OSMANİYE
İL TURİZM STRATEJİSİ
VE EYLEM PLANI

ÖNSÖZ

Turizm sektörü son yıllarda gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler için giderek daha büyük bir önem kazanmaktadır. Uluslararası turizm talebi 2000-2010 döneminde yüzde 39,5 oranında artarken, turizm gelirleri aynı dönemde yaklaşık %93,3 oranında artmıştır. 2010 yılında uluslararası turist sayısı bir önceki yıla göre yüzde 6,6 oranında artarak 940 milyon, turizm gelirleri ise yüzde 7,9 oranında artarak 918 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de 1980'li yıllarla birlikte turizmi teşvik politikaları ile turistik tesis ve yatak sayısı hızla artmış, bu genişlemenin neticesinde de 30 milyon ziyaretçi ve 20 milyar $'ın üstünde turizm geliri seviyesine ulaşılmıştır. 2009 yılı itibariyle Türkiye dünya'nın en çok ziyaret edilen 7.ülkesi, turizm geliri sıralamasında ise 9. ülkesi konumuna gelmiştir. Ülkemiz turizm gelirleri hizmet ihracatının %65'i, toplam ihracatın ise % 20'sini oluşturmaktadır.

Tarihin en eski dönemlerinden beri yerleşim yeri vasfını korumuş ve birçok medeniyetin etkisi altında kalmış olan Osmaniye ili;

- Tarihi ve kültürel derinliği,
- Doğal güzellikleri,
- Yaylaları ve zengin mutfak kültürü,
- Önemli ulaştırma ağlarını birbirlerine bağlayan konumu

gibi özellikleri dolayısı ile gerekli cazibe unsurlarına sahiptir. Mevcut durumda her ne kadar turizm sektörü katma değer ve istihdam olanakları açısından ileri bir konuma sahip olmasa da şehrin ulaşım eksenleri üzerindeki stratejik konumu etkili bir turizm stratejisinin çok kısa bir sürede olumlu etkilerinin görülebilmesine imkân tanıyacak bir ekonomik potansiyel barındırmaktadır.

İlin mevcut turizm potansiyelini etkin olarak kullanmak, turizmden aldığı payı arttırmak, konaklama kapasitesini geliştirip altyapı eksikliklerini gidermek ve tanıtımını sağlamak amacı ile çeşitli stratejilerin geliştirildiği Osmaniye İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı hazırlanmıştır. Bu planın hazırlanmasında emeği geçen DOĞAKA Genel Sekreteri Erdoğan SERDENGECTİ ve Ajans uzmanları ile Kalkınma Bakanlığı uzmanı Çağatay TELLİ'ye teşekkür eder, İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı Osmaniye'nin turizm sektöründe ilerlemesine zemin hazırlamasını ve ilimiz için faydalı olmasını dilerim.

Celalettin CERRAH
Osmaniye Valisi

SUNUŞ

Turizm sektörü dünyada en hızlı gelişen sektörlerin başında yer almaktadır. 2010 yılında uluslararası turist sayısı 940 milyon, turizm gelirleri 918 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılına yönelik tahminlerde uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısının 1,5 milyara ve turizm gelirlerinin 2 trilyon dolara ulaşması beklenmekte, bu durum ile turist çeken ülkeler arasında rekabetin artacağı öngörülmektedir.

Turizm hareketleri dünyada hızla gelişme gösterirken Türkiye'de gerek ekonomik politikalar kapsamında gerekse mikro bazda sektörde çok hızlı bir büyüme göstermiştir. Türkiye'de turizm sektöründe özellikle 1990'lı yıllardan itibaren önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve 1991-2009 döneminde yabancı ziyaretçi sayısı, 5,5 milyondan 27 milyona, turizm gelirleri de 2,6 milyar ABD dolarından 21,3 milyar ABD dolarına yükselmiştir.

DOĞAKA olarak vizyonumuz; "Ekonomik, sosyal ve demokratik birikimi geliştirerek; doğal ve kültürel çevreyi koruyarak; Tarım, Teknoloji, Ticaret, Taşımacılık, Turizm alanlarında Türkiye'nin ve Orta Doğu'nun lider bölgesi olmak" olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda bölge vizyonumuzun 5T'sinden biri olan Turizm'in TR63 Bölgesinde geliştirilmesi, potansiyelinin daha verimli kullanılması önem arz etmektedir. Dünya'daki ve Türkiye'deki bu gelişmelerden hareketle kurumsal vizyonumuz doğrultusunda giderek önem kazanan turizm sektöründen bölge illerimizin de hak ettiği payı alabilmesi için Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illeri için İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planları hazırlanmıştır.

Planların hazırlanmasında il ve ilçelerde çalıştaylar düzenlenerek katılımcı bir yaklaşım izlenmiştir. Belirlenen sorunların çözüme kavuşturulması ve dolayısıyla ilin turizm potansiyelinin etkin kullanılması için stratejilerin belirlendiği İl Turizm Strateji ve Eylem Planı ile Osmaniye ilinin turizmde hak ettiği konuma ulaşması amaçlanmaktadır.

İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planının hazırlanmasında destek veren Yönetim Kurulu üyelerimize, Kalkınma Kurulu üyelerimize, Osmaniye İl Kültür ve Turizm Müdürü Sayın Ahmet TABUR'a ve müdürlük çalışanlarına, Kalkınma Bakanlığı uzmanlarına, bölgemizde yer alan kamu kurum ve kuruluşları yöneticilerine, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerine teşekkür ederim.

Erdoğan SERDENGEÇTİ
DOĞAKA Genel Sekreteri

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ 12

1 ÖZET 13

2 GİRİŞ 15

3 TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KÜRESEL GELİŞMELER 19

3.1 Genel Tespit ve Değerlendirmeler 19

3.2 Turizm Endüstrisindeki Küresel Eğilimler 30

3.3 Küreselleşme, Yeni Rakiplerin Yükselişi ve Artan Rekabet 31

3.4 Bilgi ve İletişim Teknolojileri: Rekabetçiliğin Kilit Bileşeni 32

4 MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ 36

4.1 Türkiye'de Turizm Sektörünün Kuruluş ve Yükselişi 36

4.2 Türk Turizminin Ekonomik ve Sosyal Önemi 39

4.3 Kurumsal Faktörler ve Mekanizmalar: Turizm Teşviklerinin Tarihi ve Yapısı 43

4.4 Türk Turizm Endüstrisi ve Artan Küresel Rekabetin Sonuçları 50

5 OSMANİYE TURIZM SEKTÖRÜ: GELİŞİM VE MEVCUT DURUM 56

5.1 Tarihi Gelişim ve Turizm Sektörünün İldeki Konumu 56

5.2 Osmaniye Turizm Sektörü: Mevcut Durum 57

6 OSMANİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ VE VARLIKLARI 61

6.1 Turizm Potansiyelini Destekleyen Hususlar ve Gelişmeler 61

6.2 Yerel Turizm Varlıkları 65

6.3 Tarihi ve Kültürel Turizm Varlıkları 66

6.3.1 Müzeler ve Ören yerleri 66

6.3.2 Kaleler 67

6.3.3 Camiler 75

6.4 Termal Turizm Varlıkları 76

6.5 Doğal Turizm Varlıkları 77

6.5.1 Doğal Alanlar ve Parklar 78

6.5.2 Yaylalar 80

6.6 Turistik Potansiyel Taşıyan Üretim ve Etkinlikler 84

6.6.1 El Sanatları ve Hediyelik Eşya 84

6.7 Çalıştay, Odak Grup ve Beyin Fırtınası Çalışmaları 88

6.8 Osmaniye Örnek Tur Programları 94

7 İL TURİZM STRATEJİSİ: KURGU, VİZYON VE GELİŞME EKSENLERİ 94

7.1 Osmaniye İl Turizm Stratejisinin Yapısı ve Temel Özellikleri 94

7.2 İl Turizm Stratejisinin Genel Kurgusu 99

8 VİZYON 102

8.1 Stratejik Öngörüler ve Turizm Stratejisinin Olası Etkileri 103

8.2 İl Turizm Stratejisi ve Gelişme Eksenleri 114

8.3 Arz Geliştirme Stratejileri 118

8.4 Talep Geliştirme Stratejileri 119

TABLO LİSTESİ

Tablo 1 Bilgi İletişim Teknolojilerinin Turizm KOBİ'leri Üzerindeki Etkileri 28

Tablo 2 Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 15 Şehri, 2009 37

Tablo 3 Türk Turizm Endüstrisinin Tesis ve Yatak Kapasitesi, 2010 39

Tablo 4 Teşvik Belge Sayıları ve Tutarları, Seçilmiş Yıllar İçin, 1991-2009 41

Tablo 5 Turizm Sektörüne Sağlanan Teşviklerin Bazı Ülkelerle Karşılaştırması 42

Tablo 6 Türkiye'de Turizm İşletme ve Girişimlerinin Yararlanabileceği Teşvikler 45

Tablo 7 Turizm Konaklama Kapasitesi, 2009-2010. 53

Tablo 8 Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları, 2009-2010. 54

Tablo 9 Ortalama ve Yatak Başına Geceleme Süreleri, 2009-2010. 55

Tablo 10 Osmaniye İlindeki Kale Yapıları ve Turistik Potansiyelleri 81

Tablo 11 Doğa turizmi varlıkları ve turistik potansiyelleri 82

Tablo 12 Fiziki, kurumsal ve beşeri altyapı odak grubu çıktıları 84

Tablo 13 Fiziki kültür turizmi varlıkları odak grubu çıktıları 85

Tablo 14 Turizm endüstrisi açısından ekonomik değer taşıyan üretim ve faaliyetler 86

Tablo 15 Turizm potansiyeli taşıyan sözlü kültür değerleri 87

Tablo 16 Yayla ve Eko-turizm Varlıkları Odak Grup Çıktısı 88

Tablo 17 Demografi ve İşgücü Piyasasına Ait Bazı Göstergeler 99

Tablo 18 Turizm İstihdamında Öngörülen Genişleme 99

Tablo 19 Osmaniye Konaklama Kapasitesindeki Öngörülen Gelişim 103

Tablo 20 Turist Sayısında Öngörülen Gelişmeler 105

Tablo 21 Ortalama Konaklama Süreleri, Gün 107

Tablo 22 Osmaniye İl Turizm Stratejisi Matrisi 112

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1 Uluslararası Turizm Gelirleri, Milyar Dolar, 2008 15

Grafik 2 Uluslararası Ziyaretçi Sayıları ve Ortalama Büyüme, Yüzde, 2003-2008 16

Grafik 3 Yurtiçi ve Yurtdışı Ziyaretçilerin Turizm Harcamaları, 2009 17

Grafik 4 Uluslararası Turizm: Bölgelere Göre Pazar Payları, 1950-2008 18

Grafik 5 Turizm Harcamaları, 2008 19

Grafik 6 Ortalama Konaklama Süresi, 2007 20

Grafik 7 Konaklama Kapasitesi ve Kapasite Büyümesi, 2003-2007 23

Grafik 8 Türk Turizminde Gelişmeler, 1991-2010 31

Grafik 9 Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Dengesi, 2000-2009 32

Grafik 10 Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Kompozisyonu, 2000-2009 33

Grafik 11 500 Binden Fazla Turist Gönderen ve En Hızlı Büyüyen Turizm Pazarlarımız, 2000-2010 34

Grafik 12 Turizm İşletme Belgeli Yatak Kapasitesi Dönemsel Artışlar, Ortalama Bileşik Büyüme, Yüzde, 1970-2010 36

Grafik 13 Toplam Turizm Gelirlerinin Kompozisyonu, Milyon Dolar, 2001-2010 44

Grafik 14 Bireysel Harcamaların Kompozisyonu (100=Bireysel Harcamalar Toplamı), Yabancı Turist, 2001-2010. 44

Grafik 15 Bireysel Harcamaların Kompozisyonu (100=Bireysel Harcamalar Toplamı), Vatandaş Ziyaretçiler, 2001-2010. 45

Grafik 16 Ziyaretçi Sayıları ve Ortalama Turizm Gelirleri, 2001-2010 46

Grafik 17 Turizmin Toplam İl İstihdamındaki Payı 98

Grafik 18 Turizm Sektörünün Ulusal İstihdam ve İl İstihdamındaki Konumu 99

Grafik 19 Turizm Stratejisinin İstihdam Etkisi, 2010-2023. 100

Grafik 20 Turizm İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli Yatak Kapasitesi 102

Grafik 21 Belediye Belgeli Tesislerin Modernizasyon Programı 103

Grafik 22 Turist Sayısı Tahminleri, Yerli (Sol Eksen) Ve Yabancı Turistler (Sağ Eksen) 104

Grafik 23 Turizm Gelirleri Projeksiyonu 106

HARİTA LİSTESİ

Harita 1 Osmaniye'nin Konumu 55

Harita 2 Osmaniye İli Turizm Varlıkları 76

1. ÖZET

Osmaniye ilinin turizm sektöründen alacağı payın arttırılması ve ile yatırım yapmak isteyen kişi ve kuruluşlar için bir yol haritası oluşturulması amacıyla Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın desteği ile Osmaniye İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı hazırlanmıştır.

Osmaniye ili tarihi ve kültürel derinliği, doğal güzellikleri, yaylaları ve zengin mutfak kültürü, önemli ulaştırma ağlarını birbirlerine bağlayan konumu gibi özellikleri dolayısı ile bir coğrafyanın turizm sektöründen yararlanabilmesi için gerekli cazibe unsurlarına sahiptir. Mevcut durumda her ne kadar turizm sektörü katma değer ve istihdam olanakları açısından ileri bir konuma sahip olmasa da şehrin ulaşım eksenleri üzerindeki stratejik konumu etkili bir turizm stratejisinin çok kısa bir sürede olumlu etkilerinin görülebilmesine imkân tanıyacak bir ekonomik potansiyel barındırmaktadır.

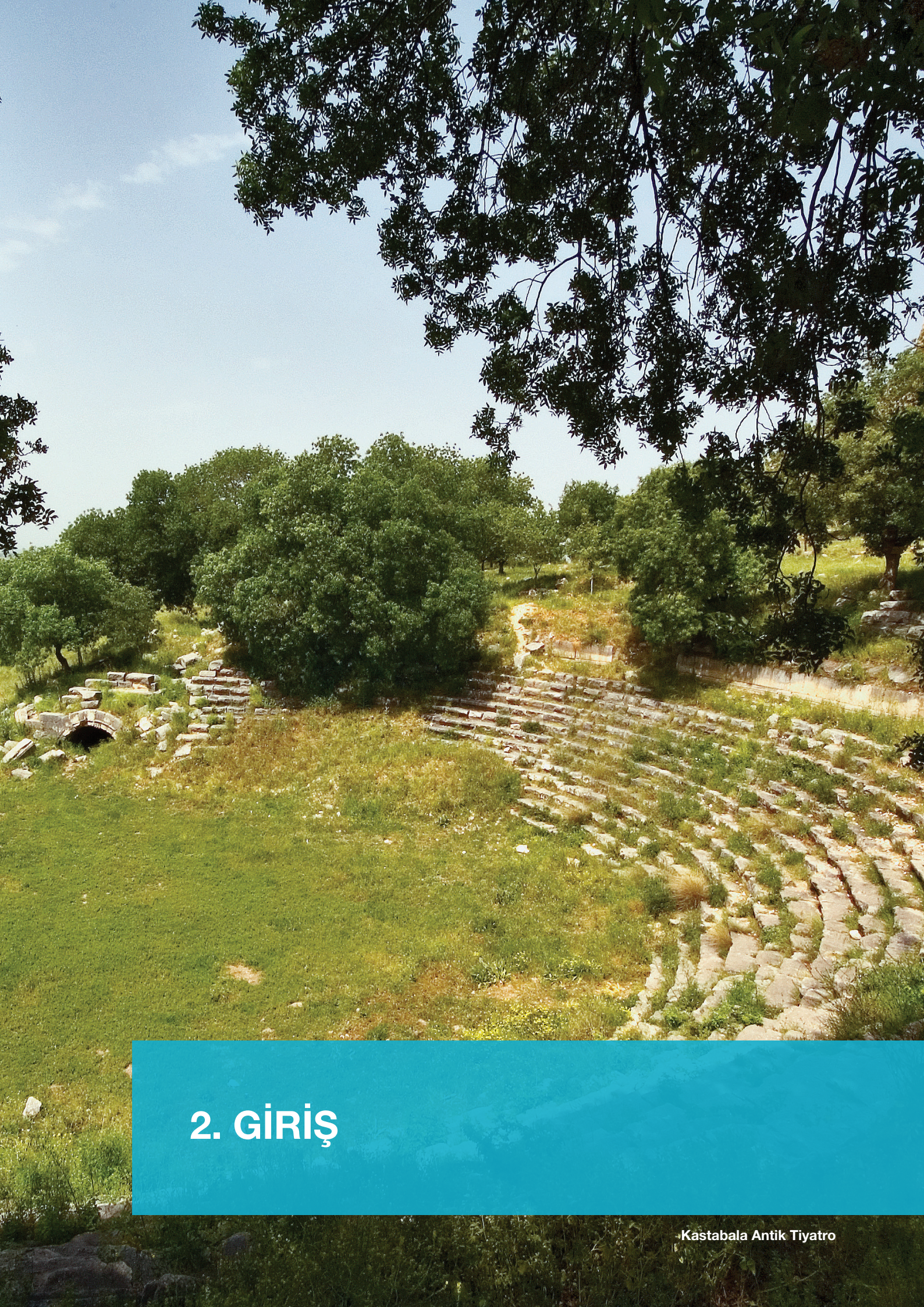
Turizm varlıklarının tanımlanması, uygun cazibe unsurlarıyla desteklenmeleri ve ekonomiye kazandırılmaları, fiziki altyapı eksikliklerinin hızla giderilmesi ve özellikle konaklama kapasitesinin nitelik ve nicelik bakımından hızla geliştirilmesi gibi stratejiler Osmaniye turizm sektörünün gelişme aşamasına en uygun çözüm yollarıdır.

Kamu, özel sektör ve sivil toplum alanından paydaşların geniş katılımıyla hazırlanan Strateji Planının hayata geçirilmesiyle birlikte turizm sektörünün ilimize önemli katkıları olacaktır. Bu durum aşağıda verilen 2010-2023 yıllarına ait istatistikî parametrelerden açıkça görülmektedir.

	Turizm Sektörü Mevcut Durumu (2010 Yılı)	2023 Projeksiyonu	Artış Oranı
Ziyaretçi Sayısı (kişi)	47.417	130.411	%175
Yerli Ziyaretçi (kişi)	46.242	64.857	%40
Yabancı Ziyaretçi (kişi)	1.175	3.398	%189
Yatak Kapasitesi (kişi)	1.311	3.884	%196
Konaklama Süresi (gün)	1,3	2,1	%44
Sektörel İstihdam (kişi)	1.308	4.849	%271
Yerli Turist Konaklama Süresi (gün)	1,3	2,0	%54
Yabancı Turist Konaklama Süresi(gün)	2,0	3,3	%65

Osmaniye ilinde 2010 yılında yıllık 47.417 olan ziyaretçi sayısının 2023 yılında %175 artışla 130.411 olması beklenmektedir. Ziyaretçi oranlarına baktığımızda ili ziyaret eden yabancı turist sayınsın yerli turist sayısına oranla çok düşük olduğu görülmektedir. 2010 yılında yerli turist sayısı 46.242 iken yabancı turist sayısı 1.175'tir. 2023 projeksiyonunda yabancı ziyaretçi sayısında %189 artış olması beklenirken yerli turist sayısının %40 artması beklenmektedir. Osmaniye iline yapılacak olan yatırımlar ile birlikte ilde turizm sektöründe çalışan kişilerin sayısında da yüksek artış beklenmektedir. 2010 yılında 1.308 olan sektörel istihdamın 2023 yılında %271 artış ile 4.849'a ulaşması planlanmaktadır.

Osmaniye İli Turizm Stratejisi ve Eylem Planında yer alan beş gelişme ekseni ve bu eksenlerin altında yer alan toplam 18 hedef ile birlikte Osmaniye'de turizm sektöründe belirlenen 2023 hedeflerine ulaşılması planlanmaktadır. Ayrıca tarihi, turistik ve kültürel alanlarını, doğal kaynaklarını tanıtıp Osmaniye iline ilişkin yurtiçi ve yurtdışında farkındalık yaratmak amacıyla EMITT Travel Turkey İzmir, YÖREX, ITB Berlin, Fitur Madrid, WTM Londra, BİT Milan, MITT Moskova, Utrecht Turizm Fuarı, Dubai Arabian Travel Market, Abu Dabi GIBTM, Lübnan AWTTE, Japonya Jata ve Kore KOTFA fuarlarına katılım sağlanması gerekmektedir.



2. GİRİŞ

Kastabala Antik Tiyatro

2. GİRİŞ

Dünya Turizm Örgütü (WTO) turisti; "İkamet ettiği yerin dışında bir yere seyahat eden ve bu yerde 24 saatten fazla bir seneden az bir süre, boş zaman aktivitesi, iş amaçlı veya diğer amaçlarla aktiviteler yapan kişiler" olarak tanımlamaktadır.[1]

Toplam iktisadi faaliyet içindeki ağırlığı ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, turizm sektörü ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerini desteklemekte, istihdam artışı sağlamada ve döviz kazandırma faaliyetlerinde önemli roller üstlenmektedir.

Örneğin 2009 yılı verilerine göre, İspanya'da toplam katma değerin yüzde 10'u ve toplam istihdamın yüzde 13'ü, İtalya'da toplam katma değerin yüzde 5'i ve toplam istihdamın ise yüzde 10'u turizm sektöründe konumlanmaktadır. OECD (İktisadi Gelişme ve İşbirliği Teşkilatı) ortalamasına bakıldığında katma değerin yüzde 4 ve toplam istihdamın ise yüzde 4,4'ü turizm sektöründen elde edilmektedir. Ülkemiz gerek turizm sektörünün Gayri Safi Yurtiçi Hâsılaya (GSYH) oranı gerekse turizm sektörünün istihdamı açısından OECD ortalamasını yansıtmakta ve turizm sektörünün milli gelir içindeki payı yüzde 4'ler civarında seyretmektedir.

Uluslararası turizm sektörü en dinamik ve rekabetçi hizmet sektörleri arasındadır. Son yıllarda özellikle Şili, Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin gibi gelişmekte olan ülkeler uluslararası turizm piyasasından aldıkları payları hızlı bir biçimde artırmışlardır. Türkiye gelişmekte olan ekonomiler arasında aldığı turist sayısını en hızlı artıran ülkelerden birisi olmayı başarmış ancak turizm katma değerini geliştirmekte oldukça ılımlı bir performans sergileyebilmiştir.

Yoğun ve artan bir rekabete sahne olan uluslararası turizm piyasalarında rekabetçilik yetenekleri kazanabilmek için coğrafi ve doğal zenginliklere ve kültürel mirasın çekiciliğine yaslanmak, ülkeler açısından gerekli fakat yeterli olmayan bir yaklaşımdır. Uluslararası talep yapısının düzenli olarak incelenmesi, kamu ve özel sektör kuruluşları arasında gerekli işbirliğinin sağlanması, insan kaynakları ve girişim gücünün takviye edilmesi, yönetim, iş modelleri ve girişimcilikte yeniliğin teşviki ve entegre turizm politikalarının devreye sokulması önem taşımaktadır.

OECD ülkeleri, gerek ulusal gerekse bölgesel düzeyde turizm sektörünün rekabetçi konum kazanabilmesi için orta ve uzun vadeli turizm stratejileri hazırlamaktadırlar. Böylesine geniş bir boyutta rekabetçilik unsurlarının geliştirilebilmesi için geleneksel dikey eksenli ve tek sektörlü yaklaşımlardan ziyade entegre ve çok sektörlü yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu anlamda karar alıcıların stratejilerin tasarımı ve uygulanması esnasında turizm sektörünün yatay ve dikey bağlantılarını da dikkate alması ve turizm kavramını muhtelif sektörlerdeki faaliyetlerin kesişim alanı olarak görmesi gerekmektedir.

Ülkemizin turizm potansiyelinin ekonomiye katkısını artırmak ve sektörün rekabetçilik yeteneklerini geliştirmek üzere, orta ve uzun vadeli entegre turizm stratejilerinin hem ulusal hem de bölgesel düzeyde belirlenmesi ve uygulamaya alınması hayati bir konudur.

Osmaniye'nin Turizm Potansiyeli

Osmaniye Yukarı Çukurova'yı Adana çıkışından Akdeniz' e bağlayan stratejik bir konuma sahiptir. Şehir, Amanos Dağlarının paralelinde güney eksenine ve Suriye içlerine doğru geçen güzergâhları Anadolu'nun doğu-batı ekseninde yer alan ulaşım ağlarına bağlamaktadır. Aynı zamanda verimli topraklara sahip olması nedeniyle tarihi klasik çağlara kadar uzanan yerleşimlere sahip olmuştur. Tarihin en eski dönemlerinden beri yerleşim yeri vasfını korumuş ve birçok medeniyetin etkisi altında kalmış olan Osmaniye ili;

[1] http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism

- Tarihi ve kültürel derinliği,
- Doğal güzellikleri,
- Yaylaları ve zengin mutfak kültürü,
- Önemli ulaştırma ağlarını birbirlerine bağlayan konumu

gibi özellikleri dolayısı ile bir coğrafyanın turizm sektöründen yararlanabilmesi için gerekli cazibe unsurlarına sahiptir. Mevcut durumda her ne kadar turizm sektörü katma değer ve istihdam olanakları açısından ileri bir konuma sahip olmasa da şehrin ulaşım eksenleri üzerindeki stratejik konumu etkili bir turizm stratejisinin çok kısa bir sürede olumlu etkilerinin görülebilmesine imkân tanıyacak bir ekonomik potansiyel barındırmaktadır.

Bu potansiyel, Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerini kapsayan 2010-2013 dönemi TR63 Bölge Planı'nda da vurgulanmış ve Kalkınma Ajansı Bölge vizyonunu şu şekilde tanımlamıştır:

"Ekonomik, sosyal ve demokratik birikimi geliştirerek, doğal ve kültürel çevreyi koruyarak, tarım, ticaret, taşımacılık, turizm ve teknoloji alanlarında Türkiye'nin ve Orta Doğu'nun lider bölgesi olmak."

Bu vizyondan hareketle Bölge Planında yer alan temel gelişme eksenlerinden birisi;

"Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Bölgenin Marka ve Cazibe Merkezi Haline Getirilmesi" olarak belirlenmiştir.

Bu kapsamda bölge için bir Turizm Stratejisi ve Eylem Planı oluşturulması temel amaç olarak ifade edilmiş, geliştirilecek Strateji'nin esas alınarak iller için Turizm Mastır Planlarının hazırlanması öngörülmüştür.

Çalışmanın Amacı

Mevcut çalışma, Bölge Planı ve diğer ulusal ve bölgesel politika dokümanlarında öncelik eksenlerinden birisi olarak belirlenen bölgesel turizm stratejisinin önemli bileşenlerinden biri olma görevini üstlenecek olan Osmaniye İli Turizm Stratejisi ve Eylem Planı çalışmasıdır. Strateji ve Eylem Planı, katılımcı bir anlayışla hazırlanmış, Osmaniye Valiliği başta olmak üzere, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, ilde faaliyet gösteren işletmeler ve girişimcilerden çeşitli aşamalarda aktif olarak fikri destek alınmıştır.

Osmaniye Valisi Sayın Celalettin CERRAH, Strateji ve Eylem Planı geliştirme çalışmalarının hem büyük teşvikçisi hem de yakın gözetimcisi olmuş, süreç boyunca güçlü bir destek ve yönlendirme sağlamıştır.

Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA); çalıştaylar, saha ziyaretleri, istatistikî araştırmalar, literatür araştırması, mevcut durum tespiti ve strateji geliştirme gibi muhtelif aşamalardan oluşan bu yoğun çalışma programında önemli destekler ve koordinasyon hizmetleri sağlamıştır.

Mevcut çalışma iki ana bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölüm turizm sektöründeki küresel gelişmeler ve ülkelerin izledikleri çeşitli stratejilerin bir bilançosunu çıkarmakta, Türkiye'nin ve Osmaniye ilinin mevcut durum analizlerini üstlenmekte ve Osmaniye iline yönelik olarak özgün ve entegre bir İl Turizm Stratejisi geliştirmektedir. İkinci bölüm bir matris tasarımı içinde İl Turizm Stratejisinin Eylem Planını düzenlemekte, özel sektörden kamu otoritelerine, bireysel girişimcilerden büyük işletmelere ve sivil toplum örgütlerine kadar çeşitli kesimleri amaçlanan hedef ve tedbirler konusunda örgütlemektedir.

Strateji ve Eylem Planının başarısı, bölgenin turizm varlıklarını ve potansiyellerinin doğru analizlerine, ulusal ve küresel gelişmelerin turizm sektörüne etkilerine dair doğru okumalarla ve tüm paydaşlar tarafından sahiplenilmesi ile yakından ilişkilidir.

3. TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KÜRESEL GELİŞMELER

Kadirli Camii

2. GİRİŞ

Etkili bir stratejinin temel unsurları; sektörün kısa, orta ve uzun vadede içinden geçtiği ve geçeği yapısal dönüşümleri doğru okuyabilmek, sektörel politikalara ilişkin ülkeler arası(kıyaslamalı) bir bakış açısı geliştirebilmek ve sektörel öncelikleri zaman ve mekân eksenlerinde belirleyebilmek olarak sıralanabilir.

Bu bölüm kırka yakın ülkenin istatistiklerinden yola çıkarak uluslararası turizm piyasalarındaki kısa ve uzun vadeli yapısal dönüşüm ve temel eğilimleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Dünya Bankası, İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), turizm bakanlıkları, düşünce kuruluşlarının çalışmaları, akademik yayınlar vb. gibi oldukça geniş kapsamlı bir tarama faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Böylelikle mevcut çalışma turizm endüstrisinin uzun erimli gelişimini bu geniş kapsamlı bakıştan yararlanarak daha görünür kılmaya gayret ederken, öte yandan hızla küreselleşen turizm endüstrinin dinamik bir resmini çekmeye uğraş vermektedir.

3.1. Genel Tespit ve Değerlendirmeler

Geçtiğimiz çeyrek yüzyıl boyunca etkisini her alanda hissettiren küreselleşme olgusu turizm sektörünün dinamiklerini de yeniden biçimlendirmektedir. Dünya ekonomisinde Çin, Hindistan, Rusya, Brezilya, Kore ve Türkiye gibi yeni güçlerin ortaya çıkışı, dünya turizm piyasalarını hem arz hem de talep yönüyle etkilemektedir. Söz konusu ülkeler bir yandan turizm faaliyetlerinden aldıkları payı artırırken diğer yandan bu ülkelerde hızla gelişen orta sınıf ise küresel ve bölgesel turizm talebinin artışında önemli roller oynamaktadır.

Ucuz ve hızlı ulaşım araçlarının gelişip yaygınlaşması ve bilgi iletişim teknolojilerindeki (BİT) ilerlemeler turizm faaliyetlerini bütünleşmiş ve küresel bir pazara dönüştürmüştür.

Ucuz ve hızlı ulaşım araçlarının gelişip yaygınlaşması ve bilgi iletişim teknolojilerindeki (BİT) ilerlemeler turizm faaliyetlerini bütünleşmiş ve küresel bir pazara dönüştürmüştür. Böylelikle turizm sektörü, bir yandan yeni iş ve katma değer fırsatlarının diğer yandan da hızla kızışan küresel bir rekabetin sahnesi haline gelmiştir.

Küresel ekonomik krizle birlikte Japonya'da yaşanan tsunami felaketinin ve Arap Baharı devrimlerinin turizm sektörüne güçlü yansımaları olmuştur

2008 yılında patlak veren ve dalgaları hala devam eden küresel ekonomik kriz dünya turizm sektörünü ciddi bir biçimde etkilemiştir. Ayrıca, 2011 yılında Japonya'da meydana gelen tsunami felaketi ve Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerindeki Arap Baharı devrimleri gibi bazı dışsal faktörler de turizm piyasaları üzerinde olumsuz etkilerde bulunmuştur. Japonya'nın turizm aktivitesi turist sayısı itibarıyla yüzde 32 azalmış, Ortadoğu piyasaları yüzde 9, Lübnan yüzde 25, Kuzey Afrika ise yüzde 15 düşüş yaşamıştır.[2]

Dünya turizm piyasalarındaki güncel gelişmeler incelendiğinde beş önemli husus göze çarpmaktadır:

- Uluslararası turizm faaliyetleri iç turizme göre daha fazla gerileme göstermiştir. Ekonomik koşullardaki kötüleşme

[2] UNWTO, Dünya Turizm Barometresi, 2011.

turist tercihlerini yurtiçi varış noktalarına yöneltmektedir. Bu gelişme uluslararası turizm faaliyetlerinin genel ekonomik konjonktüre göre esnekliğinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

- İş turizmi, turizmin geneline göre daha çok gerileme kaydetmiştir. Genellikle iş dünyası ekonomik gidişata hanehalkından daha fazla tepki göstermektedir.
- Otel hizmetleri diğer konaklama biçimlerine nazaran daha sert düşüşler yaşamıştır. Bu gelişme, iş turizmindeki azalmanın yanı sıra hanehalkının turizm paketlerinde daha ekonomik konaklama biçimlerine kaymalarının neticesidir.
- Havayolu ulaşımı diğer ulaşım türlerine göre daha fazla daralmıştır. Özellikle iş dünyasının seyahat harcamalarını ciddi oranlarda kısmasının doğrudan bir etkisi de havayolu taşımacılığında sert düşüşler olarak yansımıştır.
- Uluslararası turizm pazarında geleneksel turizm destinasyonlarının ağırlığı hızla azalmakta ve gelişmekte olan ekonomilerin sektörün yapı ve dinamiklerini hızla etkiledikleri görülmektedir.

Turizm sektörü küresel krizden diğer ihracatçı sektörlere göre hem daha az yara almış hem de daha güçlü ve hızlı bir toparlanma göstermiştir.

Dünya Turizm Örgütünün (UNWTO) 150 ülkede gerçekleştirdiği araştırmaya göre 2010 yılı Ağustos ayı itibarıyla turizm sektörü hızla ekonomik krizin etkisinden çıkmaktadır.[3] 2010 yılında dünya genelinde yabancı turist sayısı 58 milyon artarak 935 milyona ulaşmıştır ve 2009 yılındaki yüzde 4,2'lik küçülmenin ardından turizm ziyaretçi sayısı yüzde 6,7 oranında büyümüştür.[4]

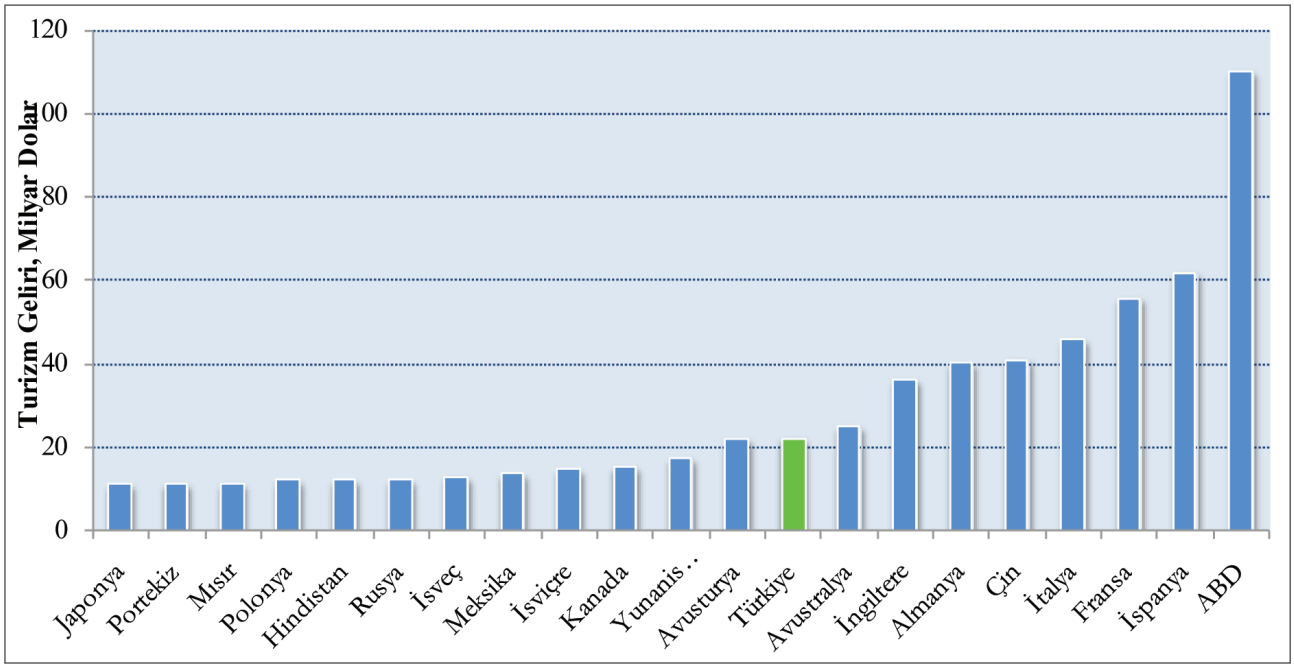
2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde ise dünya geneli yabancı turist sayısı 671 milyona ulaşarak yüzde 4,5'lik bir büyüme göstermiştir. Ekonomik durgunluğa rağmen turizm endüstrisi hem toplam turist sayısı hem de gelir açısından tahminlerden daha güçlü bir şekilde büyümeye devam etmektedir. Güncel istatistiklere göre, 122 ülke turist sayısında artış yaşarken, bu ülkelerin yüzde 38'inde büyüme oranı çift rakamlara ulaşmıştır. 2012 yılında turizm endüstrisinin büyüme trendine devam edeceği öngörülmekte ve büyüme hızının önceki yıllara nazaran biraz gevşemekle birlikte yüzde 3 ila 4 bandında yer alacağı tahmin edilmektedir.[5]

[3] United Nations World Tourism Organization (2010), World Tourism Barometer.

[4] Çeşitli coğrafi bölgelerin ve ülkelerin 2020 yılında dünya turizm pazarındaki göreceli konumuna dair gerçekleştirilen çalışma için Bkz. United Nations World Tourism Organization (2001), 2020 Tourism Vision. Bu rapora göre, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,5 milyar kişi, toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD Doları olacağı tahmin edilmektedir. 2020 yılında uluslararası toplam turizm pazarının yüzde 49,2'sini Almanya, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, İngiltere, Fransa, Hollanda, Kanada, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın oluşturacağı ve 717 milyon kişi ile Avrupa'nın en çok yabancı turist kabul eden bölge olmayı sürdüreceği öngörülmektedir. Ancak 1996 yılı rakamlarına göre dünya turizminde yüzde 60 paya sahip OECD (İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı) ülkelerinin, uluslararası pazar payının yüzde 46'ya düşeceği tahmin edilmektedir.

[5] UNWTO, Dünya Turizm Barometresi, 2011.

Grafik 1: Uluslararası Turizm Gelirleri, Milyar Dolar, 2008



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

Yerleşik olmayan ziyaretçilerin dünya turizm piyasalarına kazandırdığı toplam talep 2008 yılı sonunda 944 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. OECD ülkeleri 605 milyar ABD dolarlık payla uluslar arası turizm sektörü içerisinde büyük bir ağırlığa sahiptir. Ülkemiz gelir açısından ilk on ülke arasında yer almakta ve turizm gelirleri 20 milyar ABD doları seviyesini 2008 senesi itibarıyla aşmış bulunmaktadır.

2008 yılında küresel pazar 922 milyon ziyaretçi sayısına ulaşmıştır. OECD ülkeleri 524 milyon, Avrupa 403 milyon, Amerika 98 milyon ve Çin ise 53 milyon ziyaretçi ağırlamıştır.

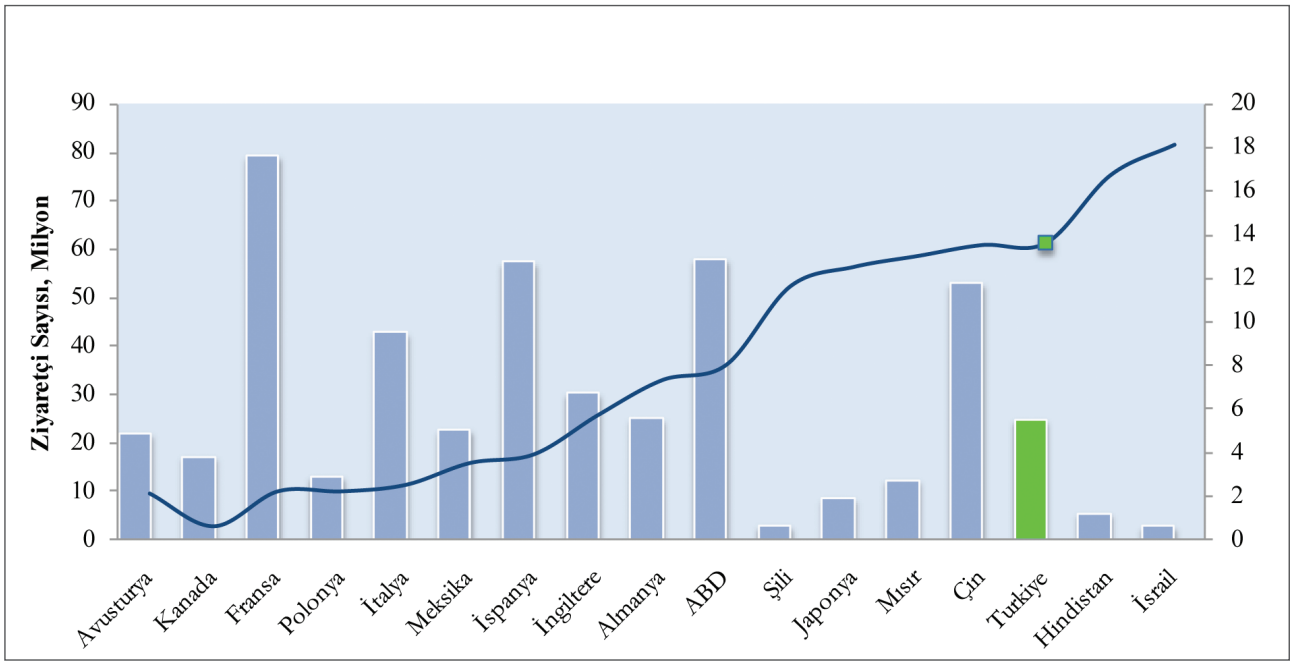
Turizm pazarının dinamikleri incelendiğinde, Çin, Mısır ve Hindistan gibi gelişmekte olan ülkelerin gerek ziyaretçi sayıları gerekse pazar paylarının son on yılda hızlı bir biçimde artış kaydettiği görülmektedir. Dünya turizm piyasalarında turist harcamalarındaki artış rakamlarına göre 2011 Ocak-Ağustos döneminde Çin yüzde 30, Rusya yüzde 21, Brezilya yüzde 41 ve Hindistan yüzde 33 ile ilk sıralarda yer almaktadır.[6]

Çin, Hindistan ve Rusya iç ve dış turizmde aranan varış noktaları haline gelirken bu gelişme ekonomik kalkınmanın bir sebebi değil daha çok sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle anılan ülkeler hızla büyüyen ve zenginleşen orta sınıfların etkisiyle dünya turist pazarına katkıda bulunurken öte yandan uluslar arası turizmde tercih edilen varış noktaları haline gelmektedirler.

2003-2008 arası dönemde tüm dünyada ziyaretçi sayıları ortalama yüzde 7,1; OECD bölgesinde ise yıllık ortalamada yüzde 4,8 büyümüştür. Aynı dönemde yüzde 13,6 gibi bir oranla, Türkiye'yi tercih eden turist sayısında yaşanan hızlı büyüme, dünya ve OECD ortalamasından birkaç kat fazladır.

[6] UNWTO, Dünya Turizm Barometresi, 2011.

Grafik 2: Uluslararası Ziyaretçi Sayıları ve Ortalama Büyüme, Yüzde, 2003-2008



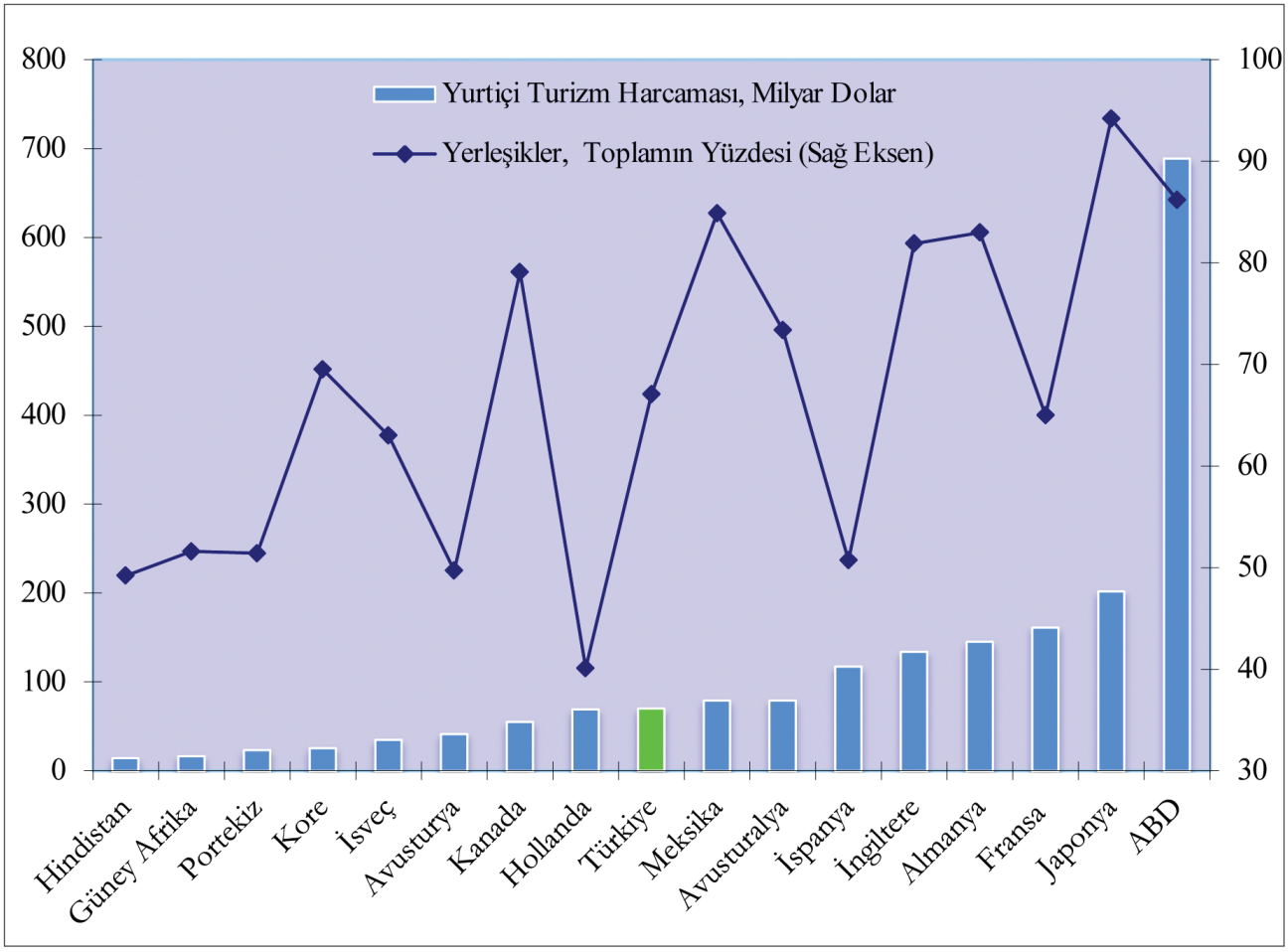
Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

İç turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede uluslararası turizm faaliyetlerinden daha büyük bir rol oynamaktadır.

İç turizm, ulaştığı önemli ekonomik büyüklüğe rağmen, döviz kazandırmaması sebebiyle henüz kamu politikaları açısından ihmal edilen bir ekonomik varlıktır.

Önde gelen turizm piyasasına sahip ülkelerin toplam yurtiçi turizm harcamalarının yaklaşık yüzde 67'si ilgili ülke vatandaşları tarafından icra edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) dünya turizm harcamaları sıralamasında 689 milyar ABD dolarlık iç piyasası ile ilk sırada gelmekte ve bu tüketimin yüzde 86'sı ülke vatandaşlarınca gerçekleştirilmektedir.

Grafik 3: Yurtiçi ve Yurtdışı Ziyaretçilerin Turizm Harcamaları, 2009



Kaynak: OECD

Analizlerden elde edilen bulgulara göre Türkiye'de yaklaşık 47 milyar ABD dolarlık büyüklüğe sahip olduğu tahmin edilen yerleşik turizm faaliyetleri, yabancı ziyaretçilerin ülkede bıraktığı 23 milyar ABD dolarlık geliri ikiye katlamaktadır.

Grafikte yer alan Türkiye'ye ilişkin büyüklükler resmi istatistiklere dayanmamakla birlikte, dünya ortalamalarından hareketle hesaplanmış verileri yansıtmaktadır. Analizler Türkiye'nin yurtiçi toplam turizm harcamalarının yaklaşık 70 milyar ABD doları civarında olduğunu ortaya koymakta ve tahminen bu harcamaların 47 milyar ABD doları yerleşiklerin 23 milyar ABD doları ise yabancı ziyaretçilerin tüketimlerine karşılık gelmektedir.

Toplam turizm harcamalarının yerleşik ve yabancı turistlere göre dağılımı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu farklılıkta pek çok farklı unsur etkili olmakla birlikte aşağıdaki unsurlar temel roller oynamaktadır:

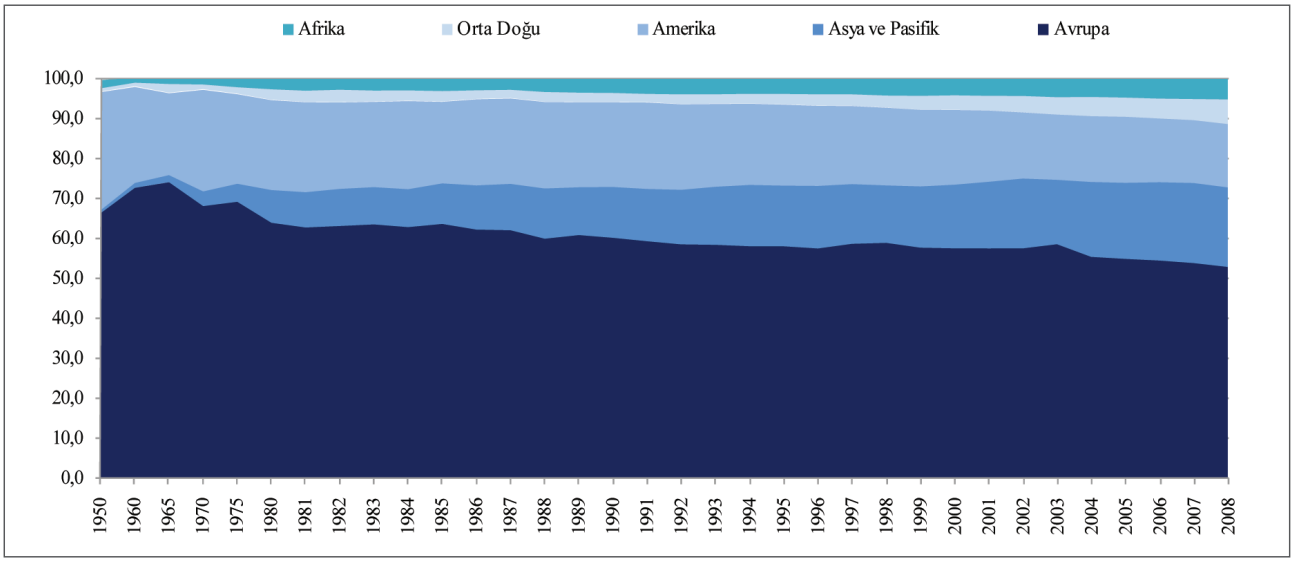
- Coğrafi büyüklük: Ülkenin büyüklüğü artıkça yerleşik turizm iktisadi bir faaliyet kolu olarak daha önemli hale gelmektedir (Örnek ABD).
- Coğrafi konum: Çeşitli ülkelerle ortak bir sınıra sahip ülkeler coğrafi avantajlarını kullanarak daha fazla yabancı ziyaretçi çekebilmektedirler (Örnek AB).

- Ulaşım kolaylığı: Ulaşım sistemleriyle birbirlerine entegre olmuş ülkeler arasında turistik akımlar güç kazanmaktadır (Örnek AB).
- Konaklama kapasitesi: Konaklama kapasitesi gerek yerleşik gerekse yabancı ziyaretçilerin ağırlanmasında dikkate alınması gereken bir faktördür.
- Çekim alanları: Doğal ve kültürel turistik potansiyel

Uluslararası turizm, yerleşik turizme göre hem daha dinamik karakterli hem de iktisadi konjonktüre çok daha fazla bağımlıdır.

Uluslararası turizm piyasası, ziyaretçi sayıları ve elde edilen gelirler açısından incelendiğinde rekabetin artan ve sertleşen doğası belirginleşmektedir. Avrupa ülkelerinin dünya turizm piyasaları içindeki ağırlığı düzenli bir biçimde azalmasına rağmen; halen gerek ziyaretçi sayıları gerekse turizm gelirleri itibarıyla toplam piyasanın yarısından fazlası Avrupa ülkelerine aittir. Amerika ikincilik konumunu son yıllarda oldukça hızlı bir gelişme kaydeden Asya-Pasifik bölgesine kaptırmıştır.

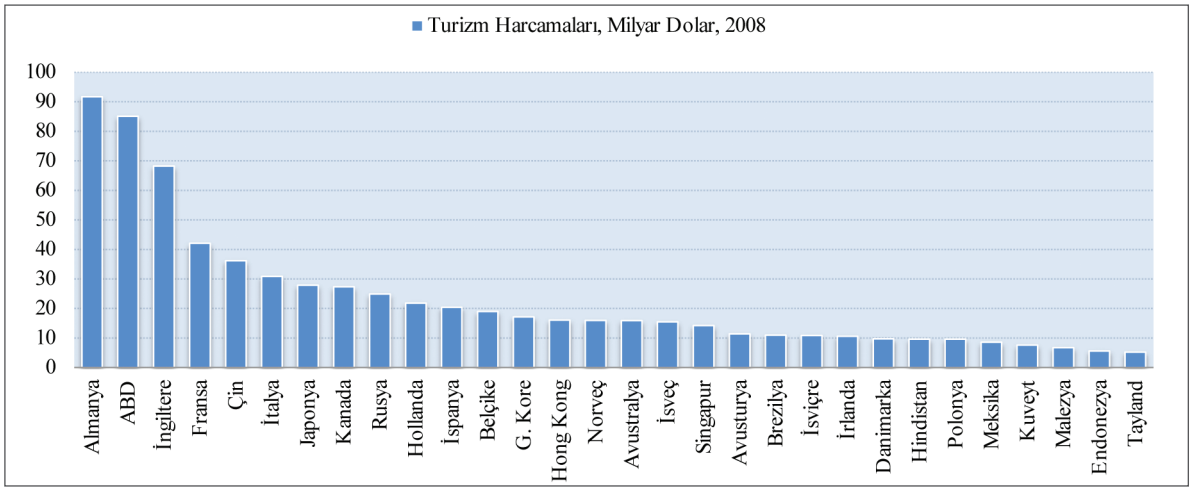
Grafik 4: Uluslararası Turizm: Bölgelere Göre Pazar Payları, 1950-2008



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü, OECD

OECD ülkeleri uluslararası turizm akımlarına hem kaynaklık etmekte hem de ev sahipliği yapmakta ilk sıralarda gelmektedirler.

Grafik 5: Turizm Harcamaları, 2008



Kaynak: IMF, OECD

Uluslararası turizm harcamaları açısından en büyük tüketime sahip ilk on ülkenin yalnızca iki tanesi OECD üyesi olmayan ülkelerdir. Turist sağlamada lider konumdaki Almanya, ABD, İngiltere ve Fransa'nın toplam yurtdışı turizm harcaması yaklaşık 300 milyar ABD doları civarındadır. Bir başka ifadeyle, bu dört ülke toplam turizm harcamasının yaklaşık yüzde 30'unu gerçekleştirmektedir.

Uluslararası taşımacılık hizmetleri özellikle havayolu taşımacılığı, toplam turizm gelirlerinin yaklaşık yüzde 20'lik bir kısmına tekabül etmektedir.

Son yıllarda uluslararası taşımacılık alanında önemli dönüşümler yaşanmış ve kara ve deniz taşımacılığının payı küçülürken havayolu taşımacılığı büyük bir artış göstermiştir. Taşımacılık çeşitlerinin payları ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte 2007 yılı rakamlarına göre, OECD genelinde turistik ziyaretçilerin yüzde 47'si havayolu, yüzde 2,2'si demiryolu, yüzde 46,9'u karayolu ve yüzde 4'ü denizyolu ulaşımını tercih etmiştir. Türkiye'nin ağırladığı yabancı turistlerin yüzde 72'si havayolu, yüzde 0,3'ü demiryolu, yüzde 20,2'si karayolu ve yüzde 7,5'si ise denizyolu ulaşımını kullanmıştır.

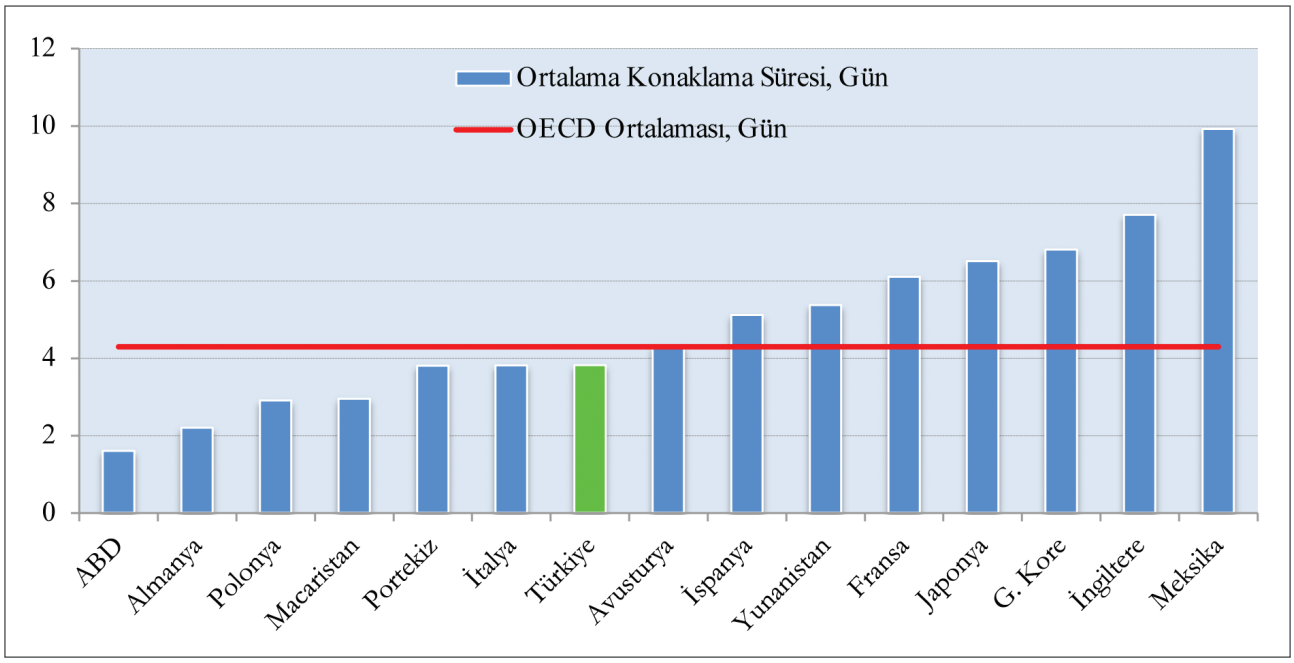
Turist akımları döviz kuru hareketlerine karşı duyarlılık göstermektedir.

Turizm sektörünün rekabetçiliğini belirleyen unsurlar arasında, mal ve hizmet sepetlerinin nispi fiyatları gelmektedir. Kur hareketleri, söz konusu mal ve hizmetlerin nispi fiyat yapılarını doğrudan etkilediğinden uluslararası turizm talebinde etkili bir unsur olarak kabul edilmektedir. Döviz kurunun yerleşik fiyat yapılarına nazaran çok daha hareketli olması, turistik tercihlerin destinasyonu üzerinde güçlü izler bırakmaktadır. Ülkemizde izlenen para ve kur politikasının ve sermaye akımlarının doğal bir neticesi olarak uzun yıllardır değerlenme eğilimini sürdüren Türk Lirası, genel olarak turizm sektörünü olumsuz etkileyen başlıca makroekonomik faktörlerden birisidir.

Değişen yaşam koşullarına ve ulaştırma modlarına bağlı olarak turistik ziyaretlerin süresinin kısaldığı görülmektedir.

Değişen yaşam koşullarına ve ulaştırma çeşitlerine bağlı olarak turistik ziyaretlerin süresinin kısaldığı görülmektedir. Bu genel eğilim hemen bütün önemli varış noktalarında karşımıza çıkmaktadır. Yabancı ziyaretçilerin ortalama ziyaret süresi 2007 yılı rakamlarına göre başlıca OECD ülkelerinde 4,3 güne düşmüştür. Ziyaret süresi 3 günden fazla ise bu ülkeler nihai istasyon, 3 günden az ise geçiş istasyonu olarak adlandırılmaktadır.

Grafik 6: Ortalama Konaklama Süresi, 2007



Kaynak: OECD

Ülkemiz yabancı turistleri misafir etme süresinde 3,8 günle OECD ortalamasının altında yer almaktadır. Yerleşik ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri ise daha kısadır. Türkiye'de yerli turistlerin kalış süreleri 2007 yılı için ortalama 1,85 gündür.

Geniş bant teknolojilerinin yayılması, bütün iş kollarını olduğu gibi turizm sektörünün yapısını ve organizasyonunu da ciddi bir biçimde etkilemektedir.

Avrupa Komisyonunun gerçekleştirdiği bir ankete göre 2002 yılı başında internet yoluyla sipariş verilen turizm paketleri sadece birkaç istisnai ülkede ortalama yüzde 1 civarında bir pazara sahipti. Yalnızca 6 sene içerisinde turistik ziyaretlerini çevrimiçi bağlantılardan (internet yoluyla) tedarik eden turistlerin oranı Fransa'da yüzde 18'e, Almanya'da yüzde 22'ye, Hollanda'da yüzde 26'ya, İngiltere'de yüzde 27'ye ve Norveç'te yüzde 45'e yükselmiştir.

Hemen bütün gelişmiş turizm piyasalarında turizm endüstrisi Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) tarafından domine edilmektedir.

Otel, lokanta ve seyahat acentesi gibi başlıca endüstri alt kollarında KOBİ'lerin toplam sektör istihdamının yüzde 60'ını oluşturduğu görülmektedir.

Otel işletmeciliğinde faaliyet gösteren işletmelerin büyüklükleri ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte; Güney

Kore, Yunanistan, Fransa ve İtalya'da 10 kişiden daha az istihdam kapasitesine sahip aile işletmeleri toplam sektörel istihdamın üçte birini karşılamaktadırlar. Bu ülkelerde küçük ve orta boy işletmeler turizm faaliyetlerinin konumlandığı ana yapılar mahiyetindedir. Buna karşılık İrlanda, Norveç, Portekiz ve İspanya gibi ülkelerde ise daha büyük ölçekli işletmelerin sektörel ağırlığı önem kazanmakta ve orta büyüklükte (50-249) ve büyük (250 ve üstü) işletmeler sektör istihdamının büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Lokanta işletmeciliği ise pek çok ülkede 10 veya daha az kişi istihdam eden mikro ölçekli girişim ünitelerine dayanmaktadır. Büyük işletmelerin toplam istihdamdaki payları birkaç istisna dışında oldukça düşük düzeylerde bulunmaktadır.

Turizm acentelerinin firma ölçeğine göre dağılımı ülkeden ülkeye ciddi değişimler sergilemektedir. İngiltere, Finlandiya, Fransa ve İspanya gibi ülkelerde büyük firmalar, etraflarına serpiştirilmiş çok sayıda küçük ölçekli işletmeyle birlikte karışık bir ekosistem meydana getirmektedir. Diğer bir grup ülkede ise küçük işletmeler büyük işletmelerin endüstri içindeki ağırlığını gölgede bırakacak kadar büyük öneme sahiptir. Bunun en çarpıcı örneği İtalya'dır ve İtalya'da 10 kişiden daha az eleman çalıştıran mikro işletmeler, toplam istihdamın yüzde 50'sinden fazlasını barındırmaktadırlar.

Turizm faaliyetleri açısından kritik öneme sahip hizmet altyapılarından birisini de oteller teşkil etmektedir. Otellerin yönetimi, kapasitesi ve genel kalitesi önemli bir rekabetçilik unsurudur. Son yıllarda otel ve benzeri ortak konaklama sektöründe iki uçlu bir rekabet baskısı söz konusudur:

- Bir yandan yeni turizm destinasyonları devreye girmekte ve mevcut işletmeler açısından koşullar ağırlaşmaktadır.
- Öte yandan satın alma gücü daha yüksek ziyaretçilere hitap eden otel işletmeleri, diğer konaklama tesisi türlerinden kaynaklanan rekabetle yüz yüze gelmektedirler.

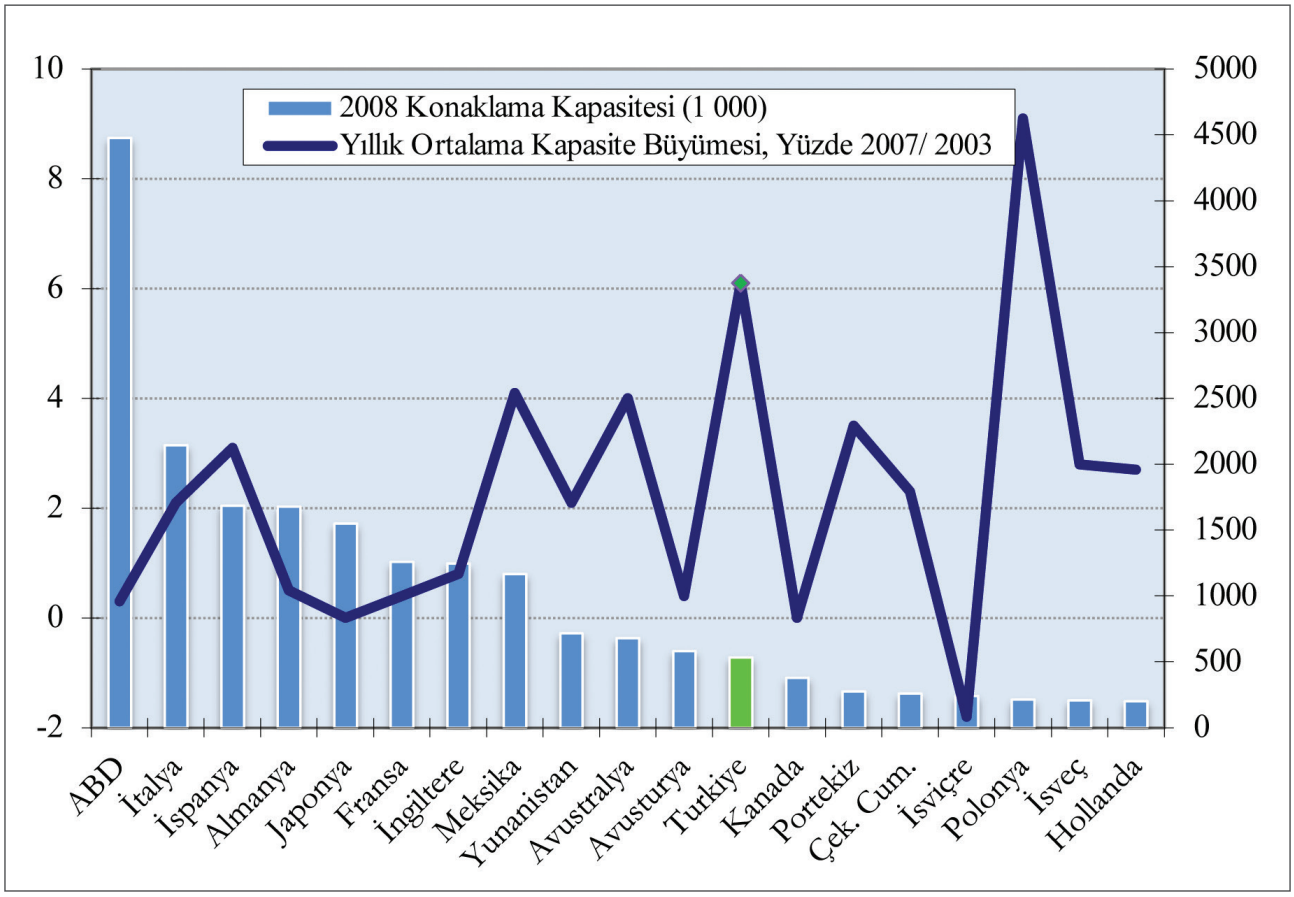
Son on yılda yüksek yoğunluklu turizm ülkelerinde yatırım politikaları otellerin yatak kapasitesinden hizmet kalitesine, fiziki koşulların iyileştirilmesine ve yönetim modellerinin geliştirilmesine kaymıştır.

Son on yılda yüksek yoğunluklu turizm ülkelerinde yatırım politikaları otellerin yatak kapasitesinden hizmet kalitesine, fiziki koşulların iyileştirilmesine ve yönetim modellerinin geliştirilmesine kaymıştır. Böylelikle pek çok işletme kızışan rekabet koşullarına adapte olabilmek için rekabetçi avantajlar elde etmeye ve doluluk oranlarını artırmaya çalışmaktadır.

Konaklama kapasitesinin büyük bir bölümünü kontrol eden ABD ve İtalya, Fransa, Almanya, İngiltere gibi ülkeler kapasite yatırımlarını ılımlı bir düzeyde sürdürmektedir. Türkiye 2003-2007 döneminde yıllık yüzde 6,1'lik yatak kapasitesi artışıyla konaklama kapasitesine en çok yatırım yapan ülkeler arasında yer almıştır.

Otel işletmeciliğinin sermaye derinliğinin artması optimal işletme büyüklüğü üzerinde ciddi sonuçlar doğurmuş ve 2000'li yıllardan bu yana bağımsız otel işletmelerinin aleyhine otel zincirlerinin sayısında büyük bir patlama yaşanmıştır (Eurostat 2008).

Grafik 7: Konaklama Kapasitesi ve Kapasite Büyümesi, 2003-2007



Kaynak: OECD.

Turizm istihdamının büyük bir bölümü konaklama, restoran ve gıda hizmetleri faaliyetlerinde konumlanmış durumdadır. Bu ekonomik alanlar istihdam oluşturmada son yıllarda diğer hizmet sektörlerinden daha başarılı bir performans göstermişlerdir. Konaklama, restoran ve gıda hizmetlerinin istihdam büyümesi OECD genelinde 2003-2007 arasında yüzde 2,2 ile diğer hizmet sektörlerinin 0,6 puan üzerindedir. Bu ekonomik faaliyetler Türk ekonomisinde de önemli bir yere sahip bulunmakta ve toplam istihdamın yüzde 4,7 sini karşılamak suretiyle yaklaşık 1 milyon kişiyi iktisadi olarak barındırmaktadırlar.

3.2. Turizm Endüstrisindeki Küresel Eğilimler

Yukarıdaki bölümde pek çok farklı gösterge ülkelerarası platformda ele alınarak turizm endüstrisinin gelişimine ilişkin dinamik ve çok seviyeli bir resim çizmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte bütün bu farklı noktaları bir araya getirerek daha görünür değişim ve dönüşümleri tespit etmek de mümkündür. Mevcut bölüm, küresel eğilimleri ve bunları oluşturan unsurları detaylı şekilde tanımlamaya yönelik hazırlanmıştır.

3.3. Küreselleşme, Yeni Rakiplerin Yükselişi ve Artan Rekabet

Bilgi, iletişim ve ulaştırma teknolojilerindeki gelişmeler her düzeydeki etkileşimi artırmakta ve çeşitlendirmektedir. Ekonomik ve finansal sistem küresel ölçekte yeniden yapılanırken sosyal ve siyasi konularda da benzer dönüşümler kendisini göstermektedir.

Turizmin emek yoğun özelliği ve geniş bir sektörel bağlantı yelpazesine sahip olması, iktisadi faaliyet üzerindeki

potansiyel çarpan etkisini artırmaktadır. Turizm aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşimleri de hızlandırmakta ve medeniyetler arasındaki ilişkilerde insandan insana yepyeni kapılar açmaktadır.

Turizm geçtiğimiz on yıllarda hızla gerçek bir küresel pazara dönüşmüştür. Sınır ötesi seyahatler ve kıtalar arası etkileşimler hızla yükselirken, artık potansiyel ziyaretçilerin seçim yapabileceği daha çok alternatif mevcuttur. Bu anlamda talebin küreselleşmesi özellikle gelişmiş turizm destinasyonlarına güçlü bir rekabet baskısı getirmektedir.

Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi gelişmekte olan ülkelerin turizm sektöründe ağırlığını git gide artırmasıdır. Çin, Brezilya, Rusya ve Türkiye gibi ülkeler yüksek sektörel büyüme oranlarıyla mevcut küresel pazardan daha fazla ziyaretçi elde etmek üzere kıyasıya bir rekabete girmiş durumdadırlar.

Turizm talebi gittikçe bireysel ihtiyaçlara göre şekillenmekte, geleneksel turistik mal ve hizmetler hızla doygunluk noktasının sınırlarına ulaşmaktadır.

Yeni destinasyonların ortaya çıkışı, talebin küreselleşmesi ve gelişmekte olan ülkelerdeki orta sınıfın yol açtığı yeni rekabet ortamı uluslararası turizm pazarlarındaki parçalanmayı artırmaktadır. Turizm talebi gittikçe bireysel ihtiyaçlara göre şekillenmekte, geleneksel turistik mal ve hizmetler hızla doygunluk noktasının sınırlarına ulaşmaktadır.

Bugün pazar lideri konumundaki ülkelerin önümüzdeki on yıllar boyunca ciddi bir pazar kaybı yaşayacakları öngörülmektedir. Turizm sektöründe kızışan rekabet gelişmiş ekonomilerin sektörel üretkenliğe özel önem vermelerine yol açmaktadır. Özellikle hala güçlü bir uluslararası pazar pozisyonuna sahip OECD ülkeleri, rekabet gücünü artırmaya ve turizm sektöründe yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlayacak stratejilere odaklanmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler ise, uluslararası turizm piyasalarının yeni oyuncuları olarak, üretkenlik odaklı stratejiler yerine, kapasite artışlarına dayanan ve turizm varlıklarının temel kapasite ve küresel erişim gücünü artırmayı hedefleyen stratejiler izlemektedirler. Çin, Hindistan ve Rusya gibi ülkelerin bu konuda oldukça başarılı programlar geliştirdikleri ve potansiyel müşterilere maliyet avantajı tanıyan yeni turizm varış noktaları sundukları gözlemlenmektedir.

3.4. Bilgi ve İletişim Teknolojileri: Rekabetçiliğin Kilit Bileşeni

Çağımızın genel amaçlı teknolojisi olarak Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT)in hızla yaygınlaşması ve bilgi temelli bir ekonominin yükselişi, turizm sektörünün rekabetçilik unsurlarını ve piyasa yapısını köklü bir biçimde dönüştürmektedir. Her şeyden önce tüketiciler alternatif seyahat ve turizm hizmetleri konusunda acenteler ve operatörler gibi geleneksel aracılara başvurmaksızın kolayca bilgi sahibi olabilmekte ve fiyat ve ürün karşılaştırması yapabilmektedir.

Turizm işletmeleri geniş bant teknolojilerine uyum konusunda oldukça hızlı bir başarı göstermişler ve internet yoluyla pazarlama ve sipariş hizmetleri alanında büyük bir atılım kaydetmiştir.

İnternet teknolojileri uluslararası turizm endüstrisini, sektörün arz ve talep dinamiklerini ve özellikle tüketicilerle olan ilişkisini kalıcı bir biçimde dönüştürmüştür. Büyük ya da küçük bütün işletmeler doğrudan küresel tüketicilerle etkileşimli iletişime geçebilmektedir. Geleneksel endüstri yapısında katma değer zincirine hiçbir erişimi olmayan tüketici, bugün zincirin tam merkezinde yer almaktadır. Dolayısıyla turizm tüketicisi iktisadi tarih boyunca ilk kez, sektörün arz tarafına doğrudan erişim olanağına ve etki gücüne sahip olmuştur. Dolayısıyla, turizm endüstrisini bundan böyle tüketicinin bizzat yönettiğini söylemek yanıltıcı olmayacaktır.

Tablo 1: Bilgi İletişim Teknolojilerinin Turizm KOBİ'leri Üzerindeki Etkileri

Fırsatlar	Tehditler
Potansiyel müşterilere doğrudan iletişim	KOBİlere uygun düşük maliyetli ve kolay kullanılabilen sistem ve uygulamaların geliştirilmesi
Pazarlama ve satış maaliyetlerinden tasarruf	KOBİler için standart BİT ve e-ticaret uygulamalarının oluşturulması
Hizmet ve ürün arzının talep koşullarına hızlı bir biçimde uyarlanabilmesi	Çok kanallı stratejilerin tatbik edilmesi
Kolaylaştırıcılar	**Engeller**
KOBİler arasında ağyapı sistemlerinin inşası	KOBİler için standart BİT ve e-ticaret uygulamalarının oluşturulması
E-Ticaret uygulamaları için müşteri odaklı talep	Rol modellerinin ve gerçek hayat uygulamalarının yetersizliği
Büyük firmaların KOBİlere yol açması ve liderlik etmesi	İşletme yönetimlerinde uzun erimli ilgi ve motivasyonun sağlanabilmesi

Kaynak: E-business Watch (2004), Electronic Business in Tourism, Report 07- II, August 2004, European Commission, Brussels'dan uyarlanmıştır.

İnternet teknolojileri sayesinde tüketiciler tercihlerini şekillendirmek ve karar vermek için gerekli bilgiye doğrudan erişim sağlayabilmektedirler. Doğrudan ya da dolaylı dağıtım kanallarını seçebilmekte, mal ve hizmetlerin standart ve fiyatlarını mukayese edebilmekte ve hatta tüketim sepetlerini tam olarak belirleyebilmektedirler. Tüketiciler aldıkları hizmetlere ilişkin internet aracılığıyla geri bildirimler yapmakta ve sektörel talebin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar.

Avrupa Çevrimiçi Seyahat Raporu (2009)'na göre 2008 yılı sonunda Avrupa çevrimiçi turizm piyasası 60 milyar Avroya ulaşmıştır. Geleneksel turizm aracılarının satışları 2002-2008 döneminde yıllık ortalamada yüzde 0,6 azalırken, çevrimiçi satışlar aynı dönemde yüzde 13 artış göstermiştir. 2012 yılına kadar söz konusu pazarın yılda ortalama yüzde 11,4 büyüyerek 91 milyar Avroya ulaşması beklenmektedir.[7] Yesawich, Pepperdine ve Brown Yankelovich Partners (2002)'ın araştırmasına göre, Amerika Birleşik Devletleri turizm müşterilerinin yüzde 66'sı internet sitelerinin geleneksel turizm aracılarıyla karşılaştırıldığında çok daha nitelikli hizmetler sunduğunu düşünmektedir.[8]

Sektörün geleceğinde, katma değer zinciri içerisinde elverişli bir pozisyon yakalayanlar; özellikle zincirin merkezinde yer alan tüketiciler söz konusu olduğunda, sektördeki bilgi akışını en iyi yönetebilenler olacaktır.

Kısaca, işletmeler açısından bilgi yönetimi ve bilgi varlıklarına yatırım yapmak, küreselleşen sektördeki rekabetin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Katma değer zinciri içerisinde elverişli bir pozisyon yakalayanlar; özellikle zincirin merkezinde yer alan tüketiciler söz konusu olduğunda, sektördeki bilgi akışını en iyi yönetebilenler olacaktır. Turizm sektörünün yapısal olarak KOBİ'lere dayandığı düşünüldüğünde, özellikle girişim güçleri ve teknolojik adaptasyon kabiliyetleri sınırlı olan bu işletmelerin, çağımızın genel amaçlı teknolojisi ile uyum sağlayabilmesi hayati derecede önemli bir husustur (Tablo 1).

[7] European Online Travel Report (2009), Eyefortravel, www.events.eyefortravel.com.
[8] Aktaran www.etourismnewsletter.com.

Turizm Sektöründe Yeni Algı: Entegre Stratejiler

Turizm ekonomi çapındaki hemen bütün sektörlere değişik oranlarda katkıda bulunmaktadır. Turistik ziyaretçiler varış noktalarında hem turistik ürün ve hizmetleri hem de gündelik ihtiyaçlarını karşılamak üzere genel mal ve hizmetleri tüketmektedirler. Muhtelif pek çok araştırma ortaya koymuştur ki turizm diğer ekonomik sektörlerle güçlü ileri ve geri bağlantılara sahiptir. İleri sektörel bağlantılar turizm sektörünün katma değer üretim sürecinde girdi sağladığı, geri sektörel bağlantılar ise girdi kullandığı sektörler anlamına gelmektedir.

Turizm sektörünün ağ yapı zincirleriyle pek çok ekonomik iş koluyla güçlü bağlantılara sahip olması, bu sektörün ekonomik katma değer ve istihdam oluşturma açısından kritik değer taşıdığı anlamına gelmektedir.[9]

Her bir işletmenin yalnızca belirli birkaç mal ve hizmetin sağlanmasında uzmanlaştığı böylesine dağılmış ve çok parçalı bir sınaî desenin sıradan kamu politikası çözüm ve araçlarıyla yönlendirilmesi neredeyse imkânsızdır.

Artan rekabet ortamında turizm sektörünün endüstriyel olarak örgütlenmesi çoğunlukla KOBİ'lere dayanmaktadır. Ancak KOBİ'ler, genellikle uzun dönemli planlama, araştırma ve stratejik gelişim açısından oldukça kısıtlı kaynak ve kapasitelere sahip kuruluşlardır. Her bir işletmenin yalnızca belirli birkaç mal ve hizmetin sağlanmasında uzmanlaştığı düşünüldüğünde turizmde sektörel örgütlenmenin sıradan kamu politikaları ve araçlarıyla yönlendirilmesi neredeyse imkânsızdır.

Sonuçta pek çok ülke, turizm sektöründen beklenen çok sektörlü faydaların elde edilebilmesi ve maliyetlerin etkin bir biçimde yönetilebilmesi amacıyla turizm sektörünün bir dizi entegre yatırım, politika ve stratejik karar çerçevelerine ihtiyaç duyduğunu keşfetmektedirler. Son zamanlarda yükselişe geçen "Kamu ve özel sektör omuz omuza yaklaşımı" merkezi idarelerden yerel yönetimlere, yerel kalkınma örgütlerinden KOBİ'lere, iş dünyasından toplum fertlerine kadar pek çok katılımcı arasındaki diyalog, işbirliği ve ortaklık mekanizmalarının önemini vurgulamaktadır.

Bu itibarla kamu politikalarının turizm sektörünün çok seviyeli ve çok paydaşlı yapısını yansıtabilmeleri için gerekli kapsam ve derinliğe kavuşturulması hayati bir konudur. Karar alıcılar turizm politikalarının ve stratejilerinin tespitinde ilgili bakanlıklarının ve kuruluşların konuya dâhil edilmesi gibi bir yandan yatay konuları dikkate alırken; diğer yandan merkez, bölge ve yerel idarelerin arasındaki hayati işbirliğinin sağlanması gibi dikey konuları da aynı anda çözümlemek durumundadırlar.

Turizm endüstrisinin karşı karşıya bulunduğu sorunların çözümlenmesi için ilgili kamu kurumlarının politika oluşturma ve strateji uygulama aşamalarında bir araya getiren bütüncül yaklaşımlar geliştirilmesi zorunludur. Etkili politika süreçlerinin başat unsurlarından bir tanesi, stratejilerin tasarım ve uygulama aşamalarında ahengin ve tutarlılığın sağlanmasıdır.

[9] OECD (2008), Tourism in OECD Countries, Paris.

4. MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Zorkun Yaylası

4. MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Türkiye'de Turizm Sektörünün Kuruluş ve Yükselişi

Türkiye'nin turizm kaynakları güçlü maddi ve beşeri unsurlara dayanmaktadır. Ülkemizin tarihi derinliği, kültürel mirası ve doğal zenginlikleri ciddi bir birikime ve çeşitliliğe sahiptir. Tarihi açıdan Anadolu coğrafyası geçmişte jeopolitik bir merkez hüviyetini muhafaza etmiş ve pek çok medeniyetin başlıca etki sahası haline gelmiştir. Hitit, Sümer, Roma, Antik Yunan, Persler ve nihayet Bizans gibi muhtelif siyasi ve askeri örgütlenmeler, Anadolu'da kurulan şehir ağlarıyla gelişip komşu coğrafyalarla yoğun bir etkileşime geçmişlerdir.

Özellikle Selçuklu ve Osmanlı Devletleri döneminde Anadolu, Türk idarecilerin yönetiminde yeni bir döneme girmiş ve hem İslam medeniyetinin hem de modern batı kültürünün ekonomik, siyasi ve askeri gelişiminde büyük rol oynamıştır. Uzun yıllar boyunca şehir yapıları güçlü bir demografik ve ekonomik etkiyle gelişmiştir. Böylelikle jeo-stratejik ve jeo-ekonomik yönden, devamlı bir kavşak noktası olarak Türkiye'nin konumlandığı topraklar, herhangi bir batı ya da doğu coğrafyası ile karşılaştırıldığında misli az bulunan bir tarihi ve kültürel birikime sahne olmuştur.

Benzer şekilde Türkiye zengin tabiat varlıkları ve bitkisel çeşitlilik barındırmaktadır. Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz kıyıları doğa ve plaj turizmi açısından verimli bir tabiat altyapısı sağlamaktadır. Bitki örtüsü ve ormanları ile floral kaynaklar dünyaca ünlü bir kapsama ve zenginliğe sahip bulunmaktadır.

Kutu 1: Turizm politikalarına ilişkin tarihi perspektif

Türkiye'de turizm sektörünün gelişimi, planlı dönem öncesi (1923-1963) ve 1963'ten günümüze planlı dönem olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir. Planlı dönem öncesinde turizm sektörü ile ilgili gelişmeler son derece sınırlı olmakla birlikte, turizmin devlet gündeminde yer aldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı yatırımcılar için vergi indirimleri ve bazı teşvik unsurlarını içeren "Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" 22 Mayıs 1953'te yürürlüğe girmiştir.

Turizm sektöründeki asıl gelişme planlı dönemde gerçekleşmiş ve devletin politik tercihleri önem kazanmıştır. Planlı dönem, 1963-1983 yılları arasında, devletin turizm gelişimini sağlamak üzere şartları oluşturduğu ve öncü olduğu "devlet ağırlıklı dönem" ve 1983'ten günümüze süregelen "liberalizasyon dönemi" olarak iki alt dönemde ele alınabilir.

1963-1983 döneminde, turizm politikasının temel hedefi, turizm gelirleriyle ödemeler dengesine katkıda bulunmak; döviz gelirlerini arttırmak; yeni iş alanları yaratmak ve Türk vatandaşlarına tatil olanakları sağlamaktır. Söz konusu hedefleri gerçekleştirebilmek için organizasyonlar, yasal ve finansal düzenlemeler, özel projeler olmak üzere birçok araç kullanılmıştır. Diğer bir yönetim aracı ise yatırımlara kredi desteği ile birlikte proje ve teknik destek sağlamak üzere 1955 yılında kurulan Turizm Bankası'dır. Ayrıca 1972 yılında, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve etkin bir yönetim aracı olarak devreye girmiştir.

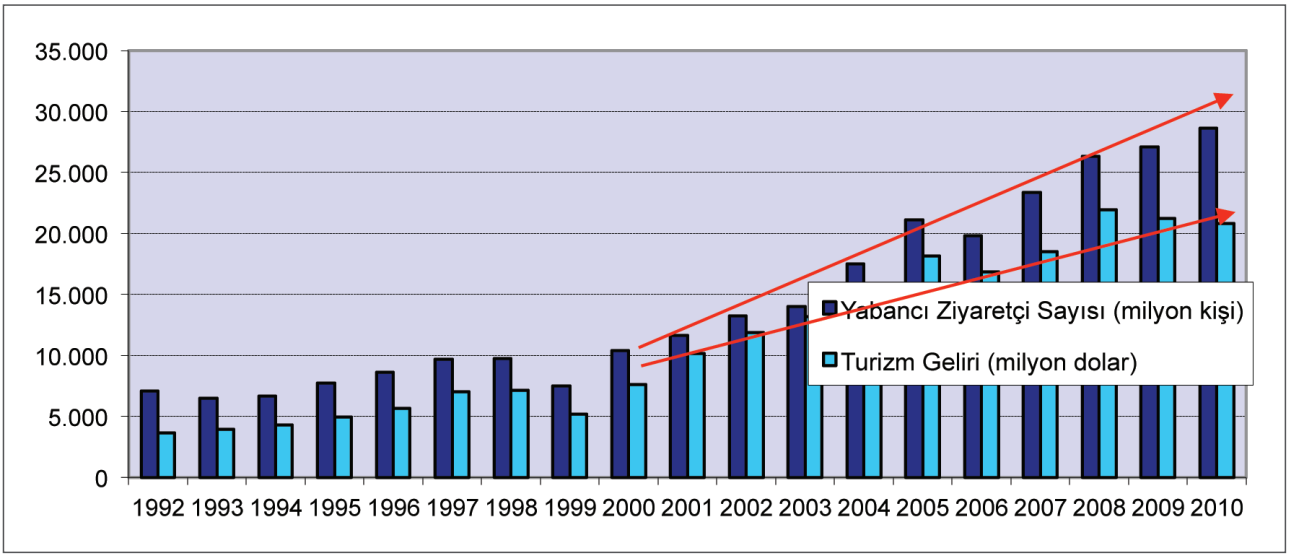
1983'ten günümüze kadar turizm politikalarında piyasa odaklı yaklaşımlar ve araçlar kullanılmıştır. Daha liberal bir dönemi başlatan en önemli yasal ve finansal araç, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu"dur. Kanun turizm işletmelerinin arazi tahsisi, mali teşvikler, kredi imkânı vb. çeşitli destek unsurlarına erişimini hedeflemiş ve uygulamada turizm endüstrisinin yüksek oranlı büyüme kaydetmesinde tetikleyici olmuştur. Devlet Planlama Teşkilatı ve Turizm Bakanlığı anılan dönemde turizm teşviklerinin başarıyla uygulanmasında etkin rol oynayan kuruluşlardır.

2003 yılında 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda değişiklik yapılarak 4957 sayılı "Turizmi Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" çıkarılmıştır. Anılan kanunun ana teması turizm teşvik mekanizmalarının daha şeffaf ve bütüncül bir anlayışa kavuşturulmasını sağlamaktır. Bu doğrultuda Kanun turizm işletmelerinin kapasite artışları ve modernizasyonun desteklenmesi amacıyla arazi geliştirme modeli, çağdaş bir arazi tahsis modeli, varış noktası hedefli planlama ve yönetim sistemleri gibi yeni bazı yaklaşımlar ve düzenlemeler öngörmektedir.

Kaynak: DPT (2007), Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

Ülkemizin turizm varlıkları potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesi amacı ile son otuz yıl boyunca turizm yatırım ve girişimlerine sağlanan yoğun kamusal destek programı sonucunda turizm sektörü, gerek ulusal gerekse uluslararası seviyede başat bir ekonomik sektör ve önemli bir sosyal değer haline gelmiştir (Kutu 1).

Grafik 8: Türk Turizminde Gelişmeler, 1992-2010 [10]



Kaynak: DPT, Merkez Bankası

Bu çerçevede özellikle 1990'lı yıllardan itibaren önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve 1992-2010 döneminde yabancı ziyaretçi sayısı, 5,5 milyondan 28,5 milyona, turizm gelirleri de 2,6 milyar ABD dolarından 20,8 milyar ABD dolarına yükselmiştir. 1999-2010 dönemine baktığımızda ise yabancı ziyaretçi sayısının, 7,5 milyondan 28,5 milyona yükseldiği (yaklaşık 4 kat), aynı dönem itibarıyla turizm gelirlerinin de 5,2 milyar ABD dolarından 20,3 milyar ABD dolarına ulaştığı (yaklaşık 4 kat) görülmektedir (Grafik 8).[11] Bir başka ifadeyle turist sayısında ve turizm gelirlerindeki artışın çok önemli bir bölümünün 1999-2010 döneminde gerçekleştiği görülmektedir.

Son yirmi yıllık dönemde oldukça etkileyici bir büyümeyle, yabancı ziyaretçi sayısı 5 kat; turizm gelirleri ise 8 kat artış kaydetmiştir. Bu yirmi yıllık dönemin ilk on yılı turizm yatak kapasitesi artışının yaşandığı ilk bölüm ve bu artışın turist sayısına ve gelirlere yansıdığı ikinci bölüm olarak değerlendirmek mümkündür.

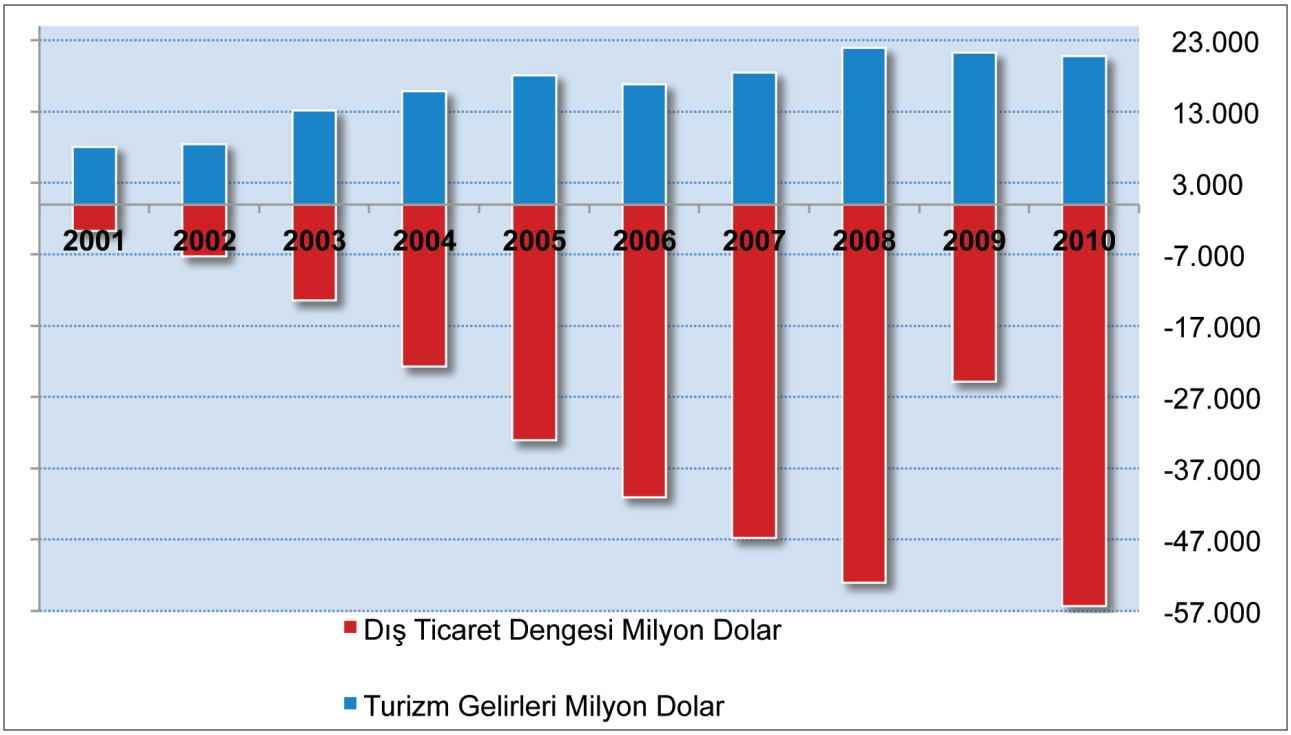
[10] Turizm Yatırımcıları Derneği, url : http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=1823

[11] Turizm gelirleri, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın ortak çalışması kapsamında, TÜİK tarafından yürütülen "Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi"nden elde edilmektedir. Anket çalışmasında ülkemizi ziyaret ederek yurtdışına çıkış yapan yabancılar ile ödemeler dengesi metodolojisi çerçevesinde yurtdışında yerleşik sayılan vatandaşlarımızın ülkemizde yaptıkları turizm harcamaların saptanmaktadır.
Anketler, çıkış yollarına göre hudut kapılarında milliyet bazında üçer aylık dönemleri kapsayacak şekilde yılda dört dönem olmak üzere yapılmaktadır. Anket sonucunda yabancı ziyaretçiler için milliyet bazında, geceleme yapanlar ile günübirlikçiler ayrımlarına göre ve turla gelenlerin tura ödedikleri bedellerin Türkiye'de kalan kısımları da değerlendirilerek elde edilen ortalama harcamalar; ilgili döneme ait Emniyet Genel Müdürlüğü kayıtlarından sağlanan kişi sayılarıyla genişletilmektedir.
Aynı şekilde, yurtdışında yerleşik vatandaşlarımızın anketten elde edilen ortalama harcamaları, kişi sayısının saptanması için gerçekleştirilen anket sonuçları ile genişletilmektedir. Turizm giderleri ise yine TÜİK tarafından yürütülmekte olan "Vatandaş Giriş Anketi" sonuçlarından elde edilmektedir. Üçer aylık dönemler itibariyle yapılan anket çalışmasında, yurtdışı ülkeleri ziyaret edip ülkemize giriş yapan yurtiçinde yerleşik kişilerin yurtdışında yaptıkları harcamalar saptanmaktadır.

4.2. Türk Turizminin Ekonomik ve Sosyal Önemi

Türk turizminin ekonomik değeri yalnızca hızlı gelişme gösteren bir sektör olmasında yatmamakta, turizm faaliyetleri aynı zamanda döviz açlığı çeken Türk ekonomisine hatırı sayılır bir yabancı para girişi sağlamaktadır (Grafik 9). Özellikle sermaye çıkışları ile karakterize edilen kriz yıllarında (Örneğin 2001), turizm sektörünün ekonomiye kazandırdığı döviz varlıkları, finansal ve makroekonomik istikrarın sağlanmasına ve yeniden toparlanma hamlelerine dolaylı veya doğrudan kanallarla büyük katkılar yapmaktadır. Her ne kadar dış ticaret açığını bütünüyle kapamaya yetmese de, turizm gelirleri gerek sermaye hareketlerinden gerekse döviz kuru dalgalanmalarından kaynaklanabilecek makro-ekonomik şoklara karşı Türk ekonomisine belirli bir dayanıklılık kazandırmaktadır. Ancak turizm gelirlerindeki artışın yavaşlaması ve dış ticaret açığındaki hızlanmayla birlikte turizmin açığın finansmana göreceli katkısı gerilemeye başlamıştır.

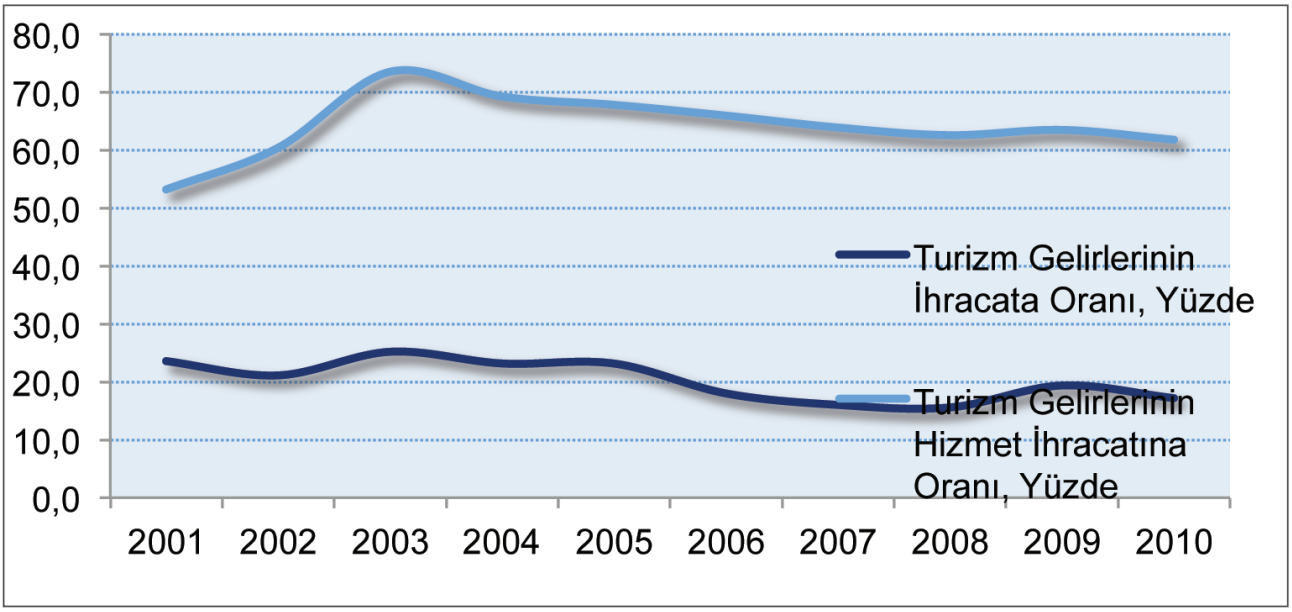
Grafik 9: Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Dengesi, 2001-2010



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, Merkez Bankası.

Özellikle son on yılda, dış ticarette turizm sektörü güçlü bir pozisyon kazanmıştır. Ülkemizin hizmet ihracat kalemlerinin yüzde 65 gibi büyük bir ağırlığı turizm sektörü tarafından üstlenilmektedir. Toplam mal ihracatına oranlandığında ise, ihracat kalemlerinin kapsam ve büyüklük olarak daha fazla genişlemesine karşın turizm gelirlerinin oransal açıdan bir miktar gerilediği, bununla birlikte toplam mal ihracatının beşte biri nispetinde bir büyüklüğe sahip olduğu görülmektedir (Grafik 10).

Grafik 10: Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Kompozisyonu, 2001-2010



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, Merkez Bankası.

Turizm endüstrisi istihdam olanakları oluşturmada ve yerel ekonomileri canlandırmada önde gelen ekonomik faaliyet alanlarından birisidir. Ancak ülkemizde turizm sektörünün katma değer ve istihdam etkisini net olarak belirleyebilmek ne yazık ki hayli çetrefilli ve emek yoğun bir çalışma gerektirmektedir. Bu konuda uzun yıllardan beri süregelen veri eksikliği nitelikli tespitlerin ve çalışmaların yapılmasını güçleştirmektedir.

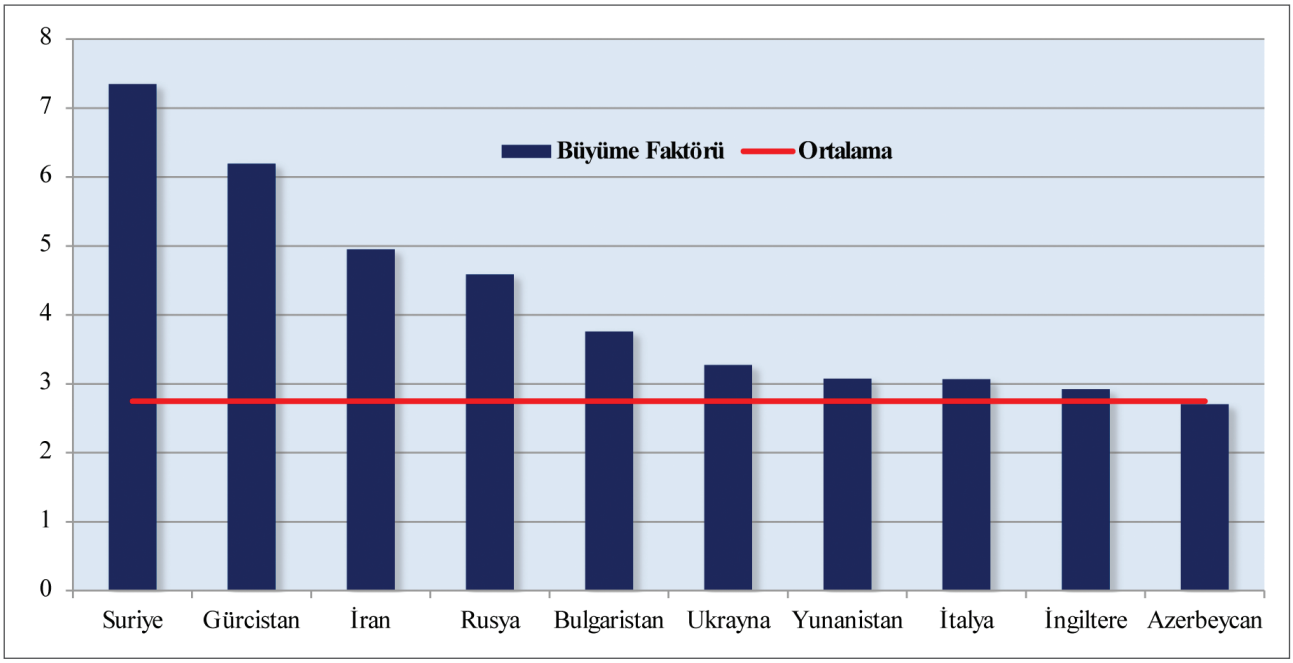
Türk turizm sektörünün, geri sınaî bağlantılarla birlikte, ülke istihdamına katkısının yüzde 5-10 arasında değiştiğini söylemek mümkündür.

Bununla birlikte yüksek yoğunluklu benzer turizm varış noktalarına sahip ülkeler incelenerek bazı makro tahminler geliştirilebilir. OECD ülkelerinin mevcut istatistikleri dikkate alındığında; turizm sektörünün yoğun girdi kullandığı ulaştırma, enerji, tarım ve hayvancılık, gıda sınaîleri vb. gibi sektörler de hesaba katılarak, dolaylı etkileriyle birlikte Türk turizm sektörünün ülke istihdamına katkısının mevsimsel olarak yüzde 5-10 arasında değiştiğini söylemek mümkündür.

2010 yılı itibarıyla Türkiye'yi ziyaret eden yabancıların yüzde 15,'i Almanya'dan, yüzde 11'i Rusya'dan, yüzde 9'u ise İngiltere'den gelmektedir. Toplam ziyaretçilerin yüzde 58'i Avrupa Birliği ülkeleri orijinlidir. Gelen ziyaretçilerin başlıca turizm merkezleri itibarıyla dağılımı incelendiğinde ise, yüzde 32'sinin Antalya, yüzde 24'ünün ise İstanbul'u tercih ettiği görülmektedir. Toplam yolcuların yüzde 74'ü Türkiye'ye ulaşım için havayolunu tercih etmektedir.

Yabancı ziyaretçilerin yüzde 58'si AB ülkelerinden gelmektedir. Ülkemizi ziyaret eden, turistlerin yaklaşık yüzde 60'ı Antalya ve İstanbul'u tercih etmekte, ayrıca yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %74'ü ulaşım için havayolunu tercih edilmektedir.

Grafik 11: 500 Binden Fazla Turist Gönderen ve En Hızlı Büyüyen Turizm Pazarlarımız, 2000-2010 (%)



Son on yıllık dönemde, Türkiye'nin bölgesinde ekonomik ve siyasi bir merkez haline gelmesiyle birlikte özellikle komşu ülkelerle olan ilişkilerin daha da yoğunlaştığı görülmektedir. Turizm sektöründeki gelişmeler bu eğilimi güçlü bir biçimde teyit etmekte ve ülkemize 500 binden fazla yabancı turist gönderen ve en hızlı büyüyen turizm pazarları arasında 6 komşu ülke yer almaktadır (Grafik 11). 2010 yılı itibarıyla toplam yabancı turistlerin yüzde 20'si komşu ülkelerden ülkemize gelen yabancılardan oluşmaktadır. Arap Baharının neden olduğu toplumsal ve siyasi kargaşa ortamının etkisiyle, 2011 yılından itibaren özellikle Suriye ve İran kaynaklı turist sayılarında ciddi bir düşüş eğilimine girileceği ve hatta Suriye ile ekonomik ve ticari ilişkilerin tamamen durma noktasına geleceği öngörülmektedir.

Ülkemize 500 binden fazla yabancı turist gönderen ve en hızlı büyüyen turizm pazarları arasında 6 komşu ülke yer almaktadır. Arap Baharının etki dalgaları Türk turizm piyasasını sarsacak kadar büyüktür.

Buna göre son on yılda Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı 2,75 kat artış kaydederken, ülkemize gönderdikleri yabancı ziyaretçi sayısı en hızlı büyüyen ülkeler ve 2000-2010 dönemine ait büyüme faktörleri şu şekilde gerçekleşmiştir: Suriye 7,3, Gürcistan 6,2, İran 5, Rusya 4,6, Bulgaristan 3,8, Ukrayna 3,3, Yunanistan ve İtalya 3, İngiltere 2,9 ve Azerbaycan 2,7. [12]

Bu gelişmeler neticesinde Türkiye dünya turist pazarından ve gelirinden gittikçe artan oranlarda pay almaya başlamıştır. 2009 yılı itibarıyla, ülkemiz uluslararası ziyaretçilerin yüzde 2,9'una, turizm gelirlerinin ise yüzde 2,5'ine varan bir pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. Böylelikle turist sayısında dünyada 7. sıraya yerleşirken, turizm gelirlerinde ise 9. sırada konumlanmıştır.[13] 2009 yılı itibarıyla Antalya dünyanın en çok ziyaret edilen 5. ; İstanbul ise 9. şehri haline gelmiştir (Tablo 2).

[12] Büyüme Faktörü= Referans Ülke Kaynaklı Turist Sayısı (2010) / Referans Ülke Kaynaklı Turist Sayısı (2000)
[13] Turizm Yatırımcıları Derneği, url : http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=1823

Tablo 2: Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 15 Şehri, 2009[14]

Şehir	Sıralama	Turist Sayısı (000 kişi)
Londra	1	14.059
Bangkok	2	9.985
Singapur	3	9.682
Kuala Lumpur	4	9.400
Antalya	5	8.867
New York	6	8.479
Dubai	7	7.783
Paris	8	7.749
İstanbul	9	7.543
Hong Kong	10	7.010
Mekke	11	6.985
Roma	12	5.543
Miami	13	5.241
Las Vegas	14	4.784
Los Angeles	15	4.510

Kaynak: Euromonitor

Turizm sektöründe ülkemiz küresel bir oyuncu haline dönüşmüştür. 2009 yılı itibarıyla Türkiye yabancı turist sayısında 7inci, turizm gelirlerinde ise 9uncu sırada yer almaktadır.

Yukarıda bahsedilen sayılar ve sıralamalarında ortaya koyduğu üzere artık Turizm endüstrisi Türk ekonomisinin en önemli sektörlerinden birisi haline gelmiştir. Turizm büyümeyi desteklemekte, makro-ekonomik istikrara katkıda bulunmakta, özellikle küçük işletmeler ve girişimciler için yeni gelir ve istihdam olanakları oluşturmaktadır. Bütün bunları yaparken emek yoğun ve önemli ölçüde ara elemana dayalı yapısı ile gelir dağılımı üzerinde de önemli iyileştirici etkileri olmaktadır.

4.3. Kurumsal Faktörler ve Mekanizmalar: Turizm Teşviklerinin Tarihi ve Yapısı

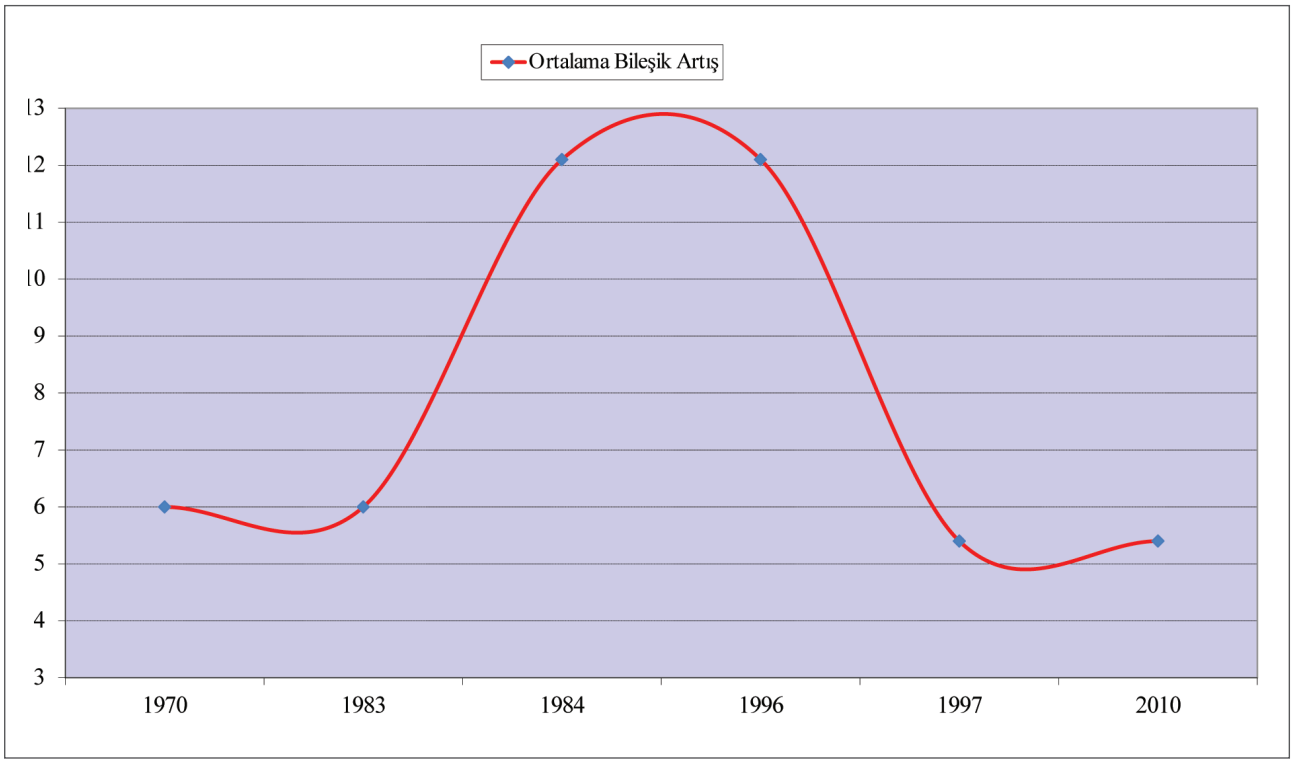
Turizm politikaları ve uygulanan teşvik mekanizmaları ulusal turizm endüstrisinin gelişimi ve ihtiyaçlarıyla yakın bir paralellik içerisindedir. Genel teşvik mekanizmalarının ortaya çıkışı ve izlediği ana yörüngeler Kutu 1'de özetlenmişti. Bu bölümde, dağınık bir görünüm arz eden turizm teşvik sisteminin genel bir resimlendirmesi yapılarak, söz konusu mekanizmanın dönemsel performansı ve ana yapısı irdelenmeye çalışılmıştır.

[14] Euromonitor, url:http://www.euromonitor.com/_Euromonitor_Internationals_Top_City_Destinations_Ranking

Her şeyden önce teşvik araçlarının etkin bir biçimde turizm sektöründe uygulanması 1982 ve sonrası dönemde ortaya çıkan bir gelişmedir. 1982 tarih ve 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun tanımladığı destekleri uygulamak suretiyle, Türkiye turizm endüstrisinin kurulması ve yükselmesi amacıyla turizm altyapısına ve yatak kapasitesine büyük yatırımlar yapmıştır.

Türkiye turizm endüstrisinin kurulması ve yükselmesi amacıyla turizm altyapısına ve yatak kapasitesine 1980'li yıllarla birlikte büyük yatırımlar yapmıştır.

Grafik 12: Turizm İşletme Belgeli Yatak Kapasitesi Dönemsel Artışlar, Ortalama Bileşik Büyüme, Yüzde, 1970-2010



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Özellikle turizm sektöründe yeni bir dönemin açıldığı ve piyasa odaklı kamusal destekleme programlarının uygulandığı 1983-1997 döneminde, konaklama kapasitesinde yıllık ortalama bileşik büyüme oranı yüzde 12,1'e yükselmiştir (Grafik 12). Türkiye bu hızlı tempoyu 14 yıl boyunca sürdürmüş ve böylelikle bugünkü turizm altyapısının önemli bir bölümü söz konusu dönemde tamamlanmıştır. 1997'den bu yana, konaklama kapasitesi artışları, yıllık bileşik ortalamada yüzde 5,4'lük bir seviyeye yerleşmiştir.

Tablo 3: Türk Turizm Endüstrisinin Tesis ve Yatak Kapasitesi, 2010

		TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
TÜR	SINIF	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
OTELLER	5 YILDIZLI	138	35.210	76.696	319	103.764	220.474
	4 YILDIZLI	238	36.570	79.109	523	81.352	168.812
	3 YILDIZLI	224	13.002	26.331	641	42.672	86.316
	2 YILDIZLI	32	1.253	2.797	561	22.124	43.711
	1 YILDIZLI	13	393	819	69	2.464	4.842
	TOPLAM	**645**	**86.428**	**185.752**	**2.113**	**252.376**	**524.155**
MOTELLER	1. SINIF	-	-	-	2	81	161
	2. SINIF	-	-	-	6	170	336
	Motel	5	107	216	7	221	443
	TOPLAM	**5**	**107**	**216**	**15**	**472**	**940**
TATİL KÖYLERİ	1. SINIF	26	7.651	16.405	65	23.609	52.436
	2. SINIF	15	3.860	8.884	17	2.979	6.562
	TOPLAM	**41**	**11.511**	**25.289**	**82**	**26.588**	**58.998**
TERMAL OTELLER	5 YILDIZLI	10	2.030	4.758	9	2.000	4.636
	4 YILDIZLI	4	647	2.097	10	1.428	2.947
	3 YILDIZLI	1	80	160	7	534	1.181
	2 YILDIZLI	-	-	-	3	122	251
	TOPLAM	**15**	**2.757**	**7.015**	**29**	**4.084**	**9.015**
PANSİYONLAR		19	349	685	51	723	1.422
KAMPİNGLER		4	706	1.740	4	215	587
OBERJLER		1	58	120	2	279	572
APART OTELLER		48	5.551	14.904	103	5.161	12.712
ÖZEL TESİS		11	298	672	203	6.855	14.616
GOLF TESİSLERİ		1	60	228	2	201	424
EĞİTİM VE UYGULAMA TESİSLERİ		-	-	-	1	36	72
TURİZM KOMPLEKSİ		7	2.787	5.936	1	816	1.792
BUTİK OTEL		64	2.533	5.408	36	1.424	2.913
B TİPİ TATİL SİTESİ		10	1.315	4.454	2	249	860
BUTİK TATİL VİLLALARI		2	91	240	-	-	-
DAĞ EVİ		1	10	20	2	98	272
ÇİFTLİK EVİ / KÖY EVİ		2	170	225	1	44	115
YAYLA EVİ		1	40	80	-	-	-
TOPLAM		**877**	**114.771**	**252.984**	**2.647**	**299.621**	**629.465**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Ziyaretçi sayısındaki ve turizm gelirlerindeki gelişmelere paralel bir şekilde, son on yıllık dönemde;

- Turizm Bakanlığı belgeli konaklama kapasitesi 325 binden 630 bine,
- Yatırım teşvik belgesi tutarı 715 milyon ABD dolarından 1,4 milyar ABD dolarına,
- Seyahat acentesi sayısı ise 4400'den 6200'e, ulaşmıştır. [15]

Türk turizm endüstrisi çeşitlilik gösteren bir tesis altyapısına ve ciddi bir konaklama kapasitesine ulaşmış durumdadır (Tablo 3). 2010 yılı itibarıyla turizm yatırım belgeli 877 adet tesis ve 252.984 yatak kapasitesi mevcuttur. Turizm işletme belgeli tesis sayısı ise 2.647'ye ve yatak sayısı 629.465'e ulaşmış durumdadır. Turizm işletme belgeli yatak kapasitesinin yüzde 93'ü otel ve tatil köyü tesislerinde konumlanmıştır.

2010 yılı itibarıyla, turizm işletme belgeli tesis sayısı ise 2.647'ye ve yatak sayısı 629.465'e ulaşmış durumdadır. Turizm işletme belgeli yatak kapasitesinin yüzde 93'ü otel ve tatil köyü tesislerinde konumlanmıştır.

Uygulanan teşvikler kapsamında 1991-2009 arası ülke genelindeki 61.484 teşvik belgesinin 3.269'u (yüzde 5,3) turizm sektörüne tahsis edilmiştir. Yatırım Teşvik Belgeleri tutarlarına bakıldığında ise turizm teşvik tutarlarının toplam teşviklerin yaklaşık yüzde 8'ine denk geldiği görülmektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Teşvik Belge Sayıları ve Tutarları, Seçilmiş Yıllar İçin, 1991-2009[16]

					Yatırım Teşvik Belgeleri Tutarı		
	Belge Adedi				Cari Bin TL		
	Turizm (1)	Toplam (2)	1/2 (%)		Turizm (3)	Toplam (4)	3/4 %
1991	146	1.775	8,2		1.527	38.175	4
1995	137	4.954	2,8		20.657	2.187.011	0,9
2000	153	3.521	4,3		323.331	8.761.378	3,7
2005	228	4.303	5,3		2.964.000	24.296.946	12,2
2009	166	2.492	6,7		2.226.060	19.878.018	11,2
Toplam	**3.269**	**61.484**	**5,3**		**17.786.967**	**221.285.093**	**8,0**

Türkiye turizm teşvik araçlarının çeşitliliği ve kapsam alanlarının genişliği bakımından önde gelen ülkelerden birisidir.

Bazı AB ve Akdeniz Ülkeleri ile Türkiye'de Devlet Tarafından Uygulanan Turizm Yatırım Teşviklerinin kıyaslamasına ilişkin tablo aşağıda sunulmaktadır (Tablo 5). Karmaşık bir turizm endüstrisine sahip Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkeler arazi tahsisi ve KDV istisnası araçlarını kullanmamakta, bunun yerine kurumlar vergisi istisnası, finansman

[15] Türkiye'de, konaklama tesislerinin belgelendirme işlemleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve yerel yönetimler tarafından yapılmaktadır. Bu iki belgelendirme sisteminde yer alan sınıf ve türler, birbirinden farklıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama tesislerinde yıldız sistemi geçerli iken belediye belgeli konaklama tesislerinde sınıf sistemi geçerlidir. Her iki sisteme ilişkin istatistikî veriler ayrı kaynaklardan derlenmekte ve uyumlu olarak değerlendirilememektedir.

[16] Ekonomi Bakanlığı web sitesi, url: www.ekonomi.gov.tr

kolaylıkları ve eğitim ve istihdam teşvikleri gibi üretkenlik artırıcı araçlara odaklanmaktadırlar. Mevcut ülkeler arasında sadece Mısır ve Türkiye turizm girişimlerine arazi tahsis imkânı tanımaktadır. Türkiye teşvik araçlarının çeşitliliği ve kapsam alanlarının genişliği bakımından önde gelen ülkelerden birisidir.

Tablo 5: Turizm Sektörüne Sağlanan Teşviklerin Bazı Ülkelerle Karşılaştırması

Ülke	Arazi Tahsisi	KDV İstisnası	Hibe	Kredi	Faiz Desteği	Leasing Desteği	Kurumlar Vergisi İstisnası	Yatırım indirimi	İstihdam Teşviği	Eğitim Teşviği	Diğer Vergi İstisnaları
İspanya	-	-	+	+	+	-	-	-	+	+	-
Portekiz	-	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+
Fransa	-	-	+	-	-	-	+	-	+	+	+
İtalya	-	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-
Yunanistan	-	-	+	-	-	+	-	+	+	-	-
Polonya	-	-	+	-	-	-	+	-	+	+	+
Macaristan	-	-	+	-	-	-	+	-	+	+	+
Mısır	+	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+
Türkiye	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+

Kaynak: TYYD.

Turizm Teşvik Sisteminin Ana Unsurları

Türkiye'de mevcut turizm teşvik sistemi doğrudan ve dolaylı çeşitli kanallara sahiptir. Bunları aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür:[17]

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiyi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'ınca sağlanan teşvik ve destekler,
- Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında uygulanan teşvikler,
- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamında sağlanan teşvikler,
- 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Kapsamında Enerji Gideri İndirimi,
- 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu'nda yer alan muafiyetler.

Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Uygulanan Teşvikler

2012 yılında konu ile ilgili olarak yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ve bu Karara ilişkin Tebliğ hükümleri çerçevesinde teşviklerin kapsamı belirlenmiştir.[18] Bu çerçevede Turizm sektörüne ilişkin sağlanan teşvik araçları şunlardır:

Genel Teşvik Uygulamaları

- Gümrük vergisi muafiyeti

[17] Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler, Kültür ve Turizm Bakanlığı,Teşvik Çalışma Grubu, Aralık 2009 Ankara.
[18] 19.06.2012 tarihli ve 28328 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 15.06.2012 tarihli 2012/3305 karar sayılı Yatırımlarda devlet Yardımları hakkında karar Tebliği

- KDV İstisnası

Bölgesel Teşvik Uygulamaları

Kahramanmaraş ili 3 yıldızlı oteller kapsamında

- Gümrük vergisi muafiyeti.
- KDV istisnası.
- Vergi indirimi.
- Sigorta primi işveren hissesi desteği.
- Yatırım yeri tahsisi.
- Faiz desteği

Bakanlar Kurulu Kararında "teşvik edilmeyecek yatırımlar" aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Turizm yatırım/işletme belgeli oteller, butik oteller, tatil köyleri, özel konaklama tesisleri ve dağ/yayla evleri dışında kalan turizm konaklama tesisleri.
- Lokantalar, kafeteryalar, eğlence yerleri, günübirlik tesisler, termal kür tesisleri, sağlıklı yaşam tesisleri, yüzme havuzları.

3 yıldız ve üzeri otel yatırımlarına destek sağlanacak iller Düzey 2 bölgeleri itibarıyla belirlenmiş durumdadır. Bilindiği üzere, TR 63 bölgesi ve Kahramanmaraş ili bu Kanun kapsamında V. Bölgede yer almaktadır (Tablo 6). Bu çerçevede TR63 Bölgesinde gerçekleştirilecek olan turizm yatırımları, kapsamı ve niteliği anılan Kanun hükümlerine tabi olmak kaydıyla çeşitli teşvik unsularından yararlanabilmektedir.

Destek Unsurları	31.12.2013 Tarihinden Önce Yatırıma Başlayanlar V.Bölge Yatırma Başlayanlar V.Böl	01.01.2014 Tarihinden Sonra Yatırıma Başlayanlar V.Bölge
Vergi İndirimi	40	30
Yatırıma Katkı Oranı, Yüzde	80	
Vergi İndirim Oranı, Yüzde	80	
Sigorta Primi İşveren Hissesi Faiz Desteği	7 yıl	6 yıl
TL Kredisi (puan)	5	5
Dövize Endeksli Kredi / Döviz Kredisi (Puan	2	2
Yatırım Yeri Tahsisi	Bölgesel desteklerden yararlanabilecek tüm yatırımlar	Bölgesel desteklerden yararlanabilecek yatırımlar
KDV İstinası	Tüm bölge ve sektörlerdeki teşvik belgeli yatırımlar	Tüm bölge ve sektörlerdeki teşvik belgeli yatırımlar
Gümrük Vergisi Muhafiyeti	Tüm bölge ve sektörlerdeki teşvik belgeli yatırımlar	Tüm bölge ve sektörlerdeki teşvik belgeli yatırımlar

Bu Kanun kapsamına giren teşviklerden yararlanabilmek için Hazine Müsteşarlığına Teşvik Belgesi başvurusunda bulunmak gerekmektedir.

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Kapsamında Sağlanan Teşvikler

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Kapsamında Kültür ve Turizm Koruma ve gelişim bölgeleri, Turizm merkezleri öncelikli bölgeler olarak tanımlanmıştır. Sağlanan teşvikler şu şekilde gruplandırılabilir:

- Hazine ve orman arazilerinin kanunda belirtilen süreler dâhilinde ve şartlar altında turistik tesis yapımına tahsisi,
- Elektrik, havagazı ve su giderlerinde sağlanan kolaylıklar. Turizm Belgeli yatırım ve işletmeler elektrik ve su ücretlerini o bölgedeki sanayi ve meskenlere uygulanan tarifelerden en düşüğü üzerinden öderler.[19]
- Yabancı personel istihdamı
- Haberleşme kolaylıkları

Turizm sektörüne yönelik teşviklerin yönetiminde açık ve net bir güdüleme örneği gösteren asıl önemli mekanizma 2634 Sayılı Kanundur. Bununla birlikte, turizm girişimcilerinin KOSGEB ya da Hazine Müsteşarlığı kaynaklı teşvik araçlarına ve fonlarına erişim sağlayabilmeleri, başarı şansını artıracak önemli bir faktördür.

Bu teşviklere ilaveten enerji giderleri indirimi ve emlak vergisi indirimi gibi indirimler de mevcuttur. Türkiye'de turizm yatırımlarına sağlanan teşviklere ilişkin özet tablo aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 6: Türkiye'de Turizm İşletme ve Girişimlerinin Yararlanabileceği Teşvikler

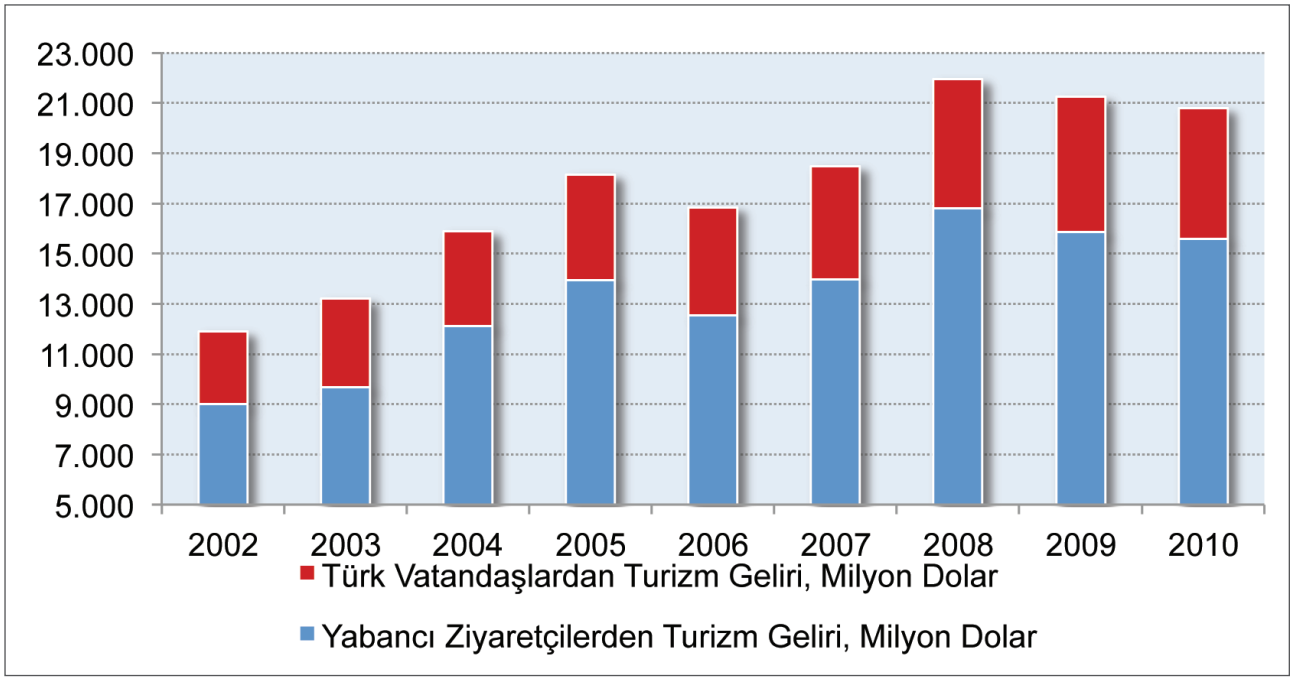
Kapsam ve Nitelik	Destek Unsurları	KOSGEB	5084 Sayılı Kanun	5084 Ek	2634 Sayılı Kanun	Emlak ,Vergisi Kanunu
Komple yeni yatırımlar, Tevsi (genişletme, yayma) yatırımlarıı Modernizasyon, Ürün çeşitlendirme Entegrasyon yatırımları	Vergi indirimi		+			
	Sigorta pirimi işveren desteği		+			
	Yatırım yeri tahsisi		+			
	Gümrük vergisi muafiyeti		+			
	KDV istisnası		+			
	Faiz desteği		+			
Eğitim, Araştırma, İstihdam Destekleri	Danışmanlık desteği					
	Eğitim desteği	+				
	Teknolojik AR-GE destekleri	+				
	Sinai mülkiyet hakları desteği	+				
	Bilgisayar yazılım desteği	+				
	Yerel ekonomik araştırma desteği	+				
	Nitelikli eleman istihdamı desteği	+				
	Yeni girişimci desteği	+				
Arsa, İletişim, İşletme giderleri	Hazine ve orman arazilerinin tahsisi				+	
	Havagazı ve su ücretleri				+	
	Yabancı personel istihdamı				+	
	Haberleşme kolaylıkları				+	
Diğer	Enerji gideri indirimi			+		+
	Emlak vergisi muafiyeti (5 Yıl)					

[19] 16.07.2009 tarihinde yayımlanan 2009/15199 sayılı Karar ile elektriğe ilişkin uygulamaya son verilmiş olup Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Enerji Bakanlığı arasında söz konusu uygulamanın devamına ilişkin görüşmeler halen devam etmektedir.

4.4. Türk Turizm Endüstrisi ve Artan Küresel Rekabetin Sonuçları

Türk turizminin hızla uluslararası bir çekim merkezi haline gelmesine rağmen, toplam turizm gelirlerinin yaklaşık yüzde 25'lik bir kısmı, Türk vatandaşlarının yurt ziyaretleri sırasındaki harcamalarından oluşmaktadır. (Grafik 13). Bu gelir yapısının son on yılda korunduğu görülmektedir. 2010 senesinde, vatandaşlarımızın toplam harcama tutarı yaklaşık 4,5 milyar ABD Dolarına ulaşarak 20,8 milyar ABD Dolarlık toplam turizm gelirlerinin önemli bir kaynağını oluşturmuştur.

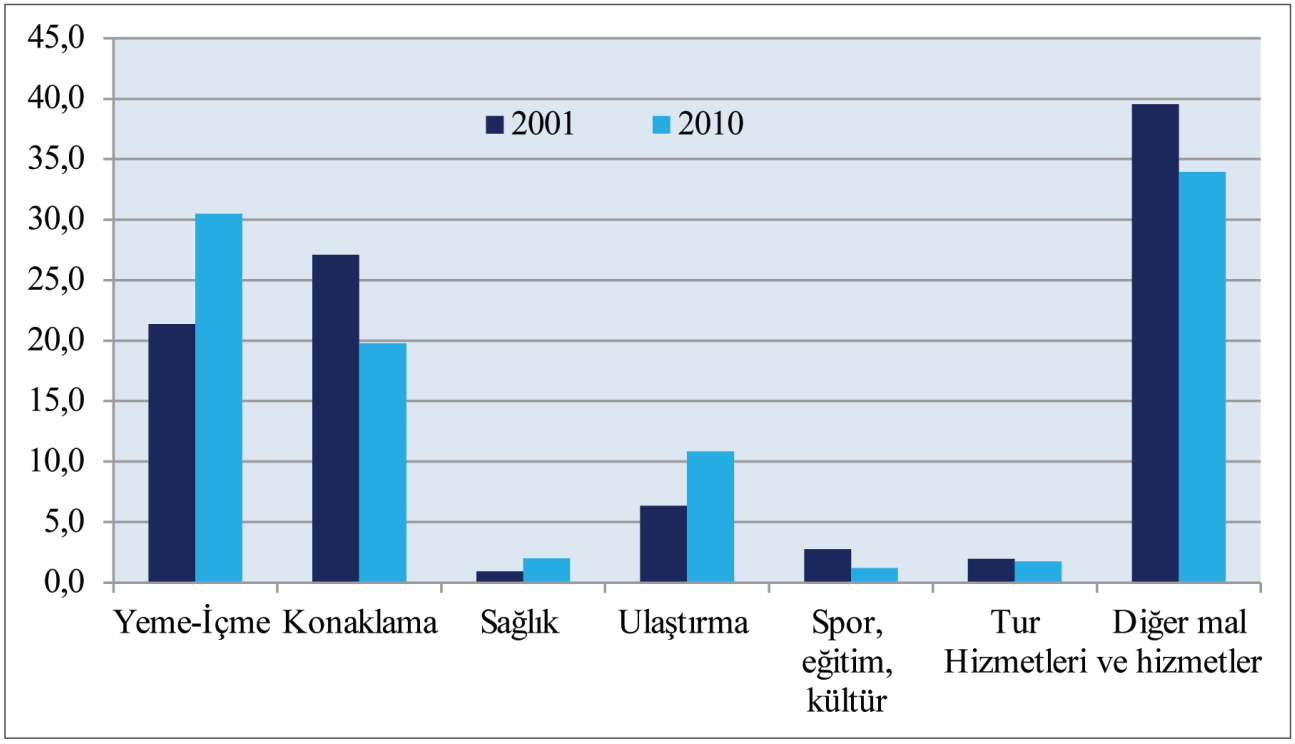
Grafik 13: Toplam Turizm Gelirlerinin Kompozisyonu, Milyon Dolar, 2002-2010



Kaynak: TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Turist tercihlerinde meydana gelen değişimler pazar yapısını ve katma değer dinamiklerini etkilemektedir. Geçtiğimiz on yıl boyunca yabancı turistlerin bireysel harcamalarında ciddi yapısal dönüşümler gerçekleşmiştir (Grafik 14). Her şeyden önce yeme içme harcamalarının toplam bireysel harcamalar içerisindeki payı yüzde 21'lerden yüzde 30'lara yükselmiştir. Türk kafe-lokanta endüstrisinin üretim ve ürün tabanını genişleterek daha rekabetçi hale gelmesi bu gelişmede önemli bir rol oynamaktadır.

Grafik 14: Bireysel Harcamaların Kompozisyonu (100=Bireysel Harcamalar Toplamı), Yabancı Turist, 2001-2010.

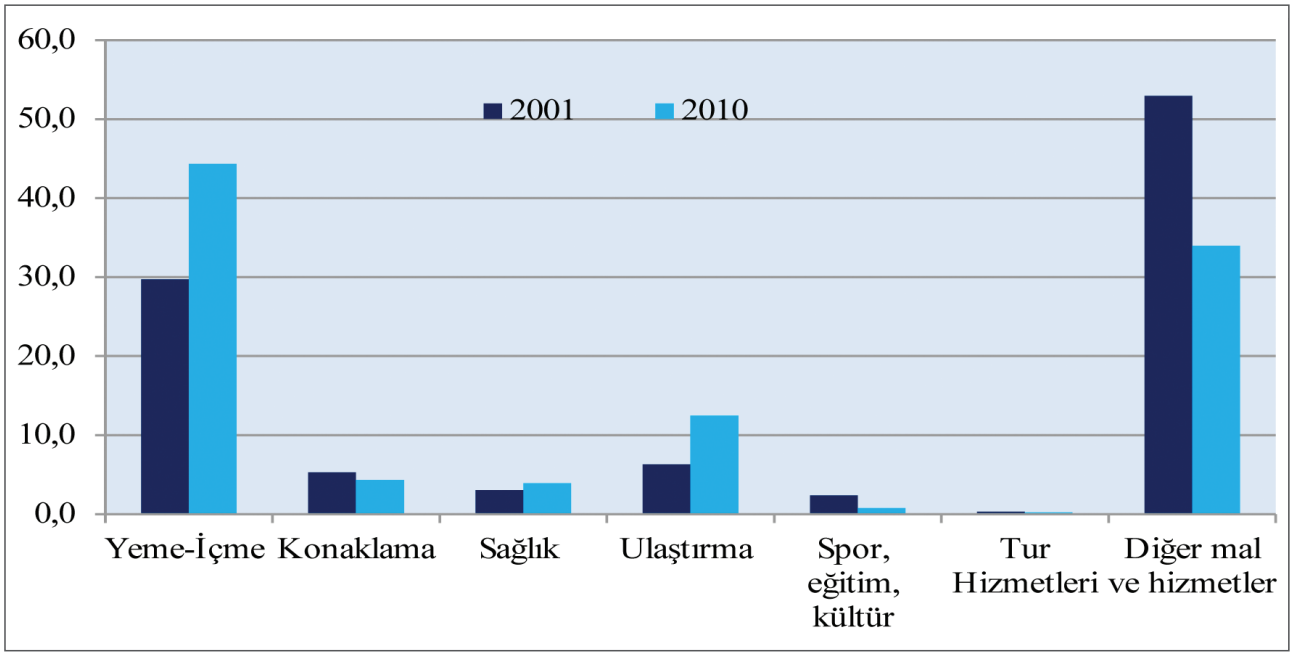


Kaynak: TÜİK.

Turist tercihlerinde meydana gelen değişimler pazar yapısını ve katma değer dinamiklerini etkilemektedir. Geçtiğimiz on yıl boyunca turistlerin bireysel harcamalarında ciddi yapısal dönüşümler gerçekleşmiştir.

Öte yandan konaklama harcamalarının yüzde 27'lerden yüzde 20'nin altına düşmesi yabancı turistlerin bugün konaklama hizmetlerine daha az bütçe ayırdıklarını ortaya koymaktadır. Hiç kuşkusuz bu gelişmenin en önemli nedenlerinden bir tanesi, mülkiyet rejimindeki serbestleşme ortamıdır, böylelikle yabancıların edindikleri gayrimenkul stokları ciddi seviyelere ulaşmış durumdadır.

Grafik 15: Bireysel Harcamaların Kompozisyonu (100=Bireysel Harcamalar Toplamı), Vatandaş Ziyaretçiler, 2001-2010.



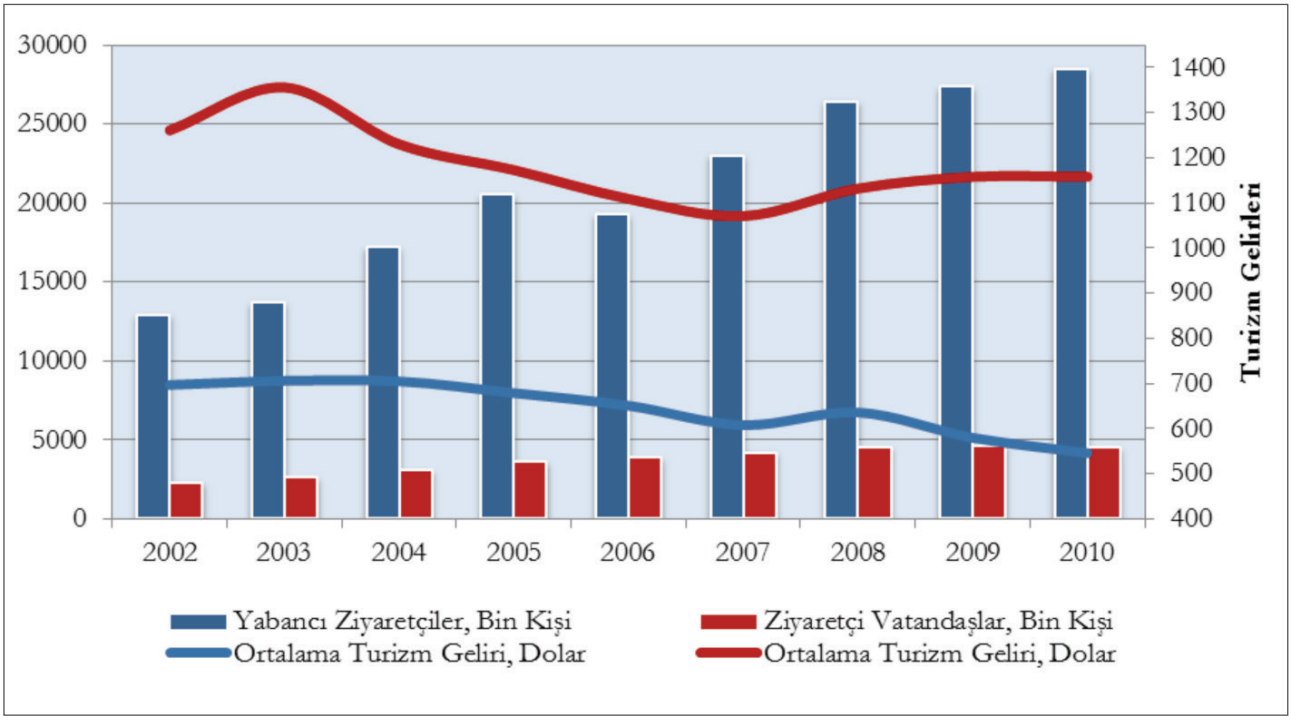
Kaynak: TÜİK.

Türk vatandaşlarının yurt ziyaretleri esnasında gerçekleştirdikleri bireysel harcamaların kompozisyonu Grafik 15'te sunulmaktadır. Yabancı turistlere benzer şekilde vatandaş ziyaretçilerin yeme-içme harcamaları son on yılda ciddi bir artış kaydederek toplam tüketim harcamalarının yüzde 45'ine ulaşmıştır. Buna karşın giyim, hediyelik eşya v.b. gibi diğer mal ve hizmet mallarına yönelik tüketim harcamaları ise oransal olarak yüzde 18 azalmıştır.

Turizm gelirlerinin unsurları daha detaylı bir şekilde incelendiğinde, vatandaş ve yabancı ziyaretçi sayılarının düzenli olarak artmasına karşın ortalama turizm gelirlerinin her iki gurup için de cari fiyatlarla ölçüldüğünde bile hissedilir oranda azaldığı anlaşılmaktadır (Grafik 16). Ziyaretçi başına gelirlerdeki bu hissedilir düşüş, Türk vatandaşlarında 1.300 ABD Doları seviyesinden 1.100 ABD Doları seviyesine ciddi bir gerilemeye tekabül etmekte; yabancı ziyaretçilerde ise ortalama harcamaların 750 ABD Doları platosundan 600 ABD Doları ve altına indiği görülmektedir.

Reel ortalama turizm gelirlerindeki erime çok daha çarpıcı bir hal almaktadır. ABD Dolarının anılan dönemde yüzde 21,2 tüketici enflasyonuna uğraması, uluslararası piyasalarda büyük oranda değer kaybetmesi gibi faktörler dikkate alındığında, reel turizm gelirlerindeki azalma alarm verici seviyelere ulaşmaktadır.

Grafik 16: Ziyaretçi Sayıları Ve Ortalama Turizm Gelirleri, 2002-2010



Kaynak: TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Analizler turizm işletmelerinin son on yılda yoğun bir rekabet ve fiyat baskısıyla karşı karşıya kaldığını ortaya koymaktadır. Bir yandan yeni turizm destinasyonlarının ortaya çıkışı, diğer taraftan küreselleşen turizm talep yapısının internet teknolojileri sayesinde hızlı bir özellik kazanması gibi faktörler, turizm endüstrisinin gitgide daha da zor hale gelen bir rekabet yapısına neden olmaktadır.

Bu koşullar altında ulusal turizm işletmeleri, ölçek, ürün ve fiyatlar konusunda uluslararası değer zincirlerindeki konumlarını yeniden ayarlamak ve genellikle daha küçük paylara razı olmak zorunda kalmaktadırlar. Değer zincirlerine hâkim durumdaki küresel tur operatörleri, ürün ve hizmet fiyatlarının aşağıya doğru indiği piyasa şartlarında, geri endüstriyel bağlantılarında yer alan yerel turizm işletmelerini daha düşük fiyatlardan hizmet sunmaya mecbur etmektedirler. Değerli Türk Lirası, aşağı doğru yönelen mal ve hizmet fiyatları, azalan kar marjları, pek çok işletmenin dayanma sınırlarını zorlamakta ve sonuçta istihdam piyasalarının koşulları ağırlaşmaktadır.

Türkiye'nin yeni dönemde geleneksel turizm politikaları ve destekleme sistemleriyle tarihi başarısını devam ettirme ve sürdürülebilir endüstriyel büyümeyi garanti altına alma şansı giderek azalmaktadır.

Türk turizmi, turizm sektöründe yer alan kamu ve özel sektörün, paydaşların gayretleri ile küresel meydan okumalara çözüm üretmek çabası içerisindedir. Ancak artan rekabet ortamında, küresel turizm pazarından daha çok turist ve daha çok turizm geliri alabilmenin yolu, kamu ve özel sektörün sorumluluklarının ve önceliklerinin belirlenerek daha etkin stratejilerin geliştirilmesinden geçmektedir.

Bunun için Türk turizminin kapasite genişlemesinden ziyade, açıkça yeni bir vizyona ve sürdürülebilir kalite büyümesini temel alan, üretkenlik ve yenilik odaklı bütüncül bir stratejiye ihtiyacı vardır.

5. OSMANİYE TURİZM SEKTÖRÜ: GELİŞİM VE MEVCUT DURUM

Kırmıtlı Yalı Çapkını

5. OSMANİYE TURİZM SEKTÖRÜ: GELİŞİM VE MEVCUT DURUM

Mevcut durum analizinin bu bölümünde analiz birimi il düzeyi olarak ele alınacak ve Osmaniye'nin turizm potansiyeli analiz edilecektir. Analiz birimini il düzeyi olarak belirlediğimizde hiç kuşkusuz temel problem alanlarından birisi güncel, tutarlı ve güvenilir veri eksikliğidir. Özellikle turizm sektörü gibi ekonomik önemiyle orantısız bir şekilde ulusal hesap sistemlerince göz ardı edilen bir faaliyet alanında, iktisadi verilerin il düzeyinde derlenmesi daha da güçleşmektedir.

Stratejinin olgunlaşması aşamasında yaşanan bu ve buna benzer sıkıntılar iki yolla aşılmaya çalışılmıştır. Birincisi, Osmaniye turizm sektörünün mevcut durumunun tespit edilmesinde, varlık envanterinin etraflıca ortaya konulmasında ve temel sorun alanlarının ortaya çıkarılmasında klinik çalışmalar, saha gezileri, mülakat ve çalıştaylar vb. gibi yöntemlerden ağırlıkla yararlanılmıştır. İkinci olarak, ileri düzey yapısal modelleme ve panel veri teknikleri kullanılarak ulusal göstergelerden yola çıkmak suretiyle Osmaniye iline ait temel sektörel büyüklükler tahmin edilmiş ve iktisadi analize tabi tutulmuştur.[20]

5.1. Tarihi Gelişim ve Turizm Sektörünün İldeki Konumu

Şehrin Tarihi Gelişimi

Osmaniye'nin yer aldığı Kilikya Bölgesi M.Ö. 14. Yüzyılda Hitit imparatorluğunun egemenliği altında merkeze bağlı uydu devletlerden olan Kizzuwatna Krallığı'nın toprakları içerisinde idi. M.Ö. 6. yüzyılın ortalarında Kilikya Bölgesi ile birlikte şehir toprakları Perslerin eline geçmiş ancak, M.Ö. 333 yılında Büyük İskender'in Pers İmparatoru Darius'u Dörtyol-Payas Ovası'nda yenmesinden sonra Makedonyalıların egemenliğine geçmiştir.

Akdeniz korsanlarının, Roma deniz ticaretine ağır darbeler vurmasından ötürü, Roma bölgeye güçlü bir ordu göndermiştir. Romalılar ilk savaşta başarılı olamamışlar, Pompeus'un emrine bütün eyalet kuvvetleri verilmiş ve bunlara 500 savaş gemisi de katılmıştır. Romalılar korsanların kalelerini ele geçirmiş ve böylece Kilikya bölgesi Roma İmparatorluğu'nun topraklarına katılmıştır. İmparator Hadrianus M.S. 120-135 yıllarında Çukurova bölgesine önem vermiş ve bölgeyi önemli bir ticaret merkezi haline getirmiştir. M.S. 395'de Roma'nın ikiye ayrılmasından sonra Osmaniye, Doğu Roma'nın hâkimiyetine girmiştir.

M.S. 7. yüzyılın ortalarında Arap akınlarının Anadolu'ya yönelmesinden sonra, Emevi halifesi Abdülmelik (685-705) yöreyi ele geçirmiş ve İslâm kültürünün kökleşmesinde etkili olmuştur. Malazgirt Savaşı'ndan (1071) sonra, Kutalmışoğlu, 1. Rükneddin Süleyman Şah Adana, Tarsus, Misis ve Anazarva dâhil bütün Çukurova'yı ele geçirmiş (1082-1083), böylece bütün Çukurova bu tarihte, Anadolu Selçuklu Devleti'nin egemenliğine girmiştir.

M.S. 13. yüzyılda Memlûklular Ermeni Prensliğini ortadan kaldırmıştır. Horasan'dan gelen oğuzların Yüreğir boyundan Ramazanoğulları Adana ve çevresine yerleşmiştir. Ramazanoğulları Beyliği Osmanlı İmparatorluğu ile Mısır'ın Kölemen sultanları arasında sıkışıp kalmıştır. Çukurova bölgesi Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferi sırasında (1517) Osmanlı topraklarına katılmışsa da, Ramazanoğlu Mahmut Bey'in Yavuz Sultan Selim ile Mısır Seferine katılması ve Adana şehrinin anahtarını Ona vermesinden ötürü eyaletin yönetimi bir süre daha Ramazanoğulları'nın elinde kalmıştır.

[20] İleri düzey tekniklerle geliştirilen ve istatistikî anlamlılığı çeşitli yöntemlerle kontrol edilen özgün veri altyapısı, özellikle turizm vizyonu çalışmasına entegre edilerek stratejik öngörülerin hazırlanmasında yoğun bir biçimde kullanılmıştır.

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra 24 Aralık 1918'de Fransız birlikleri, işbirlikçi Ermeni çeteleriyle Adana ve yöresini işgal etmişler, Türk milis kuvvetlerinin şiddete direnmesi, işgalcilerin önemli kayba uğramalarına neden olmuştu. 20 Ekim 1921'de imzalanan Ankara İtilafnamesi hükümleri uyarınca 5 Ocak 1922'de Fransız işgal kuvvetleri yöreden çekilmişlerdir.

Cumhuriyetin ilanından sonra sancakların vilayete dönüştürülmesi ile Cebeli Bereket Vilayet olmuş, 1933 yılında da yeniden ilçe olarak Adana'ya bağlanmıştır. 1996'da da il konumuna getirilmiştir.

5.2. Osmaniye Turizm Sektörü: Mevcut Durum

Osmaniye ekonomisinde turizm endüstriyel faaliyet olarak şimdiye kadar iddialı bir konuma sahip olmamıştır. Her ne kadar il düzeyinde sektörel istihdam göstergeleri ve katma değer hesabına ilişkin veriler konusunda büyük bir eksiklik mevcutsa da, Strateji kapsamında geliştirilen yapısal veri ve analiz modülünün ortaya koyduğu sonuçlara göre, yerel turizm endüstrisi 2010 yılsonu itibarıyla 5.312 kişilik istihdam gerçekleştirmektedir. Bu istihdam seviyesine, turizmle ilişkilendirilebilecek diğer endüstri ve hizmet alt kollarında çalışanların sayıları dâhildir.

Toplam il istihdamının yüzde 1,4'ü turizm sektörüyle doğrudan ilişkili iş ve hizmetlerde çalışmaktadır. Bilindiği gibi Türkiye'nin ulusal ekonomisi içerisinde turizm endüstrisi toplam istihdamın yüzde 10 ila 20'si arasında değişen bir bölümüne cevap vermektedir. Bu rakamlar, Osmaniye'de turizm faaliyetlerinin Türkiye ortalamasına göre oldukça düşük bir ekonomik alan meydana getirdiğini ortaya koymaktadır.

Turizmin yerel ekonomideki yerinin tespitinde konaklama kapasitesi, işletme sayıları, geceleme sayılarının karşılaştırılması kullanılabilecek diğer bir yöntemdir. İli ziyaret eden yabancıların dağılımı ve ildeki mevcut turistik yatak kapasitesine ilişkin aşağıdaki bulgular öne çıkmaktadır:

İldeki Turizm İşletme Belgeli yatak sayısı Türkiye toplamının on binde 7,5'i iken, Belediye Belgeli yatak sayısı ülke genelinin on binde 20'sidir. Belediye belgeli tesislerdeki altyapı yoğunlaşması termal turizm kaynaklıdır.

Tablo 7: Turizm Konaklama Kapasitesi, 2009-2010.

TÜRKİYE			OSMANİYE		
	2009	2010		2009	2010
Yatak Kapasitesi			Yatak Kapasitesi		
BB	402.289	402.289	BB	317	841
TİB	608.765	629.465	TİB	200	470

Kaynak: KTB.

Turizm altyapısı açısından Osmaniye ili son derece kısıtlı bir kapasiteye sahip bulunmaktadır. Ülke genelinde 2010 yılı itibarıyla turizm işletme belgeli 629 bin adet yatak kapasitesi mevcutken Osmaniye genelinde turizm işletme belgeli iki tesisle birlikte toplam yatak kapasitesi 470'e ancak ulaşmıştır. Mevcut turizm işletme belgeli tesis altyapısı ülke genelinin on binde 7,5'ine tekabül etmektedir.

Ülke genelinde 2010 yılı itibarıyla belediye belgeli tesislerin toplam 402 bin adetlik yatak kapasitesine karşılık Osma-

niye ilinde yalnızca 841 adetlik bir altyapı inşa edilmiş durumdadır. Belediye belgeli tesis altyapısının ülke toplamına oranı ise on binde 20'dir.

Benzer şekilde, ülke genelinde 5.571'i A Grup olmak üzere, 5.987 seyahat acentesi faaliyet göstermekte iken, Osmaniye ilinde tamamı A Grup olmak üzere, toplam 7 adet seyahat acentesi bulunmaktadır. Ülke genelindeki seyahat acentelerinin sadece on binde 12'si Osmaniye ilinde konumlanmıştır.

Tablo 8: Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları, 2009-2010.

TÜRKİYE				OSMANİYE			
Tesise Geliş Sayısı		2009	2010	Tesise Geliş Sayısı		2009	2010
BB	Vatandaş	13.622.917	15.665.190	BB	Vatandaş	40.148	33.481
	Yabancı	4.915.424	7.834.701		Yabancı	228	174
	Toplam	18.538.341	23.499.891		Toplam	40.376	33.655
TİB	Vatandaş	12.137.822	12.338.602	TİB	Vatandaş	4.068	12.761
	Yabancı	14.388.998	17.415.364		Yabancı	678	1.001
	Toplam	26.526.820	29.753.966		Toplam	4.746	13.762
Geceleme Sayısı				Geceleme Sayısı			
BB	Vatandaş	21.788.769	25.214.853	BB	Vatandaş	44.223	39.595
	Yabancı	19.683.973	25.814.082		Yabancı	352	648
	Toplam	41.472.742	51.028.935		Toplam	44.575	40.243
TİB	Vatandaş	22.929.508	23.832.337	TİB	Vatandaş	9.272	22.451
	Yabancı	59.986.967	74.325.670		Yabancı	1.372	1.730
	Toplam	**82.916.475**	**98.158.007**		**Toplam**	**10.644**	**24.181**

Kaynak: KTB.

İl ekonomisi içerisinde turizm endüstrisinin önemli bir iktisadi faaliyet kolu olmaması, ilin çektiği turist sayısı ve konaklama süresi gibi istatistiklerden de anlaşılmaktadır. 2010 yılı itibarıyla belediye belgeli tesislerde toplam 33 bin vatandaş ziyaretçi konaklarken, aynı tesislerde geceleyen yabancıların sayısı 174 olmuştur.

Belediye belgeli tesislere geliş sayısı itibarıyla Osmaniye ülke genelinin binde 3'ünü temsil etmektedir ki il genelindeki en önemli turistik kapasitesinin kaplıca turizmi olduğu anlaşılmaktadır. 2010 yılında Haruniye Kaplıcalarının restorasyon ve yeniden yapılanma çalışmaları nedeniyle devre dışı kalmış olması, belediye belgeli tesislerdeki ziyaretçi sayılarının yaklaşık yüzde 18 azalmasına yol açmıştır.

Turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama sayısı itibarıyla bakıldığında ise Osmaniye ülke genelinin on binde 3'ünü temsil edebilmektedir. Bu yönüyle Osmaniye ilinde turizm hâlihazırda belediye belgeli tesislerinde konaklamak üzere gelen ziyaretçilere bağımlı olup, ağırlıkla iç turizm olarak nitelenebilecek bir karaktere sahiptir.

Tablo 9: Ortalama ve Yatak Başına Geceleme Süreleri, 2009-2010.

TÜRKİYE				OSMANİYE			
Ortalama Geceleme Süresi		2009	2010	Ortalama Geceleme Süresi		2009	2010
BB	Vatandaş	1,60	1,61	BB	Vatandaş	1,10	1,18
	Yabancı	4,00	3,29		Yabancı	1,54	3,72
	Toplam	2,24	2,17		Toplam	1,10	1,20
TİB	Vatandaş	1,89	1,93	TİB	Vatandaş	2,28	1,76
	Yabancı	4,17	4,27		Yabancı	2,02	1,73
	Toplam	**3,13**	**3,30**		**Toplam**	**2,24**	**1,76**
Yatak Başına Geceleme				Yatak Başına Geceleme		140,6	47,9
BB		103,1	126,8	BB		46,4	47,8
TİB		136,2	155,9	TİB			

Kaynak: KTB.

Ortalama geceleme süresi turistik konaklama altyapısı dâhil turizm ekosisteminin genel gelişmişlik seviyesi hakkında bilgi sağlayan önemli bir göstergedir. Belediye belgeli ve turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde geceleme süreleri Türkiye ortalamasının yarısına ancak ulaşabilmektedir (Tablo 10). 2010 yılı itibarıyla belediye belgeli tesislerde konaklayan turistler ortalama 2,17 gün gecelemişken, Osmaniye ilinde ortalama geceleme 1,2 olarak gerçekleşmiştir. Turizm işletme belgeli tesislerde ortalama konaklama süresi 2010 yılında 3,3'e yükselirken, Osmaniye ili için aynı gösterge 1,76'dır.

İldeki turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin yatak başına geceleme sayıları 2010 yılında 47,8 iken belediye belgeli tesislerin yatak başına geceleme sayıları ise 47,9 gündür. Belediye ve turizm işletme belgeli tesislerin doluluk oranı ülke genelinin üçte birine ancak erişebilmektedir.

Turizm endüstrisi kapsam, büyüklük, istihdam ve altyapı unsurları bakımından yerel ekonomi içerisinde görece önemsiz bir konuma sahiptir. Bununla birlikte Osmaniye turizm endüstrisinin gelişimi için oldukça elverişli bir potansiyel barındırmaktadır.

Sonuç olarak turizm endüstrisi kapsam, büyüklük, istihdam ve altyapı unsurları bakımından yerel ekonomi içerisinde görece önemsiz bir konuma sahiptir. Bununla birlikte Osmaniye turizm endüstrisinin gelişimi için oldukça elverişli bir potansiyel barındırmaktadır. Ancak bu avantajların açığa çıkarılması için akıllı kamu müdahalesi önkoşuldur. Kaynakların stratejik bir bakışın eşgüdümünde akıllıca bir araya getirilmesi ve bu doğrultuda İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planının tasarlanması Osmaniye ilinin turizm potansiyelinin hayata geçirilmesi yolunda çok önemli bir kazanım olacaktır.

6. OSMANİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ VE VARLIKLARI

Berke Barajı

6. OSMANİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ VE VARLIKLARI

6.1. Turizm Potansiyelini Destekleyen Hususlar ve Gelişmeler

Konum ve coğrafya

Osmaniye, Batı ve İç Anadolu'yu, Doğu ve Güney Doğu Anadolu ile Suriye ve Filistin'e bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmaktadır. Bu stratejik konum ve zengin tarım alanları, geçmişte önemli siyasi güçlerin Osmaniye toprakları üzerinde hâkimiyet mücadelelerine girişmelerine yol açmış ve ilin zengin bir kültürel derinlik elde etmesini sağlamıştır.

Bir ekonomik ve demografik merkez olarak gelişme süreci boyunca Osmaniye bu kilit konumunun getirdiği avantajlardan yararlanmıştır. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren ülkemizin yoğun bir altyapı hamlesine girişmesi, ekonomik gelişmenin Anadolu'daki şehir merkezlerine yayılması, tempolu ekonomik büyüme v.b. gibi faktörler Çukurova bölgesindeki ticari ve iktisadi faaliyetleri oldukça canlandırmıştır. Ayrıca söz konusu ekonomik genişleme dönemleri boyunca devreye alınan otoyollar, köprüler ve barajlar altyapı yatırımları da şehir ekonomisinin serpilip gelişmesini sağlayan faktörler arasındadır.

Ekonomik gelişmeyi sürükleyebilecek en önemli genel amaçlı teknolojilerden birisi olarak kabul edilmekte olan ulaşım sistemleri altyapısının göreli gelişmişlik seviyesi Osmaniye ilinin mevcut güçlü yönü olarak öne çıkmaktadır.

Osmaniye yöresini çekici kılan ve tarihin her döneminde iktisadi ve sosyal etkileşimlere açık olmasını sağlayan bir özellik Batı Anadolu'yu Çukurova yoluyla Doğu ve Güney Doğu Anadolu'ya ve Suriye-Filistin üzerinden Arap Yarımadasına bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmasıdır.

Bölge, ulusal düzeyde kuzey-güney ve doğu-batı ekseninde kesişen ekonomik ve demografik merkezleri birbirine bağlayan stratejik bir coğrafyaya sahiptir. Bölge uluslararası ulaşım için de önemli bir geçiş noktasıdır. Ulusal yük ve yolcu taşımacılığında başat rol oynayan ulaşım koridorları bölge üzerinde kesişmektedir. Üç kıtanın kavşak noktası olarak uluslararası ulaşımın ve transit taşımacılığın en yoğun ve hareketli olduğu yerlerden biridir.

Harita 1: Osmaniye'nin konumu

Önemli bir uluslararası karayoluna (E-91), büyük bir limana (İskenderun), Türkiye'nin en önemli sınır kapılarından birine (Cilvegözü) ve Yayladağ giriş-çıkış kapısına komşuluk etmektedir. Bölge sahip olduğu konumun getirdiği avantajlarla ulusal ölçekte ortalamanın üzerinde ulaşım altyapısına sahiptir. Özellikle ticari karayolu ve demiryolu taşımacılığı açısından gelişmiş durumdadır.

Osmaniye'nin sahip olduğu konumun avantajlarına ek olarak, coğrafyanın barındırdığı zenginlik ve çeşitlilik eşine az rastlanır bir harita oluşturmaktadır. Dağ, orman ve ovalık sahaların iç içe geçtiği bu topraklar ziyaretçilerin hızla farklı turizm varlıklarına kolayca erişim sağlayabileceği bir floral çeşitlilik saklamaktadır.

Zengin tarihi miras

Osmaniye M.Ö. 3000 yıllarında Lelegler adlı kavimle başlayarak, Hitit, Asur, Roma, Bizans, Selçuk ve Osmanlı uygarlıkları tarafından belirlenen zengin bir tarihe sahiptir. Pek çok medeniyete beşiklik eden Osmaniye toprakları, kültürel zenginlik ve çeşitli kimlik unsurlarının bir arada bulunduğu bölgeler arasındadır.

Benzer bir biçimde İslam medeniyetinin Arap, Selçuki ve Osmanlılar döneminde Anadolu'ya nüfuz etmesi, siyasi hâkimiyetin tekrar Arabistan yarımadasına doğru sarkmasında Osmaniye lojistik bir merkez vazifesi görmüştür.

Bu zengin tarihi ve kültürel birikim, güncel turizm politikalarının imkânlarını genişletmekte, yörenin turizm potansiyelini özellikle kültür turizmi ve sağlık turizminde ön plana çıkarmaktadır. Tarihi tecrübe, kültürel miras ve toplumsal kimlik unsurlarının süreklilik parametrelerinden gereği gibi yararlanıldığı takdirde, Osmaniye kendine özgü bir turizm destinasyonu olma hedefine güvenle ilerleyebilecektir.

Ilıman iklim

Osmaniye ilinde Akdeniz iklimi hüküm sürmektedir. Genelde yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı olmakla birlikte yüksekliğe bağlı olarak iklim özellikleri önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Osmaniye'de kış aylarında rüzgâr kuzey ve kuzeydoğu yönlerden hafif ve orta kuvvette, yaz aylarında güney ve güneybatı yönlerden orta kuvvette esmektedir.

Bilindiği gibi, bir yörenin iklimi ve coğrafi konumu turizm hizmet sunumunun tüm yıla yayılmasında hayati derecede önem arz etmektedir. İlin söz konusu iklim özellikleri yılın bütününe yayılan turizm faaliyetlerinin örgütlenmesine ve böylelikle turizm endüstrisinin hızla yükselebilmesini destekleyecek mahiyettedir.

Farkındalığın yüksekliği

Farklı inanç ve kültürlerin birlikte yaşama pratiğinin tarihi derinliği, geleneksel misafirperverlik anlayışının hala canlı olması ve yöre insanının turizm sektörüne oldukça sıcak bakması Osmaniye'nin sektörel gelişme imkânlarını ciddi ölçüde destekleyen hususlardır.

Farklı inanç ve kültürlerin birlikte yaşama pratiğinin tarihi derinliği, geleneksel misafirperverlik anlayışının hala canlı olması ve yöre insanının turizm sektörüne oldukça sıcak bakması Osmaniye'nin sektörel gelişme imkânlarını ciddi ölçüde destekleyen hususlardır.

İlde kamu kurum ve kuruluşlarından, sivil toplum kuruluşlarına, akademisyenlerinden esnaf ve işyeri sahiplerine kadar turizm sektörünün önemi ve başarılı turizm uygulamalarının getireceği faydalara ilişkin önemli bir inanç ve farkındalık artışı bulunmaktadır. Bu ise doğru strateji ve tedbirler uygulandığı takdirde, bu tedbirlerin yürütülmesinde ve koordinasyonunda başarı ihtimalinin yüksekliğini göstermektedir. Turizme çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus yapısı, bu sürecin daha verimli yönetimi ve gerekli insan gücünün etkin bir şekilde temini için önemli bir güçlü yöndür. Turizm sektörünün Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan TR 63 Bölge Planında (2010-2013) da öncelikli eksenlerden birisi olarak belirlenmiş olması sektörün artan önem ve önceliğini vurgulamaktadır.

Siyasi ve diplomatik gelişmeler

Son dönemde Türkiye'nin ortaya koyduğu komşularla sıfır sorun politikasının komşu ülkelerle yürütülen ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel ilişkilere önemli katkıları olmuştur. Turizm sektörü bu pozitif etkilerin en fazla gözlemlendiği sektörlerin başında gelmektedir.

Son dönemde Türkiye'nin ortaya koyduğu komşularla sıfır sorun politikasının komşu ülkelerle yürütülen ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel ilişkilere önemli katkıları olmuştur. Turizm sektörü bu pozitif etkilerin en fazla gözlemlendiği sektörlerin başında gelmektedir.

Osmaniye ili sınır illerimizden olması ve pek çok farklı ve komşu kültüre ev sahipliği yapması sebebiyle bu dönüşümden en fazla etkilenen illerin başında gelmektedir. 2009 yılı itibarıyla Suriye ve diğer Ortadoğu ülkeleri ile vize uygulamasının karşılıklı olarak kaldırılması bu etkileşimi oldukça yüksek seviyelere çıkarmış ve güçlendirmiştir.

Bu gelişmeler tek yönlü olmamıştır. Suriye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2010 yılının ilk sekiz ayında, geçen yılın aynı dönemine göre, yüzde 47 artarak 4,4 milyondan 6,5 milyona yükselmiştir. Artışın önemli bir bölümü karayoluyla yapılan ziyaret kaynaklıdır.[21] Ayrıca, ziyaretçilerin ülke dağılımına bakıldığında en yüksek artışın Türk vatandaşlarından kaynaklandığı görülmektedir. Söz konusu dönemde Suriye'yi ziyaret eden Türk turistlerin sayısında yüzde 161 artış gözlemlenmiştir.

Suriye'den ülkemize gelen turist sayılarına bakıldığında da benzer bir durum göze çarpmaktadır. 2007 yılında Suriye'den ülkemize 332 bin ziyaretçi gelmişken, bu sayı 2009 yılı itibarıyla 510 bine yükselmiştir.[22]

Ortadoğu bölgesinde diğer bölgelere benzer şekilde, bölge içi turistik hareketlilik bölgelerarası turist akımlarından daha yoğundur. Ortadoğu kaynaklı turizm hareketlerinin yüzde 77'si gene Ortadoğu bölgelerine doğru gerçekleşmektedir.[23] Bu faktör Osmaniye'nin doğru strateji ve faaliyetlerle bölgesel turizm pastasından aldığı payı çok önemli oranlarda artırabileceğini göstermektedir.

Son dönemde Suriye'de yaşanan gelişmeler Suriye ve Türkiye arasındaki turizm ve ticaret hareketliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak söz konusu gelişmelere rağmen orta ve uzun vadede turizm hareketliliği iki ülke arasındaki giderek gelişen bir yapı arz edecektir.

6.2. Yerel Turizm Varlıkları

Turizm endüstrisinin hammaddesi turizm varlıklarıdır. Bu varlıklar en geniş tanımıyla tabii güzelliklerden, tarihi eserlere, müze ve anıtlar gibi üretilmiş yapılardan, çiçekler ve parklarla bezenmiş caddelere kadar pek çok farklı güzelliği kapsamaktadır. Turizm varlıkları geliştirme ve yatırım faaliyetleri ile birlikte geliştirilip turistik ziyaretler için yeni destinasyonların oluşturulmasında kullanılırlar. Bu itibarla turizm sektörünün gelişmesinde turizm varlıklarının karakter ve niteliklerine uygun cazibe unsurlarıyla desteklenerek aktif bir iktisadi mala dönüştürülmeleri çok önemli bir adımdır.

OİTSEP çalışmaları kapsamında, turizm varlık envanterinin çıkarılması ve önceliklendirilmesi, sağlıklı bir strateji geliştirilmesinin zorunlu bir basamağı olarak görülmüştür. Bütün bu çalışmalar esnasında Osmaniye muhtelif turizm türlerine hitap eden turizm varlıklarına sahip bir yöre olarak tanımlanmıştır. İl, bu itibarla, turizm eko-sisteminin uzun vadeli gelişimine imkân tanıyan bir varlık çeşitliliği barındırmaktadır. Ancak bütün bu turizm varlıklarının gerçek potansiyellerini ortaya çıkarabilmek için sermaye ve dikkati öncelikli varlıklara akıllıca yönlendirilen iddialı bir yatırım programının devreye alınması zorunludur.

[21] http://www.syriatourism.org/index.php?module=subjects&func=viewpage&pageid=2848
[22] Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri
[23] http://www.marketresearch.com/product/display.asp?productid=1312651

Osmaniye turizm eko-sisteminin uzun vadeli gelişimine imkân tanıyan bir varlık stoğu barındırmaktadır. Ancak bütün bu turizm varlıklarının gerçek potansiyellerini ortaya çıkarabilmek için sermaye ve dikkati öncelikli varlıklara akıllıca yönlendirilen iddialı bir yatırım programının devreye alınması zorunludur.

Osmaniye ili yukarıdaki bölümlerde de değinildiği üzere pek çok sayıda tarihi, kültürel, coğrafi ve turistik varlıklara sahiptir. Turizm katma değeri açısından öncelikle değerlendirilmesi gereken varlıklar aşağıda sunulmaktadır.

6.3. Tarihi ve Kültürel Turizm Varlıkları

6.3.1. Müzeler ve Ören yerleri

Karatepe - Aslantaş Açık Hava Müzesi

Karatepe-Aslantaş, Osmaniye ili, Kadirli ilçesi sınırlarında M.Ö. 8 yy.da, yani Geç Hitit Çağında, kendisini Adana ovası hükümdarı olarak tanıtan Asativatas tarafından, kuzeydeki vahşi kavimlere karşı bir sınır kalesi olarak kurulmuş, Asativadaya diye adlandırılmıştır. Kalenin batısında, güney ovalardan Orta Anadolu yaylasına geçit veren bir kervan yolu, doğusunda Ceyhan Irmağı (tarihi Pyramos) bugün ise Aslantaş Baraj Gölü yer almaktadır.

Bugüne kadar bilinen Fenike ve Hiyeroglif (Lucva) yazı sistemlerindeki en uzun çift dilli metin birer kere her iki kapı binasında Fenike'ce 3. bir örneği de kutsal heykel üzerine işlenmiştir. Böylelikle, Fenike metninin okunabilmesi sayesinde, henüz tam anlamıyla çözümlenmemiş olan, Anadolu'da M.Ö. 2 bin yılının başlarına kadar giden hiyerogliflerin nihai çözümüne olanak sağlayan bir anahtar ele geçmiş oldu. İşte bu yüzdendir ki Karatepe-Aslantaş yazıtları Mısır hiyerogliflerinin okunmasını sağlayan ünlü Rosetta taşına benzetilmiş, uluslararası bir üne kavuşmuştur.

Bodrumkale-Kastabala Şehri

(Hierapolis) Osmaniye iline 15 kilometre uzaklıktaki Kesmeburun Köyü ve Bahçe Köyü sınırları içindedir. Osmaniye'den Cevdetiye, Kesmeburun üzerinden Karatepe-Aslantaş ören yerine ulaşan yolun doğusunda bulunan kalenin eteklerinden başlayarak kalıntıları çepeçevre birkaç kilometrekarelik alanı kaplayan Kastabala Ören Yerini ilk kez 1875 yılında İngiliz diplomat E.J. Davis ziyaret etmiş ve ayrıntılı olarak tanımlamıştır.

Kastabala'nın günümüze ulaşan antik yapı kalıntıları arasında en önemlisi sütunlu caddesi ve beş bin seyirci kapasiteli tiyatrosudur. Bunun yanı sıra iki kilise, kale, Roma hamamı, stadyumu, kentin dört bir yanını çevreleyen nekropolleri (Kaya oyma ve anıt mezarları) kentin yaklaşık 5 km kuzey - doğusunda Ceyhan Nehri üzerindeki su kemeri kalıntısıyla Kastabala, Osmaniye'nin ve yörenin en önemli ören yerlerindendir.

6.3.2. Kaleler

Karatepe - Aslantaş Geç Hitit Kalesi

Karatepe-Aslantaş; Osmaniye ili, Kadirli ilçesi sınırlarında M.Ö. 8. y.y.da, yani Geç Hitit Çağında, kendisini Adana ovası hükümdarı olarak tanıtan Asativatos tarafından, kuzeydeki vahşi kavimlere karşı bir sınır kalesi olarak kurulmuş, Asativadaya diye adlandırılmıştır. Kalenin batısında, güney ovalardan Orta Anadolu yaylasına geçit veren bir kervan yolu, doğusunda Ceyhan Irmağı (tarihi Pyramos) bugün ise Aslantaş baraj gölü yer almaktadır.

Toprakkale Kalesi

Toprakkale İlçesi sınırlarında olup, Osmaniye-Adana ve İskenderun yollarının kavşak noktasındadır. Osmaniye'ye 10 km. mesafede bulunmaktadır. Kale ilk çağlarda Çukurova'yı Suriye'ye bağlayan yolu kontrol altında tutmak için yapılmıştır. Ovaya hâkim kayalıklar üzerine yığılmış 75 metre yüksekliğindeki toprak tepe üzerinde konumlanmıştır.

Kaleyi M.Ö. 2000'li yıllara tarihlemek mümkündür. Kale daha sonra, Abbasi halifesi Harun Reşit zamanında siyah taşlarla yeniden yapılandırılmıştır. Dikdörtgen planlı kalenin 12 burcu ve bir dış avlu surları vardır. Osmanlıların Kınık Kalesi dedikleri Toprakkale bu adını yakın tarihte almıştır.

Bölgedeki Anavarza, Hemite, Bodrum, Çardak Kalelerinin görüş ve kontrol merkezi olması nedeniyle Ortaçağda Anavarza ile birlikte çok büyük önem kazanmıştır.

Hemite (Amuda) Kalesi

İsmini Osmaniye-Kadirli yolunun 20. km'sindeki Hemite (Gökçedam) Köyü'nden alan kale yüksekliği 70 metre olan Gökçedağ yükseltisinin üstünde yer alıyor. Ceyhan Nehri kenarında yer alan kale, verimli ovaya hakim bir noktada inşa edilmiştir. Toprakkale, Tumlu, Bahçe Köyü Kalesi, Kastabala ve Yılan Kalelerini görebilecek konuma sahiptir.

Bu nedenle Hemite Kalesi; Amanos Geçidi ve Kozan'dan Kadirli'ye giden stratejik kuzey-güney yolu ile Gökçedağ'ın yanından kuzeydoğuya Babaoğlan, Kum, Andırın, Geben ve Göksun'u bağlayan yolu da kontrol edebilen özel bir konuma sahiptir.

Hemite Köyündeki eski yerleşimin üzerine yapılmış olmasından, bereketli ve güvenli olan Amuda'da her dönem yerleşimin olduğu anlaşılmaktadır. Kilikya tarihinde önemli bir yere sahip olan "Amuda" 1146–1148 yıllarında II. Toros tarafından idari merkez olarak kullanılmıştır. Amuda Kalesinden 19. yy. seyyahları sıkça söz etmişlerdir. 1212'de Wilbrond Von Oldenburg'un "balık ve hurmanın bol olduğu bir Pazar" olarak bahsettiği yer, bugünkü Hemite'dir. Hemite Kalesiyle ilgili, ilk bilimsel araştırma 1976'da Hellenkemper tarafından yapılmış ve yayınlanmıştır.

Moloz taşla inşa edilmiş olan kalenin giriş yönü tam bilinmemekle birlikte kaleye çıkabilecek en uygun yer olarak

doğu yönü görünüyor. Kesin yapılış tarihi bilinmemekle beraber dış surları içerisinde bugün mevcut olmayan ancak kaynaklardan öğrenildiği üzere Roma'dan kalma tiyatro, tapınak ve hamam bulunmamakta ve kalenin yaklaşık 600 metre güney doğusunda bulunan küçük gölün kenarında kayaya oyulmuş Hitit kabartmalarına benzer özellikteki kaya kabartmaları da kalenin önemini artırmaktadır.

Harun Reşit Kalesi

Osmaniye'nin Düziçi İlçesi, Kurtlar Köyü, Dumanlı Yaylasındadır. Eski Maraş yolu üzerinde stratejik bir noktada 785/786 yılında yaptırılmıştır. Abbasi yazıtlarında da adı geçen köyün 3 km. kuzey doğusundadır. Nurdağları (Gabal Lukkam) üzerinde yayılmış Arap kalelerinin stratejik bir noktası olarak tasarlandığı görülmektedir.

Kaypak (Savranda) Kalesi

Osmaniye'nin doğusunda, Kaypak yolu üzerinde 30 km'lik asfalt yol ile bağlıdır. Kalecik Barajının yanında yer almaktadır. Kalenin çevresi 800 metredir. Dikdörtgen biçiminde olup surları 7-10 metre, burçları ise 8-10 metre yüksekliktedir. 12 burcu ve kulesi vardır. Kale içerisindeki düzlük çam ağaçları ile kaplıdır. Kale meydanında su sarnıçları, bina kalıntıları vardır.

Çardak Kalesi

Osmaniye'nin, Çardak Köyü yakınında, yaklaşık 200 metre yükseklikteki tepe üzerindedir. Bölgedeki kervan ticaretini korumak amacıyla yapılmış askeri bir kaledir. Osmaniye'ye 6 km'lik uzaklıktadır. Çardak köyünden yaya olarak gidilebilir. Kale, dikdörtgen biçiminde ve 10 burçludur. Romalılardan kalma bir kaledir.

Aşılı Kalesi

Kadirli ilçesi, Yoğunoluk Köyü, Günece Mahallesi, Harnıplı mevkiindedir. Kaleye ana yoldan sonra 3 km'lik stabilize yol ile ulaşılmaktadır. Dik kayalık üzerine kurulan kaleye ulaşmak zordur. Kuzey yönü çıkışa en uygun alandır. Bu taraftan çıkıldığında karşınıza kalenin giriş kapısı olabilecek yer gelir. Her iki tarafı burçla desteklenmiştir.

Kale dört farklı kotta birbirinden bağımsız bölümler halinde inşa edilmiştir. Girişin olduğu 1. platform da tek odalı kemerli penceresi bulunan gözetleme kulesi ve giriş yapıları mevcuttur.

Çem Kalesi

Çem Kalesi olarak bilinen kale ovaya hâkim yüksek bir kayalığın üstündedir. Tepenin batı ve doğu yönleri çok dik ve ulaşılması mümkün olmayacak şekilde sarptır. Kaleye giriş kuzeybatı yönündeki burcun solundaki üstü kemerli kapıdan sağlanmaktadır. Giriş kapsının

sol tarafında taşa oyularak yapılmış ve oldukça yıpranmış bir kitabe görülmektedir. Giriş kapısının sağ yanında taşa oyularak yapılmış daire içinde haç motifi bulunmaktadır.

Kemerli giriş kapısının üst kısmında kemer duvarlarının içine oturtulmuş yüksek kabartma karşılıklı birbirine bakan 2 aslan figürü dikkat çekmektedir. Kalenin girişini kontrol altına almak amacıyla kapının üst tarafında bir pencere açılmıştır. Üst yapısı moloz taşlardan oluşturulmuş pencere açıklığının sol yanında daire içinde haç motifi yer almaktadır. Pencerenin sağ alt kısmında ters şekilde duran kitabe ve bu kitabenin üstünde yer alan mimari bir parçanın devşirme olarak kullanıldığı muhakkaktır. Giriş kapısının üzerindeki bu bölümde kullanılan bu malzemeler dikkate alınırsa söz konusu pencere açıklığının daha sonradan yapıldığı söylenebilir. Giriş kapınsın sağ yanında yer alan burcun dış yüzeyinde giriş yönünde bulunan kabartma şeklinde yapılmış aslan figürü vardır.

Bahçe Kalesi

Bahçe ilçesindeki tepelik alanda yer alır. Dört duvardan ibarettir. Osmaniye-Gaziantep-Kahramanmaraş yolu bu ilçeden geçer. Yapı malzemesi ve işçiliğine göre iki dönem görülmektedir. Roma ve Ortaçağ dönemlerinde kullanılmıştır. Şimdiki yol gibi eski yolu da kontrol eder konumdadır. Ancak bu kalenin gördüğü orta büyüklükte bir kale yapısı olmalıdır. Kurtlar Kalesi üzerinden Harun Reşit Kalesi ile bağlantısı vardır.

Babaoğlan Kalesi

Osmaniye'ye 20 km mesafedeki, Kazmaca Köyünün, Babaoğlan mahallesindedir. Osmaniye, Kadirli yolu, Kastabala Ören yerinden 3 km. sonra, Babaoğlan Mahallesine (Köyü) ana koldan sola dönülerek, köyün 2 km kuzeyinde bulunan kaleye toprak yoldan ulaşılır. Yapısal olarak orta çağ kalesidir.

Gebeli (Kötü) Kalesi

Osmaniye'nin doğusunda Gökbekirler mevkiinde Gebeli mahallesinin hemen üstünde yer almaktadır. Büyük ölçüde tahrip olmuş hemen hemen hiçbir mimari kalıntısı sağlam olarak görülmeyen kalenin sadece güney sur duvarından bir bölüm ayaktadır. Roma, Bizans ve Osmanlı dönemine ait olan yüzey buluntuları görülmektedir.

Etrafta görülen ana kayaya oyulmuş pitos'u (topraktan saklama kabı) andıran boşluklar vardır. Bunları su, yağ, şarap gibi sıvı ve gıdalarını saklamak için kullandıkları bilinmektedir. Gebeli Kale (Kötü Kale) çevresi aynı zamanda Roma dönemine ait Kaya mezarları, Roma hamam kalıntısı ve şu an tanımlanamayan yapı kalıntıları ve depo olarak kullanılan mağaralar bulunmaktadır.

Esenli Kalesi

Bağdaş belinin 4 km. güneyindedir. Yolun Güney - Doğu Bölümlerini kontrol eder durumdadır. Onarım ve ilaveler yapılmıştır. Ulaşılması zor olduğundan diğer kalelere nazaran daha sağlam durumdadır. Orta çağ kalesidir.

Domuztepe Kalesi

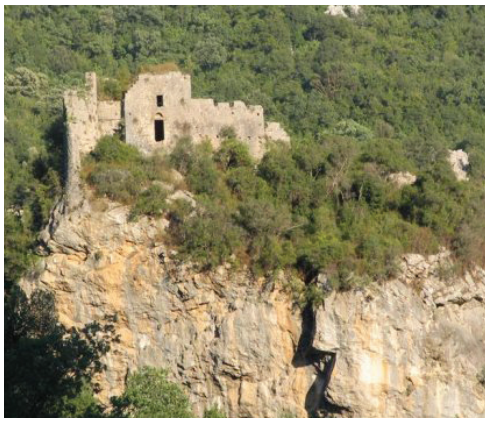
İl merkezine 33 km mesafede, Karatepe-Aslantaş Açık Hava Müzesinin karşısında, Aslantaş Baraj gölü içerisinde küçük bir ada üzerinde bulunmaktadır. Burada Demir Çağı kalesine ait M.Ö. 9. yüzyıldan kalma iki kapı aslanı, çifte boğalı bir heykel kaidesi, M.Ö. 9. ve 8. yüzyıla ait kabartmalar bulunmuştur. Domuztepe'de İstanbul Üniversitesi ekiplerince yapılan kazı ve araştırmalar (1947-1952, 1983-2002) bu ören yerinin Karatepe-Aslantaş' tan çok daha uzun bir yerleşim tarihi olduğunu gösterdi. Günümüzde baraj suyu altında kalan güney ve batı yamacında Neolitik'ten başlayarak Tunç ve Demir Çağları boyunca bir dizi yerleşme ortaya çıkarılmıştır.

Tepenin kendisi Demir Çağı döneminde yerleşme görmüş ve kale duvarları ile çevrilmişti. Bunu Helenistik ve Roma Çağına ait kalıntılar izliyordu. Son Roma Çağına ait bir tarım tesisi, villa rustica, tepenin doğusundaki terasta yer alıyordu. Buluntularından anlaşıldığına göre bu tesis M.S. 4. y.y. sonu - 5 y.y. başı ile M.S. 6. y.y. ilk yarısına ait olup 6.y.y.'ın ikinci çeyreğinde terk edilmiş olmalıydı. Taraçanın doğu dibinden fışkıran kaynaklardan pişmiş toprak pöhrenklerle tarım tesisine su getirilmişti. Tepenin 1 km. güneydoğusunda 20x30 m. boyutunda Son Roma-İlk Hıristiyanlık Çağına ait bir bazilika bulunmuştur.

Değirmendere Kalesi

Yoğunoluk-Maksutoğlu yaylasından 4 km içerideki Değirmendere köyünün kuzey yöndeki yamacının düzlük oluşturan yerindedir. Ulaşım asfalt yolla sağlanmaktadır. 200 m yakınına kadar araba ile gidilebilir. Daha sonra çok rahat yürüyüş yolu ile önce kilisenin yanından geçilerek garnizon kulesi diyebileceğimiz yapıya varılır.

Heçkeren Kalesi



Kadirli'den 12 km kuzeyde yeni yapılan barajın kenarındadır. Ada şeklindeki kaya üzerine yapılmış olan kaleye tek giriş vardır. Buradan da kaleye geçiş ahşap köprü ile yapılıyor olmalıdır. Tamamına yakın kısmı ayakta olan kale ortaçağ dönemine aittir.

Karafrenk Kalesi

Hasanbeyli ilçesinden doğuya doğru 7 km. toprak yoldan gidilerek araçla yanına ulaşılır. Bu gözetleme kulesi (kale) buradan geçişleri engellemek için önemli noktadadır. Kara Frenk kalesi dört köşesinde köşe kuleleri olan basit bir yapıdır. Kulelerin yüksekliği 5 m'dir. Kuzeybatıdaki kule en büyük olanıdır.

Kalkan Kalesi

Sumbas ilçesinin Esenli-Bağdaş yolunun 15 km. Güney doğu yönünde asfalt yoldan 4,5 km içeride kayalıktadır. Kalenin aşağısında Roma ve Bizans dönemlerine ait mimari ve yapı kalıntıları görülmektedir. Roma dönemine ait kuyu, sütun parçaları ve yapı malzemeleri etrafa dağılmış durumdadır. Kalkan Kalesi aşağıdan görülemeyen çıkılması zor bir kayalığın üzerine yapılmıştır.

Kum Kalesi

Kumkale Haçlılar kalesi, Karatepe-Aslantaş'ın 2 km. kuzeyinde, Ceyhan ırmağı sahilinden 200 m. uzaklıktaki kayalık bir taraçanın üzerinde kurulmuştu. Kale, güney ovalardan orta Anadolu'ya giden Akyol denen kervan yolu ve doğu - batı yönündeki diğer bir yolun kesiştiği yerdedir.

Kumkale üç katlı yüksek bir donjon ve batı tarafına yerleştirilmiş köşeleri yuvarlak kulelerle donanmış dikdörtgen bir avludan oluşur. 1978 yılında İstanbul Üniversite'sinden bir ekiple burada kurtarma kazısı yapılmış, M.S. 11. ve 12. yüzyıllara, en son 13. yüzyıla ait çanak çömlek parçaları bulunmuştur. Baraj suyu altında kalmaması için kalenin uygun bir yere taşınması olanakları Üniversiteler ve Bakanlıklar arası bir komisyon tarafından araştırılmıştır. Ancak taş kaplı duvarların içi moloz taşlarıyla doldurulmuş olduğundan, kalenin böyle bir nakilde özelliğini kaybedeceği için buna olanak bulunamamıştır. Bu nedenle kaleyi kurtarmak mümkün olmamıştır. Ancak baraj suyunun çok alçaldığı nadir zamanlarda kalenin dendaneleri görülebilir.

Kurt Kalesi

Harun Reşit Kalesinin güneyinde kuş uçumu 4 km. mesafede, Bahçe ilçesi yolu üzerindedir. Haruniye' den 2,5 km. güneyde Hacılar Mahallesi Top yeri Tepesinin güneye doğru üçüncü tepesi üzerindedir. Aşağıdan görmek imkânsızdır. 6x6 metre boyutlarındadır. Ancak gözetleme kulesi olabilir. Sadece temelleri kalmıştır. Yüzeydeki seramik parçacıkları ve taş temeller dışında bilgi verecek buluntu yoktur. Harun Reşit Kalesini görmekte ve Bahçe Kalesine geçit veren yolu kontrol etmektedir.

Mitisin Kalesi

Mitisin Kalesi Nur dağlarının içerilerinde ulaşılması güç bir yerdedir. Osmaniye Zorkun yaylası yolundan gidilir. Zorkun'dan 3 km. kuzeydoğu'daki Mitisin Yaylasındadır. Orijinal adı bilinmeyen orta çağa ait gözetleme kulesinin

yanında Mitisin yaylası bulunmakta olup bu yaylanın adı ile anılmaktadır. Gözetleme kulesinin alanı ve duvar işçiliği diğer ortaçağ gözetleme kuleleri ile aynı özelliktedir.

Kürek Kalesi

Toprakkale İlçesi, Tüysüz Beldesi, Lale Gölü Köyü sınırları içerisinde Gök Osman mevkisindedir. Kemer seviyesine kadar tavanları yıkılmış yapının içerisi molozla dolmuştur. Ana kaya düzleştirilerek elde edilen alana inşa edilmiştir. Yapım malzemesi olarak kesmetaş ve tuğla kullanılmıştır.

6.3.3. Camiler

Kadirli Alacami

Kadirli merkezinde bulunan cami, Roma, Bizans ve Türk medeniyetlerini bir arada yaşatan bir özelliğe sahiptir. M.S. 2. asrın başlarında Romalılar tarafından bir manastır olarak yapılmıştır. Akabinde 5. asrın başlarında bir kilise ilave edilmiştir. Dulkadiroğlu Alaüddevle Bozkurt Bey'in oğlu Sarı Kaplan namıyla anılan Kasım Bey, bu kiliseyi babası adına camiye çevirerek buraya "Alaüddevle Mescidi" adını vermiştir.

Caminin üzerini de kurşunla kaplamıştır. (1480–1490) 1865'ten 1921'e kadar aralıksız cami ve medrese olarak hizmet vermiştir. Yapının içindeki odalarda ise köyden gelen öğrenciler yatılı olarak kalmışlardır.1563 yılında tutulan Kars-zül Kadiriye Sancak defterinde Ala Cami civarındaki mahalle "Ala Mescit Mahallesi" olarak geçmektedir.

Ağcabey Cami

Bahçe ilçe merkezi Atatürk Meydanında bulunan caminin kitabesine göre Ağcabey isimli kişi tarafından 1809'da yapılmıştır. Diğer taraftan bugün yarı ahşap olan caminin kargir kısımlarının Dulkadiroğullarından Alaü'd Devle zamanında (1489-1490) yapılmış olduğu ileri sürülmektedir. Gerçekten de bugünkü caminin gösterişli minaresi, eserin, daha eski bir tarihe ait olduğunu göstermektedir.

Bahçe ilçesi dışında ve istasyon yakınında bir mezarlık içindeki iki türbeden biri Ağcabey'e, diğeri ise ailesine aittir. Türbelerin her ikisi de kare planda etrafı açık ve üzeri kubbelidir.

Envar-ül Hamit Camii

Cami 4000 metrekare alan üzerine kurulmuştur ve 1890 yılında Hacı Hüseyin Efendi ve Hacı Bicik Efendi tarafından yaptırılmıştır. 3000 kişi kapasiteli olup, taş duvar, çatı betondan oluşmaktadır. Camii alanı içerisinde müftülük misafirhanesi ve toplantı salonu, şadırvan, su kuyusu, tuvalet, şehitlik ve tek şerefeli minare vardır. 1930 yılında restorasyon çalışması yapılmıştır.

6.4. Termal Turizm Varlıkları

Haruniye Kaplıcaları:

Haruniye Kaplıcası, Osmaniye ili, Düziçi ilçesinin 15 km kuzeyinde, Kuşçu Köyü sınırları içinde Düldül Dağı eteklerinde yer almaktadır. Kaplıca alanı, Osmaniye il merkezine 57 km., Adana iline 143 km. uzaklıktadır. Kaplıca alanı denizden 620 metre yüksekliktedir.

Kaynak, doğal çıkışlıdır. Kalsiyum, magnezyum, sülfür, sülfat, bikarbonatlı termal sular, aynı zamanda 4 mg/lt florür, 332 mg/lt karbondioksit içermekte olup radyoaktif özelliğe sahiptir. 25 lt/sn akım değerine 3.542 banyo/ kişi / gün ve 524 yatak kapasitesine sahiptir. Termal suyun artışı ve korunması için özel bir teknikle kaptaj ve sondaj gereği vardır.

Kaplıcanın suları tedavi amaçlı kullanıldığında; eklem kireçlenmesi, kas-eklem ağrısı, kronik bel ağrısı, inme, sinir ağrılarına iyi gelmekte, ortopedik ameliyat ve kırıklar sonrası rehabilitasyona yararlı olmaktadır. Ayrıca kaplıca suyu içme olarak kullanıldığında; mide ve ince bağırsak çalışma rahatsızlıkları, kronik ve tekrarlayan ülserler, şeker hastalığı, gut hastalığı, böbrek ve idrar yolu taşlarının önlenmesi, taş kırma ve taş ameliyatları sonrası, kronik idrar yolları iltihapları rahatsızlıklarına iyi gelmektedir. Bunun yanında suyun içeriğinde bulunan kalsiyum nedeniyle kalsiyum yetersizliğine bağlı olarak ortaya çıkan kemik hastalıkları, kemik erimesi, kemik ve dişlerin gelişmesi ve sağlamlığında, kalp kası ve çizgili kasların yeterli çalışmasında kalsiyum desteği sağlayarak etkili olabileceği, inceleme raporlarında belirtilmiştir.

Kokar Kaplıcaları:

Osmaniye ili Kadirli ilçesinin Koçlu (Avluk) Köyü sınırları içerisinde bulunan Kokar Kaplıcaları ilçe merkezine 15 km. uzaklıktadır.

Kaplıcanın çevresindeki kalıntılar, kaplıcadan Roma ve Bizans dönemlerinde de yararlanıldığına işaret etmektedir. Bizans döneminde kaplıcaya 5 km. uzaklıktaki Ağınağat mevkiinden buraya içme suyu getirildiği kalıntılardan anlaşılmaktadır.

Kaplıcanın suyu mide, bağırsak, böbrek ve cilt hastalıklarının tedavisinde kullanılmaktadır. Aynı zamanda kaplıcanın çevresi çam ağaçları ile kaplı olup, yörenin mesire yerlerindendir.

6.5. Doğal Turizm Varlıkları

İl topraklarının yüzde 42'lik kısmının ormanlarla kaplı olması, son yıllarda doğa sporlarına ilgiyi artırmıştır. Doğal güzelliklerin tanıtımını yapmak, çevre ve doğanın yaşayarak korunmasını sağlamak üzere, doğa ve çevre dernekleri il ve ulusal düzeyde, kamp konaklamalı ve hafta sonları günübirlik doğa yürüyüşleri organize etmektedirler.

6.5.1. Doğal Alanlar ve Parklar

Karatepe-Aslantaş Milli Parkı:

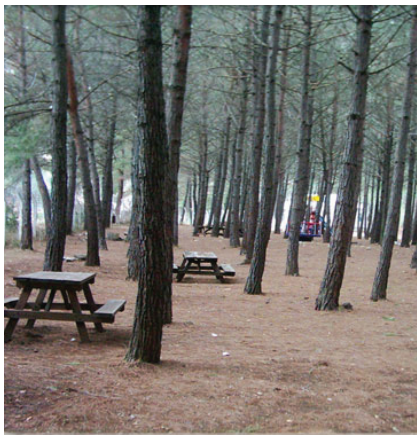
1958 yılında 7.892 hektarlık alanda kurulmuş Kadirli ilçesi Kızyusuflu köyü sınırları içindeki Milli Park, Aslantaş Baraj gölü-Karatepe Açık Hava Müzesi ve Kayıkhane Tesisleri ile iç içedir. Türkiye'nin ve Çukurova'nın en büyük Milli Parklarındandır. Tarih, Baraj Gölü ve Bitki Örtüsü ile güzel bir piknik alanıdır. Osmaniye İl Merkezine 30 km, Kadirli ilçe merkezine 20 km. mesafededir. İçerisinde barındırdığı açık hava müzesi, su sporları merkezi, yaban hayatı ve Aslantaş Baraj gölü ile önemli bir turistik cazibe merkezidir. Kurulan milli park sayesinde, nesilleri yok olmaya yüz tutan bazı hayvan (turaç kuşu-karaca) ve ağaç türleri de (bodur meşe-Halep çamı) yok olmaktan kurtarılmıştır. Ulaşımı asfalt yol ile sağlanıp, piknik yapıp kamp kurmaya elverişlidir.

Şarlak Şelalesi:

Doğal sit alanı olan Şarlak şelalesi Kadirli – Sumbas ilçeleri sınırında Kadirliye 25 km. mesafede Kesiksuyu Çayı üzerinde bulunan şelale, Manavgat Şelalesinin minyatürü gibidir. Koruma altına alınmış bulunan şelale görüntü güzelliği olan ve piknik yapmaya elverişli bir alandır. Ancak ihtiyaca cevap verecek tesisler yoktur.

Karaçay Şelalesi:

Şehir merkezine 7 km mesafede bulunan, Karaçay şelalesi, Akdeniz'e özgü tüm bitkileri içerisinde bulunduran ve 3 km'lik yeşil bir vadi sonunda 25 metre mesafeden aşağıya akmaktadır. Karaçay Şelalesine ulaşım belli bir mesafe arabayla gidildikten sonra (şehirden arabayla 4 km.), ancak 3 km patika yolla ulaşılabilen bakir bir doğa harikasıdır. Hafta içi veya hafta sonu her zaman piknik yapan insanların bulunduğu, Çukurova'ya has doğal bitkilerin yetiştiği bir mekan aynı zamanda günübirlik mesire ve trekking alanıdır. İhtiyaca cevap veren küçük çaplı lokantalar bulunmaktadır. Ulaşımı, minibüs ve taksilerle yapılmaktadır.



Çiftmazı Mesire Alanı:

Zorkun Yaylası yolu üzerinde, Osmaniye'ye 8 km uzaklıkta, orman içi dinlenme ve mesire yeridir. İhtiyaca cevap verecek durumda kafeterya ve lokantası mevcuttur. Çiftmazı mesire yerine ulaşım, taksi ve minibüslerle sağlanmaktadır.

Kalecik Barajı:

Osmaniye merkezinin 30 km doğusunda bulunan Kalecik Barajı ve çevresi, ormanla kaplı, tabiatın bütün güzelliğinin sergilendiği bir piknik alanıdır. Ulaşımı çok rahat bir şekilde sağlanmaktadır. Hasanbeyli ilçesine ve Kaypak köyüne yolcu taşımacılığı yapan minibüslerle gidilebilir.

Yarpuz Yaylası, Suyun Gözü: Osmaniye merkezine 34 km mesafede Yarpuz (Cebel) köyünde bulunan suyun gözü, Yarpuz deresinin doğduğu yerdir. Orman içerisinde bulunan alan kamp ve piknik yapmaya elverişlidir.

Kırmıtlı Kuş Cenneti

Doğa Derneği ve Osmaniye-Kırmıtlı Belediyesi tarafından yürütülen çalışmalar ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile Osmaniye-Kırmıtlı'da 25 Mart 2007 tarihinde açılmıştır. Kırmıtlı Kuş cennetinin en önemli özelliği; yalıçapkını, İzmir yalıçapkını ve alaca yalıçapkınının Türkiye'de bir arada rahatlıkla gözlemlenebildiği tek yer olmasıdır.

Osmaniye Kastabala Vadisi Doğa Alanı'nda bulunan Kırmıtlı Kuş Cenneti; kuşların göç yolu üzerinde olmasından dolayı göçmen kuşlar için de önemli konaklama yerlerinden biridir. Alan, aralarında nesli tehlike altında olan küçük akbalıkçıl, sığır balıkçılı, küçük balaban, mahmuzlu kız kuşu gibi kuşların da bulunduğu 100'ün üzerinde kuş türüne yıl boyunca farklı zamanlarda ev sahipliği yapmaktadır.

6.5.2. Yaylalar

Zorkun-Olukbaşı-Ürün Yaylaları

Zorkun Yaylası

Osmaniye'nin güneydoğusunda, Nurdağı eteğinde bulunan bu yaylalar, Zorkun yaylası yolu üzerine kurulmuş olup, toplam 26 km asfalt yolla ulaşılır. Yolun l2. km'sinde bulunan Ürün yaylasının ulaşımı kolaydır. Sayfiye yeri olarak da kullanılan Olukbaşı yaylasından Osmaniye'yi seyretmek mümkündür. 16. km' de bulunan Olukbaşı yaylası, çok şirin, çam ağaçları arasında, tamamen ahşap yayla evleri ile kurulmuştur.

Zorkun Yaylası ise çok geniş bir tabana yayılmıştır. Çam ve ardıç ağaçları içerisine kurulmuş olan yaylada, ahşap yayla evlerinin yanında çok değişik mimari tarzda yapılmış villalar ve diğer evlere rastlamak mümkündür. Halkın yoğun olarak rağbet ettiği yaylada; bakkallar, kır kahve ve lokantaları, kasap, manav, fırın bulunmakta olup, yaz aylarında seyyar sağlık ocağı ile jandarma karakolu görev yapmaktadır. Yayla mevsiminde, Zorkun ve yakın yaylalarla birlikte bölgenin nüfusu 50.000 civarında olmaktadır.

Sumbas-Bağdaş Yaylası

Sumbas ilçesinde, orman içinden geçen güzel manzaralı 57 km stabilize yolla ulaşılan Bağdaş Yaylası, iki tepe arasında kurulmuştur. Yaylanın çevresi çam, ardıç, köknar ve sedir ormanları ile kaplıdır. Elektrik, kır kahveleri ve bakkalların bulunduğu yaylada, yörenin yayla mimarisine uygun ahşap ve taş malzemeden yapılmış yayla evleri bulunmaktadır. Yaylada kamp kurup piknik yapılabilir.

Kadirli-Maksutoğlu Yaylası

Kadirli-Andırın-Kahramanmaraş karayolunun 12 km' sinden kuzeye (sola) dönülerek (Akarca yaylası) 33 km stabilize yolla ulaşılır. (Toplam 45 km) Yaz aylarında günün belli saatlerinde Kadirli'den minibüs, midibas ve jeeplerle gidilebilir. Akarca yaylasından sonra güzel manzaralı 33 km'lik berkitme yol üzerinde; Akarca yaylası, Koçlu (Avluk) köyü, Paşaoğlu yaylası, Yoğunoluk (Katıralağı) köyü, Değirmendere ve Tahta gibi yayla köyleri de bulunmaktadır. Altyapısı kısmen tamamlanmış olan yaylada; elektrik ve telefon olup, kır kahveleri, bakkallar, kasaplar, et yemekleri sunan küçük lokantalar ve özel doktorlar hizmet vermektedir.

Yöre halkının temiz ve serin havasından yararlanmak için çıktığı yaylanın çevresi tamamen sedir ve köknar ormanları ile çevrilidir. Yaylada yöresel ahşap yayla evleri ile son yıllarda yapılan betonarme binalar, elma, armut, kiraz, vişne ve ardıç türü ağaçlarla iç içedir. Maksutoğlu yaylasından başlayıp Çardak- Gürlevik-Turna-Söğütoluğu-Dokurcun Beyoluğu Çığşar yaylalarından geçerek Savrun çayının doğduğu Yedigözler mevkiini de içine alan, ünlü yazar Yaşar Kemal'in İnce Memed romanına konu olan bu yaylalar doğa ile baş başa, çok sayıda çiçek, böcek ve kuş türünü inceleyerek yayla (trekking) iki günde gezilebilir. Kamp kurup, piknik yapılabilir. Yaylada tatil geçirmek isteyenler, önceden ev kiralamalı veya çadırlı kamp kurmalıdır.

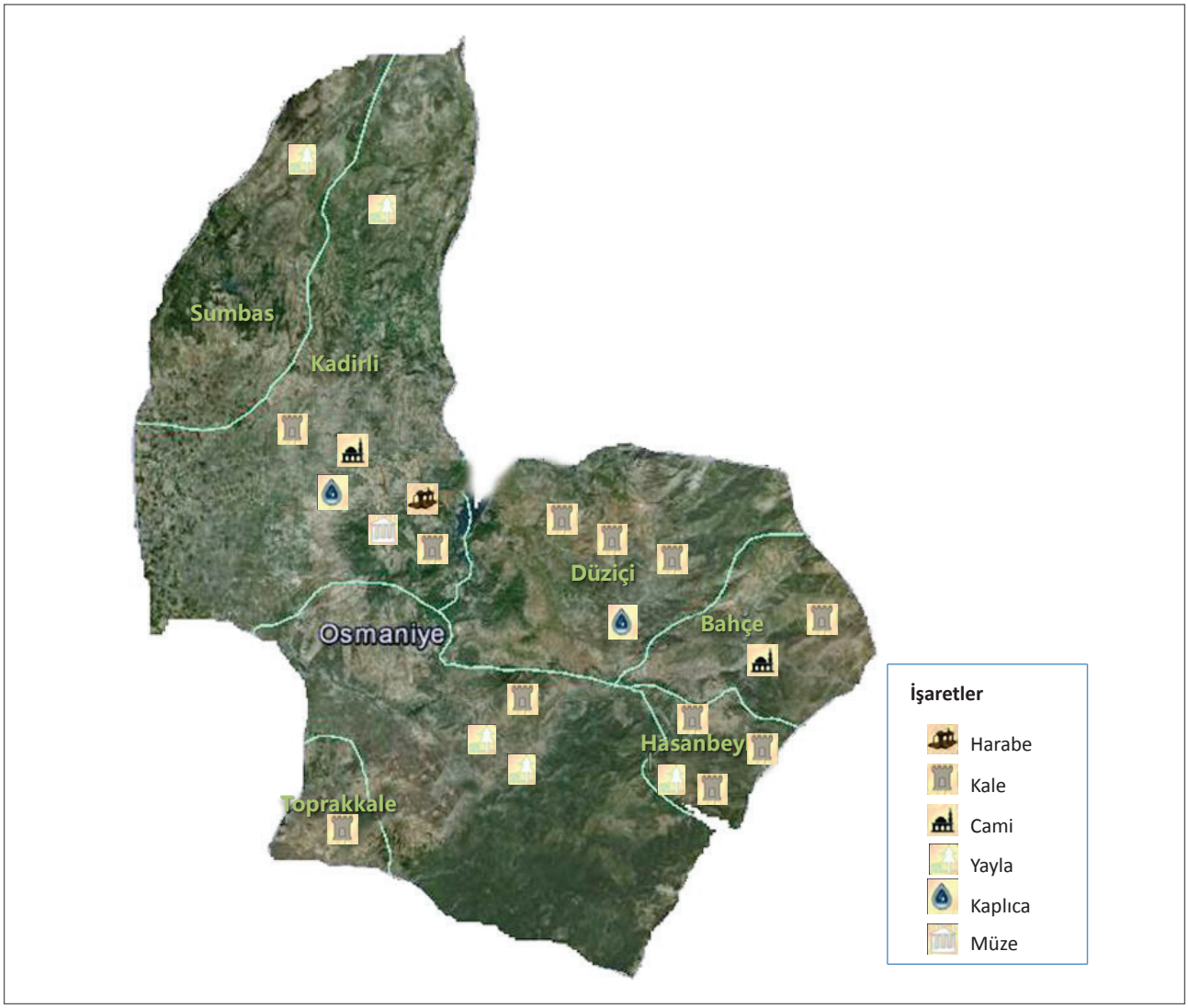
Kadirli- Beyoğlu-Savrungözü-Dokurcun ve Çığşar Yaylaları

Toros dağlarının kuzeydoğu uzantısı olan Dibek Dağlarının eteklerinde bulunan ve 65 km stabilize yolla ulaşılan yaylalar, tamamen ardıç, köknar, sedir ağaçları, vahşi kayalıklar, yüksek dağ çayırları ile rengârenk kır çiçeklerinin açtığı doğa mozaiğidir. Kayalıklarında yırtıcı kuşların (kartal şahin, doğan) uçuştuğu, ünlü yazar Yaşar Kemal'in roman kahramanı İnce Memed'e hem sığınak hem de mezar olan bu yaylalarda gök mavisi çiçek açan çakırdikenlerini görerek fotoğraflarını çekebilirsiniz. Savrun çayı kıyısında kurulan yaylalarda elma, armut, kiraz, vişne ve dut meyvelerinin en lezzetlileri yetişmektedir. Yaylalarda, billur gibi temiz soğuk suların aktığı pınar başlarında kamp kurarak, Çığşar yaylasında bulunan Deli Öbek ve Harmankaya denilen kütle kayalara tırmanabilir, yırtıcı kuşlara arkadaşlık edebilirsiniz. Bu yaylalara yaz aylarında minibüs ve jeeple gidilebilir.

Hasanbeyli-Almanpınarı Yaylası

Hasanbeyli ilçesine 4 km uzaklıkta bulunan yaylaya, asfalt yolla ulaşılmaktadır. Bu bölgenin en eski yaylalarından olan Alman Pınarı, bağlar ve bahçeler arasında kurulmuştur. Kır kahve ve lokantaları ile bakkal ve fırınların hizmet verdiği yaylada kamp kurarak piknik yapılabilir.

Harita 2: Osmaniye İli Turizm Varlıkları



6.6. Turistik Potansiyel Taşıyan Üretim ve Etkinlikler

6.6.1. El Sanatları ve Hediyelik Eşya

Karatepe Kilimleri

Dünyaca ünlü kilimlerin dokunduğu Karatepe-Kızyusuflu köyü Kadirli'ye 20 km. uzaklıktadır. Doğal boya atölyesi, dört boya fırını, 25 yataklı sosyal tesisi bulunan kooperatifte kilimler tamamen doğal yün ve doğal kök boyadan, Anadolu Türk obalarının yüzyıllardır dokuduğu özgün motif ve renkler esas alınarak dokunmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışında birçok şehirde sergilenen kilimler büyük ilgi görmektedir. Kök boya ile boyanan yünlerden yapılan Karatepe kilimleri, dünyaca ünlü olup yurt dışına ihraç edilmektedir.

Seramik

Ham maddesi Toprakkale ilçesine bağlı Tüysüz köyü civarındaki volkanik cüruflardan (leçe taşı) elde edilerek, Osmaniye Korkut Ata Üniversite'nde üretilen çeşitli seramik ürünleri, dayanıklılıkları ve motifleriyle Osmaniye'nin simgelerinden biri olma yolundadır.

TURP FESTİVALİ

YERİ VE TARİHİ: Kadirli - 09 Ocak

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Kadirli Belediye Başkanlığı

TEL : (328) 718 10 39 – 718 21 04

KARACAOĞLAN ŞENLİKLERİ

YERİ VE TARİHİ: Düziçi - 27 Mart

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Düziçi Belediye Başkanlığı

TEL : (328) 876 13 99

EKMEK ÖDÜLLÜ ŞİİR YARIŞMASI

YERİ VE TARİHİ: Merkez – Nisan 4.Haftası

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Topluma Yeni Bakış Gazetesi

TEL : (328) 812 66 30

TEK KURŞUNDA TRAP ATICILIĞI MÜSABAKASI

YERİ VE TARİHİ: Merkez – Mayıs

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Avcılar ve Atıcılar Spor Kulübü

TEL : (328) 812 06 72

KİRAZ ŞENLİĞİ

YERİ VE TARİHİ: Hasan beyli – 08 Haziran

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Hasanbeyli Belediye Başkanlığı

TEL : (328) 664 80 20

KARAOĞLANOĞLU KOŞUSU

YERİ VE TARİHİ: Merkez - 20 Temmuz

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Osmaniye Valiliği - Garnizon Komutanlığı

TEL : (328) 814 10 31

ZORKUN YAYLA ŞENLİKLERİ

YERİ VE TARİHİ: Zorkun - 12 Ağustos

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Osmaniye Belediye Başkanlığı

TEL : (328) 814 12 26 FAKS: 814 11 35

AŞIK FEYMANİ ŞENLİKLERİ

YERİ VE TARİHİ: Merkez - Eylül 2.Haftası

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Osmaniye Folklor Araştırma Derneği

TEL : (328) 812 66 10

FISTIK FESTİVALİ

YERİ VE TARİHİ: Merkez - Eylül 4.Haftası

DÜZENLEYEN KURULUŞ: Osmaniye Belediye Başkanlığı

TEL : (328) 813 56 34 FAKS: 813 56 34

Turizm varlıklarının en büyük yoğunlaşması kültür turizmi alanında ortaya çıkmaktadır. Osmaniye pek çok değişik medeniyetin tarihi mirasından izler taşıyan bir yöredir ve özellikle ticaret yollarının ve sınır boylarının korunması amacıyla askeri yapıların ve kalelerin inşa edildiği bir bölgedir.

Tablo 10: Osmaniye İlindeki Kale Yapıları ve Turistik Potansiyelleri

Turizm Varlığı	Türü	Potansiyel	Turizm Talebi
Karatepe Aslantaş Müzesi	Kültür Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Kastabala Antik Kenti	Kültür Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Karatepe Aslantaş Müzesi	Kültür Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Toprakkale (Kınık) Kalesi	Kültür Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Hemite Kalesi	Kültür Turizmi	-	İç ve Dış Turizm
Harun Reşit Kalesi	Kültür Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Savranda Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Çardak Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Aşılı Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Çem Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Bahçe Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Babaoğlan Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Gebeli Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Esenli Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Domuztepe Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Değirmendere Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Heçkeren Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Karafrenk Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Kalkan Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Kum Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Kurt Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Mitisin Kalesi	Kültür Turizmi	-	-
Kürek Kalesi	Kültür Turizmi	-	-

Her ne kadar Osmaniye ili kaleler şehri olarak anılsa da, en büyük problem bu varlıkların ekonomiye kazandırılma derecelerinin çok sınırlı düzeyde olmasıdır. Her şeyden önce bu tarihi yapılar bölgedeki stratejik geçiş güzergâhlarının kontrol edilmesi ve gözetlenmesi amacıyla çeşitli dönemlerde inşa edilmiş olan küçük ölçekli askeri yapılardan oluşmuştur. Birçoğu genellikle bir kaç burç ihtiva etmektedir. İlaveten mevcut yapıların pek çoğu metruk durumda veya ağır hasarlı bir haldedir. Bu itibarla ancak sınırlı sayıda kale yapısının turizm endüstrisi açısından bir kıymet ifade ettiği görülmektedir (Tablo 11).

Turizm varlıklarının en büyük yoğunlaşması kültür turizmi alanında ortaya çıkmaktadır. Tarihi ve kültürel varlıklar açısından en büyük problem, genel olarak bunların ekonomiye kazandırılma derecelerinin çok sınırlı düzeyde olmasıdır.

İkinci önemli yoğunlaşmanın doğal turizm varlıklarında konumlandığı görülmektedir. İl, doğal turizm kaynakları açısından zengin bir coğrafyaya sahiptir ancak bu varlıkların aynen diğer turizm varlıklarına benzer şekilde yeterince geliştirilmedikleri görülmektedir. Yaylalar, milli parklar, göl ve şelalelerden oluşan doğa turizmi varlıkları genellikle iç turizm talebine yöneliktir. Altyapı, tesis ve ulaşım gibi unsurları geliştirilmesi gereken bu varlıkların turizm endüstrisine kazandırılabilmeleri için öncelikle canlı bir iç turizm talebinin oluşturulması zorunludur (Tablo 12).

İkinci önemli yoğunlaşma doğal turizm varlıklarıdır. Osmaniye doğal turizm kaynakları açısından zengin bir coğrafyaya sahiptir ancak bu varlıkların aynen diğer turizm varlıklarına benzer şekilde yeterince geliştirilmedikleri görülmektedir.

Tablo 11: Doğa turizmi varlıkları ve turistik potansiyelleri

Turizm Varlığı	Türü	Potansiyel	Turizm Talebi
Karatepe Aslantaş Milli Parkı	Doğa Turizmi	+	İç ve Dış Turizm
Şarlak Şelalesi	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Karaçay Şelalesi	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Çiftmazı Mesire Alanı	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Kalecik Barajı	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Aslantaş Barajı	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Berke Barajı	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Kırmıtlı Kuş Cenneti	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Zorkun-Olukbaşı-Ürün Yaylaları	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Maksutoğlu Yaylası	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Savrungözü-Beyoğlu Yaylası	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Hasanbeyli Yaylası	Doğa Turizmi	+	İç Turizm
Dumanlı-Tozluyurt Yaylaları	Doğa Turizmi	+	İç Turizm

İlin sahip olduğu turizm varlıkları, bu varlıkların turizm türlerine göre dağılımı, temel sorunlar ve çözüm önerilerine yönelik analizler üç aşamalı bir çalışma çerçevesinde yürütülmüştür:

- Birinci aşamada, turizm sektöründe yer alan kamu kurum ve kuruluşları, turizm sivil toplum kuruluşları (STK) ve özel sektör temsilcileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.
- İkinci aşamada bölgenin sahip olduğu turizm varlıkları yerinde tespit edilmiş ve bu varlıklara ilişkin ulaşım avantajları ve sorunları, çevre düzenlemesine ilişkin eksiklikler gibi hususlar yerinde tespit edilmiştir.
- Üçüncü ve son aşamada ise turizm sektöründeki bütün paydaşların katılımıyla yapılan atölye çalışmalarıyla sadece turizm varlıkları ve bu varlıklara ilişkin sorunlar değil, aynı zamanda turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönleri, sektörün önündeki fırsatlar ve öncelik alanları masaya yatırılmıştır.
- Bütün saha çalışmaları neticesinde ortaya çıkan temel eksiklik ve sorun alanlarından bazıları aşağıda yer almaktadır:

- Turizm varlıklarının yeterince tanıtılamaması,
- Turizm varlıklarının geliştirilme ve ekonomiye kazandırılması yolunda duyulan sıkıntılar,
- Bu varlıkların profesyonel bir turizm ürünü sunumuna ilişkin eksiklikleri (Nitelik eksiklikleri),
- Turizm varlıklarına ilişkin tanıtım araçlarının yetersizliği; yol tabelaları, broşürler gibi.
- Yol ağının önemli bir bölümünde genişletme ve modernizasyon ihtiyacı bulunması,
- Turizm bölgelerinde başta Türkçe ve İngilizce olmak üzere farklı dillerde hazırlanmış olan, o varlığın tarihini ve önemini anlatan tanıtıcı ses ve görsel ekipmanların eksikliği,
- Varlıkların yenileme, yeniden tasarımlama ve çevre düzenlenmesindeki eksiklikleri,
- Nitelikli işgücü sorunu,
- Turizm sektörü KOBİ'lerinin dağınıklığı ve küçük, verimsiz, içe kapalı yönetim modelleri.

6.7. Çalıştay, Odak Grup ve Beyin Fırtınası Çalışmaları

OİTSEP'e ilişkin saha çalışmaları kapsamında 8 Nisan 2011 tarihinde Osmaniye İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı Çalıştayı gerçekleştirilmiştir. Çalıştaya il turizmi ile ilgili kamu ve özel kurum ve kuruluşlarının temsilcileri, STK mensupları, sektörde faaliyet gösteren işletmelerden temsilci ve yöneticiler olmak üzere oldukça geniş bir taban ve kapsamdan katılım sağlanmış ve kentin turizm ile ilgili sorunları ve çözüm önerileri üzerine odak grup ve beyin fırtınası toplantıları gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılar tematik eksenleri,

- Fiziki, Kurumsal ve Beşeri Altyapı,
- Fiziki Kültür ve Sözlü Kültür Turizmi Varlıkları,
- Yayla ve Eko-Turizm Varlıkları,
- Termal Turizm Varlıkları,

şeklinde belirlemiş ve bu alanlardaki mevcut sorunları odak grup toplantılarıyla önceliklendirilerek bunlara ilişkin çözüm önerileri geliştirmişlerdir. Toplantıda katılımcılar tarafından ortaya konulan sorunlar ve önerilen çözümler, akabinde tüm katılımcıların dâhil edildiği beyin fırtınası bölümünde tartışılarak geliştirilmiştir.

Fiziki, Kurumsal ve Beşeri Altyapı Odak Grubu: Katılımcılar fiziki, kurumsal ve beşeri altyapı unsurları arasında sıkı bir irtibat olduğunu vurgulayarak turizm ekosisteminin geliştirilmesinde eşanlı olarak bütün bu altyapı unsurlarına dikkat edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Tablo 13).

Tablo 12: Fiziki, kurumsal ve beşeri altyapı odak grubu çıktıları

	Sorunlar	Öncelikler	Politikalar
1	Ulaşım ve levhalara yön belirtici, yol belirteçleri, belirli gün ve saatlik tur	Konaklama açısından köylülerden ev sahibliği yapmaları istenebilir	Turist iyileştirilmeleri
2	İhtiyaç giderme birimleri (wc, engelli wc, mescid)	Köylüler kültür elçiliğine teşvik edilmeli	Ulaşım eksikliğinin giderilmesi, yönlendirme levhaları
3	Konaklama alt yapı tesisleri (yeme, içme)	Beşeri alt yapının iyileştirilmesi	Temel ihtiyaç yerlerinin kurulması
4	Nitelikli personel (Yabancı dil bilgisine sahip bireyler)	Turizm alanlarının, imar planlarının belirlenmesi	Yöresel el sanatları stant kurulumu
5	Tepe yönetimi (Vali, İş adamı Kentin üst düzey yöneticileri) destekleri	Asıl tesisin turizme kazandırılması	Antik yerlerde gezilecek alanların isimlendirilmesi
6	Turistlik mal ve eşya (Kültürel tanıtım amaçlı)	Yaylalarda teleferik sistemiyle çalışmalar yapılması	Doğa ve kamp turizmi için konaklama birimleri
7	Güvenlik (Mobese)	Gözetleme kulelerin kurulumu	Trekking güzergahlarının oluşturulması
8	Büfe, akaryakıt tesisleri kurulumu	Günübirlik tur güzergahlarının yapılması	İl özel idare ve belediyelerin atıl tesislerinin değerlendirilmesi
9	Tarihi yerleri tanıtımını anlatacak levhalar (Işıklandırma sistemi)	Sosyal tesislerin köylü halkını biliçlendirmesi	Şehir merkezinden turizm danışım merkezleri (Turizm Bilgi Merkezi)
10	Haberleşme telefon kulübeleri	Tanıtım ve reklam çalışmalarının yoğun olarak yapılması	Ulaşım iyileştirme
11	Gözetleme kuleleri eksikliği		Her işletme içi eğitime başlaması
12	Temizlik hizmetleri		Derneklerin turizm tanıtımına katkı sağlamalı
13	Trekking güzergahları oluşumu		Yeni konaklama sistemlerinin kurulumu
14	Turizm meslek yüksek okullarının olması		Cazibe alanlarının oluşturularak hizmete açılması
15	Korkut Ata Üniversitesinin işletmelere hizmet için eğitim vermesi		İl özel idare ve belediyelerin atıl tesislerin turizme kazandırılması
16	Otantik bir konaklama birimini oluşturma		

Odak Grup bütün bu birbirleriyle sıkı sıkıya ilişkili sorunlar yumağının çözümüne yönelik olarak öncelikle özgün bir turizm felsefesi ve anlayışının geliştirilmesi gerektiği konusunda fikir beyan etmiştir. Özellikle şehrin bütün yaşam alanlarını ve şehir yaşamının bütün boyutlarını kapsayan mekânsal bir yönetim anlayışına vurgu yapılmış, turizm çözümleri oluşturmada ve sürekli sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmede halkın topyekûn katılımını esas alan modellerden hareket edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Fiziki Kültür Turizmi ve Sözlü Kültür Turizmi Varlıkları Odak Grubu: Odak Grup ilin yüksek potansiyele sahip turizm alanlarını, kültür turizmi ve sözlü kültür turizmi olarak belirlemiştir. Bunlara yönelik sorun alanları ise kültür turizmi alanında turizm varlıklarının ekonomiye kazandırılamaması, varlıkların ulaşım, çevre düzenlemesi, çevre temizliği gibi altyapı eksikleri, ziyaretçileri tarihi mekânlara yönlendiren açıklayıcı tabela ve levhaların eksikliği, varlıkların estetik görselliğinin sağlanamaması gibi hususlardan oluştuğu belirtilmiştir (Tablo 14).

Tablo 13: Fiziki kültür turizmi varlıkları odak grubu çıktıları

	Varlık	Avantajlar	Engeller	Politikalar
1	Toprakkale	Yıpranmışlığı en az Kalelerin en büyüğü Mekanı geniş Ulaşım kolay elverişli Otellere yakın Turizm güzergahına uygun Proje tamam	Alt yapı yok Koruma yok Restorasyon gerekli Keşif bedeli çıkmışlığı	Butik otel/ nostalji evleri Otantik kıyafetler sergisi Işıklandırma yapılabilir Alt yapı otapark yapılabilir Düğün salonu yapılabilir Yaşayan mekan piknik alan
2	Kastabala	Efes'in küçüğü Tiyatro amfisi var Hıristiyan alemi için önemli kutsal yönleri var Koru çalışmaları ile daha önemli yerler çıkabilir En önemli yörenin tarihi varlığı	Alt yapı yok Dinlenme yeri yok Görselliği öne çıkmamış Yolu bozuk Bakımsız kalmış	Alt yapı için lavabo wc yapılabilir Dinlenme için baraka yapılabilir Görselliği öne çıkarabilir Tarihi yer genişletilebilir Ödenek sağlanmalı
3	Karatepe Açık Hava Müzesi	İlin açık hava müzesi Açık ve kapalı Tarihi varlık sergisi var Görselliği güzel	Engel yok	Turların düzenlenmesi
4	Ala Cami	Tarihi çok eski Hem kilise hem cami bahçesinde mozaikler var	Seyir terası yok Mozaikler korunmasız	Seyir terası yapılmalı Bahçe temizliği yapılmalı Mozaikler korumaya alınmalı
5	Hemite Kalesi	Yol güzargahı üzeri Ceyhan ırmağı kıyısı Görselliği var Kuş cennetine yakın Yaşar Kemel'in memleketi	Kuş cenneti ile arsında yol yok Ulaşım için yol düzenli değil Çevre düzenlemesi yok	Basit bir çevre düzenlenmesi yapılmalı Kuş cenneti ile arasına yol yapılabilir
6	Kuş Cenneti	150 üzeri kuş çeşidi	Seyir terasları yok Bakımsız	Seyir terasları yapılamalı Bakım ve çevre düzeni için yeniden düzenleme yapılmalı
7	Diğer Tarihi Yerler	Öne çıkmamış Çok sayıda tarihi yer var	Yeteri kadar tanıtım yok	Buralara yönelik yapılandırma, tanıtım çalışmaları yapılabilir

Festival etkinlikleri, yöreye ait kültür envanterinin çıkarılması, Karatepe kilimleri ve periyodik bir kültür sanat şenliğinin düzenlenmesi gibi faaliyetler odak grup katılımcıları tarafından önemli görülmüştür (Tablo 15).

Tablo 14: Turizm endüstrisi açısından ekonomik değer taşıyan üretim ve faaliyetler

	Varlık	Avantajlar	Engeller	Politikalar
1	Festivaller	Turp festivali Osmaniye fıstığı festivali Hasanbeyli kiraz festivali	Bugüne kadar yapılanlar derneklerin temelinde kalmış	Âşıklar bayramı Kültürel etkinlikler Geniş katılım sağlanmalı Tanıtım reklam Konser yarışma
2	Kültür envanteri	Somut olmayan kültür envanteri çıkarılmalı Sahip olduğumuz diğer kültür unsurları belirlenmeli	Maddi destek Eleman	Maddi destek sağlanmalı Eleman görevlendirilmeli
3	Karatepe kilimleri	Yörenin tanınmış kültürel unsuru Natürel boya kullanılması	Profesyonel Pazarlama eksikliği Tanıtım yetersizliği	Profesyonel pazarlama yapılmalı Tanıtım yeterli yapılmalı Kilim yapan insan sayısı artırılarak kurslar açılmalı
4	Kültür sanat şenliği	Yöresel kültür ürünleri tanıtımı Halkoyunu etkinlikleri	Çok etkinlik var Ses getirmeyen etkinliklerin önemi azalıyor	Ses getirecek geniş katılımlı bir etkinlik düzenlenmeli

Odak grup ayrıca turizm endüstrisinin gelişimi açısından önemli gördüğü sözlü kültür varlıklarını ve değerlerini tespit etmiştir. Karacaoğlan, Dadaloğlu, İlbeylioğlu, Aşık Feymani ve yeni edebiyat temsilcileri il kültürünün gelişimi ve turizm endüstrisinin yükselişi açısından kritik öneme sahip değerler olarak tanımlanmıştır. Odak grup bu faaliyetlerin yönetimine ilişkin avantajlar, engeller ve politikaları aşağıdaki şekilde belirlemiştir (Tablo 16).

Tablo 15: Turizm potansiyeli taşıyan sözlü kültür değerleri

	Varlık	Avantajlar	Engeller	Politikalar
1	Karacaoğlan	Yörenin en tanınmış aşığı Dünya çapında ünlü	Başka yörelerinde sahip çıkması(Saimbeyli) Yapılanlar yöresel kalmakta Geniş katılım olmamakta	Karacaoğlan sempozyuma yayınlar yapılmalı Karacaoğlan etkinlikleri şiir yarışmaları Belgesel yapılabilir
2	Dadaloğlu	Tanınmış diğer önemli bir âşık Koçaklaması ile Türkiye'nin tanıdığı biri	Bu alanda çalışması yok	Sempozyum Yayın Etkinlik Şiir yarışmaları Belgesel
3	İlbeylioğlu	Çınarı var 700 yıllık hikâyesi var	Hiçbir çalışma yok	Sempozyum Yayın Etkinlik Şiir yarışmaları Belgesel
4	Feymani	Âşıklık geleneğini devam ettiren yaşayan ünlü bir şair	Yapılan çalışmalar dernek bazında Dernekler etkinlikleri siyasi boyutları indirgenmekte	Âşıklar bayramı Yılda 1 etkinlik Şiir akşamı
5	Yeni edebiyat temsilcileri	Güneysu dergisi Kırağı dergisi Su edebiyat dergisi	Edebiyata ilgi azalmakta Katılımlar az	Osmaniye tarih ve edebiyat sempozyumu Her yıl tanınmış birine yönelik şiir dinletisi sempozyumu Yapılan çalışmalar ilçe merkezlerine de yayılabilir

Yayla ve Eko-Turizm Varlıkları Odak Grubu: Katılımcılar turizm sektörünün gelişimi açısından yayla ve eko-turizm varlıklarını tanımlamışlar, öncelikli olarak dikkat edilmesi gereken hususları tespit etmişler, bu varlıkların geliştirilmesini engelleyen faktörleri belirleyerek izlenmesi önerilen politikaları sıralamışlardır (Tablo 17).

Tablo 16: Yayla ve Eko-turizm Varlıkları Odak Grup Çıktısı

YAYLA VE EKO TURİZM VARLIKLARI	ÖNCELİK	ENGELLER	POLİTİKLAR
Hasanbeyli-Alman Pınarı-Olukbaşı	1. Yöresel yaylaların tek tek tespit edilerek belirlenmesi	1.Yaylalardaki altyapı yetersizlikleri; elektrik, yol, su, sosyal alan eksikliklerinin olması	1.Uzun vadeli programlar hazırlanmalı, öncelik alanları belirlenerek bu programlar doğrultusunda hareket edilmesi.
Zorkun, Fenk Yaylası, Göğköüz Yaylası, Karıncalı Yaylası,Küllü, Küşne, Üçgöz, Bahrazcık, Ayvanın Düzü, Cebel (Yarpuz), Oruçgazi, Davutlar, Karataş, Haraz, Kanlıkoz, Dörtkoz, Maksutoluğu, Bahçe ilçesi bütün köyleriyle beraber; Kızlaç, Kaman Karderesi, Bekdemir, Dışbudak, İnderesi, Çakıroğlu Meryemçil, Kırksu	2. Organik Tarım alanlarının korunması ve geliştirilmesi 3. İskenderun, Yumurtalık Adana, Gaziantep, Kahramanmaraş'ı içine alan bölgenin tam ortasında yer alan ilimiz yaylaları ve yetiştirdiği organik ürünleri ile bölgemizin hizmetine sunulmalıdır. 4. Örnek yayla evleri yapılmalı. 5. Savranda Kalesi, Kalecik barajı, Buğdacık Göleti, Bahçe, Hasanbeyli, Düziçi ilçeleri arasında birbirini tamamlar bir bölge oluşturulmalı ve yayla turizmine açılmalıdır. Konaklama tesisleri kurulmalı 6. Zorkun Yaylasında yapılan çocuk şenliği geliştirilerek yayla şenliklerine dönüştürülebilir. 7. Yürüyüş parkurları oluşturulmalı, Araba yarışları, Safari turları 4x4 Jiplerle organize edilmeli 8. Dağcılık sporları, yamaç paraşütü (Anavarza Kalesi, Kaypak uygun merkezler) 9. Bölgemizi tanıtan televizyon programları hazırlanmalı, belgesel çekimleri yapılmalı	2. Yayla ve eko turizm bilincinin oluşmamış Olması 3. Mimari açıdan yoksun yapılaşmanın olması 4. Yaylalarda vatandaşlarla Orman Bakanlığı arasındaki davaların çözülmemiş olması 5. Maddi yetersizlikler, yayla evlerinin yapımının teşvik edilmeyişi, organik tarıma yapılan teşviklerin yetersiz olması 6. Tanıtım yetersizliği, pazarlama eksikliklerinin devam etmesi 7. Uzun vadeli programlar hazırlanmamış olması	2. Yayla ve eko turizm bilincinin oluşmasına yönelik Politikalar üretilmeli. 3. Mimari açıdan yoksun yapılaşmanın önlenmesi 4.Yaylalarda vatandaşlarla Orman Bakanlığı arasındaki davaların çözülmesi 5.Maddi yetersizliklerin çözümlenerek yayla evlerinin yapımının teşvik edilmesi, organik tarıma yapılan teşviklerin artırılması 6.Tanıtım faaliyetlerinin artırılması, pazarlama imkânlarının artırılması

6.8. Osmaniye Örnek Tur Programları

1. Güzergah: Osmaniye Turu

1. GÜN

- Kastabala Antik Kenti
- Alaaddin Cami
- Karatepe-Aslantaş Açık Hava Müzesi
- Karatepe Kilin Kooperatifi –yöresel kilimler

2. GÜN

- Harun Reşit Kalesi
- Toprakkale
- Osmaniye Merkezde konaklama

3. GÜN

- Düziçi Tematik Karacaoğlan müzesi
- Farsak Köyü- yaşayan ozanları ziyaret

4. GÜN

- Zorkun Yaylası
- Hasanbeyli Almanpınarı Yaylası
- Bahçe'de öğle yemeği (Alabalik/mangal keyfi)
- Düziçi Düldül Dağı Yaylaları

2. Güzergah: İnanç Koridoru

1. GÜN

- Antakya merkez
- Samandağ – Titus Tüneli, Beşikli Mağara
- İskenderun merkez
- Dörtyol – Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi
- Erzin – İsos Harabeleri
- Antakya'da Geceleme

2. GÜN

- Karatepe Açıkhava Müzesi (Osmaniye)
- Kastabala Ören yeri
- Ala Cami
- Osmaniye'de Geceleme

3. GÜN

- Kahramanmaraş Merkez
- Eshab-ı Kehf
- Gaziantep Merkez
- Gaziantep Panoromik Şehir Turu

4. GÜN

- Dülük antik kent
- Yavuzeli
- Zeugma
- Gaziantep'te Geceleme

5. GÜN

- Rumkale
- Halfeti, Birecik
- Şanlıurfa Merkez
- Göbeklitepe
- Şanlıurfa'da Geceleme

7. İL TURİZM STRATEJİSİ: KURGU, VİZYON VE GELİŞME EKSENLERİ

Zorkun Yaylası

7. İL TURİZM STRATEJİSİ: KURGU, VİZYON VE GELİŞME EKSENLERİ

Osmaniye İl Turizm Stratejisi, bir yandan teknik gereksinimleri karşılamaya çalışan, diğer yandan siyasi ve yönetsel açıdan geniş katılıma dayanan ve bölge paydaşlarınca benimsenen bir perspektife dayanarak hazırlanmıştır. Strateji çalışmasına muhteva ve derinlik kazandıran iktisadi analizler ve düzenlenen saha çalışmalarından elde edilen bilgi içeriği, küresel ve ulusal gelişmeleri yerel dinamik ve potansiyellerle eşzamanlı bir biçimde değerlendirmek suretiyle önceki bölümlerde tamamlanmıştır. Söz konusu çalışmalar Osmaniye İl Turizm Stratejisinin teknik, ilmi ve beşeri temelini oluşturmakta ve stratejinin katılımcı süreçlerini besleyerek gerçekçi, uygulanabilir ve odaklı bir biçimde gelişmesini sağlamaktadır.

Bu bölüm İl Turizm Stratejisini genel hatlarıyla tanıtmayı amaçlamaktadır. İl Turizm Stratejisi gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde diğer sektör stratejilerinden zorunlu olarak esinlenmiştir. Ancak söz konusu strateji birçok açıdan önemli yenilikler, özgün yaklaşımlar ve gücünü yerel girişim gücünden alan stratejik çıkış noktaları geliştirmektedir.

7.1. Osmaniye İl Turizm Stratejisinin Yapısı ve Temel Özellikleri

İl Turizm Stratejisinin kendine özgü yapısı nasıl tasarlanmıştır ve bu yapıyı meydana getiren unsurlar nelerdir? Stratejiyi diğer stratejilerden ayıran noktalar nasıl tanımlanabilir?

Kapalı ve Tek Taraflı Süreçlerden Şeffaf ve Katılımcı Süreçlere

Stratejiler, karar alıcı otoritelerin ve uygulayıcıların kılavuzları olarak, salt teknik bir doküman veya akademik bir araştırma değildirler. Gerçek bir strateji onu meydana getiren ve kendisine ruh kazandıran şahıs ve kurumların ahenkli faaliyetleriyle ortaya çıkmakta ve hayat bulmaktadır.

Gerçek bir strateji onu meydana getiren ve kendisine ruh kazandıran şahıs ve kurumların ahenkli faaliyetleriyle ortaya çıkmakta ve hayat bulmaktadır.

Bu itibarla İl Turizm Stratejisinin beşeri unsurları en az teknik ve ilmi unsurlar kadar önem taşımaktadır. Osmaniye İl Turizm Stratejisi oluşum süreci baştan sona çeşitli aktörlerin muhtelif aşamalarda strateji oluşumuna doğrudan ve dolaylı kanallarla katkı sağladığı katılımcı bir anlayışa dayanarak yürütülmüştür.

Geleneksel anlayışa dayanarak geliştirilen stratejilerin aksine, İl Turizm Stratejisi kurum ve kuruluşların muhtelif faaliyetlerini bir matris yapısı içerisinde ortaya koyan statik bir eylemler manzumesi olarak algılanmamalıdır. Katılımcı yaklaşımın Stratejinin uygulanma süreci boyunca devam ettirilmesi öngörülerek, özel girişim ve kamu gücünü bir araya getirecek gerekli yönetsel mekanizmalar da bizzat Stratejiye dâhil edilmek suretiyle açık ve net bir biçimde ortaya konulmuştur.

Kısa Dönemli Perspektiften Uzun Dönemli Perspektife

Uzun vadeli stratejik potansiyelin ortaya konulması her şeyden önce uzun vadeli bir stratejik yaklaşıma bağlıdır. Uzun vade derken sektörün yapısal denge ve eğilimini gözlemleyebileceğimiz ve kamusal politika araçlarıyla etkileyebileceğimiz 5-10-15 yıllık bir zaman dilimini kastetmekteyiz. Söz konusu strateji, sektörün geleceğini, mevcut gelişme fırsatları ekseninden yola çıkarak uygulanabilir, gerçekçi ve geniş kapsamlı bir biçimde, uygulama aşama-

sında ihtiyaç duyulan taktik kademelendirme de dâhil, görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Mevcut strateji çalışması bu amaca ulaşabilmek için zorunlu olarak uzun vadeli bir perspektife dayanmakta, turizm sektörünün temel yapısı ve başlıca göstergeleri uygulanacak stratejinin hedeflerini ve muhtelif etkilerini içerecek şekilde Türkiye Cumhuriyetinin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılına kadar resmedilmektedir.

Dikey ve Dağınık Yapıdan Yatay ve Entegre Yapıya

Turizm sektörü pek çok sektörle karşılıklı bağımlılık ilişkisine sahiptir. Turizm gıda, tekstil, tüketim malı sınaîleri, hizmetler, konut sahipliği ve ulaştırma gibi çok ve geniş bir sektörel kapsamdan ekonomik girdi kullanmaktadır. Aynı şekilde faktör piyasalarından önemli oranlarda yatırım çekmekte ve işgücü talebi oluşturmaktadır. Bu itibarla turizm politikalarının geleneksel izole sektör anlayışlarına dayanarak belirlenmesi stratejinin etkinliğini ve gücünü olumsuz yönde etkileyecektir.

Turizm politikalarının geleneksel izole sektör anlayışlarına dayanarak belirlenmesi stratejinin etkinliğini ve gücünü olumsuz yönde etkileyecektir.

Geleneksel anlayışa dayanan turizm stratejileri genellikle talep tarafına odaklanmakta ve ziyaretçileri belirlenmiş varış noktalarına çekebilmek amacıyla çeşitli pazarlama taktikleri geliştirmeye çalışmaktadırlar. Stratejik endüstriyel planlama açısından bu gereklidir ancak yeterli bir çaba değildir. Turizm talebinin küreselleşmesi ve yeni küresel varış noktalarının ortaya çıkması talep geliştirme stratejilerinin artık tek başına yeterli olamayacağı yoğun bir rekabet ortamı oluşturmuştur.

Yeni dönemde en az talep unsurları kadar dikkat edilmesi gereken turizmin arz unsurlarıdır. Turizm varış noktalarının bir eko-sistem anlayışı içerisinde geliştirilmesi, turizm varlıklarının, fiziki ve beşeri altyapısının düzenlenmesi, girişim gücünün ve işletme organizasyonlarının yetenek ve kapasitelerinin artırılması turizmin küresel çağında başarılı bir stratejik yönlendirmenin zorunlu faktörlerindendir.

Osmaniye İl Turizm Stratejisi, turizm değer zincirlerinin yayılım gösterdiği ekonomik alanların ve piyasaların bütününü dikkate alan, karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde değerlendiren, dikey sektörel perspektifi yatay çok sektörlü bakış açılarıyla birleştiren çağdaş bir yönteme dayanmaktadır.

Osmaniye İl Turizm Stratejisi, turizm değer zincirlerinin yayılım gösterdiği ekonomik alanların ve piyasaların bütününü dikkate alan, karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde değerlendiren, dikey sektörel perspektifi yatay çok sektörlü bakış açılarıyla birleştiren çağdaş bir yönteme dayanmaktadır. Bu Stratejide hayat bulan entegre strateji kavramı, diğer pek çok endüstriyel strateji çalışmasına model oluşturabilecek kadar özgün öğeler içermekte ve çeşitli kavramsal ve pratik yenilikler barındırmaktadır.

Kısmi Katılım Yerine Endüstrinin Süreçlere Tam Anlamıyla Dâhil Edilmesine

Turizm endüstrisinin stratejik yönetim sürecine dâhil edilmesinin gerekçeleri tartışmaya ihtiyaç duymayacak biçimde açıktır. Bu konudaki eğilim endüstriyel stratejileri, özel sektör, sivil toplum ve kamu kurumları arasında ortak sorumluluğa dayalı bir yol-eylem mutabakatı olarak yorumlamaktadır. Son dönemde uygulamaya konulan çeşitli

ülke turizm stratejileri böyle bir yaklaşıma dayanmaktadır. Örneğin Yeni Zelanda Turizm Stratejisi (2010), turizm endüstrisi ve hükümetin ortaklığı olarak tanımlanmakta ve stratejinin koordinasyon ve izleme işlevleri önemli özel sektör temsilcilerinin yer aldığı bir yönlendirme komitesi aracılığıyla takip edilmektedir.[24] OECD çalışmaları yeni dönemde endüstrinin ve sivil toplumun stratejik yönetim sürecinin doğal bir parçası olarak tasarlandığı yaklaşımları önermektedir.

Osmaniye İl Turizm Stratejisi turizm endüstrisinin aktif bir biçimde stratejik yönetim sürecine, hemen bütün safhalarda, entegre edilmesini benimsemektedir.

Osmaniye İl Turizm Stratejisi turizm endüstrisinin aktif bir biçimde stratejik yönetim sürecine, hemen bütün safhalarda, entegre edilmesini benimsemektedir. Özellikle stratejinin uygulama ve eşgüdüm aşaması için öngörülen ve özel ve kamu sektörlerini bir araya getiren Program Yönetim Ofisi, Osmaniye İl Turizm Stratejisinin ülke gündemine taşıdığı dikkat çekici bir örgütsel yeniliktir.

Böylelikle hedeflenen şey, yeni ve sürekli bir bürokratik mekanizma yaratmak değildir. Tam aksine, özel teşebbüs mantığı ve uygulamalarına dayanarak çalışmalarını sürdüren, stratejinin bütün paydaşları arasındaki etkileşimleri ve iş programlarını sürekli olarak gözlemleyen ve raporlayan, böylelikle yerel idarelerin ve endüstrinin güncel, tutarlı ve akılcı eşgüdüm ve yönetim ihtiyacını karşılayan bir organizma meydana getirerek stratejinin doğal bir mecrada yoluna devam etmesi sağlanacaktır.

İş hukukuna tabi hizmet sözleşmeleriyle uygun sayıda ve nitelikte personelle teşekkül ettirilecek Strateji Yönetim Ofisi, İl Valisi, Belediye Başkan(lar)ı, Sanayi ve Ticaret Odası Başkan(lar)ı ve Kalkınma Ajansı Genel Sekreteriyle uygun görülen turizm endüstrisi temsilcilerinden meydana gelebilecek Strateji Yönetim Kuruluna karşı sorumlu olacaktır.

Hiyerarşik Yönetim Modelinden Topyekûn İdare Modeline

Turizm sektörü gibi muhtelif kamu idarelerinin sorumluluk alanlarını kendi üzerinde kesiştiren bir endüstride; içyapı, şirket ve girişim büyüklükleri ve çerçeve koşullar oldukça çeşitlilik göstermekte ve sektörün izleme, yönlendirme koordinasyonu gerçekten güçleşmektedir. Konaklama, restoranlar ve gıda, acente hizmetleri gibi turizm ekonomik faaliyet kollarında KOBİ ağırlıklı bir endüstriyel yapı mevcuttur. KOBİ'lere dayalı bir ekonomik desenin geleneksel tek biçimli ve hiyerarşik yönlendirme çerçeveleriyle etkili bir biçimde ele alınması mümkün değildir.

Bu itibarla, yeni dönemde turizm stratejilerinin kavramsal yönden, içerik bakımından ve operasyonel açılardan genişlemesi ve çok faktörlü ve çok aktörlü bir matris halinde kavranması acil bir zorunluluk haline gelmiştir.

Bu itibarla, yeni dönemde turizm stratejilerinin kavramsal yönden, içerik bakımından ve operasyonel açılardan genişlemesi ve çok faktörlü ve çok aktörlü bir matris halinde kavranması acil bir zorunluluk haline gelmiştir. Sonuçta stratejik eylemin başarıyla yerine getirilmesi amacıyla kamudan özel sektöre çeşitli kurum ve kuruluşları, merkezi ve yerel idareleri, sektör temsilcilerini, girişimcileri ve üniversite bölümlerini yekdiğerlerine ve büyük bütüne eklemleyen yeni yönetsel ve örgütsel anlayışlar ortaya çıkmıştır.

[24] Yeni Zelanda Turizm Stratejisi (2010) Bkz. http://www.nztourismstrategy.com/

Geleneksel hiyerarşik yönetim biçimlerinin hızla geçerliliklerini yitirdiği bir çağda, mevcut strateji çalışmasının temel yapısını oluşturan "Topyekûn İdare" kavramı ağ yapılardan matris örgütlenmelere kadar yeni örgütsel sistemlerin ve yönetim biçimlerinin geliştirilmesi konusunda atılmış bir adımdır.

Bu kavramın somut çehresini çizen faktörler Strateji Yönetim Ofisi ve İl Turizm Stratejisi Eylem Planıdır. Strateji Yönetim Ofisi, matris formu içerisinde muhtelif aktörlerin iş programlarını düzenli bir biçimde koordine edebilmek için gerekli kurumsal ve beşeri temeli sunmaktadır. İl Turizm Stratejisi Eylem Planı ise, stratejik gelişme eksenlerinin, stratejik amaç ve hedeflerin operasyonel bir plana dönüşmesini sağlayarak gerekli kavramsal, fikri ve enstrümantal temeli oluşturmaktadır.

Sonuçlar, Değerlendirme ve Performans Ölçümü

Başarılı turizm stratejileri, ölçülebilir amaçlar ve hedefler belirlemekte ve tanımlı performans göstergeleri geliştirmek konusunda ince bir tasarım ustalığına erişmiş olanlardır. Bu amaca yönelik olarak, paydaşların sürece içsel ve organik bir biçimde monte edildiği ve performans hedefleri konusunda mutabakatlarının sağlandığı, her bir tedbirin finansal kaynak ve zaman boyutları ile ilişkisinin kurulduğu yönetsel sistemlerin uygulanması zorunludur.

Mevcut strateji, stratejinin girdilerinden değil sonuçlarından yola çıkarak, stratejik programın ve tedbir kümelerinin her birisi için ölçülebilir ve iyi tanımlanmış performans değerlendirme göstergeleri geliştirilmesine dikkat sarf etmektedir.

Böyle bir yaklaşımın başarıyla hayata geçirilebilmesi için bazı temel soruların cevaplanması ve birtakım kriterlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Örneğin strateji planlama, uygulama ve izleme safhalarında zorunlu ve kritik kurum ve kuruluşlardan gerekli sahipliği ve ilgiliyi çekebilmiş midir? Stratejik amaçlar, hedef ve tedbirlerin uygulanmasından sorumlu kurum ve kuruluşlar net ve doğru bir şekilde tanımlanmış mıdır? Özellikle stratejik eylemin gelişim aşamasını ölçmemizi sağlayacak izleme süreci ve performans göstergeleri sağlıklı bir şekilde oluşturulabilmiş midir? Osmaniye İl Turizm Stratejisinin kurgusal yapısı bütün bu soruları derinlemesine ve yatay bir biçimde irtibatlandırarak ele almakta ve bunlara yönelik çözümler geliştirmektedir.

7.2. İl Turizm Stratejisinin Genel Kurgusu

İl Turizm Stratejisi çeşitli parçalardan meydana gelen bir bütün oluşturmaktadır (Şema 1). Bunlar stratejik hiyerarşiye göre yukardan aşağıya birinci kademe unsurlar Vizyon (Genel Strateji), Arz Geliştirme Stratejileri, Talep Geliştirme Stratejileri ve stratejinin operasyonel hale gelmesinden sorumlu olacak olan Strateji Yönetim Kuruludur. İkinci kademede ise stratejilerin detaylı hedef ve politikalar düzeyinde kademelendirildiği daha somut nitelikli bölümler yer almaktadır. Bunlar Arz ve Talep Geliştirme Stratejilerinin ilgili Politika, Program ve Tedbirleri ile Strateji Yönetim Kurulunun icra organı konumundaki Strateji Yönetim Ofisinden müteşekkildir.

Turizm Vizyonu (Genel Strateji)

Bu bölüm gerek teknik ve ilmi analizlerden gerekse saha çalışmalarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak "İlimizde nasıl bir turizm geliştirmeliyiz?" sorusunu cevaplamaya çalışmaktadır. Hiç kuşkusuz böyle bir resim, geleceğin bir perspektifi olarak Osmaniye ili kamusal ve özel teşebbüs gücünün turizm endüstrisini nerde ve nasıl görmek istediğiyle ilgilidir. Vizyon bir bakıma en soyut düzeyde genel stratejinin ifade edilmesi anlamına gelmektedir.

Vizyon belirli bir mekânla ve analiz birimiyle olduğu kadar zaman kavramıyla da sıkı sıkıya irtibatlı bir düşüncedir. Temel fizik prensiplerine göre, hareket halindeki bir nesnenin uzay zamandaki konumu sürekli olarak değişiklik göstermektedir. Benzer şekilde Turizm Vizyonu 2015, turizm sektörünün kendisini 2015 yılında nasıl ve nerede görmek istediğini ortaya koyarken; Turizm Vizyonu 2023, Cumhuriyetimizin 100. Kuruluş yıldönümündeki sektörel konumu ve yeri tarif etmeye çalışacaktır.

Turizm Vizyonu (Genel Strateji)'nu tamamlamak hatta çizdiği resmi daha anlaşılır kılmak üzere, uygulanması öngörülen stratejinin muhtemel etkilerini içerecek şekilde turizm endüstrisinin genel görünümü 2023 yılına kadar dinamik bir şekilde resmedilmektedir. Bu bölümde ortaya konulan göstergeler stratejilerin uygulandığı ve sürekli olarak uyarlandığı varsayımına dayalı olarak hazırlanmıştır. Söz konusu analizlere baz teşkil edecek temel sektörel göstergeler detaylı çalışmalar sonucunda üretilmiş ve geçerlilik ve tutarlılıkları defalarca farklı istatistikî ve iktisadi teknikler kullanarak test edilmiştir.

Arz Geliştirme Stratejileri

Arz geliştirme stratejileri turizm varlıkları, fiziki altyapı ve konaklama kapasitesi, beşeri sermaye ve işgücü, turizm KOBİ'lerinin rekabet güçlerinin artırılması, farklı turizm türlerinin geliştirilmesi gibi stratejinin arz yönlü temelini oluşturmak üzere çeşitli gelişme eksenleri tanımlamakta ve gerekli stratejik hedefleri ve faaliyetleri örgütlemektedir. Geleneksel turizm politikaları bu tür arz yönlü stratejileri ihmal edegelmişler ve genellikle talep yönlü parametreler üzerine yoğunlaşmışlardır.

Bu anlamda arz geliştirme stratejileri, Osmaniye'nin kendine özgü bir turizm ekosistemi geliştirerek bu alanda sürdürülebilir bir rekabet gücü kazanabilmesi yolunda temel adımları atarak zorunlu kapasiteleri inşa etmeye odaklanmaktadır.

Talep Geliştirme Stratejileri

Turizm endüstrisinin gerçek anlamda küresel bir sektör haline gelmesiyle birlikte, her geçen gün yoğunlaşan rekabet baskısı altında alışılageldik tanıtım ve talep stratejileri hızla geçerliliklerini yitirmiştir. Sağlıklı bir stratejik planlama için turizm endüstrisinin hem arz hem de talep unsurlarıyla entegre bir biçimde kavranması gerekmektedir.

Bu tür stratejiler genel yapının ikinci önemli ayağını meydana getirmektedir. Tanıtım stratejileri, turizm talebinin kaynaklarının ayrıştırılması ve her bir alana yönelik farklı tanıtım politikalarının geliştirilmesi gibi stratejik gelişme eksenleri talep bloğu içerisinde yer almaktadır.

Strateji Yönetim Kurulu

İl Turizm Stratejisinin uygulama ve eşgüdümünden sorumlu stratejik organ Strateji Yönetim Kuruludur. Bu kurumsal yapının özel ve kamu kurumlarının temsilcilerini bir araya getiren ve Strateji Yönetim Ofisinin faaliyetlerini düzenleyen bir hüviyette örgütlenmesi tasarlanmıştır.

Strateji Yönetim Kurulu idari yapının dışında bir yapılanma değildir. Tam aksine idarenin gücünü kamu sektörünün ötesinde özel teşebbüs yapılarının derinliklerine yansıtmak üzere ve aynı zamanda özel sektörün etkin bir biçimde yönetim sürecinde dâhil edilebilmesini temin etmek amacıyla dizayn edilmiştir.

8. VİZYON

8. VİZYON

Vizyon 2023

2010-2023 dönemine ilişkin uluslararası, bölgesel ve yerel gelişme dinamikleri ve temel eğilimler doğrultusunda, Türkiye ve Osmaniye turizminin geçmiş dönemdeki gelişmeleri ve turizmin ilişkili olduğu ekonomik, sosyal, kültürel etkileşimler değerlendirilerek hazırlanan Osmaniye ili Turizm Stratejisi ve Eylem Planı çerçevesinde Osmaniye ili Turizm 2023 vizyonu;

"Kültür ve eko-turizm varlıklarını geliştirerek rekabetçi hale getirmiş ve yoğun ulaştırma altyapısı bağlantılarından etkin bir şekilde yararlanan ve istihdam üreten bir turizm sektörü"
olarak belirlenmiştir.

Temel İlkeler

Bu vizyona ulaşılırken aşağıdaki ilkeler temel alınacaktır:

- **Bütüncüllük:** Ekonomik, sosyal ve kültürel alanları kapsayan, turizm sektörünün arz ve talep yönlü etkileşimlerini dikkate alan bütüncül bir yaklaşım esas alınacaktır.
- **Katılımcılık:** Turizm sektörünün rolüne ve yaratabileceği katma değere ilişkin toplumsal bir farkındalık ve sahiplenme sağlanacaktır.
- **Yönlendiricilik:** Çağdaş turizm stratejilerindeki yaklaşımlara paralel bir şekilde, ilgili bütün paydaşlar etkin bir şekilde hizmet üretim süreçlerine dâhil edilecek ve yönlendirilecektir.
- **Rasyonellik:** Politikalar oluşturulurken kaynak kısıtı göz önünde bulundurularak potansiyel getiri oranı yüksek alanlara öncelik verilecektir.
- **Çevrecilik:** Doğal, kültürel ve turistik varlıkları, gelecek nesilleri de dikkate alan bir anlayış içinde, koruyarak geliştiren bir anlayış esastır.

Yukarıda sıralanan ilkeler ışığında, Osmaniye ilinin 2023 Turizm Vizyonuna ulaşabilmesi amacıyla, arz ve talep yönlü stratejik eksenler tanımlanmıştır. Bu stratejik eksenlere ilişkin Temel Hedefler ve Amaçlar ortaya konulmuş, bu hedeflere ulaşabilmek için ise gerekli tedbir ve faaliyetler detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

8.1. Stratejik Öngörüler ve Turizm Stratejisinin Olası Etkileri

Stratejinin hayata geçmesiyle birlikte, geleceğe doğru bakıldığında ne değişecektir? Stratejinin istihdam, katma değer, kapasite genişlemesi ve turizm gelirleri gibi alanlarda ne gibi etkiler doğurması beklenmektedir? Mevcut bölüm hem bu sorulara sağlıklı, ölçülebilir ve şeffaf cevaplar üretmeyi hem de Turizm Vizyonu 2023'ü herkes için daha görünür hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Bu projeksiyonlar yapılırken;

- Türkiye'de sektörel ve il düzeyindeki veri kısıtlarına rağmen, DPT, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Merkez Bankası, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Turizm Yatırımcıları Derneği olmak üzere, turizm ile ilgili hemen her kurum ve kuruluşun verileri ileri istatistikî teknikler kullanılarak analiz edilmiş,
- OECD, Dünya Bankası, Dünya Turizm Örgütü, Avrupa Birliği (Eurostat) gibi kuruluşlarının turizm verileri incelenmiş,

- Turizm sektörünün girdi ve çıktı sağladığı diğer ekonomik ve sosyal sektörlerle ilişkileri göz önüne alınarak panel veri teknikleriyle istihdam, katma değer, turizm gelirleri ve konaklama kapasitesi gibi temel göstergeler belirlenerek yeni bir veri seti üretilmiştir. Bu istatistikî temel karşılaştırmalı yöntemlerle çeşitli tutarlılık analizleri ve kontrol testlerine tabi tutulmuştur. İkinci aşamada olgunlaşan veri altyapısının temel unsurları birbirleriyle irtibatlandırılmış ve aralarında ekonomik bağıntılar kurulmuştur. Bu bağıntılar dinamik analize geçerken çeşitli esneklik katsayılarıyla ifade edilmek suretiyle gösterge sisteminin ileriye doğru hareket etmesi sağlanmıştır. Böylelikle birbiri üzerine yığılan bir şekilde yıllık bazda öngörüler hazırlanmıştır.

İşsizlik ve İstihdam:

- Turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte iş gücü piyasalarındaki istihdam etkisi hesaplanırken, sektörün temel kapasite artışlarından yola çıkılmış ve çarpan analizleri kullanılmıştır. Elde edilen bu veriler, işgücünün niteliğinde öngörülen üretkenlik artışlarıyla irtibatlandırılarak tutarlılık analizleri gerçekleştirilmiş ve böylelikle işgücü üretkenliğinin ılımlı bir artış trendi sürdürmesine mukabil istihdam seviyesinde sağlanacak söz konusu artışlar yeniden tahmin edilmiştir.

- Hazine Müsteşarlığı'nın istihdam maliyetlerine ilişkin verileri incelendiğinde, turizm sektöründe birim istihdam maliyetlerinin diğer sektörlerdeki istihdam maliyetlerine kıyasla daha düşük olduğu görülmektedir. Yapılan analizler, mevcut turizm potansiyelinin yüksekliği, ziyaretçi sayısının ortalamanın oldukça altında olması gibi faktörlerde dikkate alındığında, ilave yatırımın istihdam esnekliğinin Türkiye ortalamasının oldukça üstünde olacağını göstermektedir.

Tablo 17: Demografi ve İşgücü Piyasasına Ait Bazı Göstergeler

	2010	2015	2023
Nüfus, TR633	479.221	512.226	553.125
Nüfus artış hızı, yüzde	1,6	1,2	0,8
Çalışma çağı nüfus (15+), TR633	338.030	361.311	390.160
İşgücüne katılım oranı	0,47	0,47	0,47
İşgücü	157.222	168.371	181.815

Kaynak: Kendi hesaplamalarımız

İl nüfus artış hızının kademeli olarak azalacağı ve 2023 yılında yüzde 0,8 seviyesine kadar gerileyeceği varsayılmıştır. Bu doğrultuda Osmaniye ili nüfusu 550 bini aşacaktır. Buna bağlı olarak çalışma çağı nüfusunun toplam nüfusa oranında önemli değişimler olmayacağı varsayımıyla, on beş yaş ve üstü kişilerin sayısı ise 2023 yılında 390 bin olarak gerçekleşecektir. İşgücüne katılım oranının yüzde 47'de sabit kalacağı önkabulüne dayanarak böylelikle 157 binlik toplam işgücünün 2023 yılında 182 bine ulaşması beklenmektedir (Tablo 18).

Arz ve talep geliştirme stratejileriyle desteklenen turizm endüstrisinin hızlı bir büyüme göstereceği öngörülmektedir.

Arz ve talep geliştirme stratejileriyle desteklenen turizm endüstrisinin hızlı bir büyüme göstereceği öngörülmektedir. Fiziki altyapı ve turizm varlıklarına yapılacak yatırımlar endüstrideki işletmelerin gelişebilmesi için uygun bir ortam meydana getirecek, karlılık oranları hızla yükselecektir. Bu gelişmelerin doğal bir neticesi olarak turizm endüstrisinin gelişme dinamiklerini besleyecek şekilde işgücü çekeceği ve böylelikle 2023 yılında istihdam seviyesini en az 4.850 kişi seviyelerine çıkaracağı hesaplanmaktadır (Tablo 19).

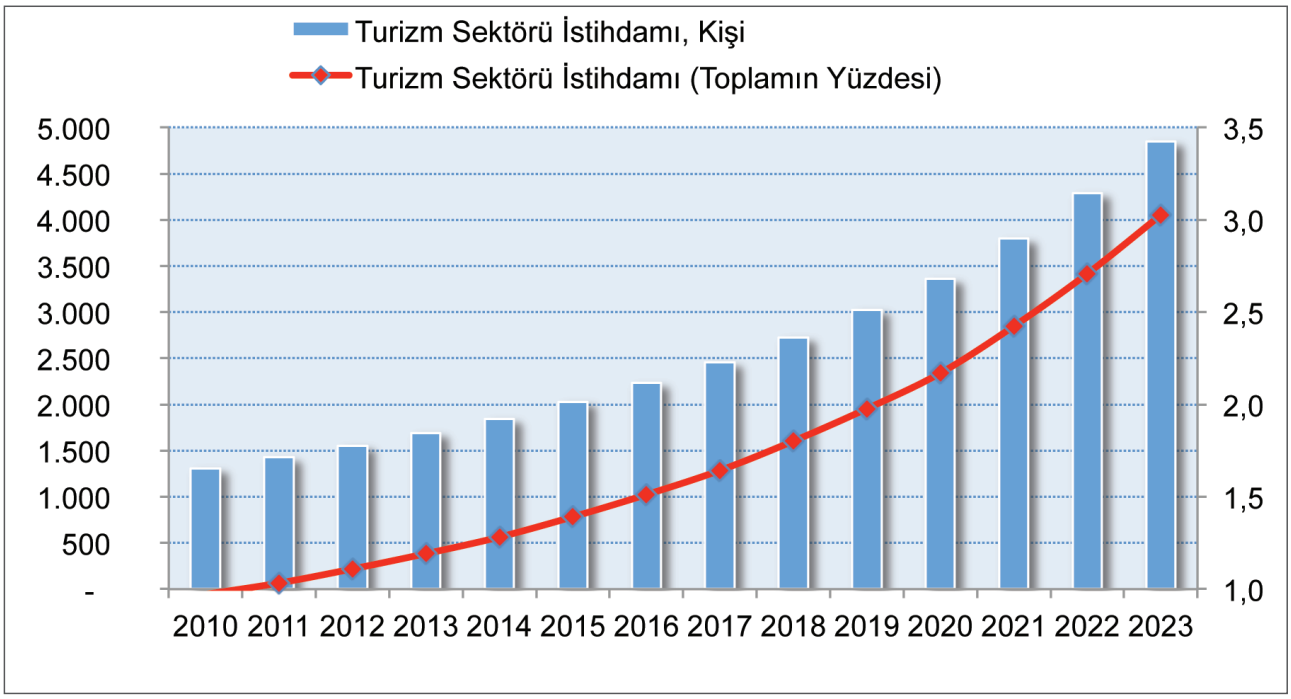
Tablo 18: Turizm İstihdamında Öngörülen Genişleme

	2010	2015	2023
Toplam istihdam	134.614	145.916	160.223
Sektörel istihdam (TR633)	1.308	2.031	4.849
İşsiz	22.608	92.455	21.592

Kaynak: Kendi hesaplamalarımız

Turizm endüstrisinin il ekonomisi içerisinde ağırlık kazanmasına paralel bir şekilde işgücü piyasalarındaki göreceli konumu da gittikçe önem kazanacaktır (Grafik 17). Turizm 2023 yılında toplam il istihdamının doğrudan yaklaşık yüzde 3'ünü karşılayarak işsizlikle mücadelede önemli roller üstlenecektir. Dolaylı istihdam ve gelir etkileri ile birlikte turizm sektörü 2023 Türkiye'sinde Osmaniye'nin rekabetçi sektörlerinden birisi haline gelebilecektir.

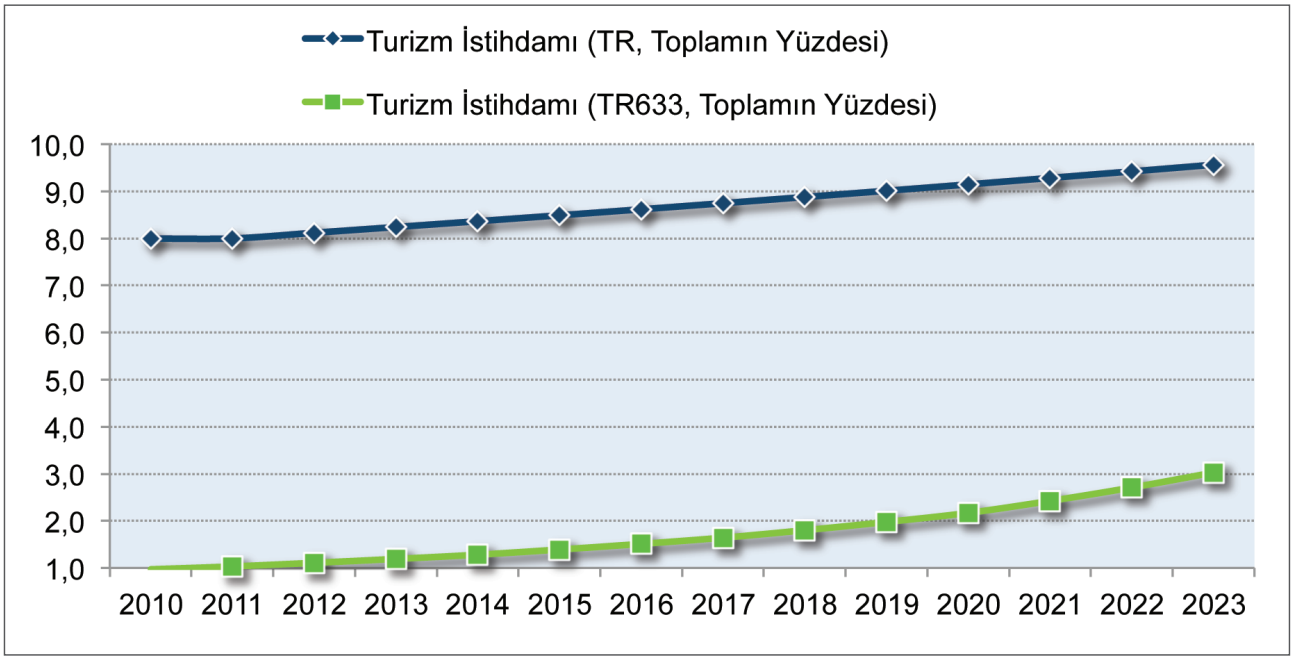
Grafik 17: Turizmin Toplam İl İstihdamındaki Payı



İl ekonomisi içerisinde artan bir güç kazanan turizm endüstrisinin gelişim hızı özellikle ulusal düzeyle karşılaştırıldığında daha sağlıklı bir şekilde kavranabilir (Grafik 18). 2010 yılı itibarıyla ulusal istihdamın yaklaşık yüzde 8'i doğrudan turizmle ilişkilendirilebilecek sektörlerce sağlanmaktadır. Osmaniye ilinde ise bu oran yüzde 1'in altında bulunmakta ve mevcut haliyle turizm faaliyetleri işgücü piyasaları açısından ihmal edilebilir bir önem taşımaktadır.

Stratejinin etki gücüyle hareketlenen turizm hızlı bir büyüme göstererek istihdam kapasitesiyle sektörün ulusal büyüklüğüne yakınsama gösterecektir. Bu doğrultuda 2023 yılında turizm endüstrisi ülke istihdamının yaklaşık yüzde 9,5'i turizmde yoğunlaşırken turizm toplam il istihdamının yüzde 3'ünü karşılayacaktır.

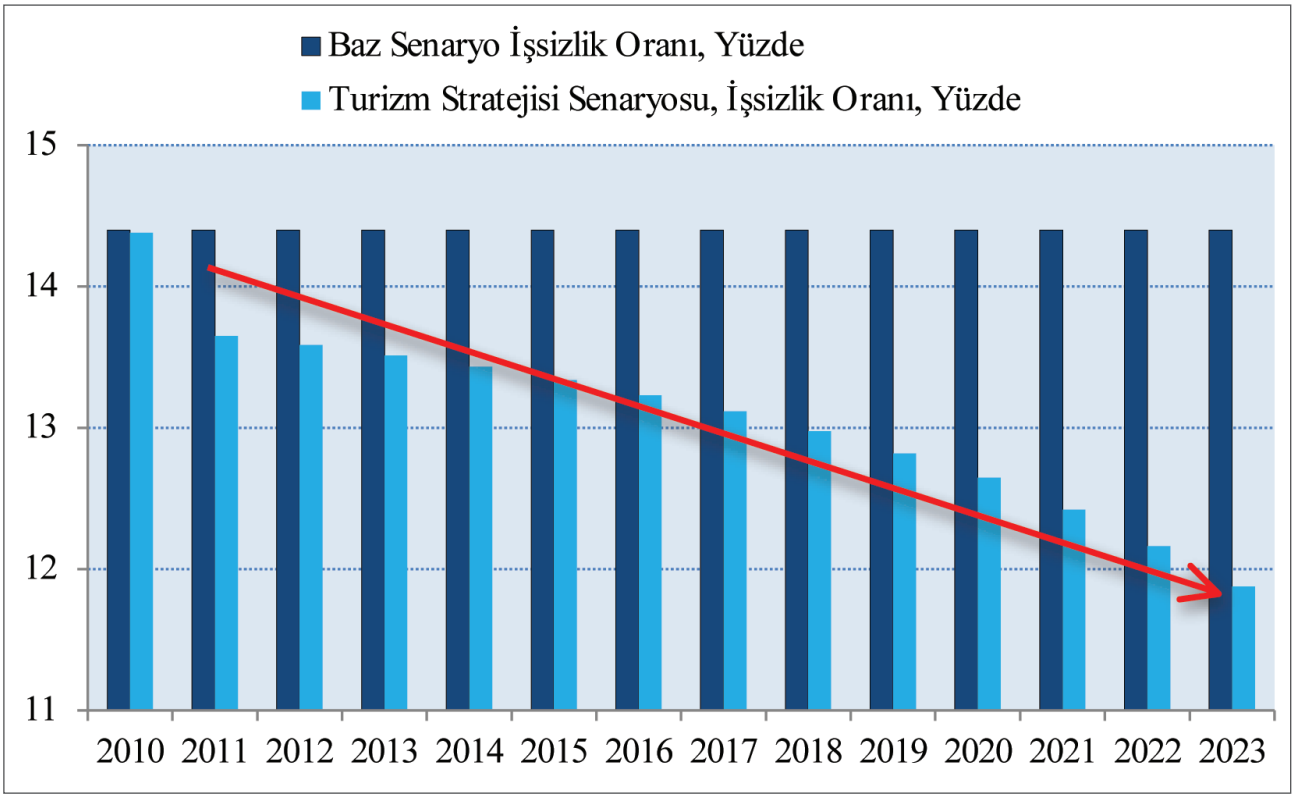
Grafik 18: Turizm Sektörünün Ulusal İstihdam ve İl İstihdamındaki Konumu



Turizm endüstrisi yükselen bir ekonomik güç haline gelerek her beş işsizden birini iş imkânına kavuşturacaktır. Böylelikle 2023 yılında sadece turizm sektörünün gelişme etkisiyle işsizliğin 3,5-4 puan düşmesi beklenmektedir.

Sonuç olarak turizm endüstrisi yüksek bölgesel işsizliğin çözümünde başat rol oynayacak bir konuma sahiptir. 2010 yılı itibarıyla Osmaniye ili işsizlik oranı yaklaşık yüzde 15'tir. Baz senaryoda bu seviyenin sabit kalacağı varsayılmıştır. Stratejinin hayata geçmesi ile birlikte, yoğun yatırımların ve geliştirme çalışmalarının yaratacağı istihdam etkileriyle 2015 yılı itibarıyla işsizlik oranı yüzde 13,3'e, 2023 yılı itibarıyla ise yüzde 12'nin altına kadar gerileyecektir. Turizm endüstrisi yükselen bir ekonomik güç haline gelerek her beş işsizden birini iş imkânına kavuşturacaktır.

Grafik 19: Turizm Stratejisinin İstihdam Etkisi, 2010-2023.



İşsizliğin psikolojik, ekonomik ve sosyal etkilerinin en yoğun olarak hissedildiği genç nüfus gruplarının istihdam imkânlarında yaşanacak bu iyileşme, sosyal içerme imkânlarını artırarak yoksulluk ve dışlanma gibi ekonomik ve sosyolojik problemlerin çözümüne katkı sağlayacaktır.

Böylelikle turizm sektöründe doğrudan istihdam edilenlerin oranı 2023 itibarıyla yüzde 270 artacak, 2010 yılı istihdamının yaklaşık 4 katına çıkacaktır. Osmaniye ili genelinde gençler ve 25-29 yaş grubundaki nüfusun istihdam oranlarının düşüklüğü dikkate alındığında, turizm istihdamının gelir dağılımını iyileştirici ve yoksulluğu azaltıcı önemli etkileri olacaktır. İşsizliğin psikolojik, ekonomik ve sosyal etkilerinin en yoğun olarak hissedildiği genç nüfus gruplarının istihdam imkânlarında yaşanacak bu iyileşme sosyal içerme imkânlarını artıracaktır.

Konaklama Kapasitesinde Öngörülen Gelişmeler

Konaklama kapasitesi işletme, tesis, oda ve yatak sayısı ve niteliği itibarıyla turizm endüstrisinin gelişme seviyesini belirleyen en önemli faktörler arasındadır. Mevcut durum analizinde ortaya konulduğu gibi Osmaniye ili konaklama kapasitesi açısından görece olarak az gelişmiş bir görünüm arz etmektedir. 2010 yılı rakamlarına göre Osmaniye'deki Turizm İşletme Belgeli (TİB) yatak sayısı yalnızca 470'tir. Bu düzey Türkiye'deki TİB yatak sayısının sadece on binde 8'ini oluşturmaktadır.

Strateji turizm sektörünün gelişme aşamasına uygun hedefler belirlemiştir. Gelişmiş turizm destinasyonu ülkeler, ılımlı konaklama kapasitesi artışlarıyla, bütün enerjilerini turizm varlıklarının ve altyapısının üretkenlik gücünü ve yenilik potansiyelini hareketlendirmeye yönlendirmektedirler. Osmaniye turizm sektörü ise henüz emekleme çağında ve uzun bir yolun başlangıcındadır. Bu itibarla gelişmiş ekonomilerle aynı stratejiler tatbik edilemez.

Stratejiyi özellikle gelişmiş bir turizm ekosistemine sahip OECD ekonomilerinde rastlanılan örneklerinden ayıran en önemli özellik, üretkenlik odaklı değil kapasite genişlemesine dayanan bir yapıya sahip olmasıdır.

Stratejiyi özellikle gelişmiş bir turizm ekosistemine sahip OECD ekonomilerinde rastlanılan örneklerinden ayıran en önemli özellik, üretkenlik odaklı değil kapasite genişlemesine dayanan bir yapıya sahip olmasıdır. Turizm varlıklarının tanımlanması, uygun cazibe unsurlarıyla desteklenmeleri ve ekonomiye kazandırılmaları, fiziki altyapı eksikliklerinin hızla giderilmesi ve özellikle konaklama kapasitesinin nitelik ve nicelik bakımından hızla geliştirilmesi gibi stratejiler Osmaniye turizm sektörünün gelişme aşamasına en uygun çözüm yollarıdır.

Tablo 19: Osmaniye Konaklama Kapasitesindeki Öngörülen Gelişim

	2010	2015	2023
Yatak Kapasitesi (GM,TİB, BB)*	1.311	1.979	3.884
Kapasite Artış Oranı	-	6%	6%
Yatak Kapasitesi (Yaşlı Bakım Merkezleri)	0	200	750
Yatak Kapasitesi (TİB)	470	600	1.031
İlave Yatak Sayısı, Yıllık	-	29	67
Kapasite Artış Oranı	-	5%	7%
Yatak Kapasitesi (BB, Modernize edilmiş)	0	233	723
Kapasite Artış Oranı	-	5%	5%
Yatak Kapasitesi (BB)	841	1.180	2.104

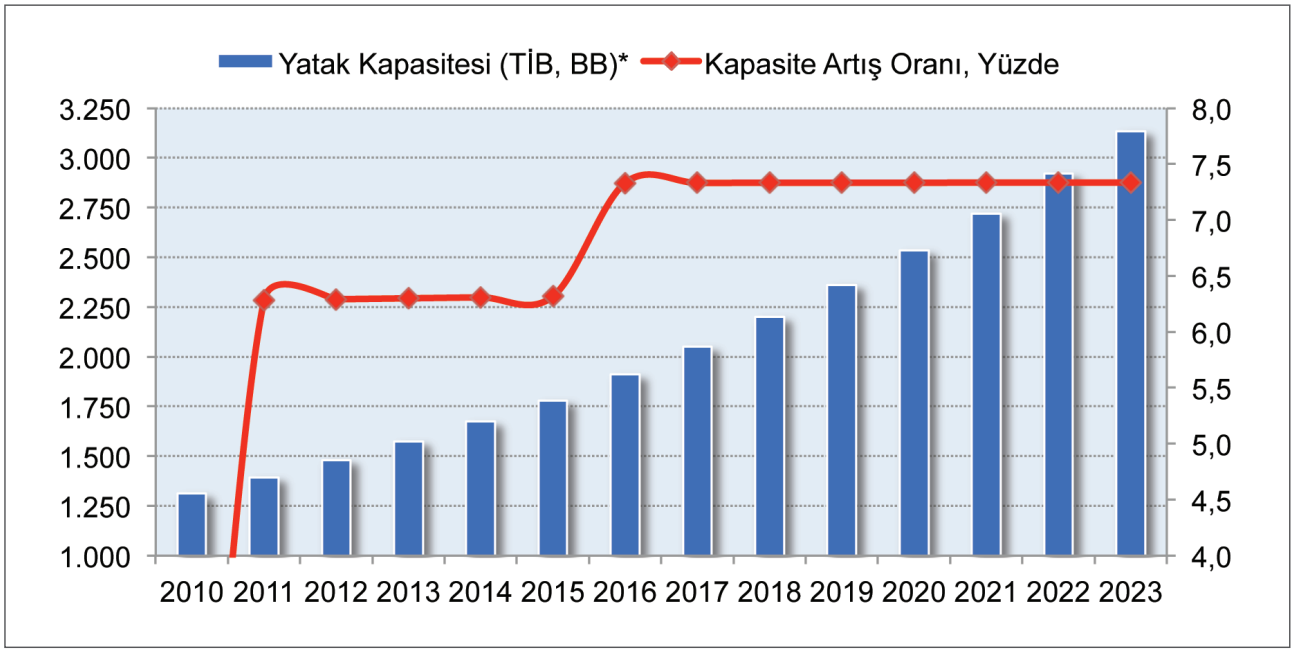
*** : GM: Yaşlı Bakım (Geriatri) Merkezleri, TİB: Turizm İşletme Belgeli, BB: Belediye Belgeli**

Kaynak: Kendi hesaplamalarımız

2023 yılı itibarıyla ildeki yatak kapasitesi 2010 yılı yatak kapasitesini yaklaşık üçe katlayacaktır.

Bu doğrultuda turizmde yaşanacak hızlı genişlemeyi yansıtan bir şekilde konaklama kapasitesinin artan hızla yükseltilmesi hedeflenmektedir. 2011-2015 döneminde yıllık ortalamada yaklaşık yüzde 6,3'lük bir kapasite büyümesi gerçekleşirken, 2015 yılından itibaren komşu Arap rejimlerinin istikrar kazanmasıyla birlikte turizm yatırımları daha da hız kazanacaktır. Böylelikle 2015-2023 döneminde kapasite büyümesinin yüzde 7,3'e çıkacağı öngörülmektedir. 2023 yılı itibarıyla ildeki yatak kapasitesi 2010 yılı yatak kapasitesini yaklaşık üçe katlayacaktır (Grafik 20).

Grafik 20: Turizm İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli Yatak Kapasitesi

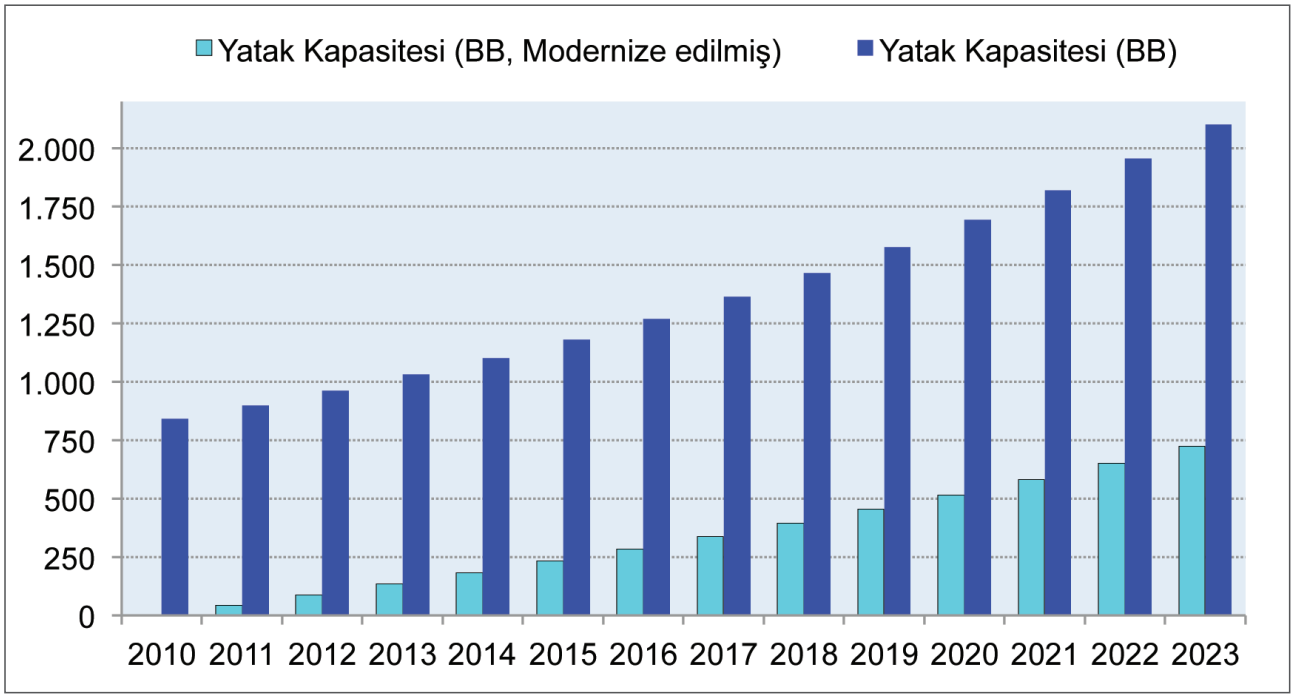


Yatak kapasitesindeki artışın kaynakları incelendiğinde, en büyük katkının BB tesislerden geleceği öngörülmektedir. 2015 yılında, 1.979 yatağın 1.180'i BB iken; 2023 yılında 3.884 yatağın 2.104'ü BB yatak kapasitesinden meydana gelecektir. Osmaniye Turizm Stratejisi eko-turizm varlıklarını geliştirmeye odaklandığı ve ulaşım altyapısının geniş olanaklarını kullanarak yurtiçi turizme öncelikle yöneldiği için, söz konusu kapasite yatırımlarının pansiyonlar, dağ evleri ve oteller gibi BB tesislere sevk edilmesi zorunludur. Yatak kapasitesindeki artış oranları ilk yıllarda yüzde 6,3'ler gibi ılımlı seviyelerde gerçekleşeceği, 2015 sonrasında ise hız kazanarak yüzde 7,3 patikasına kadar yükseleceği öngörülmektedir.

Belediye belgeli tesislerin kalitesini yükseltebilmek için ayrı bir modernizasyon programının devreye alınması planlanmaktadır. Belediye belgeli toplam yatak sayısının her yıl yüzde 5'lik bir kesiminin modernize edileceği varsayılmıştır. Böylelikle gerek modernize edilmiş gerekse ek yatırımlardan kaynaklanan ilave yatak kapasitesinin adet olarak yıllık 80'li seviyelerden 2023 yılına doğru yıllık 214'lük artışlara ulaşması hedeflenmektedir.

Geriye kalan kapasite artışlarının bir kısmı geriatri yaşam merkezlerinden ve öteki kısmı ise belediye belgeli tesislerin modernizasyon programından kaynaklanacaktır. Belediye belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesinin her yıl yüzde 5'lik kısmının modernizasyon programına alınmak suretiyle 2023 yılında tamamının peyderpey nitelik bakımdan geliştirilmesi sağlanacaktır. 2023 yılı toplam yatak kapasitesinin yaklaşık yüzde 19'u bu dönüşüm ile karşılanmış olacaktır .

Grafik 21: Belediye Belgeli Tesislerin Modernizasyon Programı



Ziyaretçi Sayıları ve Konaklama Süreleri

Konaklama kapasitesi, turizm altyapısı ve turizm varlıklarına yapılacak yoğun yatırım hamleleri talep geliştirme stratejileriyle desteklendiğinde Osmaniye'nin misafir ettiği kişi sayısı hızlı bir gelişme gösterecektir. 2010 yılı itibarıyla ili turistik amaçlarla ziyaret edenlerin sayısı 48 bindir. Bu ziyaretçilerin yüzde 98'i yerli ziyaretçilerden oluşmakta, geriye kalan yüzde 2'lik kesim ise yabancı turistlerden meydana gelmektedir. Mevcut durumda yerel turizm endüstrisinin içe kapalı ve yerleşik ziyaretçilere yönelik bir yapısı olduğu görülmektedir (Tablo 21).

Tablo 20: Turist Sayısında Öngörülen Gelişmeler

	2010	2015	2023
Toplam Ziyaretçiler	47.417	68.254	130.411
Artış oranı	5%	8%	9%
Yabancı	1.175	3.398	10.365
Artış oranı	30%	20%	15%
Yerli	46.242	64.857	120.045
Artış oranı	5%	7%	8%
Geriatri Merkezlerinin Yabancı Turist Eşdeğeri	-	32.670	75.200

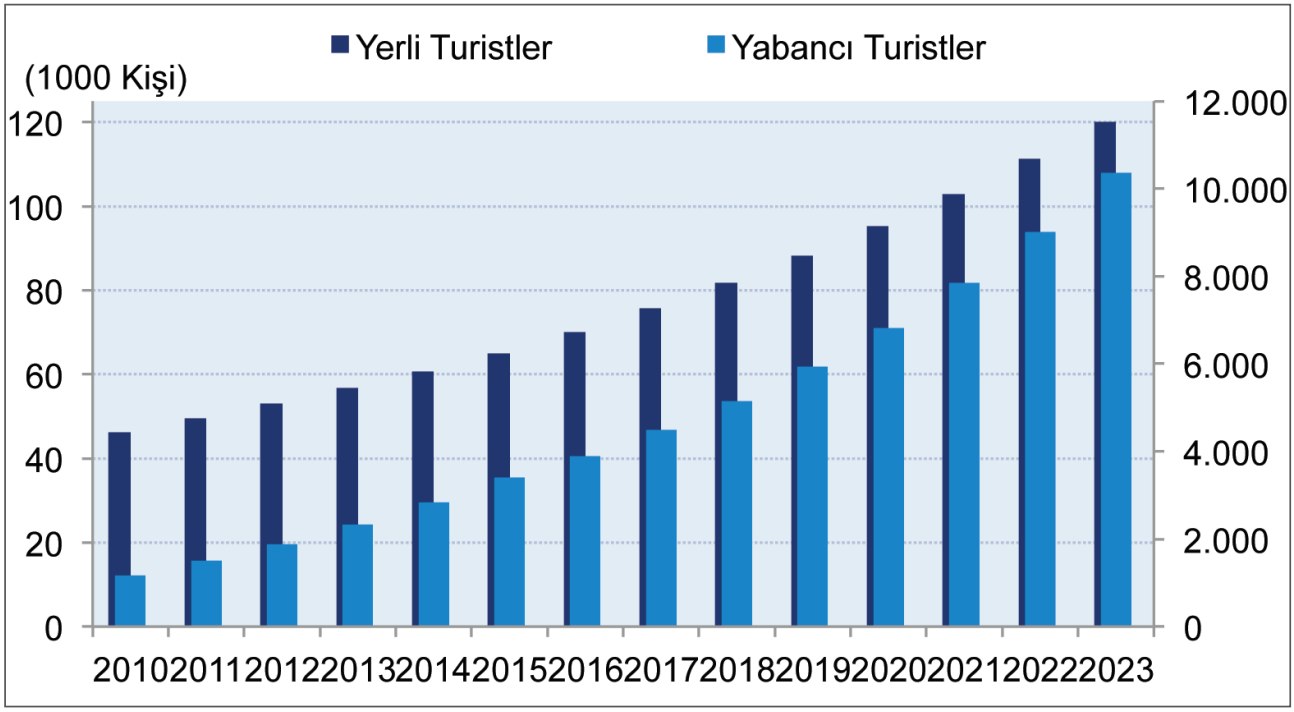
Turizm Stratejisi aktif arz ve talep yönlü politikalara dayanarak özellikle yabancı ziyaretçi grubunda büyük bir artış gerçekleşmesini hedeflemekte ve bu doğrultuda 2015 yılında yabancı ziyaretçi sayısının 3 bine, 2023 yılında ise 10 bine ulaşacağını öngörmektedir. Yabancı turist sayısındaki artışın 2010 yılındaki yüzde 30 seviyesinden kademeli olarak hız kesmek suretiyle 2023 yılında yüzde 15'lere kadar gerileyeceği tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, özellikle Hatay merkezli yeni bir turistik destinasyonun ortaya çıkması sayesinde Osmaniye'nin görece sınırlı turizm ekosisteminin de bu gelişmelerden pozitif etkileneceği öngörülmektedir.

Yerli turistler ziyaretçileri arasında çok önemli bir ağırlığa sahip olmaya devam edecek ve 2023 yılı itibarıyla yerli turist sayısı 120 bini aşacaktır (Grafik 22).

2023 yılında toplam ziyaretçi sayısının yaklaşık üçe katlanması ve 130 bini aşması hedeflenmektedir.

Böylelikle 2023 yılında toplam ziyaretçi sayısının yaklaşık üçe katlanması ve 130 bini aşması hedeflenmektedir. Osmaniye kendine has bir turizm ekosistemi geliştirerek içe kapalı, transit geçişlere dayalı turizm endüstrisini rekabet gücü olan bir ekonomik güce dönüştürecektir.

Grafik 22: Turist Sayısı Tahminleri, Yerli (Sol Eksen) ve Yabancı Turistler (Sağ Eksen)



Toplam ziyaretçi sayısına geriatri merkezlerinin yabancı turist eşdeğeri olarak hesaplanan miktarlar dâhil edilmemiştir. Bu rakam, geriatri merkezlerinde sürekli bir biçimde konaklayacak ve yaşlılık bakım hizmetlerinden yararlanacak olan kişilerden elde edilen toplam gelirin turistik ziyaretlerde bulunan yabancı turistlere uyarlanmasıyla elde edilmiştir. Geriatri merkezleri, 2015 yılında 33 bin yabancı turistin bıraktığı gelire eşdeğer bir gelir bırakacak, 2023 yılında ise 75 bin yabancı turistin ziyaretine bedel bir gelir elde edilmesini sağlayacaktır.

Tablo 21: Ortalama Konaklama Süreleri, Gün

	2010	2015	2023
Yabancı	2,0	2,2	3,3
Yerli	1,3	1,5	2,0

Kaynak: Kendi hesaplamalarımız

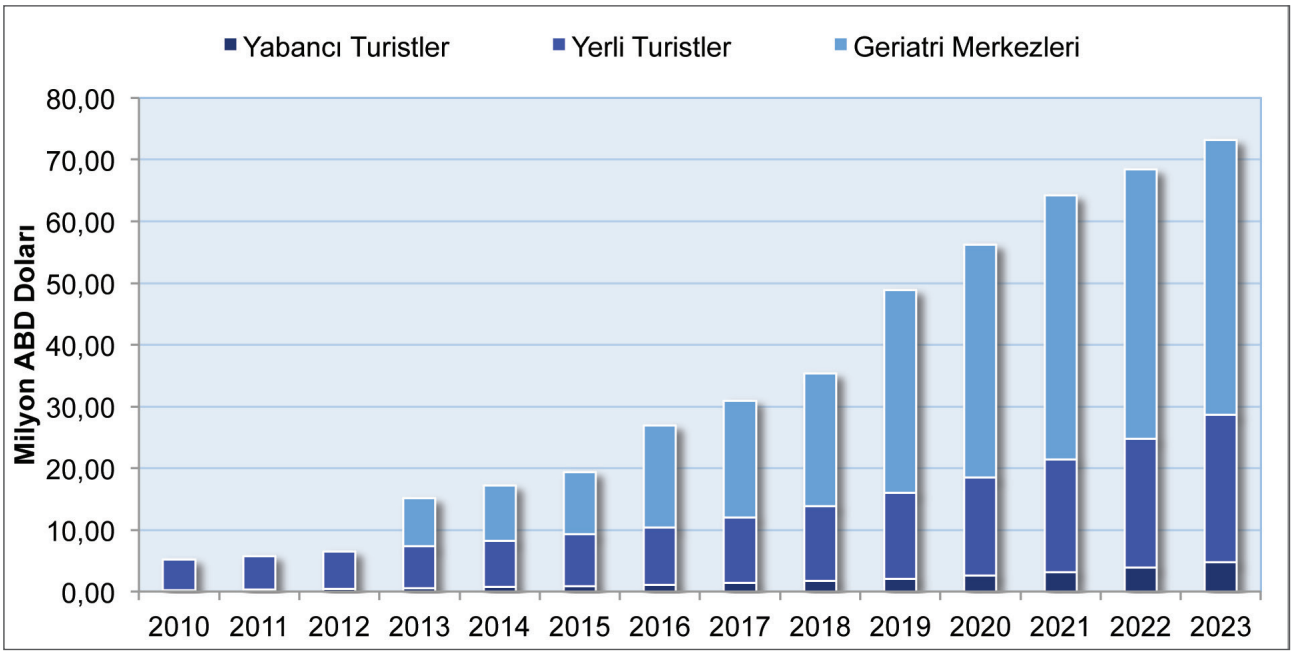
Hem yerli hem de yabancı turistlerin konaklama süreleri Türkiye ortalamasının oldukça altındadır. 2010 yılı verilerine göre bu süreler Osmaniye'yi ziyaret eden yabancılar için 2,0 ve yerli turistler için ise 1,3 gündür. Osmaniye turizm ekosisteminin gelişmesiyle birlikte konaklama sürelerinde tedrici olarak bir yükselme yaşanacaktır. Turistler çok daha çeşitli turizm mal ve hizmetlerinden seçim yapabilecek hale geleceklerdir. Dolayısı ile 2015 yılında yabancıların ziyaret süresinin 2,2 güne, 2023 yılında ise 3,3 güne yükseleceği öngörülmekte; yerli turistlerin kalış sürelerinin 2015 yılında 1,5 güne ve 2023 yılında ise 2,0 güne ulaşacağı öngörülmektedir.

Turizm Gelirleri

Turist sayısında yaşanan artış turizm gelirlerini doğrudan etkileyecektir. 2010 yılı için yaklaşık 5,7 milyon ABD Doları seviyesinde olan turizm gelirleri 2015 yılı itibarıyla 20 milyon, 2023 yılı itibarıyla da 76,6 milyon ABD Dolarına ulaşacaktır (Tablo 23). Yerel turistlere yönelik ürün ve hizmetler turizm gelirlerinin artışında önemli bir oynamaya devam edecek 2023 yılına gelindiğinde yerli turistlerin il ekonomisine katkıları 27 milyon ABD Dolarını geride bırakacaktır.

Turizm gelirlerindeki hızlı gelişmenin en önemli kaynaklarından biri geriatri yaşam merkezlerinin sağladığı gelirlerdir. Geriatri yaşam merkezleri 2015 yılında 10 milyon, 2023 yılında ise 45 milyon ABD Doları bir faaliyet geliri elde edilmesini sağlayacaktır. Böylelikle özellikle sağlık turizmi alanında gerçekleştirilecek olan bu atılım termal tesisler, hastane ve tedavi hizmetleri gibi sağlık turizminin öteki faaliyet kollarını da besleyecek ve Osmaniye'nin bölgesel bir sağlık merkezi olma yolunda önemli adımlar atmasını sağlayacaktır.

Grafik 23: Turizm Gelirleri Projeksiyonu



8.2. İl Turizm Stratejisi ve Gelişme Eksenleri

Turizm endüstrisinin geliştirilmesi pek çok alanda eşanlı stratejilerin uygulanmasını gerektirmektedir. Söz konusu bölüm, böyle bir zorunluluğu karşılamaya çalışmakta ve hem yatay hem de dikey endüstriyel bağlantıları gözeten, katılımcılığa dayanan, arz ve talep unsurlarını eşanlı bir biçimde stratejik alana dahil eden entegre bir strateji ortaya koymaktadır.

Stratejinin yatay bağlantılarının sağlanmasında ve stratejik faaliyetlerin örgütlenmesinde gelişme eksenleri hayati bir rol oynamaktadır. Bunlar özellikle tematik bazı alanlarda stratejinin farklı boyutlarını tanımlamakta ve böylelikle gerekli hedeflerin tayininde ve faaliyetlerin icrasında kavramsal bir şemsiye görevi görmektedirler. Tematik gelişme eksenleri belirlenirken stratejinin arz ve talep yönlü genel kurgusuna riayet edilmiş ve bu perspektiften yola çıkılarak genel tasarım tamamlanmıştır.

Arz ve talep yönlü gelişme eksenleri arasında yakın bir ilişkiden bahsetmek mümkündür. Bu stratejilerin birbirinden bağımsız bir şekilde ele alınması kapsamlı bir stratejinin etkisini azaltabilecektir. Örneğin kültürel ve turistik varlıkların geliştirilmesi stratejisi, bu tesislere ilişkin fiziki erişim imkânlarının geliştirilmesi gibi diğer arz yönlü stratejiler veya farklı turizm gruplarına tanıtım imkânlarının geliştirilmesi gibi diğer talep yönlü stratejiler ile entegre edilmediğinde turist sayısında arzu edilen artış yakalanamayacaktır.

Aşağıda yer alan matriste bu stratejiler arasındaki karşılıklı ilişki düzeyi tanımlanmıştır. Bu ilişki düzeylerini orta, güçlü ve çok güçlü ilişki düzeyleri olarak üç grupta tanımlamak mümkündür. Bir başka ifadeyle, her bir arz yönlü strateji talep yönlü bir strateji ile orta, güçlü veya çok güçlü bir düzeyde ilişkilidir.

Daha önce vurgulandığı gibi, bu stratejilerin hayata geçirilmesinde turizm sektörü ile ilgili bütün paydaşların ortak bir sorumluluk çerçevesinde profesyonel bir anlayışla, proje odaklı, hızlı ve etkin bir çalışma ortamının oluşturulması gerekmektedir. Böylesi bir yapının başarı ile uygulanabilmesi için stratejik faaliyetlerin yerine getirilmesinden, ilgili aktörler arasındaki koordinasyondan ve çıktıların üst birimlerine raporlanmasından ve sunumundan sorumlu bir Strateji Koordinasyon Ofisi (SKO) yapısının oluşturulması zorunludur.

Oluşturulacak bu yapı, bünyesindeki Teşvik, Proje Geliştirme, BİT, Eğitim uzmanı gibi nitelikli uzman kadrosu ile tedbirlerin hayata geçirilmesinde önemli görevler üstlenebilecek, gelişmeleri Strateji Yürütme Kuruluna düzenli olarak rapor edecek, kamu ve özel kaynakların öncelikli alanlara yönlendirilmesini sağlayacaktır.

TURİZM YÜRÜTME (YÖNETİM) KURULU

- Vali
- Belediye Başkanı
- OKÜ Rektörü
- OTSO Başkanı
- DOĞAKA Gen. Sek.

STRATEJİ İLERLEME RAPORU

- 3' er aylık gerçekleşmeler.

PROJE KOORDİNASYON OFİSİ (P.K.O)

- Teşvik Uzmanı
- BİT Uzmanı
- Pazar Araştırmaları Uzmanı
- Eğitim Uzmanı
- Turizm Sektörü Uzmanı
- Tanıtım Sektörü Uzmanı
- İstihdam Uzmanı
- Proje Geliştirme Uzmanı

- KOBİ ve girişimcilere yatırım desteği
- Portal Tasarımı, Web sitesi kurulumu, yönetimi
- KOBİ Destek
- Eğitim İhtiyaçları, Sektörel Araştırmalar
- Sektörel Araştırmalar
- Tanıtım organizasyonları
- Sektörel istihdam arz ve talepleri, işe yerleştirme

BÜTÇE

- Kalkınma Ajansı
- İl Özel İdaresi
- Sponsor Gelirleri
- Kamu Özel İşb.
- IPA Fonları

Tablo 22: Osmaniye İl Turizm Stratejisi Matrisi

		2.TALEP YÖNLÜ STRATEJİLER					
			2.3. FARKLI TÜKETİM GRUPLARINA YÖNELİK ÖZGÜN DESTİNASYON TASARIMLARI				
STRATEJİLER		2.1. TEKNOLOJİNİN (e-ticaret) GELİŞTİRİLMESİ	2.2.1. İÇ TURİZME YÖNELİK UYGULAMALAR	2.2.2. ORTADOĞU PAZARINA YÖNELİK UYGULAMALAR	2.2.3. AB ORİJİNLİ YABANCI ZİYARETÇİLERE YÖNELİK UYGULAMALAR	2.2.4. YURT DIŞINDAN TATİLE GELEN TÜRK VAT.YÖNELİK UYGULAMALAR	2.3. TANITIM / FARKINDALIĞI ARTIRMA UYGULAMALARI
1.ARZ YÖNLÜ STRATEJİLER	1.1.TURİZM VARLIKLARININ GELİŞTİRİLMESİ	√	√	√	√ √	√	√
	1.2. FİZİKİ ALTYAPININ GELİŞTİRİLMESİ	√	√ √ √	√ √ √	√ √ √	√ √	√
	1.3. BEŞERİ SERMAYENİN GELİŞTİRİLMESİ	√ √ √	√	√ √	√ √ √	√	√
	1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN TEŞVİK EDİLMESİ	√ √ √	√ √	√ √	√ √	√	√
	1.5. SAĞLIK TURİZMİ VE EKO TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİ	√ √	√ √	√ √	√ √	√	√

√ : İlişki düzeyi ORTA

√ √ : İlişki düzeyi GÜÇLÜ

√ √ √ : İlişki düzeyi ÇOK GÜÇLÜ

8.3. Arz Geliştirme Stratejileri

Arz yönlü stratejilerin birincisi Osmaniye ilinin sahip olduğu turizm varlıklarının turizm hizmet sunumuna uygun bir şekilde ve anlayışla geliştirilmesidir. İlde pek çok tarihi ve kültürel varlık bulunmakla birlikte bu varlıkların önemli bir bölümünün çeşitli eksiklikleri bulunmakta, yine pek çoğunda restorasyon, restitüsyon, çevre düzenlenmesi proje uygulamaları gerekmektedir.

Bu sorunları aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür:

- Turizm varlıklarının restorasyon ve restitüsyon ihtiyaçları,
- Turizm varlıklarına ilişkin trafik tabelalarının, yönlendirici levhaların eksikliği
- Ziyaret edilen alanlarda, turizm varlığına ilişkin yazılı ve görsel tanıtım araçlarının eksikliği
- Ziyaret alanlarında çevre düzenleme eksiklikleri, park yeri, dinlenme ve restoran gibi alanların eksikliği
- Ziyaret edilen alana en yakın bir sonraki turistik destinasyona nasıl gidilebileceği, bu yerin tarihi ve turistik önemi gibi bilgiler içeren broşür ve diğer tanıtım araçlarının eksikliği
- Ziyaret edilen esere ait küçük işletmeler tarafından hazırlanmış el işleri, maket, biblo vb. ürünlerin eksikliği

Günümüzde artık rüya fabrikası olarak adlandırılan turizm endüstrisinde kişilerin tatil tecrübelerinde ufak ayrıntılar gittikçe önem kazanmaya başlamıştır. Yukarıda değinilen turistin tatil deneyimini kolaylaştıran ve daha zevkli kılan ayrıntılar aynı zamanda en etkili turizm tanıtımı araçlarından birisi olacaktır. Zira bugünün ziyaretçilerinin yeni bir destinasyon tercihinde başvurdukları en önemli araçlardan birisi gidilecek yer hakkında daha önce aynı bölgeyi ziyaret eden kişilerin özellikle internet platformlarında yaptıkları yorumlar, daha önceki ziyaretçilerin izlenimleri olmaktadır.

8.4. Talep Geliştirme Stratejileri

Osmaniye ili turizm potansiyelinin harekete geçirilmesi ve varlıkların geliştirilmesi, mevcut talebi ve harekete geçirilecek ilave talebe yönelik özelleştirilmiş politika önceliklerinin uygulanması ile anlamlı olabilecektir. Ancak bu sayede, turizm dengesi, yeni ve daha üst bir denge noktasına erişecektir. Bunun için öncelikle toplam turizm talebinin artırılması ve artan talebin doğru turizm varlıkları ile buluşturulması gerekmektedir.

İşte talep yönlü stratejilerin temel çıkış dayanağı bu kaygılardır. Bu çerçevede arz ve talep yönlü stratejiler birbirlerinin ayrılmaz tamamlayıcıları olarak dikkate alınmalıdır.

OSMANİYE İL TURİZM STRATEJİSİ EYLEM PLANI

Tarihin en eski dönemlerinden beri yerleşim yeri vasfını koruyan ve birçok medeniyetin etkisi altında kalmış olan Osmaniye'nin tarihi ve kültürel derinliği, doğal güzellikleri, yaylaları ve zengin mutfak kültürü ile önemli ulaştırma ağlarını birbirlerine bağlayan konumundan kaynaklanan turizm cazibesi unsurlarını en iyi şekilde değerlendirmek üzere hazırlanan Osmaniye İl Turizm Stratejisi Eylem Planı; konaklama kapasitesi ve altyapı olanaklarını geliştirerek ve tanıtım faaliyetlerine öncelik vererek ilin turizmden aldığı payı artırmak olarak geliştirilmiştir.

Bu ana strateji doğrultusunda;

- Kültür ve Turizm Varlıklarının Belirlenmesi,
- Kültür ve Turizm Varlıklarının İyileştirilmesi,
- Konaklama ve Ulaşım Altyapısının Geliştirilmesi,
- Turizm İşgücünün Geliştirilmesi,
- Farkındalık, Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi

olarak geliştirilen ana eksenler çerçevesinde 22 hedef ve bu hedeflere yönelik 59 alt faaliyet belirlenmiştir. Her bir faaliyet için sorumlu kuruluş ile sorumlu kuruluşun işbirliği yapacağı kuruluşlara da planda yer verilmiştir. Ayrıca yapılması hedeflenen faaliyetler için tahmini bütçe oluşturulmaya çalışılmış ve 2012-2015 yılları arasında planlanan faaliyetler için yaklaşık 15 Milyon TL. (15 Milyon 137 Bin TL.) bütçe öngörülmüştür.

EKSEN 1: KÜLTÜR VE TURİZM VARLIKLARININ BELİRLENMESİ

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
	Hedef 1. İldeki kültür ve turizm varlıkları belirlenerek bir envanter hazırlanacaktır.						
1.1	Kültür ve turizm envanteri hazırlık çalışmaları tamamlanacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	İldeki tarihi varlıklar, inanç varlıkları, eko-turizm varlıkları, termal turizm varlıkları entegre bir şekilde ele alınacak ve bu doğrultuda bu varlıkları tanımlayan, önceliklendiren ve turizme kazandırılması için gerekli ihtiyaçlarını belirleyen bir araştırma çalışması hızla gerçekleştirilecektir.
1.2	Alternatif turizm varlıkları entegre bir şekilde ele alınacak ve bu doğrultuda bu varlıkları tanımlayan, önceliklendiren ve turizme kazandırılması için gerekli ihtiyaçlarını belirleyen bir araştırma çalışması hızla gerçekleştirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	75.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Yamaç paraşütü, Jeep Safari, Orienteering, Karavan Güzergahı, Bisiklet Turu,foto-safari gibi alternatif turizm güzergahları,varlıkları ve potansiyelleri belirlenecektir. Her alternatif turizm turu için ayrı İngilizce ve Türkçe broşürler hazırlanacaktır.
1.3	İl merkezinde bulunan tarihi ve kültürel eserlerin ve binaların proje ve restorasyon çalışmaları tamamlanacaktır.	Vakıflar Bölge Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	1.000.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2015	İl Turizm Eylem Planı kapsamında İl Turizm Konseyi tarafından daha önce başlatılan proje ve restorasyon çalışmaları ivedilikle tamamlanacaktır.
1.4	Sözlü kültür envanteri tamamlanacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Halk kültürü ile ilgili çalışmalar yapan dernekler ve gerçek kişilerin aktif bir şekilde katılımı esas alıncaktır.
1.5	İl Turizm Konseyi İzleme Komitesi Strateji ve Eylem uygulanması ve takibi ile ilgili koordinasyon ve sekreterya işlerini yürütecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	İl Turizm Konseyi kurularak Osmaniye Turizm Stratejisi ve Eylem Planının uygulanması ve takibi ile ilgili koordinasyon ve sekreterya işlemlerini yürütecektir.
1.6	Karatepe–Aslantaş Milli Park alanının Mastır Planı hazırlanacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	OKÜ, DOĞAKA	70.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	

EKSEN 1: KÜLTÜR VE TURİZM VARLIKLARININ BELİRLENMESİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
	Hedef 2. İlde yer alan tespit ve tescili tamamlanmış tarihi kaleler, farklı alternatif turizm uygulamaları ile tanıtılacaktır.						
2.1	İlimizde bulunan tarihi kalelerin tespit ve tescillerinin tamamlanarak destinasyon çalışmaları tamamlanacaktır.	Vakıflar Bölge Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2014	İl sınırları içerisinde yer alan kalelerin kaleler destinasyonu kapsamında turizm faaliyetleri düzenlenecektir.
2.2	Kaleler güzergahında jeep safari, karavan güzergahı, foto-safari gibi alternatif turlar veya orienteering, bisiklet turu yarışları her yıl aynı haftada düzenlenecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	200.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Kaleler Güzergahı Raporu doğrultusunda Jeep Safari, Orienteering, Karavan Güzergahı, Bisiklet Turu,foto-safari gibi alternatif turlardan ve/veya yarışlardan bir veya birkaçı Kaleler Güzergahında her yıl anı haftada düzenlecektir.
2.3	Hazırlanmış olan belgeseller, sinevizyon gösterileri halka sunulacaktır.	Vakıflar Bölge Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2014	Hazırlatılcak olan sinevizyon gösterileri ve belgeseller, başta büyükşehirler olmak üzere, toplu taşım araçlarında ve görsel medyada yer alması için gerekli çalışmalar yürütülecektir.
2.4	İl Kültür ve Turizm Md. Bünyesinde ilave istihdam imkanları geliştirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	DOĞAKA, OTSO,İl Özel İdaresi	2012-2015	Hizmet alımı yoluyla, İl Özel İdaresi, DOĞAKA, Ticaret ve Sanayi Odasınında desteği ile, Turizm Stratejisi ve Eylem Planının uygulanması ve takibi, gerekli bilgi ve belgelerin hazırlanması gibi görevlerde kullanılmak amacıyla, birisi IT uzmanı olmak üzere, beş adet Turizm uzmanı istihdam edilecektir.
1.5	İl Turizm Konseyi İzleme Komitesi Strateji ve Eylem uygulanması ve takibi ile ilgili koordinasyon ve sekreterya işlerini yürütecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, OKÜ, Adana Bölge Krl. Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Md., İl Özel İdaresi, İl Milli Eğitim Md., İl Çevre ve Orman Md., OTSO, Basın Kuruluşları,	100.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	İl Turizm Konseyi kurularak Osmaniye Turizm Stratejisi ve Eylem Planının uygulanması ve takibi ile ilgili koordinasyon ve sekreterya işlemlerini yürütecektir.
1.6	Karatepe–Aslantaş Milli Park alanının Mastır Planı hazırlanacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	OKÜ, DOĞAKA	70.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	

EKSEN 2: KÜLTÜR VE TURİZM VARLIKLARININ İYİLEŞTİRİLMESİ

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
	Hedef 1. İldeki kültür ve turizm varlıkları belirlenerek bir envanter hazırlanacaktır.						
1.1	2015 yılı itibarıyla 3 adet tematik müze kurularak hizmete açılacaktır.	İlgili Belediyeler	İl Özel İdaresi, İl Kültür ve Turizm Md.	250.000 TL	İlgili Belediyeler	2015	
1.2	Tarihi özelliği olan ve henüz iktisadi değer kazandırlamamış muhtelif kamu ve özel binaların (kale burçları, metruk evler, eski okul yapıları vs.) butik otel işletmeciliğine açılması sağlanacaktır.	İlgili Belediyeler	İl Özel İdaresi, İl Kültür ve Turizm Md.	250.000 TL	Belediye	2015	
1.3	Tarihi binalardan uygun olan birisi Osmaniye Kültür Evi'ne dönüştürülerek, tüm gün ve yıl kültür ve turizm faaliyetlerine açılacak.	Osmaniye Belediyesi	Valilik, OTSO,	152.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Osmaniye kültür evinde, başta Üniversiteler olmak üzere ildeki kültür ve turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapacaktır.
1.4	İl ve ilçe merkezleri turistik bir görünüme kavuşturulacaktır.	İl ve ilçe belediyeleri	İlgili STK'lar	300.000 TL	İl ve ilçe Belediyeleri	2013	Büyük yerleşim merkezlerinde önemli cadde ve bulvarlardan başlayarak ticari binalar, kamu binaları ve özel konutların dış cepheleri, balkonları ve buna benzer müştemilatların güzelleştirilmesi ve çiçeklendirilmesi için gerekli çalışmalar yapılacak ve kampanyalar düzenlenecektir.
1.5	Toprakkale ve ilçelerde yer alan kaleler tüm gün tüm yıl turizm etkinlikleri için kullanılacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Üniversiteler,OTSO, DOĞAKA	250.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2014	Özellikle yaz aylarında, başta Üniversite tiyatro ve müzik toplulukları olmak üzere, yerel amatör sanatçıların Kalede performans etkinlikleri düzenlemeleri sağlanacaktır.
1.6	İlde yer alan tarihi konakların restorasyon çalışmaları tamamlanacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Üniversiteler, OTSO, DOĞAKA	500.000 TL	Belediye	2014	İlde yer alan tarihi konakalrın restorasyon çalışmaları tamamlanacak, konum olarak uygun olanlar temati müze olarak değerlendirilebilecektir.
1.7	Osmaniye Müzesi yurt içi ve dışındaki müzelerle işbirliğini güçlendirecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Üniversiteler, OTSO, DOĞAKA	100.000 TL	İl Özel İdaresi	2013	
1.8	İmarlı, alt yapısı ve sosyal alanları yapılmış, bölgenin de yaşam kültürünü yansıtan " Yayla Kent' lerin kurulması sağlanacaktır.	Belediye	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	500.000 TL	Belediye	2014	Çukurova bölgesinin yaşam tarzı olan yaylacılık kültürünü devam ettirmek için Yerli ve yabancı ziyaretçilere hizmet edebilecek, İmarlı, alt yapısı ve sosyal alanları yapılmış, bölgenin de yaşam kültürünü yansıtan " Yayla Kent' lerin kurulacaktır.

EKSEN 2: KÜLTÜR VE TURİZM VARLIKLARININ İYİLEŞTİRİLMESİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 2: Tarihi toprakkale gerekli dönüşümler sonucunda tarihi bir alışveriş ve dinlence merkezine dönüştürülecektir							
2.1	Tarihi Toprakkale tarihi kimliğine uygun bir alışveriş ve eğlence merkezine dönüştürülecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Üniversiteler, OTSO, DOĞAKA	500.000 TL	OTSO	2013	Bu amaçla gerekli el değiştirme ve kamulaştırma işlemleri tamamlanacaktır. Daha sonra bu işletmeler kiralama veya Yap-İşlet yoluyla geleneksel ve yöresel el sanatlarını segileyecek işletmelere aktarılacaktır.
2.2	Toprakkale içinde 20 yataklı butik otel düzenlenmesi gerçekleştirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Belediye	-	Özel Sektör	2014	Özellikle turizm amaçlı olarak ili ziyaret eden vatandaşların konaklayabilecekleri 20 yataklı bir butik otel düzenlenmesi özel sektör eliyle yapılacaktır.
2.3	Turizm Tanıtım Ofisi kurularak faaliyete geçirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik, Üniversiteler, OTSO, DOĞAKA	120.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Toprakkale'de yer alan küçük bir bölümde Osmaniye Turizm ofisi kurulacak ve hazırlananan broşürler, sinevizyon gösterileri, turları,otelleri ve rehberlik hizmetleri hakkında bilgi sağlanacaktır.
2.4	Toprakkale'nin altyapı çalışmaları yapılacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Valilik,DOĞAKA, OTSO	250.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Altyapı çalışmaları kapsamında kalenin ışıklandırılması yapılacak, otopark düzeni sağlanacaktır.
Hedef 3: Düziçi ilçesinde Karacaoğlan Müzesi oluşturulacaktır.							
3.1	Düziçi Anadolu Öğretmen Lisesi yerleşkesinde yer alan atıl binada Karacaoğlan Müzesi yapımı düşünülmelidir.	İlçe Belediyesi	Valilik, Üniversiteler, DOĞAKA	300.000 TL	Düziçi Belediyesi	2014	
Hedef 4: Karatepe Aslantaş Açık Hava Müzesi oluşturulacaktır.							
4.1	Mevcut olan Karatepe-Aslantaş Açık Hava Müzesi restore edilecektir.	Kadirli Köylere Hizmet Götürme Birliği	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kadirli Belediyesi,	300.000 TL	Kadirli Köylere Hizmet Götürme Birliği	2013	
4.2	Açık Hava Müzesi çeşitli turların kapsamına dahil edilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Üniversite, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, STK'lar	10.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Açık Hava Müzesinin tanıtımının yapılabilmesi için çeşitli tur programlara dahil edilmesi sağlanacaktır.
4.3	Açık Hava Müzesinin görünürlük ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Kadirli Köylere Hizmet Götürme Birliği	50.000 TL	İl ve ilçe Belediyeleri	2013	Müzenin tanıtımı için Türkiye'deki tüm il, ilçe yerel yönetim ve turizm acentelerine gönderilmek üzere belgesel, tanıtım CD'leri, kitapçık ve broşürler hazırlanacaktır. Ayrıca, ziyaret için gelen yerli ve yabancı misafirlerin Karatepe-Aslantaş Açık Hava Müzesi'ni rahatça bulabilmeleri için işaret- tanıtım ve yön levhaları yaptırarak yol kavşaklarına yerleştirilecektir.
4.4	Açık Hava Müzesinde elektronik müze rehber sistemine geçiş yapılacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Üniversite, DOĞAKA	20.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013	Müzedeki eserlerin ziyaretçiler tarafından daha net anlaşılması için elektronik müze rehber sistemi ile her eserin anlatımı yapılacaktı.

EKSEN 3: KONAKLAMA VE ULAŞIM ALTYAPISININ GELİŞTİRİLMESİ

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 1. İldeki konaklama ve ulaştırma altyapısı geliştirilecektir.							
1.1	İlde yer alan kültürel ve turistik varlıkların ulaştırma problemleri giderilecektir.	İlgili Belediyeler ve Valilik	Belediye, İl Özel İdaresi,Karayolları Bölge Md.,İl Kültür ve Turizm Md.	1.000.000 TL	Belediye	2013	İlde yer alan kültürel ve turistik varlıklara gerekli ulaştırma problemleri tespit edilecek, ihtiyaç duyulan yerel ve merkezi bütçe ödeneklerinin aktarımı için girişimlerde bulunulacaktır.
1.2	Şehir merkezine yönlendirici levhalar kurulacaktır.	Belediye, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Belediye, İl Özel İdaresi,Karayolları Bölge Md.	1.000.000 TL	Belediye	2013	İlde yer alan kültürel ve turistik varlıklara ulaşım yönlerini gösteren İngilizce ve Türkçe yön levhaları konulacak ve ışıklandırmalar yapılacaktır.
1.3	Şehir merkezlerinde ve turizm varlıkları ve çevresinde temizlik hizmetleri altyapısı ve kamuya açık tuvaletlerin eksiklikleri tespit edilerek gerekli yatırımlar yürütülecektir.	Belediye	Valilik, OTSO,	400.000 TL	İl Özel İdaresi	2013	Şehir merkezlerinde ve turizm varlıkları ve çevresinde temizlik hizmetleri altyapısı ve kamuya açık tuvaletlerin eksiklikleri tespit edilerek gerekli yatırımlar yürütülecektir.
Hedef 2. Antik kent kazılarının etkin bir şekilde yürütülmesi ve sunumu için bir kentsel dönüşüm programı geliştirilecektir.							
2.1	Kastabala sit alanı olarak gerekli şekilde korunacaktır.	İl Özel İdaresi	OTSO, Valilik, Belediye	100.000 TL	İl Özel İdaresi	2014	
2.2	Sit alanı yakınlarında müze otel ya da açık hava müzesi çalışmaları yürütülecektir.	İl Özel İdaresi	OTSO, Valilik,Belediye, TOKİ	250.000 TL	İl Özel İdaresi	2015	Sit alanı yakınlarında bir mozaik otel ve/ veya açık hava müzesinin de yapımı TOKİ protokolü kapsamına dahil edilecektir.
2.3	Sit alanı konsepti ve tarihi dokusu ile uygun butik otel yatırımı için altyapı ve yönlendirme çalışmaları yürütülecektir.	İl Özel İdaresi	OTSO, Valilik,Belediye, TOKİ	100.000 TL	İl Özel İdaresi	2015	Sit alanı konsepti ve tarihi dokusu ile uygun butik otel yatırımı için altyapı ve yönlendirme çalışmaları yürütülecektir.
Hedef 3. Teknoloji ve iletişim altyapısı değiştirilecektir.							
3.1	Turizm sektöründeki bütün paydaşların(aktörlerin) ürünlerini ve hizmetlerini tanıtıp pazarlayabilecekleri ve bu hizmeti talep eden değişik turizm gruplarının etkin bir şekilde ilk basamak olarak kullanacakları bir İl Turizm Portalı oluşturulacaktır.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	İl Özel İdaresi	50.000 TL	İl Özel İdaresi	İ2013	Turizm ile ilgili eğitimler, istihdam imkanları , ildeki turistik tesislerin ve işletmelerin tanıtımı, İldeki konaklama tesisleri hakkında bilgi ve online rezervasyon imkanı, Turizm alanında eleman arayan işletmeler hakkında bilgiler, Turizm çalışanları için bir kariyer ve iş arama motoru gibi işlevleri haiz bir portal kurulacaktır.

EKSEN 3: KONAKLAMA VE ULAŞIM ALTYAPISININ GELİŞTİRİLMESİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 3. Teknoloji ve iletişim altyapısı değiştirilecektir.							
3.2.	İşletmelere Web sitesi kurulumu,Web danışmanlığı destekleri verilecek ve Turizm Portalında yer almaları sağlanacaktır.	OTSO	İl Özel İdaresi, DOĞAKA	50.000 TL	OTSO	2013	İşletmelere Portala kayıt, Web sitesi kurulumu (hosting, tasarım, domain), Web danışmanlığı (adsense reklamları, bannerler, güvenlik, online ticaret ve ödeme sistemleri) hizmetleri sağlanacaktır.
3.3.	Otobüs terminalleri, müze ve kütüphaneler, alışveriş merkezleri gibi ziyaretçilerin yoğun olarak kullandığı güzergahlarda geniş bant hizmetleri yeterli seviyelere getirilecektir.	İlgili Belediye	İl Özel İdaresi, DOĞAKA, Internet servis sağlayıcıları	100.000 TL	İl Özel İdaresi	2014	Otobüs terminalleri, müze ve kütüphaneler, alışveriş merkezleri gibi ziyaretçilerin yoğun olarak kullandığı güzergahlarda geniş bant hizmetleri yeterli seviyelere getirilecektir.
Hedef 4. Konaklama kapasitesi arttırılacak ve kalitesi iyileştirilecektir.							
4.1.	Belediye belgeli tüm konaklama tesisleri yatak kapasitesinin her yıl en az yüzde 10'u bir modernizasyon programı çerçevesinde rehabilite edilerek koşulları iyileştirilecektir.	İlgili Belediye, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	İl Özel İdaresi, DOĞAKA	500.000 TL	Belediye	2013	Belediye belgeli tesis sahiplerine Turizm İşletme belgesi dönüşümü için gerekli danışmanlık hizmeti,eğitimler ve teşvikler tasarlanarak uygulanacaktır.
4.2.	Bütün konaklama tesislerinin düzenli olarak müşteri memnuniyet anketleri düzenlemeleri ve bu doğrultuda anketlerden elde edilen bilgilerden yola çıkarak hizmet sunum ve kalitelerini artırmaları için gerekli düzenlemeler yapılacaktır.		İl Özel İdaresi, DOĞAKA,	20.000 TL	İl Özel İdaresi	2013	Geliştirilecek standart müşteri memnuniyeti ve beklentileri anketleri tüm turistik işletmelere dağıtılacak ve sonuçlar değerlendirilecektir
4.3.	Turizm konaklama kapasitesini artırmak, vatandaşın turizm algısını, farkındalığını ve turizm gelirlerini artırmak için pansiyonculuk eğitimleri başlatılacaktır.	OTSO, DOĞAKA	İl Özel İdaresi	50.000 TL	İl Özel İdaresi	2013	Özellikle yaylalarda, içmeler ve kaplıcalar bölgelerindeki vatandaşlara, muhtarlara pansiyonculuk ve temel ingilizce kursları düzenlenecek, sağlanabilecek yardımlar hakkında bilgi verilecektir.

EKSEN 4: TURİZM İŞ GÜCÜNÜN GERİŞTİRİLMESİ

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 1. Eğitim ve öğretim kurumları turizm endüstrisinin hızla gelişmesine uygun sayıda insangücü yetiştireceklerdir.							
1.1.	Turizm Meslek Liseleri, Turizm Yüksek Okulu ve Turizm Meslek Yüksek Okulu kontenjanları hızlı bir şekilde artırılacaktır.	İl Milli Eğitim Müdürlüğü, OKÜ	YÖK, Milli Eğitim Bakanlığı(MEB), İl Özel İdaresi, DOĞAKA, OTSO	-	İl Milli Eğt. Md., OKÜ	2013-2015	Turzim alanında ihtiyaç duyulan ara eleman ihtiyacının karşılanabilmesi için okul kontenjanları ivedilikle artırılacaktır.
1.2.	Üniversite bünyesinde başta Gastronomi ve El Sanatları Tasarım Bölümleri olmak üzere yöreye özgü bölümler açılacaktır.	OKÜ	TSDEM, Özel Sektör,OTSO	-	Üniversite	2013-2014	Yöresel mutfağının ve yöresel el sanatlarının daha iyi tanıtımı ve nitelikli elemanların temini amacıyla Üniverite bünyesinde Gastronomi ve elSanatları bölümleri güçlendirilecektir.
1.3.	Turizm Meslek Liseleri, Turizm Yüksek Okulu ve Turizm Meslek Yüksek Okulu eğitim programları turizm endüstrisinin ve sektörel sivil toplum örgütlerinin aktif olarak katılacağı komisyonlar marifetiyle yeniden tasarlanacaktır.	İl Milli Eğitim Müdürlüğü, OKÜ	TSDEM, Özel Sektör, OTSO, DOĞAKA	40.000 TL	İl Milli Eğt. Md., OKÜ	2013-2014	Özel Sektör, Üniversite , İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Katılımı ile TSEDM koordinasyonunda kurulacak komisyon marifetiyle, turizm eğitim programları endüstrinin ihtiyaçları doğrultusunda güncellenecektir.
1.4.	Geleneksel ve yöresel el sanatlarının yaşatılması için mesleki eğitim kurslarının açılacaktır.	İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Korkut Ata Ü.	TSDEM, Özel Sektör	300.000 TL	MKÜ, Milli Eğitim Müdürlüğü	2012-2015	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezi ve Belediye Başkanlığı tarafından(Bakırcılık,Ahşap oymacılığı, Sim-Sırma,Abacılık,Bıçakçılık,Bakırcılık gibi) Geleneksel El Sanatları, Türk Süsleme Sanatları ve Mesleki Kurslar açılmaya devam edilecektir.
Hedef 2. Üniversite-turizm endüstri ilişkisi ve işbirliği güçlendirilecektir.							
2.1.	Turizm Sürekli Eğitim ve Danışmanlık Merkezi(TSEDM), yıllık en az 100 adetlik sertifikasyon kapasitesine sahip olacak şekilde kurulacaktır.	OKÜ	İl Milli Eğt. Md., OTSO,DOĞAKA,	100.000 TL	OKÜ	2013-2014	Üniversite bünyesinde turizm endüstrisi ve sivil toplum örgütlerinin aktif katılımcı olarak yer aldığı bir yönetim modeliyle faaliyet gösterecek Turizm Sürekli Eğitim ve Danışmanlık Merkezi, yıllık en az 100 adetlik sertifikasyon kapasitesine sahip olacak, sertifika programları komisyon marifetiyle belirlenecektir.
2.2.	TSEDM bünyesinde sertifika programları düzenlenecektir.	OKÜ	İl Milli Eğt. Md., OTSO,DOĞAKA,	100.000 TL	OKÜ	2013-2014	TSEDM bünyesinde temel ingilizce, pansiyonculuk, servis hizmetleri, ön büro hizmetleri gibi alanlarda sertifika programları düzenlenecektir.

EKSEN 4: TURİZM İŞ GÜCÜNÜN GERİŞTİRİLMESİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 2. Üniversite-turizm endüstri ilişkisi ve işbirliği güçlendirilecektir.							
2.3.	Haftanın belirli bir günü, il merkezindeki Kültür Merkezlerinden birisinde uygun bir bölüm, Geleneksel El Sanatları kurslarını başarıyla tamamlamış kursiyerlere tahsis edilecektir.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	İl Milli Eğt. Md., OTSO,DOĞAKA,	50.000 TL	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2013-2015	Haftanın belirli bir günü, il merkezindeki Kültür Merkezlerinden birisinde uygun bir bölüm, Geleneksel El Sanatları kurslarını başarıyla tamamlamış kursiyerlere tahsis edilecektir. Bu günlere yönelik yarışma programları düzenlenecek, ayrıca tursitik işletmelerle üreticilerin buluşturulması sağlanacaktır.

EKSEN 5: FARKINDALIK, TANITIM VE PAZARLAMA STRATEJİSİ

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 1. Yerli ve yabancı vatandaşlara yönelik inanç turu paketleri geliştirilecektir.							
1.1.	Tur operatörleri inanç turu güzergahında Osmaniye'ye davet edilecektir.	İl Kültür ve Turizm Md.	Valilik, OTSO, Belediye, İl Özel İdaresi,Seyahat Acenteleri, ilgili STK'lar, DOĞAKA	100.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Başta hac ve umre organizasyonu yapan seyahat acentaları olmak üzere, tur operatörleri geliştirilen inanç turu güzergahında davet edilecek, böylelikle bu turlara Osmaniye'nin eklenmesi için girişimler yürütülecektir.
Hedef 2. Yerli ve yabancı vatandaşlara yönelik sağlık turizmi paketleri geliştirilecektir.							
2.1.	Yurt içinde ve dışında yaşayan vatandaşlarımıza yönelik sağlık turizmi paketleri geliştirilecektir.	İl Kültür ve Turizm Md.	Valilik, OTSO,Belediye, İl Özel İdaresi,Seyahat Acenteleri	10.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Termal kaplıcalar sağlık turizmi paketine dahil edilecektir.
Hedef 3. Yabancı vatandaşlara yönelik kültür turu paketleri geliştirilecektir.							
3.1.	Yabancı vatandaşlara yönelik kültür turu paketleri geliştirilecektir.	İl Kültürve Turizm Md.	Valilik, OTSO,Belediye, ilgili STK'lar	10.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Yabancı ziyaretçilere yönelik kültür turları geliştirilecek, yurt içindeki ve yurt dışındaki seyahat acentaları ile paylaşılacak, Osmaniye Turizm portalında fotoğraflar eşliğinde sunulacaktır.
3.2.	Başta seyahat acentaları olmak üzere, tur operatörleri geliştirilen inanç turu güzergahında Osmaniye'ye davet edilecektir.	İl Kültürve Turizm Md.	Valilik, OTSO,Belediye, ilgili STK'lar	10.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Kapadaokya,Adıyaman ve Urfa'da Osmaniye kültür turu tanıtılacak, bu bölgelerdeki seyahat acentaları Osmaniye Kültür yolu gezisine davet edilecek, böylelikle bu turlara Osmaniye'nin eklemlenmesi için girişimler yürütlecektir.
Hedef 4. Yerli ve yabancı vatandaşlara yönelik yayla ve doğa turu paketleri geliştirilecektir.							
4.1.	Yerli ve Yabancı vatandaşlara yönelik yayla ve doğa turu paketleri geliştirilecektir.	İl Kültürve Turizm Md.	Valilik, OTSO,Belediye, ilgili STK'lar	10.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Yerli ve yabancı ziyaretçilere yönelik yayla ve doğa turları geliştirilecek, yurt içindeki ve yurt dışındaki seyahat acentaları ile paylaşılacak, Osmaniye Turizm portalında fotoğraflar eşliğinde sunulacaktır.
4.2.	Başta seyahat acentaları olmak üzere, tur operatörleri geliştirilen yayla ve doğa turu güzergahında Osmaniye'ye davet edilecektir.	İl Kültürve Turizm Md.	Valilik, OTSO,Belediye, ilgili STK'lar	50.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Doğa ve yayla turu üzerine yoğunlaşmış seyahat acenteleri başta olmak üzere, yurt içi ve dışından tur operatörleri geliştirilen Osmaniye Doğa ve Yayla yolu gezisine davet edilecektir.
4.3.	Yayla ve doğa turu güzergahlarında uygun konaklama tesisleri geliştirilecektir.	İl Kültürve Turizm Md.	Valilik, OTSO, Belediye, ilgili STK'lar	250.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Yayla ve doğa turu güzergahında, uygun noktalara, öel sektörün bungalow tarzı konaklama tesisleri yapabilmeleri için arsa tahsis edilecektir.

EKSEN 5: FARKINDALIK, TANITIM VE PAZARLAMA STRATEJİSİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 5. Osmaniye ilinde turizmin önemine ilişkin farkındalık geliştirilecektir.							
5.1.	Strateji ve Eylem Planı İngilizce ve Arapça dillerine çevrilerek basılacaktır.	DOĞAKA	Valilik, OTSO	100.000 TL	DOĞAKA	2013	Strateji ve Eylem Planı İngilizce ve Arapça dillerine çevrilerek basılacak, Türkçe, İngilizce veArapça versiyonları, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, OTSO ve DOĞAKA web sitelerinde yayımlanacaktır.
5.2.	Strateji ve Eylem Planı Ulusal bir konferans eşliğinde tanıtılacaktır.	Valilik	Valilik, OTSO	330.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Yerli ve yabancı tur şirketleri ile, turizm yatırımcılarının davetli olduğu üst düzey bir Uluslararası konferans tertiplenecek, Osmaniye'li ünlü kişilerden seçilen Tanıtım elçileri (Osmaniye gönüllüleri) belirlenecek ve kendilerine tanıtım elçisi sertifikaları verilecektir.
5.3.	Osmaniye'nin Marka Kültür kentleri, Turizm Gelişim Bölgeleri, Turizm Gelişim Koridorları, Eko-turizm bölgeleri kapsamına alınması için etkin tanıtım stratejisi geliştirilecek ve yürütülecektir.	Valilik	Valilik, OTSO	50.000 TL	İl Özel İdaresi	2012	Yerli ve yabancı tur şirketleri ile, turizm yatırımcılarının davetli olduğu üst düzey bir Uluslararası konferans tertiplenecek, Osmaniye'li ünlü kişilerden seçilen Tanıtım elçileri (Osmaniye gönüllüleri) belirlenecek ve kendilerine tanıtım elçisi sertifikaları verilecektir.
5.4.	Süreli yayınlarda ve medya organlarında başta Osmaniye Valisi olmak üzere, ildeki turizm aktörleri tarafından Osmaniye turizmine ve Turizm Stratejisi ve Eylem Planına ilişkin mülakatlar verilecektir.	DOĞAKA	Valilik, OTSO	10.000 TL	DOĞAKA	2012-2015	Turizm varlıkları ve Osmaniye'nin turizm vizyonu ve stratejisi, etkili bir iletişim stratejisi marifetiyle, yurt içindeki kitlelere aktarılacaktır.
5.5.	Turizm endüstrisinin potansiyel getirisine ilişkin broşür ve tanıtım materyalleri hazırlanarak yerel idarelere, halka ve esnafa dağıtılacak; medya imkanları sonuna kadar kullanılacaktır.	DOĞAKA	Valilik, OTSO	40.000 TL	DOĞAKA	2012	Eylem Planında belirtilen etkinlikler yıllık bir takvime, turizm etkinliğinin mevsimsel özellikleri de dikkate alınarak, yansıtılacak ve Stratejide öngörülen turizmin istihdam ve gelir etkileri, yıl içindeki faaliyetler yerel ve ulusal basın yoluyla aktarılacaktır.

EKSEN 5: FARKINDALIK, TANITIM VE PAZARLAMA STRATEJİSİ - DEVAMI

		SORUMLU KURULUŞLAR	İŞBİRLİĞİ YAP. KURULUŞLAR	TAHMİNİ MALİYET	KAYNAK	SÜRE	AÇIKLAMA
Hedef 6. Farklı Tüketim Gruplarına Yönelik Destinasyonları Tasarlanacaktır.							
5.6.	Tur operatörleri, oteller, restoran işletmecileri, dernek ve vakıflar gibi sektörün değer zincirini meydana getiren kurum ve kuruluşların ortak pazarlama stratejileri ve taktikleri geliştirmeleri amacıyla düzenli olarak biraraya gelmeleri ve ortak çalışmalar yapmaları himaye ve teşvik edilecektir.	İl Kül. Ve Tur. Md.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	İl Turizm Md. Koordinasyonunda, ilde yer alan Tur operatörleri, oteller, restoran işletmecileri, dernek ve vakıfların ortak pazarlama stratejileri ve taktikleri geliştirmeleri amacıyla düzenli olarak biraraya gelmeleri ve ortak çalışmalar yapmaları himaye ve teşvik edilecektir. Bu amaçla, her üç ayda bir Turizm Toplantıları düzenlenecektir.
6.1.	Uluslararası Osmaniye Halk Ozanları festivali yapılacaktır.	İl Kül. Ve Tur. Md.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	
6.2.	Öğrencilerin katılacağı Osmaniye tanıtım gezisinin gerçekleştirilmesi	İl Kül. Ve Tur. Md.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	Belirlenen tur güzergahları, başlangıç aşamasında, kar amacı gütmeksizin, başarılı öğrenciler ve ailelerine yönelik olarak düzenlenecek, tanıtım, bilinçlendirme ve farkındalık sağlanacaktır.
6.3.	Belediye Otobüslerinde kent tanıtım filminin oynatılacaktır.	İl Kül. Ve Tur. Md.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	Osmaniye ve özellikle yakın komşu illerde, hazırlanan kısa filmler, belgeseller ve sinevizyon gösterileri, toplu taşım araçlarında ve kent meydanlarında yayımlanacaktır.
6.4.	Uluslararası gençlik kampları düzenlenecektir.	İl Kül. Ve Tur. Md.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	
6.5.	Osmaniye turizm logosu yarışma projesi düzenlenecektir.	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	Valilik, OTSO,Seyahat Acentaları	50.000 TL	İl Kül. Ve Tur. Md.	2013	Osmaniye turizminin yeni dönemi ile özdeşleşecek bir logo tasarım yarışması düzenlencek ve logo hazırlanacak bütün belge vebroşürlerde kullanılarak Osmaniye'nin turizm marka olma sürecine katkı sağlayacaktır.