

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**TURİZM VE OTELCİLİK**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**Made in Azerbaijan: deniz-kum-güneş turizmi**

**HAZIRLAYAN**

**İsabala Gasimov**

**1417.03011**

**BAKÜ-2018**

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**TURİZM VE OTELCİLİK**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**MADE IN AZERBAIJAN: DENİZ-KUM-GÜNEŞ**

**HAZIRLAYAN**

**İsabala GASİMOV**

**1417.03011**

**DANIŞMAN**

**Öğr.Gör. Aygün ABDULOVA**

**BAKÜ-2018**

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ  
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

---

**Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə**

**TƏSDİQ EDİRƏM**

**“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018**

**BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ**

**“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin** Turizm və Otelçilik (Turizm və Otelçilik) ixtisası üzrə

**təhsil alan tələbəsi**

**İsabala Qasimov İbrahimxəlil**

(adı, soyadı, atasının adı)

**Diplom işinin rəhbəri**

**Aygün Abdulova Ağasadıq müəllimə**

(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

**1. İşin mövzusu** Made in Azerbaijan: Deniz-Kum-Güneş

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin**

**“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 il**

**No**

**2. Tələbənin sona yetirdiyi işin kafedraya təhvil müddəti:** 8 ay

**3. İşin məzmunu və həcmi (izahı, hesabı və eksperimental hissəsi, yeni təhlilə ehtiyacı olan müəssisələr)** Özet, Giriş, Birinci bölüm, İkinci bölüm, Üçüncü bölüm, Sonuç ve Öneriler, Kaynakça

#### **4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar**

ALMEIDA García F. (2013), Tourism policy and territorial imbalances in Spain, BULLETİN OF GEOGRAPHY, SOCİO-ECONOMİC SERİES, No 22

CABRINI Luigi (2013). “Expert Group Meeting on Oceans, Seas and Sustainable Development: Implementation and follow-up to Rio+20”, SUSTAINABLE MARINE TOURISM, (18-19 Nisan 2013 New York) UNWTO, New York s. (2-5)

DAVENPORT John ve DAVENPORT Julia L. (2005), The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments Estuarine, Coastal and Shelf Science cilt 67 (2006: 280-292)

DUPEYRAS Alain (2016). OECD Tourism Trends and Policies, OECD Tourism Trends and Policies 2016 Workshop (10 March 2016, Berlin) OCED, Berlin

ECORYS (2013), Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level, Rotterdam/Brussels

EGRESI, Istvan (2016). Alternative Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability, (Elektronik Sürüm), Springer Yayımevi, Oklahoma

HOUNSLOW Arthor (1995). Water Quality Data: Analysis and Interpretation, CRC Press, Florida

IVANOVIC Milena (2008). Cultural Tourism, (Elektronik Sürüm), Juta and Company Ltd Yayımevi, Cape Town

KOZAK Metin ve KOZAK Nazmi (2011). “Sustainability of Tourism: Cultural and Environmental Perspectives”, *Sustainability of Tourism*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, s. (1-17)

MING Huang (2018), Cross-cultural Differences and Cultural Stereotypes in Tourism - Chinese Tourists in Thailand, Journal of Hotel & Bussines Management, Sichuan

**6. Buraxılış işi üzrə məsləhətçinin soyadı, adı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi (diplom işinin ona aid olan hissəsini göstərməklə)**

Dr. Şahin Əkbərov Şükür

**7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:**

Sıra No	İşin hissələrinin adı	Qurtarma faizi (yerinə yetirilmə)	İşin yerinə yetirilməsi müddəti	
			plan üzrə	faktiki
1.	Bölüm (Ekim 2017 – Ocak 2018)			
2.	Bölüm (Şubat 2018 – Nisan 2018)			
3.	Bölüm (Mayıs 2018)			

**Buraxılış işinin rəhbəri** \_\_\_\_\_  
**imza**

**Məsləhətçi** \_\_\_\_\_  
**imza**

**Tapşırığı imza üçün qəbul etdim** \_\_\_\_\_  
**(tələbənin imzası)**

**Tapşırığın qaytarılması tarixi “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018-ci il**

**Qeyd 1. Buraxılış işi üzrə verilmiş tapşırıq 2 nüsxədən ibarətdir. Nüsxənin biri tələbəyə verilir, ikincisi kafedrada qahr.**

**2. Hazırlanmış buraxılış işini tapşırıqla birlikdə tələbə DAK təqdim edir**

# **BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI**

ÖZET

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

1.1 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

1.2 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİNİN TÜRLERİ

1.3 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZM BÖLGELERİ

1.4 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ VE DİĞER TÜRLER  
ARASINDA İLİŞKİ

1.5 3S TURİZMİNDE PROBLEMLER

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

2.1. İSPANYA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

2.2. YUNANİSTANDA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

2.3. TÜRKİYEDE DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

2.4. TAYLAND'DA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

2.4. GÜRCİSTAN'DA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN'IN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZM POTANSİYELİ

3.1. METODOLOJİ

3.2 AZERBAYCAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

3.3 AZERBAYCAN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİNİN  
PROBLEMLERİ

3.4 POLİTİKA VE PROGRAMLAR

3.5 2017-2020 İÇİN AZERBAYCAN CUMHURİYETİ'NDE PLAJ  
TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN EYLEM PLANI

SONUÇ VE ÖNERİLER

## ÖZET

Turizm endüstrisinin gelişmesi sonucu turizm amacıyla seyahat eden insanların sayısı yıldan yıla artmaktadır. Bu ise uluslararası siyasi durumun iyileşmesi, ekonominin geliştirici olması ve insanların gergin emekten sonra haftasonu gezilerini, məzuniyetlerini kendileri için farklı ortamda geçirmeye eğiliminin yükselmesi ile yansır. Kültürel ve tarihi gelenekleri ile zengin olan Azerbaycan'da birçok turizm türünün gelişmesi için potansiyel var. Aynı zamanda ülkemizin gelişmiş alt ve üst yapısı, ulaşılabilirliği, görülecek yerlerin bulunması, güvenli olması deniz-kum-güneş turizminin gelişmesi için fırsat sunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Azerbaycan'ın stratejik yol haritasında yer alan "MADE IN AZERBAIJAN" markasının oluşturulması çerçevesinde Azerbaycan deniz-kum-güneş turizm potansiyelini ortaya koymak ve dünya tecrübesinden yararlanarak bu alanda Azerbaycan markasının oluşturulması imkanlarını araştırmaktır. İster Stratejik yol haritasında "Made In Azerbaijan" konseptine özel vurgu, isterse dayanıklı gelişmenin sağlanmasında turizmin rolüne devlet seviyesinde verilen önem bu araştırmanın önemini bir kez daha ortaya koyuyor. Bu çerçevede dünyada deniz-kum-güneş turizmi birikimi ortaya konmuş, daha sonra Azerbaycan'da deniz-kum-güneş turizm potansiyeli tanımlanmış ve teklifler verilmeye çalışılmıştır. Araştırmamızda nitel yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma verileri, bu alanda yazılmış bilimsel makaleler, istatistiksel bilgiler ve internet kaynakları gibi ikincil bilgi kaynakları, aynı zamanda mülakat yolu ile topladığımız birincil verileri içermektedir. Verilerin analizinde nitel analiz yöntemlerinden olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** 3s Turizmi, 3s Turizmi Ve Diğer Türler Arasında İlişki, Dünyada 3S turizmi, Azerbaycanda 3S Turizmi



## İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	i
ÖZET.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
GİRİŞ.....	1

## İÇİNDEKİLER BİRİNCİ BÖLÜM

### DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ

1.1 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ .....	2
1.1.1 3s Turizminin Tarihi .....	2
1.1.2 İşçi Sınıfı İçin Sahil Beldeleri.....	3
1.1.3 Dünya Çapında Genişleme .....	4
1.1.4 Deniz-Kum-Güneş Turizminin Gelişmesi.....	5
1.2 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİNİN TÜRLERİ .....	6
1.2.1 Kıyı Turizmi .....	6
1.2.2 Marine Turizmi .....	6
1.2.2.1 Dalış Turizmi .....	7
1.2.2.2 Resif Ziyartleri.....	8
1.2.2.3 Kruvazier Turizmi.....	8
1.3 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZM BÖLGELERİ .....	9
1.4 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ VE DİĞER TÜRLER ARASINDA İLİŞKİ .....	10
1.4.1 3S Turizmi ve Ekoturizm.....	11
1.4.2 3S Turizmi Ve Macera.....	12
1.4.3 3S Turizmi Ve Sağlık Turizmi .....	12
1.4.4 3S Turizmi Ve Eğlence Turizmi.....	13

1.4.5 3S Turizmi Ve Kitle Turizmi.....	14
1.4.6 Sürdürülebilir 3S Turizmi.....	14
1.5 3s Turizmde Problemler .....	18

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **DÜNYADA DENİZ KUM GÜNEŞ TURİZMİ**

2.1 İSPANYA TURİZMİNE GENEL BAKIŞ.....	22
2.1.1 İspanya Turizm Politikaları .....	26
2.1.2 İspanya Deniz-Kum-Güneş Turizmi .....	27
2.2 YUNANİSTAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ.....	29
2.2.1 Yunanistan Turizm Politikaları .....	31
2.2.2 Yunanistan'da Deniz-Kum-Güneş Turizmi .....	32
2.3 TÜRKİYE TURİZMİNE GENEL BAKIŞ.....	34
2.3.1 Türkiye Turizm Politikaları .....	34
2.3.2 Turkiyenin Deniz-Kum-Güneş Turizmi .....	36
2.4 TAYLAND TURİZMİNE GENEL BAKIŞ.....	37
2.4.1 Tayland Turizm Politikaları.....	38
2.4.2 Tayland Deniz-Kum-Güneş turizmi .....	40
2.5 GÜRCİSTAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ .....	40
2.5.1 Gürcistan Turizm Stratejileri .....	41
2.5.2 Gürcistan Deniz-Kum-Güneş Turizmi .....	42

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **AZERBAYCAN'IN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ POTANSİYELİ VE PROBLEMLERİ**

3.1 METODOLOJİ .....	44
3.2 AZERBAYCAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ.....	44
3.2.1 Azerbaycan Deniz Kum Güneş Turizmi .....	47
3.2.2 3S-Le İlgili Esas Turizm Etkinlikleri .....	47
3.2.3 3s Turizm Potansiyeli Yüksek Olan Bölgeler .....	49
3.3 AZERBAYCAN 3S TURİZMİNİN PROBLEMLERİ .....	50
3.4 POLİTİKA VE PROGRAMLAR.....	51

3.5 2017-2020 İÇİN AZERBAYCAN CUMHURİYETİNDE PLAJ TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN EYLEM PLANI.....	52
3.6 AZERBAYCAN'IN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ ALANINDA POTANSİYELİNİN VE SORUNLARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK MÜLAKAT ARAŞTIRMASININ BULGULARI.....	54
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKÇA.....	68

## Giriş

Turizm, istihdam ve gelir yaratan en önemli endüstrilerden biridir. Tarihin en eski turizm türlerinden biri olan deniz kum güneş turizmi günümüzde güncelliğini korumaktadır. Deniz-Kum-Güneş günümüzde en fazla tercih edilen turizm türüdür. Özellikle 20. yüzyılın son ortalarından itibaren teknolojik gelişmelerin etkisi sonucu hava ve kara ulaşımının kolaylaşması deniz kum güneş turizminde hızlı yükselişe neden oldu. Deniz-Kum-Güneş turizmi tek başına büyük bir bileşen olmasına rağmen diğer turizm türlerinden büyük ölçüde ayrıktır.

Deniz-Kum-Güneş turizminin son yıllarda hızlı gelişimi ve ülkeye katkılarından yola çıkarak hazırlanan bu araştırmanın amacı Azerbaycanın deniz-kum-güneş turizmi alanındaki potansiyelini, problemlerini və imkanları ortaya koymaktır.

Araştırma özet, giriş, üç bölüm ve sonuçtan oluşmaktadır.

Birinci bölümde Deniz-Kum-Güneş Turizmi ikincil verilere dayanarak literatür incelemesi yapıldı. Burada Deniz-Kum-Güneş Turizminin tarihi, ilk ne zamandan başlanmış bu işe, deniz-kum-güneş sözcüğünün tanımı ve kriterleri ortaya koyuldu.

İkinci Bölümde Dünyada Deniz-Kum-Güneş Turizmi, dünya ülkelerinin bu alanda tecrübeleri, deniz-kum-güneş turizminde önde olan ülkeler, bunu nasıl yaptıkları hakkında bilgiler ortaya koyuldu.

Üçüncü bölümde Azerbaycanın deniz-kum-güneş turizminde potansiyeli ve sorunları, ikincil ve birincil verilere dayanılarak araştırılmıştır. Birincil veriler biçimsel mülakat yöntemi ile bu alanda çalışan ve uzman kişilerden toplanmıştır.

Sonuç kısmında toplanan birincil ve ikincil verilerden yola çıkarak Azerbaycan'ın deniz-kum-güneş turizmi alanındaki potansiyeli ve sorunları yorumlanarak teklifler verilmiştir.

# **BİRİNCİ BÖLÜM**

## **DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ**

### **1.1 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ**

3S turizmi deniz, kum ve güneş gibi kaynakları ve bu kaynakların iştiraki ile oluşan turizm türlerinin birçoğunu kapsamaktadır. Deniz Kum Güneş turizmi kıyı turizmi ve marine turizmi olarak çeşitli yönlerden ele alınmaktadır.

Plaj turizmi, en eski ama modern turizm biçimlerinden biri ve turizm endüstrisinin temelidir. Kıyı tatil beldelerindeki bu tür turizmin genellikle kumsalın kaçınılmaz bir çekiciliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir, ancak turizm ve boş zamanların, plajların arzu edilirliliğinin oluşumunun doğal bir parçası olduğu düşünülmektedir. Bir destinasyon olarak, plaj neredeyse modern turizm makamlarıyla eş anlamlıdır. Bu sebeplerinden biri arzu edilen bir zevk alanı olarak kumsalın, bir sahil beldesi ve eğlence parkı olarak kademeli olarak yeniden yapılanma yoluyla tehlike ve tuhaflık duygularının yenilgisinden sonra 19. yüzyıla kadar kayda değer bir tercih haline gelmemesidir (Tyler, 2009: 3-6).

#### **1.1.1 3s Turizminin Tarihi**

Roma döneminde, İtalya'daki Tiren Denizi'ndeki Baiae kasabasına, yeterince zengin romalılar başvuruyordu. Essex'te, Mersea Adası, İngiltere, Colchester'da yaşayan varlıklı Romalılar için bir sahil tatil yeri idi (Tyler, 2009: 3-6).

19. yüzyılın ortalarından itibaren popüler bir tatil yeri olarak kumsalın gelişimi, şimdi ki küresel turizm endüstrisinin ilk tezahürüdür. İlk sahil beldeleri olan deniz kenarına ve o zamanki gözde kaplıca kasabalarına 18. yüzyılda aristokrasinin rekreasyon ve sağlık için ziyaretleri

sıklaşmaya başladı. En erken böyle sahil beldelerinden biri, 1720'lerde Yorkshire'da Scarborough'ydu. 17. yüzyılda kentin güneyine doğru uçurumlardan birinden akan bir asidik su akımı keşfedildiği için popüler bir kaplıca kenti olmuştu (www.content.historicengland.org.uk, 2018).

### **1.1.2 İşçi Sınıfı İçin Sahil Beldeleri**

Bu boş zamanın orta ve işçi sınıfına yayılması, 1840'lı yıllarda demiryollarının gelişmesiyle başladı ve bu da hızla büyüyen tatil köylerine ucuz ve uygun fiyatlı seyahet sunuyordu. Özellikle, Poulton'dan küçük sahil kasabası Blackpool'a bir şube hattının tamamlanması, sürekli bir ekonomik ve demografik patlamaya yol açtı. Trenle gelen ziyaretçilerin ani bir akışı, girişimcilerin konaklama kurma ve yeni ilgi alanları yaratma motivasyonunu sağladı. Bu da 1850 ve 1860'larda daha fazla ziyaretçiye ve hızlı bir büyüme döngüsüne yol açtı (www.content.historicengland.org.uk, 2018).

Büyüme, Lancashire pamuk fabrikası sahipleri tarafından, her yıl bir hafta boyunca fabrikalara servis ve tamir makinelerine kapanış uygulamalarıyla yoğunlaştırıldı. Bunlar, uyanıklar haftaları olarak bilinirdi. Her kasabanın değirmenleri, Blackpool'un yaz aylarında uzun bir süre boyunca istikrarlı ve güvenilir bir ziyaretçi akışını yönetmesine olanak tanıyan farklı bir hafta için kapanacaktı. Tatilin önemli bir özelliği, insanların dikkatini çekmek için eklektik bir performans çeşitliliğinin sergilendiği gezinti ve zevk iskeleleriydi. 1863'te, Blackpool'daki North Pier tamamlandı ve seçkin ziyaretçiler için hızla bir cazibe merkezi haline geldi. Merkez İskelesi 1868 yılında bir tiyatro ve büyük bir açık hava dans pistiyle tamamlandı (www.popflock.com, 2018).

Birçok popüler sahil tesisi, kadın ziyaretçiler için banyo makineleriyle donatıldı çünkü dönemin tüm plaj elbiseleri insanlar tarafından alçak

gönüllülükle karşılanmamaktaydı Yüzyılın sonlarına doğru, İngiliz sahil şeridi 100'den fazla büyük belde nüfusu vardı, bazıları 50.000'i aşan nüfusa sahipti (www.history.ac.uk, 2018).

### **1.1.3 Dünya Çapında Genişleme**

İngiltere dışındaki birçok sahil beldesinin gelişiminin en önemli sebeplerinden biri, İngilizlerin plajlara olan sevgisi ile canlanlanmasıydı. Akdeniz kıyısındaki Fransız Rivierası, 18. yüzyılın sonlarına doğru İngiliz üst sınıfı için popüler bir yer haline gelmişti. 1864'te Nice'e giden ilk tren yolu tamamlandı ve Riviera'yı Avrupa'nın dört bir yanından gelen ziyaretçiler için erişilebilir hale getirdi. 1874'te, Nice'de, çoğu İngiliz olan, 25.000 den fazla yabancı yerleşimcinin olduğu görülmektedir.

Kıyı şeridi, Kraliçe Victoria ve Kral VII. Edward dahil olmak üzere Avrupa'nın asilleri arasında ününü artırmakta ve onları bu tatil beldelerine çekmekteydi (www.popflock.com, 2018).

Amerika Birleşik Devletleri'nde ise 1800'lerin sonlarındaki erken sahil beldeleri, zengin sınıf ve şehir işadamlarına hitap etmekteydi. Cape May, New Jersey, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Delaware Nehri üzerindeki düzenli vapur trafiğinin 1812 Savaşı'ndan sonra başladığı ilk sahil beldelerinden biri haline gelmekteydi. Cape May'ın ilk ziyaretçileri, 1847'de Henry Clay'i ve 1849'da Abraham Lincoln'ü içeriyordu. 1880, Henry Flagler, kuzeydeki üst sınıf ailelerin güneyini subtropikal Florida'ya çeken, Amerika'nın Atlantik kıyı şeridinden güneye doğru birkaç demiryolu hattını genişletti. Florida Doğu Kıyısı Demiryolu Kuzey turistleri St. Augustine'ye daha fazla sayıda getirdi ve 1887'de Flagler, St. Augustine'de 540 odalı Ponce de Leon Hotel ve Hotel Alcazar'da iki büyük süslü otel inşaatına başladı ve Casa Monica'yı satın aldı (Ressetar, 2011).

Kıta Avrupası'nın Avrupa'ya yönelik tavırları ve çıplaklık konusundaki tutumları İngiltere'den daha gevşek olma eğilimindeydi ve İngiliz ve Fransız girişimciler olasılıkları istismar etmekte zorlanmıyorlardı. 1863'te Monaco, Charles III ve Fransız bir işadamı olan François Prensi François Blanc, büyük lüks oteller, bahçeler ve kumarhanelerin yapıldığı Nice'den Monako'ya kadar giden ziyaretçiler için buharlı gemiler ve arabalarla turlar düzenledi. Yer Monte Carlo olarak yeniden adlandırıldı. Ticari denizcilik ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nin diğer bölgelerine ve 20. yüzyılın başlarında sörfün popüler hale geldiği Avustralya gibi İngiliz İmparatorluğu'nun bazı bölgelerine yayıldı. 1970'li yıllara gelindiğinde ucuz ve ucuz hava yolculuğu, gerçekten küresel bir turizm pazarının büyümesi için katalizör olmuştur. Bu yıllarda sahil beldelerinin turizm belgesi olarak gelişmesinin ardından kıyı şeritlerinde yerleşen birçok köy ve kasabalarda rekreasyonel balıkçılık ve eğlence botu arayışları son zamanlarda çok kazançlı hale geldi ve geleneksel balıkçı köyleri genellikle bu avantajdan yararlanmak için iyi bir konumdalardı. Örneğin, Florida sahilinde bulunan Destin, bir balıkçı köyünden büyük bir balıkçı teknesi olan büyük bir balıkçı teknesiyle turizme ayrılmış bir sahil belgesine dönüşmüştür. Sonraki zamanlarda balıkçı köylerinin turist çekiciliği o kadar büyük oldu ki, Kore hükümeti turist çekme gücü için 48 balıkçı köyü inşa etdi (www.popflock.com, 2018).

#### **1.1.4 Deniz-Kum-Güneş Turizminin Gelişmesi**

1950-1960 yıllarına geldiğimizde artık 2. Dünya Savaşının yeniden ortaya konması gerekiyor. Uluslararası turizm hava taşımacılığına başlanmasından ve gelişmesinden sonra muazzam bir şekilde arttı. Jet motorları 1958'de piyasaya sürüldü ve taşımacılıkta derim niteliğinde gelişmeye neden oldu. Jet seyahatinin çıkışı dramatik olaydı. Hızlı



trenlerin ve jet uçakların keşfinin seyahate hız, komfor ve verim katması, iletişimin kolaylaşması savaştan sonra insanların refah düzeyinin yükselmesi ve boş zamanlarının oluşması insanların tatilyapma isteklerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Savaştan sonara çıktıkları dönemin baskısı ve gerginliyini üzerlerinden atmak isteyen insanların tatil yapma ve dinlenme arzuları oluşmuştu. Genellikle dinlenme amaçlı seyahet eden insanların esas turizm destinasyonları Deniz Kum Güneş turizminin yaygın olduğu sahil bölgeleri oldu ve bu bölgeler ulaşım kolaylıkları sayesinde çok sayıda turist tarafından ziyaret edildi (Patel ve Nayab, 2014).

## **1.2 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİNİN TÜRLERİ**

### **1.2.1 Kıyı Turizmi**

Deniz Kum Güneş turizminin iki çeşidinden biri olan Kıyı turizmi- sahile ve denize yakın olan arazilerde gerçekleştirilen, bunun yanı sıra yüzme, sörf, güneş banyosu ve diğer kıyı rekreasyonu faaliyetlerinin de dahil olduğu arazi bazlı turizm faaliyetlerini kapsar. (Ecorys, 2013).

### **1.2.2 Marine Turizmi**

Deniz Kum Güneş turizminin iikinci çeşidi olan Deniz turizmi- tekne, yatçılık, seyir, deniz sporları, karasal hizmetleri ve altyapıları gibi deniz temelli faaliyetlere atıfta bulunmaktadır (Ecorys, 2013).

Kıyı ve deniz ortamlarında yer alan turizm faaliyetleri, klasik tatil beldesinin geleneksel pasif eğlence deneyimlerinin çok ötesine geçmiştir. Geleneksel plaj tatili günümüzde bir kitle turizmi fonosu olarak kalırken, deniz turizmi artık plaj aktivitelerinin ötesinde tüplü dalış ve şnorkelle rüzgar sörfü, jet ski, balık tutma, deniz kayağı, balıkçı köyleri ziyaretleri, deniz parkları ve akvaryumlar gibi geniş spektrumlu etkinliklere kadar uzanmaktadır. Diğerleri arasında yelken ve motorlu

yat, denizcilik etkinlikleri ve yarışları ve gemi denizcilik endüstrisi de yer almaktadır (Higham ve Lück, 2008).

### **1.2.2.1 Dalış Turizmi**

Dalış turistleri, her zamanki ikamet yerinden seyahat eden, en az bir gece geçiren ve tüplü dalış, şnorkelle yüzme, snuba veya yeniden soluma aparatları da dahil olmak üzere bir veya daha fazla etkinliğe aktif olarak katılan şahıslar olarak tanımlanmıştır. Bu günlerde, dalış turizmi tanımında serbest dalış da var.

Dalış turizmi her yerde bulunur ve tüm dünyada gerçekleşir ancak dalış turizmi çoğunluğu tropiklerin daha az gelişmiş olduğu ülkelerde, suların ılık olduğu, denizin mavilikle görülebildiği ve deniz şartlarının genellikle sakın olduğu yerlerde olur. Dünyanın mercan resiflerinin çoğunun bulunduğu tropik bölgelerde dalış yapmak genellikle daha kolay ve daha güzel bir olay olduğundan turistler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Dalış turistleri daha fazla deneyim kazandıkça, birçoğu düzenli dalış turizmi tatillerinde tropik bölgelerde bulunan diğer yerleri keşfetmeye devam etmektedir (www.thedivetourist.com, 2018).

**Popüler dalış yerleri:** Avrupa dalış gezginlerinin ana dalış bölgeleri Kızıl Deniz, Maldivler, güneydoğu Asya, Akdeniz bölgesi ve Karayipler'dir.

Gelişmekte olan ülkelerdeki en popüler dalış yerleri şunlardır:

- Mısır
- Tayland
- Maldivler
- Meksika
- Endonezya
- Galapagos Adaları

Bu destinasyonlar, çekici su altı hayatı, iyi hava bağlantıları ve hoş hava koşulları sunmaktadır. Avrupa'nın soğuk mevsimlerinde özellikle kısa mesafeli hedeflerin daha az cazip olduğu yerlerde özellikle popülerdirler. Jeopolitik istikrarsızlık, Mısır ve Maldivler gibi bu destinasyonların bazılarında bu turizm sektörünü etkilemeye devam edebilir. Bu talihsiz koşullar, diğer potansiel dalış yerleri için fırsatlar yaratabilir (www.cbi.eu, 2018).

### **1.2.2.2 Resif Ziyartleri**

Teknolojinin gelişmesi ve rekreasyonel seyahatlere ilginin hızla artmasıyla birlikte, 1970'lerin ve 80'lerin sonunda resif turizmi hızla gelişmeye başladı. önceleri bu turizm türü sadece resifleri gözlemlemek maksatlı olsada sonradan Şnorkelle yüzme ve daha sonra Scuba dalışı da bu aktiviteler içerisine dahil edildi.

Sonuç olarak, sektöre dahil olan firma sayısı 1968'de 12'den az, 1987'de 180'e ve 1998'de 742'ye yükseldi. Benzer şekilde, ziyaretçi sayısında da büyük bir artış oldu.1980'lerin başlarında, bunun yılda 150.000 ziyaretçi günü olduğu tahmin edildi. Bu rakamlar 1950 öncesi dönemin 40 katıydı ve bu turizm türünün ne büyüklükte potansiele sahip olmasını göstermekteydi. 1987'de bu rakam 450 000'e yükseldi ve 10 yıl sonra 1,6 milyon ziyaretçi kaydedildi.

Finansal açıdan bakıldığında, 1999 yılı üzerinden hesaplanan toplam resif turizmi değeri ile yaklaşık 650 milyon dolara yükseldi. Önümüzdeki on yıl için büyüme tahminleri yüzde beş ile on arasındadır (www.divingcairns.com.au, 2018).

### **1.2.2.3 Kruvazier Turizmi**

Büyük yolcu gemileri, 1960'larda ve 1970'lerde, yaklaşık bir asırdır okyanusötesi taşımacılığın öncü modu olduktan sonra, önemli bir düşüş göstermiştir. Bununla birlikte, son 30 yılda yolcu gemilerinin artan

başarısı ile yolcu trafiği bir nevi rönesans gördü. 2003 yılına kadar yılda yaklaşık 12 milyon yolcu taşıyan yaklaşık 250 yolcu gemisi hizmete girdi. Akdeniz ve Karayipler şu anda başlıca destinasyonlardır, ancak kutup suları da daha maceracı turistleri cezbedmektedir. Yolcu gemileri bir dizi ekolojik problem yaratır. Maddelerin yasadışı olarak boşaltılması en büyük problemlerden biridir. Tropikal sularda demirleyen kruvaziyer gemisi, mercan resiflerine ciddi uzun vadeli hasarlarla verebilmektedir. Hem mercanlara hem de deniz otu yataklarına zarar veren sonuçlara neden olmaktadır (Davenport, 2005). Çoğu zaman bozulmamış deniz habitatlarına işlenmeden atılan önemli miktarda çöp, atık su ve kanalizasyon üretirler. Uluslararası Denizcilik Örgütü, her yolcunun günde 3,5 kg çöp ve katı atık ürettiğini tahmin ediyor. Tipik bir yolcu gemisi, 1 haftalık bir yolculuk sırasında yaklaşık 1 milyon litre 'siyah su' yani kanalizasyon tahliye eder. Göreceli olarak kabul edilemeyen bir problem, kruvaziyer gemilerinin çok sayıda insanı başka yollarla ulaşılamayan uzak alanlara da indirmeleridir.

Bu vahşi yaşamı rahatsız etmenin yanı sıra, resiflere zarar verebilecek çok sayıda şnorkelle dalışlar yapılmaktadır ve bu talep giderek büyümektedir.

Ancak günümüzde gemi kaynaklı katı atık artık denizde yasal olarak boşaltılmadığından, katı atıklar çoğu zaman çöp toplama yerlerinde çöplük alanlarına boşaltılmakta, böylece kirlilik ve yaşam alanı kaybına mümkün olduğu kadar katkıda bulunmaktadır (www.tourism.gov.in, 2018).

### **1.3 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZM BÖLGELERİ**

En önemli deniz kum güneş turizm destinasyonlarını şöyle sıralamak mümkündür:

- Akdeniz bölgesi - Balearler'ten Kıbrıs'a.

- Karayipler bölgesi - çoğunlukla Küçük ve Büyük Antiller'in adaları, Bahamalar ve bir bakıma Bermudalar.
- Polinezya bölgesi - Yeni Zelanda, Hawaii ve Paskalya Adası arasında.
- Orta ve Batı Hint Okyanusu bölgesi - özellikle: Sri Lanka, Maldivler Seyşeller, Mascarene Adaları, daha az derecede Madagaskar, Komorlar (Başta Mayotte), Zanzibar ve Afrika kıyı şeridinde yakın diğer adalar;
- Polinezya bölgesi - Yeni Zelanda, Hawaii ve Paskalya Adası arasında.
- Doğu Atlantik bölgesi - çoğunlukla Kanarya ve Madera; Cape Verde, Sao Tome ve Principe da dahil olmak üzere Batı Afrika sahil şeridindeki diğer adaların turistik anlamı, küresel ölçekte nispeten küçüktür.
- Malezya'nın Malezya yarımadasının her iki yanında yer alan adalar-Andaman Denizi ve Güney Çin Denizi'ndeki adaların yanı sıra Malezya ve Filipin ile Tayvan adaları.
- Mikronezya bölgesi - Kiribati'deki Palau'dan Gilbert Adaları.
- Melanezyen bölge - Papua Yeni Gine'den Solomon Adaları'na, Vanuatu, Yeni Kaledonya, Fiji (Cabrini 2013: 2-5).

#### **1.4 DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ VE DİĞER TÜRLER ARASINDA İLİŞKİ**

3S turizmi doğaya dayalı bir turizm türü olduğundan diğer doğaya dayalı türlerle ilişki içerisine girmektedir. Doğaya Dayalı Turizm, Doğaya Dayalı Turizm'in deyimiyile, doğal çevre ile doğrudan ilişkili olan atılımlara dayanan her türlü turizm faaliyetlerin içermektedir. Ekoturizm ve 3S turizmi, her ikisi de doğa temelli turizm türüdür. Bunun yanı sıra

Deniz Kum Güneş turizmi Sağlık turizmi, ve Eğlence turizmini de içerisinde barındırmaktadır (Fennell, 2008).

Kuşkusuz 3S turizmi turizm türleri arasındaki en büyük bileşendir ve ekoturizm, macera turizmi ve sağlık turizmi ile örtüşmesi haricinde büyük ölçüde ayrıktır.

Doğa temelli 3S turizmi, tüm uluslararası turizm faaliyetlerinin belki de yüzde 20-25'ini oluşturuyor. Karayipler ve Akdeniz havzaları, Güney Pasifik ve güneydoğu Asya ve Hint Okyanusu kenarları gibi zevk çevre bölgelerinde çok daha yüksek bir orana sahiptir (Sharma, 2005).

#### **1.4.1 3S Turizmi ve Ekoturizm**

'Deniz, kum ve güneş' kaynak tabanına sahip olan 3S turizmi, doğaya dayalı turizm kategorisinde açıkça yer almaktadır. Bununla birlikte, kitle turizmi ile ilişkisi ve hedonizm üzerine ekoturizm ile ilişkisi düşünüldüğünde, genellikle turizm spektrumunun zıt ucunda motivasyon, etki ve ölçek bakımından konumlanan ekoturizm ile bir bağlantı nadiren yapılır. Bu belirgin uyumsuzluğa rağmen, üst üste gelme tepkisini açıklayan büyük bir faaliyet kümesi var.

Ekoturizm ile örtüşen en iyi örnek, sürdürülebilir bir şekilde üstlendiği tüple dalış, şnorkelle yüzme, denizaltı turizmi, resif ziyaretleri ve diğer deniz gözlem türleri gibi uğraşlardır (Honey, 2008).

Bu tür faaliyetler genellikle 3S yönelimli tatiller ile ilişkilidir, ancak deniz çevresinin gözlemine odaklanmaları ve sürdürülebilir bir şekilde takip edilmeleri durumunda, yaygın olarak kabul edilen ekoturizm tanımları ile tamamen örüşebilir ve tutarlı olabilir.

Bu, deniz gözleminin zorunlu olarak bir ekoturizm biçimi olması değil, 3S turizmi ile yakın bir ilişki temelinde dışarıda bırakılmaya dair temel bir gerekçe olmamasıdır (www.shora.tabriz.ir, 2018).

### **1.4.2 3S Turizmi Ve Macera**

Yumuşak macera turizmi ile örtüşme jet ski, rüzgar sörfü ve su kayağı gibi alanlarda ortaya çıkar. Deniz Kum Güneş turizmi faaliyetleri ile kesişen bu macera turizmi faaliyetlerine ilgi ve de katılım giderek artmaktadır. Deniz Kum Güneş turizmi ve Ekoturizmin örtüşmesi yumuşak bileşenin dahil edilmesiyle bile, macera turizmi ile olan örtüşmeden daha küçüktür (Sharma, 2005).

### **1.4.3 3S Turizmi Ve Sağlık Turizmi**

Ayrı bir alt sektör olarak doğa temelli sağlık turizmi, söz konusu terapötik su veya çamurun tedarikine dayanan kaplıcalar ve diğer tesislerle yakından ilişkilidir. Bu tür sağlık turizmi türleri, İkinci Dünya Savaşı öncesinde küresel turizmde önemli bir yere sahip olmuş, ancak nispeten ucuz olan 3S alternatiflerinin ortaya çıkmasıyla birlikte önemi azalmıştır. İronik olarak, 3S turizminin kendisi, kaplıca fenomeninin tuzlu su yönelimli varyantı olarak ortaya çıkmıştır (Sharma, 2005).

Turizm her zaman kendini yenilenmenin yanı sıra gevşeme, rahatlama veya hoşgörünün bir sonucu olarak görülmüştür ([www.haberturk.com](http://www.haberturk.com), 2018).

Deniz-Kum-Güneş üşlününün ayrı-ayrılıkta ister psikolojik, isterse de fiziki olarak insanlar üzerinde birçok olumlu ve olumsuz etkileri mevcuttur.

Deniz suyu cildinizi temizler, bağışıklık sistemini güçlendirir, romatizma gelişimini yavaşlatır, kaygıyı azaltır, nefesleri iyileştirir, kalın bağırsağı temizler, Karaciğer ve böbrek problemleriyle savaşmaya yardımcı olur, uykusuzluğu önler ve depresif belirtileri azaltır ([www.surfertoday.com](http://www.surfertoday.com), 2018).

Güneş ışınlarındaki ultraviyole-B radyasyonuna maruz kalmak, bir kişinin cildinin D vitamini oluşturmasına neden olur. D vitamini açık bir

şekilde herhangi bir güneşli plajda bol miktarda bulunur ve kalsiyum emilimini, otoimmün yanıtı ve ruh halini iyileştirmeye yardımcı olduğu gösterilmiştir. Güneş sayesinde yapılan D vitamini kemik sağlığında büyük rol oynar. Orta miktarda güneş ışığının kanser önleyici faydaları vardır. Çevre Sağlığı Perspektifleri'nden yapılan bir araştırmaya göre, daha az gün ışığı alan bölgelerde yaşayanlar, gün içinde daha fazla güneşin olduğu yerlerde yaşayanlardan kansere sahip olma ihtimalinin daha yüksek. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, güneşe maruz kalmak doğru insan için çeşitli cilt durumlarını tedavi edebilir açabilir (www.healthline.com, 2018).

Kum üzerinde yürümenin rahatlatıcı bir özelliği vardır. Topraklama olarak da bilinen topraklamanın arkasındaki teori, çıplak ayakla özellikle ıslak veya nemli kumda yürürken dünyadaki elektrik enerjisinin ayaklarınızdan emilebilmesidir. Islak kum, ölü deri hücrelerini vücudunuzdan sıyrmanıza yardımcı olan bir ekosiyan görevi görür. Dünya üzerinde bir çok kıyı ülkelerinde kıyıları sadece dinlenme amaçlı değil aynı zamanda bir çok hastalıkların tedavisi için sağlık amaçlı kullanılmaktadır (www.softstarshoes.com, 2018).

#### **1.4.4 3S Turizmi Ve Eğlence Turizmi**

Eğlence turizmi; turizm seyahatinde en önemli motivasyon, rahatlama ve manzaranın değişimini yaşama fırsatıdır. 3S ve 4S kitle turizmi formları, güneşlenmek ve yüzmek gibi popüler eğlence aktivitelerine dayanmaktadır. Eğlence turizmi 3S turizminin içinde büyük ölçüde yer almaktadır. Diğer Eğlence aktiviteleri arasında kaya tırmanışı, golf, kumar ve b aktiviteler bulunmaktadır. Eğlence amaçlı seyahat, turizm seyahatinin baskın bir şeklidir (Ivanovic, 2008).



### **1.4.5 3S Turizmi Ve Kitle Turizmi**

Deniz Kum Güneş turizmi tarihinin daha eskilere dayanmasına rağmen turizmin katılımcı sayısına göre çeşitlendirilmesinden itibaren Kitle turizminin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Kitle turizmini incelediğimizde Deniz Kum Güneş turizminin Kitle turizmi içinde çok büyük ve önemli bir rolü olduğu ortaya çıkmaktadır. Deniz Kum Güneş turizmiyle Kitle turizminin gelişimi de aynı dönemleri kapsamaktadır.

Kitle turizminin tanımı: Kitle turizmi terimi, genellikle turizm profesyonellerinin organizasyonu altında benzer amaçlarla birlikte seyahat eden insan grupları için önceden planlanmış turlar için kısaca kullanılır. Kitle turizmi, zamanla tatil turizmi olarak suistimal edildi ya da tatil turizmine karıştırıldı. Ancak, kitle turizmi “bireysel turizmin” tamamen tersi olsa da her ikisi de tatil turizmi pazarlarını kapsayan kapsam bakımından daha geniştir (Sezgin ve Yolal, 2012).

Kitle turizmi, bir seferde büyük miktarlarda insanlarla bir tatil mekanı ziyaret etme eylemidir. Kitle turizminin gelişimi, teknolojinin gelişmesine ve iyileşmesine paraleldir. Ulaşım ve internet zaman içinde çok fazla gelişti, iletişimi hızlı ve kolay hale getirdi. Bu sayede turistlerin internette araştırma yapmalarına, keşfetmelerine ve rezervasyon yaptırmalarına ve hatta tatillerini online yapmalarına izin verir, böylece kitle turizminin hızlı atmasına katkıda bulunur. Bunun yanında, ulaştırma sektöründeki teknolojideki iyileşme de, çok sayıda insanın boş zaman alanlarına kısa bir süre içinde taşınmasına yardımcı olmakta, böylece daha fazla insan boş zamanın faydalarından faydalanmaya başlayabilmektedir (www.ukessays.com, 2018).

### **1.4.6 Sürdürülebilir 3S Turizmi**

Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların hiç bir zarar ve olumsuz etki etmeksizin rekreasyon amaçlı olarak kullanılmasını kapsar. Genellikle

deniz kum güneş turizminin çevreye olan olumsuz etkileri konuşulmakta olsada bu tür turizm faaliyetlerini sürdürülebilir bir şekilde yapmakta mümkündür. Bu, çevre dostu botla, balina ve yunus izleme, şnorkelle dalma ve tüplü dalışa bağlı bağlantı, balıkçılık ve diğer turizm faaliyetlerini içerir (Swarbrooke, 1999).

Deniz Kum Güneş turizmi, bazı kesimlerde doğa bazlı turizmin en tartışmalı tezahürü olarak algılanan en geniş, en konvansiyonel turizm türüdür. Büyük ölçüde, yirminci yüzyılın ikinci yarısına ait bir fenomen olan 3S turizmi, Güney Pasifik'in parçalarıyla güneydoğu Asya ve Hint Okyanusu havzası, Akdeniz ve Karayip havzalarının önemli bir bölümünü işgal eden, eğlence ağırlıklı bir 'zevk çevresinin' ortaya çıkışıyla yakından ilişkilidir. Tartışma unsuru, turizmin bu biçiminin turizmin sağlayabileceği olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyokültürel etkilerin simgesi haline gelmesidir. Dahası, 3S turizmi, ekoturizm ya da macera turizmi altındakilerden daha az meritoryum olarak görülen hedonistik dürtü ve motivasyonlarla birlikte kitle turizmi ile eşittir. (Weaver,1998).

Yirminci yüzyılın sonunda, 3S turizmi bir paradoksla karşı karşıyadır. Bir yandan, 3S turizminin sürdürülebilirlikle ilgili sorunlarını ele alarak, bir “gün batımı” sektörü oluşturduğuna dair suçlamalar mevcuttur. Bu suçlamalar sürdürülebilirlik halindeki çağdaş durumundan daha çok sürdürülebilirlikten daha eski, sürdürülemez bir 3S ile daha uyumlu hale gelmesi yönündedir. Dahası, 3S turizm faaliyetlerine katılmanın bilgeliği, ozon tabakasının sürekli erozyona uğraması nedeniyle, uzun süreli güneşe maruz kalma ile cilt kanseri arasındaki bağlantıyı kanıtlayan ciddi bir sorudur. Öte yandan, 3S turizmi son derece popüler bir tatil seçeneği olmaya devam ediyor ve dünyadaki subtropikal ve sıcak ılıman kıyı bölgeleri boyunca memnuniyetsizce

genişlemeye devam eden zevk periferi oluşturmaktadır. Resif ziyaretleri ve tüplü dalış gibi 3S turizminin belli yönleri, turizme bağlı aktivitenin en hızlı büyüyen türleri arasındadır. Paradoks, kısmen, “sürdürülebilir turizm” uygulamalarının benimsenmesi ve ekoturizm gibi alternatif turizm uygulamaları ile daha yakın bir ilişki kurulması yoluyla kendini yeniden üretme konusunda sanayinin ifade ettiği ilgi ile açıklanmaktadır (www.eurekamag.com, 2018).

Sürdürülebilir turizm gelişimi için bir çerçeve, ekonomik, sosyal ve estetik, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini karşılayabilecek şekilde, tüm kaynakların yönetimine öncülük etmektedir. Ancak sürdürülebilir turizm ve diğer türevlerinin, özellikle kıyı bölgelerinde kavramsallaştırma, terfi ve uygulama bağlamında anlaşılması gerekmektedir (Weaver, 1998).

Sürdürülebilir kıyı gelişimi, çevre ve ekolojik sınırlara olan yeni bir saygıyı ifade eder; bu da, prensipleri korurken ekolojik çıkarlar yaşamının, geleceğe yönelik yeni bir yönelimin ve uzun vadeli bir planlama ve yönetim zaman çerçevesinin benimsenmesine yönelik bir hedefdir. Nitekim, sürdürülebilir kıyı gelişimi, daha fazla yaşanabilirliği ve kıyı bölgesindeki kaynakların ve fırsatların adil bir şekilde dağıtılmasını teşvik etme girişimi anlamına gelmektedir. Turizmin çoğu toplumda önemli bir rol oynadığı için yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Mevcut eğilimlerin yeniden gözden geçirilmesi, potansiyellerin açığa çıkarılması ve alternatiflerin yaratılması ve teşvik edilmesi gerekmektedir. Akademisyenler, araştırmacılar, politika ve karar vericilerin yanı sıra katılımcıları sürdürülebilir kıyı turizminin geliştirilebilmesi için anlaşılabilir ve uygulanabilir halede örgütlendirilmesi getirmektedir (Bramwell, 2004).

Ayrıca, kıyı ve deniz ortamındaki turizmin başarılı bir şekilde uygulanması için mevcut olan zorluklar sektörler arası ve çok yönlüdür. Sağduyulu bir kaynak yönetimi için, yaklaşımlar çok disiplinli olmak zorundadır. Turizm faaliyetlerine yönelik kıyı ve deniz kaynaklarının sürdürülebilirliğini artırabilen politikanın alt çizgisi, insanlara sosyo-ekonomik değerlerin sağlanması, zengin deniz biyoçeşitliliğinin korunması ve yaşam kalitesinin artırılması gereğidir (Zubritckaia, 2015).

#### **1.4.6.1 Mavi Bayrak**

Plajlar ve marinalar için Mavi Bayrak Programı, uluslararası, sivil toplum kuruluşu, kar amacı gütmeyen kuruluş FEE (Çevre Eğitimi Vakfı) tarafından yürütülmektedir. Mavi Bayrak Programı, Fransa'da 1985'te başladı. 1987'den beri Avrupa'da ve Güney Afrika'nın katıldığı 2001'den bu yana Avrupa dışındaki bölgelerde uygulanmaktadır. Bugün Mavi Bayrak, giderek artan sayıda ülkenin katıldığı, gerçekten küresel bir program haline geldi.

"Mavi bayrak" sertifikasının verilmesi dört kritere dayanmaktadır:

- çevre eğitimi
- çevre yönetimi
- güvenlik
- çevre eğitimi.

Mavi Bayrak Programı, tatlı su ve deniz alanlarında sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektedir. Yıllar boyunca Mavi Bayrak, turizm ve çevre sektörlerini yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerde bir araya getirmek için çalışan saygın ve tanınmış bir eko-etiket haline geldi (www.wessa.org.za, 2018).

**Çevre Eğitimi Vakfı:** "Çevre Eğitimi Vakfı'nın vizyonu, eğitimin herkes için olumlu bir değişim yarattığı sürdürülebilir bir dünyadır".

1987 yılında, Fransa'da Mavi Bayrak olarak bilinen plajlar ve marinalar için bir Avrupa ödül planı fikri ortaya atıldı. Başlangıçta bir çevre eğitimi projesinin sembolü olarak kabul edilen bu program kısa süre sonra FEEE'nin dikkatine sunuldu ve daha sonra aynı yılın kuruluş programlarının birincisi olarak kabul edildi. Mavi Bayrak, FEEE'nin neyle ilgili olduğuna dair gerçek ruhu özetler: Çocukları eğitmek için yerel bir girişim olarak hayata başlayan şey, Vakıf üzerinde muazzam bir etki yaratmıştır.

2001 yılında Kopenhag'da 20. yıl dönümü düzenlenen Genel Kurul toplantısı yapıldığı zaman, organizasyon Güney Avrupa'ya yayılarak Güney Afrika'ya yayıldı ve artık FEEE ile kendini sınırlayamayacağını anladı. Son “Avrupa” yı ismin sonundan ve dolayısıyla bugün doğduğunu bildiğimiz üzere Çevre Eğitimi Vakfı'ndan düşürmeye karar verildi (www.fee.global, 2018).

### **1.5 3s Turizmde Problemler**

Deniz Kirliliği Bilimsel Unsurları Uzmanlar Grubu, dünya çapında deniz çevresini etkileyen en ciddi sorunları sıraladı. Komite listesinde vurgulanan bazı konular uzun yıllardır tanınmaktadır. Komite, bu konuların ele alınmasında önemli ilerlemelerin kaydedilmesinin, karasal ve sahil sistemlerini kapsayan ortak girişim çabaları gerektireceğine inanmaktadır. Bu tür çabalara acilen ihtiyaç vardır ve şimdi Su Alt Komitesi'nin himayesinde mümkün olmaktadır (Hounslow, 1995).

Komite, geniş coğrafi alanlarla karakterize edilen ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı, etkilerin tersine çevrilebilirliği ve antropojenik olarak sorunlarıyla ilgilenen konuları seçmiştir.

Kıyı sistemlerinin aracılık ettiği bozulmalar:

- yaşam alanı değişikliği,
- hidrolojik ve hidrodinamik bozulma,

- Kaynakların sömürülmesi,
- toksik etkiler
- yerli olmayan türlerin tanıtılması,
- küresel iklim değişikliği ve değişkenlik,
- kıyı erozyonu ve tehlikeli fırtınalar, ve
- insan sağlığını etkileyen patojenler ve toksinler (www.nap.edu, 2018).

Deniz Kum Güneş turizminde insanların geniş akınından kaynaklanan çöp, kanalizasyon ve hava kirliliği gibi artan popülasyonla uğraşmak, turistleri beslemek, karşılamak ve eğlendirmek için yeni tesisler geliştirmek gerekmektedir.

Bu da kıyı alanlarının ve denizin kirlenmesine neden olmaktadır. Kumullardan sonra, mercan kayalıkları en çok turistik hasarlı kıyı çevresidir. Dünya mercan resiflerinin yaklaşık üçte ikisi artık insan faaliyetlerinden dolayı risk altındadır. Resifler, çeşitli flora ve fauna çeşitliliği ve sıcak, sıg, berrak suları nedeniyle turistler için çok çekici destinasyonlardır.

Tahribat, çok çeşitli sebeplerden kaynaklıdır – turizm aktiviteleri, örneklerin toplanması, trampling, petrol dökülmesi, madencilik ve tarımsal atıklardan kaynaklanan sedimantasyon ve deşarj gibi dolaylı nedenler. Hem kıyı turizminin hem de deniz turizminin gelişmesinden kaynaklanan sorunlar dünyanın dört biryanında resifleri tehdit etmektedir (Nagle, 1999).

Her yıl, tatil yapanların büyük bir yüzdesi, deniz ekosistemleri üzerinde muazzam bir etkiye sahip oldukları, dünyanın dört bir yanındaki sahil şeritlerine yöneliyor.

Genellikle nispeten küçük bir alana giden turistler yoğun akarsuları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Turistler yerel halkın kirliliği, israfı ve su ihtiyaçlarına ek olarak, yerel altyapı ve habitatları muazzam bir baskı altında tutuyorlar. Örneğin, Avustralya'nın Great Barrier Reef'i ziyaret eden 1,8 milyon insanın% 85'i iki küçük alanda yoğunlaşmıştır: Cairns ve Whitsunday Adaları, birlikte sadece 130.000 kişilik bir nüfusa sahiptir. Bu gibi durumlar habitatların bozulmasına çok fazla etki etmektedir(wwf.panda.org, 2018).

**Turist altyapısı:** Birçok alanda, havaalanları, marinalar, tatil köyleri ve golf sahaları dahil olmak üzere muazzam yeni turistik gelişmeler yapıldı. Turizmde aşırı gelişme, diğer kıyı gelişmeleriyle aynı problemlere sahiptir, ancak turist gelişmeleri kırılğan deniz ekosistemlerinde ya da yakınında yer aldığından daha büyük bir etkiye sahiptir. Örneğin: mangrov ormanları ve deniz çayırları, açık plajlar oluşturmak için kaldırıldı, iskeleler ve diğer yapılar doğrudan mercan resifleri üzerine inşa edildi. Nesli tükenmekte olan deniz kaplumbağaları için yuva alanları tahrip edildi ve plajlarda çok sayıda turist tarafından rahatsız edildi. Yeni turistik merkezlerin yaratılması ve ya var olanların geliştirilmesi için yapılan bir çok altyapı faaliyetleri doğal ortamların bozulmasına neden olmaktadır (wwf.panda.org, 2018).

- **Dikkatsiz tatil köyleri, operatörler ve turistler:** Hasar turist tesislerinin inşaatı ile bitmez. Bazı tatil köyleri kanalizasyon ve diğer atıklarını doğrudan mercan resiflerini ve diğer hassas deniz habitatlarını çevreleyen suya boşaltmaktadır. Eğlence aktivitelerinin de büyük etkisi var. Örneğin, dikkatsiz tekne, dalış, şnorkelle yüzme ve balıkçılık, dünyanın birçok yerinde mercan resiflerini büyük ölçüde tahrip etmiş, resiflere dokunan, çökeltileri

karıştırıran ve çapa düşüren insanlar aracılığıyla habitatlar büyük lde zarar görmektedir.

- **Yüzen kasabalar:** Yolcu gemilerinin artan popülaritesi de deniz çevresini olumsuz yönde etkilemiştir. 4.000 yolcu ve mürettebat taşıyan bu muazzam yüzer kasabalar, çöplerin ve denizde işlenmemiş kanalizasyonun boşaltılması ve nakliye ile ilgili diğer kirleticilerin serbest bırakılması yoluyla önemli bir deniz kirliliği kaynağıdır (wwf.panda.org, 2018).
- **Beton altında kaybolan güzel sahil şeritleri:** Kıyı bölgeleri, gezegendeki en üretken ve biyolojik çeşitlilikten bazılarıdır. Aynı zamanda en yoğun nfuslular: BM'ye göre, dünya nfusunun% 60'ı - 1960'da tüm gezegenin yaşadığı yerlerden daha fazla kişi - kıyıdan 60 km uzakta yaşıyor. Bunun da ötesinde, tüm turizmlerin% 80'i kıyı bölgelerinde, en popüler destinasyonlar arasında plajlar ve mercan resifleri ile gerçekleşmektedir. Sadece bu basit verilere bakıldığında bile deniz ve kıyı ortamının kirlenmesinin ne derecede büyük lde olduğu ve ne derecede buyuk sonuçlar doğurduğu görülmektedir (wwf.panda.org, 2018).



## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYADA DENİZ KUM GÜNEŞ TURİZMİ

Bu bölümde 3S turizminde önemli gelişmelere sahip ülkelere yer verilecektir.

#### 2.1 İSPANYA TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

İspanya turizmi, İspanya'nın GSYİH'sinin yaklaşık %11'ine ve ulusal ekonomik hayata önemli katkıda bulunan önemli bir sektördür (www.dw.com, 2018). 1960'lardan ve 1970'lerden bu yana, ülke özellikle yaz tatillerinde, özellikle İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya ve Benelüks'ten gelen çok sayıda turist bulduğu popüler bir yer olmuştur (www.blog.archive.org, 2018).

Dünya Turizm Örgütü merkezi Madrid'dedir. The Economist 2005 yılı listesine göre, İspanya dünyanın 10. en yüksek yaşam kalitesine sahip ülke olmaktadır (www.economist.com, 2018).

2016'da İspanya, dünyanın en çok ziyaret edilen üçüncü ülkesi oldu ve 75.3 milyon turist kaydetmekle dördüncü kez rekorunu kırdı (www.thelocal.es, 2018).

İspanya, 2017 Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan iki yılda bir yapılan Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'nde 136 ülke arasında ilk sırada yer alıyor (www.weforum.org, 2018).

İspanyol turizm sektörü 2017 yılını rekor rakamlarla kapattı. Enerji, Turizm ve Dijital Gündem Bakanlığı tarafından sunulan en son verilere göre, 2017 yılı, daha önce hiç ulaşılmayan bir rakam olan 2016 yılından %8.9 daha fazla olan, 82 milyonu uluslararası turist ziyareti ile kapandı.

Turespaña tarafından hazırlanan ve Ulusal İstatistik Enstitüsü'nün (INE) en son istatistiklerine göre hazırlanan bu veriler, İspanya'yı dünyada ikinci sıradakonumlandı. Turist sayısı birinci olan Fransa'nın aşağısında ve üçüncü olan Amerika Birleşik Devletleri'ni geçerek ilk kez ikinciliğe

yerleşti.

Turistlerin sayı ve yaptıkları toplam harcama ile ilgili denge de olumludur. Yarımada'nı 2017 yılında ziyaret eden 82 milyon turist, ülkede bir önceki yıla göre %12,4 daha fazla olmak üzere toplam 8.7 milyar euro harcadı. Bu anlamda, turist başına ortalama harcama 2017 yılında %3.1 büyümüştür. Bu, her turistin İspanya'da kaldıkları süre boyunca ortalama 1.061 avro harcadığı anlamına gelmektedir. Aynı veriler, bu turist akışının nereden geldiğini açıklar. Birleşik Krallık, İspanya'ya giden turistlerin ana kaynağıdır. Diğer bir ifadeyle, 2017 yılının Ocak-Kasım ayları arasında yaklaşık 18 milyon İngiliz İspanya'ya seyahat etti ve bu rakam 2016'da %7 daha fazla (www.lavanguardia.com, 2018).

İkinci Dünya Savaşı sona erdi ve 1950'lerin başında Batı Avrupa ülkelerinde kitlesel turizm başlangıcı şeklinde İspanya için yeni fırsatlar doğdu. Popüler turizmin yükselişinde kilit bir katalizör, İber Yarımadası'nı Avrupa'daki geri kalan turizm kaynaklarına yakınlaştıran hava yolculuğunun geliştirilmesiydi. İspanya İç Savaşı ve takip eden savaş sonrası dönemin gerilemesinin ardından İspanya, 1950'lerin ortalarına kadar dış turizmin yükselişini beklemek zorunda kaldı.

Bir takım ekonomik önlemler, ve yeni faktörler birleştiğinde, 1960'lı yılların İspanya'da turizmin muazzam büyümesinin on yılını garantilendi. Bu genişlemenin anahtarları şunlardı:

1. Batı Avrupa'da ve ABD'de kitle turizminin yaygınlaşması ve Akdeniz'in sıcak plajları için tercih edilmesi
2. İspanya hükümetinin yurtdışındaki algısını geliştirmeye duyulan ihtiyayaç.
3. Franco rejimi

4. İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanya ve İtalya ile olan uyumunun bir sonucu olarak yurtdışından uzaklaşma düşüncesinin ortadan kaldırılması
5. Gelecekteki ekonomik gelişmeyi finanse edecek döviz alımı. İspanya'nın üretken altyapısı tahrip olmuş ve ülkeye Marshall Planı'nın sağladığı Amerikan yardımından vazgeçilmiştir;
6. Turizmi başta Hindistan turizm bakanı olan Manuel Fraga'nın belirlediği ve turizmi Marshall Planı'na alternatif olarak gören kararlı tavrı, İspanya ekonomisinin bu kadar umutsuzca ihtiyaç duyduğu kalkınma faktörü (Almeida, 2013).

**Franco Rejimi:** Modern zamanlara ve yeni doğmuş bir turist destinasyonunun başlangıcına baktığımızda, başlangıçta 1936 ve 1939 yılları arasında gerçekleşen İspanyol iç savaşını görüyoruz. 1939'da bir diktatör ve muhafazakar olan General Franco unvanını aldı: İspanya'nın Caudillo'su totaliter otorite aracılığıyla 1975-e kadar devam etti. Turizm endüstrisinin başlangıcı şimdi gelişmeye başlayabilirdi.

İspanya'nın son ekonomik güçlüklerinin yanı sıra turizm de gelişmeye devam ediyor ve bu nedenle de değeri ve önemli ölçüde büyüyordu. General Franco turizmin ne derecede önemli olduğunu anlamış ve geliştirmeye çalışmıştır.

- Başlangıçta, General Franco ülkeye girmek için vize alma gereğini ortadan kaldırarak turizm patlamasına öncülük etdi.
- Pesetanın devalüasyonu da, İspanya'yı ziyaret etmek isteyenlerin maliyetini düşüren, katkıda bulunan bir faktördü.
- Kitle turizmi doğdu ve paket tatilinin gelişmesiyle birlikte İspanya, en büyük bozulmamış sahil şeridinde ve kalabalık kasabalarda turizm hızla gelişmeye ve büyümeye başladı.

- "İspanya farklıdır". Bu slogan orijinal etiket çizgisiydi ve ülkeyi tatil ve molalar için popüler bir yer olarak tanıtmak için Franco'nun yönetimi altında kullanılıyordu. (www.marbellarentals.st, 2018).

Franco'nun Toplamda yaklaşık 4 milyona ulaşan ziyaretçi sayısında %40'lık bir artışa yol açacak şekilde başarılı olduğu kanıtlandı. Başarı olağanüstü bir oranda artmaya devam etti ve 1975'te yabancı ziyaretçiler 30 milyonu buldu. Kalabalık kıyı şeridinde bulunan huzurlu balıkçı köyleri, aile dostu tatil köylerine dönüşmeye, yerel ekonomileri canlandırmaya ve otellerin ve yeni tatil köylerinin yükselişini finanse etmeye başlıyordu. Özellikle bir balıkçı köyü şaşırtıcı bir yükseliş yaşadı. Benidorm, tanınmış bir tatil köyüne dönüşen küçük bir köyü geliştirmek için belki de orijinal bir plandı. İspanya'nın turizm endüstrisinin tüm evrimini bu tek lokasyonun zirveye ulaşmasıyla izlemek mümkündür.

İspanya'nın ılıman iklimi turizm endüstrisinin başarısında önemli bir rol oynamıştır. Anakaranın yanı sıra, tüm önemli turistik yerler olan Mayorka, Menorca ve İbiza'nın Balear Adaları vardır. Daha soğuk kış aylarında tatil yapmak isteyenler için, İspanya, Afrika'nın batı kıyısındaki bir takımada olan Kanarya Adaları'nın yıl boyunca sıcaklığını da sunabilir. İspanya'nın bir tatil beldesi olan Kanaryalar'ın turizmdeki gelişimi, İspanya'nın ana karasında başlayan patlamayla aynı zamanda başladı. Birincisi, Franco'nun turistlere açık kapıları açma planları ve ikincisi, modern hava yolculuğu ile. Özellikle Tenerife, Gran Canaria ve Lanzarote adaları, anakaradaki fırsatlardan büyük ölçüde yararlandı. Kendi başlarına büyük bir başarı elde eden bu küçük adalar, her yıl yaklaşık 9 milyon turist ağırlıyor ve İspanya'nın sürekli etkileyici turizm sektörüne katkıda bulunuyor (www.marbellarentals.st, 2018).

1950'lerin sonunda, otel konaklama arzı öncelikle Madrid ve Barselona (% 27) ve bazı Akdeniz destinasyonlarında (Balear Adaları ve Gerona) yoğunlaştı. Guipuzcoa gibi eski Atlantik hedefleri 1958'de hala önemliyken, önümüzdeki on yılda önemi azalacaktı. Şu anda, otel konaklama, İspanya'nın kültürel ve ticari hedefleri arasında dağınık kaldı. Bununla birlikte, 1960'lı yıllarda otel konaklama yoğunluğu, kitle turizmi modeline uygun olarak Akdeniz Eksenleri ve Balear Adalarına doğru gittikçe daha da artmıştır. Bu on yıl boyunca, çoğu otel, kişi başına düşen GSYİH'ya göre yüksek olan bölgelerde bulunmaktaydı (www.marbellarentals.st, 2018).

### **2.1.1 İspanya Turizm Politikaları**

Turizm politikasındaki başlıca etki, Ulusal Kalkınma Planları tarafından uygulanan marka makroekonomik yönetiminin, kalkınmanın kutupları tarafından sağlanan modele uyarak yüksek ekonomik getiriler aradığı gösterge niteliğindeki planlamanın getirilmesiyle sağlandı. Bu yaklaşım, yabancı yatırımları yöneten Dünya Bankası tarafından desteklenen, Güney Avrupa'nın çoğu ülkesinde Portekiz, İspanya, İtalya ve Yunanistanda bu gibi yatırımların miktarı artırıldı (Almeida, 2013).

Kalkınma planları giderek turizm üzerine yoğunlaştı ancak onları, kendi başına stratejik bir ekonomik sektör olmaktan ziyade telafi edici ödemeler aracı olarak gördü. Bu kalkınma planları:

1. Kalkınma Planı 1963-1967, turizmi basitçe bir para birimi kaynağı olarak gördü ve bunun olası çevresel ve sosyal maliyetlerini dikkate almadan neredeyse münhasıran mümkün olan en fazla turisti çekmeye çalıştığını açıkladı. Bu Plan'ın yürürlükte olduğu dönemde, turizm yıllık %16.4 oranında büyümüş ve 1966 yılında toplam 17.2 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır. Otel konaklama yerleri 1960 ile 1970 yılları arasında %318.2 artmıştır.

2. Kalkınma Planı 1968-1971, 200.000 hektarlık yeni otel bölgesinin yanı sıra 1971 yılında 22.3 milyon ziyaretçi çekmeyi hedefleyen başka konaklama alanlarında 300.000 hektarlık bir hedef belirledi. Özel yatırım, otelcilik alanından aşamalı olarak uzaklaştırıldı. Daire ve ikinci konut yatırımları sonraki on yılda artmaya devam etti.

Kalkınma Planı 1971- 1975 yılları arasındaki dönemi de ise 1970'lerde İspanya, 1973'teki Petrol Krizi nedeniyle 1975'de siyasi rejim değişikliği ile çakışan ziyaretçi turist sayısında keskin bir düşüş yaşadı. 3. Plan, bölgesel politikayla daha fazla ilgiliydi, ancak Akdeniz bölgelerindeki otel konaklama merkezlerinin yoğunlaşmasını durduramadı. Ekonomik açıdan bakıldığında, bu kalkınma modeli bir başarıydı - 1970'lerin başında İspanya, hem Akdeniz turizmindeki en büyük güç olan İtalya'yı hem yabancı ziyaretçiler hem de turist gelirleri açısından yakalamıştı (Almeida, 2013).

### **2.1.2 İspanya Deniz-Kum-Güneş Turizmi**

Genel olarak Bu turizm türünde en çok gelişen ülkeler listesinin başında gelen İspanya bu turizm türünde gelişmeyi hedefleyen ülkeler için örnek alınması gereken en önemli ülkedir. Bu tür turizm, İspanya'da ilk gelişen turizm oldu ve bugün, İspanya ekonomisi için en fazla gelir getiren turizm türüdür. Yıl boyunca hafif iklim ve Akdeniz ve Atlantik Okyanusunun geniş kumlu plajlarının yanı sıra iki takımyıldızı sırasıyla Balear Adaları ve Kanarya Adaları yıllardır Kuzey Avrupa'dan turist çekmektedir.İspanya plaj turizminin önde gelen kaynak pazarları Birleşik Krallık'tır. Son yıllarda İspanya'ya gelenlerin yaklaşık %24'ünü oluşturmaktadır. Almanya ve Fransa her biri yaklaşık %15-16, İskandinavya ve İtalya her biri yaklaşık %7 ve Hollanda yaklaşık %5 oranı ile izlemektedir.

İspanya'nın meşhur internet sitelerinden biri olan Espana.info; “İspanya'nın bir haritasını alın ve yaklaşık 8000 kilometre uzunluğunda sahil şeridi üzerinde rastgele bir yer seçin. Her nerede olursa olsun, deniz kenarında eşsiz bir deneyim sunabilecek çekici bir sahil kasabasına veya köyüne yakın olacaktır ve limanlar ve balıkçı kasabaları, gür Akdeniz manzarası, dağların yanındaki plajlar gibi seçenekler sunacaktır. Bask Bölgesi ve Katalonya, keşfedilecek çok sayıda müze, sanat ve mimarlık sunmaktadır. Akdeniz sahillerinde, Peñíscola, Mazarrón, Nerja ve Motril yer almaktadır. Balear Adaları'ndaki su üzerinde, Orta Çağ Pollença bölgesini ziyaret edebilir veya Kanarya Adaları'ndaki Atlantik Okyanusu ve Teguisse volkanik manzaralarını görmeyi isteyebilirsiniz. İspanyada deniz kenarında, unutulmaz manzara ve kültürde ve enfes mutfağında eğlenmek için pek çok yer sunuyor” demektedir (www.spain.info, 2018). En popüler İspanyol ana kara sahilleri Akdeniz tarafında olup, kuzeyden güneye doğru saat yönünde:

- Katalonya Özerk Topluluğu'ndaki Costa Brava, Costa Daurada ve Costa del Maresme, Salou ve Barselona şehri gibi önemli tatil köyleri ile birlikte Fransa ve İspanya içlerinden gelen ziyaretçilerle çok popüler.
- Costa Blanca ve Costa del Azahar Valencian Topluluğundadır.
- Murcia Bölgesi'ndeki Costa Cálida ve Akdeniz'in bir lagünü olan Mar Menor.
- Endülüs topluluğunda yer alan Costa de Almería, Costa Tropical, Costa del Sol ve Costa de la Luz. Buradaki bazı yaz varış yerleri, Malaga eyaletindeki Marbella ya da Kadiz eyaletindeki Sotogrande gibi dünya çapında ünlüdür; turistler ve yazlık sakinleri için büyük satın alma gücü olan yerlerdir. Malaga kenti

önemli bir Costa del Sol destinasyonudur ve aynı zamanda İspanya'nın en büyük limanlarından biridir ve yolcu gemileri tarafından sıklıkla ziyaret edilmektedir.

İspanya'nın iki takımadası olan Balear Adaları, Akdeniz'deki kara kıyılarında ve Atlantik'teki volkanik Kanarya Adaları, hem İspanyollar hem de Avrupalılar için çok popüler yerlerdir.

Yaz turizmine ek olarak Barselona ve Valensiya gibi ünlü Akdeniz şehirlerinin en büyük limanları da dahil olmak üzere bu alanlarda kültürel ve anıtsal turizm kongreleri, spor veya eğlence turizmi gibi diğer yöntemler geliştirildi.

Birçok kıyı veya ada yeri de ekolojik ve doğal açıdan büyük önem taşır. Port Aventura, Terra Mítica veya çeşitli su eğlence parkları gibi Tema Parkları da popüler

2014'te İspanya mavi bayraklı plajlardaki rekorunu kırarak 681 bayrak elde etti ve Kuzey yarımkürede lider oldu. İspanya, marinalar için mavi bayraklarda da liderdir (www.elpais.com, 2018).

## **2.2 YUNANİSTAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ**

Yunanistan'daki turizm, ülkedeki ekonomik faaliyetin kilit unsurlarından biri ve ülkenin en önemli sektörlerinden biridir. Avrupa'da ve dünyada en çok görülen 18 UNESCO Dünya Mirası Listesi tarafından büyük ölçüde yansıtılan zengin kültürü, tarihi, uzun sahil şeridi, birçok ada ve plajları ile antik çağlardan beri önemli bir turizm ve cazibe merkezi olmuştur (www.whc.unesco.org, 2018).

Yunanistan, 2016'da 30 milyon ziyaretçiyi cezbetmiştir. Ulaşılan bu rakamlar Yunanistan'ı Avrupa ve dünyadaki en çok ziyaret edilen ülkelerden biri haline getirdi ve başkenti Atina ile birlikte %18'lik bir oranla ülkenin Gayri Safi Yurt İçi HasılaÜrününe katkıda bulundu



(www.mfa.gr, 2018). Santorini, Mykonos, Rodos, Korfu, Girit ve Chalkidice gibi ülkenin başlıca turistik bölgelerinden bazılarıdır.

Ayrıca Yunanistan ülke nüfusuna eşit sayıda turist kabul eden sayılı ülkelerden biridir.

Yunan turizmi 1960'ların sonlarında ve özellikle 1970'lerin başında gelişmeye başlamıştır. Bu süre zarfında oteller ve diğer tesisler için büyük ölçekli inşaat projeleri gerçekleştirildi ve ülkede yıllar boyunca uluslararası turistlerde bir artış görüldü. İlk Yunan otel birimi 1968 yılında Girit'te bulunan Agios Nikolaos, Lasithi'de kuruldu ve o zamandan beri pek çok konaklama seçeneği Yunanistan'ın dört bir yanında yerini aldı. Yunanistan, yavaş ama istikrarlı bir hızda bugün Avrupalılar, Asyalılar ve Amerikalılar arasında en sevilen turistik yerlerden biri olmayı başarmıştır. Yunanistan'da turizmin yoğun olduğu mevsim, Mayıs-Eylül ayları arasında sürüyor (www.greeka.com, 2018).

Güneşli hava, sıcak plajlar ve değişken manzaralar, dünyanın dört bir yanından insanları Yunan misafirperverliğini ve barışçıl yaşam biçimini deneyimlemeye davet ediyor. Turizm gelirleri Yunan ekonomisinin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Her alanda çok sayıda hediye dükkanı kurarak birçok yeni iş yaratılmış ve iş desteklenmiştir. Yaz tatilleri dışında, kış turizm bölgeleri, tedavi kaplıcaları, ekoturizm, çalışma tatilleri ve keşif tatillerini tanıtmak için çalışmalar başlatıldı.

Atina'da düzenlenen 2004 Yaz Olimpiyat Oyunları ve Eurovision Şarkı Yarışması 2006 gibi uluslararası etkinlikler, ülkede turizmi artırmak için büyük ölçüde yardımcı olurken, Yeni Akropolis Müzesi gibi ulusal çapta finanse edilen büyük kültür altyapısı da ülkedeki turist akışına katkıda bulundu (www.greeka.com, 2018).

### **2.2.1 Yunanistan Turizm Politikaları**

Turizmin Yunan ekonomisinde önemli bir faktör olarak önemi kabul edildi ve, Haziran 2012-de Yunanistanda, sorumlulukları genişletilmiş bir Turizm Bakanlığı oluşturulmasına kararverildi. Turizm Bakanlığı, turizm planlaması ve politika yapımından sorumlu yetkili makamdır. Genel olarak, bakanlık genel Yunan turizm politikasından ve aynı zamanda turizm gelişiminin düzenlenmesi, planlanması ve programlanmasından sorumludur. Artık, turizm alanında eğitim ve öğretim sağlanması da söz konusudur. Ayrıca, turizm yatırımlarının teşvik edilmesi ve koordinasyonu ile ilgili yapısal bir değişiklik yapılmış ve Turizm Bakanlığı Koordinasyon ve Uygulama Otoritesi Kasım 2012'de kurulmuştur.

Bakanlık, Yunanistan Ulusal Turizm Örgütü'nü (GNTO) ve Yunanistan Otel Odası. GNTO, hem yerli hem de yabancı turizmi geliştirmeyi amaçlayan Yunanistan'ın tanıtım ve reklam kampanyalarından ve lisanslı turizm işletmelerinden, örn. Konaklama büroları, seyahat acenteleri vb. sorumlu olan bir kurumdur. Yunan Turizm Odası turizm ve misafirperverlik açısından devletin kurumsal danışmanıdır (Dupeyras, 2016).

Yunanistanda 2012'de aşağıdakileri içeren bir dizi yasama girişiminde bulunulmuştur:

- Kaplıcaların tanınması ve talasoterapi (deniz suyu terapisi) ve terapötik merkezlerin ruhsatlandırılması.
- Turizm İşletmeleri için bir "tek duraklı mağaza" olan GNTO'nun Turizm İşletmelerini Teşvik ve Lisanslama Özel Hizmetlerinin kurulması.
- Turizm işletmeleri için ruhsatlandırma prosedürünün basitleştirilmesi.

- Dört yıldızlı veya beş yıldızlı konaklama tesislerini, özel turizm altyapısı ve turistik konutları içeren kompleks turizm işletmesinin yeni bir formunun tanıtılması.
- Turizm rehberi mesleğinin serbestleştirilmesi.
- Seyahat acentelerinin ve araba kiralama kuruluşlarının işlemlerinin basitleştirilmesi ve sınırlamaların kaldırılması.

Ulusal Stratejik Referans Çerçevesi, turizmin daha iyi standartlarını, kaliteyi, yeniliği ve yeşil turizmin teşvik edilmesini amaçlayan turizmdeki modern, yeşil yatırımlar için teşvik sağlar. Diğer önlemler; gemi turları, denizcilik ve balıkçılık turizmi gelişimi ve kabotaj ücretlerinin kaldırılması, Rusya Federasyonu, Çin ve Türkiye gibi yeni ve gelişmekte olan piyasalar için vize prosedürlerinin basitleştirilmesi ve turizmle ilgili mesleklerin liberalizasyonu için teşvik edici yasama eylemlerini içermektedir.

Turizm Bakanlığı, GNTO ile işbirliği içinde, duyarlı sosyal gruplara düşük maliyetli tatil paketlerini sübvans eden ve yakın zamanda duyurulan yakın "Tümüyle Turizm" programıyla yurt içi turizmi teşvik etmek için harekete geçti ve 72 000 yardım alanına ulaştı (Dupeyras,2016).

### **2.2.2 Yunanistan'da Deniz-Kum-Güneş Turizmi**

Yunanistan, temiz plajları ve uzun tarihi ile popüler olan ünlü bir ülkedir. Yunanistan'da ziyaret edilecek yüzlerce arkeolojik ve tarihi site, ülkenin geçmişini görkemli bir şekilde tasvir ediyor. Manzarası esas olarak dağlıktır ve arazi, Yunan anakarasında dağılmış bazı vadiler hariç, verimli değildir. Ancak Yunanistan su ile çevrilidir, özellikle Ege ve İyon Denizi. Ülke, 1.400'den fazla adadan ve adacıktan oluşuyor, ancak bunların sadece 169'unda yaşanıyor. Bu Yunan adaları, birer birer

doğanın güzelliğini oluşturuyor. Bunlar, özellikle yaz aylarında en popüler Yunan varış yerleridir (www.greeka.com, 2018).

Yunanistan 14.800 kilometre kıyı şeridi, 408 plaj ve 10 marinaya sahiptir.

Yunanistan'ı benzersiz kılan diğer her şey arasında, çok küçük bir ülkede çok sayıda kumsal, çok çeşitli peyzajlar, kültürler ve medeniyetler bulabileceğiniz gerçeğidir.

Ege ışığı Yunan adalarında parlak ve şimdiye kadar gördüğümüz başka herhangi bir şeyden farklıdır. Yunanistanı ziyaret eden bir çok turist Ege'nin kristal berraklığına sahip suyunun insan üzerinde oluşturduğu etkiden memnuniyetlerini belirtmektedir. (www.visitgreece.gr, 2018).

Bu Yunan plajlarının birçoğu sadece yüzme değil aynı zamanda tüplü dalış, şnorkelle yüzme, su kayağı, yelken ve rüzgar sörfü sağlayan Avrupa Mavi Bayrakları kapsamında mavi bayrak ödülüne layık görülmüştür.

Eski Avrupa medeniyetlerinden bazıları Yunan adalarında geliştirilmiştir, bu nedenle adaların benzersiz arkeolojik alanları, ayırıcı bir mimari mirası ve yüzyıllar öncesinde ve çok yönlü medeniyetin büyüleyici yerel gelenekleri vardır. İdeal iklim, güvenli sular ve limanlar ile sahiller arasındaki küçük mesafeler, Yunan adalarını Yunan ve yabancı ziyaretçiler arasında son derece popüler hale getirmiştir (www.greeka.com, 2018).

Yunanistan, geniş kıyı şeridi ve sayısız adacıktan dolayı, aynı zamanda doğal güzelliğinden dolayı popüler bir turistik yerdir.

Yoğun ve uzun süreli ekonomik krizin ortasında turizm, ekonominin tek sık büyüyen ve dinamik sektörüdür. Buradaki tehlike devam eden büyümenin Yunan turizminin kendisinin temeli olan doğal çevrenin, pahasına gelebilir olmasıdır. Doğal çevrenin korunmasına ilişkin

kanunlardaki geri gidiş eğilimleri, halihazırda bina ve altyapı geliştirme projeleri lehine ortaya çıkmıştır. Yunan turizminin girişimciliğe ve yatırımın çekiciliğine ihtiyacı var, ancak sürdürülebilir turizme yönelik değilse, turizmin geleceği tehlikeye giriyor.

Turizm Yunanistan'da hala önemli geleceğe sahip, dinamik olarak büyüyen bir sektördür. Yeni kurulan Ulusal Turizm Örgütü organize ekranından model "deniz kum ve güneş" turizmi ülkenin arkeolojik zenginliğine odaklanarak, 1960'larda beri geliştirildi. O zamandan beri hizmet yelpazesi istihdam tabanının yanı sıra büyük ölçüde genişledi (www.wwf.gr, 2018).

### **2.3 TÜRKİYE TURİZMİNE GENEL BAKIŞ**

Türkiye'de turizm ağırlıklı olarak çeşitli tarihi mekanlara ve Ege ve Akdeniz kıyılarında sahil şeridinde yoğunlaşıyor. Türkiye ayrıca kültür, spa ve sağlık turizmi için popüler bir yer haline gelmiştir.

2014 yılına gelindiğinde, Türkiye yaklaşık 42 milyon yabancı turisti cezbetmiş ve dünyanın en popüler 6. turisti olmuştur. Türkiye dünya üzerinde turizm hizmetlerinde önde gelen ülkeler listesindedir. Türkiye turizm alanında gelişmiş en popüler ülkelerden biri aynı zamanda turizmin geliştirilmesi için en potansielli ülkeler arasında gösterilmektedir (Yolal, 2016:24-30).

#### **2.3.1 Türkiye Turizm Politikaları**

Türkiye 1963'te ekonomik yaşamı düzenleyen bir planlama dönemi başlattı. Bu dönem, cumhuriyetçi rejimin konsolide edilmesi ve siyasal demokrasi için siyasi bir yapının gelişimi ile işaretlendi. Turizm, hizmet sektörü başlığı altında kalkınma planlarında bir alt sektör olarak düşünülmüştür. Kalkınma planlarının amacı, turizm kaynaklarını ülke ekonomisine ve döviz kazançlarına artan katkılar sağlayacak şekilde kullanmak; Yerel halkın daha büyük bir bölümüne tatil olanakları

sağlamak; Ve turizm kaynaklarının kullanımı ve korunması arasında bir dengenin korunması sağlamaktı (Kozak, 2011).

Ayrıca Türkiye'nin turizm politikası, yüksek uluslararası rekabet gücüne sahip etkili bir turizm sektörü yaratmak; hem yerli hem de yabancı turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak; turizm gelirlerinde istikrarlı büyümeyi gerçekleştirirken doğal ve kültürel varlıkların sürekliliğini sağlamak; ekonomik fayda sağlayacak toplumsal turizm tesislerinin geliştirilmesi üzere tasarlandı. Devlet planlama organizasyonu tarafından geliştirilen beş yıllık kalkınma planları ve uygulama planları, turizmsektörlerinde sosyokültürel ve çevresel konulara önem vermeye adanmıştır. Bu planlar kamu sektörü için hayati önem taşıyan, özel sektör için rehberlik ve öneriler sunmak için oluşturulan yasal belgelerdir.

Türkiyenin Turizm sektörünün bu günkü gelişmişlik düzeyine, uyguladığı çeşitli politikalar, özellikle 1980 den sonra uyguladığı politikalar sayesinde ulaştığı aşıkardır. 1980'li yıllar, bazı yasal iyileştirmeler, sürmekte olan fiziki planlar, altyapı iyileştirme vb. ile turizm sektöründe özelliklede aktif dış turizmde belirgin gelişmelere tanık oldundu. Bu dönem, göreceli olarak daha kapsamlı bir tutuma bağlı olduğu için, 'Turizm Geliştirmede İlk Saldırı' olarak anılabilir (www.deu.edu.tr, 2018). 1980 müdahalesini takip eden yıllar için daha bir çok önemli mevzuat ve Liberal ekonomi yürürlüğe girdi. 1982 tarihli Turizmi Teşvik Kanunu, 1983 Çevre Koruma Kanunu, Milli Parklar Yasası'ndan alıntı yapılabilir. En önemli değişim, özel sektör girişimleri idi.

Bu özellikle şunları içeriyordu:

- 49 yıllık kiralama için ücretsiz arazi,
- Turizm Bankası aracılığıyla yüzde 60'a kadar kredi,

- Turizm Teşvik Fonu ile uzun vadeli kredi
- Kumarhaneleri kurma ve çalıştırma,
- Alkollü içecek servis izni,
- Oteller için özel fayda fiyatları,
- Yabancı uyruklu kişilerin turizm sektöründe istihdam edilmesi.

Bu girişimler, kıyı bölgelerinde yerli ve yabancı turizm yatırımcılarından muazzam bir talep yarattı. Önce Kuşadası, daha sonra Bodrum ve Marmaris'te daha önce hiç görülmeyen bir ölçekte büyümeye çalışıyoruz. Bu yatırım akışını düzenlemek için Antalya Bölgesi için entegre bir plan hazırlanmış ve daha rasyonel bir turizm geliştirme politikası izlenmiştir (www.europeanbusiness.gr, 2018).

### **2.3.2 Turkiyenin Deniz-Kum-Güneş Turizmi**

Plaj tatilleri ve Mavi Yolculuk, özellikle Türk lezzetleri ve Batı avrupalı turistler Türk turizm endüstrisinin merkezindedir. Çoğu plaj tatil köyü, özellikle Antalya'nın Akdeniz kıyılarında Türk Rivierası olarak adlandırılan güneybatı ve güney kıyılarında yer alır. Antalya Türkiye'nin turizm merkezi olarak kabul edilmektedir. Başlıca tatil kasabaları Bodrum, Fethiye, Marmaris, Kuşadası, Çeşme, Didim ve Alanya'dır. Ayrıca Türkiye, Deniz Ticaret Odası'na göre 2015 yılında 436 mavibayraklı plajlarıyla dünyada ikinci sırada yer aldı (www.hurriyetdailynews.com, 2018).

Türk Rivierası, mükemmel güneşi, temiz plajları, ultra lüks tatil köyleri, büyüleyici doğası, tarihi, iyi eğlence ve gece hayatı ile Türkiye'nin güneybatısında Akdeniz'in ve Ege kıyılarının en çarpıcı bölgesi olan güneybatı Türkiyeyi kapsamaktadır.

Turkuaz Sahili olarak da bilinen Türk Rivierası, Antalya'nın ve Muğla'nın illerini, daha az oranda Aydın, güney İzmir ve batı Mersin'i

kapsayan güneybatıya ait bir alandır. Elverişli iklim, sıcak deniz, dağlık alanlar, Ege ve Akdeniz suları boyunca bin kilometreyi aşan sahil boyunca ince kumsallar ve bol doğal ve arkeolojik ilgi noktaları birleşimi, Türkiye'nin kıyı şeridini popüler ulusal ve uluslararası turistik bölge haline getiriyor.

Toros Dağları'nın sarp dağlık zemini ve Türk Rivierası'ndaki büyüleyici antik alanlarla muhteşem sahil manzarası eşsiz bir kombinasyondur. Kaş ile Alanya arasında, Türk Rivierası'nın pastoral sularına ve kumlu plajları çok sayıda turisti cezbe etmektedir. Tüm Türkiye'nin en güzel plajları ve koyları güneş, kum ve mavi renklerle doludur.

Ziyaretçiler ve yerli halk, Türkiye'nin farklı bölgeler ve kültürlerden canlı bir mozaik olduğu söylerler. Dalyan plajlarından Karadeniz dağlarına kadar bu çeşitlilik devam etmektedir. Türkiye'ye gelen turistlerin büyük bir kısmını Rus turistler oluşturmaktadır ve genellikle Antalya bölgesini tercih etmektedirler. Kuzey Avrupalı turistler, özellikle İngilizler ve Almanlar, Türkiye'yi yaz tatillerinde daha serin iklimlerden uzakta bir plaj hedefi olarak görüyorlar. Çoğu, güneş ve deniz turizmi için ziyaret eden turistler Ege ve Akdeniz kıyılarında yol almaktadır. Buna karşın Güney Avrupa'daki ziyaretçiler kendi plajlarına sahipler ve bu nedenle tarihi ve kültürel alanlara yöneliyorlar. İstanbul ve Antalya gibi şehirlerde daha fazla zaman ve para harcıyor ya da antik Roma ve Yunan sitelerini; Efes ve Troya'yı ziyaret ediyorlar (Turkey Progress Report,2008).

## **2.4 TAYLAND TURİZMİNE GENEL BAKIŞ**

Turizm, Tayland Krallığı'nda önemli bir ekonomik faktördür. 2016 yılında yüzde 9'dan, yüzde 17.7'ye ulaşan turizm geliri Tayland GSYİH'sına doğrudan katkıda bulunmaktadır.



2016 yılında 32.59 milyon yabancı konuk Tayland'ı ziyaret etti. Tayland Turizm Otoritesi (TAT), turizm endüstrisinin 2016'da 2.52 trilyon baht yani 71.4 milyar ABD doları, 2015 yılına göre ise yüzde 11 arttığını iddia ediyor. TAT yetkilileri, yerli ve yabancı turistlerin toplam gelir tahminlerini 2017 yılının turizm gelirinin 2.77 trilyon bahtının yani 78.5 milyar ABD doları daha önceki tahminlerini geçebileceğini gösteriyor (www.bangkokpost.com, 2018).

Tayland'ı en çok ziyaret eden turistler ise Çinli turistlerdir. 2016 yılında Çin'den 8.75 milyon turist Tayland'ı ziyaret etti.

2016'da Bangkok, Euromonitor International'ın "En İyi Şehir Hedefleri" listesinde 21 milyon ziyaretçi ile Londra ve New York'u aşan 1. sırada yer aldı (www.omicsonline.org, 2018).

1960'lı yıllarda turizmin artmasının nedenleri arasında istikrarlı bir siyasi atmosfer ve uluslararası hava taşımacılığının bir kavşağı olarak Bangkok'un gelişimi vardı. Otel endüstrisi ve perakende endüstrisi, turist talebi nedeniyle hızla genişledi. 1960'lı yıllarda Vietnam Savaşı'nın sonlarında dinlenme ve toparlanma için harekete geçen ABD yatırımcılarının varlığı sayesinde arttı (Ouyyanont, 2001).

Buna paralel olarak, uluslararası kütle turizmi, aynı zamanda artan yaşam standardına, daha fazla boş zaman kazanmaya ve daha fazla, daha hızlı ve daha ucuza seyahat etmeyi mümkün kılmaya yönelik teknolojideki gelişmelere bağlı olarak, Boeing 747 ile özdeşleşerek keskin bir biçimde arttı. Bangkok da uçaklar ilk önce 1970 yılında ticari olarak uçtu. Tayland bu yeni eğilimden yararlanmak imkanlarına sahip Asya'daki ilk ülkelerden biriydi (www.voanews.com, 2018).

#### **2.4.1 Tayland Turizm Politikaları**

Laos, Kamboçya ve Vietnam 1980'li ve 1990'lı yıllarda uluslararası turizme açıldığından Tayland'ın turizminde rekabet artmıştır. Angkor

Wat, Luang Prabang ve Halong Körfezi gibi yerler, şimdi Tayland'ın Indochina bölgesindeki tekeline karşı geliyor. Buna karşı gelmek için Tayland, golf tatilleri, tıbbi tedavi ya da askeri tesislere yapılan ziyaretlerle birlikte tatil gibi niş pazarları hedef almaktadır. Tayland ayrıca bölgede Budist turizmin merkezi haline gelmeyi planlamaktaydı. Tayland da Ulusal Turizm Geliştirme Planının amacı, Tayland'ın turizm rekabet gücünü, Asya'daki ilk beş destinasyon arasına koyabilecek sahip olduğu dstinasyon sayısını en az 15 destinasyonun üzerine taşımakdı. Plan ayrıca, beş yıllık dönemde turizm gelirini en az yüzde 5 oranında artırmayı da hedefliyor.

Bu amaca ulaşmak için, uygulanması gereken beş strateji belirlenmiştir.

- Birinci strateji, yurtiçi ve yurtdışı turizmle bağlantılı olarak altyapı ve lojistik geliştirmeyi amaçlıyor.
- İkinci strateji, turizm alanlarının geliştirilmesi ve rehabilitasyonu ile ülkenin daha fazla turist geleneğini yerleştirme potansiyelini artırmak için çeşitli kural ve düzenlemelerin geliştirilmesini içermektedir.
- Üçüncü stratejide, 2012-2016 yılları arasında 11. Ulusal Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Planı'nın odak noktası olan yaratıcı ekonominin geliştirilmesi üzerinde durulacaktır. Yeni ürünler ve hizmetler piyasaya sürülecek, turizm ticareti ve yatırım teşvikleri teklif edilecek ve insan kaynakları gelişimi vurgulanacak.
- Dördüncü strateji, Tayland'ın ziyaretçileri arasındaki iyi imajına güven yaratmayı amaçlıyor ve böylece Tayland'da daha fazla para harcayacak turist sayısı artacak.

- Beşinci strateji, kamu yönetimi, sivil toplum ve yerel idari organizasyonların turizm yönetimine katılımını artırmayı hedeflemektedir (www.ritsume.ac, 2018).

#### **2.4.2 Tayland Deniz-Kum-Güneş turizmi**

İstatistiksel veriler, Tayland da turistlerin %80'den fazlasının deniz kum güneş ve doğa merkezli yerleri kültürel alanlardan daha fazla tercih ettiğini göstermektedir(www.tourismthailand.org, 2018)

Bu da Taylandın deniz kum güneş turizminde ne kadar ünlü ve turistler tarafından tercih edilir bir ülke olduğunu göstermektedir. Tayland Güneyde, Tayland Körfezi ve Andaman Denizi'nde birçok güzel plaj ve ada barındırıyor. Ünlü turistik yerler Phuket Eyaleti, Koh Samui, Koh Phi Phi, Koh Lipe ve Koh Tao'dur.

Tayland'ın dünyanın en güzel plajlarından bazıları olduğunu söylemeye gerek yok. Ülke, Güneydoğu Asya'da en popüler yerlerden biridir, çünkü iklim idealdir. Phuket ve Koh Samui gibi denenmiş ve gerçek hedefler var, ancak daha uzaktaki bazı adaları bile gezginler tarafından çok ilgi görüyor.

Tayland plaj deneyimini nitelendiren belli şeyler var- berrak suları, beyaz kumları ve kıyıya çıkan simgesel uzun tekneleri (www.travelandleisure.com, 2018).

#### **2.5 GÜRCİSTAN TURİZMİNE GENEL BAKIŞ**

Gürcistan'da turizm Gürcistan ekonomisinin önemli bir bileşenidir. Uluslararası turizm hızla büyüyen bir endüstridir. 2015 yılında, yaklaşık 158.500 kişi istihdam ederek, Gürcistan'ın GSYİH'sinin% 6,7'sini üreterek 1,94 milyar ABD doları gelir sağladı. 2016'nın turist sayısında 2,720,970 kişi rekor seviyeye ulaştı. 2017 yılında, uluslararası turist sayısı tekrar artmış ve yıllık 2.8 milyar ABD Doları (GSYİH'nin %18,1'i) ile 3.478.932'ye ulaşmıştır. Yabancı ziyaretçilerin Gürcistan'a

yaptıkları harcamaların ödemeler dengesi üzerinde önemli bir etkisi vardır ve Gürcistan ihracatının yaklaşık %35,9'u turizmden gelmektedir. Turistler ortalama kalış süresi 6,5 gündür.

Gürcistan'a turizmin geliştirilmesi ve teşvik edilmesi için görevlendirilen kurum Gürcistan Ulusal Turizm İdaresi (GNTA) 'dır. (GNTA, 2016).

2009 yılında, 2015 yılında uluslararası ziyaretçi sayısı% 293 artarak 5,9 milyonu aştı. Turizm geliri 476 milyon dolardan biraz daha hızlı büyüyerek 1,9 milyar dolar oldu.

Yukarıdaki göstergeler, ziyaretçinin harcadığı ortalama miktarın son altı yılda biraz arttığını, ancak küresel ortalamanın hala çok geride olduğunu belirtmektedir. Düşük harcama maliyeti esas olarak ziyaretçilerin kaynağına bağlıdır. Bunların yaklaşık% 88'i komşudur ve kara taşımacılığının% 85'i Gürcistan'dadır. Hava nakliyecilerinin sadece %13'ü ülkeyi ziyaret etti (www.gtu.ge, 2018).

### **2.5.1 Gürcistan Turizm Stratejileri**

"Gürcistan Turizm Stratejisi 2025" in amacı, turizmin sürdürülebilir gelişimini kolaylaştıracak, gelirleri artıracak ve sektörün değerini artıracak bir rehber oluşturmaktır. Gürcistan Hükümeti'nin amacı, zengin doğal ve kültürel kaynakların, turizm ürünlerinin ve eşsiz izlenimlerin küresel bir ürünü haline gelmesini sağlayan bir plan geliştirmek ve uygulamaktır. Bunlar AB ülkeleri, Kuzey Amerika, Orta Doğu ve Asya'dan daha yüksek ücretli turistleri çekecek (www.gnta.ge, 2018).

**Vizyon-2025** yılına kadar Gürcistan, kültürel ve doğal miras, dünya standartlarında hizmet ve misafirperverlik geleneği ile öne çıkan, her mevsim önde gelen yüksek kaliteli turizm ülkesi olarak bilinecektir. Gürcistan, turizm alanında turizm yatırımlarının en üst sıralarında stratejik yatırımlar, eğitim, pazarlama ve dünya çapındaki yüksek gelirli turistlere eşsiz Gürcü izlenimleri sunacak. Ziyaretçilerin harcadığı

miktardaki artış, Gürcistan ekonomisinin büyümesine ve gelişmesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur (www.gnta.ge, 2018).

**Planlar-**"Gürcistan Turizm Stratejisi 2025" de kalkınma planları belirlendi

Aşağıdaki gibi:

- Turizmin mevcut seviyesinden (1,9 milyar dolar) 6,6 milyar dolara yükselmesini; o Gayri safi yurtiçi hasıladan sektörün doğrudan payı% 7,9 olmalıdır;
- Her ziyaretçi tarafından harcanan ortalama maliyetin artırılması
- 328 USD'den 600 USD'ye;
- Turizmde istihdam edilen kişi sayısını yaklaşık% 90 oranında arttırmak
- ziyaretin ortalama süresini 5 gün ila 7 gün arasında arttırmak
- Turizm sektöründe doğrudan yabancı yatırımları% 63 oranında artırın
- 723 milyon USD'den 1.178 milyon USD'ye
- Batı Avrupa, Asya ve Kuzey Amerika'da Yüksek Batılı Ödemeler
- Piyasalardan ziyaretçi sayısını iki katına çıkarmak (Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia, 2016)

### **2.5.2 Gürcistan Deniz-Kum-Güneş Turizmi**

Karadeniz'de bulunan Gürcistan Plajları, Gürcüler, Ruslar ve son zamanlarda diğer birçok Avrupalı için Tatil Noktasıdır. Avrupa ve Asya'nın kesiştiği bir ülke olan Gürcistan, Kafkasya dağ köylerine ve Karadeniz Plajlarına ev sahipliği yapan eski bir Sovyet Cumhuriyetidir. Artık turizmi dağlara ve plajlara çekmeye çalışan bağımsız bir ülke konumundadır.

Gürcistan Cumhuriyeti'nin iki özerk cumhuriyeti ve dokuz bölgesi vardır; Bunlardan iki cumhuriyet ve iki bölge Karadeniz kıyılarında yer almaktadır. Bunlar Güneyden kuzeye doğrular:

- Acara da Ajara heceledi
- Guria
- Samegrelo-Zemo Svaneti
- Abhazya

Gürcistan'ın Karadeniz kıyıları yıllardır Sovyet seçkinlerinin oyun alanıydı ve Sovyetler Birliği'nin kırılmasından bu yana, şimdi de bölgesel ve dünya çapında bir şekilde bu statüyü geri kazanmak için çok çaba harcıyor.

Adjara ve plajları: Acara Cumhuriyeti, Gürcistan'ın özerk bir cumhuriyetidir. Karadeniz'in doğu tarafındaki Türk sınırının kuzeyinde yer alan bu bölge, bazı subtropikal plajlara, yemyeşil manzaralara ve Kafkas Dağları'nın bir kısmına sahiptir. Ancak Adjara'nın tatil yerlerinin temel yönelimi, kan ve solunum hastalıkları ve kardiyoloji problemlerinin tedavisidir ([www.tuchmanbeachesguide.com](http://www.tuchmanbeachesguide.com)).

Batum: Bölgenin başkenti ve en önemli turistik bölgesi ve ülkenin yaz başkenti. Plajın 6 Km'lik kısmı güzel fakat taşlıdır ve ana plajın önünde bir park şeridi olan ünlü Batumi Bulvarı ile sınırlanmıştır. Son yıllarda turizmin hızla gelişmesi sonucu birçok yeni konaklama ve eğlence tesisi: Plaj barları, kafeler restoranlar ve üç Monte Carlo esintili gazino gibi birkaç gece kulübü açıldı ([www.census.ge](http://www.census.ge), 2018).

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **AZERBAJCAN`IN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ**

#### **POTANSİYELİ VE PROBLEMLERİ**

Bu bölümde, Azerbaycan`da 3S turizmde mevcut olan sorunlar, sahip olduğu potansiyel ve gelişimi için öneriler yer almaktadır.

#### **3.1 METODOLOJİ**

Araştırmanın amacı Azerbaycanın deniz kum güneş alanındaki potansiyelini, problemlerini və imkanlarını ortaya koymaktır. Bu çerçevede bölümün birinci kısmında ikincil veri kaynakları kullanılmış, ikinci kısımdaysa biçimsel mülakat yöntemi ile konunun uzmanı ve bu alanda çalışan sekiz kişiden veri toplanmıştır. Mülakat soruların hazırlanmasında deniz kum güneş turizmi ile ilgili birinci ve ikinci bölümde yapılmış literatür incelenmesinden yararlanılmıştır . Veriler nitel analiz yöntemlerinden olan betimsel analizi yapılarak yorumlanmıştır.

#### **3.2 AZERBAJCAN TURİZMINE GENEL BAKIŞ**

Azerbaycan zengin tarihi ve kültürü, muhteşem doğası, antik mimarisi ve çok sayıda tıbbi tedavi özellikleri ile dünyanın dört bir yanından turist cezbetmektedir.

Azerbaycan`da her türlü turizmin: spor, avcılık, plaj, kumsal, tıbbi turizm, egzotik turizm, iş ve hatta mutfak deneyimleri gibi türlerin gelişimi için potansiyel büyüktür.

Azerbaycan'ın dünyadaki 11 iklim bölgesinden 9 tanesine sahip olması nedeniyle, ülke hem yaz hem de kış eğlencesi için kullanılabilir bir destinasyondur. Azerbaycan'da Eko turlar: doğal rezervlere yapılan geziler, hiking ve trekkingler de yaygındır. Haziran ayında, Bakü kıyısında plaj mevsimi başlamaktadır. Turizm son yıllarda Azerbaycan'da ekonominin en dinamik ve aktif gelişen sektörlerinden

biri haline gelmiştir (www.bakushopfest.com, 2018). 2017 yılının ilk yarısında Azerbaycan'da yaklaşık 1 milyon 200 bin turist tescillenmiştir. Bu rakam geçen yılın aynı dönemine göre% 24 daha fazladır (966 497 kişi) ( www.istipress.com, 2018).

Azerbaycan'daki turizm endüstrisi şu anda yeniden canlanma ve gençleşme sürecinden geçmektedir. Bağımsızlıktan önce, Sovyetler Birliği'ndeki merkezi plancılar, başta turizm, ulaşım tesisleri, müzeler ve diğer turistik yerler olmak üzere Azerbaycan turizm sektörüne önemli yatırımlar yaptılar. Sovyetler Birliği'nde önemli bir turizm merkezi olan Azerbaycan, bu yatırımdan elde edilen maddi varlıklardan yararlandı. Bununla birlikte, merkezi planlama yaklaşımı, küresel turizm pazarında rekabetçi olmak için ihtiyaç duyulan maddi olmayan varlıkların gelişimini teşvik etmek için çok az çaba sarf etmiştir. Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra, sektördeki kilit aktörler, ülkeyi ve turistik yerlerini benzersiz bir turizm merkezi olarak pazarlamak için gerekli kapasite veya bilgiye sahip değildi. Eski Sovyetler Birliği'nin çöküşünden ve Ermenistan ile uzun bir süren savaştan sonra, turizm sektörü geleneksel turizm pazarında önemli bir düşüş, hasarlı altyapı ve yatırım eksikliği nedeniyle durgunlaştı. Sektördeki olumsuzluklara rağmen, turizm sektörünün önümüzdeki beş yıl içinde üretkenliğini, pazarlanabilirliğini ve rekabet gücünü artırmaya yardımcı olacak bir dizi olumlu etkene sahip olduğuna inanılmaktadır.

Altyapıya yapılan yatırımın artması, çok aktif bir petrol sektörünün sonucudur ve Azerbaycan turizm sektörünü kısa vadede olumlu yönde etkileyecek temel faktör olup, ona gerekenleri sağlar.

Ancak uzun vadede, Azerbaycan'ın çok sayıda uluslararası turist çekmeye potansiyeline sahip olduğu düşünülüyordu. Bir çok büyük



özelliklere sahip olmak, Azerbaycan'ın turizm sektörünü daha geniş çaplı bir şekilde yeniden geliştirmesini sağlamaktadır (Program,2004).

Azerbaycan turizmini geliştirmek için büyük potansiel olmasına rağmen bir çok problemler mevcuttur. Örneğin, Azerbaycan turizminin potansiyeli, problemleri ve gelişimi hakkında az sayıda rapor hazırlanmıştır.

Geçtiğimiz birkaç yıl içinde, Azerbaycan'daki turizm gelişimi hakkında sadece birkaç rapor hazırlanmıştır. Bunların en iyisi Haziran / Temmuz 2002'de Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) hazırladığı bölümdü. “Turizm Pazarlaması Misyon Raporu” başlıklı bu rapor, Azerbaycan'daki mevcut turizm durumu üzerine yapılan en eksiksiz analizleri içeriyor. Bu rapor Gençlik, Spor ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılması gereken daha fazla turizm gelişimi için tavsiyelerin altını çizdi. Değerlendirme ekibi, uygulanmakta olan tavsiyelerin bir kısmını tespit edebildi:

- Azerbaycan'a kısa süreli ziyaretçiler için vize fiyatları düşürüldü
- Turist Bilgilendirme Merkezleri için 7 turizm güzergahı belirlenmiş ve listede yer almaktadır.
- Bakanlık, turizm gelişim planlarını uygulamak için UNDP (United Nations Development Programme) ile yakın işbirliği içinde çalışıyor
- Yeni resmi turizm sitesi oluşturuldu

DTÖ raporunun dışında, Avrasya Vakfı tarafından hazırlanan bölgesel bir turizm kalkınma raporu vardı. Raporda Azerbaycan, Gürcistan ve Ermenistan üzerinde duruldu. Bu rapor, Azerbaycan'daki turizm sektörü hakkında çok fazla bilgi içermezken, gelecekte üç Kafkasya ülkesinin ortak pazarlanması olasılığı hakkında faydalı bilgiler içermektedir.

Büyük ölçüde, Azerbaycan'da turizm sektörünün çok az analizi yapıldı. Güçlü istatistik ve piyasa araştırma verilerinin olmaması, yakın vadede sektörün potansiyel ekonomik ve istihdam katkıları hakkında ayrıntılı ve somut bir analiz sağlamayı zorlaştırmıştır. Böylece, gelecekteki turizm projeleri için kapsamlı bir etki değerlendirme ve izleme sistemi geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Bu, uygun istatistiklerin yakalanmasını ve katılımcı grupların turizm piyasası geliştirme fırsatlarını doğru bir şekilde araştırmasını ve izlemesini sağlayacaktır (www.osce.org, 2018).

### **3.2.1 Azerbaycan Deniz Kum Güneş Turizmi**

Azerbaycan'ın Hazar sahil bölgelerinde plaj turizmi gelişimi için elverişli fırsatlar bulunmaktadır. Araştırmaya göre, 850 km'lik kıyı şeridi boyunca, kuzeyden güneye kadar olan alanın %60-70'inde plaj turizmi geliştirmek mümkündür. Şu anda kıyı bölgelerinde 90'dan fazla plaj bulunmaktadır ve yenileri de yapım aşamasındadır. Plaj mevsimi başlamadan her yıl deniz suyu izlenmekte, kirli su kullanımı yasaklanmış olup, plajın faydaları duyurulmaktadır. Ancak, Azerbaycanın bu alandaki potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda, Hazar Denizi'ni plaj amaçlı kullanmanın yeterli olmadığını görüyoruz. Bu bölgelerdeki plajlar, rekreasyon merkezleri, yazlık ve sanatoryumun oluşturulması ülkedeki yabancı turistleri cezbetmek için koşullar yaratabilir. Plaj turizmi bölgelerinin kurulması için temel şartlar su arıtma, ilgili altyapı ve turizm hizmetleri ile ilgilidir. İspanya, Türkiye, Yunanistan, Fransa ve plaj turizmi alanında özel bir yeri olan diğer ülkelerin bu deneyimlerinden faydalanabilir (www.medeniyyet.az, 2018).

### **3.2.2 3S-Le İlgili Esas Turizm Etkinlikleri**

Azerbaycan'da, turizm sektöründe, mevcut savaş durumundan kaynaklanan olaylar sonucunda yıllar boyu gerilemeler yaşanmıştır. Ama buna rağmen son yıllarda turizmde gelişmeler kaydedilmektedir. Ülkede

turizm faaliyetleri genellikle dinlenmeye yöneliktir. Hazar Denizi kıyıları da dinlenme amaçlı faaliyetler için sıkca seçilmektedir. Bu durumda rekreasyona temelli iç turizmin üstün olduğunu ve 3S ile doğa temelli turizm türlerinin yaygınlık kazandığını söylemek mümkündür. Ülkedeki 3S turizmi ile ilişkili turizm türlerini organize bir şekilde açıklamak için aşağıdaki alt başlıklar çerçevesinde konuyu değerlendirebiliriz.

**Tatil Turizmi:** Kış ve yaz turizm faaliyetleri için Azerbaycan'da çok sayıda tatil yerleri bulunmaktadır. Buralarda gerekli spor tesisleri ve dinlenme alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Bunun yanı sıra ülkede özellikle, yaz aylarında tatil yapmak için genellikle doğal alanlar ve plajlar seçilmektedir. Tatil yapmak için kaplıcaları seçenler de az değildir. Azerbaycan çok sayıda termal tesislere ve kaplıcalara sahiptir. Ancak bu yörelerin turizm potansiyeli, turizm tesislerinin yenilenmesi ve yeni turizm kamplarının oluşturulmasıyla daha da artırılabilir.

**Plaj Turizmi:** Bilindiği gibi, Azerbaycan'ın doğusu 825 km'lik sahil şeridi Hazar Denizi ile sınırlıdır. Bu da ülkenin, plaj turizmi alanında büyük potansiyele sahip olması demektir. Yaz aylarında Çok sayıda yerli turis tatil yapmak için bu alanları tercih etmektedir. Özellikle Merdekan, Bilgeh ve civarı kilometrelerce uzayan plajlara sahiptir. Bu plaj alanlarının varlığı Azerbaycana deniz kum güneş turizminde önemli avantaj sağlamaktadır.

**Kaplıca ve Sağlık Turizmi:** Azerbaycan'da 1000 kadar mineral su vardırki, bunların bir kısmı Hazar denizi kıyısında yerleşmektedir. Bundan başka kızıl kumlu plajların mevcudluğu burada çeşitli sağlık turizmi faaliyetlerinin gelişmesine de olanak sağlamaktadır. Deniz suyunun: başta sinir sistemi olmak üzere deri, cilt hastalıkları ve daha birçok hastalığa iyi gelmesi bir çok turisti cezbe etmektedir. Öte yandan,

Azerbaycan'da tedavi turizmi için çok sayı da tesis bulunmaktadır ve çoğu Apşeron Yarımadasında yerleşmektedir. Bu tesislerin toplam yatak sayısı 5.000 civarındadır. (www.osce.org, 2018).

### **3.2.3 3s Turizm Potansiyeli Yüksek Olan Bölgeler**

Azerbaycanın bir çok bölgesi turizmin geliştirilebilmesi için bir çok özelliğe sahiptir. Özellikle Abşeronun kuzey kısmı ve Hazar Denizi kıyılarında, ayrıca Guba-Haçmaz, Lenkeran Ovası 3S turizm faaliyetlerine yönelik birçok potansiyele sahiptir. Bunların başlıca özelliklerine aşağıda değinilmiştir.

**Abşeron Yarımadası:** Doğal koşulları, dinlenmek için ideal iklimi, ılık ve berrak denizi, ince ve kızıl kumlu plajları ve şifalı suları, ulaşım ve altyapı bakımından gelişmişliği göz önüne alınırsa, ülkede rekreasyonel dinlenme komplekslerinin yaratılması için en uygun bölgedir. Zaten Azerbaycan'daki tedavi nitelikli sanatoryumların çoğu buradadır. Son yıllarda buradaki, sağlık tesislerinin yenilenmesi ve yenilerinin kurulması konusunda girişimler başlatılmıştır. Abşeron Yarımadası'nın termal turizminde; Surahanı, Şıh, Bilgeh, Buzovna, Pirşaha ve Merdekan'da hidrojen sülfürlü su kaynakları büyük önem taşımaktadır (www.dergipark.gov.tr, 2018).

**Guba-Haçmaz:** Azerbaycan'ın Kuzeydoğu kesiminde bulunan Guba-Haçmaz, büyük gelişme potansiyeli olan rekreasyon turizm bölgelerinden biridir. Bu bölgenin elverişli ulaşım olanaklarının dağlık alanların ve güzel manzaralarının mevcut olması, Hazar Denizi'nin Yalama-Nabran, Gilezi-Zarat kıyılarındaki mineral su kaynakları, bu bölgenin rekreasyonel önemi arttıran özelliklerdendir. (www.sendeazerbaycanigor.com, 2018).

**Lenkeran Ovası:** Lenkeran ovası Büyük rekreasyon potansiyeline sahip olan ve Hazar Denizi kıyısında bulunan bölgelerden biridir. Ovanın

güneyi; subtropikal iklimi, kumlu plajları, güzel manzarının ve gelişmiş altyapısının olması, rekreasyon turizm komplekslerinin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır Lenkeranın büyük 3S turizmi potansiyelinin olmasına rağmen altyapının zayıf olması bu turizm türünün gelişimini yavaşlatmaktadır (www.acikerisim.deu.edu.tr, 2018).

### **3.3 AZERBAIJAN 3S TURİZMİNİN PROBLEMLERİ**

Azerbaycanın 3S turizminde mevcut olan genel problemler bunlardır:

**Çevre Problemleri:** Amerika Birleşik Devletleri Dışişleri Bakanlığı'na göre, Azerbaycan ciddi çevre sorunları ile karşı karşıya. Hazar petrol ve petrokimya endüstrileri de mevcut hava ve su kirliliği sorunlarına katkıda bulunmuştur. Bunların hepsi, bazı bilim adamlarını Absheron Yarımadası'nı ve Hazar Denizi'ni dünyanın en ekolojik olarak tahrip olmuş bölgeleri olarak görmeye itti. Azerbaycan'da çeşitli çevre örgütleri var, ancak gerekli temizleme ve önleme programlarına başlamak için çok az fon tahsis edilmektedir (Rapid Tourism Assessment for the Azerbaijan Tourism Sector Development Program, 2004).

- **Plaj turizminin potansiyeli yetersiz kullanımı:** Azerbaycan sahillerinde 8 milyon insanı bir sahil mevsimi boyunca geçirme şansı var, fakat istatistikler yaklaşık yarım milyon insanın Hazar Denizi'ni yılda bir kez kullandığını gösteriyor. Bu da çok düşük oran. Azerbaycanın şuan malii imkanlarının arttığı bir dönemde Hazar'ın plajlarını devlet çapında Avrupa standartlarına uygun bir düzeyde yeniden kurulabilir. Bunun için Hazar Denizi plaj alanlarının net kaydı yapılmalı, birinci, ikinci, üçüncü etapta onlardan nasıl kullanılacağı konularında kararlaştırılmalıdır (www.medeniyyet.az, 2018).
- **Deniz Kum Güneş turizmine talebin olmaması:** Azerbaycan'a gelen turistlerin %90'ı kültürel, çevre ve spor turizmi hayranı. Plaj

turizmine gelen ziyaretçi sayısı çok azdır. Çünkü Azerbaycan bu tür turizme yeterince ilgi göstermemektedir: Nabran plajlarında yabancı turist bulmak imkansız. Çünkü ekolojik durum çok ağır. Normal kanalizasyon sistemi kötü olması atık suların denize akıtılmasına neden olmaktadır. Bugün, Nabran plajları bir yandan bireysel işletmelerden deşarj olunan atık sular ve diğler taraftan insanlar tarafından kirleniyor. Ayrıca deniz ulaşım yolları iyi durumda değıl. Uzmanlar, bu plaj alanlarına uygun turların hazırlanması durumunda burada ki işletmelerin kendi plajlarının temizliğine dikkat edeceğine ve kirlilik sorununu büyük ölçüde çözüleceğini belirtmektedirler (www.medeniyyet.az, 2018).

### **3.4 POLİTİKA VE PROGRAMLAR**

Azerbaycan Cumhuriyeti Hükümeti, 2002-2006 yılları arasında Cumhuriyet'te turizmin gelişmesi için bir strateji uygulamaya başladı. Bu programın en önemli önceliğı, Azerbaycan'ın turizm altyapısının yeniden yapılandırılmasıdır. Fiziksel varlıkları iyileştirmeye ek olarak, plan, uluslararası turizm piyasasında sektörün kalitesini ve rekabet gücünü artıracak maddi olmayan varlıkları geliştirmek için bir takım stratejiler içermektedir. Azerbaycan hükümeti, tur operatörleri ve rehberlerin yanı sıra tatil köyü ve diğler ağırlama personeli de dahil olmak üzere sektördeki kilit personelin eğitimini geliştirmek istiyor. Sektörün uzun vadede rekabet gücünü artırmak için sektörü güçlendirmek için ilave adımlar atılmalıdır. Yakın vadede, stratejide belirtilen görevlerin yerine getirilmesi için önerilen bütçe tahsislerinin sağlanması gerekmektedir (Rapid Tourism Assessment for the Azerbaijan Tourism Sector Development Program, 2004).

Devlet programı, tüm kaynakları verimli kullanarak turizm geliştirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda, Azerbaycan'da turizmi geliştirmek için aşağıdaki ana hedefler belirlenmiştir:

- öncelikle küçük ve orta ölçekli girişimcilik başta olmak üzere turizmde girişimciliğı geliştirerek rekabetçi bir turizm pazarı yaratmak;
- turistlere hizmet kalitesini yükseltmek, uluslararası standartlara uygunluğunu sağlamak;
- Turist faaliyetlerinin devlet düzenlemesini yapmak;
- turizmden devlete ve yerel bütçelerden fon miktarının artırılması;
- turizmin altyapısının güçlendirilmesi, lojistiğı;
- Turizm şirketleri için uluslararası turizm programlarına katılmaları, yabancı yatırımcıları turizm sektörüne çekmek için elverişli koşullar yaratmak. Bu görevlerin her birini uygulamak, gergin ve sorumlu emek gerektirir (www.bakushopfest.com, 2018).

### **3.5 2017-2020 İÇİN AZERBAJYCAN CUMHURİYETİ'NDE PLAJ TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN EYLEM PLANI**

2017-2020 yılları için Azerbaycan Cumhuriyeti plaj turizmini geliştirmek için Eylemler planı hazırlanmıştır. Bu planın amacı plaj turizminin gelişimini sağlamak, mevcut problemlerin ortadan kaldırılması, plaj güvenliğinin artırılması gibi bir çok eylemi içerir.

Eylem planını bu ana maddelerden oluşmaktadır:

1. Plajın yasal tabanının iyileştirilmesi
2. Altyapıların oluşturulması ve plajların iyileştirilmesi
3. Plaj işletmecilerinin işletilmesi
4. Çevre koruma önlemleri

5. Güvenlik önlemleri

6. Plaj bilgi tabanı oluşturmak ve plaj turizmini teşvik etmek

Bu maddelerin uygulanmaya başlaması, bir çok problemin ortadan kaldıracak ve Deniz Kum Güneş turizminin gelişimine olanak sağlayacaktır (Tedbirler Plan, 2017).



### **3.6 AZERBAJCAN'IN DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİ ALANINDA POTANSİYELİNİN VE SORUNLARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK MÜLAKAT ARAŞTIRMASININ BULGULARI**

Azerbaycanda tur faaliyetleri düzenleyen 8 şirketle mülakatlar yapılmıştır ve mülakatların sonuçları aşağıdaki gibidir.

#### **TEZ TOURISM AGENCY**

**1 Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Yurtiçi turları nadiren düzenlemekteyiz. Genellikle yurtdışına turlar organize ediyoruz. Sık-sık olmasada yurt içi turlar düzenlemekteyiz ve bu turlar deniz kum güneş turlarınıda kapsamaktadır.

**2 Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

Deniz-kum-güneş turizmine talep çok değildir ama en çok tercih edilen faaliyetler plaj da dinlenme amaçlı bunun yanı sıra yüzme jet-ski gibi aktivitelere talep vardır.

**3 Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Sigorta hizmetleri ve bazı kültürel alanlara yapılan geziler.

**4 Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Daha çok online marketing faaliyetlerini internet siteleri(instagram, facebook ve google) üzerindeN yapmaktayız.

**5 Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Otel fiyatlarının aşırı olması, eğitimli işçilerin az olması.

**6 Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Abşeron ve Nabran bölgelerinin potansiyeli olmasına rağmen bu potansiyelin yüksek olmadığını düşünmekteyim.

### **7 Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Fiyatların yüksek olması, denetimin zayıf olması, turizm şirketi kolaylıkla açabilmesi ve sağlam rekabetin olmaması kıyıların betonlaştırılması, plaj sezonunun kısa olması.

### **8 Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Turizm şirketleri üzerinde devletin kontrolü, fiyatların kontrolü, sezonluk etkiyi azaltabilecek bazı faaliyetler gereklidir.

### **9 Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Türkiye bize her yönden daha yakın olduğu için onların faaliyetlerinin halkımız tarafından iyi karşılanacağını ve kabul eileceğini düşünmekteyiz.

## **BBT TOURISM AGENCY**

### **1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Yurtiçi ve yurtdışı turlar düzenlemekteyiz. Aynı zamanda Deniz-Kum-Güneş turları da düzenlemekteyiz.

### **2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

En fazla plajlar tercih edilmektedir ama bazen sağlık amaçlı tercih edenlerde olmaktadır.

### **3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Full board yiyecek hizmeti ,sigorta hizmeti ve eğlence aktiviteleri.

#### **4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

En güzel marketing yüksek hizmet kalitesidir bizim için bunun yanı sıra online marketing faaliyetlerinde de bulunuyoruz.

#### **5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Turistlerin aldatılması (taksi), ürünlerin ve hizmetlerin normal fiyatın üzerinde teklif edilmesi.

#### **6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Bakü etrafında Merdekan,Şıxov, Novxanı, Pirşağı, Bilgeh gibi plajlar mevcuttur ki bu da potansiyeli olması anlamına gelmektedir. Plajların kıvıll kumlu olması plajlara ayrıca tıbbi önemde katmaktadır. Nabran bölgesi deniz-kum-güneş bölgesi olarak gelişmiş ve çeşitli eğlence aktiviteleri sunmaktadır.

#### **7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Nitelikli personel eksikliği ve alt yapı sorunları, kanalizasyon atıkları.

#### **8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Öncelikle kirlilik problemini ortadan kaldırmak, Yerel halkın turizm aktivitelerine katılımını sağlamak.Vize kolaylaştırma yoluyla turist sayısını artırmak.

#### **9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Turkiyeyi. Çünkü deni-kum-güneş turizminde bir dünya markası konumundadır.

### **İTERFORCE TRAVEL**

**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Ülke dahili ve yurtdışı turlar düzenliyoruz. Deniz-Kum-Güneş turları da düzenlemekteyiz.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

En fazla Nabran dinlenme amaçlı bölgesi tercih edilmektedir.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Kısmi yiyecek ihtiyaçları, transfer ve sigorta hizmeti.

**4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Online marketing sosyal medya üzerinden yapıyoruz ve en etkili marketing aracı olarak verdiğimiz kaliteli hizmettir.

**5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Aşırı fiyat sorunu.

**6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Çok büyük potansiyeli var özellikle Bakü gibi bir büyük bir kültürel merkezin sahil şeridinde olması çok büyük avantaj. Yeterince resort otelin olduğunu düşünmekteyim.

**7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Aşırı kirlenme sonucu bazı bitki ve hayvanların yok olması. Nitelikli personel eksikliği, halkın turizm ve çevre bilincinin zayıf olması

**8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Güçlü turizm eğitimi, seminerleri ve turizm bilinci oluşturmak için faaliyetlerin yapılması ve mevcut olan bazı problemlerin ortadan kaldırılması.

**9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Bu alanda ki gelişimini göz önünde bulundurarak Türkiye söyleyebiliriz.

## **EARTH TRAVEL**

**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Ülke dahili ve yurtdışı turlar düzenlemekteyiz ve deniz-kum-güneş turizmi için turlar yapmamaktayız.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

Bu konuyla ilgili pek birşey söyleyemem.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Yapmadığımız için hiç bir ilave hizmet sunmamaktayız.

**4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Genel olarak online marketing faaliyetleri özellikle de instagram üzerinden ve bloggerler aracılığı ile bu tularımızı tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmekteyiz.

**5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

En fazla karşılaştığımız sorunlar aşırı fiyat sorunu.

**6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Yüksek potansiyeli bulunmaktadır. Hazar denizi sahilinde çok geniş kıyı şeridinde sahibiz ve bu şeridin %50-60 plaj turizmi için kullanılacak potansiyele sahiptir.

**7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Deniz kirliliği. İnsanların plaj temizliği konusunda duyarlı olmaması. Kıyı işletmelerinde nitelikli personel eksikliğine alt yapı sorunları.

**8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Deniz ve kıyıların temizlenmesi, insanların bu konularda bilgilendirilmesi nitelikli personel sorununu çözümlenmesi için gereken eylemlerin yapılması.

**9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Genellikle Türkiyeyi örnekle almaktayız çünkü genellikle Türkiye plajları tercih edilmektedir.

**Online Travel**

**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

3 yıldır faaliyet göstermekteyiz .İncoming ve outcoming turları organize ediyoruz. Mevcut birkaç problem olduğundan Deniz-kum-güneş turları yapmamaktayız problemlerin çözülmesi durumunda yapabiliriz.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

Bu turizm türü ile ilgili turlar düzenlemesekte en fazla plajların ve bazı yan aktivitelerin tercih edildiğini biliyorum.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Diğer turlarlarımızla birlikte kültürel turlar sunmaktayız.

**4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Online marketingi ve bukletleri kullanıyoruz.

**5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Bu turizm türüne talebin çok az olması, otellerde ve diğer turizm tesislerinde düşük hizmet kalitesi, çevre kirliliği insanların deniz-kum-güneş turizmi ile ilgili bilgilerinin az olması.

**6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Potansiyel çok yüksek olmadığını düşünüyorum.

**7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Düşük hizmet kalitesi ,çevre kirliliği ve çevre bilincinin zayıf olması.

**8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Bu konuda çalışanlara eğitimler verilebilir, bazı kirlilik problemlerini ortadan kaldırılabilir, tanıtma maksatlı yeni projeler düşünülebilir.

**9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Bu turizmde genel olarak popüler olan İspanya, Yunanistan ve Türkiye gibi ülkelerin izlenmesi ve tecrübelerinden yararlanmak gerekir.

**GRANATA TRAVEL**

**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Ülke dahilinde bireysel ve grup şeklinde turlar organize ediyoruz. Çok az tercih edilse de, bazen deniz-kum-güneş turları ve ya bu bölgelerdeki otellere rezervasyon işlemlerini de yapmaktayız.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

Plajlarda dinlenmeyi tercih etmektedirler.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Tur için gereken bazı özel ekipmanlar ekipmanlar ve kaliteli fotoğraf çekimi hizmeti sunulmaktadır.

#### **4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Müsterilerimize verdiğimiz hizmetin en etkili pazarlama faaliyeti olduğunu düşünmekteyiz. Bununla birlikte online marketing faaliyetlerini de yürütmekteyiz.

#### **5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Düşük hizmet kalitesi.

#### **6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Bakı ve Nabran bölgelerinde potansiyel var.

#### **7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Deniz-kum-güneş turlarına talebin az olması, fiyatların yüksek olması, hizmet kalitesinin düşük olması, nitelikli personel sorunu, düşük gelirli turistler için 1-2-3 yıldızlı otellerin az olması, turistlerin aldatılması ürünlerin ve hizmetlerin (taksi) normal fiyatın üzerinde teklif edilmesi.

#### **8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Kıyı alanındaki işletmelerde fiyatların kontrol edilmesi, personele güzel kariyer imkanları sunmak, Plajlarda güvenlik önlemlerini artırmak, hizmet kalitesinin kontrol edilmesi ve bazı bölgelerde altyapı ve üstyapı çalışmaları.

#### **9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Türkiye örnek alınması gereken en uygun ülke çünkü yeterli turizm tecrübesi ve kusursuz hizmet kalitesine sahiptir.

**CASABLANCA TRAVEL**



**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Ülke dahiline ve yurtdışına turların düzenlenmesi, uçak biletlerinin satışı ve viza desteği gibi hizmetleri sunmaktayız. Son 1 yılda Azerbaycanda bplgelere ve çeşitli plajlara turlar organize etmekteyiz.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hagilerine olan talep daha yüksektir?**

En fazla plajda dinlenme ve yüzme faaliyetleri tercih ediliyor tercih ediliyor.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Aktiviteler için gereken ekipmanlar ve farklı turlar teklif etmekteyiz.

**4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

Marketing için sosyal medyayı kullanıyoruz ve bu hizmeti başka bir şirkete uygulatdırıyoruz (outsourcing), televizyon programlarına sponsorluk etmeyi planlıyoruz, bukletleri kullanıyoruz.

**5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Tecrübesizlik,yetersiz hizmet kalitesi ve turislerin aldatılması.

**6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Azerbaycan uzun sahil şeridine sahiptir. Ne yazık ki, potansiyel olmasına rağmen kıyı alanlarımızı doğru şekilde kullanabimemekteyiz bu yüzden Deniz Kum Güneş turizmi ülkede zayıf gelişmiştir.

**7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Tecrübesizlik,yetersiz hizmet kalitesi ve alt yapı sorunları.

**8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Deniz-kum-güneş turizminde bu türe ait olan bazı kirlenme, atık suların denize akıtılması, insanların çevre temizliği konusunda bilinçsizliği ve ya çevre temizliğine duyarlı olmaması gibi problemlerle birlikte daha genel problemler olan; turizm faaliyetlerini dünya tecrübesi göz önünde bulundurularak yapılmalı, uygun bir kontrol sisteminin geliştirilmesi ve sağlam rekabet ortamınının yaratılması, turizm şirketlerinin vergi indirimi ve diğer araçlarla teşvik edilmesi ve hava taşımacılığı alanında sağlam rekabetin oluşturulması ve ülke piyasasına girmesini önleyen sorunların ortadan kaldırılması gerekir.

**9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Kardeş ülke Türkiyenin bu yönde başarısına bakarak örnek almaya çalışmalıyız.

**TURİZM.AZ TRAVEL**

**1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?**

Ülke dahili ve ülke harici turlar düzenlemekteyiz. Deniz-Kum-Güneş turizmi ile alakalı Nabran ve Bakı bölgelerine turlar organize ediyoruz.

**2. Ülkemizde Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden hangilerine olan talep daha yüksektir?**

Resort otellerde dinlenme amaçlı turlar en çok tercih edilenlerdendir.

**3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?**

Eğlence hizmetleri teklif ediyoruz.

**4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?**

En etkili marketing aracı olarak verdiğimiz kaliteli hizmeti görmekteyiz. Ve bir çok online marketing faaliyetleri yürütmekteyiz.

**5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Personel eksikliği ve düşük hizmet kalitesi.

**6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Potansiyelin olduğunu düşünüyorum. Esasen Bakı ve Nabran bölgelerinde ve de Lenkeran bölgesinde potansiel vardır.Ama Lenkeran bölgesinin altyapı sorunları gelişimin önünün almaktadır.

**7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?**

Ekolojik problemler, nitelikli personel eksikliği,yetersiz altyapı.

**8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?**

Bu alanda halkın ve turistlerin bilinçlendirilmesi, fiyat kontrol sisteminin yaratılması, altyapının geliştirilmesi ve hizmet kontrol sisteminin geliştirilmesi.

**9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?**

Türkiye ve İspanyayı örnek almaktayız. Bunun nedeni Türkiyenin bu konuda çok fazla tecrübeye sahip olması ve de bizim potansiel müşterilerimiz olan yerel halkın Türkiyeyi seçme eğilimleridir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçen yüzyılda yaşanan yüksek sanayileşme ve politik değişimler insanların refah düzeyinde ve sosyal yaşantısında bir çok pozitif gelişmelere neden oldu. Bu da turizmin gelişmesi için büyük olanak yarattı. 20. Yüzyılın ortalarında jet motorlu uçakların taşımacılık için kullanılmasıyla turizm sektörünün gelişimi daha da hızlandı ve “Kitle Turizmi” kavramının yaranmasına neden oldu. Turizmin hızlı gelişimi geleneksel turizm çeşitlerinin yanı sıra alternatif turizm türlerinin gelişmesine de neden oldu. Turizmin ilk türlerinden biri olan Deniz-Kum-Güneş turizmi turizm tarihinin her döneminde güncelliğini kaybetmedi ve en çok tercih edilen türlerden biri olmaya devam etdi ve Kitle turizminin bir parçası olarak kabul edildi. Deniz-Kum-Güneş turizmi Kıyı ve Marine turizmi olarak ikiye ayrılmakta ve yüzme, plajda dinlenme, tüplü dalış, resif ziyaretleri ve kruvazyer turları gibi birçok faaliyetleri içermektedir. Deniz-Kum-Güneş turizmi Kitle turizminin en fazla tercih edilen türlerinden biri olarak deniz, kum ve güneş gibi kaynaklara sahip olan ülkelerin ekonomik ve turist cezbetme konusunda ne kadar avantajlı olduğunu ortaya koymaktadır. Ülke turizmini geliştirmek ve ekonomik getirisini artırmak için büyük bir avantaj olan Deniz-Kum-Güneş turizmi aynı zamanda büyük kitlelere hitap ettiğinden büyük çevresel sorunların oluşmasına da neden olmaktadır.

Azerbaycan`ın eşsiz doğal çekiciliklere, şanlı bir tarihe ve bu tarihin doğurduğu muhteşem bir kültüre sahip olması onun turizm potansiyelinin ne kadar yüksek olmasını göstermektedir. Uzun kıyı şeridinin, dört mevsimin yaşandığı ılıman iklimin ve turizm sektörünü destekleyecek yeterli miktarda kaynakların olması büyük bir avantajdır ve bu avantajın değerlendirilmesi sonucu turizmi büyük ölçüde geliştirmek mümkündür.

Azerbaycanın Deniz-Kum-Güneş turizminde potansiyelini ortaya koymak için yaptığımız araştırmanın sonucu olarak Azerbaycan`ın bu alanda aşağıdaki potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür:

1. Azerbaycanın Hazar denizine 850 km uzunlukta sahil şeridinin mevcut olması
2. Sahil şeridinin %60 nın deniz-kum-güneş için yararlı olması
3. Ülkenin ılıman iklime sahip olması
4. Sahil şeridi boyunca çeşitli kültürel yapıların mevcudluğu
5. Bakü gibi büyük bir şehir ve kültür merkezinin kıyı alanında yerleşmesi
6. Plajlarında tıbbi önem taşıyan kızıl kumların mevcudluğu
7. Kıyı alanlarında yeteri sayıda konaklama işletmelerinin mevcudluğu
8. Son zamanlarda devletin petrol dışı sektörlerle özellikle turizme büyük dikkat ayırması
9. Devlet tarafından plaj turizminin gelişmesine yönelik atılımlar
10. Son dönemde turistlerin ülkemize ilgisinin artması (özellikle Körfez ülkelerinden)
11. Bazı ülkelere uygulanan vize kolaylıkları
12. Asan viza sisteminin uygulanması

Azerbaycanın Deniz-Kum-Güneş turizminde potansiyelini ortaya koymak için yaptığımız araştırmanın sonucu olarak söyleyebiliriz ki, Azerbaycanın bu konuda bu gibi sorunları bulunmaktadır.

1. Su kirliliği sorunları
2. Kumsal alanlarda kirlilik sorunları
3. Turist ve işletmelerin çevre temizliği ile alakalı duyarlı olmaması
4. Sürdürülebilirlikle alakalı yeterince faaliyet gösterilmemesi
5. Yerel toplumda turizm bilincinin zayıf olması

6. Hizmet kalitesinin düşük olması
7. Maksimum kar için kıyı alanlarının yanlış kullanımı
8. Atıklarla deniz habitatlarına ve çevreye verilen zarar
9. Aşırı kirlilikten oluşabilecek hastalıklar
10. Fiyat kontrol sisteminin zayıflığı
11. Turizm İşletmeleri üzerinde denetimin zayıflığı
12. Nitelikli personel sayısının azlığı
13. Bazı arazilerde yetersiz alt ve üst yapı
14. Çevre bilincinin zayıflığı
15. Sağlam rekabet ortamının olmaması
16. Uçak fiyatlarının yüksek olması
17. Bazı bölgelerde aşırı fiyat sorunu

Azerbaycanın Deniz-Kum-Güneş turizminde potansiyelini ortaya koymak için yapılan araştırmanın sonucu ve dünya tecrübesine bakarak aşağıdaki çözümleri önermek mümkündür:

1. Su arıtma tesislerinin kurulması
2. Kumul alanlarda kum temizleme faaliyetlerinin başlatılması
3. Yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi
4. Yerel halkın çevre temizliği konusunda bilinçlendirilmesi
5. Çalışanların eğitilmesi için training ve seminerlerin yapılması
6. Fiyat kontrol sisteminin geliştirilmesi
7. Başta konaklama işletmeleri olmak suretile bütün kıyı işletmelerinin yükümlülük ve sorumlularının artırılması
8. İşletmeler üzerinde etkili kontrol sisteminin geliştirilmesi
9. Sağlam rekabet ortamının geliştirilmesi
10. Hizmet kontrol mekanizminin geliştirilmesi
11. Turizm şirketlerinin teşvik edilmesi (Vergi kolaylıkları ve diğer konularda)

12. Büyük uçak şirketlerinin ülkeye gelmesi için zemin hazırlamak
13. Alt ve üst yapının geliştirilmesi
14. Turizm okullarının sayısını artırmakla eğitilmiş işçi sayısını artırmak
15. Deniz-Kum-Güneş ve diğer turizm alanlarında dünya tecrübesinden yararlanmak
16. Tanıtım faaliyetlerinin yapılması

Bu önerilerin uygulanması sonucunda Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin pozitif yönde değişeceği ve yakın gelecekte bu turizm türünde tercih edilebilir bir konuma geleceği beklenilmektedir.

Yapmış olduğumuz bu araştırmayla Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizminin potansiyelini ve sorunlarını ortaya koyduk ve bu problemlerin çözülmesi ve potansiyelini değerlendirebilmek için dünya tecrübesine ve araştırma sonucuna dayanarak çözüm önerileri sunduk.

Yaptığımız araştırmanın Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında çalışma yapacak akademisyenlere ve bu konuda faaliyet gösteren işletmelere katkıda bulunması beklenilmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

ALMEIDA García F. (2013), Tourism policy and territorial imbalances in Spain, *Bulletin of Geography, Socio-Economic Series*, No 22

BRAMWELL, Bill (2004). Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe (Elektronik sürüm), Channel View Yayınevi, Bristol

CABRINI Luigi (2013). "Expert Group Meeting on Oceans, Seas and Sustainable Development: Implementation and follow-up to Rio+20", Sustainable Marine Tourism, UNWTO, New York s. 2-5.

DAVENPORT John ve DAVENPORT Julia L. (2005), The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments Estuarine, Coastal and Shelf Science

DUPEYRAS Alain (2016). OECD Tourism Trends and Policies, OECD Tourism Trends and Policies 2016 Workshop (10 March 2016, Berlin) OCED, Berlin

ECORYS (2013), Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level, Rotterdam/Brussels

EGRESI, Istvan (2016). Alternative Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability, (Elektronik Sürüm), Springer Yayımevi, Oklahoma

FENNELL David A. (2008). Ecotourism, (Elektronik Sürüm), Routledge Yayımevi, Abingdon

Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia, Georgian Tourism in Figures Structure & Industry Data (2016). Tiflis

HIGHAM James ve E. S. LÜCK Michael (2008). Marine Wildlife and Tourism Management: Insights from the Natural and Social, (Elektronik Sürüm), CABI yayın evi, Oxfordshire

HONEY Martha (2008). Ecotourism and Sustainable Development, Second Edition, (Elektronik Sürüm), Islans Press Yayımevi, Washington

HOUNSLOW Arthor (1995). Water Quality Data: Analysis and Interpretation, (Elektronik Sürüm), CRC Press Yayımevi, Florida

IVANOVIC Milena (2008). Cultural Tourism, (Elektronik Sürüm), Juta and Company Ltd Yayımevi, Cape Town

KOZAK Metin ve KOZAK Nazmi (2011). “Sustainability of Tourism: Cultural and Environmental Perspectives”, *Sustainability of Tourism*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, s. (1-17)



MING Huang (2018), Cross-cultural Differences and Cultural Stereotypes in Tourism - Chinese Tourists in Thailand, Journal of Hotel & Bussines Management, Sichuan

NAGLE Garrett (1999). Tourism, Leisure and Recreation, (Elektronik Sürüm), Nelson Thornes Yayımevi, Cheltenham

OUYANONT Porphant (2001). 'The Vietnam War and Tourism in Bangkok's Development, 1960-70', Kyoto Üniversitesi Güneydoğu Asya Çalışmaları Merkezi, cilt (39): 157-171

PATEL. S. Ishita ve. NAYAB Z. Akar (2014). GEOGRAPHY OF TRANSPORT, TOURISM & MANAGEMENT (Elektronik Sürüm), Lulu.com Yayımevi, Solapur

Rapid Tourism Assessment for the Azerbaijan Tourism Sector Development Program (2004). Citizens Development Corps to The Organization for Security and Cooperation in Europe Office in Baku, Bakü

RESSETAR Tatyana (2011). *The Seaside Resort Towns of Cape May and Atlantic City, New Jersey Development, Class Consciousness, And The Culture of Leisure in The Mid to Late Victorian Era*, University of Central Florida, Yüksek lisans Tezi, Florida

SEZGIN, Erkan and YOLAL, Medet (2012), Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development, INTECH, Croatia

SHARMA Krishna Kumar (2005). Tourism and Development, (Elektronik Sürüm), Sarup & Sons Yayımevi, New Delhi

SWARBROOKE John (1999). Sustainable Tourism Management, (Elektronik Sürüm), CABI Yayımevi, Oxfordshire

TƏDBİRLƏR PLANI (2017). Azərbaycan Respublikasında çimərlik turizminin inkişafına dair 2017–2020-ci illər üçün Tədbirlər Planı

Turkey Progress Report (2008). Commission of The European Communities, Brussels

TYLER, Sue (2009). “West Mersea Seaside Heritage Project, Historic Urban Characterisation Report”, Historic Environment Project (2009 County hall ) Essex County Council, Chelmsford s. (3-6)

WEAVER David Bruce (1998). Ecotourism in the Less Developed World, (Elektronik Sürüm), CABI International Yayımevi, Oxfordshire

YOLAL Medet (2016). “History of Tourism Development in Turkey”, (edt. Istvan Egresi), Alternative Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability, Springer International Yayımevi, Eskişehir, s. (24-30)

ZUBRITCKAIA Olga (2015). *Sustainable tourism and coastal management in Mediterranean countries*, Ammattikorkeakoulu Novia Magistratura, Lisans Tezi, Vaasa

## **İNTERNET KAYNAKLARI**

<http://bakushopfest.com/en/azerbaijan-as-a-tourist-destination/>  
(20.05.2018)

<http://medeniyyet.az/page/news/6095/Cimerlik-turizmi:-imkanlar-problemler-perspektivler.html> (Erişim: 23.05.2018)

<http://medeniyyet.az/page/news/8862/-Cimerlik-turizmi:-dunya-tecrubesi-ve-standartlari-.html> (Erişim: 23.05.2018)

[http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E\\_Book/Tourism/The%20Encyclopedia%20of%20Ecotourism.pdf](http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E_Book/Tourism/The%20Encyclopedia%20of%20Ecotourism.pdf) (Erişim: 21.04.2018)

[http://wwf.panda.org/about\\_our\\_earth/blue\\_planet/problems/tourism/tourism\\_pressure/](http://wwf.panda.org/about_our_earth/blue_planet/problems/tourism/tourism_pressure/) (Erişim: 29.04.2018)

<http://www.dw.com/en/spain-logs-record-number-of-tourists/a-19012217> (Erişim: 21.05.2018)

<http://www.haberturk.com/saglik/haber/1587915-deniz-ve-kumun-15-mucizesi> (Erişim: 21.04.2018)

<http://www.hurriyetdailynews.com/turkey-rich-in-blue-flags--81420> (Erişim: 23.05.2018)

<http://www.lavanguardia.com/economia/20180110/434208713049/datos-turismo-2017-record-llegadas-turistas-internacionales.html> (Erişim: 21.05.2018)

[http://www.popflock.com/learn?s=Coastal\\_resort\\_town](http://www.popflock.com/learn?s=Coastal_resort_town) Coastal Resort Town (Erişim: 21.04.2018)

<http://www.spain.info/consultas/destinos-playa/pueblos-osteros.html?l=en> (Erişim: 21.05.2018)

<http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/20160229-Tourism-Trends-and-Policies.pdf> (Erişim: 23.05.2018)

<http://www.travelandleisure.com/slideshows/best-beaches-in-thailand> (Erişim: 23.05.2018)

<https://content.historicengland.org.uk/images-books/publications/blackpools-seaside-heritage/blackpools-seaside-heritage.pdf/> (Erişim: 29.05.2018)

<https://www.bangkokpost.com/business/tourism-and-transport/1199925/tourism-to-continue-growth-spurt-in-2017> (Erişim: 23.05.2018)

<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/dive-tourism/europe> (Erişim: 21.04.2018)

<https://www.healthline.com/health/depression/benefits-sunlight> (Erişim: 21.04.2018)

<https://www.marbellarentals.st/marbella-guide/a-history-of-spain-and-its-tourism-evolution/> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.mfa.gr/usa/en/about-greece/tourism/for-sustainable-tourism-industry.html> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.surfertoday.com/surfing/13050-the-health-benefits-of-sea-water> (Erişim: 21.04.2018)

<https://www.thelocal.es/20170109/spain-had-a-record-year-for-tourists-in-2016> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.ukessays.com/essays/tourism/what-is-mass-tourism-tourism-essay.php> (Erişim: 21.04.2018)

<https://www.voanews.com/a/ap-record-32-million-foreign-tourists-visit-thailand-in-2016/3699721.html> (Erişim: 23.05.2018)

<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.dailysabah.com/tourism/2015/01/01/42-million-tourists-visit-turkey-in-2014> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.tuchmanbeachesguide.com/georgia-beaches.html> (Erişim: 23.05.2018)

[https://elpais.com/sociedad/2014/05/14/actualidad/1400069099\\_279268.html](https://elpais.com/sociedad/2014/05/14/actualidad/1400069099_279268.html) (Erişim: 21.05.2018)

<http://www.softstarshoes.com/live-bare-blog/2015/07/02/benefits-walking-running-barefoot-sand/> (Erişim: 21.04.2018)

<http://istipress.com/sosial/11-07-2017/bu-il-azerbaycana-gelen-turistlerin-sayi-aciqlandi> (Erişim: 20.05.2018)

<http://wessa.org.za/site17/wp-content/uploads/2018/03/Beach-Criteria-and-Explanatory-Notes-changes-2017-update-05122016.pdf> (Erişim: 29.05.2018)

<https://www.nap.edu/read/4932/chapter/4#21> (Erişim: 29.04.2018)

<http://www.fee.global/our-history> (Erişim: 13.05.2018)

<http://web.deu.edu.tr/maritime/turgut%20var.pdf> (Erişim: 21.05.2018)

<http://www.greeka.com/greece-travel/tourism.htm> (Erişim: 21.05.2018)

<https://blog.archive.org/2013/01/09/updated-wayback/> (Erişim: 21.05.2018)

<https://whc.unesco.org/en/statesparties/GR> (Erişim: 21.05.2018)

<https://www.wwf.gr/images/pdfs/TourismLow.pdf> (Erişim: 21.05.2018)

[http://census.ge/files/results/Census\\_release\\_ENG.pdf](http://census.ge/files/results/Census_release_ENG.pdf)  
(Erişim:23.05.2018)

<http://www.europeanbusiness.gr/page.asp?pid=754> (Erişim: 23.05.2018)

<https://gnta.ge/> (Erişim: 23.05.2018)

<https://www.tourismthailand.org/About-Thailand> (Erişim: 23.05.2018)

<https://eurekamag.com/research/002/945/002945197.php>  
(Erişim:29.05.2018)

[https://www.economist.com/media/pdf/QUALITY\\_OF\\_LIFE.pdf](https://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf)  
(Erişim: 21.05.2018)

## EKLER

### AZERBAJCAN'DA DENİZ-KUM-GÜNEŞ TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİ

*Bu anket, "Made in Azerbaijan: Deniz-Kum-Güneş Turizmi" konulu lisans tezi işi için , Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Türk Dünyası İşletme fakültesi, Turizm ve Otelcilik Bölümü 4. sınıf öğrencisi Gasimov İsabala tarafından hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycanın potansiyelini, bu alandaki, problemleri ve imkanlarını ortaya koymaktır.*

#### SORULAR:

1. Lütfen faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetleriniz hakkında bilgi verin. Deniz-Kum-Güneş turizmi alanında ne yapıyorsunuz ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?
2. Ülkemizde hangi Deniz-Kum-Güneş aktivitelerinden olan talep daha yüksektir?
3. Deniz-Kum-Güneş faaliyetleri sırasında ve sonrasında hangi hizmetler (ek hizmetler dahil) teklif etmektesiniz?
4. Pazarlama alanında neler yapmaktasınız?
5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?
6. Deniz-Kum-Güneş turizminde Azerbaycan'ın (bölgeler dahil) potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Azerbaycan Deniz-Kum-Güneş turizminin sorunları nelerdir?
8. Azerbaycan'da Deniz-Kum-Güneş turizmini geliştirmek için neler yapılmalıdır?
9. Deniz-Kum-Güneş Turizm'de model olarak hangi ülkeleri görüyorsunuz? Neden?
10. Ekleme istediğiniz herhangi bir şey varsa, katılın