şehirlerinden, özellikle de Doğu Karadeniz Bölümünden göç almıştır. Bununla birlikte ekonomik geçim kaynaklarının yetersiz olması, işsizlik ve istihdam sorunları nedeniyle bölge kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru yaşanan hızlı göç sorunu ile karşı karşıyadır. Bölge 2009-2010 yılında -%5,54 oranında göç vermiştir. Bu üç il arasında en çok göç veren il -%12,12 ile Zonguldak'tır. Zonguldak'ı -%5,08 ile

Bartın izlemekte olup Karabük ise %0,57 oranında göç almaktadır (tuik.gov.tr, 2011). Bölgenin sahil kesiminde dağınık olarak bulunan köy ve mahalleler kırsal yerleşim özelliklerini taşımaktadır. Kırsal yerleşimlerde yaşayanların bir bölümü emeklilik sonrası köylerine geri dönen ve ormancılık ve tarımsal üretimle meşgul olan kişilerden oluşmaktadır. Hayvancılık, tarım arazilerinin sınırlı oluşu nedeniyle bölgede önemli bir faaliyettir. Arazi kullanımı topografik şartlara bağlı olup bölgenin % 51'i ormanlarla kaplıdır.

4.5.2. Turizm Sektörü

Bölge turizm sektörünün gelişme düzeyi açısından değerlendirildiğinde iller arasında belirgin farklar göze çarpmaktadır. Bölgede turizm sektörünün geliştiği illerin Karabük ve Bartın olduğu görülmektedir.

Karabük'ün önemli ekonomik faaliyetlerinden birini turizm sektörü oluşturmaktadır. Turizm faaliyetleri açısından Karabük'ün en gelişmiş ilçesi ise Safranbolu'dur. Safranbolu'da kültür turizmi gelişmiş olup ilçe yılda ortalama 500.000 yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlamaktadır. 1975 yılında Safranbolu'nun kentsel sit alanı olarak kabul edilmesi ile hareketlenen turizm faaliyetleri ilçenin 1994'te Dünya Kültür Mirası Listesine dâhil edilmesi ile hızlanmıştır. Osmanlı kent kültürünün günümüze kadar ulaşmış örneklerinden olan Safranbolu'da koruma altında 1.108 adet tescilli yapı bulunmaktadır. İl genelindeki tescilli yapı sayısı ise toplam 1.254'tür. Hadrianapolis antik kentinin keşfedilmesi ve kazı çalışmalarına başlanması ile önem kazanan Eskipazar ilçesi kazı çalışmalarının tamamlanmaması nedeniyle turizm endüstrisinden yeterli payı alamamaktadır. Yakın gelecekte kazı çalışmalarının tamamlanması ve antik kentteki arkeolojik eserlerin restore edilmesi ile Eskipazar'ın kültür turizmi açısından önemli gelişme sağlayacağı tahmin edilmektedir. Karabük ili kültürel varlıkları yanı sıra doğal değerler açısından da zengin bir ildir. Ancak bu kaynakların bir kısmı turizm amaçlı olarak değerlendirilebilmiştir. Safranbolu, Yenice ve Eskipazar'da doğaya dayalı turizm türlerinin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapılmış olup bu turizm türlerinde de bazı gelişmeler kaydedilmiştir. Karabük Valiliği tarafından Yenice ve Eskipazar ilçelerinde doğa yürüyüşü rotaları belirlenmiştir. Yenice'de dağ yürüyüşü, hiking, kanyoning, bitki gözlemciliği, Eskipazar'da doğa yürüyüşü ve Safranbolu'da kanyoning ağırlıklı olarak yapılan doğa turizmi çeşitleridir.

Bartın ilinde ilk turizm hareketleri 1940'lı yıllarda Karabük Demir-Çelik Fabrikası işçilerinin Amasra'yı sayfiye yeri olarak kullanmasıyla Amasra'da başlamıştır. İlde turizmin en yoğun olduğu şehir Amasra'dır. 1970'li yıllarda Türkiye'nin batı ve güney kıyılarının turizm yatırımlarına açılması ve 1990'lı yıllarda Demir-Çelik Fabrikası'nın Amasra'da bulunan yazlık kampını kapatmasıyla Amasra'da turizm hareketleri gerilemiştir. 2000'li yıllardan itibaren Amasra turizmi dünya turizm konjonktüründeki gelişmeler ve Safranbolu'nun önemli bir kültür turizmi destinasyonu haline gelmesiyle yükselen bir grafik çizmeye başlamıştır.

Zonguldak turizmi günümüze kadar dikkate değer bir gelişme imkânı bulamamıştır. Zonguldak ilinde turizm hareketleri içinde değerlendirilebilecek en önemli gelişme 13 Nisan 1933 tarihinde Müze ve Sergi şubesinin kurulmasıdır. Müze ve sergi komitesi ilde bulunan tarihi eserleri müzede toplamış, ayrıca Maarif İdaresi tarafından kazılarda bulunan ve müzeye getirilen eserler müzenin zenginleşmesine katkı sağlamıştır.

1915 ve 1950 yılları arasında Zonguldak'ı maden havzası ile ilgili çalışmalar yürütmek üzere İngiliz, İtalyan, Gürcü ve Macar uzmanlar ziyaret etmiş, Macar ziyaretçiler 1918 yılında Karadeniz kıyılarının coğrafi özelliklerini, jeolojik yapısını, hayvan ve bitki dünyasını incelemek amacıyla kapsamlı gezi düzenlemiştir. Ancak I. Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile Macar vatandaşlarının Budapeşte'ye geri çağrılmaları nedeniyle bu gezi tamamlanamamıştır.

Zonguldak 1978 yılından beri Türkiye Kömür Kongresine ev sahipliği yapmaktadır. İki yılda bir düzenlenen kongre Zonguldak'ta kongre turizminin başlangıcını oluşturmaktadır. Zonguldak'ta kongre turizminde yıllardır süren çalışmalar olmasına rağmen il turizm yatırımlarında etkili olamamıştır. Mağara oluşumları bakımından oldukça zengin Zonguldak'ta mağaracılık faaliyetleri Kültür ve Turizm Bakanlığınca ilk kez 1988 yılında başlatılmış ve yedi mağara kültür varlığı olarak tescil edilmiştir. 1994 yılında İl Turizm Müdürlüğü'nün girişimleriyle toplam 19 mağaranın jeolojik etütleri yapılmış, bunlardan Gökgöl Mağarası turizm amaçlı olarak ziyarete açılmış, Karadeniz Ereğli'deki Cehennemağzı Mağaraları İl Turizm Müdürlüğü'nün 1994 yılındaki önerisiyle 1996 yılında Bakanlıkça İnanç Turizmi Projesi kapsamına alınmıştır.

4.6. Bartın Mevcut Durum

4.6.1. Tarih

Bartın'ın antik çağlardaki adı Parthenia'dır. Şehir Parthenious ırmağının kenarında kurulduğundan bu ırmağın adını almıştır. Parthenious Sular İlahı veya muhteşem akan su anlamlarına gelmektedir. M.Ö. 3000-2400 yılları arasında Akaların Ege'de Miken Medeniyetini kurmadan önce Batı Anadolu kıyılarına (Samsun, Sinop ve Amasra) yerleşerek Bakır Devri Medeniyetini yerli halka öğrettikleri, iç kesimlerde de Gaskalar ve Hititlerin hâkim olduğu bilinmektedir. Bartın ve Karadeniz'in antik kentlerinden olan Amasra'nın 3000 yıllık tarihinde uzun süre ayrı dönemler yaşadıkları, zaman zaman da aynı idare altında yönetildikleri görülmektedir.

Bartın'ın ilk sahipleri M.Ö. 14. yüzyılda Gaskalar ve M.Ö. 13. yüzyılda Hititlerdir. M.Ö. 12. yüzyıl başlarında Bartın Bitinya, Amasra Paphlagonia sınırları içinde yer almış, M.Ö. 12. yüzyıl sonlarında ise Bartın Friglerin, Amasra Fenikelilerin eline geçmiştir. Bartın M.Ö. 7. yüzyıl sonlarında Kimmerlerin, M.Ö. 6. yüzyılda Lidyalıların, M.Ö. 547 yılında Perslerin, M.Ö. 334 yılında Makedonyalıların, M.Ö. 279 yılında Pontusluların, M.Ö. 64 yılında da Romalıların egemenliğine girmiştir.

Bartın bu dönemleri yaşarken M.Ö. 12. yüzyılda Fenikelilerin Karadeniz'de oluşturdukları ilk Sayda Kolonilerinden olan Amasra (Sesamos) ve Kurucaşile (Kromna) M.Ö. 9. yüzyılda Fenikeliler ve ortakları Karyalılarca terk edilince yüz yıllık düşüş dönemi geçirmiştir. M.Ö. 7. yüzyıl başlarında İonların soyundan gelme Megaralı göçmenlerin eline geçerek İon (Milet) Kolonisine katılmıştır. 200 yılı aşan Pers döneminde de bu statüsünü korumuş, Makedonya döneminde (M.Ö. 334-279) ise önce Frigya Satrabı ve Kraliçe Amastris (M.Ö. 302-286) daha sonra da Bartın ve Ulus ile birlikte General Eumenes tarafından yönetilmiştir.

M.Ö. 12. yüzyıldan M.Ö. 3. yüzyıla kadar Sesamos adıyla bilinen kent Makedonya döneminde Kraliçe Amastris tarafından şehir Devleti (302-286) olarak örgütlenerek yönetilince kraliçenin

adını almıştır. Amasra Roma döneminde (M.Ö. 64-M.S. 395) Satraplıkla yönetilen Bitinya-Pontus Eyaletinin Pontus bölümüne başkentlik etmiştir.

Bizans Dönemi: Bartın ve çevresi M.S. 395 yılında Roma-Bizans bölünmesinden sonra Bizans'ın payına düşmüştür. Şehir 1084-1096 yılları arasında ise Kutalmış oğlu Süleyman Bey'in bölgede kurduğu Türk Emirliğinin, 1. Haçlı Seferleri sonrasında yeniden Bizans sınırlarının içinde yer almıştır. Amasra Bizans (M.S.395-1460) döneminde 1261-1460 yılları arasında Ceneviz Kolonisi olarak yönetilmiştir.

Anadolu Selçukluları ve Beylikler Dönemi: Bartın ve Ulus M.S. 11. yüzyılda Türk hâkimiyetine girmiştir. M.S. 11. yüzyıl sonlarında Anadolu Selçuklularının 200 yıllık Selçuklu döneminden sonra 1326'da Candaroğulları Beyliğinin, 1392'den itibaren de Osmanlı İmparatorluğunun egemenliğine girmiştir.

Osmanlı Dönemi: Amasra 1460 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından Osmanlı topraklarına katılmıştır. Tarihçi Strabon'un denizle karanın birleştiği yerde buradakinden daha güzel bir manzaraya tesadüf etmek imkânsızdır diye bahsettiği Amasra'yı fethetmek için ordusuyla yola çıkan Fatih Sultan Mehmet'in atını nehrin gözüktüğü ilk tepede durdurarak bir müddet seyrettikten sonra yanında bulunan vezirine Lala! Çeşm-i cihan aceb bu mu ola? diyerek hayranlığını açıkladığı belirtilmektedir. Amasralılar tarafından önem verilen bu hatıraya istinaden o tepeye bugün Bakacak denilmektedir.

Bartın Osmanlı Döneminin 1460-1692 yılları arasında Anadolu Beylerbeyliğine bağlı Bolu Sancağı sınırları içinde yer almıştır. Bolu Sancağının kaldırılmasıyla 1692-1811 yılları arasında Voyvodalıkla yönetilen Bartın 1811 yılında Kastamonu Vilayetine bağlı olarak yeniden kurulan Bolu Sancağına bağlanmıştır. Bu dönemde ticari potansiyeliyle bölgenin pazar yeri olan ve On iki Divan adını alan şehir 1867'de ilçe olmuştur. 1876 yılında şehirdeki ilk belediye teşkilatı kurulmuştur.

Cumhuriyet Dönemi: İl 1920 yılında Mutasarrıflık olmuş, 1924 yılında ise il olan Zonguldak'a bağlanmıştır. 07 Eylül 1991 tarihinde 28.08.1991 tarih ve 3760 sayılı yasayla il statüsü almıştır. Bartın iline bağlı ilçelerden Osmanlı Döneminde ilçe iken Cumhuriyetle birlikte bucak statüsüne düşürülen Amasra 1987 yılında yeniden, Ulus 1944 yılında, Kurucaşile ise 1957 yılında ilçe olmuştur. Bartın'ın günümüzde Merkez, Amasra, Ulus ve Kurucaşile olmak üzere 4 ilçesi, Arıt, Kozcağız, Kumluca ve Abdipaşa beldeleri ve 260 köyü bulunmaktadır.

4.6.2. Coğrafi Özellikler ve İklim

Bartın'da yazları sıcak, kışları serin geçen ılıman deniz iklimi (Karadeniz İklimi) görülmektedir. İlin denize yakınlığı ve pek yüksek olmayan dağ sıralarının kıyıya paralel oluşu genellikle kıyı şeridi üzerinde sıcaklık farklarının azalmasına, nemin artmasına ve balkanlardan gelen hava kütlelerinin etkili olmasına neden olmaktadır.

Bartın'daki ormanlık alanlar bitki ve ağaç türü çeşitleri ile yaban hayvanları yönünden Türkiye'nin zengin ormanlık alanlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Kastamonu ve Bartın il sınırları içinde bulunan Küre Dağlarının batı kesimi Bakanlar Kurulu kararı ile Kastamonu-Bartın Küre Dağları Milli Parkı olarak kabul edilmiştir. Bu durum bölgede başta

dağ turizmi olmak üzere yeni bir turizm potansiyelinin doğmasına olanak sağlamıştır. Ormanların geçmişten gelen zenginliğini korumak ve gelecek nesle bu orman kaynaklarını bırakabilmek için yoğun çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalar Bartın ve yöresinin bitki örtüsünü korumayı amaçlamaktadır.

Bartın'ın bitki örtüsünde geniş yer tutan ormanlar yayvan ve iğne yapraklı ağaçlardan oluşmaktadır. Sahil boyunca 600 metre yüksekliğe kadarki alanın karakteristik ağaçları meşe, kayın ve gürgendir. Sahilden içeride ve 1500 metreden yüksek kesimlerde kayın, kestane, köknar ve çam türleri, sahil şeridinde de ceviz, kestane ve fındık plantasyonları yaygındır. Son yıllarda mandalina, portakal, kivi yetiştiriciliği de bu plantasyon içinde yerini almaya başlamıştır.

Toprak karakteri ve iklimi bağ-bahçe tarımına uygun olan bölgenin ürün deseni arasında tarla ürünleri ile sebze ve meyve türlerinin tümü bulunmaktadır. Ayrıca son yıllarda çiçek yetiştiriciliğine de önem verilmekte ve üretim alanı yaygınlaşmaktadır.

4.6.3. Nüfus

Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2015 verilerine göre Bartın'ın toplam nüfusu 190.708 kişidir. Söz konusu nüfusun 94.138'i erkek, 96.570'i kadındır.

Aşağıdaki tabloda Bartın ve ilçelerinin 2015 yılına ait nüfus verileri detaylı olarak belirtilmiştir.

Tablo 6- Bartın'ın ve ilçelerinin 2015 yılına ait nüfus verileri

Bartın'ın İlçeleri	Toplam	Erkek	Kadın
Merkez	147.472	72.693	74.779
Ulus	21.410	10.441	10.969
Amasra	15.067	7.589	7.478
Kurucaşile	6.759	3.415	3.344

Kaynak: TÜİK, ADNKS Verileri, 2015

ADNKS genel verilerine bakıldığında nüfusun 2010 yılından itibaren her yıl artış gösterdiği görülmektedir. 2010 yılı nüfus kayıt verilerine göre ilin nüfusu 187.758 kişiyken bu sayı 2015 yılında 190.708 olmuştur. 2016 yılında il nüfusunun 191.185 kişi olacağı tahmin edilmektedir.

4.6.4. Eğitim Durumu

TÜİK'in 2013 yılında hazırlamış olduğu Seçilmiş Göstergelerle Bartın çalışması verilerine göre Bartın'da okur-yazarlık oranı %90'ın üzerindedir. Aşağıdaki tabloda Bartın'daki okur-yazar olanların cinsiyete göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 7- Bartın Okur- Yazar Sayıları

Okuma-Yazma Bilme Durumu	Toplam
Okuma-Yazma Bilen	138.411
Okuma-Yazma Bilmeyen	9.061

Kaynak: TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Bartın, 2015

TÜİK'in 2013 yılında oluşturduğu Seçilmiş Göstergelerle Bartın raporundan elde edilen verilere göre ildeki bireylerin genel eğitim düzeyleri ilköğretim mezunu seviyesindedir. İlçedeki 15 yaş ve üzeri bireylerin cevaplarından elde edilen verilerin bulunduğu tablo aşağıdaki gibidir.

Tablo 8- Bartın Eğitim Durumu, 2013.

Eğitim Durumu	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma-yazma bilmeyen	9.061	7.509	1.552
Okuma yazma bilen fakat okul bitirmeyen	12.989	3.310	9.679
İlkokul mezunu	46.645	20.285	26.360
İlköğretim mezunu	36.425	20.686	15.739
Ortaokul ve dengi okul mezunu	5.225	3.406	1.819
Lise ve dengi okul mezunu	24.736	15.032	9.704
Yüksekokul veya fakülte mezunu	13.368	7.849	5.519
Yüksek lisans mezunu	791	521	270
Doktora mezunu	194	138	56
Bilinmeyen	3.658	1.847	1.811

Kaynak: TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Bartın, 2015

4.6.5. Ekonomik Yapı

Bartın kalkınmada 1. derecede öncelikli iller arasında bulunmaktadır. İlde yapılacak teşvik belgesine bağlanmış yatırımlar gümrük vergisi ve toplu konut fonu istisnası, yatırım indirimi, KDV istisnası, vergi, resim ve harç istisnası ve fondan kredi tahsisi gibi teşviklerle desteklenmektedir. İl ayrıca 6 Şubat 2004 tarih ve 25365 sayılı resmi gazetede yayımlanan 5084 (ve 5350) sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamındaki iller arasında yer almaktadır. Bu kanuna istinaden yatırımcılar gelir vergisi stopajı, sigorta primi işveren payı, enerji desteği ve bedelsiz yatırım yeri tahsisi gibi teşvik unsurları ile desteklenmektedir. İl ayrıca bölgesel ve sektörel teşvik sisteminde 3. bölgede yer almaktadır.

Kişi başına milli geliri 1061 dolar olan Bartın Türkiye’de 65. sırada yer almaktadır. 4.derece gelişmiş iller grubunda yer alan Bartın sosyoekonomik gelişmişlik sıralamasında 55.sıradadır.

İlin ekonomik yapısını belirleyen ana unsurlar madencilik, tarım ve ticarettir. Ayrıca el işlemleri, tel kırma, dokumacılık, ağaç oymacılığı (çekicilik), gemi yapımıcılığı, taş sac yapımı günümüze kadar gelen belli başlı el sanatlarıdır.

TÜİK Seçilmiş Göstergelerle Bartın 2013 raporuna göre Bartın’da toplam işlenen tarım alanı ve uzun ömürlü bitkiler alanı 45.484 hektardır. İlde toplam işlenen tarım alanı 38.117 hektar olup bu alanın 36.376 hektarı ekilmekte, kalanı ise nadasa bırakılmaktadır. İlde ekili sebze bahçeleri alanı 1.741 hektardır. Diğer meyveler, içecek ve baharat bitkileri alanı 7.367 hektar olup bağ alanı bulunmamaktadır. Ekilmekte olan alanın 11.583 hektarında ise yem bitkileri yetiştirilmektedir.

Seçilmiş Göstergelerle Bartın 2013 raporuna göre ilde yıllık 5.157 ton patates ve kuru baklagil, 351.545 ton saman ve ot, 44.992 ton tahıl, 545 ton yağlı tohum üretilmektedir. Aynı yıla ait verilere göre ildeki sebze üretiminde öne çıkan domates yetiştiriciliğidir. Yıl içinde Bartın’da 5.109 ton domates, 3.969 ton hıyar, 1.065 ton biber, 824 ton taze fasulye, 366 ton kabak ve 2.264 ton kavun yetiştirilmiştir.

2013 yılında ilde gerçekleşen üzüm üretimi 3 tondur. İlde 17.050 ton ile en çok taş çekirdekli ve yumuşak çekirdekli meyveler üretilmektedir. Bunu 10.281 tonla zeytin ve diğer sert kabuklular izlemektedir. 2013 yılında Bartın’da meyve üretimi Türkiye meyve üretimi içinde %0,14’lük bir paya sahip olmuştur.

İl halkının geçimini sağladığı diğer ekonomik alan ise hayvancılıktır. TÜİK Seçilmiş Göstergelerle Bartın raporuna göre ilde 54.265 sığır, 3.471 koyun, 1.958 manda ve 1.177 keçi bulunmaktadır. Kümes hayvanı sayısı ise 919.358’dir. İlde yıllık süt üretimi toplam 59.603 tondur. Ayrıca Bartın’da arıcılık da yapılmaktadır. Arıcılık faaliyeti ile ilde 352 ton bal üretimi yapılmaktadır.

4.6.6. Konaklama, Yeme- İçme Tesisleri ve Seyahat Acenteleri

Bartın il merkezinde birisi 3 yıldızlı birisi 2 yıldızlı olmak üzere 2 adet bakanlık belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bunun haricinde il merkezinde 7 adet belediye belgeli otel bulunmaktadır.

Amasra ilçe merkezinde ise 3 adet bakanlık belgeli otel dışında 13 adet belediye belgeli otel ve çoğu belgesiz ev pansiyonculuğu yapan işletmeler bulunmaktadır.

Ulus ilçesinde bir adet öğretmen evi bulunmaktadır. Buna ek olarak köylerde ev pansiyonculuğu eğitimleri sonucunda açılan 15 adet ev pansiyon olarak hizmet vermektedir.

Kurucaşile ilçesinde 2 adet belediye belgeli otel ve öğretmen evi bulunmaktadır.

İnküme ilçesinde 4 otel ve 9 pansiyon, Çakraz’da ise 9 belediye belgeli otel ile 5 pansiyon bulunmaktadır. (Tablo 9-10-11)

Tablo 9- Bartın İlindeki Bakanlık Belgeli Konaklama Birimleri ve Kapasiteleri

Sıra No	Otel Adı	Yeri	Niteliği	Oda ve Yatak Sayıları
1	Grant Astra	Bartın (Merkez)	***	57 oda - 120 yatak
2	Varol Otel	Bartın (Merkez)	**	48 oda - 96 yatak
3	Sinan Otel	Amasra	***	60 oda - 150 yatak
4	Grand Kirazlar Otel	Amasra	**	50 oda-100 yatak
5	Grand Amastris	Amasra	**	33 oda - 70 yatak
6	Sunset İnkumu	İnkumu	**	30 oda - 60 yatak
	TOPLAM		278 oda - 596 yatak	

Kaynak: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri

Tablo 10- Bartın İlindeki Belediye Belgeli Konaklama Birimleri ve Kapasiteleri

Sıra No	Otel Adı	Yeri	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	GRANT ASTRA RESORT	Merkez/Bartın	41	82
2	ABA OTEL	Merkez/Bartın	20	40
3	BARAL OTEL	Merkez/Bartın	24	48
4	BOĞAZIÇI OTEL	Merkez/Bartın	24	55
5	KÜP OTEL	Merkez/Bartın	8	16
6	ÖZMEN OTEL	Merkez/Bartın	23	46
7	KEMER OTEL	Merkez/Bartın	21	36
8	ALİHAN OTEL	İnkumu/Bartın	24	48
9	MURAT OTEL	İnkumu/Bartın	24	48
10	DEĞER OTEL	B. Kızılkum/Bartın	7	19
11	Hilal Huzur Otel	Kozcağız/Bartın	16	40
12	Büyükliman Otel	Amasra	36	89
13	Işıktın Otel	Amasra	36	80
14	Türkili Otel	Amasra	36	72
15	Tamer Otel	Amasra	21	55
16	Seymenler Otel	Amasra	20	44
17	Cenova Otel	Amasra	15	46
18	Özgün Otel	Amasra	17	43

19	Bedesten Otel	Amasra	35	100
20	OTML Uygulama Oteli	Amasra	38	90
21	Belvü Palas Otel	Amasra	15	32
22	Sahil Otel	Amasra	13	32
23	Can Otel	Amasra	16	28
24	Sesamos Otel	Amasra	10	28
25	Alayoğlu Otel	Çakraz	18	55
26	Alaattin Otel	Çakraz	18	36
27	Çakraz Otel	Çakraz	14	30
28	Koçer Otel	Çakraz	18	54
29	Pasha Otel	Çakraz	17	44
30	Pınar Otel	Çakraz	15	50
31	Sahil Otel	Çakraz	32	96
32	Umut Otel	Çakraz	12	40
33	Özmen Apart Otel	Çakraz	33	110
34	Ural Otel	Kurucaşile	14	28
35	Elmacı Otel	Kurucaşile	9	22
	TOPLAM		740	1.782

Kaynak: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri

Tablo 11- Bartın İlindeki Belediye Belgeli Pansiyon Birimleri ve Kapasiteleri

Sıra No	Pansiyon Adı	Yeri	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	Arzum Pansiyon	Merkez/Bartın	13	25
2	Bildirici Pansiyon	İnkumu/Bartın	10	30
3	Çağlar Pansiyon	İnkumu/Bartın	18	36
4	Deniz Pansiyon	İnkumu/Bartın	16	60
5	Gökmercan Pansiyon	İnkumu/Bartın	7	17
6	Gül Pansiyon	İnkumu/Bartın	2	4
7	Kumsal Pansiyon	İnkumu/Bartın	13	33
8	Pınar Pansiyon	İnkumu/Bartın	15	35
9	Yücel Pansiyon	İnkumu/Bartın	3	6
10	Sahil Pansiyon	İnkumu/Bartın	12	40

11	Hisar Pansiyon	G.Hisar/Bartın	17	65
12	Akdeniz Pansiyon	Amasra	5	12
13	Amasra Pansiyon	Amasra	6	10
14	Balkaya Pansiyon	Amasra	15	37
15	Çınar Pansiyon	Amasra	8	23
16	Emek Pansiyon	Amasra	4	8
17	Emin Pansiyon	Amasra	5	10
18	Erkin Pansiyon	Amasra	4	8
19	Günter Pansiyon	Amasra	10	20
20	Kale Pansiyon	Amasra	3	8
21	Kalealtı Pansiyon	Amasra	3	16
22	Kardelen Pansiyon	Amasra	5	17
23	Kural Pansiyon	Amasra	3	9
24	Kuşkayası Pansiyon	Amasra	7	26
25	Kuşna Pansiyon	Amasra	12	20
26	Seçil Pansiyon	Amasra	12	30
27	Turist Pansiyon	Amasra	10	30
28	Yağmur Pansiyon	Amasra	2	6
29	Yüksel Pansiyon	Amasra	9	26
30	Aşiyen Pansiyon	Çakraz	5	15
31	Çınar Pansiyon	Çakraz	3	7
32	Deniz Pansiyon	Çakraz	8	16
33	Emek Pansiyon	Çakraz	11	30
34	Huzur Pansiyon	Çakraz	9	21
	TOPLAM		285	746

Kaynak: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri

Tablo 12- Bartın İlindeki Konaklama Tesisleri ve Yatak Sayıları

Turizm İşletme Belgeli Tesis Adedi/ Yatak Sayısı	Belediye Belgeli Tesis Adedi/ Yatak Sayısı	Ev Pansiyonu Adedi/ Yatak Sayısı	Toplam Tesis Adedi/ Yatak Sayısı
6 Tesis/596 Yatak	35 Tesis/192 Yatak	35 Pansiyon/746 Yatak	76 Tesis/3.124 Yatak

Kaynak: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri

4.6.7. El Sanatları

4.6.7.1. Tel Kıрма



Tel Kıрма işlemeciliği 17. yüzyıldan günümüze kadar devam eden Bartın'a özgü geleneksel el sanatlarından biridir. Tül ve geleneksel el dokumaları üzerine işlenen tel Bartın teli olarak bilinmektedir. Tel kıрма işleminde kullanılan işleme iğneleri de el yapımıdır. Tel kırmalar, telin birbirleriyle bağlantısız ve makas kullanmadan kestirilmesinden dolayı bu isim ile anılmaktadır.

Şekil 1- Tel Kıрма

Tel kıрма yöre halkının kendine özgü sanat anlayışı ile bütünleşerek günümüzde yörenin otantik ürünü haline gelmiştir. Tel kıрма halk arasında çağrışımlara yol açarak ozanların mısralarında yer almış ve yöresel yaşantıları dile getirmiştir. Tel Kıрма yöre halkının zevkini, düşüncesini, duygularını ve doğayla bütünleşmesini günümüze taşımıştır. Bartın'da zamanla turizmin gelişmesi sonucunda yöreye gelen yerli ve yabancı turistlerin tel kırmaya ilgi gösterdikleri görülmüştür. Tel kıрма kompozisyon ve desenlerinde 18. ve 19. yüzyılın ilk örneklerinden başlayarak değişimler yaşandığı görülmektedir. Tel kırmada işlenen motiflerin zamanla değişiklik göstermesi bu sanata duyulan ilginin azalmamasını sağlamaktadır.

Tel kıрма ortaya çıktığı ilk yıllarda çarşaf, kırlent, yastık örtüsü, bohça, karyola örtüsü ve çeşitli örtüler üzerine işlenmekteydi. Günümüzde ise tel kıрма işi yaygınlaşıp gelişerek şal, gece çantası, başörtüsü, fular, yatak örtüsü, oda takımı, gözlük kılıfı, mendil, abajur, pano ve giysi aksesuarları gibi çeşitli ürünlerde uygulanmaktadır.

4.6.7.2. Halı Dokumacılığı



Bartın'da makine işçiliğinin yayılmasından sonra eski önemini yitiren ve kaybolmaya yüz tutmuş el sanatlarından biri de dokumacılıktır. Geleneksel Bartın dokumacılığı günümüzde Kumluca, Kozcağz ve Kurucaşile'nin kırsal kesimlerinde sürdürülmektedir. Geleneksel dokumacılık sanatından izler

Şekil 2- Halı Dokumacılığı

taşıyan, kültürel değerleri olan ve yöreden temin edilen eski dokuma el işleri Amasra Müzesinde sergilenmektedir.

4.6.7.3. Ağaç Oymacılığı (Çekicilik)



Şekil 3- Ağaç Oymacılığı

ağaç işlerini satarak geçimlerini sürdürdüklerini yazmaktadır. Ayrıca Osmanlı Devleti zamanında ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında mısır koçanı yaprakları kullanılarak örülen zincir, hasır şapka ve patik örme sanatı günümüzde de sürdürülmektedir.

4.6.7.4. Taş Sac Yapımı



Şekil 4- Taş Sac Yapımı

Tarihi 17. Yüzyıla dayanan ağaç oymacılığı bugün Amasra ve köylerinde sürdürülmektedir. Amasra'da bulunan Çekiciler Sokağında ıhlamur, şimşir, dişbudak, ceviz, kiraz ve kızılağaç gibi ağaçlar kullanılarak yapılan hayvan figürleri, çerez takımları, isimlikler, anahtarlıklar, çerçeveler, kaşığılar ve levhalar satılmaktadır.

Evliya Çelebi Seyahatnamesinde Amasra halkının dağlardan kestikleri şimşir ve ıhlamur ağaçlarından yaptıkları oyma

Taş sac yapımı Bartın'da 200 yıllık geçmişe sahiptir. Taş saclar ilde sadece Kurucaşile ilçesinin Karaman köyünde yapılmakta olup, hammaddesi olan taş maden de yine sadece Karaman Köyü'nde bulunmaktadır. Çabuk ısınma ve ısıyı hemen iletme özelliği bulunan saclar ekme ve yufka sacları ile kızartma tavası olarak kullanılmak üzere imal edilmektedir.

5. BARTIN'IN TURİZM VARLIKLARI VE ALTYAPISI

5.1. Doğal Varlıklar

Bartın'da bireysel olarak hareket eden, doğaya ilgi duyan, yörelerin sosyal ve kültürel özelliklerine ilgi duyan turist hedef grubuna yönelik doğal varlıkların sayısı oldukça fazladır. Bartın sahip olduğu doğal varlıklarla söz konusu hedef grubun ihtiyaçlarına hitap edebilecek bir turizm potansiyeline sahiptir. Bartın'da turizm potansiyelinin gelişmesine katkı sağlayacağı öngörülen doğal varlıklar aşağıdaki gibidir;

✚ **Ormanlar;** Bartın'daki ormanlık alanlar bitki ve ağaç türü zenginlikleri ile yaban hayvanları yönünden Türkiye'nin zengin ormanlık alanlarındandır. Bu nedenle Kastamonu ve Bartın il sınırları içinde bulunan Küre Dağlarının batı kesimi Bakanlar Kurulu kararı ile Kastamonu-Bartın-Küre Dağları Milli Parkı olarak kabul edilmiştir. Bu durum bölgede başta dağ turizmi olmak üzere yeni bir turizm potansiyelinin doğmasına olanak sağlamıştır. Ormanların geçmişten gelen zenginliğini korumak ve geleceğe daha zengin orman kaynakları bırakabilmek için yoğun çalışmalar yürütülmektedir.

Bartın'ın 2143 kilometrekarelik yüzölçümünün %46'sını ormanlar, %35'ini tarımsal alanlar, %7'sini çayırlar ve meralar, %12'sini kültüre elverişsiz alanlar ve yerleşim merkezleri kaplamaktadır. Bartın bitki örtüsünde geniş yer tutan ormanlar genellikle yayvan ve iğne yapraklı ağaçlardan oluşmaktadır.

Sahil boyunca 600 m. yüksekliğe kadar olan alanın karakteristik ağaçları meşe, kayın ve gürgendir. Sahilden içeride ve 1500 metreden yüksek kesimlerde kayın, kestane, köknar ve çam türleri, sahil şeridinde ise ceviz, kestane ve fındık plantasyonları yaygındır.

✚ **Akarsular;** Bartın'ın en önemli akarsuyu M.Ö. Parthenios adı ile anılan ve kente adını veren Bartın ırmağıdır. Bartın ırmağının iki ana kolunu oluşturan Kocaçay ve Kocanazçayı Bartın merkezinde Gazhane Burnunda birleşerek Boğaz mevkiinde Karadeniz'e ulaşmaktadır.

Kocanazçayı güneyden doğup Kozcağız'dan kuzeye doğru akarken 107 kilometre uzunluğundaki Kocaçay Kastamonu'dan gelip Ulus'tan geçen Göksu ve Eldeş Çayları (Ulus Çayı) ile bunlara katılan derelerden oluşmaktadır. Arıt ve Mevren Derelerinden oluşan Kozlu Çayı ile birleşen Kışla Deresi, Akpınar ve Karaçay Dereleri Kocaçayı besleyen akarsulardır.

İlin diğer önemli akarsuları Kapısuyu ve Tekkeönü dereleri ile Ulus-Uluyayla'yı sulayan Ovaçayı ve İnönü Dereleridir.

✚ **Ovalar ve Yaylalar;** Bartın Irmağı ve kolları tarafından derin bir biçimde parçalanmış bölge arazisi çok engebeli bir görünümündedir. Irmağın genişlediği alanlarda ve dağların dik yamaçları arasında dar ve derin vadiler yer almaktadır. Kent merkezlerine inildikçe düz ovalar artmaktadır.

Ulus ilçesinde Uluyayla, Arıt beldesinde Zoni, Kumluca beldesinde Ardıç (Gezen) ve Kokurdan yaylaları dağ ve yayla turizmi açısından ziyaret edilebilecek niteliktedir.

5.2. Doğa Turizmi

5.2.1. Dağcılık ve Dağ Turizmi

Bartın'da dağcılık ve dağ turizmi için önemli bir potansiyele sahip olan Küre Dağları Milli Parkı bulunmaktadır. Karadeniz Bölgesinin batısında Küre Dağları üzerinde bulunan Milli Park plato özellikleri taşımaktadır. 2000 yılında Milli Park ilan edilen Küre Dağları Milli Parkının kapladığı alan 37.753 hektar, çevresindeki tampon bölge ise 134.366 hektardır. Yakın çevresinde süregelen yaşam milli park sınırları içine yayılmamış ve milli park içinde yerleşim birimi kurulmamıştır. Küre Dağları Milli Parkı bu anlamda yakın çevresi için fiziksel ve sosyal eşik niteliğindedir.

Batıda Bartın Çayından başlayan Küre Dağları yaklaşık 300 kilometrelik uzunluğuyla doğuda Kızılırmak'a ulaşmaktadır. İsfendiyar Dağları adıyla da anılan sıradağlar kuzeyde Karadeniz'e güneyde Gökırmak'a uzanmaktadır. Sıradağlar hareketli topografik yapısı sayesinde peyzaj çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır. Orman, akarsu, çayır, mera, maki, kayalık alanlar, mağaralar, kıyı ve geleneksel tarım alanları gibi ana ekosistem tiplerini bir arada barındıran zengin habitatları Anadolu'nun kuzeyini bir baştan ötekine saran kıyısız dağ sisteminin parçası olmasından kaynaklanmaktadır.

Küre dağı orta yükseklikte bir dağ sırası olarak sınıflandırılmaktadır. En yüksek zirvesi 2019 metre ile Devrekâni ve Abana arasında bulunan Yaralıgöz dağıdır. Sistem içindeki tek alt-alpin bölge bu zirvede yer almaktadır. 1746 metrelik Ballıdağ, 1282 metrelik Karakuz, 1804 metrelik Göynük ve 1657 metrelik Dikmen dağları Küre dağları boyunca uzanan diğer önemli yüksekliklerdir. Küre dağlarının fazla girintili çıkıntılı olmayan Karadeniz tarafı kıyıya paralel uzanmaktadır. Denize ulaştıkları vadilerde akarsular, küçük koylar, aniden yükselen kıyılar ise falezler meydana getirmektedir. Kıyı şeridinin tipik görüntüsünü bu koy ve falezler şekillendirmektedir. Dağların kuzey eteğini izleyen kıyı yolunda Amasra, Kurucaşile, Cide, İnebolu, Abana, Çatalzeytin, Türkeli ve Ayancık yer alırken güneyinde Ulus, Pınarbaşı, Azdavay, Kastamonu, Taşköprü ve Boyabat yer almaktadır.

İlk coğrafyacılarından biri olan Strabon 2000 yıl önce yazdığı Geographika adlı kitabında en iyi cins şimşir ağacı en çok Amastris [Amasra] topraklarında yetişir diyerek Küre Dağları Milli Parkı ve çevresinin iklimine ve ormanlarına o yıllarda dikkat çekmektedir. Evliya Çelebi ise Seyahatnamesinde Amasra yöresi ormanlarını ağaç deryası olarak betimlemektedir.

Günümüzde tehlike altındaki Karadeniz nemli karstik orman ekosistemlerinin yabanıl örneklerine sahip Küre Dağları Milli Parkı Avrupa'da korunması gereken 100 orman sıcak noktası içinde yer almaktadır. Sıcak nokta ise doğa korumacıların dünyada endemizm düzeyi yüksek ve

aynı zamanda hızla habitat kaybına uğrayan alanları tarif etmek üzere kullandıkları terimdir. Genetik, tür, habitat ve ekolojik süreçler çeşitliliği, nadir ve nesli tehlike altındaki türlerin varlığı, ekosistemlerin dış etkenlere hassaslığı, yaşlılığı ve olgunluğu; bir alanın doğa koruma açısından önemini ortaya koyan çeşitli etkenler arasında sayılmaktadır.

Kuzey Anadolu ve Kafkasya ılıman kuşak ormanları Dünya Doğayı Koruma Vakfı'nın (WWF) doğa koruma açısından küresel düzeyde belirlediği öncelikli 200 ekolojik bölgeden biridir. Küre Dağları Milli Park alanı 157 endemik bitki türü ve bunlar içinde nesli tehlike altında olan 59 bitki taksonu barındırmasından dolayı bu bölgenin bir parçası niteliğindedir.

Küre dağları taşıdığı bu özellikler dolayısıyla 2000 yılında milli park statüsü ile koruma altına alınmıştır. Buna ek olarak korunması amaçlanan biyolojik çeşitliliği güvence altına almak için tampon bölge kavramı Türkiye'de ilk kez Küre dağları milli parkı ile gündeme gelmiştir.

Xenophon 2400 yıl önce bölge hakkında bilgi verirken bölgenin iç kesimlerinde ulaşımın çok zor şartlar altında yapıldığını fakat deniz seyahatinin kolay olduğunu söylemektedir. Gustav Hirschfeld (1847-1895) ise 1882 yılında Paphlagonia bölgesinin kuzey kesimlerini gezerken İnebolu'dan yola çıkarak Bartın Çayı civarına geldiği seyahatinde bölgenin sarplığından ve ulaşım zorluğundan bahsetmektedir. Geçtiği dağların yolculuk için uygun olmadığını ve patika yolların dar olduğunu belirtmektedir.

Tarihin farklı evrelerinde pek çok seyyahın notlarına konu olmuş yörenin kayıtlı tarihi ise Hititlerle başlamaktadır. Ardından Frigyalılar ve Lidyalılar bölgeye egemen olmuşlardır. M.Ö IV. yüzyılda Perslerin eline geçen Küre Dağları ve çevresi sonrasında Makedonya Kralı Büyük İskender tarafından fethedilmiştir. Bölge Pontus Krallığına bağlı olduğu M.Ö. I. yüzyılda Paflagonya adıyla anılmaktadır. Roma İmparatorluğunun egemenliğini M.Ö. 395 yılından itibaren Bizans egemenliği izlemektedir. Türk egemenliği ise 1105 yılında Danişmentlilerin bölgeye hâkim olmasıyla başlamaktadır. Küre dağlarında Anadolu Selçukluları, Çobanoğulları, Candaroğulları gibi Türk Beyliklerinin hüküm sürdüğü bilinmektedir. Bölge 1461'de Osmanlı İmparatorluğu topraklarına katılmasının ardından Cumhuriyetin ilanına kadar el değiştirmemiştir.

İnsan etkisinin az olduğu yüksek karstik platolar sağlıklı ve yabanıl bir orman ekosistemini bağrında taşımaktadır. Yaşlı, kuru ağaçlar ve zengin bitki birlikleri ormanda yaşayan hayvanlar için uygun barınma ve beslenme koşulları içermektedir.

Küre Dağları Mili Parkının biyolojik açıdan önemi çok sayıda hayvan türü için sunduğu farklı yaşam ortamından kaynaklanmaktadır. Yaban kedisi (*Felis sylvestris*), su samuru (*Lutra lutra*), boz ayı (*Ursus arctos*) ve ulu geyik (*Cervus elaphus*) gibi memeli türleri dahil, Türkiye'de yaşayan 160 memeli türünün 48ine bu alanda rastlanmaktadır.

Bugüne kadar alanda 129 kuş türünün yaşadığı belirlenmiştir. Bu türlerden küçük akbabaların (*Neophron percnopterus*) nesli küresel ölçekte tehlike altındadır. Kuş türleri için önemli olan coğrafi şekillerden geniş vadilere bakan yüksek kayalıklar akbaba, şahin, kartal ve gece yırtıcılarının barınması için uygun alanlar oluşturmaktadır. Ancak alan sadece yırtıcı türler değil hem deniz kıyısında üreyen ve kışlayan su kuşları hem de ılıman kuşak orman biyolojik türleri için önem taşımaktadır. Küre Dağları Milli Parkı bu nedenle Doğa Derneği ve Bird Life International

(Dünya Kuşları Koruma Kurumu) tarafından 2004 yılında güncellenen Türkiye'nin Önemli Kuş Alanları listesinde yer almaktadır.

Küre Dağları Milli Parkında 113 omurgasız türünün varlığı belirlenmiştir. Bölgede tespit edilen çift yaşamlı (amfibi) türü sayısı 10, sürüngen türü sayısı ise 23'tür.

5.3. Kültürel Varlıklar

5.3.1. Kentsel Mimari



Bartın'daki kentsel mimari öğeleri çarşılar, sokaklar, köprüler, anıtsal yapılar, evler ve bahçelerden oluşmaktadır. 1970 yılı imar planında kentsel sit alanının göz ardı edilmesi nedeniyle geleneksel dokuda başlayan bozulmalar izleyen yıllarda korumaya yönelik politika ve plan kararlarının yetersizliğiyle sürdüğü için

mimari öğelerin çoğu yitirilmiş veya hasar görmüş durumdadır. Kentsel dokuyu oluşturan mimari yapıların korunması için yerleşimin özünü oluşturan tüm öğeler arasındaki ilişkileri önemseyen duyarlı bir yönetim anlayışının geliştirilmesi gerekmektedir.

Bartın'ın tarihi evleri plan tiplerine, yapı malzemesine, cephe düzenine ve bulunduğu alana göre sınıflandırılmaktadır. Ahşap karkas olarak inşa edilen Bartın evleri 2-3 katlı, sokağa açılan ya da bahçe içinde, tek, sıralı ya da ikiz yapılar olabilmektedir. Cephe düzenine göre balkonlu, balkonsuz, cumbalı ve portikli olarak tanımlanmaktadır (Kemik, 1988; Görmüş, 2004). Evin cephesini oluşturan mimari öğeler pencereler, balkonlar, cumbalar, çıkmalar, tahtaboşlar, payandalar ve kapılardır. Bu mimari öğeler arasında bulunan çok sayıdaki kepenksiz ve giyotinli pencereler tarihi dokunun önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Görmüş, 2004). Bartın Merkez ilçe sınırları içinde 258 adet tescilli ahşap ev bulunmakta ve bu evler Orta Mahalle, Kırtepe Mahallesi, Demirciler Mahallesi ve Kemerköprü Mahallerinde yoğunlaşmaktadır. Amasra ilçesinde 13 adet tescilli ahşap ve taş yapı, Ulus ilçesinde ise Bartın'daki sivil mimari yapılarla benzerlik gösteren 12 adet tescilli ahşap konut bulunmaktadır

5.3.2. Kırsal Mimari

Halkın ortak kimliği ile oluşturulan değerler ve anlamları içeren yerleşmeler karakteristik özellikler barındırmaktadır (Oliver, 2006; Koca 2015). Yerleşmelerin barındırdığı karakteristik özellikler sosyal yaşam ve gündelik yaşam pratikleri hakkında bilgi sunmaktadır. Ancak kent ve kırsal birbirine teğet olmadığı ve etkileşimin hızlı ve kontrolsüz biçimde geliştiği günümüzde kırsal yerleşimlerdeki geleneksel dokunun yerini gecekondular ve kent mimarisinin aldığı görülmektedir.

Geleneksel mimari doku ve doğa bağlamından kopuk olarak üretilen modern yapı geleneksel kırsal yaşam pratiklerinin dönüşmesine neden olmaktadır.

Bartın'da geleneksel mimari doku korunamadığı için geleneksel yaşam pratikleri izlerinin önemli bileşenleri sürdürülmeye devam edilememektedir. Bunun nedenleri arasında göç sonucunda boşalan evlerin çok hisseli olması ve gereken bakım ve onarım çalışmalarının yapılamaması olarak gösterilmektedir.

Geleneksel mimari yapıım sistemlerinden biri olan karma sistemin bölgedeki her köyde olduğu görülmektedir. Ahşap yığma ve yığma kâgir tekniği ile inşa edilen evlerde cephe süslemelerinde ve cephe kaplamalarında çeşitlilik görülmektedir. Özellikle ateş tuğlası ile yapılan cephe bezemeleri bölgedeki işçiliğin önemini göstermektedir. Pencereleriyle dışarıya ve doğaya açık olan bu evlerin pervazlarında kullanılan baskın renkler coğrafyanın hâkim renklerinden olan mavi ve yeşildir.

5.3.3. Kültürel ve Folklorik Değerler

Bartın sınırları içindeki Sesamos (Amasra), Kromna (Kurucaşile) ve Erythinoi (Çakraz) tarihi Paphlagonia bölgesindeki önemli antik kentlerdendir.

Bartın'da bulunan Kemal Samancıoğlu Etnografya Müzesi 700 civarında etnografik eser barındırmaktadır. Fırınlı Kalesi, Çeştepe Höyüğü, Manastırtepe Tümülüsü, Manastırtepe Nekropolu, Deveciler Tümülüsü, Sivritepe Tümülüsü, Durnuk Kaya Mezarları, Güzelcehisar Lav Sütunları ve Kale kalıntıları, Halilbey, İbrahim Paşa, Hacı Mehmet, İkramiye ve Şadırvanlı Camileri, Eski Kilise (Kültür Evi), Tağhan ve Okurhan, Kemer ve Orduyeri Köprüleri, Şadırvan, Osmanlı Hamamı, Eski Kütüphane Binası, İstiklal İlkokulu Binası, Eski Belediye Binası ve Kırtepe Çeşmesi Bartın'da bulunan tarihi değerlerdir.

Amasra ilçesinde Ön Asya'da benzeri olmayan Kuşkayası Yol Anıtı, giriş kapısı, sur ve teras duvarları ile toplam 12 adet kale burcundan oluşan Amasra kalesi, kale üzerindeki armalar, kilise (Fatih Camii), şapel (Kültür Evi), yeraltı galerileri, oyma mağaralar ve bedesten kalıntıları, akropol ve nekropol, boztepe mahallesi ve ada kütlesi, Kaleiçi mahallesi, bedesten mevkii, tavşan adası, Tekketepe mevkii, direklikaya, küçük liman antik rıhtım ve nekropol alanı, sanat evi (Küçük kilise), manastır kalıntısı, Boztepe mabet kalıntısı, Roma dönemi köprüsü ve su kemeri, şehir hamamı, kaymakamlık lojmanı ve bahriye mektebi (Müze binası), antik kentten kalan yapılarıdır. İlçede bulunan 5000 kişilik antik tiyatronun forum, şeref yolu, yeraltı çarşısı, akropol ve nekropol gibi bölümleri toprak altındadır.

Kurucaşile'de Tekkeönü kalesi ve kale içindeki Hisarkale mahzeni, Ulus'ta ise Hasandede türbesi, Şimşirli Baba Camii ile Mirzaşah (Ağa Köyü), Karahasan ve Kırktepeler (Abdipaşa) höyükleri önemli tarihi değerlerdir.

6. BARTIN GZFT TOPLANTISI RAPORU

6.1 Giriş

Bartın'da turizm sektörü GZFT analizi yöntemi ile incelenmiş, sektöre yönelik mevcut durum ve potansiyeller ortaya konulmaya çalışılmıştır. İldeki paydaşlar ile görüşülerek bilgi ve tecrübelerine başvurulmuştur. GZFT analiz toplantısı 03.11.2016 tarihinde saat 14.00'da 19 kişinin katılımı ile düzenlenmiştir. Toplantıya kamu kurumlarından, özel sektörden temsilciler katılım sağlamıştır. Toplantıda bölge turizminin güçlü ve zayıf yanlarını, içte ve dışta sahip olduğu fırsatları ve tehditleri belirlemeye yönelik görüşler alınmıştır. Bunların neticesinde Bartın'ın durum analizi gerçekleştirilerek turizm genel başlığı altında ilin güçlü ve zayıf yönleri ile önündeki fırsat ve tehditler belirlenmiştir.

6.2 GZFT Analiz Sonuçları

6.2.1 Güçlü Yönler

- İlde bulunan Eski Bartın Evleri tarihin korunması açısından önem arz etmektedir.
- İl zengin bir mutfak kültürüne sahiptir.
- İl kullanıma elverişli yaylalara sahiptir.
- Bartın'da ekonomik gelire katkı sağlayan kültürel değerler arasında geleneksel el sanatları gelmektedir. Tel kırmacılık, halı dokumacılığı, ağaç oymacılığı, bakırcılık, taş sac gibi el sanatları faaliyetleri yürütülmektedir.
- İlde turistik altyapı güçlü olup turistik tesisler güçlüdür. Yatak kapasiteleri artmaktadır.
- İlde turizm sektörü kalkınmada 1. Derecede öncelikli alanlar içindedir.
- İlde turizm aktiviteleri için yeterli alanlar bulunmaktadır.
- Küre Dağları Milli Parkını büyük bir kısmı il sınırları içinde yer almaktadır. Milli Park zengin bitki ve hayvan çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır.
- İl tarihi, kültürel ve arkeolojik eserlere sahiptir.
- İlde güvenlik sorunu yaşanmamaktadır. Suç oranları Türkiye ortalamasının altındadır.
- İl alternatif turizm türlerinin geliştirilebileceği alanlara sahiptir.
- İlde mağara, trekking, akarsu, yat, yayla turizmi gibi alternatif turizm türlerinin gerçekleştirilebileceği alanlar bulunmaktadır.
- İlde yeterli düzeyde kıyı turizmi alanları vardır.

6.2.2 Zayıf Yönler

- Kamu, özel sektör, üniversite ve ilgili sivil toplum kuruluşları arasında yeterli düzeyde işbirliği ve koordinasyon bulunmamaktadır.
- İlde turizm ile ilgili organizasyon ve meslek örgütleri yetersiz durumdadır.
- Bartın'ın sahip olduğu kültürel değerler çoğunlukla yerel düzeyde tanınmaktadır. İldeki tarihi ve kültürel değerlerin tanıtımına gerekli önem verilmemektedir.
- Bartın'da turistlere hizmet verebilecek yeterli sayı ve nitelikte turizm rehberi bulunmamaktadır. Bu durum turizm sektörünün gelişmesi önünde bir engel teşkil etmektedir.
- İlde tur şirketi sayısı azdır. Kayıt dışı çalışan tur şirketleri bulunmaktadır.

- Bartın'da meslek liselerinin ve meslek yüksekokullarının turizm ile ilgili bölümlerinden mezun olan gençler ekonomik ve kariyer açısından daha iyi şartlar sunan turizm merkezlerine yönelmektedirler.
- İlde ev pansiyonculuğu düzenli işlememektedir.
- İlde fiyat istikrarı bulunmamaktadır.
- Turizm acenteleri ile yeterli düzeyde anlaşma yapılmamış olması nedeniyle tur güzergâhları üzerinde olmasına rağmen Bartın'da yeterli düzeyde konaklama gerçekleşmemektedir.
- Bartın için oluşturulmuş bir kültür ve turizm envanteri bulunmaması il turizminin gelişmesini engellemektedir.
- Mevcut durumda var olan oteller yoğun turist akımının yaşandığı dönemlerde kapasite ve yatak sayıları bakımından yetersiz kalmaktadır.
- İle günübirlik turistik ziyaretler yapılmaktadır.
- İlde tanıtım açısından eksiklikler vardır. Bölgedeki işletmelerin hem sayısı hem de tanıtım yönü zayıftır ve hala internet sitesi olmayan turizm işletmeleri mevcuttur.
- İlde altyapı ve üstyapı eksiklikleri mevcuttur.
- İlde yaşayan yerel halkın Bartın tarihini yeteri düzeyde bilmiyor olması gelen turistlere bilgi verilmesinde sorun teşkil etmektedir.
- İle denizyolu ile ulaşım zayıftır.
- İl tarihinin geçmişe uzanması nedeniyle arkeolojik açıdan önemli çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir. Tarihin gün yüzüne çıkarılması açısından gerekli olan bu kazı çalışmaları bütçe yetersizliği nedeniyle yavaş ilerlemektedir.
- Doğa turizmi için yürütülen çalışmalar yetersizdir.
- İle özgü geleneksel el sanatları yeterince tanıtılmamaktadır.
- Bartın Irmağının ıslah edilmemesi çevresel ve ekolojik sorunlara yol açmaktadır.
- İlde ara eleman sorunu yaşanmaktadır. Kalkınma Ajansının ve resmi kurumların ara eleman yetiştirmek için düzenlediği eğitimler yetersizdir.
- Bölgede etkin işleyen bir havaalanı bulunmamaktadır.

6.2.3 Fırsatlar

- Bartın'ın turizmi SWOT toplantısı sayesinde gündeme getirilmiştir.
- İl Ankara'ya en yakın sahili barındırmaktadır.
- İlin iklimi ılımandır.
- Alternatif turizm türlerine yönelik talep tüm dünyada ve Türkiye'de artış göstermektedir.
- Bartın Üniversitesinin kapasitesinin ve bölüm sayısının artması nedeniyle ilde yaşayan genç nüfus artmaktadır.
- İle ulaşım imkânları artmaktadır.
- Arap turistlerin bölgeye gelme potansiyeli bulunmaktadır.
- Organik ürünlere yönelik Pazar potansiyeli vardır.

6.2.4 Tehditler

- İl halkı tarafından turizmin yeterince benimsenememiş olması turizm gelişimi açısından negatif etki yaratmaktadır.
- Doğal çevre üzerinde baskılar bulunmaktadır (Termik santral).
- Bazı dönemlerde yaşanan yoğun turist akımları nedeniyle hizmet kalitesi düşmekte, turistlerin memnuniyetsizliği artmakta ve yöre cazibesini yitirmektedir.
- Bazı yoğun dönemlerde trafik, otopark, çevre kirliliği sorunları ortaya çıkmaktadır.
- İldeki orman alanları azalmaktadır.
- İlde turizm konusunda Amasra'nın ismi ön plandadır ve diğer turistik bölgeler bilinmemektedir.

7. ANKET ÇALIŞMASI ANALİZ SONUÇLARI

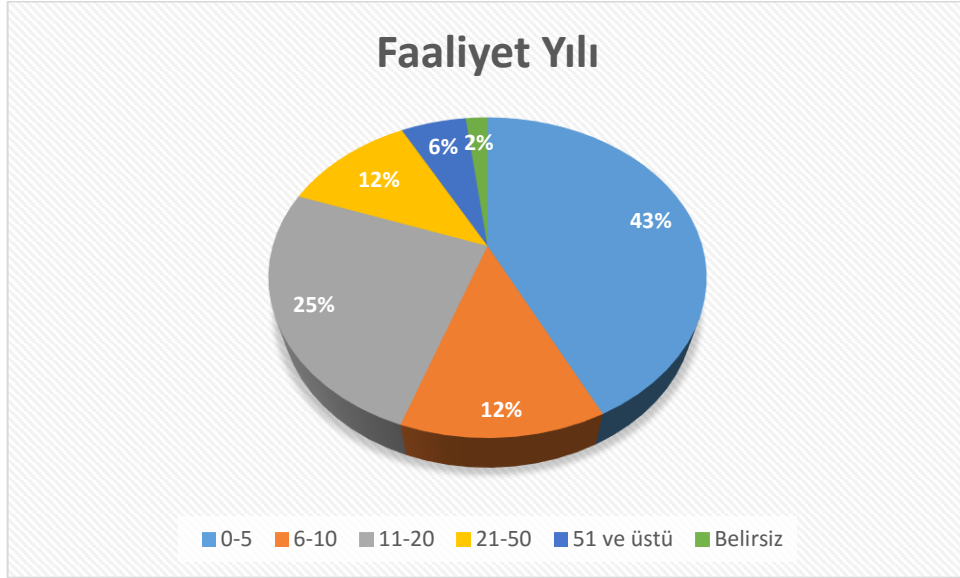
Bartın'da Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı-Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı tarafından desteklenen Kayıtlı İstihdamın Teşviki 2 programı kapsamında hazırlanan Bartın'da Kayıt Dışı İstihdama Kayıtsız Kalmayalım Projesinde 100 turizm işletmesi ile anket çalışması yürütülmüştür. Bartın Turizm Master Planında değerlendirilmek üzere yürütülen çalışmada bu sebeple turizm işletmelerine anket soruları yöneltilmiştir.

Ankette turizm işletmelerine faaliyet alanı, yabancı dil bilen personel sayısı, sahip olunan belgeler, tanıtım faaliyetlerinde tercih ettikleri yöntemler, hizmet verilen yerli ve yabancı turist sayıları, yapılan ve yapılması planlanan yatırım tutarları ve sektörel sorunlar gibi sorular yöneltilmiştir. Turizm işletmeleri ile yapılan anket çalışması neticesinde Bartın'da turizm sektörünün mevcut durumu, turizmde yaşanan sorunlar ve çözümleri konusunda detaylı bilgiler elde edilmiştir. Anket çalışmasının sonunda turizm işletmelerine yapılabilecek yatırımlar konularında sorular yöneltilmiş ve Bartın'da hangi turizm türlerinin gelişebileceği hakkında fikirleri öğrenilmiştir.

Anket çalışması 14 kişilik saha ekibi tarafından yürütülmüştür. Anket verilerine ait detaylar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır:

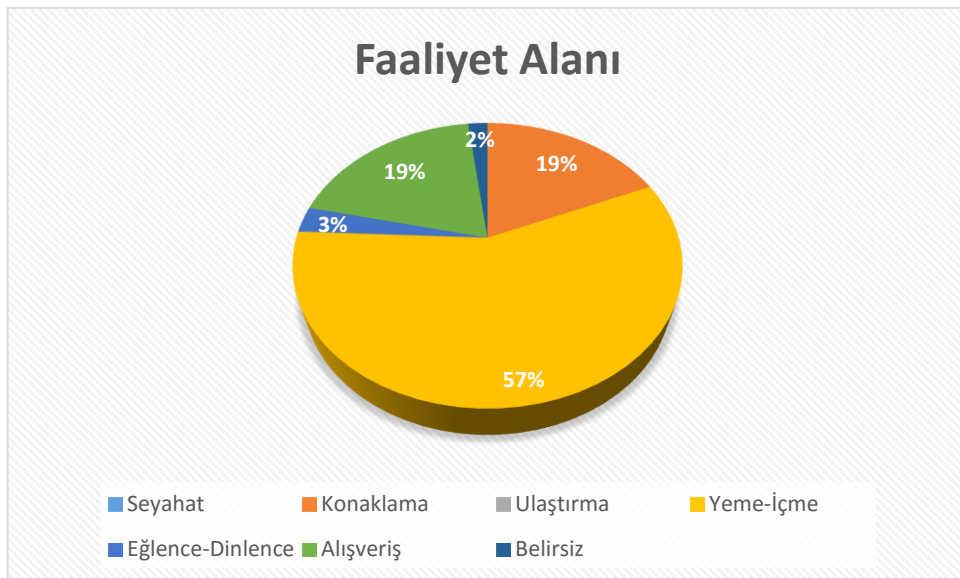
Anket Yapılan İşletme Bilgileri

Grafik 1-Faaliyet Yılı



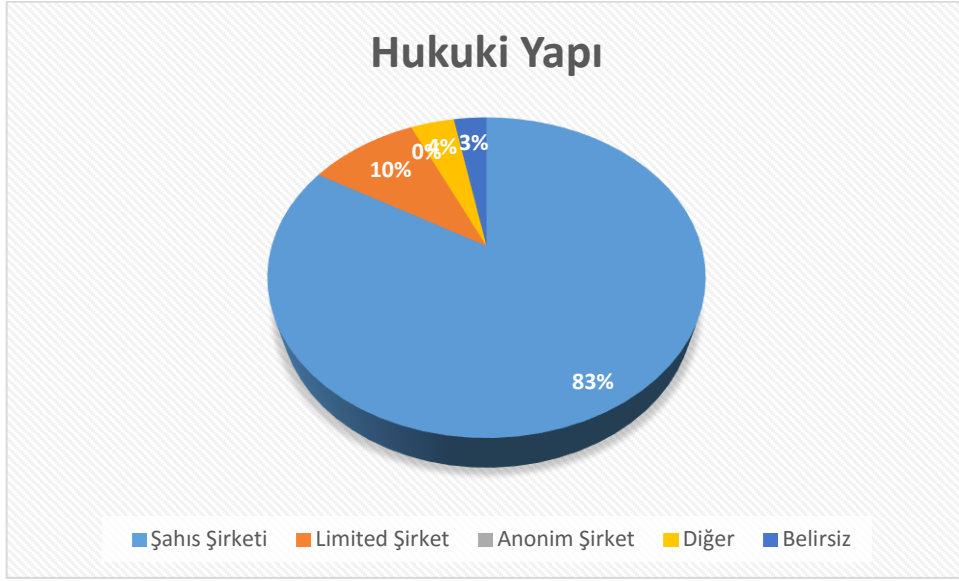
Bartın'daki 100 turizm işletmesine kaç yıldır faaliyet gösterdikleri sorulmuştur. Buna göre ildeki turizm işletmelerinin %43'ü 0-5 yıl, %25'i 11-20 yıl, %12'si 6-10 yıl, diğer %12'si 21-50 yıl ve %6'sı 51 ve üstü yıldır faaliyet gösterdiğini beyan etmiştir. İşletmelerin %2'si soruyu yanıtızsız bırakmıştır.

Grafik 2- Faaliyet Alanı



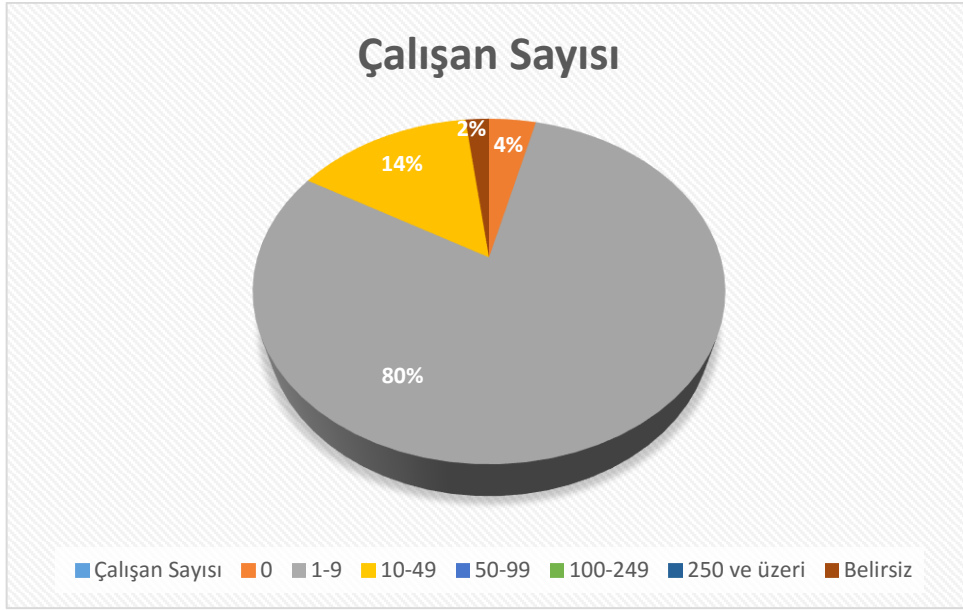
Ankete katılan işletmelerin %57'si yeme-içme, &19'u konaklama, diğer %19'u alışveriş, %3'ü eğlence-dinlenme alanında faaliyet göstermektedir.

Grafik 3- Hukuki Yapı



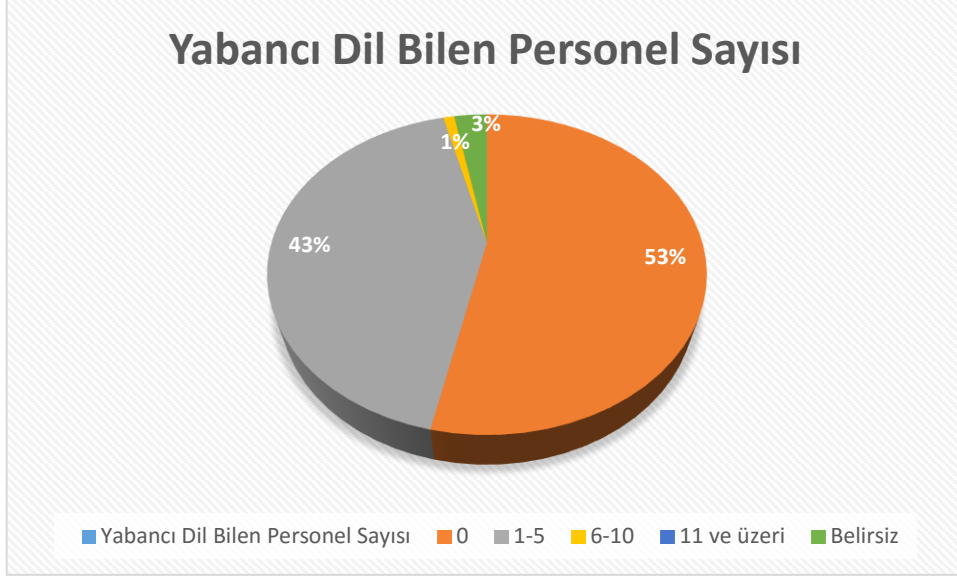
Turizm işletmelerinin %83'ü şahıs şirketi olduğunu beyan etmiştir. Ankete katılan işletmelerin %10'ü limitet şirket, %4'ü ise diğer hukuki statüye sahip şirkettir.

Grafik 4- Çalışan Sayısı



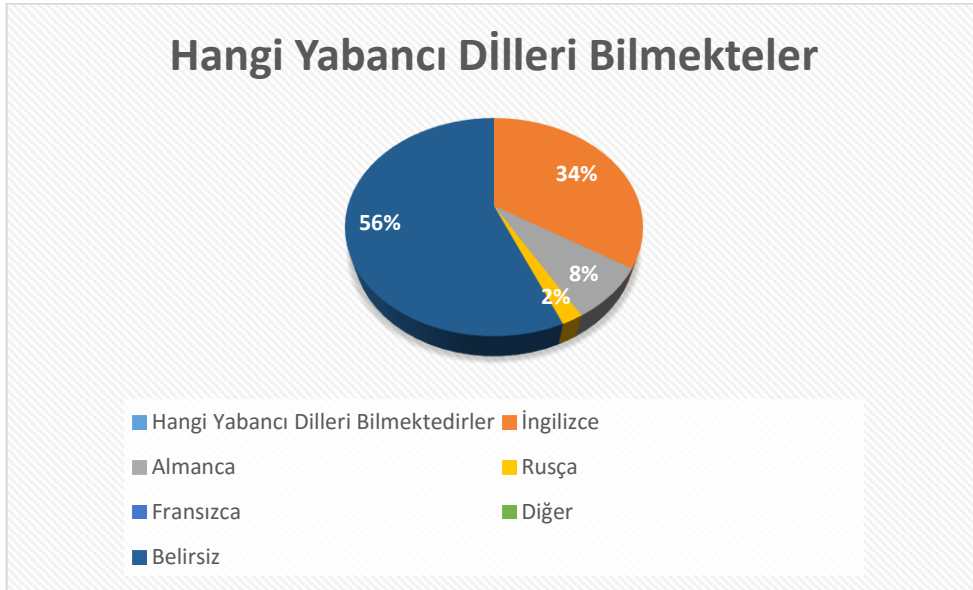
İşletmelerin %80'i 1-9 çalışan sayısına, %14'ü 10-49 çalışan sayısına, %4'ü 0 çalışan sayısına sahip olduğunu belirtmiştir. İşletmelerin %2'si soruyu yanıtlamamıştır.

Grafik 5- Yabancı Dil Bilen Personel Sayısı



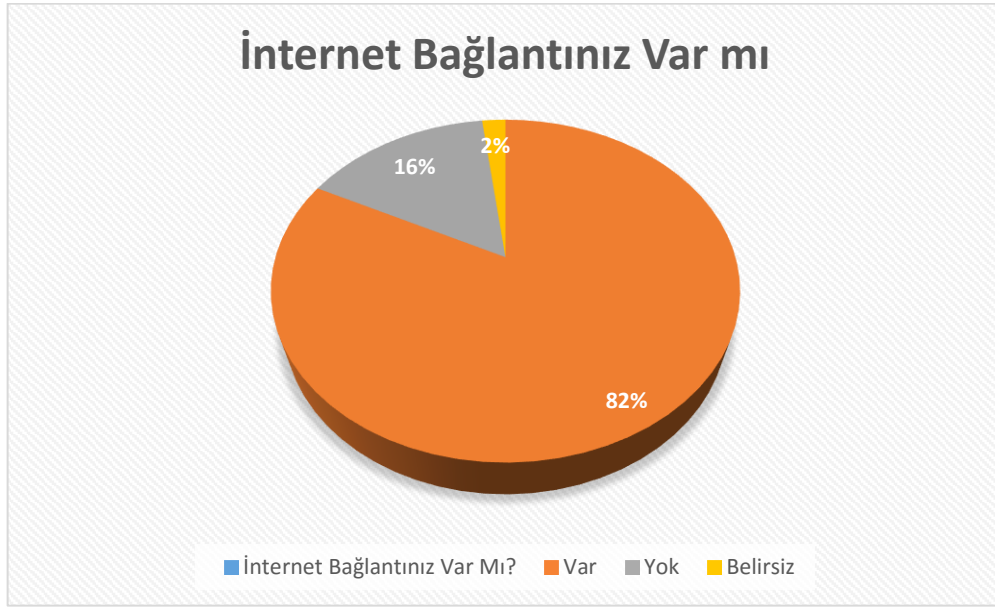
Bartın'da ankete katılan turizm işletmelerinin %53'ü yabancı dil bilen personel çalıştırmadığını beyan etmiştir.%43'ü ise 1-5 arasında yabancı dil bilen personel çalıştırdığını beyan etmiştir. Anket verilerine göre işletmelerin yalnızca %1'inde 6-10 arasında yabancı dil bilen personel çalışmaktadır.

Grafik 6- Hangi Yabancı Dilleri Bilmekteler



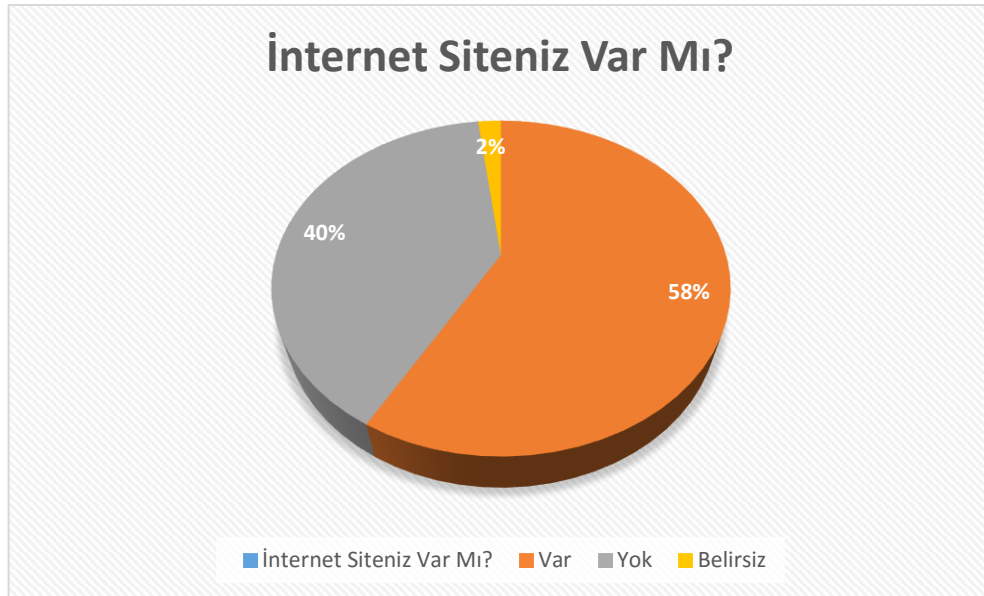
İşletmelere yabancı dil bilen personellerinin hangi yabancı dilleri bildikleri sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar derlendiğinde işletmelerde istihdam edilen personellerin %34'ünün İngilizce bildiği görülmektedir. Personellerin %8'i Almanca, %2'si ise Rusça bilmektedir.

Grafik 7- İnternet Bağlantısı



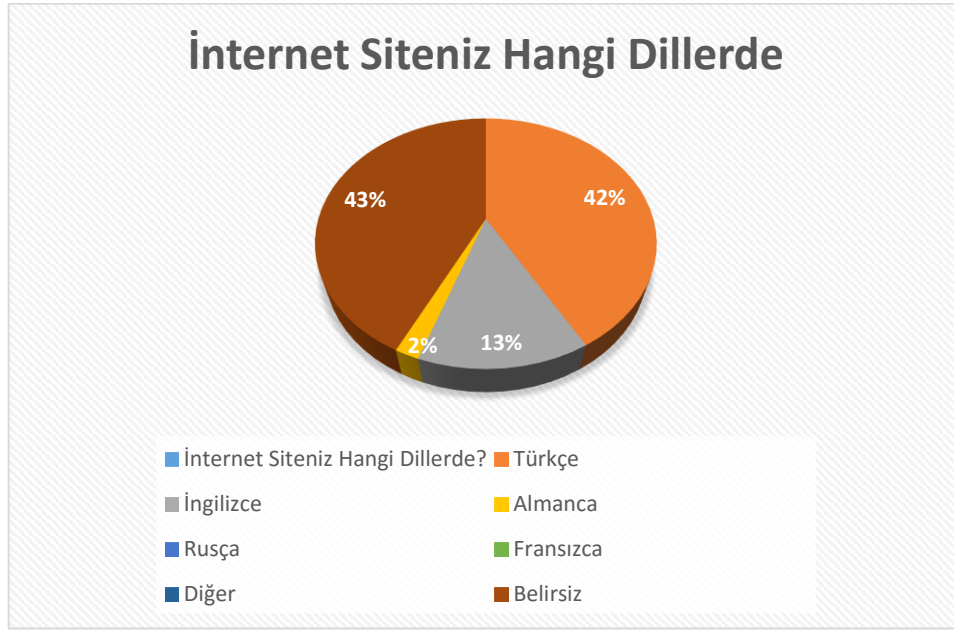
Ankete katılan turizm işletmelerine işyerlerinde internet bağlantısı olup olmadığı sorusu yöneltilmiştir. İşletmelerin %82'si internet bağlantısına sahip olduğunu beyan ederken %16'sı işyerlerinde internet bağlantısı olmadığını beyan etmiştir. İşletmelerin %2'si soruya cevap vermemiştir.

Grafik 8- İnternet Sitesi



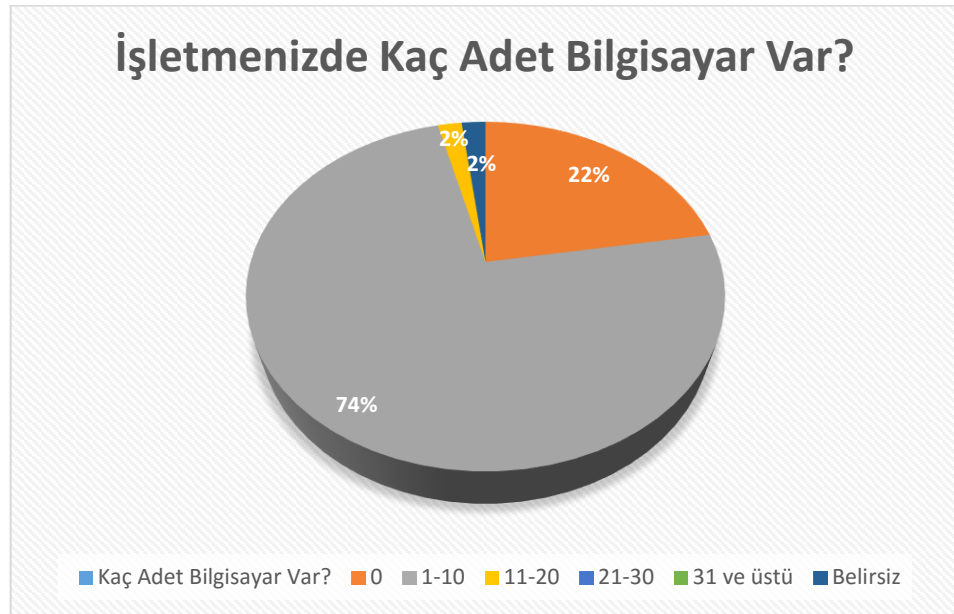
İşletmelere sorulan diğer bir soru işyerlerine ait internet sitesinin olup olmadığıdır. Anket verileri derlendiğinde işletmelerin %58'inin internet sitesine sahip olduğu, %40'ının ise internet sitesine sahip olmadığı görülmektedir.

Grafik 9- İnternet Sitesi Dili



İnternet sitesine sahip olan işletmelere internet sitelerinin hangi dillerde hizmet verdiği sorulmuştur. Buna göre işletmelerin internet sitelerinin %42'si yalnızca Türkçe, %13'ü Türkçe ve İngilizce, %2'si ise bu dillere ek olarak Almanca ile hizmet vermektedir.

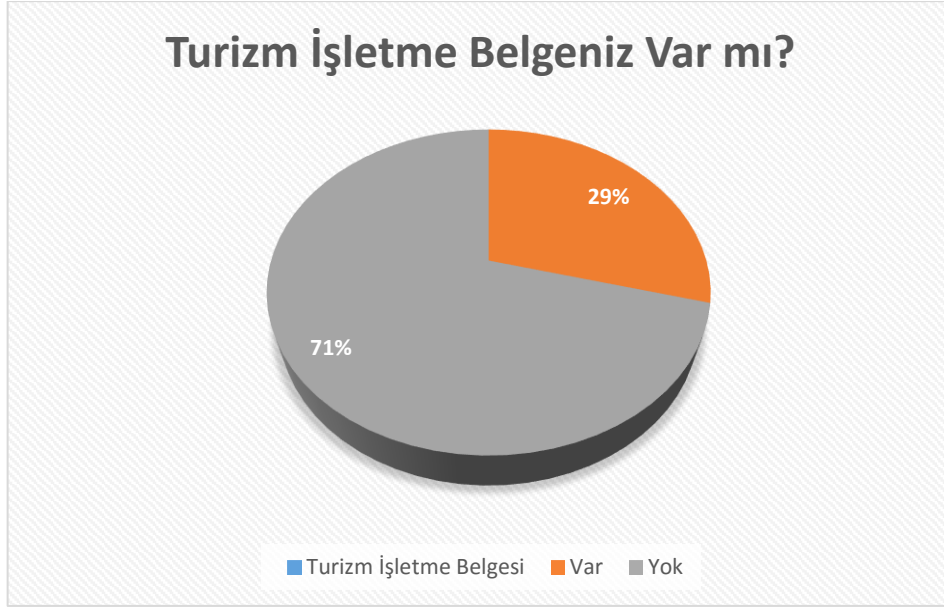
Grafik 10- Bilgisayar Sayısı



Ankete katılan işletmelere sahip oldukları bilgisayar sayısı sorulmuştur. Verilen cevaplara göre işletmelerin %74'ünde 1-5 arasında, %2'sinde ise 11-20 arasında bilgisayar bulunduğu görülmektedir. Anket verilerine göre turizm işletmelerinin %22'sinde bilgisayar bulunmamaktadır.

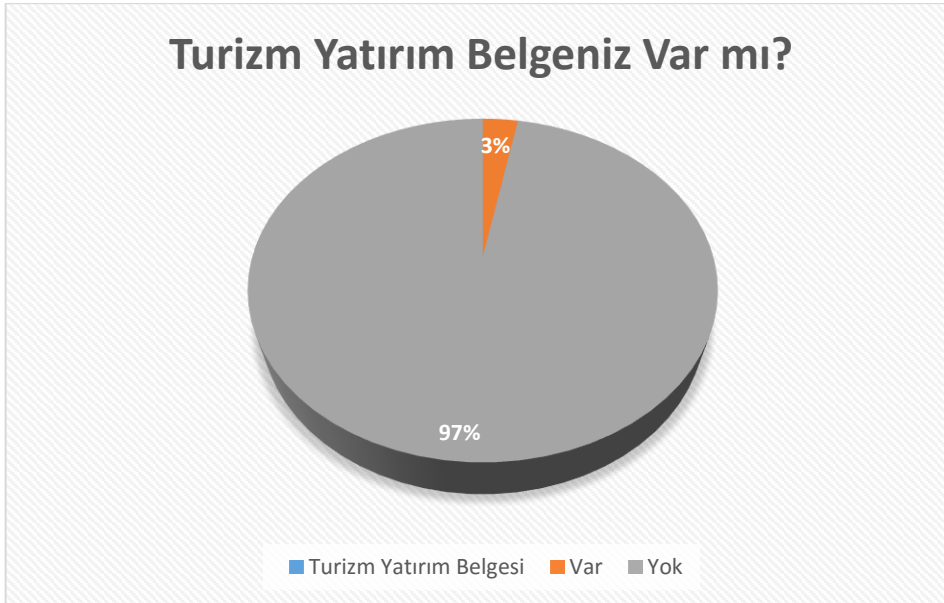
İşletmenin Sahip Olduğu Belgeler

Grafik 11- Turizm İşletme Belgesi



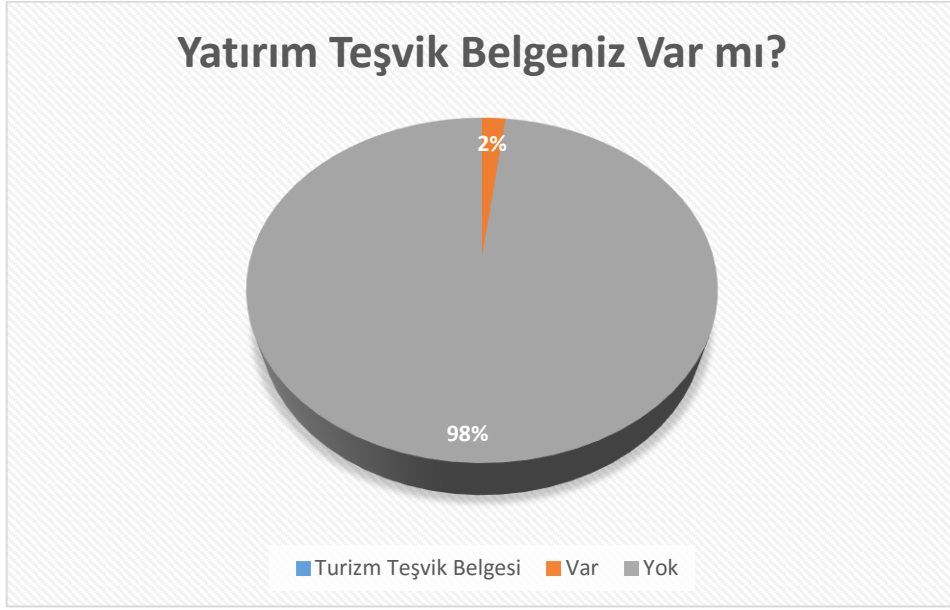
Turizm sektöründeki 100 işletmeye turizm işletme belgesine sahip olup olmadıkları sorusu yöneltilmiştir. Buna göre işletmelerin %29'unun turizm işletme belgesine sahip olduğu görülmüştür.

Grafik 12- Turizm Yatırım Belgesi



Ankete katılan turizm işletmelerinin yalnızca %3'ü turizm yatırım belgesine sahip olduğunu beyan etmiştir.

Grafik 13- Yatırım Teşvik Belgesi



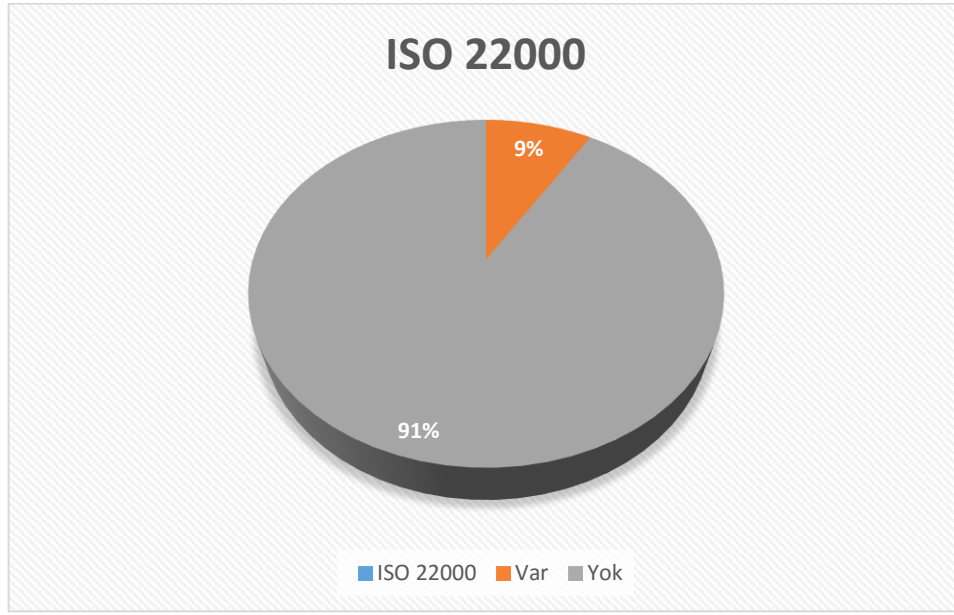
Bartın'da ankete katılan 100 turizm işletmesine yatırım teşvik belgeleri olup olmadığı sorulmuştur. İşletmelerin yalnızca %2'İ bu belgeye sahip olduğunu beyan etmiştir.

Grafik 14- Marka Tescil Belgesi



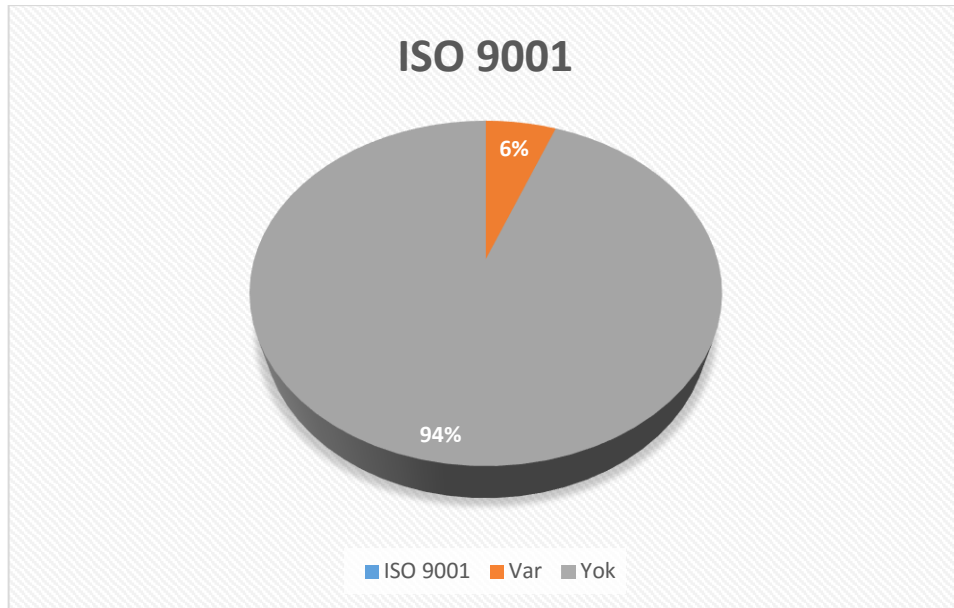
Ankete katılan 100 turizm işletmesine marka tescil belgelerinin olup olmadığı sorusu yöneltilmiştir. İşletmelerin %12'si belgeye sahip olduğunu bildirirken %8'i belgeye sahip olmadığını bildirmiştir.

Grafik 15- ISO: 22.000



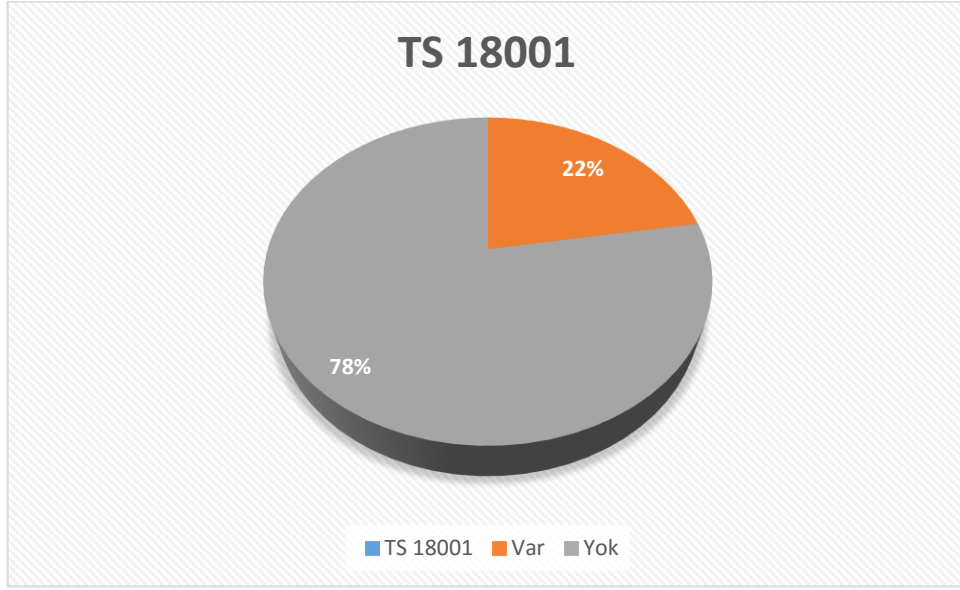
Bartın'da ankete katılan 100 turizm işletmesine ISO: 22000 Uluslararası Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesine sahip olup olmadıkları sorulmuştur. Verilen cevaplar derlendiğinde işletmelerin %9'unun belgeye sahip olduğu görülmüştür.

Grafik 16- ISO 9001



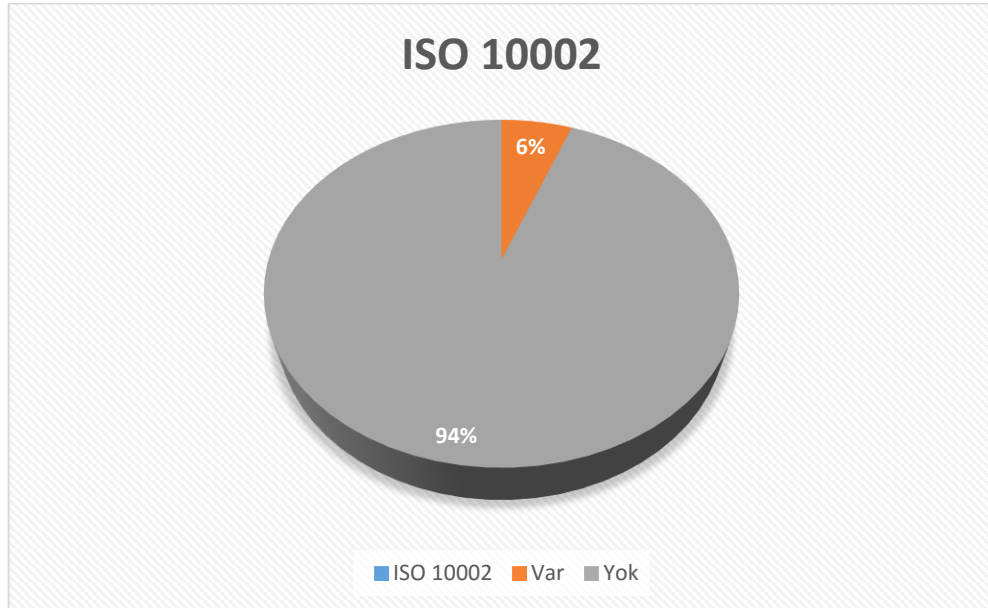
Ankete katılan işletmelerin cevapları incelendiğinde yalnızca %6'sının ISO: 9001 Kalite Sistemi Belgesine sahip olduğu görülmektedir.

Grafik 17- TS 18001



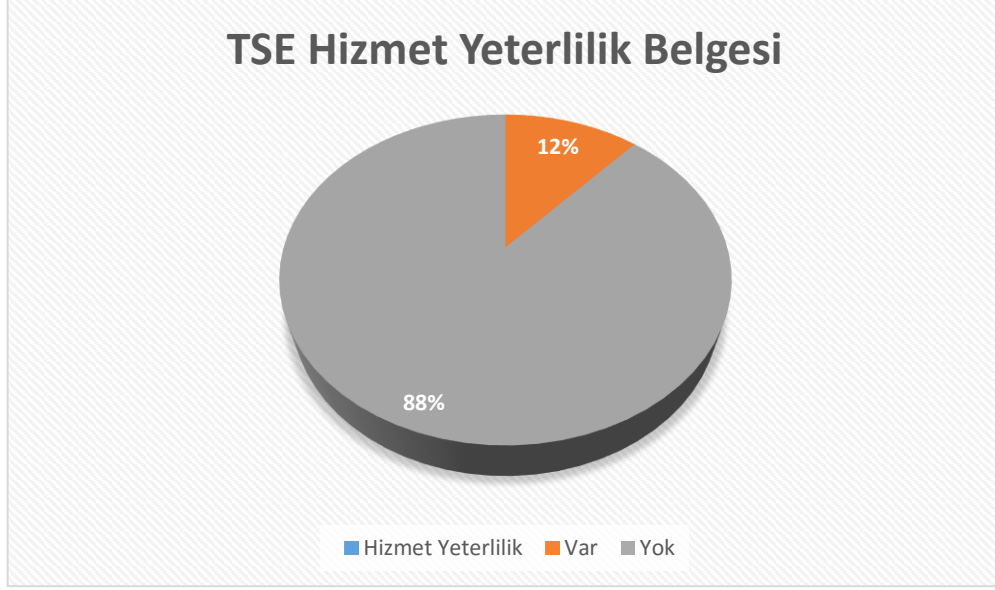
İşletmelere TS 18001 İş Sağlığı ve İş Güvenliği Yönetim Sistemi belgesine sahip olup olmadıkları sorusu yöneltilmiştir. İşletmelerin %22'si belgeye sahip olduğunu belirtirken %78'i belgeye sahip olmadığını belirtmiştir.

Grafik 18- ISO 10002



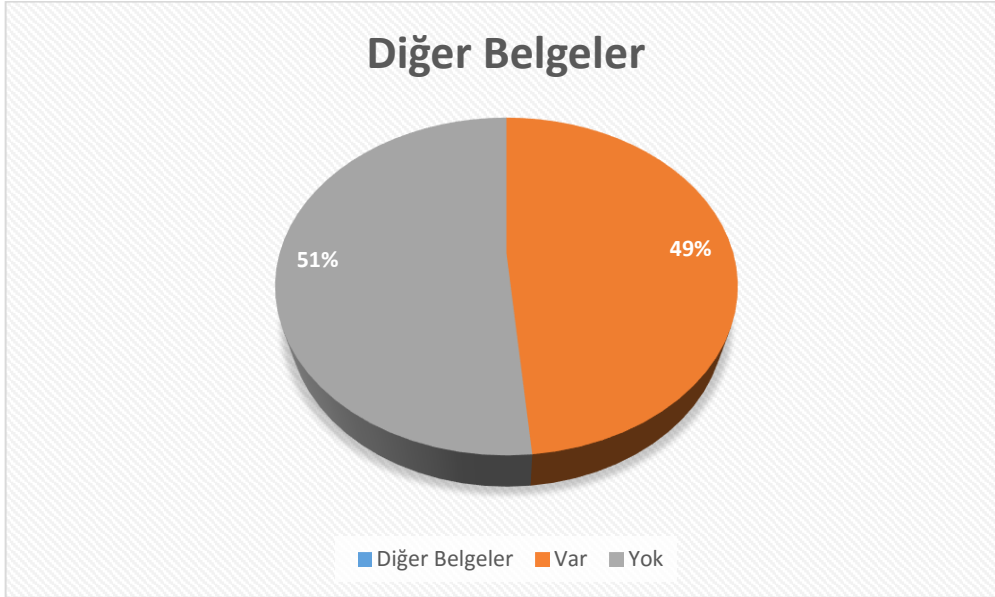
Ankete katılım gösteren 100 turizm işletmesine ISO: 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Belgesine sahip olma durumları sorulmuştur. Verilen cevaplara göre işletmelerin yalnızca %6'sının belgeye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 19- TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi



Bartın'da ankete katılım gösteren 100 turizm işletmesinin %12'si TSE Hizmet Yeterlilik belgesine sahip olduğunu beyan etmiştir. İşletmelerin %88'i bu belgeye sahip olmadığını beyan etmiştir.

Grafik 20- Diğer Belgeler



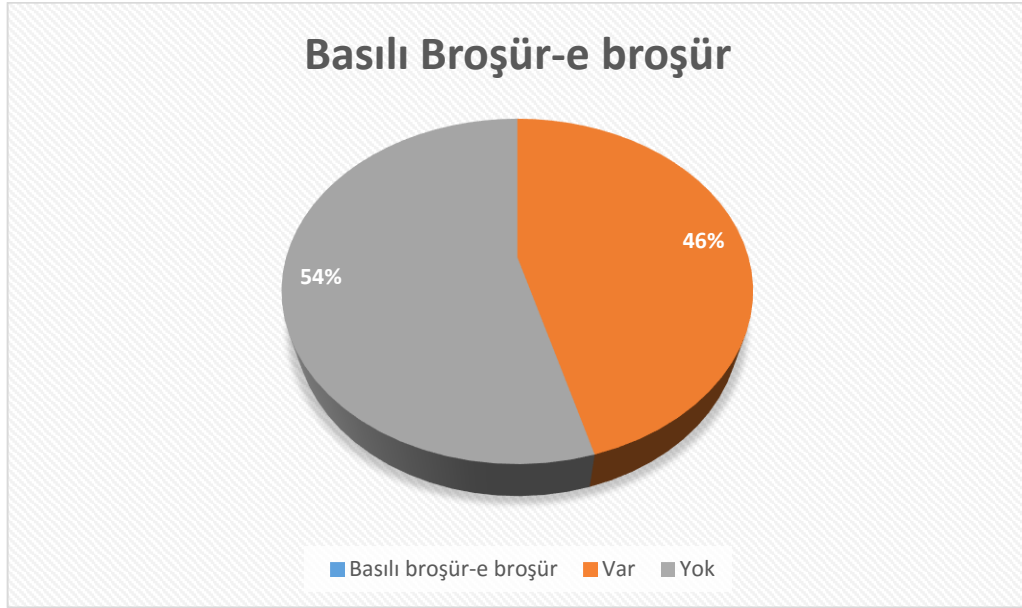
Ankete katılan işletmelerin %49'u diğer belgelere sahip olduğunu beyan ederken %51'i ankette yer alan belgeler dışında herhangi bir belgeye sahip olmadığını bildirmiştir.

İşletme Tanıtım Araçları

Ankete katılan işletmelere hangi tanıtım araçlarını kullandıkları sorulmuştur. Anket formunda katılımcılara basılı broşür, e broşür, tanıtım filmi, yerel televizyon reklamları, ulusal televizyon reklamları, yerel gazete ilanları, ulusal gazete ilanları, internet reklamları, el ilanları, sosyal medya reklamları, yayınlanan turizm rehberleri, gezi yazıları, fuar katılımları ve diğer tanıtım

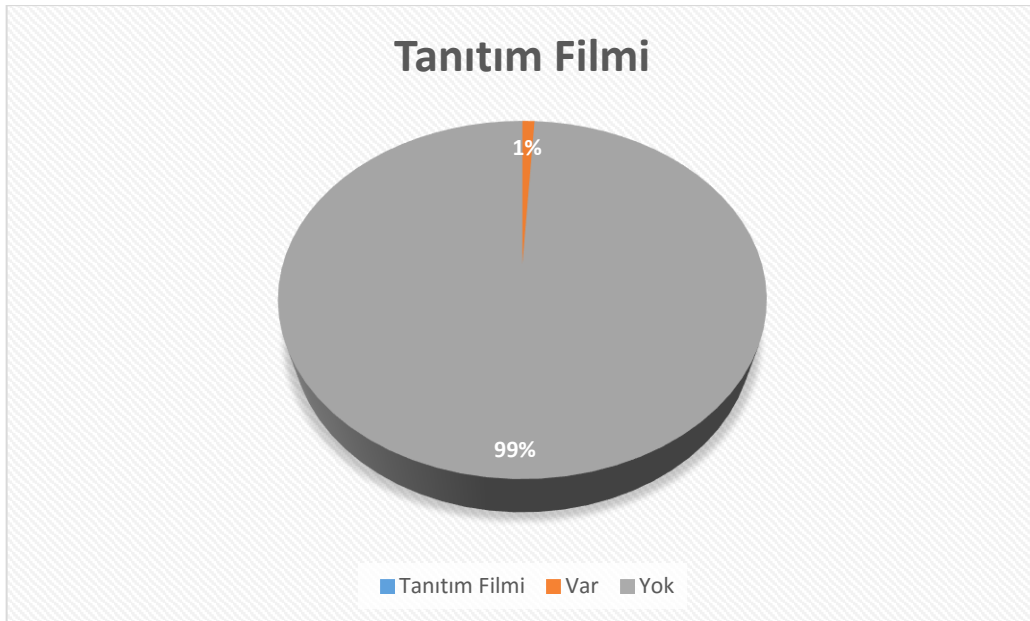
araçları seçenekleri sunulmuştur. İşletmelerin tanıtım araçlarını kullanma seçenekleriyle ilgili detaylı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Grafik 21- Basılı broşür, e-broşür



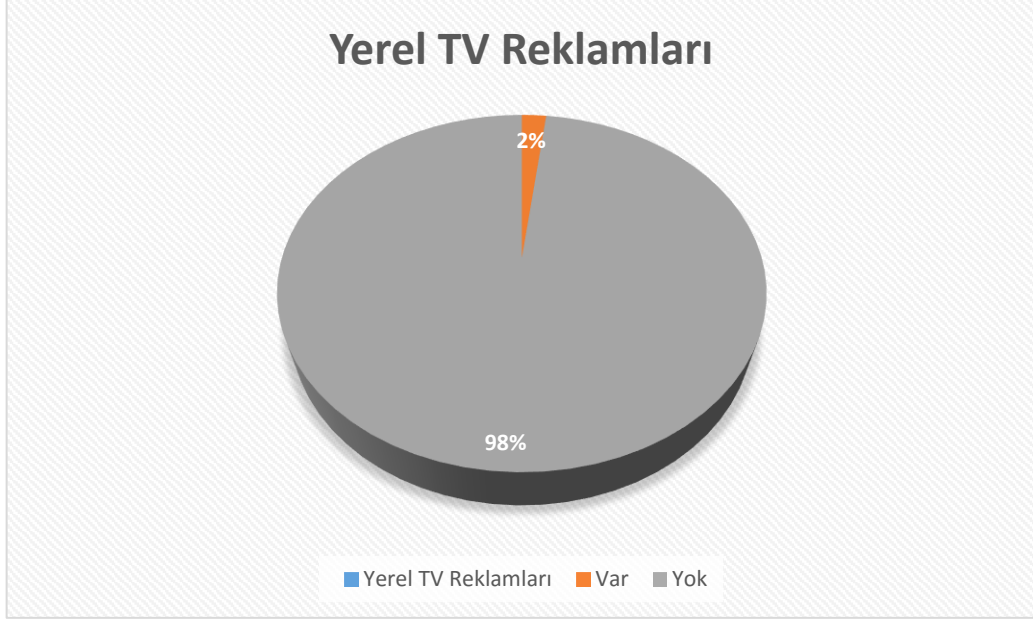
İşletmelerin %46'sı tanıtım faaliyetlerinde basılı broşür ve e-broşür kullandığını belirtmiştir.

Grafik 22- Tanıtım Filmi



Bartın'da anket çalışması yürütülen turizm işletmelerinde tanıtım filminin tanıtım aracı olarak yaygın olmadığı görülmektedir. Ankete katılan işletmelerin yalnızca %1'i tanıtım filmi kullandığını belirtmiştir.

Grafik 23- Yerel Televizyon Reklamları



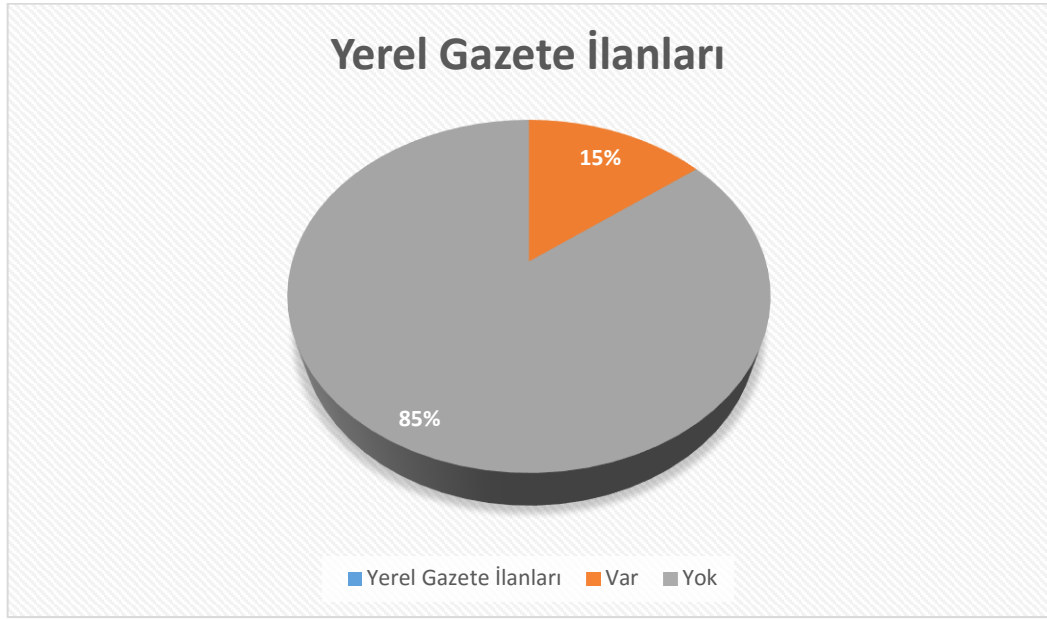
Yerel televizyon reklamları ankete katılan turizm işletmeleri arasında yaygın değildir. İşletmelerin yalnızca %2'si yerel televizyon kanallarına reklam verdiğini belirtmiştir.

Grafik 24- Ulusal Televizyon Reklamları



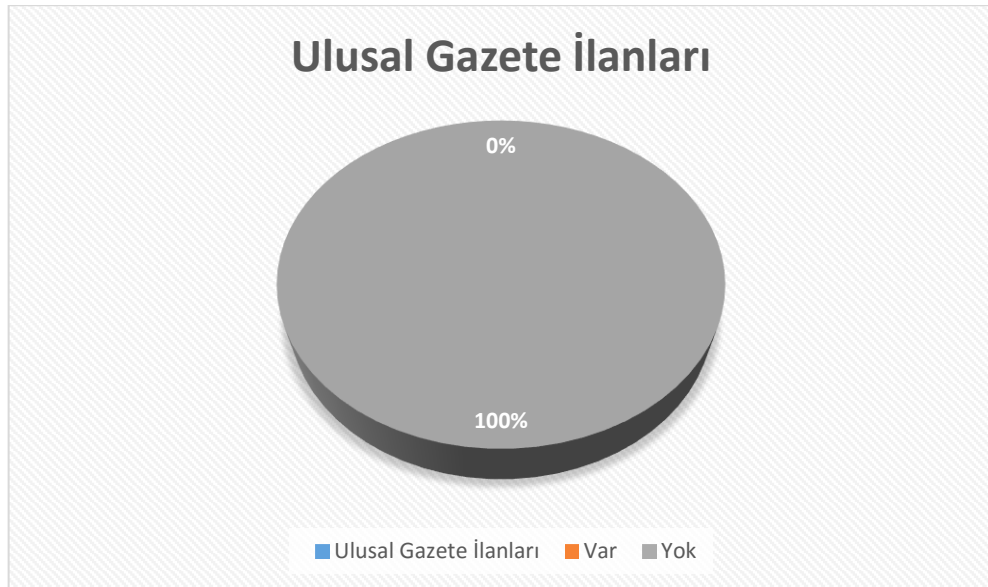
Ankete katılan işletmelerde yerel televizyon kanallarına reklam verme gibi ulusal televizyon kanallarına reklam verme oranlarının da düşük olduğu görülmektedir. İşletmelerin yalnızca %1'i ulusal televizyon kanallarına reklam verdiğini belirtmiştir.

Grafik 25- Yerel Gazete İlanları



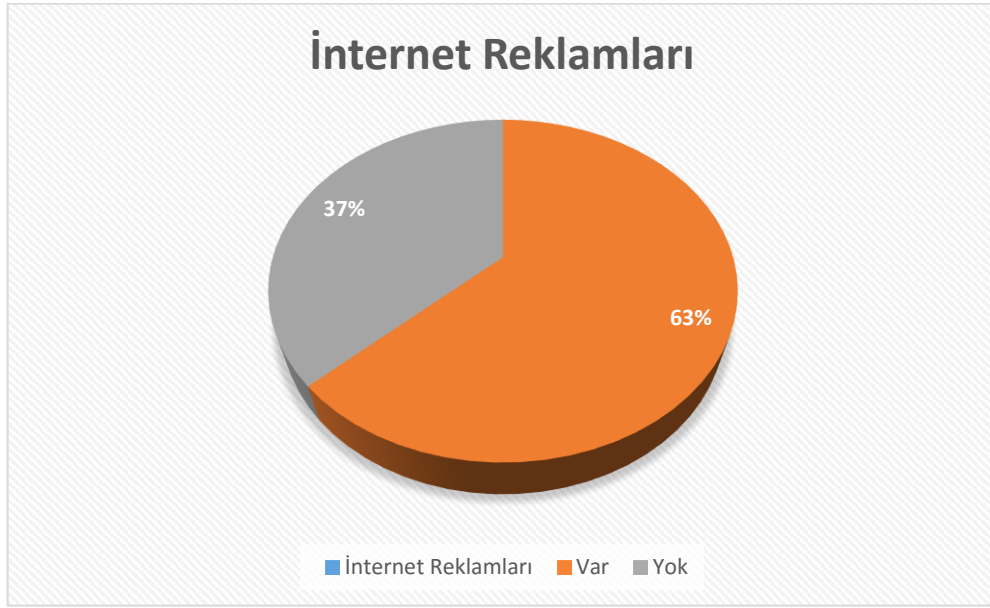
Ankete katılan turizm işletmelerinde yerel gazeteye reklam verdiğini beyan eden işletmelerin oranı %15 olmuştur.

Grafik 26- Ulusal Gazete İlanları



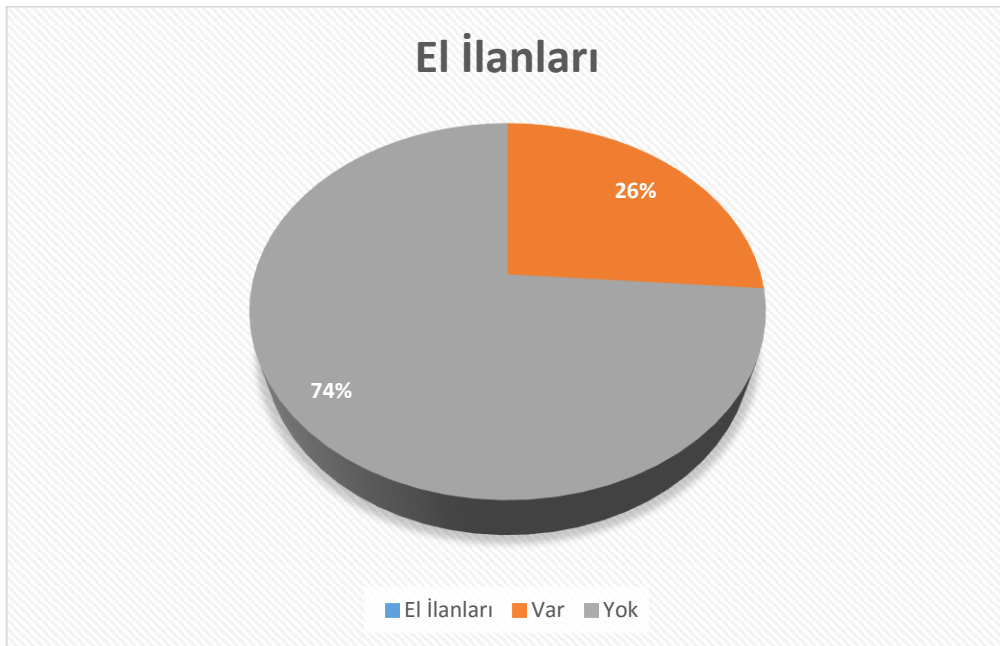
Bartın'da ankete katılan 100 turizm işletmesi arasında ulusal gazetelere ilan veren işletme bulunmamaktadır.

Grafik 27- İnternet Üzerinden Reklamlar



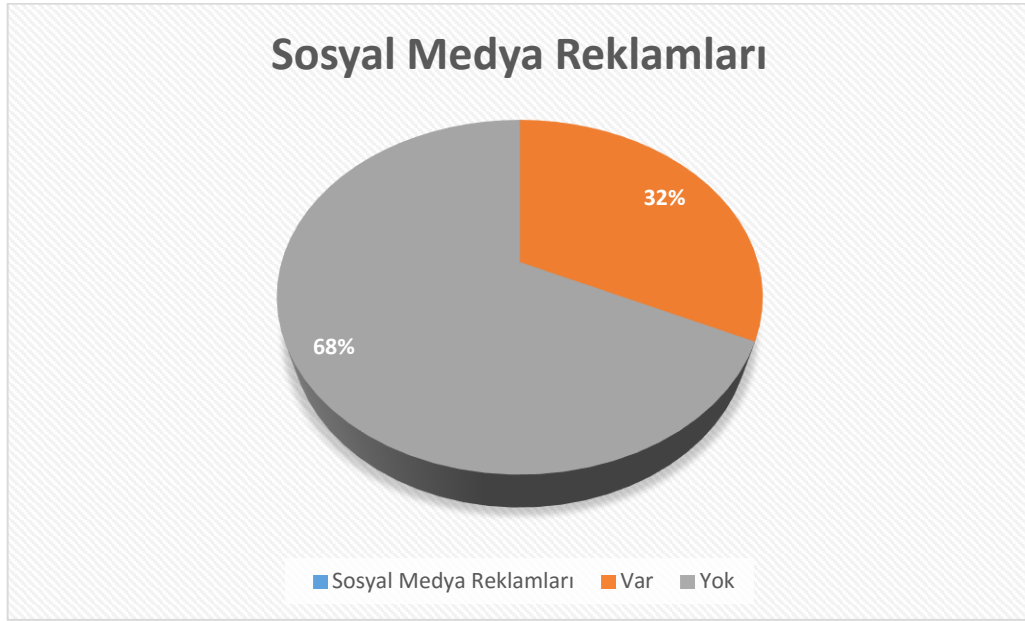
Günümüzde internetin yoğun kullanımı reklam ve tanıtım sektöründe de kendini göstermektedir. Ankete katılan işletmelerin %63'ü internet üzerinden reklam faaliyeti yürüttüğünü bildirmiştir.

Grafik 28- El İlanları



Çalışmada el ilanı yöntemiyle reklam çalışması yürüttüğünü belirten işletmelerin oranı %26 olmuştur.

Grafik 29- Sosyal Medya Reklamları



Sosyal medya kullanan birey sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Buna paralel olarak sosyal medyayı reklam ve tanıtım faaliyetlerinde kullanan işletme sayısı da her geçen gün artmaktadır. Bartın'da anket çalışmasına katılan işletmelerin %32'si sosyal medya üzerinden reklam ve tanıtım çalışması yürüttüğünü beyan etmiştir.

Grafik 30- Yayınlanan Turizm Rehberleri



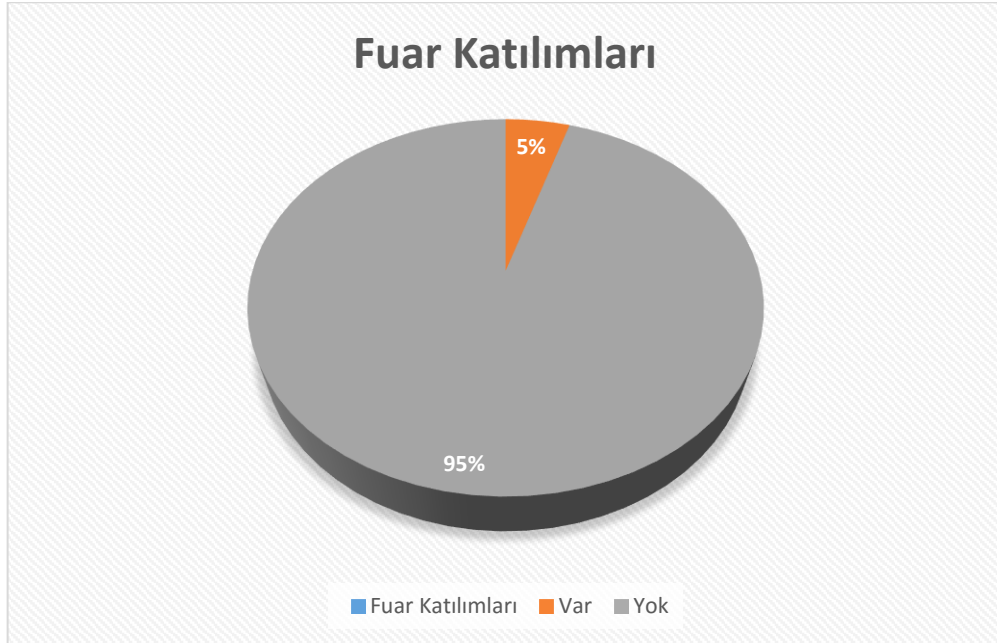
Ankete katılan işletmelerin yalnızca %4'ü yayınlanan turizm rehberleri aracılığıyla reklam ve tanıtım çalışması yürüttüğünü belirtmiştir.

Grafik 31- Gezi Yazıları



Ankete katılan 100 turizm işletmesinin %2'si basılı ve internet dergilerindeki gezi yazılarında ilan verdiğini bildirmiştir.

Grafik 32- Fuar Katılımları



İşletmelere tanıtım faaliyeti yürütmek amacıyla fuarlara katılıp katılmadıkları sorulmuştur. İşletmelerin yalnızca %5'i fuarlara katılım gösterdiğini beyan etmiştir.

Grafik 33- Diğer Tanıtım Araçları



İşletmelerin %5'i ise yukarıdaki tanıtım araçları haricinde diğer tanıtım araçlarını kullandıklarını beyan etmiştir.

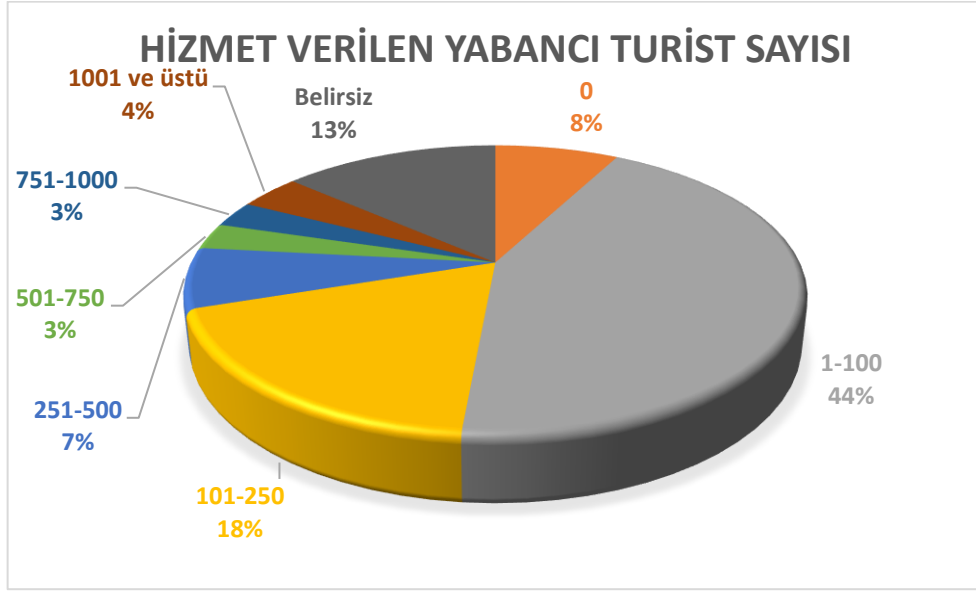
Turist ve Yatırım Verileri

Grafik 34- Hizmet Verilen Yerli Turist Sayısı



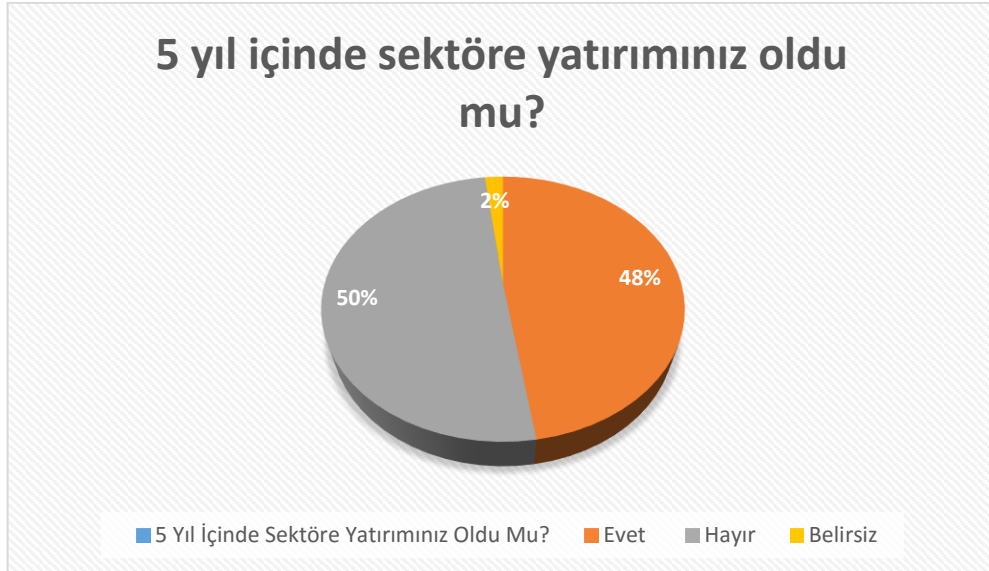
Ankete katılan 100 turizm işletmesine 2015 yılında hizmet verdikleri yerli turist sayısı sorulmuştur. İşletmelerin %40'ı 1001 ve üstü, %16'sı 751-1000 arası, %13'ü 501-750 arası, %8'i 251-500 arası, %5'i 101-250 arası, %3'ü 1-100 arası turiste hizmet verdiklerini beyan etmiştir. İşletmelerin %2'si hizmet verdikleri yerli turist sayısının 0 olduğunu beyan ederken %13'ü soruyu yanıtlamamıştır.

Grafik 35- Hizmet Verilen Yabancı Turist Sayısı



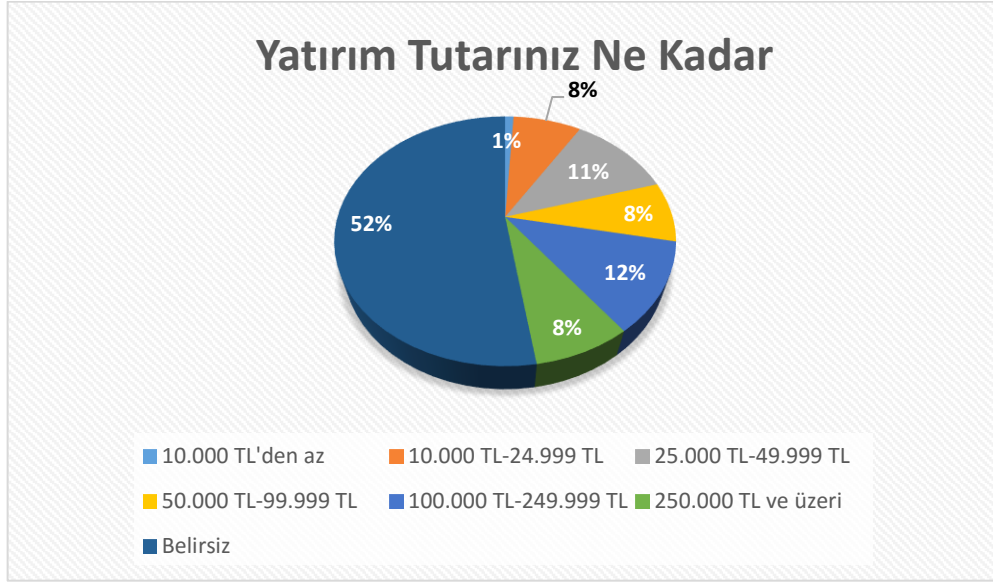
İşletmelere hizmet verdikleri yerli turist sayısına ek olarak yabancı turist sayıları da sorulmuştur. Ankete katılan 100 turizm işletmesinin %44'ü 1-100 arası, %18'i 101-250 arası, %7'si 251-500 arası, %3'ü 501-750 arası, diğer %3'ü de 751-1000 arası yabancı turiste hizmet verdiğini belirtmiştir. İşletmelerin %8'i ise 2015 yılında hizmet verdiği yabancı turist sayısının 0 olduğunu belirtmiştir.

Grafik 36- Son 5 Yılda Sektöre Yatırımınız Oldu Mu?



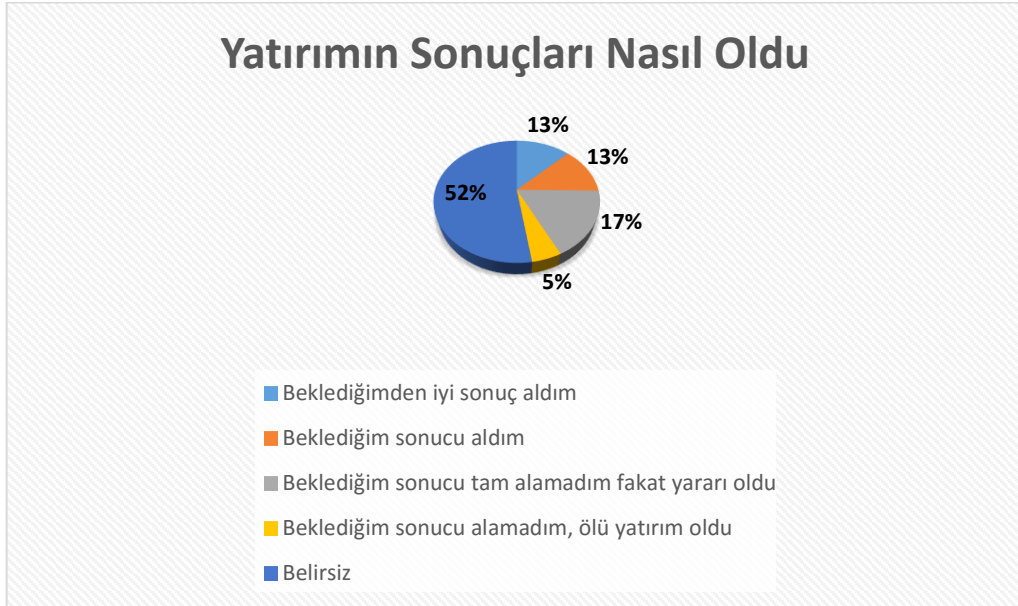
İşletmelere son 5 yıl içinde turizm sektörüne yatırım yapıp yapmadıkları sorulmuştur. İşletmelerin %48'i sektöre yatırım yaptığını beyan ederken %50'si yatırım yapmadığını beyan etmiştir.

Grafik 37- Olduysa Yatırım Tutarınız Ne Kadardır?



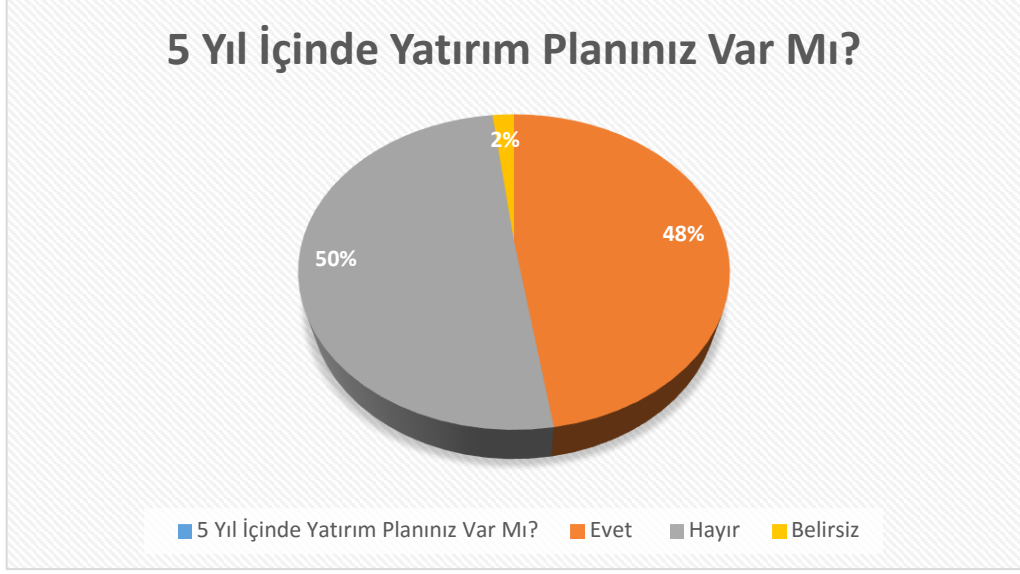
İşletmelere son 5 yıl içinde sektöre yatırım yaptılarsa yatırım tutarının ne kadar olduğu sorusu yöneltilmiştir. Turizm işletmelerinin %52'si yatırım yapmadığını belirtmiştir. %12'si 100.000 TL-249.999 TL arası, %11'i 25.000 TL-49.999 TL arası, %8'i 250.000 TL ve üzeri, diğer %8'i 50.000 TL-99.999 TL arası yatırım yaptığını belirtmiştir.

Grafik 38- Yatırımın Sonuçları Nasıl Oldu



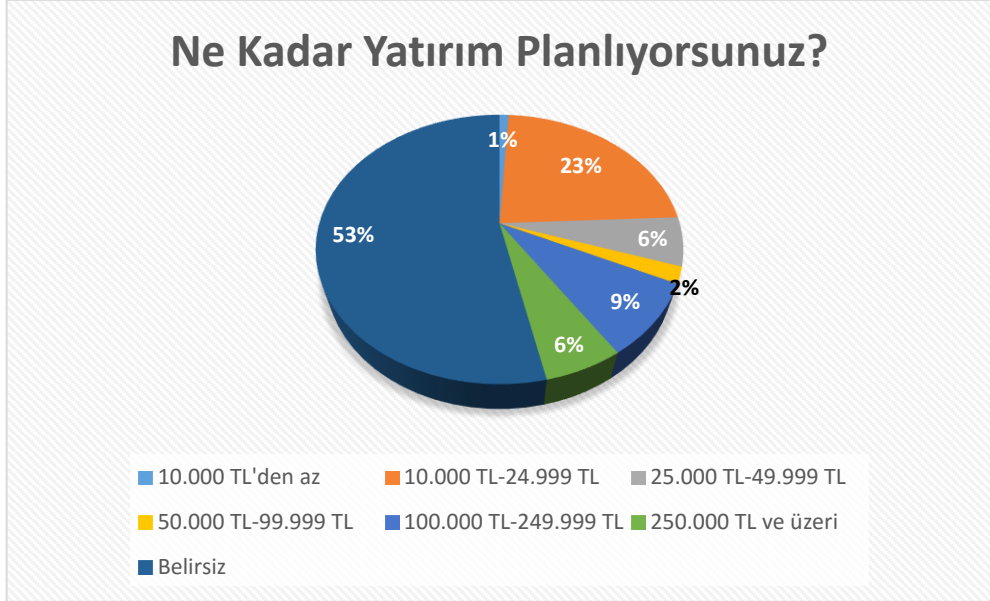
Turizm işletmelerine son 5 yıl içinde turizm sektörüne yatırım yapma durumları ve yapmış oldukları yatırımdan nasıl sonuç aldıkları sorulmuştur. İşletmelerin %17'si beklediği sonucu tam alamadığını fakat yararı olduğunu, %13'ü beklediği sonucu aldığını, diğer %13'ü beklediğinden iyi sonuç aldığını, %5'i beklediği sonucu alamadığını belirtmiştir.

Grafik 39- Önümüzdeki 5 Yıla Dair Yatırım Planınız Var Mıdır?



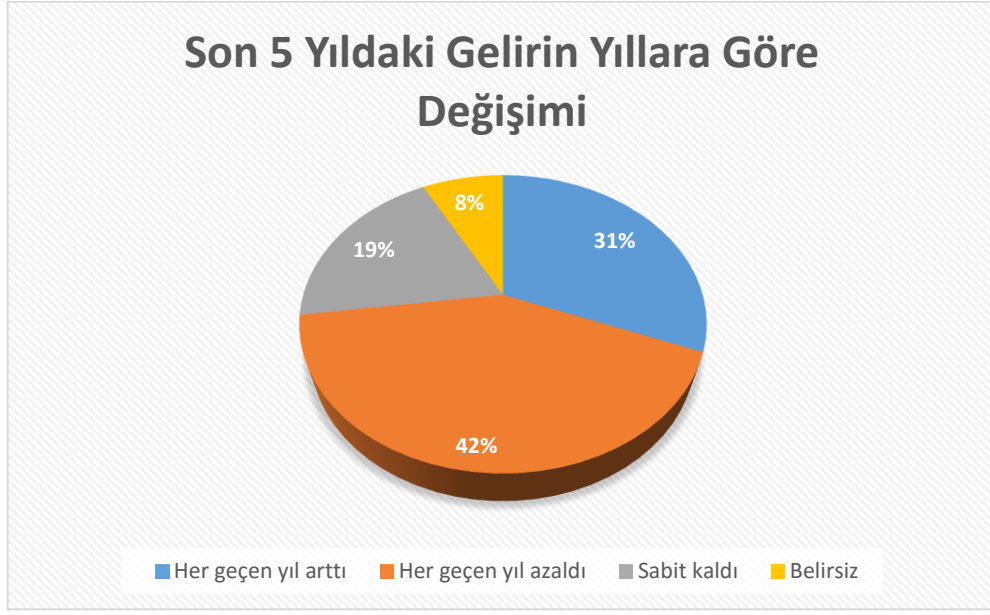
Ankete katılan 100 turizm işletmesine önümüzdeki 5 yıla dair yatırım planları sorulmuştur. İşletmelerin %50'si önümüzdeki 5 yıla dair yatırım planı olmadığını belirtirken %48'i yatırım planı olduğunu belirtmiştir. İşletmelerin %2'si soruyu yanıtlamamıştır.

Grafik 40- Ne Kadar Yatırım Yapmayı Planlıyorsunuz?



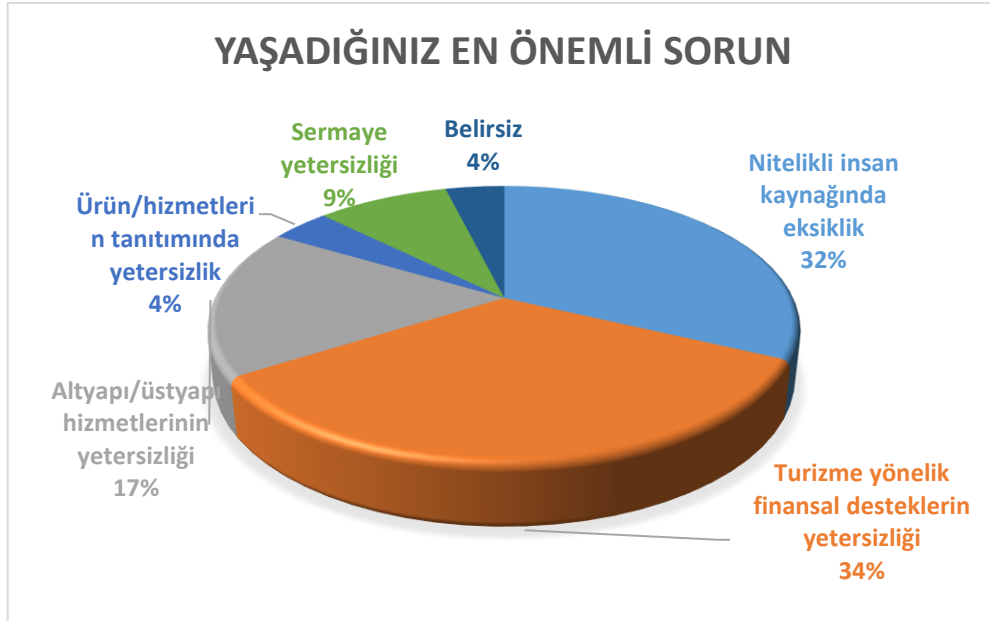
İşletmelere önümüzdeki 5 yıla dair yatırım planları ve yapmayı planladıkları yatırım tutarları sorulmuştur. İşletmelerin %23'ü 10.000 TL-24.999 TL arası, %9'u 100.000 TL-249.999 TL arası, %6'sı 250.000 TL ve üzeri, diğer %6'sı 25.000 TL-49.999 TL arası, %2'si 50.000 TL-99.999 TL arası, %1'i 10.000 TL'den az yatırım yapmayı planladığını belirtmiştir.

Grafik 41- Son 5 Yıldaki Gelirin Değişimi



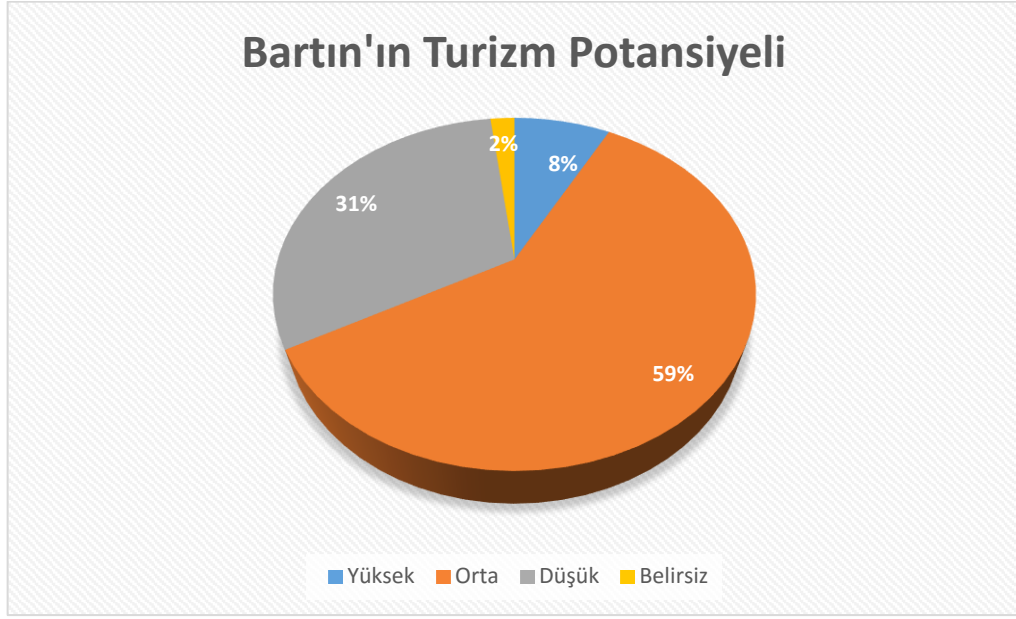
İşletmelere son 5 yıldaki gelirlerinin yıllara göre dağılımı sorulmuştur. İşletmelerin %42'si gelirlerinin her geçen yıl azaldığını, %31'i gelirlerinin her geçen yıl arttığını, %19'u gelirlerinin sabit kaldığını belirtmiştir. Ankete katılan işletmelerin %8'i soruyu yanıtlamamıştır.

Grafik 42- Sektörde Yaşadığınız En Önemli Sorun Nedir?



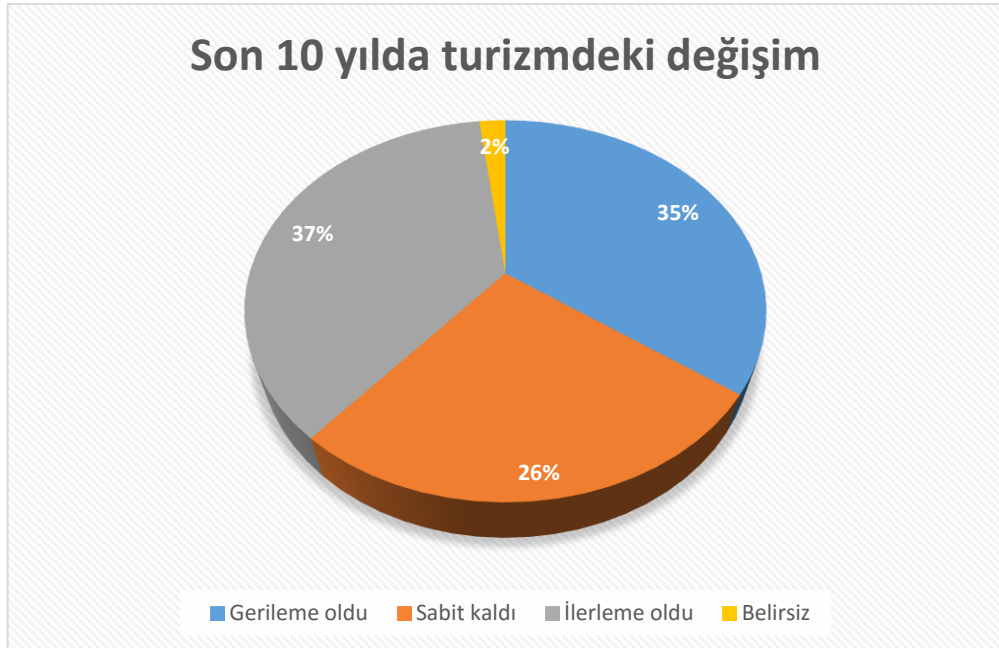
Bartın'daki 100 turizm işletmesine sektörde yaşadıkları en önemli sorunun ne olduğu sorulmuştur. Soruya işletmelerin %34'ü turizme yönelik finansal desteklerin yetersizliği, %32'si nitelikli insan kaynağında eksiklik, %17'si altyapı/üst yapı hizmetlerinin yetersizliği, %9'u sermaye yetersizliği, %4'ü ise ürün/hizmetlerin tanıtımında yetersizlik cevabını vermiştir.

Grafik 43- Bartın'ın Turizm Potansiyeli



Bartın'ın turizm potansiyelini değerlendirmesi istenen işletmelerin % 59'u Bartın'ın turizm potansiyelinin orta seviyede olduğunu beyan etmiştir. İşletmelerin %8'i Bartın'ın turizm potansiyelinin yüksek olduğunu beyan ederken %31'i düşük olduğunu beyan etmiştir.

Grafik 44- Bartın'da Son 10 Yılda Turizmdeki Değişim



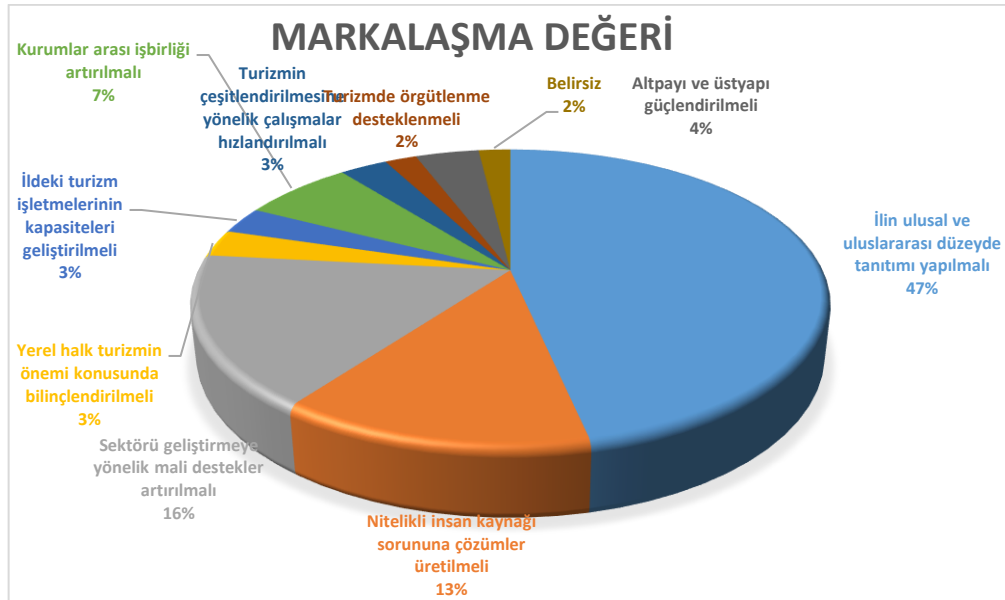
Ankete katılan 100 turizm işletmesine Bartın'da son 10 yılda turizmde yaşanan değişim sorulmuştur. İşletmelerin %37'si ilde turizm sektöründe ilerleme olduğunu, %35'i gerileme olduğunu, %26'sı sabit kaldığını belirtmiştir.

Grafik 45- Bartın'da Turizmin Gelişmesini Olumsuz Etkileyebilecek Faktörler



İşletmelere Bartın'da turizmin gelişmesini olumsuz etkileyebilecek faktörler soruşturmuştur. İşletmelerin %37'si soruya turizm değerlerinin yeterince tanıtılmaması, %19'u alternatif turizm potansiyellerinin yeterince değerlendirilememesi, %12'si kurumlar arasında işbirliğinin yetersiz olması, %10'u altyapı/üstyapı yetersizliği, diğer %10'u nitelikli insan kaynağı eksikliği, %6'sı yatırımlar için gerekli finansmanın bulunamaması, %3'ü ise yerel halkın turistlere karşı hoşgörülü olmaması cevabını vermiştir.

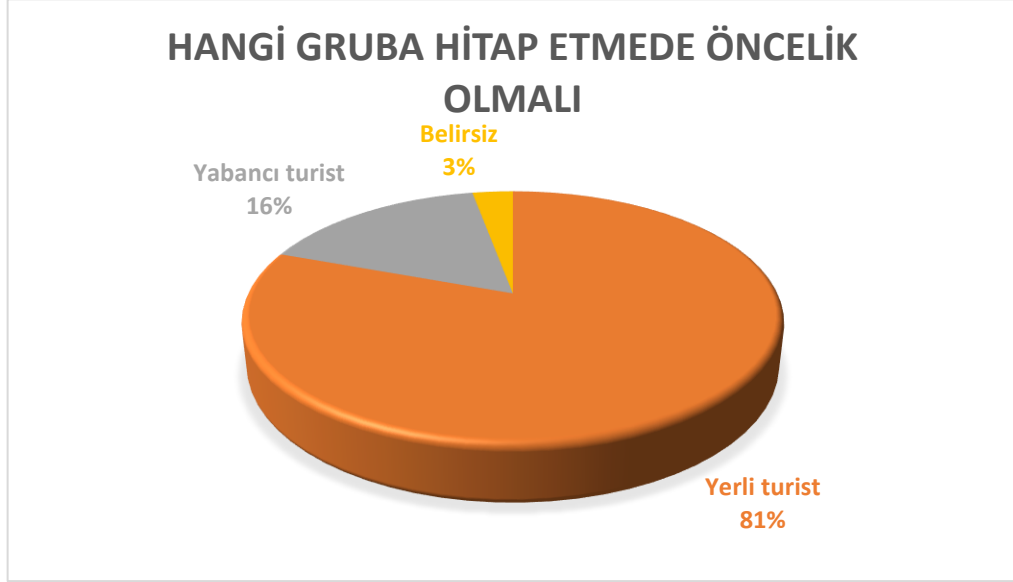
Grafik 46- Markalaşma Değerini Artırmak İçin Hangisine Öncelik Verilmelidir?



Bartın'ın markalaşma değerini artırmak için hangi konuya önem verilmelidir sorusuna işletmelerin %47'si ilin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımı yapılmalı cevabını vermiştir. Diğer seçenekler birbirine yakın oranlarda tercih edilmiştir. Buna göre işletmelerin %16'sı sektörü geliştirmeye yönelik mali destekler artırılmalı, %13'ü nitelikli insan kaynağı sorununa çözümler üretilmeli, %7'si kurumlar arası işbirliği artırılmalı, %4'ü altyapı ve üstyapı güçlendirilmeli, %3'ü

turizmin çeşitlendirilmesine yönelik çalışmalar hızlandırılmalı, %3'ü ildeki turizm işletmelerinin kapasitesi geliştirilmeli, %3'ü yerel halk turizmin önemi konusunda bilinçlendirilmeli, %2'si turizmde örgütlenme desteklenmeli cevabını vermiştir.

Grafik 47- Hangi Gruba Hitap Etmek İl Turizminde Öncelikli Olmalıdır?



Bartın'daki 100 turizm işletmesinin %81'i yerli turistlere hitap etmenin il turizminde öncelikli olması gerektiğini bildirmiştir. İşletmelerin %16'sı ise yabancı turistlere öncelik verilmesi gerektiği bildirmiştir.

Grafik 48- Hangi Gelir Grubuna Hitap Etmek Öncelikli Olmalıdır?



Ankete katılan 100 turizm işletmesinin %80'i orta gelir grubuna hitap etmenin il turizminde öncelikli olması gerektiğini belirtmiştir. İşletmelerin %12'si üst gelir grubunun öncelikli olması gerektiğini belirtirken %5'i düşük gelir grubuna öncelik verilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Aşağıdaki Turizm Türlerinden Hangileri Bartın İlinde Geliştirilebilir?

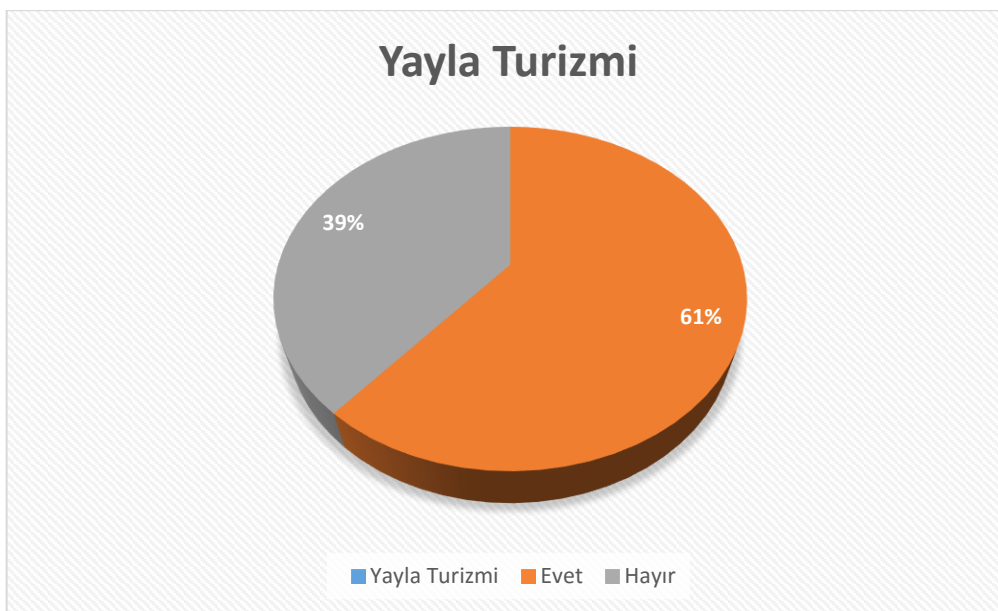
Ankete katılan 100 turizm işletmesine Bartın'da hangi turizm türlerinin geliştirilebileceği sorulmuştur. İşletmeler birden fazla seçeneği tercih edebilmiştir. Seçenekler doğa sporları turizmi, yayla turizmi, sağlık ve termal turizm, akarsu turizmi, av turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, inanç turizmi, iş/kongre turizmi, sualtı dalış turizmi, yat turizmi, golf turizmi, kış sporları turizmi, köy turizmi, tarım turizmi, çiftlik turizmi, gençlik turizmi, mağara turizmi, hava sporları turizmi, festival turizmi, yeme-içme turizmi ve arkeoloji turizmidir.

Grafik 49- Doğa Sporları



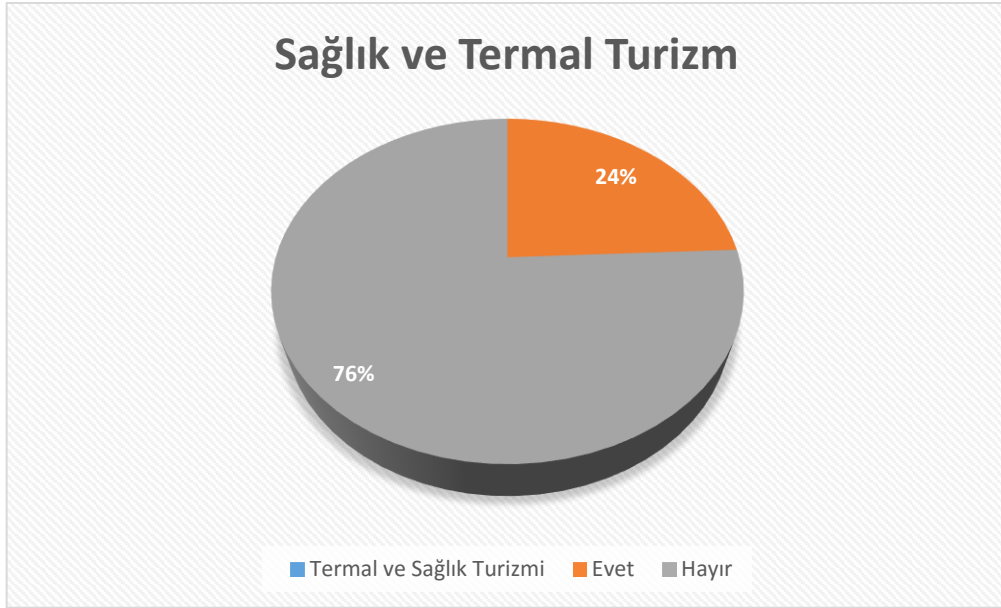
İşletmelerin %88'i ilde doğa sporları turizminin geliştirilebileceğini, %12'si ise geliştiremeyeceğini belirtmiştir.

Grafik 50- Yayla Turizmi



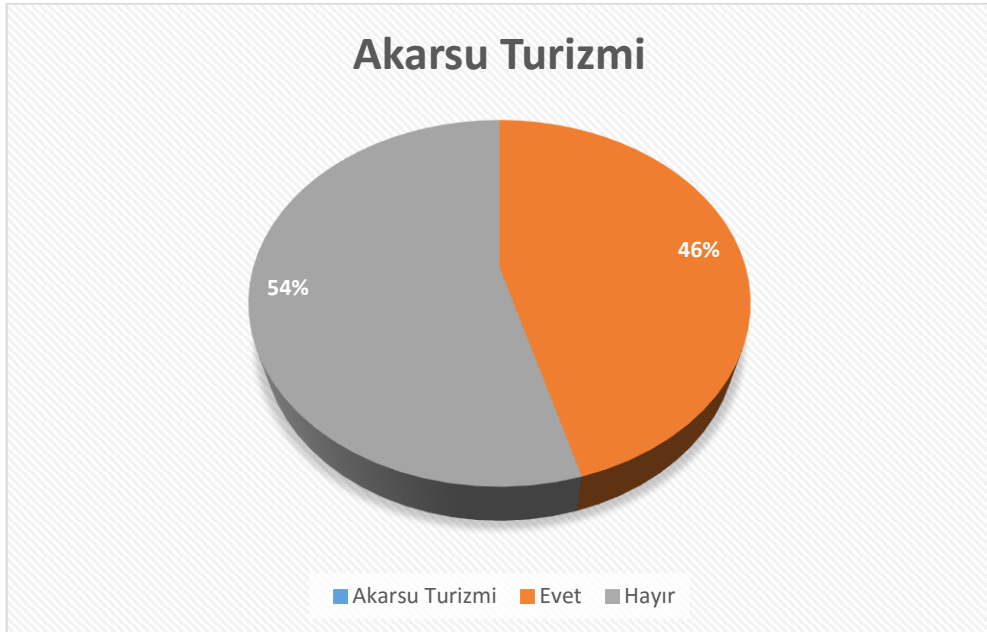
Bartın'da yayla turizminin geliştirilebileceğini belirten işletmelerin oranı %61 olurken %39'u geliştirilemeyeceğini belirtmiştir.

Grafik 51- Sağlık ve Termal Turizmi



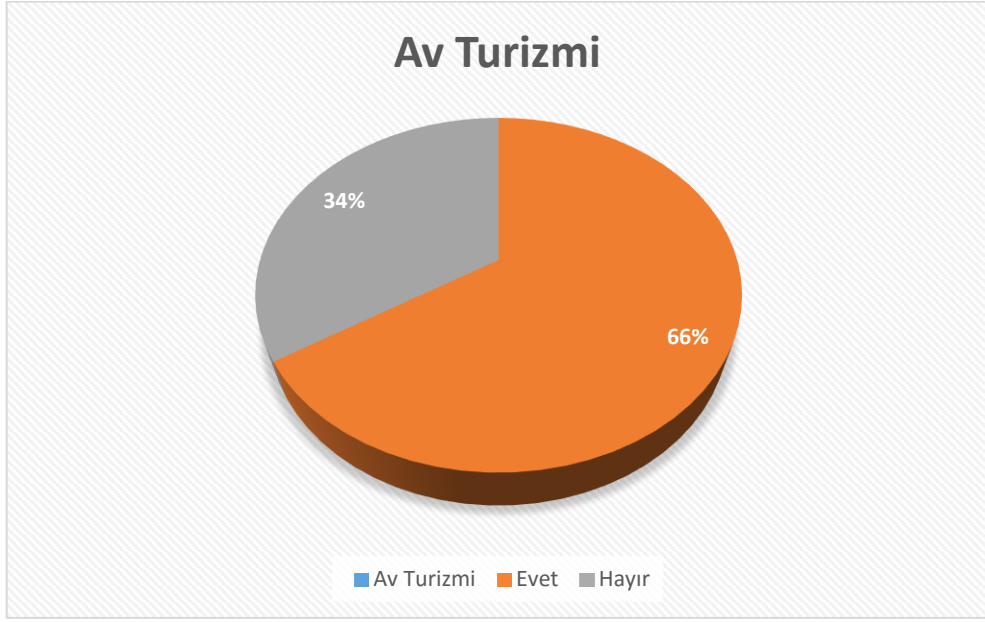
İldeki 100 turizm işletmesinin %24'ü sağlık ve termal turizmin geliştirilebileceğini beyan etmiştir.

Grafik 52- Akarsu Turizmi



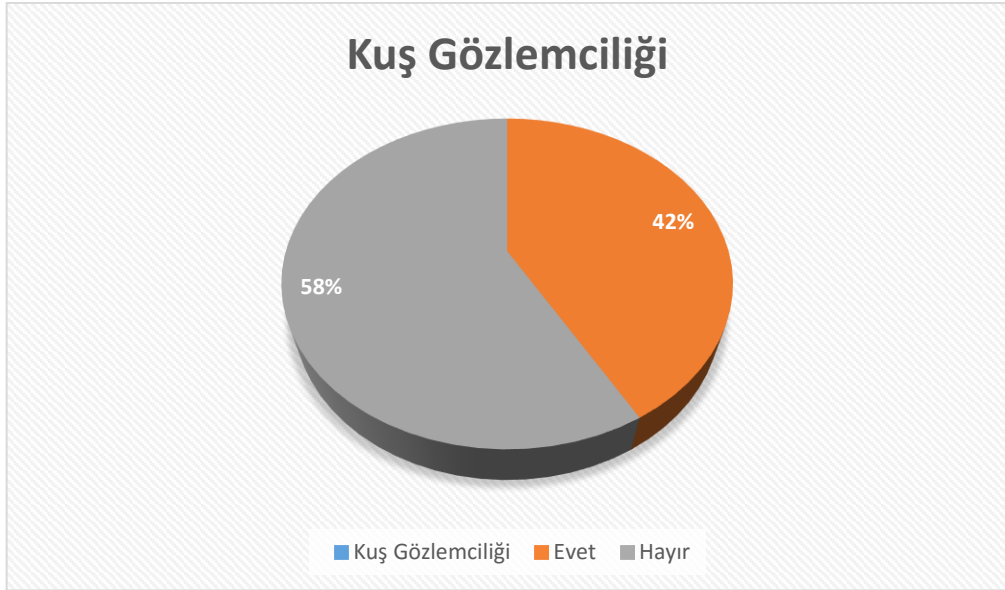
Bartın'da ankete katılan işletmelerin %46'sı av turizmini geliştirilebilecek turizm alanlarından biri olarak görmektedir.

Grafik 53- Av Turizmi



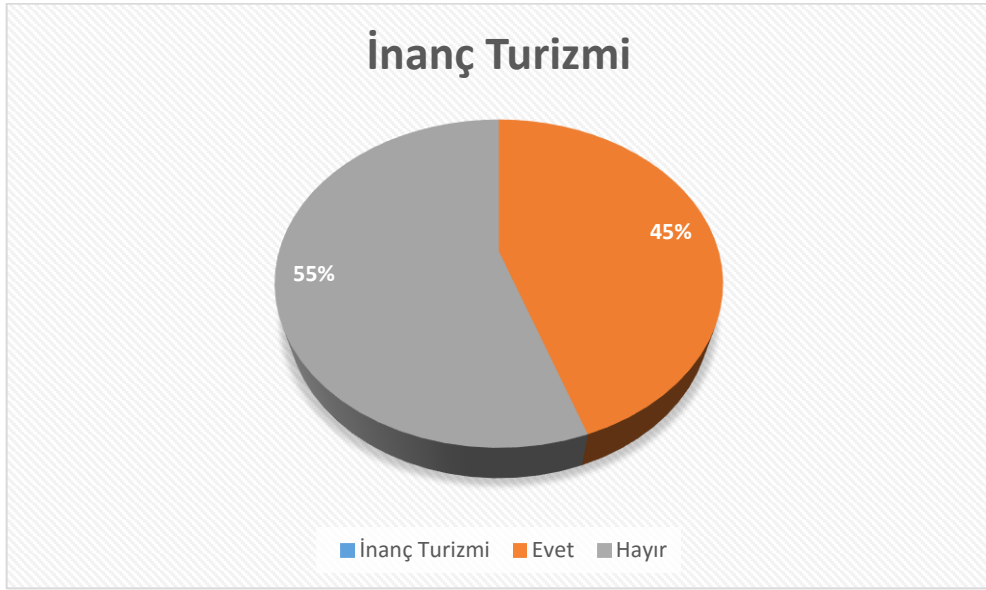
İşletmelerin %66'sı av turizminin geliştirilebilecek turizm alanlarından biri olarak gördüğünü beyan etmiştir.

Grafik 54- Kuş Gözlemciliği



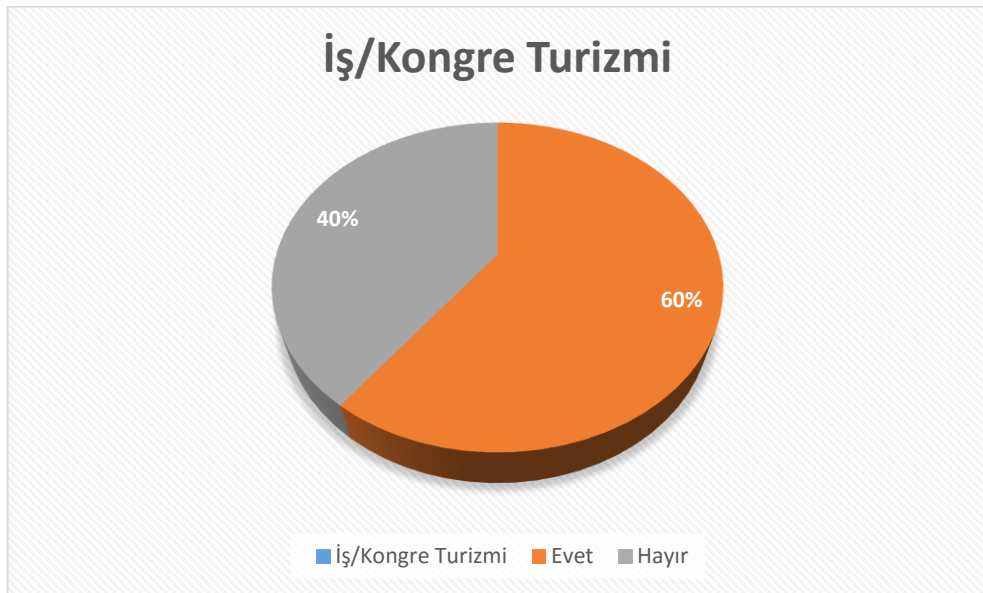
Ankete katılan işletmelerin %42'si kuş gözlemciliği turizminin Bartın'da geliştirilebileceğini beyan etmiştir. İşletmelerin %58'i Bartın'da turizmin bu alanda gelişim gösteremeyeceğini beyan etmiştir.

Grafik 55- İnanç Turizmi



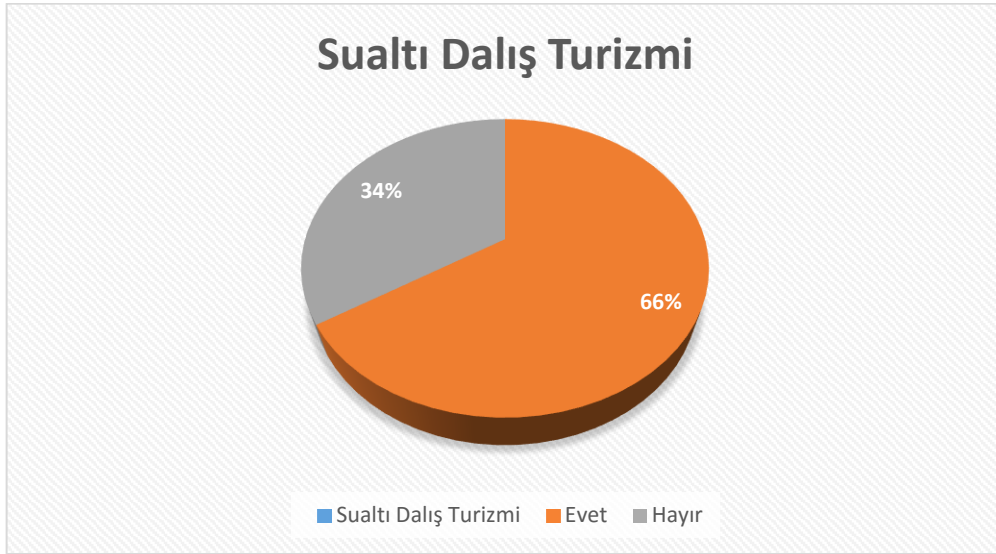
İnanç turizminin Bartın'da geliştirilebileceğini belirten işletmelerin oranı %45 olmuştur.

Grafik 56- İş/Kongre Turizmi



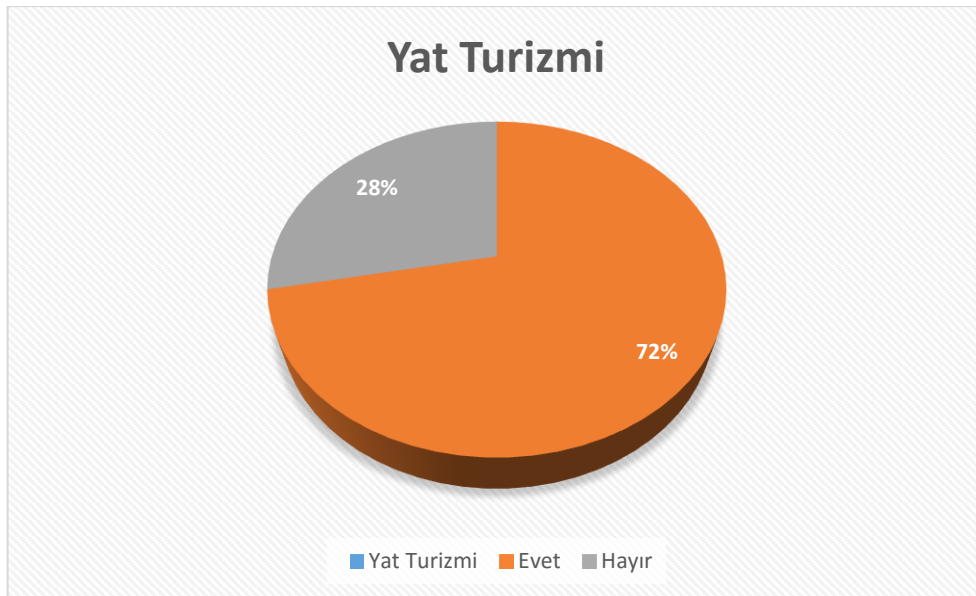
Bartın'da iş/kongre turizminin geliştirilebileceğini belirten işletmelerin oranı %60, geliştirilemeyeceğini belirten işletmelerin oranı %40 olmuştur.

Grafik 57- Sualtı Dalış Turizmi



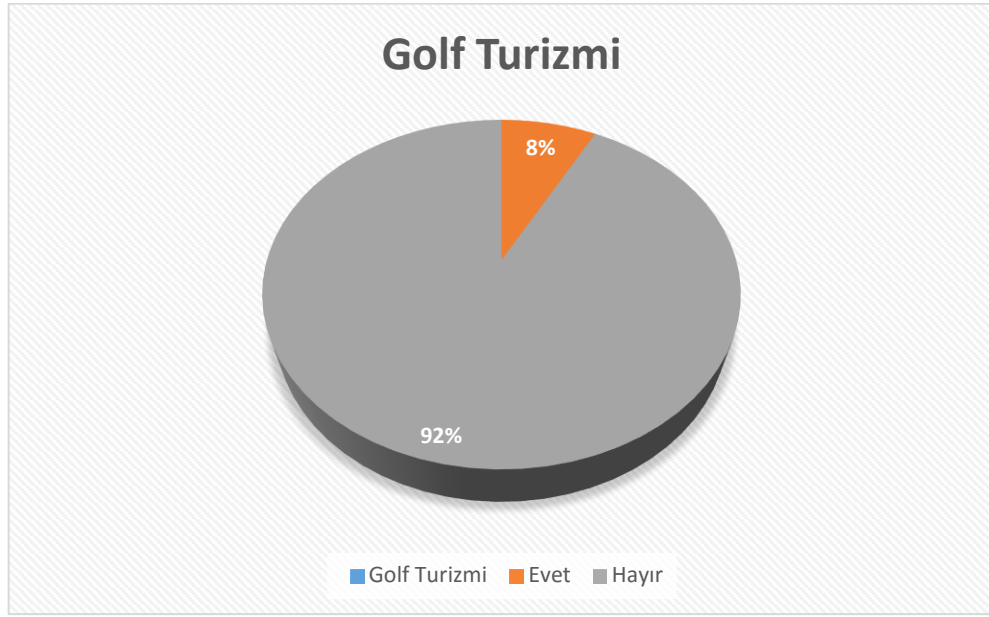
Ankete katılan 100 turizm işletmesinin %66'sı ilde sualtı dalış turizminin geliştirilebileceğini bildirmiştir.

Grafik 58- Yat Turizmi



İlde yat turizminin geliştirilebileceğini belirten işletmelerin oranı %72'dir.

Grafik 59- Golf Turizmi



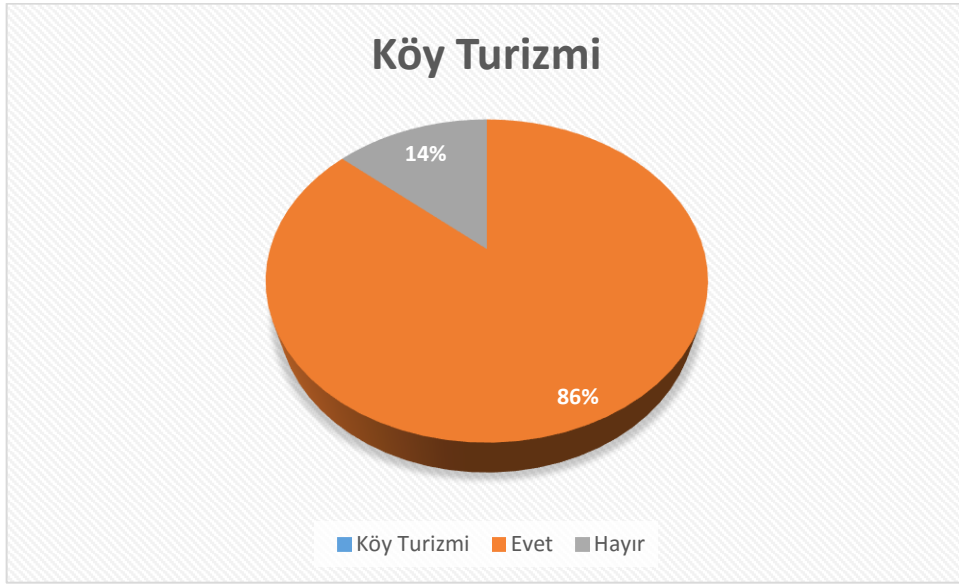
Anket sonuçlarına göre golf turizmi ilde geliştirilemeyecek turizm alanlarının başında gelmektedir. Ankete katılan işletmelerin yalnızca %8'i golf turizminin Bartın'da geliştirilebileceğini belirtmiştir.

Grafik 60- Kış Sporları



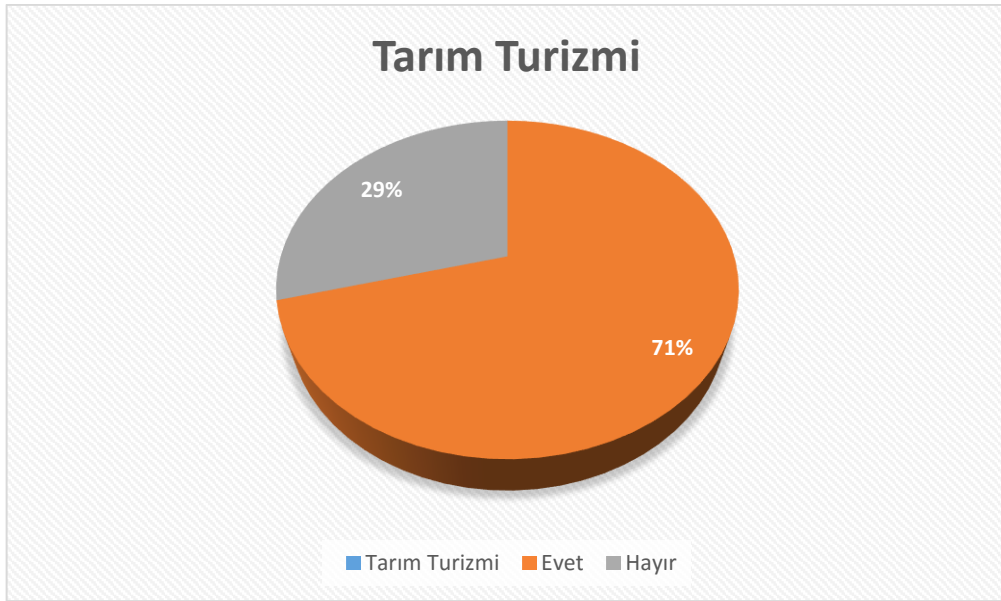
Kış sporları turizminin Bartın'da geliştirilebileceğini söyleyen işletmelerin oranı %19'dur.

Grafik 61- Köy Turizmi



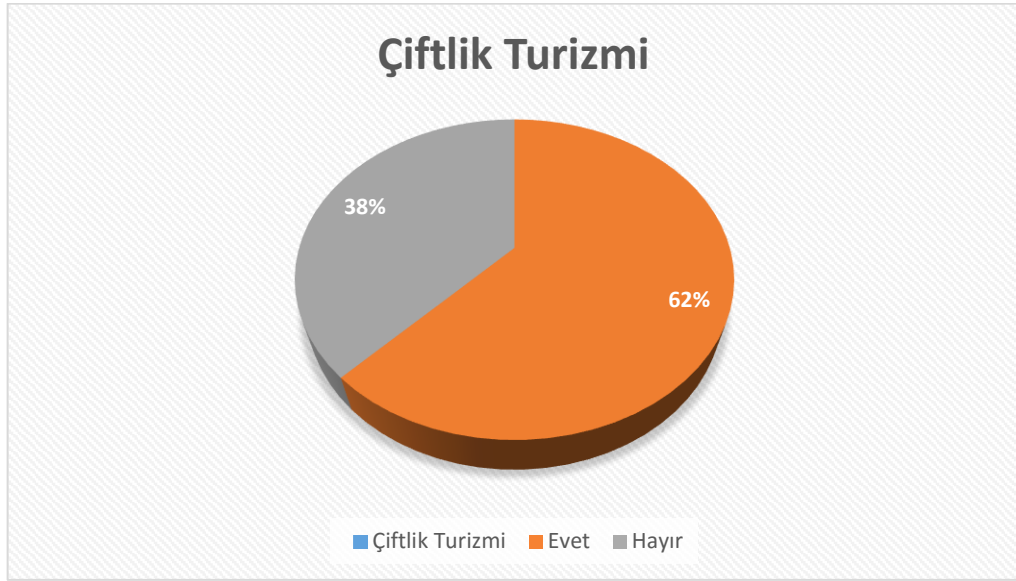
Anket sonuçlarına göre işletmelerin %86'sı Bartın'da köy turizminin geliştirilebileceğini beyan etmiştir.

Grafik 62- Tarım Turizmi



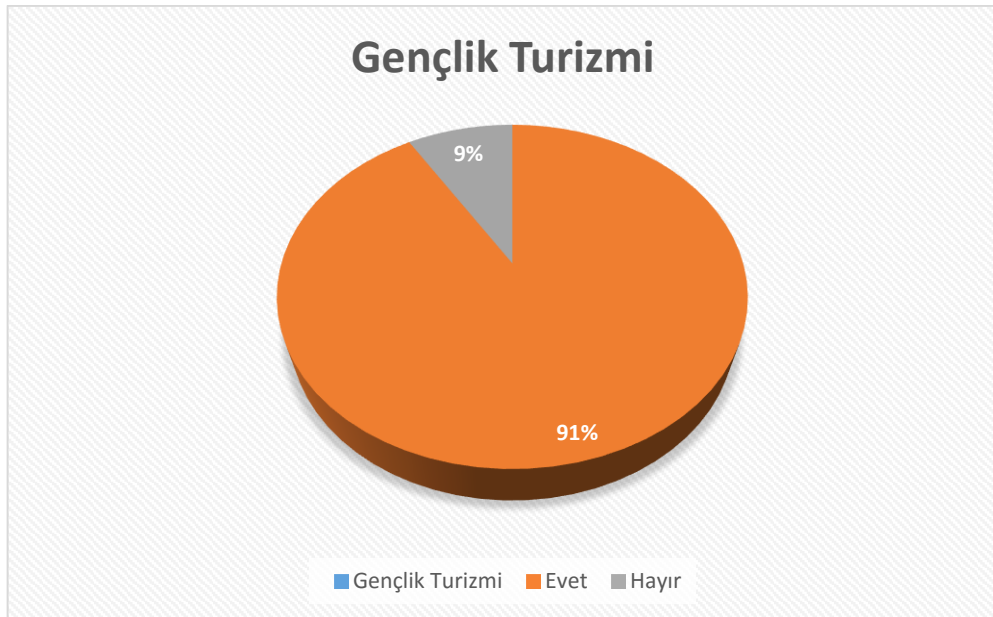
İlde tarım turizminin geliştirilebileceğini beyan eden işletmelerin oranı %71 olmuştur.

Grafik 63- Çiftlik Turizmi



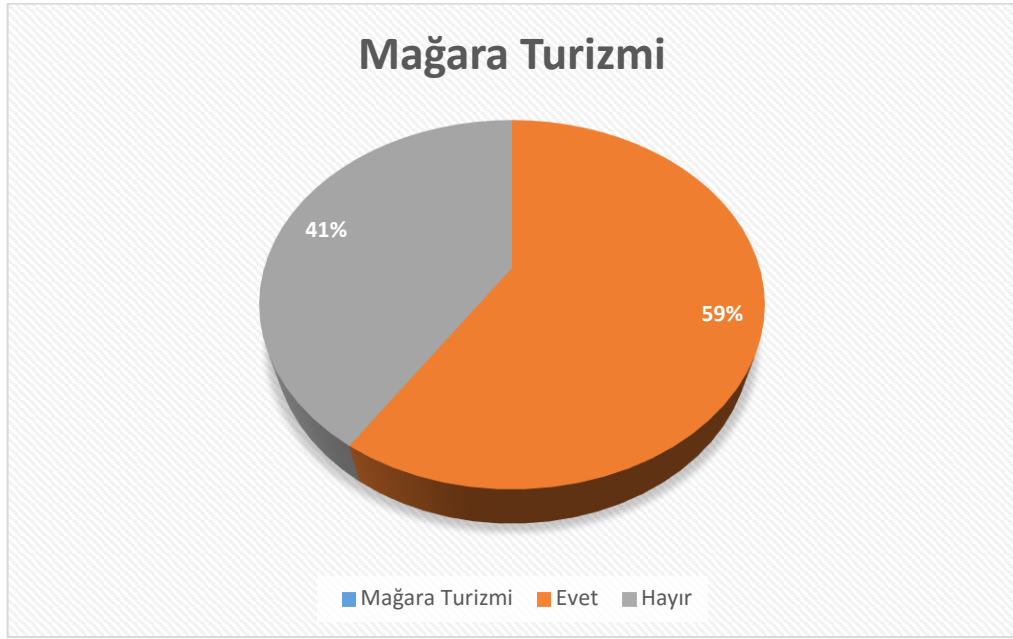
Ankete katılan 100 turizm işletmesinin %62'si Bartın'da çiftlik turizminin geliştirilebileceğini beyan etmiştir.

Grafik 64- Gençlik Turizmi



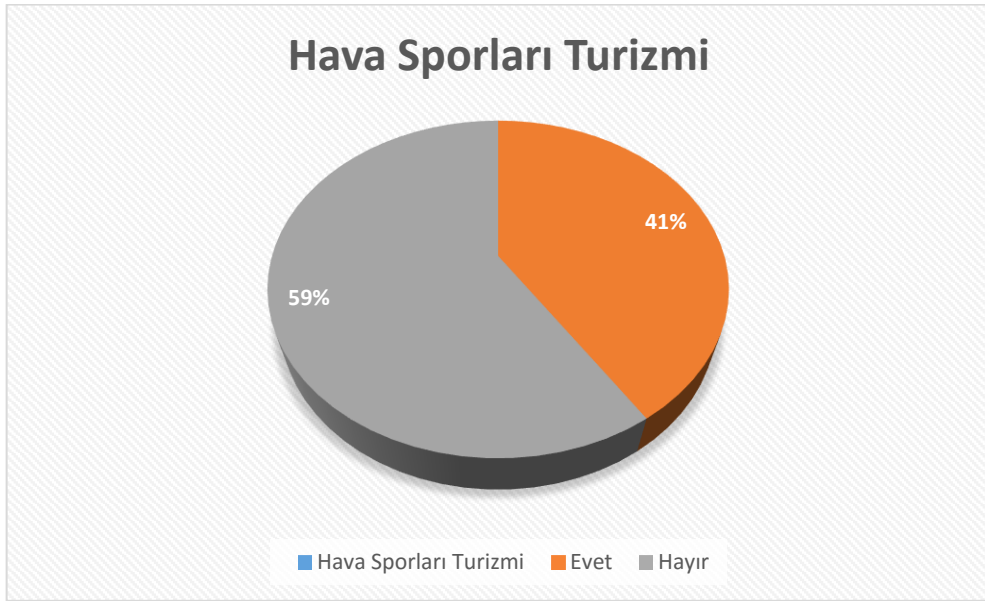
Gençlik turizmi ankete katılan işletmeler tarafından Bartın'da geliştirilebilecek turizm alanlarında en çok tercih edilen 2. seçenek olmuştur.

Grafik 65- Mağara Turizmi



İşletmelerin %59'u Bartın'da mağara turizminin geliştirilebileceğini bildirmiştir.

Grafik 66- Hava Sporları Turizmi



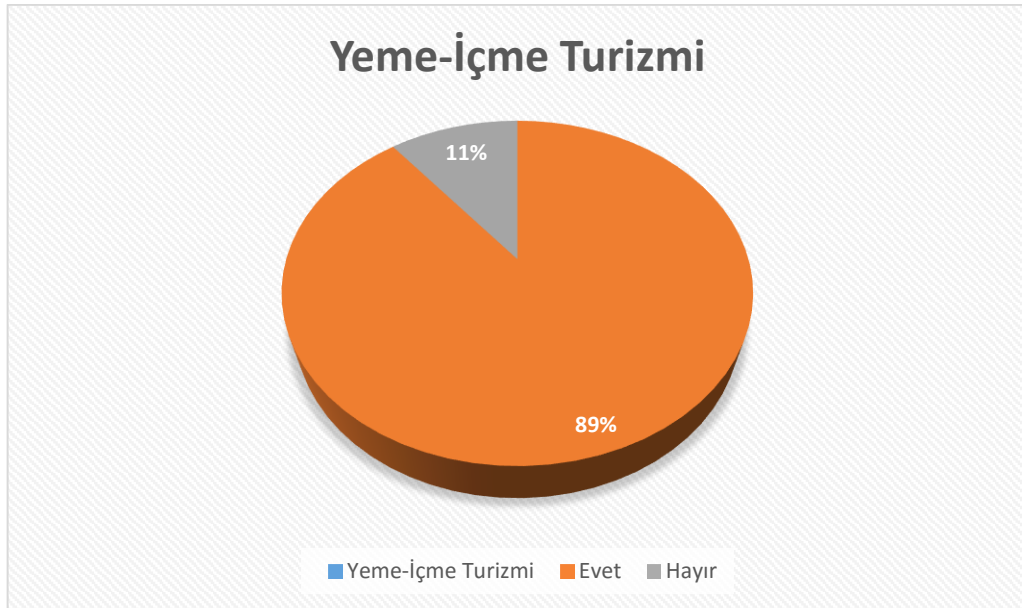
Hava sporları turizminin Bartın'da geliştirilebileceğini beyan eden işletmelerin oranı %41 olmuştur.

Grafik 67- Festival Turizmi



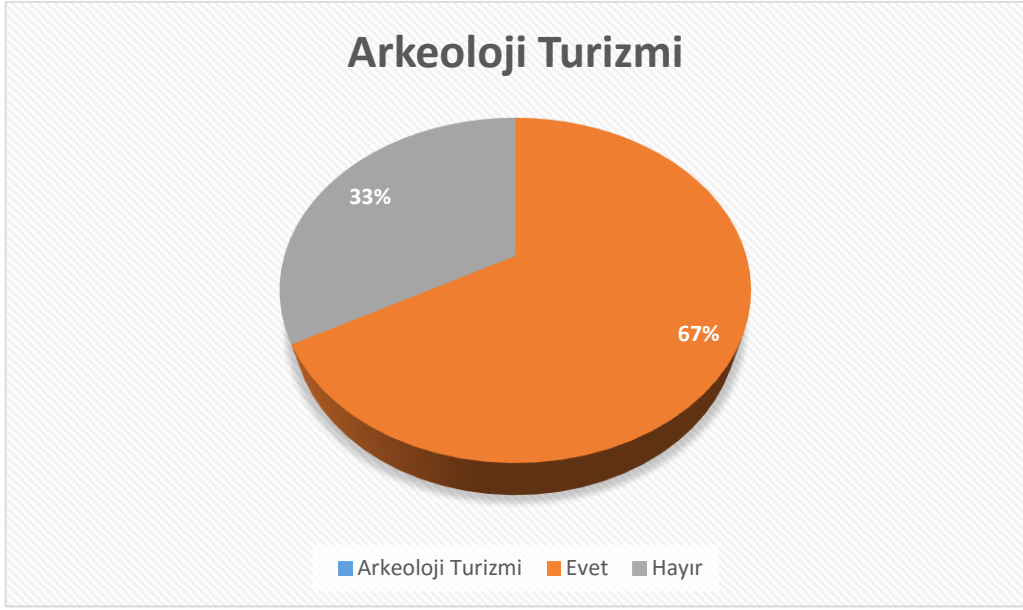
İldeki işletmelerin geliştirilebilecek turizm alanları içinde en çok tercih ettiği seçenek festival turizmi olmuştur. İşletmelerin %92'si Bartın'da festival turizminin geliştirilebileceğini beyan etmiştir.

Grafik 68- Yeme-İçme Turizmi



Yeme içme turizm en çok tercih edilen seçeneklerden biri olmuştur. Ankete katılan işletmelerin %89'u Bartın'da yeme içme turizminin geliştirilebileceğini belirtmiştir.

Grafik 69- Arkeoloji Turizmi



Ankete katılan işletmeler arasında Bartın'da arkeoloji turizminin geliştirilebileceğini belirtenlerin oranı %33 olmuştur.

Bartın'daki 100 turizm işletmesiyle yürütülen anket çalışması analiz edilmesiyle elde edilen sonuçların özeti aşağıda yer almaktadır:

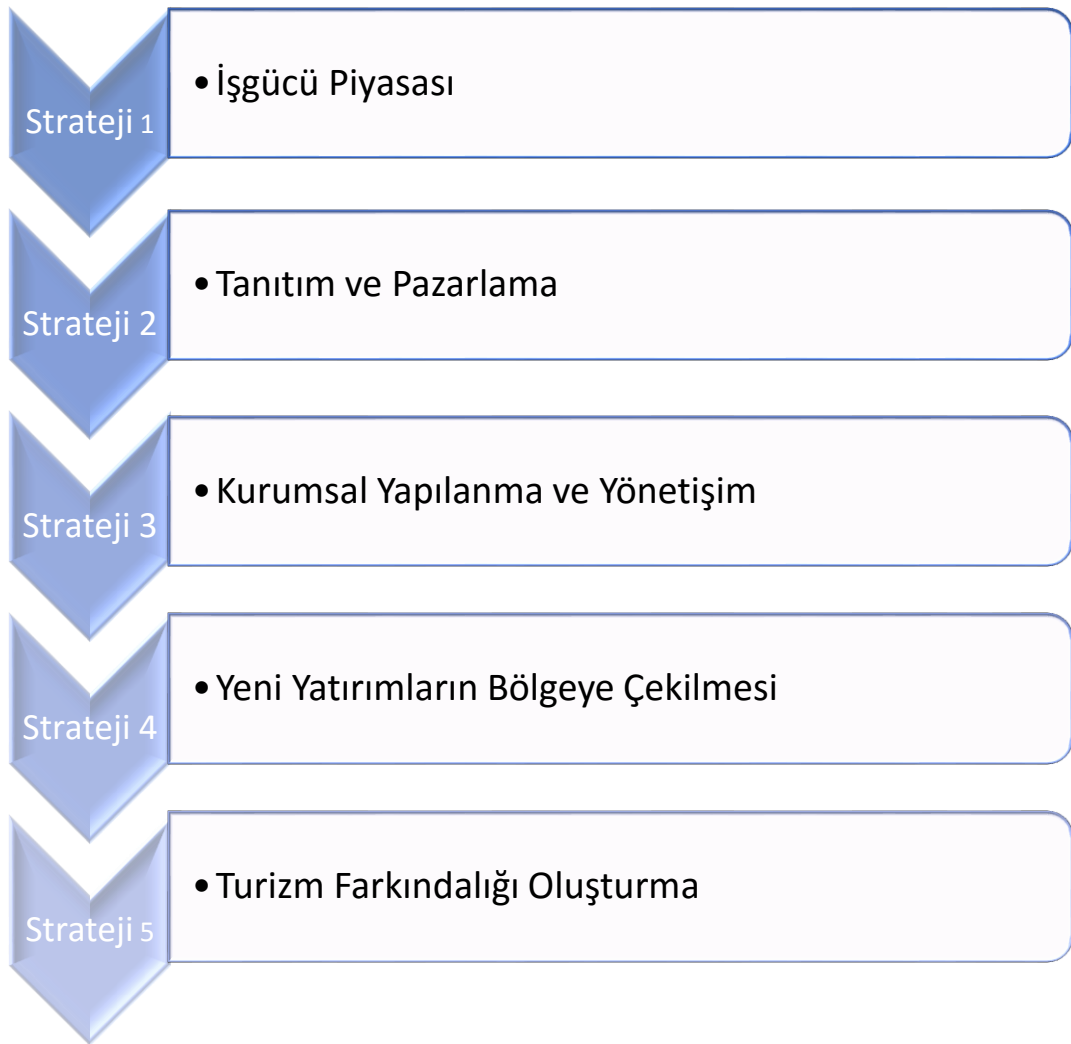
- İşletmelerin %43'ü 0-5 yıldır faaliyet göstermektedir.
- İşletmelerin %57'si yeme içme, %19'u konaklama, %19'u konaklama alanında faaliyet göstermektedir.
- Ankete katılan işletmelerin %83'ü şahıs şirkettir.
- İşletmelerin %80'inde 1-9 arası personel çalışmaktadır.
- İşletmelerin %53'ünde yabancı dil bilen personel çalışmamaktadır.
- İşletmelerin %58'inin internet sitesi vardır.
- İşletmelerin yalnızca %3'ünde turizm yatırım belgesi, %2'sinde yatırım teşvik belgesi bulunmaktadır.
- En çok tercih edilen tanıtım araçları %63 ile internet üzerinden verilen reklamlar, %46 ile basılı ve e-broşür, %32 ile sosyal medyadır.
- İşletmelerin yarısı geçtiğimiz 5 yılda sektöre yatırım yapmamıştır.
- İşletmelerin yarısı gelecek 5 yılda sektöre yatırım yapmayı düşünmemektedir.
- İşletmelerin %42'sinin gelirleri her geçen yıl azalmıştır.
- Sektördeki en önemli sorunlar %34 ile turizme yönelik finansal desteklerin yetersizliği ve %32 ile nitelikli insan kaynağında eksiklik olarak görülmektedir.
- İşletmelerin %59'u ilin turizm potansiyelini orta olarak tanımlamaktadır.
- İşletmelere göre turizmin gelişimini olumsuz etkileyebilecek en önemli faktör %37 ile turizm değerlerinin yeterince tanıtılmamasıdır.
- İlin markalaşma değerini artırmak için yapılabilecekler arasında %47 ile ilin ulusal ve uluslararası tanıtımının yapılması gerektiği öne çıkmaktadır.
- İşletmelerin %81'i yerli turistlere, %80'i orta gelir grubuna öncelik verilmesi gerektiğini belirtmiştir.

- İlde en fazla geliştirilebileceği belirtilen turizm alanları %92 ile festival turizmi, %91 ile gençlik turizmi, %89 ile yeme içme turizmi, %88 ile doğa sporları turizmi, %86 ile köy turizmi olmuştur.

8. BARTIN TURİZMİ GELİŞİM STRATEJİLERİ

2023 Vizyonu ve Gelişim Stratejileri

Bu araştırmada yapılan literatür taraması, anket çalışması ve GZFT toplantısı aracılığı ile Bartın'da turizm faaliyetlerinin 2023 vizyonu ve gelişim stratejileri belirlenmiştir. Sahip olduğu turizm değerlerini göz önüne alarak sanayileşmeden kaynaklanabilecek çevre sorunlarından arındırılarak yöreye özgü turistik yatırımların ve bunun paralelinde yöreye talebin artması ile emek yoğun bir sektör olan turizm yatırımlarının il genelindeki işsizlik oranının azaltacağı ve alternatif bir ekonomik katkı sağlayabileceği bir Bartın yaratmak vizyon olarak belirlenmiştir. Turizm gelişim stratejileri ise aşağıdaki gibidir:



Strateji 1: İşgücü Piyasası

Sektörün İşgücü İhtiyacının Karşılanması ve Niteliklerinin Artırılması

2003 yılından bu yana ortalama %6'lık hızla büyüyen turizm sektörünün gelişim hızı dünya ekonomisinin üzerinde bir gelişim hızına sahiptir. Bu durum sektörden pay almayı hedefleyen işletmelerin yoğun bir rekabet ortamına girmelerini sağlamıştır. Rekabet ortamı, işletmeleri müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarma yolları aramaya yönlendirmektedir. Müşteri memnuniyeti, işletmelerin ürün ve hizmet kalitesine bağlı olarak, insan kaynakları ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle işletmelerin insan kaynağı olarak müşteri ilişkilerine sundukları, işgüçleri ve işgüçlerinin niteliği turizmin gelişmesinde önemli bir yer tutmaktadır.

Turizm sektörü otomasyona geçme olanağı olmayan ya da sınırlı olarak otomasyonun görüldüğü emek yoğun bir sektördür. Bu durum sektörde nitelikli işgücü ihtiyacı yaratmaktadır. Emek yoğun yapısal özelliğine, sürelili gelişen büyüme hızı eklendiğinde, artan turizm talebine uygun işgücünün yetiştirilmesi, stratejinin başarısı için kritik bir öneme sahiptir. Yükselen turizm hareketliliğine paralel olarak nitelikli turizm elemanı yetiştirilememesi, sunulan hizmetlerin kalitesini olumsuz olarak etkileyecektir.

Turizmde nitelikli işgücünü direkt müşteri memnuniyetini ve işletmenin hizmet kalitesini ve dolayısı ile sektörün rekabet gücünü etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkması bu rapor kapsamında işgücü piyasası konusunun ayrı bir başlık altında değerlendirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Buradan hareketle Bartın Turizm Master Planı kapsamında oluşturulan 2023 turizm vizyonuna ulaşılması noktasında belirlenen stratejilerden birisi de Bartın turizm sektöründe işgücü ihtiyacının karşılanması ve niteliğinin artırılmasıdır.

Yapılan çalışmalar Bartın'ın turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde yeterli sayıda üniversite mezunu ya da mesleki eğitim almış işgücünün çalışmadığını göstermektedir. Bu duruma neden olan etmenler arasında eğitim kurumlarının ilde özel sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte bir eğitim programı uygulamamasından ötürü mezunların niteliklerinin özel sektörün ihtiyaçları ile örtüşmemesi, Bartın Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunu meslek elemanlarının niteliksiz kişilere göre daha yüksek ücretler ve daha iyi koşullar karşılığında çalışma isteği ve turizm işletmelerinin finansal kaynakların yetersizliğinden ötürü bu isteğe cevap verememesi ve mezunların turizmin geliştiği cazibe merkezlerinde çalışma isteği ile gelişmiş turizm kentlerine göç etmesidir. Bu nedenlerden hareketle Bartın'da turizm faaliyetlerinin nitelikli işgücüne erişim problemini ortadan kaldırmaya yönelik stratejiler geliştirilmiştir.

Eğitim Kurumları İle Özel Sektör Arasındaki İşbirliği Yapısının Güçlendirilmesi

Turizm alanında mesleki eğitim veren kurumların ilde özel sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte eğitim programı uygulamaması işgücünün niteliğini etkilemektedir. Örgün ve yaygın eğitim kurumları ile özel sektör arasındaki iletişim ağındaki kopukluk, verilen eğitimin niteliğini etkileyen en önemli unsurdur. Eğitim kurumları, özel sektörün meslek alanındaki ihtiyaçlarını göz ardı ederek eğitim vermekte, buna paralel olarak da nitelikli işgücüne ihtiyaç duyan özel sektör işletmeleri ise eğitimin yapılandırılmasında aktif olarak rol almamaktadır. Bu

durum Bartın'da turizm sektörünün beklentilerini karşılayacak nitelikte işgücünün piyasaya dahil olamaması ile sonuçlanmaktadır. Sektörün ihtiyacı olan işgücünün yetiştirilmesi ve aktif işgücü piyasasına katılması için gerekli olan ise mesleki eğitim içeriklerinin sektörel ihtiyaçlar doğrultusunda belirlenmesidir. Mevcut turizm sektörünün ve gelişmekte olan yeni turizm alanları ile birlikte ortaya çıkacak olan yeni mesleklerin işgücüne yönelik ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik çalışmalar yapmak bu anlamda önem taşımaktadır. Belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda, ilde örgün ve yaygın eğitim veren kurumların çalışmalarını yeniden yapılandırılmaları ise sorunun çözümü adına gereklidir.

Bartın'da mesleki eğitim veren kurumlar ile özel sektör arasında yapısal bir ilişki olmadığı açıktır. Dolayısıyla bu doğrultuda yeni politikaların geliştirilmesi gerekliliği gün ışığına çıkmaktadır. Politikaların geliştirilmesi ise yereldeki aktörler arasındaki işbirliğine bağlıdır. Aktörler kamu kurum ve kuruluşlarının yerel birimleri (HEM, MEB, İŞKUR gibi), sivil toplum örgütleri (TSO, ESOB, çeşitli odalar, birlikler, dernekler, vakıflar, BAKKA gibi) ve ilde faaliyet gösteren öncü özel sektör temsilcileridir.

Özel sektörün işgücü ihtiyacını karşılama adına uygulanabilecek bir diğer yöntem ise konu alanında projeler geliştirmektir. Aktörler arasında işbirliği esasına dayalı olarak mesleki eğitim süreçlerinin yapılandırılmasına yönelik projeler geliştirmek hem eğitim kurumları ve özel sektör arasındaki iletişimi güçlendirecek hem de sektörün ihtiyacını karşılayacak işgücüne erişimi sağlayacaktır. Hazırlanan projeler ile AB desteklerinden ya da Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın mali desteğinden yararlanılması hem turizmin işgücü açığını kapatacak hem de bölgedeki sosyal ve ekonomik kalkınmayı hızlandıracaktır.

Yaygın Eğitimin Geliştirilmesi

Bartın'da turizm sektöründe faaliyet gösteren işgücü mesleki açıdan yeterli niteliklere sahip değildir. Bu durum işgücünün sektör alanında mesleki bir eğitim almamış olmasından ya da verilen eğitimin yeterli kalitede olmamasından kaynaklanmaktadır. Temel mesleki eğitimin kalitesi etkin işgücü gelişimini sağlayacağı gibi sektördeki dağınıklığın ve eşgüdümsüzlüğün önlenmesine de katkıda bulunacaktır. Ayrıca etkin ve başarılı bir turizm eğitimi sektörde çalışanların veya çalışacak olanların kariyer ve sürekli iş olarak turizme bakışlarını değiştirecektir. Sektörün kaliteli hale gelmesi işgücünün eğitim seviyesinin yükselmesi ile paraleldir. Dolayısıyla sektör çalışanlarının ve çalışma niyetinde olanların mesleki eğitime yönelmeleri önem taşımaktadır. Ailelerin ve yerel paydaşların desteği bu konu özelinde önemlidir. Aileler, işverenler, kamu kurumları ve eğitim kurumlarının işgücünü nitelikli mesleki eğitim almaya yönlendirmeleri gerekmektedir. Bahse konu kurumların işbirliğinde tanıtım ve teşvik uygulamalarının geliştirilmesi, Bartın'da nitelikli işgücünün iş piyasasına çıkmasını sağlayacaktır.

Yaygın eğitimin geliştirilmesi adına en büyük pay ise İŞKUR'a aittir. İŞKUR, İstihdam Garantili İşgücü Yetiştirme Kursları adı altında Aktif İşgücü Programları çerçevesinde kurum kaynaklarından iş piyasasında geçerli bir mesleği olmayan işsizlerin, işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu mesleklerde yetiştirilerek istihdam edilmelerini amaçlayan eğitimler vermektedir. İŞKUR'un Bartın'ın turizm sektöründeki eğitim ihtiyacını karşılayıcı işgücü yetiştirme kursları açması bu noktada önem taşımaktadır. Söz konusu kursların açılması için ise Bartın Belediyesi,

İŞKUR İl Müdürlüğü, Milli Eğitim Müdürlükleri ve Halk Eğitim Merkezleri ve turizm işletmeleri başta olmak üzere tüm aktörlere roller düşmektedir.

Nitelikli İşgücü Yetiştirilmesinde Özel Sektörün Katılımı

Bartın'da turizm sektörünün işgücü açısından yetersizliklerinin biri de özel sektörün nitelikli işgücü yetiştirilmesine katkıda bulunmamasıdır. İlin turizm sektörünün karşı karşıya olduğu nitelikli işgücü darboğazının giderilmesinde, yeni personel yetiştirmenin yanı sıra verilecek hizmet içi eğitimlerle mevcut işgücünün niteliğinin artırılması da bir gereklilik olarak görünmektedir. Bu gereklilik kapsamında Turizm işletmeleri, Bartın Belediyesi ve Turizm Bakanlığının işbirliğinde ildeki turizm işletmesi çalışanlarının yararlanabileceği hizmet içi eğitimlerin düzenlenmesi önerilmektedir.

Staj Kültürünün Geliştirilmesi

Bartın stajyer yetiştirme kültürünün gelişkin olmadığı bir ildir. Bu durum belirli bir teorik eğitimle mezun olan öğrencilerin herhangi bir tecrübeye sahip olmadan işgücü piyasasına dahil olarak, ilin turizm sektöründeki hizmet kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Teorik olarak mesleki yetkinliğe sahip yeni mezunların yeterli tecrübeye sahip işgüçleri olarak işgücü piyasasına dahil olmaları adına ilde stajyer yetiştirme kültürünün geliştirilmesi gerekmektedir. Ücretli ya da ücretsiz staj programlarının yerel aktörlerin işbirliği ile hayata geçirilmesi, sektörün konu özelindeki eksikliğini giderebilecek yapıdadır. Stajyer yetiştirme uygulamalarının pratiğe dökülmesi için Bartın Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokuluna, ilde turizm alanında eğitim veren meslek liselerine, Halk Eğitim Merkezine, özel sektör işletmelerine ve İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü'ne roller düşmektedir. Stajyer yetiştirme programları söz konusu aktörlerin işbirliği ile gerçekleştirilebilir.

Özel Sektör İşletmelerinin Nitelikli İşgücü İstihdamı Adına Teşvik Edilmesi

Turizm sektörünün payının düşüklüğü Bartın'daki işletmelerin finansal kapasitesini olumsuz etkilemekte olup bu olumsuzluk söz konusu işletmelerin finansal yetersizlik nedeni ile nitelikli işgücü istihdam edememesi ile sonuçlanmaktadır. Emek yoğun yapısı ile nitelikli işgücüne ihtiyaç duyan turizm sektörü için bu durum işletmelerinin kurumsal kapasitesinin yetersiz kalmasına neden olmakta ve müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Turizm talebinin müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı olarak seyir ettiği göz önünde bulundurulduğunda, işletmelerin işgüçlerinin niteliğini arttırması sektörün talebini karşılayacak kapasitede bir işletme haline gelebilmesi adına elzemdir.

Bartın'daki turizm işletmelerini KOSGEB'in nitelikli işgücü desteği konusunda bilinçlendirmek bu noktada önemlidir. KOSGEB, küçük ve orta büyüklükte işletmelerin rekabet gücünü geliştirme noktasında önemli çalışmalar yürüten kuruluş olarak nitelikli işgücü istihdamı konusunda işletmelere önemli destekler sunmaktadır. İlçedeki turizm işletmelerinin bu desteklerden haberdar olması, turizm sektörünün nitelikli işgücü açığını kapatabilecek bir çıkış noktası olacaktır. Bu nedenle işletmelerin bu tür desteklerden haberdar olmasına yönelik bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi önerilmektedir. Bartın Belediyesi, ildeki meslek örgütleri ve il/ilçe

KOSGEB temsilciliğinin etkin bir tanıtım planı hazırlayarak hedef grup niteliğindeki işletmelere ulaşması bilinçlendirme çalışmaları adına önemlidir.

Strateji 2-Tanıtım ve Pazarlama

İlin Ulusal ve Uluslararası Boyutta Tanıtım ve Pazarlama Çalışmalarının Artırılması

Bartın turizm değerleri açısından zengin olmasına rağmen turizmde istenilen verim alınamamaktadır. Bunun en önemli nedenleri arasında politikasızlık, kaynak yetersizliği ve özerk yapının bulunmayışından kaynaklanan pazarlama ve tanıtım eksikliği gösterilebilir. Dolayısıyla ilde yürütülecek tanıtım ve pazarlama çalışmaları turizmin canlanması için etkili olacağı tespit edilmiştir. İlin turizm ürünlerine olan talebin artması adına tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yerel, bölgesel ve ulusal düzeydeki kuruluşların işbirliği ile yapılması gerekmektedir. Tanıtım ve pazarlama çalışmalarında sürdürülebilirliğin tam olarak sağlanması ilin turizm açısından olumlu imaj yaratması açısından önem arz etmektedir.

Tanıtıcı Materyallerin Oluşturulması

İlde turizme katkı sağlayacak hediyelik eşyaların üretiminin ve satışının olmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple Bartın'a özgü turistik ürünlerin üretimi ve pazara sunulması özendirilerek bu konuda gerekli standartlar ve teşvikler getirilmelidir. İle ait olmayan Çin malı veya ilin tanıtımına zarar verebilecek ürünlerin satışına bu şekilde sınırlandırmalar getirilmelidir.

Hediyelik eşya sektöründe fiyat-kalite standardı açısından olası sorunların giderilebilmesi amacıyla fiyat-kalite dengesi gözetilerek turistlerin ilgisini çekebilecek kaliteli ürünlerin sabit ve uygun fiyatlarla piyasaya sunulması gerekmektedir. Ayrıca bu konuda esnaf ve ustaların bilinçlendirilmesi Bartın turizmine avantajlar sağlayabilecektir.

Hediyelik eşya satan işletmelerin fiziksel mekân sınırlarının düzeni, tefrişi ve satılan ürünlerin bu alandaki ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından denetime tabi tutulması konuyla ilgili birçok sorunu çözebilecektir. Dolayısıyla, bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin uymak zorunda oldukları kuralların belirlenerek bu kuralların uygulanmasına ilişkin denetimlerin sağlanması hem görüntü kirliliğini önleyecek hem de hediyelik eşya satan işletmelerin turistler gözündeki imajını olumlu hale getirebilecektir.

Hediyelik eşyaların satışının yapıldığı işletmelerin kontrolü belediye tarafından sağlanmalıdır.

Turizm Kimliğinin Oluşturulması

Bartın'da turizm kimliğinin oluşturulması gerekmektedir. Bu durum ilin farklılığının ortaya koyulması açısından önem arz etmektedir. Bu sebeple Bartın'da ön plana çıkan kültürel varlıkların ve el sanatlarının turizme kazandırılması planlanmaktadır. Bunun için İŞKUR Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezi Müdürlüğü, İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Bartın Belediyesi aktif rol üstlenmelidir.

El Sanatlarının Turizme Kazandırılması

Tel Kırma

Tel kırma sanatının turizme kazandırılması turizm kimliğinin oluşturulması açısından önem arz etmektedir. İli ziyaret eden turistlerin il merkezinde gerçekleştirilen bu faaliyeti yerinde izlemeleri ve kendilerinin de bu üretim faaliyetine katılmaları sağlanmalıdır. Bölgede üretilen tel kırmaların satış noktalarında satışa sunulması bölgenin turizm etkinliklerine ve turizm gelirlerine katkı sağlayacak niteliktedir. Bu sebeple tel kırma ürün üreticileri için turistlerin il ziyareti sırasında kullandıkları yollar üzerinde ve il merkezinde oluşturulacak alanlarda satış noktalarının oluşturulması gerekmektedir.

Halı Dokumacılığı

Geleneksel el sanatlarımız arasında yer alan halı dokumacılığı il kırsalında usta çırak ilişkisiyle kuşaktan kuşağa aktarılan ve kültürel miras için belge niteliği taşıyan önemli unsurlar arasındadır. Ancak il genelinde bu kültür unutulmaya yüz tutmuştur. Bu sebeple Bartın'ın turizm kimliğinin oluşturulmasında halı dokuma ürünleri önem arz etmektedir. Bartın'ın yöresel özelliklerini ve kültürünü yansıtan halıların turizme kazandırılması gerekmektedir. Halk Eğitim Merkezi ile yapılacak işbirliği neticesinde ilde yaşayan kadınlara yönelik halı dokumacılığı kursları yaygınlaştırılmalıdır. Halı dokumacılığının yaygınlaşması ile unutulmaya yüz tutmuş geleneksel bir faaliyet yeniden canlandırılarak il ekonomisine katkı sağlanacaktır.

Ağaç Oymacılığı

İle gelen turistlerin bölgeye özgü yöresel ürünleri satın alma konusunda olumlu bir eğilime sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle yöresel ürünler yöre kültürünün tanıtılması açısından önem arz etmektedir. Amasra'da geçmiş 17. yüzyıla dayanan ağaç oymacılığı yapılmaktadır. Ancak bu ürünlerin turizme kazandırılması için atılan adımlar yetersizdir. Bu sebeple üretici sayısı gün geçtikçe azalan bu ürünlerin turizme kazandırılması ve bölgedeki ağaç oymacısı ustalarına ekonomik gelir yaratması için ürünlerin sergileneneceği stantların açılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Yöresel Yemeklerin Turizme Kazandırılarak Gastronomi Turizminin Canlanması

Yöresel yemeklerin çeşitliliğine karşın bu yemeklerin turizme kazandırılmaması turizm açısından ilin eksikleri arasındadır. İlde potansiyelin altında restoran bulunması yöresel yemeklerin tanıtımının yapılamamasına sebep olmaktadır. İl halkı restoran açma konusunda teşvik edilmeli ve yöresel yemeklerin sunulduğu restoranların yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Bartın'a ait yöresel yemeklerin bulunduğu bir yemek kitabının basılarak yaygınlaştırılmasının bölgede gastronomi turizminin canlanmasına katkı sağlayacağı beklenmektedir. Bu sebeple ildeki kadınlar bir araya getirilerek yöresel yemek kitabı hazırlanmalıdır. Son olarak yöresel yemeklerin turizme kazandırılması için ilin yöresel yemek programlarına katılımı sağlanabilir. Günümüzde yöresel yemek programlarına olan ilginin gün geçtikçe artması sebebiyle ilin böyle bir programa katılması konusunda girişimde bulunmak hem yöresel yemeklerinin hem de kendisinin tanıtımı açısından etkili olacaktır.

Rehber Danışmanlığının ve Yönlendirici Levha Kullanımının Yaygınlaştırılması

Bartın'da yeterli sayıda rehber olmadığı ve rehber yetiştirilmesine yönelik gerekli çalışmaların yapılmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte ile gelen mevcut turist rehberleri ilin tanıtımını beklenen düzeyde yapamamaktadır. Bu sebeple hem mevcut rehberler hem de yetiştirilmesi planlanan rehberler için üniversitenin işbirliği ile eğitimler düzenlenmelidir. Turist rehberliği yapmak isteyen kişilerin bu eğitimlere katılımı kolaylaştırılmalı ve tüm rehberler için ortak bir dilin ortaya çıkması amacıyla rehber kitapçığı hazırlanarak bölge tanıtımında tüm rehberlerin uzlaşmaları sağlanmalıdır.

İl turizmi için belirlenen bir diğer sorun yönlendirici levhaların yeterli sayıda bulunmamasıdır. Turistlerin ilk defa buldukları bir alanda yönlendirici tabelaların bulunması kendilerini güvende hissetmeleri ve gezi programlarını planlanan zaman dâhilinde tamamlamaları ve nihayetinde memnuniyetleri açısından önem arz etmektedir. İli ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin artması ilden kendi yerleşim yerlerine döndüklerinde bölgeyle ilgili olumlu referans vermelerine ve yeni turistlerin ili ziyareti konusunda gönüllü olarak yönlendirmede bulunmalarına imkân tanıyacaktır. Böylelikle memnun edilen her bir turist Bartın'ı yeni turistlerin ziyaret etmesi için çarpan etkisi yaratılmasına olanak sağlayacaktır. Bu sebeple ilde Türkçe ve yabancı dillerle hazırlanacak yönlendirici levhaların oluşturulması gerekmektedir.

Yerel Şenliklerin ve Düzenli Turizm Festivallerinin Yapılması

Bartın festivaller ve yerel şenlikler ile büyük miktarlarda ziyaretçi çekerek önemli ekonomik kazanımlar elde edebilecek kapasitededir. Festivallerin ve yerel şenliklerin yapılmasına olanak tanıyacak yöresel etkinlikler ve yöresel ürünler olmasına karşın bu potansiyelin değerlendirilememesi ilin tanıtımı ve turizm imajı yaratma konusunda eksiklik olarak tespit edilmiştir. İlde yerel şenliklerin ve düzenli turizm festivallerinin yapılması kültürel değerlerin sunumuna imkân sağlayacaktır. Bartın'da turizm sektörünün gelişmesi, turizm sezonunun uzaması ile yeni gelir kaynaklarının yaratılması, ekonomik faaliyetlerin canlandırılması ve bölgesel bir imajın yaratılması için yerel şenliklerin ve düzenli turizm festivallerinin düzenlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple ilde belirlenecek aylar ve dönemler içinde yerel şenlikler ve düzenli turizm festivalleri yapılmalıdır.

İnternet Tanıtımının Artması

Günümüzde her 3 kişiden 2'sinin turizm amaçlı seyahat kararı vermeden önce gideceği yere karar vermek amacıyla bilgi ve görsellere internet üzerinden ulaştığı tahmin edilmektedir. İnternet üzerinden bilgiye ulaşmanın en kolay yönetimi ise internet arama motorları ya da turizm portallarıdır. Araştırma sonuçları Bartın'ın turizm potansiyelini tanıyacak internet tabanlı çalışmaların yeterli düzeyde olmadığını göstermiştir.

Bartın'ın yeterince tanıtımının yapılamaması sebebiyle bölgeye gelen yerli ve yabancı turist sayısı potansiyelin altındadır. İnsanlar seyahat faaliyetlerinden önce gidecekleri yeri araştırma ve o yer hakkında bilgi edinme eğilimi içindedir. Bu sebeple il için kapsamlı ve kolay kullanıma sahip bir internet sitesinin kurulması gerekmektedir. Bu kapsamda yapılması gereken çalışmalardan birisi Bartın'ın hedef kitle ülkelerin dillerinde yayın yapan, kapsamlı bir turizm tanıtım internet sitesine

kavuşturulmasıdır. Bununla birlikte en yaygın kullanılan arama motorlarına reklamlar verilmesi, turizm portallarında ve yaygın olarak kullanılan çeşitli internet portallarında bannerlar yoluyla tanıtım yapılması sağlanmalıdır. Bartın'ın turizm potansiyeli hakkında içeriklerin bulunduğu internet sitesinin kurulması ile ili ziyaret etmeyi planlayan yerli ve yabancı turistlerin il ile ilgili bilgi ve doküman temin etme olanakları artacaktır. Bu sayede yerli ve yabancı turistlerin ziyaret isteklerinin artması beklenmektedir.

Strateji 3: Kurumsal Yapılanma ve Yönetişim

Turizm sektörü Bartın için maliyeti düşük ve kalkınmayı az bir çaba ile sağlayabilecek sektörlerden biridir. Turizmin beklenen faydayı verebilmesi için yerel yönetimlere turizm sektörü bağlamında önemli roller ve görevler düşmektedir.

Bartın'da turizm faaliyetlerinin canlandırılması ve sektörün il ekonomisi için lokomotif hale gelmesi yerel aktörlerin işbirliği ile mümkündür. Bu sebeple kurumlar arası ortak platformlar kurularak ilin turizm sektörüne yönelik sorunları ve bunların çözümlerine yönelik atılması gereken adımlar ve gereken uygulamalar tartışılmalıdır. Kurumların ortak kararları neticesinde turizm eylem planının ortaya koyulması gerekmektedir. Eylem planının oluşturulmasında İŞKUR Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezi Müdürlüğü, İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Bartın Belediyesine önemli roller düşmektedir.

Strateji 4: Yeni Yatırımların Bölgeye Çekilmesi

Altyapı ve Hizmet Kalitesinin İhtiyaçlara Cevap Vermesini ile Yeni Yatırımların Bölgeye Çekilmesi

Bartın kıyı turizmine ek olarak il gelen turistlere alternatif turizmden yararlanma imkânı sunmaktadır. Bartın alternatif turizm içinde yer alan yatırımların son yıllarda artış gösterdiği bir yerleşim merkezidir. Bartın'ın bulunduğu coğrafi konum özelliklerinden dolayı doğal ve kültürel turizm çekiciliklerinin zengin olması ve ulaşım imkânları bakımından ulaşılabilir olması turizm faaliyetlerinin gelişimine olumlu yönde etkisi olmuştur. Ancak Bartın'da yapılan araştırmalar neticesinde ilin yerli ve yabancı yatırımcılar için çekim merkezi olmaması; alt yapı ve hizmet kalitesinin ihtiyaçlara cevap vermemesi; kurumlar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği; yerel yönetimlerin ilgisizliği ve eğlence ve alışveriş noktalarının yetersizliği gibi turizmi olumsuz etkileyecek sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sebeple ilde turizmin geliştirilmesi için bahsi geçen sorunların bertaraf edilmesi zorunludur. Buna yönelik önlemlerin alınması ile ilde turizm sektörünün canlanması öngörülmektedir.

Bartın turizminin gelişiminde il halkın düşünceleri yanında bölgeye gelen ziyaretçilerin görüşü önemlidir. Ziyaretçilerin taleplerinin belirlenmesi, pazar durumunun tespiti, turistlerin kalış süresi, hangi turistik ürünlerini ziyaret etdiklerinin bilinmesi yapılacak turizm yatırımlarının planlanmasına yardımcı olacaktır. Bu sebeple yatırımlar için bölgeye turist kabileleri getiren seyahat acentelerinin görüşlerinin alınması önem arz etmektedir.

Yatırımcıların Teşvik Edilmesi

Öncelikle turizm bilincinin geliştirilmesi, turizm paydaşlarının arasındaki koordinasyon eksikliğinin giderilmesi ve ilin ileri gelen yatırımcılarına turizm girişimleri açısından destekler sağlanarak onların teşvik edilmesi bu zayıflıkların hızla giderilmesinde atılması gereken ilk adımlardır. Bartın'da potansiyel girişimcilerin destekler konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bilgilendirme çalışmaları İŞKUR İl Müdürlüğü, Ticaret ve Sanayi Odaları, Kalkınma Ajansı ve Belediye gibi teşvik sağlayan aktörler ile işbirliği içinde yapılmalıdır. Bahsi geçen kurumların işbirliği ile verilecek eğitim ve seminerlerle bilinçlendirmenin sağlanacağı düşünülmektedir. Turizm sektörü için yapılacak yatırımların artması eğitim ve seminerlerde gençlere ve kadınlara öncelik verilmesi ile sağlanabilir. Bu sebeple ilde yaşayan gençler ve kadınlar da bu konuda bilinçlendirilmelidir.

Bartın'daki mevcut turizm işletmelerinin ve potansiyel girişimcilerin pek çoğunun devletin girişimci adaylarına sağladığı destek mekanizmaları hakkında bilgi sahibi olmadığı düşünülmektedir. Türkiye genelinde gerek yeni girişim gerekse mevcut işletme sürecinde turizm sektörüne sağlanan teşvik ve destekler şu şekildedir:

- KOSGEB kapsamında sağlanan teşvik ve destekler,
- Kalkınma Ajansları tarafından sağlanan destekler,
- Yatırımlarda devlet yardımları hakkında bakanlar kurulu kararı kapsamında sağlanan teşvikler,
- 2634 sayılı turizm teşvik kanunu ile sağlanan teşvikler,
- 5084 sayılı yatırımların ve istihdamın teşviki ile bazı kanunlarda değişiklik yapılması hakkında kanun kapsamında enerji giderleri indirimi,
- 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanununda yer alan muafiyetler,
- Türkiye İhracat Kredi Bankası (EXIMBANK) kredi imkânları ve
- Yabancı sermaye yatırımlarının teşvikidir.

İŞKUR İl Müdürlüğü, Ticaret ve Sanayi Odaları, Kalkınma Ajansı ve Bartın Belediyesi'nin işbirliği ile yaygınlaştırma çalışmalarının yürütülmesi ve yukarıda bahsi geçen destek ve teşviklere ilişkin ayrıntılı bilgilerin potansiyel girişimcilere verilmesi Bartın'da turizmin gelişmesi adına önem taşımaktadır.

Turizm Paydaşları Arasında Koordinasyonun Sağlanması

Rekabetçi ve sürdürülebilir bir turizm ancak kurumlar arasında kurulacak güçlü işbirliği ve ortak çalışma kültürü ile sağlanabilmektedir. Geçmişten bugüne özellikle turizm sektöründe öncü konumunda bulunan il ve ilçelerin gelişme sürecine bakıldığında bu bölgelerde kamu, özel sektör, üniversite ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının uyum içinde çalıştıkları görülmektedir. Ancak Bartın'da kamu, özel sektör, üniversite ve ilgili sivil toplum kuruluşları arasında turizme yönelik ortak çalışma kültürünün yerleşmediği, işbirliğinin bulunmadığı ve koordinasyonun yetersiz olduğu belirlenmiştir. İlde turizme yönelik araştırmaların yetersizliği nedeniyle ortak turizm

stratejisinin belirlenmesinde ve stratejik kararların alınmasında güçlükler yaşanmakta, Bartın ölçeğinde bütünleşik stratejik planlama yönetimine işlerlik kazandırılmamakta ve planlamada yetki karmaşası yaşanmaktadır. Bunun sonucu olarak ilde bugüne kadar turizmin geliştirilmesine yönelik ortak bir politika oluşturulamamış ve bütüncül çalışmalar yürütülemediği. Bu sebeple turizm paydaşları arasında işbirliği ve koordinasyon sağlanmalıdır. İlçe genelinde turizm işletmeleri, yerel yönetimler, üniversite ve STK'lar birlikte hareket ederek planlamalar yapılmalıdır. Bu amaç doğrultusunda bahsi geçen kurumların üst düzey yetkilileri yıl içinde belirlenen dönemlerle düzenli olarak bir araya gelerek ilde turizm sektörünün canlanmasına yönelik yapılabilecek çalışmaları tartışmalıdır. Bu toplantılarda öncelikle Bartın'a özgü bir turizm politikası ve eylem planı hazırlanması ve bundan sonraki tüm uygulamaların bu plan çerçevesinde hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bunun yanı sıra turizm planlamaları yapılırken il halkının öncelikleri ve değerleri bütünleştirilerek halkın katılımı güçlendirilmelidir.

İlçede Pansiyon ve Butik Otel Yatırımlarının Desteklenmesi

Bartın'da farklı alanlarda turizm sektörünün gelişme potansiyelinin bulunmasına rağmen bölge sunduğu konaklama imkânları açısından yeterli düzeyde gelişmemiştir. İlde tesisleşmenin yeterli düzeyde olmaması turistlerin gelmemesine ve gelen turistlerin konaklayamamasına sebep olmaktadır. İlde faaliyet gösteren turizm tesislerinin bölgede turizm sektörünün gelişmesi ile nicelik yönünden yetersiz kalacağı tahmin edilmektedir. Bu durum gelir düzeyi yüksek kişilerin tatil amaçlı bu bölgeye yönelmelerini engellemektedir. Bu sebeple gelen turistler ilde beklenen düzeyde ekonomi yaratamamakta ve ziyaretlerin büyük kısmı günübirlik gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte Bartın'da önümüzdeki kısa ve orta vadede konaklama eğilimlerinin pansiyon ve butik otellere yöneleceği düşünülmektedir. Bu sebeple pansiyon ve butik otellerin turist sayısı ile birlikte günden güne artması gerekmektedir. Bu turizm yatırımlarının il halkı tarafından gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Ancak il halkında bu konuda geçmiş deneyimlerden kaynaklanan çekimserlik bulunmaktadır. İlde daha önce açılan pansiyonların yeterli düzeyde gelir elde edememesi il halkının bu konuda temkinli davranmasına sebep olmuştur. Bu sebeple il halkı pansiyonculuk ve benzeri faaliyetler konusunda teşvik edilmelidir. Gerekli ruhsat ve izinler konusunda belediye ile Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü gereken kolaylığı sağlamalı ve bölgede yatırımları destekleyen Kalkınma Ajansı bu konuyu gündemine almalıdır.

Turizm Potansiyeli Yüksek Olan Alanlardaki Altyapı Eksikliklerinin Giderilmesi

Bu araştırma kapsamında elde edilen veriler Bartın'da turizmin gelişmesini engelleyen ciddi altyapı ve üstyapı yetersizliklerinin bulunduğunu göstermektedir. İlde altyapı hizmetlerinin yetersiz oluşu turizmin gelişimi açısından olumsuz bir etkidir. Oysa bir bölgeye turist gelişini doğrudan etkileyen etmenlerin başında altyapı ve üstyapı olanakları gelmektedir.

Bartın merkezine ulaşım ve turizme konu olabilecek bazı mesire yerleri, Amasra ve doğa güzelliği olan diğer bölgelere ulaşım altyapısı için yatırım gerekmektedir. Ulaşım olanaklarının iyileştirilmesinin bölgeye gelen turist sayısında artış yaratması beklenmektedir. Bununla birlikte ilde yeterli büyüklükte otopark alanlarının oluşturulmasının günübirlik ziyaretçilerin sayısını artırması beklenmektedir. Bu sebeple ilde belediye tarafından otopark alanları oluşturulması gerekmektedir.

Kamu Kurumu Yatırımlarının Artması

Bartın'ın turizm kapasitesi günden güne artmaktadır. Dört mevsim turizm potansiyeli olan ilin gelişerek daha cazip hale gelebilmesi için yeni yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. İlde turizm sektörüne yönelik kamu yatırımları yeterli düzeyde bulunmamaktadır. Bu sebeple kamu yatırımlarının il düzeyinde artırılması gerekmektedir. Bartın'da turizm sektörünün gelişebilmesi için yerel yönetim ve kamu birimlerinin sorumluluk alanları çerçevesinde altyapı ve üst yapı gibi diğer yatırımlarını hızlandırması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

İlde Girişimcilik Kültürünün Yaygınlaştırılması

Özel sektör yatırımlarının artırılmasında girişimciliğin özendirilmesinin bir gereklilik olduğu düşünülmektedir. Girişimcilik toplumsal ihtiyaçların saptanması, bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik uygun yatırımların gerçekleştirilmesi ve bunların sonucunda istihdam, gelir ve yaşam kalitesinin artırılmasını sağladığı için kalkınmada önemli bir araçtır. Geri kalmış bölgelerde kalkınmanın sağlanabilmesinde diğer faktörlerle (Teşvik, kredi gibi) birlikte o bölgenin kendi dinamiklerinin ortaya çıkarılması önemlidir. Bunların başında girişimcilik gelmektedir.

Bartın turizminin gelişimini sağlayabilmek ve rekabet gücünü artırmak mevcut işletmelerin desteklenmesinin yanında büyük ölçüde yeni girişimlerin yaratılmasına bağlıdır. İlde otel, restoran, nitelikli turizm şirketi gibi altyapı açıkları bulunmaktadır. Bunun nedenlerinden birisi turist sayısının yeterli düzeyde olmamasına bağlı olarak işletme karlılıklarının düşük olması ve yatırımların geri dönüşümlerinin olmamasıdır. Diğer yandan bölgede tesisleşmenin az olması turist sayısının azalmasına neden olmaktadır. Bu döngü beşeri ve fiziki altyapının tamamlanmasının önünde yavaşlatıcı bir engel olarak ortaya çıkmaktadır.

Bartın girişimcilik potansiyeli yüksek bir bölge olmamakla birlikte girişimciliğin özendirilmesi halinde ilde turizme yönelik yeni yatırım girişimlerinin artması mümkündür. Yeni girişimlerin teşvik edilmesinde önemli kriterlerden biri girişimcilik ruhunun ve kültürünün gelişmesidir. İlde girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak üzere Ticaret ve Sanayi Odası ile Esnaf ve Sanatkarlar Odası bünyesinde kurumsal yapılarına uygun, sürdürülebilir ve özellikle gençler ile kadınlara odaklanan Girişimciliği Destekleme Merkez Modeli geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Bu model çerçevesinde ilde girişimcilik konusunda farkındalık yaratma ve tanıtım faaliyetleri ile birlikte potansiyel girişimcilere eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin sunulmasına yönelik faaliyetler yürütülmelidir.

Girişimciliğin ortaya çıkabilmesi için farkındalık yaratma, eğitim ve danışmanlık desteklerine ek olarak girişimci adaylarına başlangıç sermayesi, kredi garantisi ve bilgi kaynaklarına erişim alanlarında destek sağlanması gerekmektedir. Pek çok girişimci ancak bu alanlarda desteklendiğinde fikirlerini yatırıma dönüştürebilmeye cesaret edebilmektedir.

İlde girişimcilerin karşılaştıkları başlıca sorunlar girişimcilik ve iş konusunda bilgi ve deneyim eksikliği ile sermaye yetersizliği olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple KOSGEB Hizmet Merkez Müdürlüğü ile yapılacak işbirliği sayesinde ilde girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve girişimciliğe destek verilmesi gerekmektedir.

Finansman Kaynaklarının Yetersizliğinin Giderilmesi

Bir bölgede turizm sektörünün gelişmemesinin önündeki en önemli engellerden birisi o bölgeye yatırım yapmak için gerekli finansman kaynaklarının sağlanamamasıdır. Bartın'da turizm sektörünün beklenen düzeyde gelişmemiş olmasının nedenlerinden birisi bu durumdur. İlde yapılan anket çalışması ve GZFT toplantısı bölge halkının turizm sektörünün gelişmesini desteklediğini ve bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar neticesinde artacak yerli ve yabancı turist sayısından memnun olacağını ortaya koymaktadır. Ancak iki temel neden sebebiyle yerel halk ilde turizme yönelik etkili yatırımlar yapamamaktadır. Bunlardan ilki devlet tarafından sağlanan hibe ve teşviklerin Bartın'a göreceli olarak daha az ulaşmasıdır. Buna bağlı olarak bölgede turizm sektörünün gelişmeye olan ihtiyacı yeterli düzeyde değerlendirilmemekte ve bu yönde ilin ihtiyacı olan finansal destek sağlanmamaktadır. Yerli halkın turizm sektörüne yatırım yapmak istemesine rağmen finansal kaynak sıkıntısı çekmesinin diğer nedeni ise öz sermaye eksikliğidir. Bartın'da şu ana kadar kurulan ve faaliyette olan turizme yönelik işletmelere bakıldığında bunların orta seviyeye hitap eden ve düşük maliyetle yapılmış işletmeler olduğu görülmektedir. Yerel halkın finansal destek olmadan yüksek maliyetli bir yatırım için harekete geçememesi bölgede turizm sektörünün gelişmesini engellemektedir. Bu sebeple ilde yapılması planlanan yatırımlar için finansal kaynak desteğinin sağlanması gerekmektedir.

Strateji 5: Turizm Farkındalığı Oluşturma

İl Halkında Turizm Farkındalığının Oluşmasının Sağlanması

Bartın'da turizm yerel ekonominin canlı tutulmasında ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu sebeple ilde sürdürülebilir turizm farkındalığının oluşması ve turizm sektörünün bu yönde canlandırılması sektörün gelişmesi açısından önem arz etmektedir.

Bartın'a gelen turistlerin büyük bir kısmı dünyada gelişmeye başlayan yeni turizm yaklaşımında olduğu gibi temiz bir çevre, sakin bir doğa, korunan doğal, tarihi ve kültürel yapılar, kaliteli hizmet ve nitelikli tesisler tercih etmektedir. İlde bu yeni turizm anlayışına uygun düzenlemeler ve planlamalar yapıldığı takdirde turizm sektörünün daha fazla gelişeceği açıktır. Ancak gelen turistlerin ve yerel halkın görüşleri dikkate alınmadığında, turizmdeki yeni yaklaşımlara ayak uydurulamadığında ve bölgeyi çekici kılan turistik değerler verimli, etkin ve planlı kullanılmadığında Bartın'da turizm sektörünün sorunlar yaşayacağı öngörülmektedir.

Bölgede yapılan araştırmalar il halkının turizm konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığını ortaya koymuştur. İl halkı bölgede gerçekleştirilecek turizm faaliyetleri konusunda çekimser kalmaktadır. Bu durum halk içinde turizm bilincinin oluşmadığını göstermektedir. Bu sebeple il halkında turizm farkındalığının oluşması sağlanmalıdır.

İl Halkına Turizm Değerlerine İlişkin Eğitim Verilmesi

Yerel halk turizmden en fazla etkilenecek kesimdir. Bu nedenle yerel halkın turizmin ne olduğunu kavraması, turizmin yol açacağı etkiler konusunda önceden bilgilendirilmesi ve turizm gelişimini kabul etmiş olması bir turizm prensibidir. Turizmden gelir sağlayacak bölge halkının sahip olunan

doğal ve kültürel zenginliklerin bilincine varması ve bunları koruyarak kendisine ve gelecek nesillere fayda sağlayacağını kavraması gerekmektedir. Bu sebeple yerel halka ilin sahip olduğu turizm değerlerine ilişkin eğitimler verilmeli ve aynı zamanda yerel halkta bu kaynak değerlerine yönelik koruma konusunda farkındalığın sağlanmasına zen gösterilmelidir. İlde faaliyet gösteren ilgili kuruluşlar, STK'lar, yerel yönetimler ve eğitim kurumları işbirliği içinde yerel halka turizm ve eşitleri, önemi, yöntemleri, faydaları gibi konularda eğitim, kurs ve bilgilendirme toplantıları düzenlenmelidir. Yerel halkta farkındalığın sağlanması turizmin sürdürülebilirliği bakımından önem arz etmektedir.

İlçe Halkı Tarafından Turizmin Desteklenmesi

Bir bölgede turizmin gelişimi o bölge halkının turizme bakış açısı ile yakından ilgilidir. Rekabetçi ve sürdürülebilir bir turizm sektörü oluşturulabilmesi için öncelikle il halkı tarafından turizmin desteklenmesi sağlanmalıdır. Eğer il halkının turizm algısı olumlu ise turistlerle ilişki içinde olmaya gönüllü olmakla birlikte turizmin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Turizm planlaması yapılırken il halkının fikri alınmalı ve desteği sağlanmalıdır. Turizm işletmeleri ne kadar iyi ve kaliteli hizmet sunarlarsa sunsunlar veya devlet turistlere ne kadar kolaylık sağlarsa sağlasın turizmin gerçekleştirildiği yerde turistlerle ilişkide bulunabilecek bölge halkının yardımı ve olumlu tutumları sağlanamazsa turizm abalaları başarısızlığa uğrayacaktır. Bu sebeple turizmin il halkı tarafından desteklenmesi amacıyla turizme yönelik ilgili kurumlar tarafından gerçekleştirilecek turizm konulu toplantılara bölge halkının da davet edilmesi gerekmektedir.

İşletme Sahiplerinin ve alışanlarının Bilinçlendirilmesi

İlde turizm sektörüne yönelik hizmet veren işletme sahipleri ve çalışanlar turistlere yaklaşım konusunda bilinçlendirilmelidir. Söz konusu bilinçlendirme çalışmaları kapsamında işletme sahipleri ve alışanları Halk Eğitim Merkezi ile yapılacak işbirliği ile kısa süreli eğitimlere katılmalıdır. Bu sayede bölgede hizmet kalitesi konusundaki bilincin geliştirilmesiyle talep yaratılması sağlanacaktır.

Ekler

Ek 1: Turizm İşletmeleri Anketi

BARTIN'DA KAYIT DIŞI İSTİHDAMA KAYITSIZ KALMAYALIM PROJESİ

TURİZM İŞLETMELERİ ANKET FORMU

ANKETÖR İSMİ:

ANKET TARİHİ:

ANKET NO: (Lütfen boş bırakın. Koordinatör tarafından doldurulacaktır)

Lütfen aşağıdaki tabloda istenilen bilgileri eksiksiz olarak doldurunuz.

İşletmenin Tam Adı	
Görüşülen Kişinin Adı/Soyadı	
Görüşülen Kişinin İşletmedeki Görevi	
Görüşülen Kişinin Telefon Numarası	

1. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet gösteriyor?

0-5 6-10 11-20 21-50 51 ve üstü

2. İşletmenizin faaliyet alanı nedir?

Seyahat Konaklama Ulaştırma Yeme-içme Eğlence-dinlenme Alışveriş

3. İşletmenizin hukuki yapısı nedir?

Şahıs Şirketi Limited Şirket Anonim Şirket Diğer

4. İşletmenizin çalışan sayısı nedir?

0 1-9 10-49 50-99 100-249 250 ve üzeri

5. İşletmenizde yabancı dil bilen personel sayısı kaçtır?

0 1-5 6-10 11 ve üzeri

İşletmenizde yabancı dil bilen personel "VAR" ise 6. Soruyu cevaplayınız. "YOK" ise 7. Sorudan devam ediniz.

6. İşletme çalışanları hangi yabancı dilleri bilmektedir?

İngilizce Almanca Rusça Fransızca Diğer

7. İşletmenizde internet bağlantısı var mı?

Var Yok

8. İşletmenizin internet sitesi var mı?

Var Yok

9. İşletmenizin internet sitesi hangi dillerde?

Türkçe İngilizce Almanca Rusça Fransızca Diğer

10. İşletmenizde kaç adet bilgisayar bulunmaktadır?

0 1-10 11-20 21-30 31 ve üstü

11. İşletmeniz aşağıdaki belgelerden hangilerine sahiptir?

- Turizm İşletme Belgesi
 Turizm Yatırım Belgesi
 Yatırım Teşvik Belgesi
 Marka Tescil Belgesi
 ISO 22.000 Uluslararası Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi
 ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi
 TS18001 İş Sağlığı ve İş Güvenliği Yönetim Sistemi
 ISO10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi
 TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi
 Diğer

12. İşletmenizin tanıtımını nasıl yapıyorsunuz?

- Basılı broşür, e-broşür Tanıtım filmi
 Yerel televizyon reklamları Ulusal televizyon reklamları
 Yerel gazete ilanları Ulusal gazete ilanları
 İnternet üzerinden reklamlar El ilanları
 Sosyal medya reklamları Yayınlanan turizm rehberleri
 Basılı ve internet dergilerindeki gezi yazıları Fuar katılımları

Diğer (Lütfen belirtiniz).....

13. 2015 yılında hizmet verdiğiniz yerli turist sayısı kaçtır?

0 1-100 101-250 251-500 501-750 751-1000
1001 üstü

14. 2015 yılında hizmet verdiğiniz yabancı turist sayısı kaçtır?

0 1-100 101-250 251-500 501-750 751-1000
1001 üstü

15. Son 5 yıl içinde turizm sektörüne yönelik yatırımınız oldu mu?

Evet Hayır

Cevabınız "EVET" ise 16. ve 17. Soruyu yanıtlayınız. Cevabınız "HAYIR" ise 18. Sorudan devam ediniz.

16. Son 5 yıl içinde turizm sektörüne yönelik yaptığınız yatırım tutarı kaç TL'dir?

- 10.000 TL'den az 10.000 TL - 24.999 TL
 25.000 TL - 49.999 TL 50.000 TL – 99.999 TL
 100.000 TL – 249.999 TL 250.000 TL üzeri

17. Son 5 yıl içinde turizm sektörüne yönelik yaptığınız yatırımın sonuçları nasıl oldu?

- Beklediğimden iyi sonuç aldım.
 Beklediğim sonucu aldım.
 Beklediğim sonucu tam alamadım fakat yararı oldu.
 Beklediğim sonucu alamadım, ölü yatırım oldu.

18. Turizm sektörüne dair önümüzdeki 5 yıla dönük yatırım planınız var mı?

- Evet Hayır

Cevabınız "EVET" ise 19. Soruyu yanıtlayınız. Cevabınız "HAYIR" ise 20. Sorudan devam ediniz.

19. Yatırım planınızın toplam tutarı kaç liradır?

- 10.000 TL'den az 10.000 TL - 24.999 TL
 25.000 TL - 49.999 TL 50.000 TL – 99.999 TL
 100.000 TL – 249.999 TL 250.000 TL üzeri

20. İşletmenizin turizm sektöründe elde ettiği gelirin yıllara göre değişimini nasıl değerlendiriyorsunuz? Lütfen son 5 yılı düşünerek yanıtlayınız.

- Her geçen yıl arttı. Her geçen yıl azaldı. Sabit kaldı.

21. Turizm sektörüne hizmet veren bir işletme olarak yaşadığınız en önemli sorun nedir?

(Yalnızca tek seçenek işaretlenecektir)

- Nitelikli insan kaynağında eksiklik Ürün/hizmet kalitesinin yetersizliği
 Turizme yönelik finansal desteklerin yetersizliği Ürün/hizmetlerin tanıtımında yetersizlik
 Altyapı/üstyapı hizmetlerinin yetersizliği Sermaye yetersizliği

22. Bartın ilinin turizm potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Yüksek Orta Düşük

23. Bartın'da son 10 yıl içinde turizmin gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Gerileme oldu. Sabit kaldı. İlerleme oldu.

24. Bartın'da sizce turizmin gelişmesini olumsuz etkileyebilecek en önemli faktör nedir?

(Yalnızca tek seçenek işaretlenecektir)

- Altyapı/üstyapı yetersizliği Nitelikli insan kaynağı eksikliği

- Alternatif turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilememesi
- Turizm değerlerinin yeterince tanıtılmaması Yatırımlar için gerekli finansmanın bulunamaması
- Yerel halkın turistlere karşı hoşgörülü olmaması Kurumlar arasında işbirliğinin yetersiz olması

25. İlin turizmde markalaşma değerini arttırmak için aşağıdakilerden hangisi öncelikli olarak yapılmalıdır? (Yalnızca tek seçenek işaretlenecektir)

- İlin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımı yapılmalı
- Nitelikli insan kaynağı sorununa çözümler üretilmeli
- Sektörü geliştirmeye yönelik mali destekler artırılmalı
- Yerel halk turizmin önemi konusunda bilinçlendirilmeli
- İlerdeki turizm işletmelerinin kapasiteleri geliştirilmeli
- Kurumlar arası işbirliği artırılmalı
- Turizmin çeşitlendirilmesine yönelik çalışmalar hızlandırılmalı
- Turizmde örgütlenme desteklenmeli
- Altyapı ve üstyapı güçlendirilmeli

26. Sizce hangi gruba hitap etmek il turizminde öncelikli olmalı? (Yalnızca tek seçenek işaretlenecektir)

- Yerli turist Yabancı turist

27. Sizce aşağıdaki gelir gruplarından hangisine hitap etmek il turizminde öncelikli olmalı? (Yalnızca tek seçenek işaretlenecektir)

- Düşük gelir grubu Orta gelir grubu Üst gelir grubu

28. Sizce aşağıdaki turizm türlerinden hangileri Bartın ilinde geliştirilebilir?

Turizm Türleri	Evet	Hayır
Doğa sporları turizmi (Doğa yürüyüşü, bisiklet vb.)		
Yayla turizmi		
Sağlık ve termal turizmi		
Akarsu turizmi (Rafting vb.)		
Av turizmi		
Kuş gözlemciliği turizmi		
İnanç turizmi		
İş/kongre turizmi		
Sualtı dalış turizmi		
Yat turizmi		

Golf turizmi		
Kış sporları turizmi (Kayak vb.)		
Köy turizmi		
Tarım turizmi		
Çiftlik turizmi		
Gençlik turizmi (Kamp vb.)		
Mağara turizmi		
Hava sporları turizmi (Yamaç paraşütü vb.)		
Festival turizmi		
Yeme- içme turizmi		
Arkeoloji turizmi		

KAYNAKÇA

- ✚ Bartın Belediyesi. (2016). Bartın. (<http://www.bartın.bel.tr/Default.aspx>)
- ✚ Alaca, B. (1997). Turizm Politikası.
- ✚ Arslan, F. Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme
- ✚ Ateş, H. (2014). Turizm Sektörünün Dünya ve Türkiye'de Önemi ve Gelişme Potansiyeli
- ✚ Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi
- ✚ Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı. (2014). İstatistiklerle Batı Karadeniz
- ✚ Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı. (2014). Bölge Planı 2014-2023
- ✚ Ceylan, S. (2013). Bartın'ın Alternatif Turizm Kaynakları
- ✚ Charles R. Goeldner. (2009). Tourism: Principles, Practices, Philosophies
- ✚ Çımat, A. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme
- ✚ Dünya Turizm Konseyi. (2015). Country Reports
- ✚ Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm
- ✚ Gazi Üniversitesi. (2013). Gazi Üniversitesi'nin Dünya Bilimine Katkısı, Dünya'daki Yeri, Durum Analizi ve Yapılması Gerekenler Çalıştayı Sonuç Bildirgesi
- ✚ Gürbüz, A. (2009). Turizm Vizyonu
- ✚ Kalkınma Bakanlığı. (2014-2018). 10. Kalkınma Planı.
- ✚ Kalkınma Bakanlığı. (2012). Kamu yatırımlarının illere göre dağılımı. Yatırım Programlama, İzleme ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü.
- ✚ Karamanbüyük, E. Turizm Sektörü
- ✚ Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013
- ✚ Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010). Türkiye'de Turizm Politikaları ve Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri
- ✚ Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023
- ✚ Sarıçay, N. (2006). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Taslak Raporu Genel Değerlendirmesi

- ✚ Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi
- ✚ Toker, B. (2007). Türkiye’de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi
- ✚ Türkiye İstatistik Kurumu. (2014). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Bartın Verileri
- ✚ Türkiye İstatistik Kurumu. (2015). Sayılarla TR81 Bölgesi
- ✚ Türkiye İstatistik Kurumu (2013). Seçilmiş Göstergelerle Bartın
- ✚ Türkiye İstatistik Kurumu. (2014). Turizm Verileri
- ✚ TÜROFED. (2013). Seyahat Ligi Raporu
- ✚ UNWTO. (2009). Tourism Highlights.
- ✚ URAK. (2011). İller Arası Rekabet Endeksi.