

Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma

A Search For The Effects of The Alternative Kinds of Tourism on The Tourism of Konya

Yeliz ULUSAN*
Orhan BATMAN**

ÖZET

Son yıllarda hem dünyada hem de Türkiye’de birçok alternatif turizm türünün ortaya çıktığı görülmektedir. Günümüz turistinin beklentilerinin zamanla değişmesi, gürültü ve beton yığınlarından uzaklaşmak istemesi, doğal çevreyi ve kaliteli hizmeti araması ve dünya görüşlerinin giderek gelişmesi onları yeni arayışlara itmektedir. Bütün bu arayışların sonucunda ortaya çıkan alternatif turizm kavramı, alışlagelmiş tatil anlayışlarının değişmesine ve yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Konya ili de alternatif turizm açısından eşsiz değerlere ve avantajlı bir konuma sahip bulunmaktadır. Bu avantajın turizm sektörüne en iyi biçimde yansıtılması şehrin potansiyelini daha iyi kullanmasını sağlayarak ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımlarını artıracaktır.

Bu çalışma ile coğrafi konumu, geçmişte değişik uygarlıklara ve kültürlerle sahne olmuş toprakları, önemli doğal ve kültürel kaynaklarıyla Konya ilinin alternatif turizm potansiyeli incelenerek bu potansiyelin nasıl turizm sektörüne kazandırılacağı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma Konya bölgesinin alternatif turizm potansiyeli hakkında fikir vermesi, bu potansiyelin geliştirilmesi sayesinde turizme sağlayabileceği katkılarının önemini ortaya koyması ve buna yönelik çözüm önerileri sunması açısından önem teşkil etmektedir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket uygulaması 150 adet yerli turiste, 100 adet yabancı turiste ve 100 adet turizm işletmesi yöneticisine uygulanmak üzere üç kategoride gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programında yüzde, frekans ve ki-kare yöntemleri kullanılarak analiz edilmiş, sonuçlar tablolar halinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Bu çerçevede yapılan çalışmalar sonucunda Konya bölgesinin ulusal ve uluslararası turizm hareketliliğini sağlayacak yeterli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu ancak bu potansiyelden yeteri kadar faydalanamadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Alternatif turizm, Potansiyel, Turizm Türleri, Konya.

Çalışmanın Türü: Araştırma

ABSTRACT

In our times every year, millions of people go other countries or regions by leaving their constant residents for a while and meet such social, cultural and psychological needs as sightseeing, relaxation, entertainment and learning there. Economically and socially, this event, which has comprehensive effects and is called as tourism, composes a basic characteristic of today’s civilisation.

Besides its economic, socio-cultural and environmental effects, tourism also has a relation with many sectors directly or indirectly, so it is an indispensable sector for countries, especially for the developing countries. In order to develop the country’s tourism and to benefit much more from its economic advantages, and on the other hand, to minimize its negative effects, stable tourism policies need to be found and put into practice. By means of an active policy, tourism may be enabled systematically to make much more contribution to the economy of the country.

Year by year, the proportion of the global tourism in manufacturing is increasing and at the same time, the movement of tourism is moving from west to east. With this development the proportion, which the countries with touristic values get, shows increase. In paralel to the increase of the incomes; the increase in the investments of substructures and the developments in the field of health and security are among the important factors that help tourism develop. From this point of view, the touristic income of Turkey shows increase and Turkey incorporates its characteristic of being an attraction center with its strategic location, abundance of sea, sand and sun and wealth of cultural and natural resources.

Depending upon the changing life standard and increasing environmental consciousness the quest of reformation and variety also increase. The usual concept of tourism composing of sea, sand and sun, gives its place gradually to the concepts of culture, history, local customs, adventure and entertainment. As an alternative to the mass tourism; such touristic movements as ecotourism, sustainable tourism, adventure tourism, environmentally sensitive tourism, nature-based tourism, green tourism, cultural tourism emerge. Thus, tourism goes towards rural areas eluding from coastal areas and journeys in certain times spread over the whole year.

To increase diversity in tourism is important to evaluate in terms of natural beauty will be opened to tourism areas in Turkey. Moreover, the diversity of the tourism industry and exclude services to 12 months in tourism sector instead of only the increase in tourism revenues in the period of summer will provide a steady income creative effects for other periods. In addition, the regional

* Sakarya Üniversitesi

** Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi

development, development of tourism sites, people around the creation of employment, income distribution and as a result of the correction for the country's development in tourism sector diversification is a different importance in this regard.

In recent years it has been observed that there are several alternative tourism styles arising. These tourism styles becoming important within the scope of touristic product variation has been effective in search of innovations in tourism due to getting today's tourists far away from noise and concrete mass, searching natural environment and service in quality, increasing tourism awareness and level of education. Among these alternative tourism styles it is required to cope with some territorial priorities and standards in order to develop several tourism styles such as caving, hunting, congress, thermal, belief, culture, and etc. To be able to utilize from this advantage will only be possible by the means of determining these values and utilizing these values at the utmost level.

Konya is a city that is worthy of notice with its natural resources, socio-cultural values, historical places, geographical location and production in industrial and commercial surroundings. Being one of the first residential places in the history of humankind which has the traces of many civilisations and was once the capital city of the Seljuks, Konya, with its natural beauties and historical places, has a significant tourism potential that is growing each year. Because it was the capital of the Seljuks, Konya also has numerous Islamic signs. The city, having a living history with khans, mosques, madrasas, caravanserais and domes left from the Seljuks, still goes on being a stamping ground by those who takes into consideration the saying of Mevlana -a well-known philosopher all around the world- "Whoever you are, come!". The city's being in the triangle of Antalya-Kapadokya-Pamukkale, on a large scale; being on the way of culture tours from İstanbul, İzmir, Antalya and the abundance and variety of its cultural values cause it to become an important touristic destination.

In Turkey, first of all being one of the most visited museum; Mevlana, Çatalhöyük with its 9000 years history, Meke Lake that is known as the world's blue bead, the biggest fresh-water lake of Turkey; Beyşehir Lake and with its many architectural works of art Konya is a living history. Besides these physical beings, the tolerance and hospitality of the local people compose the socio-cultural substructure that is necessary for the development of tourism.

Despite these characteristics, Konya benefits from tourism and thus from alternative tourism less than its real potential. It is believed that the city, located at the center of Anatolia, is not only suitable for belief tourism but also for at first cultural tourism, for congress tourism with a well-planned advertisement, for health tourism with its natural wealth. The city is also believed to have potential power of attraction with the cultural inheritance of its public. Thus, in order to increase the value of this potential the investments of tourism needs to be diversified. Besides belief tourism, it needs to be eluded to other sides and some work needs to be done to spread tourism to the whole of the year.

With such alternative touristic opportunities as high plateau, cave, ornithology, birdwatching and camping-caravan, the tourism in Konya will start diversifying through getting rid of monotony by means of developing and activating the available potentials of different regions and spreading the tourism to the whole year and region. Because the region is a city that has historical, natural, cultural values and qualified manpower with sub and superstructures all of which are necessary for variety. However it should not be forgotten that this available potential requires to be determined properly and planned well and the authorities are charged with significant duties. Undoubtedly, the most important way of this is advertisement. Having such an international fame as Mevlana, the city should use this as much as possible and gather the whole touristic characteristics in this frame.

By this study, it is tried to be examined that potential of Konya Province to alternative due to its geopolitics position, lands were to be stage for various civilizations and cultures in the past, significant natural and cultural resources combined with the historical texture complementing the natural museum, and stated how this potential may be brought into tourism industry. This study is so significant that to be able to give an idea concerning the alternative tourism potential of Konya Province, setting forth the significance of the contributions might be made owing to improving this potential and offering the solution in this scope. In this study survey method was used as the data collection technique. The survey implementation was conducted on three categories including 150 domestic tourists, 100 foreigner tourists, and managers of 100 tourism enterprises. The obtained results was analyzed by using percentage, frequency and x-square methods applied in SPSS software, and the results were subjected to assessment as in form of tables.

As a consequence of the studies conducted on this scope, it is understood that the district of Konya has sufficient alternative tourism potential to provide the national and international tourism activity, however this potential is not utilized so sufficient as to provide this activity.

Keywords: Tourism, Alternative Tourism, Potential, Types of Tourism, Konya.

The Type of Research: Research

GİRİŞ

Turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almaktadır. Sınırlar ortadan kalktıkça dünya daha da küçülmeye başlamış ve insanlar daha uzak mesafelere seyahat etme eğilimine girmiştir. Dünyada turizm hareketleri hızla gelişme gösterirken, Türkiye'de gerek ekonomik politikaları kapsamında ve gerekse mikro bazda turizm sektöründe çok hızlı bir büyüme göstermektedir.

Her geçen yıl dünya turizminin üretimdeki payı artmakta ve aynı zamanda turizm hareketleri batıdan doğuya doğru kaymaktadır. Bu gelişimle birlikte turizm değerlerine sahip olan ülkelerin dünya turizminden aldığı paylar da artmaktadır. Gelir artışına paralel olarak; alt yapı yatırımlarının artması, sağlık ve güvenlik alanındaki iyileşmeler de turizmin gelişmesinde rol oynamış önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında, stratejik konumu, deniz-kum-güneş zenginliği, kültür ve doğal kaynaklarının zenginliği

itibariyle Türkiye'nin turizm gelirleri artış göstermekte ve dünya turizminden aldığı payda da yükselişler gerçekleşmektedir. Coğrafi ve kültürel zenginliği yanında, her bölgenin birbirinden farklı yapısı itibariyle de Türkiye, bir cazibe merkezi olma özelliğini bünyesinde barındırmaktadır.

Bütün bu özelliklere rağmen ne var ki, Türkiye'de turizm yönünden daha çok kıyı turizmine yoğunlaşılması, kitlesel özellik gösteren tatil turizminin daha çok tercih edilmesine, deniz, güneş ve kum dışındaki diğer doğal, kültürel ve tarihi değerlerin yeterince değerlendirilememesine neden olmaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyelini avantaja dönüştürebilmesi, turizm faaliyetlerini çeşitlendirmesiyle mümkün olacaktır. Turizmde ürün çeşitlendirme; turizmin tüm yıla yayılması, tarihi, kültürel ve doğal kaynakların bir bütün olarak değerlendirilmesi bakımından ülkeye katkı sağlayacak aynı zamanda rekabet üstünlüğünü koruma ve kaybetmeme açısından ülkenin turizm pazarına yeni ürünlerle açılmasına olanak tanıyacaktır.

Bu çerçevede İç Anadolu Bölgesi'nin merkezinde yer alan Konya ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda turizm hareketlerinden olumlu anlamda etkilenmesi hususunda hiçbir engelin olmadığı görülmektedir. Derin tarihi geçmişi, modern bir kent niteliğinde olması, Türkiye'nin en güvenli kentleri arasında yer almasına rağmen, turizm gelirlerinden hak ettiği payı alamamış olan Konya'nın tarihi, kültürel ve coğrafi zenginliklerinin ortaya çıkarılması, daha çok muhafazakâr yapısı ve “Mevlana Diyarı” olması nedeniyle ağırlıklı olarak inanç turizmine dayalı turizm faaliyetlerinin aksine, başta kültür turizmi olmak üzere; doğa turizmi, sağlık turizmi ve kongre turizmi açısından cazibe merkezi olma özelliğini ortaya çıkaracak bir çalışmanın yapılması benimsenmiştir.

Bugün Konya gibi Türkiye'nin merkezinde bulunan ve gelişmekte olan şehirlere her yıl artan oranda yatırımların yapılması çok büyük bir avantajdır. Bu avantajın turizm sektörüne yansıtılarak, Konya'nın tüm özellikleri ve güzellikleriyle dünyaya tanıtılması sadece bu şehre değil, çevre il ve ilçelere de birçok alanda fayda sağlayacaktır.

ALTERNATİF TURİZM VE KONYA'NIN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ

Turizm, günümüzdeki en geniş, en hızlı gelişen sanayilerden biridir. Bu hızlı büyüme, turizm ürünlerinin ve mekânlarının çeşitlendirilmesini sağlamaktadır (Sezgin ve Karaman, 2008:432). Turizm hareketlerindeki yoğunluğun yılın diğer aylarına da taşınması, dolayısıyla döviz girdilerinin ya da turizmden elde edilen gelirlerin artırılması, turizm yatırımlarının daha verimli kullanılması ve bunun gibi turizmin birçok olumlu sonuçlarının yansımaları alternatif turizm seçeneklerini gündeme getirmektedir (Oktayer ve diğ., 2007:129).

Alternatif turizm; geleneksel, klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin biraraya getirilmesiyle meydana gelmiş bir turizm çeşididir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008:8).

Alternatif turizm kavramı geleneksel turizmden farklı bir ürün sunumunu ifade etmektedir (Altınay, 1996:60). Geleneksel turizm; turistlerin bir ya da iki haftalık bir tur paketini satın alarak gruplar halinde yaptıkları turizm faaliyetidir. Alternatif turizm geleneksel turizme tepki biçiminde, onun alternatifi olarak doğmuştur. Bu nedenle geleneksel turizm “hard-sert” olarak, alternatif turizm ise “soft-yumuşak” olarak nitelendirilir (Tekeli, 2001:4). Bu turizm türü, günümüz turizm endüstrisinin vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır (Dennison ve Buttler, 1990:163).

Büyük bir turizm potansiyeline sahip olan Konya, inanç ve kültür turizminin yanında alternatif turizm açısından da önemli bir konumda bulunmaktadır. Bu çerçevede kültür, mağara, sağlık, av ve kongre turizmi için Konya'nın sahip olduğu potansiyel göz önünde bulundurulursa, Konya turizminin ne kadar gelişebileceği anlaşılır (Maç, 2008:38). Yapılan bu çalışma sonucunda geliştirilmiş olan “Konya'nın Alternatif Turizm Haritası” Şekil 1'de görülebilir.

Sağlık ve Termal Turizm

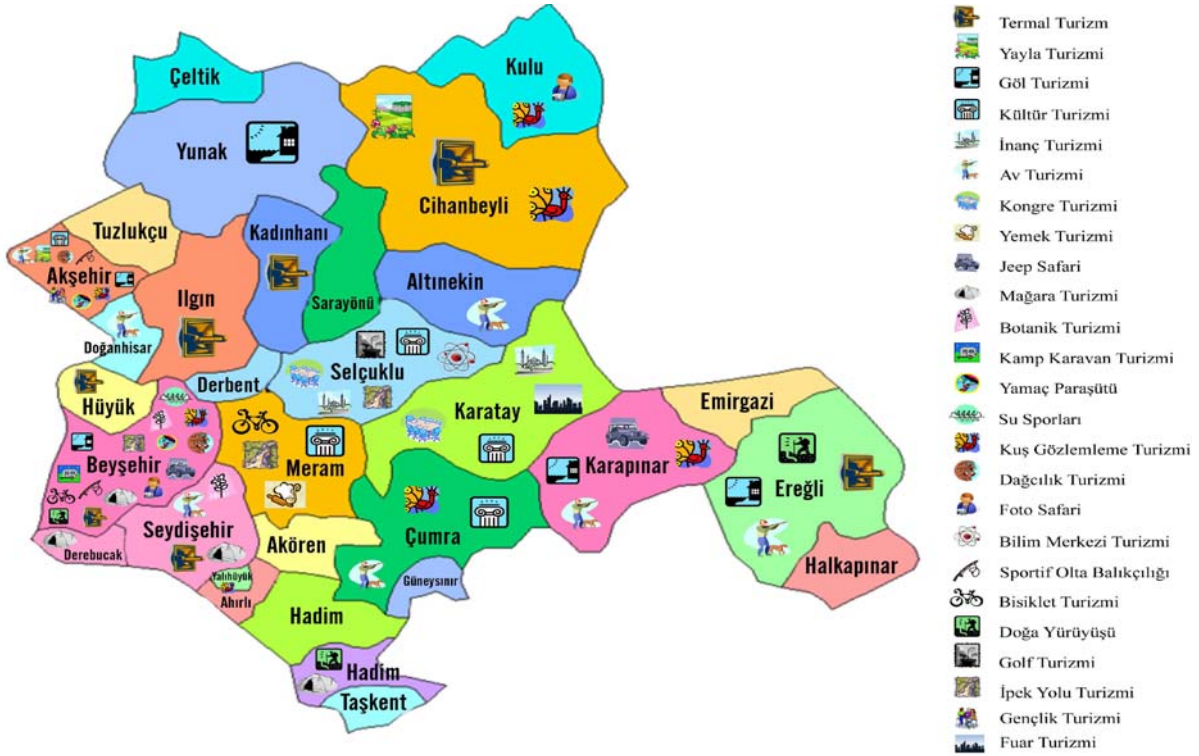
Teknolojideki baş döndürücü gelişmeler, insan yaşamını kolaylaştırıcı birçok buluşu ortaya çıkardığı gibi aynı zamanda kişi ve toplum sağlığını olumsuz yönde etkileyen gelişmeleri de beraberinde getirmektedir. İnsanlar karşılaştıkları bu olumsuzlukları gidermek için ilk çağlardan beri sağlık amaçlı seyahatlerle özellikle

termal suların bulunduğu yerlere gitmişlerdir. İnsanlar iki sebepten dolayı bu tür seyahatlere katılmışlardır (Öztaş ve Karabulut, 2006:24);

- Varolan sağlıklarını korumak ve devamını sağlamak,
- Bozulan sağlıklarını düzeltmek ve yeniden eski sağlıklarına kavuşmak.

Konya açısından sağlık turizmi konusu incelenecek olursa; üç aşamalı bir eylem planına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Birinci aşamada; Konya'dan başka yerlere tedavi amaçlı gidenlerin ihtiyaçlarını bu kentte karşılayacak alt ve üst yapının tamamlanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yapılan yatırımların bitirilmesiyle şehrin, çevre illerin tercih ettiği sağlık üssü durumuna getirilmesi eylem planının ikinci aşamasını teşkil etmekte, yurt dışına yönelik yapılacak olan tanıtım ve pazarlama faaliyetleri sonucu bölgenin tüm dünyadaki sağlık turizmi pastasından alabileceği payı maksimum seviyeye getirme ise son aşama olarak değerlendirilmektedir (Belekoğlu, 2008a:52).

Konya yöresine termal turizm açısından bakıldığında ise bu turizm çeşidi yönünden de önemli kaynaklara sahip olduğu görülmektedir. Türkiye'de birinci dereceden önemli ve öncelikli kaplıcalar içerisinde Ilgın Kaplıcası, ikinci derecede Hüyük'te Köşk Kaplıcası, üçüncü derecede Sevindik Kaplıcası yer almaktadır (Sezgin, 2002a:284).



Şekil 1. Konya'nın alternatif turizm haritası

İnanç Turizmi

İnanç turizminin şehirde ayrı bir yeri ve önemi bulunmaktadır. Çünkü Konya şehri XIII. yüzyılda yaşamış olan, büyük din adamı Mevlana Celaleddin-i Rumi'ye sahiplik eden bir ildir (Sezgin, 2002a:284). Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Mevlana'nın doğumunun 800. yılı nedeniyle 2007'nin "Dünya Mevlana Yılı" olması konusundaki önerisini kabul etmiştir. Bu çerçevede Birleşmiş Milletlere üye tam 171 devlet Hazreti Mevlana ile ilgili programlar düzenlemişlerdir. Bu gelişme Türkiye'nin dünyaya sunabileceği en önemli sembol isimlerden biri olan Mevlana'yı dünya sembolü haline getirme yolunda çok önemli bir adım olmuştur.

İl aynı zamanda Anadolu Selçuklu devletine başkentlik yapması nedeniyle bünyesinde çok sayıda islam eserini de barındırmaktadır. Selçuklular'dan kalma han, kervansaray, cami ve kümbetlerle yaşayan bir tarihin sahibi olan kent, dünyaca ünlü düşünce adamı Mevlana'nın "kim olursan ol gel" çağrısına cevap verenlerin uğrak yeri olmaya devam etmektedir (Maç, 2008:38).

Kültür Turizmi

Tam bir açık hava müzesi niteliğinde olan Konya şehri Çatalhöyük, Kilistra, İnce Minare Müzesi, Mevlana Müzesi, Nasreddin Hoca Türbesi, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden kalma birçok cami, medrese ve kervansarayla oldukça zengin bir kültür turizmi potansiyeline sahiptir (Sezgin, 2004:261). Bunun haricinde Konya'nın geleneksel el sanatları ve folklorik değerleri de kültür turizminin bir parçasıdır. Bölgede keçecilik, halıcılık, kaşıkçılık, tüfekçilik, testicilik, çinicilik ve hat sanatı gibi el sanatları da yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (Maç, 2008:41).

Ayrıca kurulacak olan bilim merkezi sayesinde bütün fertlerin bilim ve teknoloji ile buluşmaları sağlanacak, yaratılacak pozitif etkiyle bilim kültürünün gelişmesine öncülük edilecektir.

Bilim Merkezi Turizmi

Bilim merkezi kurulması ile ilgili olarak altı büyükşehirin sunduğu proje arasından Konya Büyükşehir Belediyesi'nin projesini oybirliğiyle seçen TÜBİTAK, Türkiye'de bilime olan ilginin artmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

TÜBİTAK'ın Anadolu'ya açılması anlamına da gelen bu merkezden ilk yıllarda Konya'daki öğrenciler faydalanacaktır. İleride, çevre illerdeki öğrencilerinde yararlandırılacağı düzenlemeler ile Konya'nın turizmine de katkı sağlanması hedefler arasında yer almaktadır.

Konya'daki merkezle birlikte yapılması düşünülen Minia Selçuklu ile şehrin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerinde ziyaretçilere tanıtılması amaçlanmaktadır. Aynı amaç doğrultusunda Hz. Mevlana'nın öğretisinin bilime ve teknolojiye bakışının nasıl olduğunun da anlatılacağı bölümlerin kurulması düşünülmektedir. Bu sayede yerel ziyaretçilerin bilimi kendileriyle özleştirmeleri, yabancı ziyaretçilerinde kentin kimliğiyle ilgili fikir edinebilmeleri sağlanacaktır (Belekoğlu, 2008c:30).

Kongre Turizmi

Son yıllarda gelişen ve önemi hızla artan turizm çeşitlerinden bir diğeri de kongre turizmidir. Kongre turizmi; uluslararası niteliğe sahip meslek kuruluşlarının, bilimsel, sanatsal, siyasal, eğitimsel, dinsel vb. konulardan birini tartışmak üzere belirli aralıklarla düzenledikleri kongre, seminer, konferans vb. faaliyetlere katılması sonucu ortaya çıkan turizm şeklidir (Aktaş, 2002:9).

Konya'nın kongre turizminden aldığı pay oldukça düşüktür ve Türkiye'de bu pastanın en büyük dilimi İstanbul'dur. İstanbul'u Antalya takip etmektedir. Ankara ve Bursa ise yaptıkları yatırımlar sayesinde kongre turizminden aldıkları payı artırmak adına önemli adımlar atmışlardır. Konya'da, bu alanda en kısa zamanda gerekli stratejilerini belirleyerek, yatırımlarını yaparak, gelişen ve büyüyen bu sektörün dışında kalmamalıdır.

Kültür ve Turizm Bakanlığının stratejik planında Konya, Türkiye'de kongre turizminin gelişmesine uygun altyapıya sahip illeri arasında yer almakta ve bakanlık tarafından planlama ve tahsis çalışmaları yapılarak yatırımcılara yön göstericilik yapılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda; bu bölgelerde teşvik edici politikaların geliştirilmesi öngörülmüştür. Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslararası havaalanına sahip olması sağlanacaktır (Belekoğlu, 2008b:110).

Konya'da kongre turizminin gelişmemesinin başlıca nedenleri (Kabakçı, 2007:3);

- Uluslararası bir havaalanına sahip olmaması ve yurtdışından Konya'ya direkt uçuşların olmaması,
- Uluslararası standartta kongre merkezlerinin, salonlarının bulunmaması,
- Şehir merkezinde kongre turizmine katılanların ihtiyaçlarını karşılayacak mekânların az sayıda olmasıdır.

Konya'nın uluslararası kongre pastasından daha fazla pay alabilmesi için yeni kongre merkezlerine, tanıtım ve pazarlama açısından teknik ve finansal desteğe ve kongre turizmine yönelik iyi bir planlama sistemine ihtiyacı vardır (Kabakçı, 2007:3).

Fuar Turizmi

Fuar alanının Konya bölgesine kazandırılmasıyla birlikte profesyonel anlamda gerçekleştirilmeye başlanan ihtisas fuarlarıyla birçok sektör kendisine yeni pazarlar bulma imkânına kavuşmaktadır. Fuarları

ziyaret eden ülkelerin başında Asya'da Azerbaycan, Çin, Gürcistan, Rusya, Ortadoğu'da Filistin, Irak, İran, Suriye, Avrupa'da Almanya, Bulgaristan, Yunanistan, İngiltere, İspanya, İtalya, Afrika'da ise Fas, Mısır, Sudan, Tunus gibi ülkeler başı çekmektedir. Yurt içinden ise her bölgeden iş adamları Konya'daki ihtisas fuarlarına gelmektedir. Ziyaretçiler bu fuarlarda yaptıkları iş bağlantılarının yanı sıra, Konya ekonomisine ciddi katkılarda sağlamaktadırlar (Konya Ticaret Odası, 2009:9).

İpek Yolu Turizmi

Konya şehri, tarihi İpek yolu üzerinde bulunduğu ve Anadolu'nun kuzeyini güneye, doğusunu batıya bağlayan kavşak noktasında olduğu için tarihin her döneminde bir ticaret kenti olmuştur. Özellikle Anadolu Selçukluları döneminde şehirdeki ticari hayat inanılmaz bir süratle gelişmiş, buna büyük önem veren devlet idarecileri de yöreyi diğer şehirlere bağlayan yolların üzerinde hanlar ve kervansaraylar kurulmasına öncülük etmişlerdir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, turizmin ülke sathına ve tüm yıla yaygınlaştırılması politikası çerçevesinde yürüttüğü çalışmalardan birisi olan "İpek yolu projesi" ile kültürel mirasın en önemli unsurlarından olan, çoğu doğaya ve çevresel etkenlere yenik düşmüş bulunan bu hanların (kervansarayların) korunması, bir koruma kullanma dengesi içinde yaşatılarak "Tarihi İpek Yolu"nun canlandırılması planlanmıştır.

Konya ve civarında bulunan ve ayakta kalabilen belli başlı hanlar ise; Zazadin Han (Sadettin), Horozlu (Ruzbe), Altunapa (Altunba), Gömse, Yazıönü, Kızılören, Kiremitli ve Pamukçu Hanı'dır (Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2007:57).

Yayla Turizmi

Yayla turizmi, doğayla iç içe yaşamayı sevenlerin günübirlik veya kısa süreli konaklama amacıyla, yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetidir (Oktayer ve diğ., 2007:137). Konya yöresinde bulunan Cihanbeyli Yaylası, Obruk Yaylası, Taşeli Yaylası ve bunlar dışında Bolkar ve Geyik Dağları'nın Konya kapalı havzasına bakan bölümleri ile Sultan ve Göl Dağları üzerinde yer alan yaylalar bu turizm çeşidi için oldukça elverişli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır (Sezgin, 2002b:28).

Av Turizmi

Av turizmi, bilinçli ve belli bir eğitime dayanarak doğaya zarar vermeden yapılan sadece olgunluğa erişmiş hayvanların avlanması olayıdır. Türkiye'de yetmişli yıllarda başlamış ancak o zaman şartlarının ve merkez av komisyonunun esnekliği ile çok değişik şekillerde izinli ya da izinsiz olarak domuz ve kuş avcılığı yapılmıştır (Kozak ve diğ., 2001:24). Konya yöresinde av turizmi açısından en zengin yöreler; Altnekin, Ereğli, Bolkar Dağları ve Hotamış Gölü kıyılarıdır (Sezgin, 2002a:285). Göçmen kuşların konaklama merkezi olan Cihanbeyli'de, özellikle yaban kazları ile tam bir av merkezidir (www.tourismkonya.org, 27.04.2009).

Mağara Turizmi

Yeraltında kayalar içerisinde insan girişine olanak verecek şekilde genişlemiş doğal yeraltı boşlukları olarak tanımlanabilecek olan mağaralar, binlerce yılda oluşan eşsiz görsel zenginlikleriyle bugün ülke turizmde önemli bir öge durumuna gelmektedir (İşçen, 1992:28).

Mağara turizmi açısından önemli bir potansiyeli barındıran Konya'nın Derebucak ilçesinde, Balatini Mağarası, 1830 m. uzunluğu ile dikkatleri üzerine çekmektedir (Maç, 2008:41). Yerköprü Mağarası, Hadim'de ağzında çağlayan olan bir mağaradır. Tümüyle traverten içerisinde bulunan mağara, turistik ve doğal güzellikler açısından önemli bir değerdir (Sezgin, 2002a:285).

Çamlık beldesinde bulunan Körükini Mağarası ise 1250 m. uzunluğu ve içinden geçen Uzunsu Deresi ile yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Bunlar dışında Suluin Mağarası, Sakaltutan Mağarası, Susuz Mağarası ile Seydişehir'de bulunan 1650 m. uzunluğunda içerisinde göl bulunan Tınaztepe Mağarası ve Beyşehir Gölü'nün güneyindeki Pınarbaşı Mağarası'da bölgenin görülmeye değer diğer doğal güzellikleridir (Maç, 2008:41).

Doğa Yürüyüşü (Trekking)

Trekking, genelde şehrin stresinden kurtulmak isteyenlerin, haftasonu günübirlik, şehre yakın parkurlarda ya da yabancı ülkelerde 2-3 haftalık turlar şeklinde, profesyonel bir rehber eşliğinde gerçekleştirdikleri bir spor durumundadır (Yavuz, 1996:110).

Konya'nın sahip olduğu doğal güzellikler arasında yer alan "Dünyanın nazar boncuğu" olarak nitelendirilen Meke Gölü ve Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olma özelliğini taşıyan Beyşehir Gölü doğa yürüyüşü açısından oldukça elverişli bölgelerdir (Maç, 2008:41). Bunun haricinde Konya'nın Toros Dağları'nda bulunan ilçeleri ve yaylaları doğa yürüyüşüne son derece uygun yerlerdir (Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2002:40). Beyşehir Gölü Milli Parkı ve Anamas Yaylaları'nda ise atlı doğa yürüyüşleri gerçekleştirilmektedir.

Bitki İnceleme (Botanik) Turizmi

Konya, Seydişehir ilçesinde bulunan Kocakoru Ormanı, floristik açıdan oldukça zengin bir yapıya sahip olup, odunsu tür zenginliği ise özellikle üzerinde durulacak niteliktedir. Beyşehir Gölü Milli Parkı'nın orman formasyonunu ardıç, karaçam, köknar, sedir ve meşe türleri oluşturmaktadır. Ağaçlar yer yer göl kenarına kadar uzanmaktadır. Aynı zamanda Dedegöl Dağları, Hacı Akif Adası Milli Parkı ve Anamas Yaylaları da botanik turizmi için ender bulunan bitki türlerini barındırmaktadır (www.turizm.gov.tr, 27.04.2009).

Kuş Gözlemleme Turizmi

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporudur (www.turizm.gov.tr, 27.04.2009). Türkiye'de çok çeşitli kuş türleri ve bu durumu yakından takip eden birçok yabancı bulunmaktadır. Bu yabancılar turist olarak ilgili yörelere gelmekte, kuşları gözlemleyip ülkelerine geri dönmektedirler (Akat, 2000:29). Doğa turizmi içinde yer alan kuş gözlemciliği içinde Konya'da önemli alanlar bulunmaktadır. Akşehir Gölü, Eber Gölü, Çavuşçu Gölü, Uyuz Gölü, Samsam Gölü, Kozanlı Gökgöl, Kulu Gölü, Ereğli Sazlığı, Karapınar Ovası, Beyşehir Gölü, Suğla Gölü, Hotamış Sazlığı, Bolluk Gölü, Tersakan Gölü ve Tuz Gölü kuş alanları Konya il sınırları içerisinde yer almaktadır (Maç, 2008:41).

Foto Safari

Fotoğraf çekmek veya bazen de avlanmak için doğal yaşam alanlarına düzenlenen geziler olarak nitelendirilebilecek olan foto safari için Konya bölgesi bünyesinde önemli bir potansiyeli barındırmaktadır. Kulu'da 186 kuş çeşidinin bulunduğu Düden Gölü, Beyşehir Gölü Milli Parkı, Hacı Akif Adası Milli Parkı, Kuş Cenneti Adası, Dedegöl Dağları, Obruk Gölleri ve Anamas Yaylaları doğa fotoğrafçıları için iyi bir kaynak oluşturmaktadır (Sezgin, 2002b:84). Panoramik görüntüsü ve bölgede yaşayan kuşlarla tam bir tabiat harikası olan Meke Krater Gölü de, yerli-yabancı turistlerin ve fotoğraf sanatçılarının vazgeçemedikleri ilginç yerlerden birisidir (www.karapinar.bel.tr, 27.04.2009).

Jeep Safari ve Off-Road

Beyşehir Gölü Milli Parkı, Pınar Gözü Mağarası, Anamas Yaylaları ve Karapınar bölgesinde jeep safari yapılabilmektedir. Beyşehir Gölü çevresi, Antalya yolu, Üzümlü Deresi kıyıları, Bozkır ve Seydişehir Yaylaları, Toros dağları etekleri, Loras Dağı, Hatıp Yaylaları, Kayalı Köyü yaylaları, Klistra tarihi kent dokusu çevresi kısaca asfaltı ve stabilize (kum, çakıl ya da mucur ve bağlayıcı olarak kil karışımıyla yapılan, buldozerle sıkıştırılan asfaltı dökülmemiş yol, ham yolla) olmayan her yerde off-road sporu yapılabilir.

Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, 15–25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri ile yaptıkları seyahat ve konaklamalarından oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olgudur (Öztaş ve Karabulut, 2006:29). Konya Akşehir yöresi bu turizm çeşidi açısından önemli bir potansiyele

sahiptir. Yörede gençlik turizmi açısından en önemli potansiyellerden birisi yamaç paraşütüdür. Türkiye'nin değişik şehirlerinden bazen de dünyanın değişik ülkelerinden insanlar, Akşehir'e yamaç paraşütü için gelmekte, konaklamakta ve yöreyi de gezme fırsatı elde etmektedirler. Öte yandan yörede bulunan Sultan Dağları da, yamaç paraşütü için oldukça elverişli bir konumda bulunmaktadır (www.aksehir.bel.tr, 25.04.2009).

Dağcılık Turizmi

Dağlarda yürüyüş ve kamp kurmanın yanısıra tırmanma sporunu da kapsayan bir doğa sporu olan dağcılık için Konya bölgesinde Beyşehir'de bulunan Anamas Sıradağları oldukça elverişli olup, bu spor ile ilgilenenlerin ilgisini çekerek zirve tırmanışları yapılmasına imkân sağlamaktadır (www.beysehirliyiz.org, 25.04.2009). Ayrıca Akşehir yöresi de dağ turizmi açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Yörenin en yüksek noktası 2610 metre yüksekliğindeki Gelincik Ana Tepesi olup, dağlar gerek tırmanış, gerekse yürüyüş ve kamp açısından oldukça elverişlidir (Akşehir Belediyesi, 2003:54).

Kamp-Karavan Turizmi

Aslında kamp turizmiyle anlaşılması istenilen, turizme karavanlarıyla katılan ya da çadır kurma tutkunu insanlara yönelik park ve konaklama imkânı sunmak amacıyla oluşturulmuş özel donanımlı ve işletme belgesiyle çalışan merkezlerdir. Bunu ifade etmek içinde "kamping" sözcüğü kullanılmaktadır (Şenol, 2008:481). Karavan turizmi ise insanların, ulaşım, konaklama, bir dereceye kadar da yeme-içme gereksinimlerini kendileri çözerek, değişik ülkeleri tanımak amacıyla karavanlarıyla yaptıkları ziyaretleri kapsamaktadır (Aktaş, 2002:11).

Konya yöresinde özellikle Beyşehir Gölü Milli Parkı, Hacı Akif Adası Milli Parkı ve Anamas Yaylaları kamp karavan turizmi için oldukça elverişlidir (Sezgin, 2002b:84). Ayrıca Konya'nın turizmine katkı sağlamak amacıyla Konya Karatay Belediyesi tarafından Ereğli çevre yolu üzerinde karavan parkı oluşturulmuştur.

Hava Sporları

Bölge, yamaç paraşütü ve yelken gibi hava sporlarını sevenler içinde keşfedilmesi gereken bir şehirdir. Yamaç paraşütü ortalama olarak 5 kg. ağırlığında uçmaya yarayan basit bir hava aracı olarak tanımlanabilir (Batman ve Ulaşan, 2007:32). Konya'nın Akşehir ilçesi son zamanlarda adını yamaç paraşütü etkinlikleriyle sık sık duyurmaya başlamış ve 2006 yılı Dünya Yamaç Paraşütü Şampiyonası Akşehir'de yapılmıştır (Özbek, 2007:30).

Akarsu- Rafting Turizmi

Zengin doğal ve tarihi kaynaklara sahip olan Konya, su sporları için önemli bir akarsu turizmi potansiyeli sunmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1998:98). Rafting sporu akarsular üzerinde yapılan ve bu spora ilgi duyan kişilerin katılımı ile gerçekleşen sportif bir turizm dalıdır (Ünlüönen ve diğ., 2007:24). Konya'nın Beyşehir ilçesi göl kanosu, rüzgâr sörfü gibi doğa sporları için oldukça elverişli bir konuma sahiptir. Bunun yanısıra bahar aylarında Kuduz Çayı'nda kano ve rafting sporu yapılabilir (www.tourismkonya.org, 27.04.2009).

Sportif Olta Balıkçılığı

Akşehir yöresinde Akşehir ve Eber Gölü ile yöredeki dere ve çaylarda var olan alabalık ve sazan türü balıklardan turizm amaçlı olarak yararlanmak mümkündür (www.aksehir.bel.tr, 25.04.2009). Ayrıca Beyşehir Gölü de olta balıkçılığı açısından elverişli bir konumda olup bu alternatif turizm türü için uygun avlanma sahalarına sahiptir (www.beysehirliyiz.org, 27.04.2009).

Yemek Turizmi (Gastronomi)

Konya, 13. yy.'da yaşamış olan büyük aşçıbaşı Ateş-Baz-ı Veli Hazretleri ve farklı çeşitlerden oluşmuş mutfağıyla Orta Asya ve Selçuklulardan günümüze kadar ulaşan büyük bir lezzetin ve kültürün izlerini taşımaktadır (Halıcı, 2008:118). Ateş-Baz-ı Veli, Mevlevi ve Konya Mutfağının piri, Hz. Mevlana'nın ise

baş aşçısıdır. Kendisi dünyada muhtemelen adına ilk defa anıt mezar yaptırılan aşçıbaşı olma özelliğine sahiptir. Feyzi Halıcı, 1986 yılında Ateş-Baz-ı Veli'nin hakka kavuşmasının 700. yıldönümü anısına uluslararası bir yemek kongresi hazırlamış, programı İstanbul ve Konya'da gerçekleştirmiş ve dünyanın en ünlü yemek uzmanlarını Konya'ya getirmiştir. Bu kongreden sonra Konya'ya gelen her yemek yazarı veya uzmanı Ateş-Baz-ı Veli'yi ziyaret etmek istemiştir (Halıcı, 2007:35). Konya yöresinin Mevlana'dan sonra turizm açısından böyle bir değere sahip olması, bu değerın farkına varılıp oraya bir Konya Mutfak Müzesi ilave edilmesi ve çevre düzenlemesinin yapılması Ateş-Baz-ı Veli Hazretleri'ni dünya gastronomları için önemli bir ziyaret yeri haline getirecektir (Halıcı, 2008:118).

Spor Turizmi

Son yıllarda turizm ve spor arasındaki ilişkinin giderek arttığı gözlenmektedir. Aslında her iki sektörde, küreselleşen ekonomide hızla büyüyen endüstriler durumundadır (Higham ve Hinch, 2002: 175).

Turizmdeki gelişmelerle birlikte, günümüzde insanların sadece güneş, kum ve deniz öğelerini içeren bir turizm hareketine yönelme dışında, yeni turizm çeşitleri arayışına girdikleri görülmektedir. Turistlerin bu yeni arayışlarını şekillendiren turizm türlerinden biri de “Spor Turizmi”dir. Spor turizmi, kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak amacıyla, seyahat etmelerinden doğan faaliyetler bütünüdür (Erdem ve Girgin, 2008:389).

Konya bölgesi spor turizmi potansiyeli olarak dünya genelinde ön planda yer alan ve izleyici kitlesi geniş alanlara yayılan futbol, basketbol, voleybol, tekvando, boks, güreş, bisiklet ve golf gibi spor dalları için uygun potansiyele sahip olup, yapılması planlanan spor tesisleri ile de altyapı olarak kendisini yenilemeye devam etmektedir.

Bisiklet Turizmi

Potansiyel bir turizm alanı olan ve topoğrafik yapısı nedeniyle düzlük bir yerde bulunan Konya bölgesi bisiklet turizmi için de imkânlar sunmaktadır. Her yıl düzenlenen ve 2009 yılında 15.'si gerçekleştirilen Mevlana Gençler Bisiklet Turu birçok bisiklet tutkununu biraraya getirmektedir. Konya'nın Beyşehir ilçesinde bulunan Beyşehir Gölü Milli Parkı'nda bu alternatif turizm türü için elverişli yerlerden birisidir.

Golf Turizmi

Konya iklim ve arazi koşulları yönünden düz ve geniş olması nedeniyle bu spor dalına uygun yörelerden birisidir. Nitekim 3. Ana Jet Üssü bünyesinde 500.000 m²'ye yakın dokuz delikli akademik ve antrenman amaçlı çalışma sahasının yapımı devam etmekte ve önümüzdeki günlerde tamamlanarak hizmete sunulması düşünülmektedir (Özbek, 2008:103).

YÖNTEM VE SAHA ARAŞTIRMASI

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Konya ilinin alternatif turizm potansiyelinin incelenerek, bölgenin sahip olduğu bu potansiyelin nasıl turizm sektörüne kazandırabileceğini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda “Konya bölgesinde inanç turizmi dışında diğer alternatif turizm çeşitleri var mı?”, varsa eğer “bu turizm çeşitleri bölgenin turizm potansiyelinin artırılmasında etkili olabilir mi?” sorularına cevap aranmıştır.

Yapılan araştırma bölgenin alternatif turizm potansiyeli hakkında fikir vermesi, bu potansiyelin geliştirilmesi sayesinde turizme sağlayabileceği katkıların önemiyetini ortaya koyması ve buna yönelik çözüm önerileri sunması açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın evrenini Konya'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinde (restaurant, otel, seyahat acentası) çalışmakta olan yöneticiler/girişimciler ve bölgeyi ziyarete gelmiş olan yerli-yabancı turistler oluşturmaktadır.

Araştırmada; örnek kütlenin belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme metotlarından kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem seçiminde bir sınırlama getirilmemiş ve ulaşılabilindiği kadar turizm işletmesine ve yerli-yabancı turiste ulaşılması

amaçlanmıştır. Bu yöntemle gerçekleştirilen anket çalışmasına katılan turizm işletmecilerine sunulan 120 anketten 100 adedi, Konya bölgesini ziyaret eden yerli turistlere sunulan 175 anketten 150 adedi ve yabancı turistlere sunulan 125 anketten 100 adedi geri dönmüş ve toplamda dağıtılan 420 anketten 350 adet geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Bu anketler 10-17 Aralık 2008 tarihleri arasında “Mevlana’yı Anma Törenleri”nde bölgeyi ziyarete gelmiş olan yerli-yabancı turistler ve bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinde çalışmakta olan yöneticilere/girişimcilere uygulanmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırma, turizm işletmecilerine ve yerli-yabancı turistlere olmak üzere üç kategoride anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu Mete Sezgin’in 2004 yılında ve Kadir Öztaş’ın 1997 yılında yapmış olduğu çalışmalarından esinlenerek hazırlanmıştır. Çalışmanın daha etkin olabilmesi ve hızlı geri dönüşümünü sağlayabilmek açısından yüz yüze anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket aracılığıyla toplanan veriler güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Alpha=0,77 olarak bulunmuştur.

Anketin birinci bölümünde turistlere ve turizm işletmecilerine demografik özellikleri ile bölgedeki turizm potansiyeli hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik birden çok seçeneği kapalı uçlu sorular sorulmuş, ikinci bölümünde ise bölgedeki alternatif turizm potansiyeline yönelik düşüncelerini içeren 12 adet yargıya yer verilmiştir. Bu yargılara ilişkin düşüncelerin alınabilmesi için 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Buna göre anketin ikinci kısmında 1 = “kesinlikle katılıyorum”, 2 = “katılıyorum”, 3 = “kararsızım”, 4 = “katılmıyorum” ve 5 = “kesinlikle katılmıyorum” seçenekleri yer almaktadır.

Elde edilen veriler SPSS programında aritmetik ortalamalar, yüzde, frekans ve ki-kare yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar tablolar halinde elde edilmiş ve değerlendirilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Yerli-yabancı turistlere ve turizm işletmecilerine yönelik sorular gruplandırılarak düzenlenmiş, aynı kapsamda araştırma bulguları ve değerlendirmeleri de aşağıdaki şekilde gruplandırmalarla yapılmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri (n=150)

Cinsiyet	n	%	Mesleki Durum	n	%
Bay	74	49,3	Öğrenci	30	20,0
Bayan	76	50,7	Serbest Meslek	32	21,3
Yaş	n	%	Emekli	9	6,0
15-24	35	23,3	İşçi	4	2,7
25-34	46	30,7	Öğretmen	18	12,0
35-44	42	28,0	Memur	32	21,3
45-54	27	18,0	İşsiz	5	3,3
55 +	-	-	Diğer	20	13,3
Eğitim Durumu	n	%	Gelir Durumu	n	%
İlköğretim	11	7,3	750 TL'den az	17	11,3
Orta öğretim	17	11,3	750-1.000 TL	41	27,3
Lise	18	12,0	1.001-2.000 TL	58	38,7
Üniversite	91	60,7	2.001-3.000 TL	28	18,7
Lisansüstü	13	8,7	3.001 TL'den fazla	6	4,0

Araştırmaya katılan yerli turist anket verileri baz alınarak hazırlanan Tablo 1’e göre araştırmaya % 49,3’lük oranla 74 bay, % 50,7’lik oranla 76 bayan olmak üzere toplam 150 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan turistlerin % 30,7’si 25-34 yaş aralığındayken, % 28,0’ı 35-44 arası yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumu açısından ele alındığında yerli turistlerin % 60,7’sinin üniversite mezunu, % 12,0’ının ise lise mezunu olduğu görülmektedir. % 8,7’lik bir kısımda yüksek lisans eğitimi görmüştür. Meslek gruplarına göre dağılımları incelendiğinde ilk sırada % 21,3’le serbest meslek sahipleri ve memurlar yer alırken bu oranı % 20,0’la öğrenciler takip etmektedir. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımına bakıldığında ise ilk sırada % 38,7 ile 1.001-2.000 TL arası gelire sahip olanlar, ikinci sırada ise % 27,3 ile 750-1.000 TL arası gelire sahip olanlar yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Yabancı Turistlerin Demografik Özellikleri (n=100)

Cinsiyet	n	%	Mesleki Durum	n	%
Bay	52	52,0	Öğrenci	8	8,0
Bayan	48	48,0	Serbest Meslek	16	16,0
Yaş	n	%	Emekli	29	29,0
15-24	5	5,0	İşçi	18	18,0
25-34	15	15,0	Öğretmen	14	14,0
35-44	29	29,0	Memur	11	11,0
45-54	23	23,0	İşsiz	-	-
55 +	28	28,0	Diğer	4	4,0
Eğitim Durumu	n	%	Gelir Durumu	n	%
İlköğretim	-	-	750 TL'den az	-	-
Orta öğretim	7	7,0	750-1.000 TL	7	7,0
Lise	17	17,0	1.001-2.000 TL	20	20,0
Üniversite	60	60,0	2.001-3.000 TL	48	48,0
Lisansüstü	16	16,0	3.001 TL'den fazla	25	25,0

Araştırmaya katılan yabancı turist anket verileri baz alınarak hazırlanan Tablo 2'ye göre araştırmaya % 52,0'lık oranla 52 bay, % 48,0'lık oranla 48 bayan olmak üzere toplam 100 kişi katılmıştır. Turistlerin % 29,0'ı 35-44 yaş aralığındayken, % 28,0'ı 55 ve üstü yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumu açısından incelendiğinde % 60,0'ının üniversite mezunu, % 17,0'ının ise lise mezunu olduğu görülmektedir. % 16,0'lık bir kısımda yüksek lisans eğitimi görmüştür. Meslek gruplarına göre dağılımları ele alındığında ilk sırada % 29,0'la emekliler yer alırken bu oranı % 18,0'la işçiler takip etmektedir. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımına bakıldığında ise ilk sırada % 48,0'la 2.001-3.000 TL arası gelire sahip olanlar, ikinci sırada ise % 25,0'la 3.001 TL'den fazla gelire sahip olanlar yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Demografik Özellikleri (n=100)

Cinsiyet	n	%
Bay	91	91,0
Bayan	9	9,0
Yaş	n	%
15-24	3	3,0
25-34	36	36,0
35-44	37	37,0
45-54	20	20,0
55 +	4	4,0
Eğitim Durumu	n	%
İlköğretim	9	9,0
Orta öğretim	6	6,0
Lise	35	35,0
Üniversite	49	49,0
Lisansüstü	1	1,0
Gelir Durumu	n	%
750 TL'den az	21	21,0
750-1.000 TL	19	19,0
1.001-2.000 TL	28	28,0
2.001-3.000 TL	25	25,0
3.001 TL'den fazla	7	7,0

Araştırmaya katılan turizm işletmesi yöneticilerinin anket verileri baz alınarak hazırlanan Tablo 3'e göre araştırmaya % 91,0'lık oranla 91 bay, % 9,0'lık oranla 9 bayan olmak üzere toplam 100 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan yöneticilerin % 37,0'ı 35-44 yaş aralığındayken, % 36,0'ı 25-34 arası yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumu açısından ele alındığında % 49,0'ının üniversite mezunu ve % 35,0'ının lise mezunu olduğu görülmektedir. % 1,0'lık bir kısımda yüksek lisans eğitimi görmüştür. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımına bakıldığında ilk sırada % 28,0'la 1.001-2.000 TL arası gelire sahip olanlar, ikinci sırada % 25,0'la 2.001-3.000 TL arası gelire sahip olanlar, üçüncü sırada ise % 21,0'la 750 TL'den az gelire sahip olanlar yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Turizm İşletmelerinin Türü (n=100)

İşletme Türü	n	%
5 yıldızlı otel	2	2,0
4 yıldızlı otel	5	5,0
3 yıldızlı otel	5	5,0
2 yıldızlı otel	3	3,0
1 yıldızlı otel	1	1,0
1.sınıf otel	17	17,0
2.sınıf otel	1	1,0
Özel belgeli otel	1	1,0
Pansiyon	1	1,0
A grubu seyahat acentası	27	27,0
B grubu seyahat acentası	2	2,0
Restaurant	35	35,0

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin 36 tanesinin otel, 35 tanesinin restaurant ve 29 tanesinin seyahat acentası olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Turistlerin Konya'ya Geliş Sıklıklarına Göre Dağılımı

	Yerli		Yabancı	
	n	%	n	%
Birinci	24	16,0	83	83,0
İkinci	33	22,0	11	11,0
Üçüncü	39	26,0	5	5,0
Dört ve fazla	54	36,0	1	1,0
Toplam	150	100,0	100	100,0

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan turistlerin Konya'ya geliş sıklıklarına göre dağılımları incelendiğinde yerli turistlerin % 36,0'ının dört ve dörtten fazla, % 16,0'ının ise ilk kez Konya'ya geldiği görülmektedir. Yabancı turistlerin ise % 83,0'ı ilk kez, % 11,0'ı da ikinci kez bölgeye ziyarette bulunmuştur.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Turistler ve Turizm İşletmecileri Açısından Konya'nın Turizme Kazandırılmasındaki Sıkıntılar

	Yerli		Yabancı		Turizm İşl.	
	n	%	n	%	n	%
Yerel yönetimlerin politika oluşturmaması	23	15,3	35	35,0	15	15,0
Yeterince tanıtım yapılmaması	65	43,3	37	37,0	50	50,0
Halkın turizm konusunda bilinçsiz/duyarsız oluşu	30	20,0	12	12,0	19	19,0
Yatırımcıların turizm konusuna sıcak bakmaması	18	12,0	8	8,0	8	8,0
Bölgede yeterli turistik potansiyelinin olmaması	14	9,3	8	8,0	8	8,0
Toplam	150	100,0	100	100,0	100	100,0

Yerli-yabancı turistler ve turizm işletmecileri açısından bölgenin turizme kazandırılmasındaki en büyük sıkıntı "yeterince tanıtım yapılmaması" olarak ifade edilmiştir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Turistlere ve Turizm İşletmecilerine Göre Konya'da İnanç Turizmi Dışında Hangi Alternatif Turizm Türünün Gelişebileceği İle İlgili Düşünceleri

	Yerli		Yabancı		Turizm İşletmesi	
	n	%	n	%	n	%
Av Turizmi	17	11,3	16	16,0	8	8,0
Kültürel Turizm	50	33,3	45	45,0	34	34,0
Mağara Turizmi	8	5,3	3	3,0	3	3,0
Dağ Turizmi	6	4,0	6	6,0	2	2,0
Kongre Turizmi	31	20,7	14	14,0	39	39,0
Doğa Yürüyüşü	8	5,3	8	8,0	2	2,0
Termal Turizm	23	15,3	7	7,0	11	11,0
Yayla Turizmi	7	4,7	1	1,0	1	1,0
Toplam	150	100,0	100	100,0	100	100,0

Konya bölgesinde inanç turizmi dışında diğer alternatif turizm çeşitlerinden hangisi geliştirilebilir sorusuna yerli ve yabancı turistler “kültürel turizm”, turizm işletmecileri ise “kongre turizmi” diye yanıt vermişlerdir.

Tablo 8. Araştırmaya Katılan Turistlere ve Turizm İşletmecilerine Göre Bölgede İnanç Turizmi Dışında Hangi Alternatif Turizm Türünün Gelişebileceğinin Test Edilmesi

	Av Turizmi	Kültürel Turizm	Dağ + Mağara Turizmi	Kongre Turizmi	Doğa Yürüyüşü	Termal + Yayıla Turizmi	Toplam
Yerli Turist	17 11,3%	50 33,3%	14 9,3%	31 20,7%	8 5,3%	30 20,0%	150 100,0%
Yabancı Turist	16 16,0%	45 45,0%	9 9,0%	14 14,0%	8 8,0%	8 8,0%	100 100,0%
Turizm İşletmesi	8 8,0%	34 34,0%	5 5,0%	39 39,0%	2 2,0%	12 12,0%	100 100,0%
Toplam	41 11,7%	129 36,9%	28 8,0%	84 24,0%	18 5,1%	50 14,3%	350 100,0%

Araştırmada, turistlere ve turizm işletmecilerine göre bölgede inanç turizmi dışında hangi alternatif turizm türünün gelişebileceği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan gruplar ve bölgede inanç turizmi dışında gelişebilecek alternatif turizm çeşidi arasında bir anlamlılık olup olmadığı Chi-Square Testi ile değerlendirilmiştir. Test sonucunda; bölgede gelişebilecek alternatif turizm çeşidi konusundaki katılımcı görüşlerinin araştırmaya katılan turistlere ve turizm işletmecilerine göre değişmekte olduğu görülmektedir ($X^2=31,1$; $sd:10$; $p<0,01$). Tabloya göre; yerli-yabancı turistlerin bölgede kültürel turizmin, turizm işletmecilerin ise kongre turizminin gelişebileceği yönünde hemfikir oldukları görülmektedir.

Tablo 9. Yerli-Yabancı Turistlerin ve Turizm İşletmecilerinin Konya’da Alternatif Turizm Potansiyeline İlişkin Düşünceleri

	Grup	N	\bar{X}	Std.S.	Katılım düzeyi
Konya ve çevresinde bulunan mağaralar alternatif turizm bünyesinde pazarlanmaktadır.	Yerli	150	3,42	1,08	ORTA
	Yabancı	100	3,28	1,06	ORTA
	İşletme	100	3,45	1,06	ORTA
Konya, inanç turizminin yanında diğer alternatif turizm çeşitleri bakımından da yeterli turizm potansiyeline sahiptir.	Yerli	150	1,83	0,99	YÜKSEK
	Yabancı	100	2,02	1,12	YÜKSEK
	İşletme	100	1,87	1,02	YÜKSEK
Kongre, termal gibi özel turizm çeşitleri ile ilgilenen ihtisaslaşmış seyahat acentaları yeterli sayıdadır.	Yerli	150	3,57	1,02	ORTA
	Yabancı	100	3,44	1,12	ORTA
	İşletme	100	3,40	1,10	ORTA
Konya'nın alternatif turizme yönelik destinasyon ve bölge tanıtımı yeterince yapılmaktadır.	Yerli	150	3,86	0,95	DÜŞÜK
	Yabancı	100	3,96	0,94	DÜŞÜK
	İşletme	100	3,72	1,16	DÜŞÜK
Konya'nın görülmeye değer ilçelerine günübirlik turizm turları düzenlenmektedir.	Yerli	150	3,63	0,94	ORTA
	Yabancı	100	3,88	1,04	DÜŞÜK
	İşletme	100	3,32	1,28	ORTA
Kongre turizmi potansiyelini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır.	Yerli	150	2,35	1,10	ORTA
	Yabancı	100	2,02	1,20	YÜKSEK
	İşletme	100	1,91	1,07	YÜKSEK
Kentte alternatif turizmin geliştirilmesine yönelik çekim merkezleri ve cazibe noktalarının sayısı yeterlidir.	Yerli	150	3,77	1,09	DÜŞÜK
	Yabancı	100	3,99	1,09	DÜŞÜK
	İşletme	100	3,79	1,22	DÜŞÜK
Konya'daki tarihi niteliğe sahip yapılar aslına uygun olarak restore edilmektedir.	Yerli	150	1,85	0,99	YÜKSEK
	Yabancı	100	2,26	1,08	YÜKSEK
	İşletme	100	2,10	1,02	YÜKSEK
Konya'nın kendine özgü el sanatlarının ve folklorik özelliklerinin sergilenebileceği mekânlara yeterlidir.	Yerli	150	3,70	1,13	DÜŞÜK
	Yabancı	100	3,96	0,97	DÜŞÜK
	İşletme	100	3,82	1,10	DÜŞÜK

Konya havaalanının uluslararası uçuşlara açılması bölgede alternatif turizm potansiyelini artırır.	Yerli	150	1,57	0,71	YÜKSEK
	Yabancı	100	2,17	1,10	YÜKSEK
	İşletme	100	1,93	1,22	YÜKSEK
Turistlere yönelik olarak düzenlenen sema gösterileri ve eğlenceler belli bir program dâhilinde sunulmaktadır.	Yerli	150	1,83	0,78	YÜKSEK
	Yabancı	100	2,37	1,06	ORTA
	İşletme	100	2,17	0,87	YÜKSEK
Konya'da alternatif turizm çeşitlerinin istenilen seviyeye ulaşabilmesi için gerekli olan altyapı ve üstyapı çalışmaları gerçekleştirilmektedir.	Yerli	150	1,83	0,94	YÜKSEK
	Yabancı	100	2,74	1,19	ORTA
	İşletme	100	2,42	1,05	ORTA

($\bar{X} = 1.00 - 2.33$ ise Yüksek; $\bar{X} = 2.34 - 3.66$ ise Orta; $\bar{X} = 3.67 - 5.00$ ise Düşük)

Tablo 9'da yerli-yabancı turistlerin ve turizm işletmecilerinin Konya'da alternatif turizm potansiyeline ilişkin önermelere katılım derecelerinin ortalamaları ve standart sapma değerleri verilmiştir. Bu önermeler bize, anket uygulamasına katılan yerli-yabancı turistlerin ve turizm işletmecilerinin bölgedeki alternatif turizm potansiyeline bakış açılarını göstermektedir. Tabloya göre aritmetik ortalama 1.00 ila 2.33 ise kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, aritmetik ortalama 2.34 ila 3.66 ise katılan ve katılmayan kişilerin neredeyse eşit olduğunu fakat genelde katılmayan bir tutum gösterdiğini ve son olarak aritmetik ortalama 3.67 ila 5.00 ise katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum cevaplarının çoğunlukta olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda “Konya ve çevresinde yer alan mağaralar alternatif turizm bünyesinde pazarlanmaktadır” önermesine her üç grubunda büyük ölçüde kararsız kaldıkları görülmektedir. “Konya, inanç turizminin yanında diğer alternatif turizm çeşitleri bakımından da yeterli turizm potansiyeline sahiptir” önermesine grupların katılım dereceleri yüksek olmuştur. Yerli-yabancı turistlerin ve işletmecilerin bölgenin alternatif turizm çeşitliliği bakımından yeterli potansiyele sahip olduğu ancak buna yönelik olarak destinasyon ve bölge tanıtımının yeterince yapılmadığı görüşünde birleşmiş oldukları görülmektedir. Bu açıdan da “Konya'nın alternatif turizme yönelik destinasyon ve bölge tanıtımı yeterince yapılmaktadır” önermesine katılım oranları düşük olmuştur.

“Kentte alternatif turizmin geliştirilmesine yönelik çekim merkezleri ve cazibe noktalarının sayısı yeterlidir” önermesinin önem derecesi düşük seviyede belirlenmiştir. “Kongre, sağlık, termal gibi özel turizm çeşitleri ile ilgilenen ihtisaslaşmış seyahat acentaları yeterli sayıdadır” önermesine turizm işletmecilerinin ve turistlerin büyük çoğunluğunun kararsız kaldığı görülmektedir. Konya'daki tarihi yapıların aslına uygun olarak restore edilmesi konusunda yüksek oranda katılım gösterirlerken, Konya'nın kendine özgü el sanatlarının ve folklorik özelliklerinin sergilenebileceği mekânlarının yeterli sayıda olmadığını düşünmektedirler. Gruplara göre “Konya havaalanının uluslararası uçuşlara açılması ve yurtiçinde farklı güzergâhlara uçak seferleri konulması bölgede alternatif turizm potansiyelini artırır” önermesinin önem derecesi yüksek seviyede belirlenmiştir.

“Kongre turizmi potansiyelini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır” önermesinin önem derecesi yabancı turistler ve turizm işletmecileri açısından yüksek seviyede belirlenmiş, yerli turistler ise bu önermeye kararsız kalmışlardır. “Konya'da alternatif turizm çeşitlerinin istenilen seviyeye ulaşabilmesi için gerekli olan altyapı ve üstyapı çalışmaları gerçekleştirilmektedir” önermesine yerli turistler yüksek oranda katılım gösterirlerken, yabancı turistler ve turizm işletmecilerinin katılım dereceleri orta seviyede belirlenmiştir. “Konya'nın görülmeye değer ilçelerine günübirlik turizm turları düzenlenmektedir” önermesine yerli turistler ve turizm işletmecileri kararsız kalırken, yabancı turistlerin katılım derecesi düşük olmuştur. “Turistlere yönelik olarak düzenlenen sema gösterileri ve eğlenceler belli bir program dâhilinde sunulmaktadır” önermesine ise yerli turistler ve işletmeciler büyük ölçüde katılım gösterirlerken, yabancı turistler orta seviyede katılım göstermişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Alternatif turizm, dünya genelinde giderek artan bir şekilde yaygınlık kazanmaktadır. Dünyada yaşanan yeni eğilimler ve doğal sistemler üzerindeki kirlenmeler, turizmde yeni yönelimlerin ortaya çıkmasında önemli bir etken teşkil etmektedir. Sosyal ve iş yaşamındaki tekdüzelik de alternatif turizm faaliyetlerine olan talebi artırmaktadır. Ülkeler özellikle pazarlama faaliyetlerinde ürün farklılaştırma stratejilerini sıkça kullanmaktadırlar. Alternatif turizm ve yeni turistik ürünler bu nedenle önemini artırmıştır. Turizmin

yörelere için sürdürülebilirliği açısından bu kavramlar son derece önemlidir. Konya yöresi de Türk turizminin önemli merkezlerinden birisi olmak için alternatif turizm açısından yeterli potansiyele sahip bir il konumunda bulunmaktadır.

Konya bölgesinin alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesine ve bu potansiyelin bölge turizmine olan etkisini incelemeye yönelik yapılan çalışmanın uygulama aşaması sonuçlarını değerlendirdiğimizde; yerli turistlerin büyük bir kısmının bölgeye dört ve üstü ziyaretlerde bulunduğu, yabancı turistlerin ise büyük bir çoğunluğunun şehri ilk kez ziyaret etmiş olduğu görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre bölgenin turizme kazandırılmasındaki başlıca sıkıntı yeterince tanıtım yapılmamasıdır. Bu bağlamda turizm pazarından pay alabilmek ve sahip olunan pay oranını artırmak için etkin ve etkili bir tanıtım politikası izlenmeli, yazılı ve sözlü basın araçlarından yararlanılmalı, bölgenin sahip olduğu tabii güzellikler kullanılmalı ve alternatif turizm çeşitlerinden kongre turizmi, kültürel turizm, av turizmi vb. diğer turizm türleri için de tanıtıcı çalışmalarda bulunulmalıdır. Ağırlıklı olarak inanç turizmi çerçevesinde gelen turistlerin boş zamanlarını değerlendirme alternatifi olarak destekleyici turizm çeşitleri şeklinde geliştirilmeye çalışılmalıdır.

Anadolu'nun merkezinde bulunan Konya'nın yalnızca inanç turizmine elverişli olmadığı, bunun yanında kültür turizmi başta olmak üzere; iyi bir tanıtımla kongre turizminin, sahip olduğu doğa zenginliği ile sağlık turizminin geliştireceğine, halkının sahip olduğu kültürel mirasında bir çekim gücü oluşturabileceğine inanılmaktadır. Bu nedenle var olan bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için turizm yatırımlarının çeşitlendirilmesi, inanç turizminin yanında diğer alanlara da kaydırılarak, turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması yönünde çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Bölgenin zenginliklerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımının iyi bir şekilde yapılabilmesi, yerli-yabancı tur organizasyonlarının güzergâhları içerisinde Konya'nın daha fazla yer almasının sağlanabilmesi için alanında ihtisaslaşmış seyahat acentalarının sayısını artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Ayrıca yörenin tüm özelliklerini bilen ve kendini bu yönde geliştiren ihtisaslaşmış turist rehberlerinin eğitilmesi ve yerel seyahat acentacılığının özendirilmesi gibi konulara derhal çözüm getirilmesi bölgenin alternatif turizm potansiyelinin gelişmesinde önemli rol oynayacaktır.

Konya'yı dünyaya açacak, tarihi ve kültürel değerlerini tanıttacak, gerekli altyapı, çevre düzenlemesi ve etkin tanıtım çalışmalarının bir an önce yapılarak bölgenin turizme kazandırılması gerekmektedir. Bu amaçla; öncelikle seyahat acentaları ile birlikte yerel yönetim, Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve derneklerin ortaklaşa çalışmaları ile bölgenin tanıtımının etkili bir şekilde yapılması, konaklama tesislerinin niteliklerinin artırılması ve turizmde en önemli etkenlerden biri olan ulaşılabilirlik için il genelinde mevcut alt yapının iyileştirilmesi gereklidir. Böylece Konya'nın ülke insanına ve dış dünyaya tanıtımı daha fazla gerçekleşmiş olacaktır.

Zengin, doğal ve kültürel varlıklarıyla dünyanın en seçkin tarih ve kültür hazinelerine sahip olan Konya bölgesi aynı zamanda ulusal ve uluslararası düzeyde turizm ve rekreasyon aktivitelerine kaynak olabilecek önemli bir cazibe merkezi durumundadır. Neredeyse tamamıyla bir doğa, tarih ve kültür hazinesi niteliğinde olan Konya ilinin sahip olduğu bu zenginliklerin ortaya çıkarılması, var olan eksikliklerin bir an önce giderilmesi önümüzdeki yıllarda bölgenin elde ettiği turizm gelirinde büyük bir katkı payına sahip olma olasılığını da artıracaktır.

Konya, kongre turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. Fakat kongre turizminden hak ettiği payı alamamış durumdadır. Oysa kongre turizmi Konya'ya hiç girmemiş bir kalemden para gelmesi anlamına gelmektedir. Bu açıdan sahip olunan potansiyel değerlendirilmeli, tanıtım ve pazarlama açısından teknik ve finansal destek sağlanmalı ve kongre turizmine yönelik iyi bir planlama sistemine geçilmelidir.

Havaalanının sivil statüye kavuşturulması, yurtiçinde farklı güzergâhlara uçak seferleri konulması ve uluslararası uçuşlara açılması bölgeyi ziyaret eden turist sayısında gözle görünür artışların gerçekleşmesini sağlayabilir ve böyle bir proje Konya'yı bir fuar ve kongre merkezi haline getirebilir. Ayrıca proje, Konya ile bir bütünlük arz eden Aksaray ve Karaman illerine de hitap edecek bir yapıda hazırlanmalıdır. Diğer yandan mevcut askeri havaalanı şehir içinde kalmaktadır. Bu nedenle askeri havaalanı Karapınar çevresine nakledilerek, merkezdeki havaalanı sivil havaalanına dönüştürülmelidir.

Mevlana Kültür Merkezi'nde her cumartesi günü ücretsiz olarak gerçekleştirilen sema programları yerli ve yabancı birçok turist dikkatini çekmektedir. 2006 yılından bu yana her hafta cumartesi günleri

gerçekleştirilen sema programlarını izlemek için yurt içi ve yurt dışından bölgeye çok sayıda ziyaretçi gelmektedir. Birçok tur firması da gezi programlarını sema gösterileri nedeniyle cumartesi gününe denk gelecek şekilde ayarlama yapmaktadır.

Konya, ilçelerinde de görülmeye değer pek çok turistik mekâna sahiptir. İlçelerde ki mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi açısından bu mekânlara yönelik etkin tanıtımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Bölgede çok sayıda turistik potansiyele sahip mağara bulunmaktadır. Bu mağaraların, ziyaretçilerin kolayca gezmelerine olanak verecek şekilde konunun uzmanları tarafından üretilecek projelere göre düzenlenmeleri gerekmektedir.

Konya'nın değerlendirmesi gereken potansiyellerinden birisi de termal turizmdir. Bölgenin Ilgın ilçesinde biri belediyeye diğeri ise özel sektöre ait toplam 700 yataklı 2 tesis bulunmaktadır ve ilçedeki pansiyonlarla birlikte yatak sayısı ise binden fazladır. Ilgın'da çıkan sıcak suyun en büyük özelliği, hiçbir soğutmaya tabi tutulmadan kullanıma sunulmasıdır. Uzmanlar, 43 derece ısıya sahip olan bu suyun minerallerinin, hiçbir işlemden geçmeden doğrudan kullanılması nedeniyle azalmadığını tespit etmişlerdir.

Bunlara ek olarak bölgede bulunan tarihi evlerin restorasyon çalışmaları tamamlanarak buralarda Konya kültürünü tanıtıcı etkinlikler düzenlenmesi sağlanmalı, hediyelik eşya olarak Konya'ya özgü daha özel eşyalar tasarlanmalı ve bu eşyalar bu evlerde satılmalıdır. Böylece bölge turistlere daha iyi pazarlanmalıdır.

Ayrıca yapımı halen devam etmekte olan hızlı tren projesi ile bölge Ankara'ya ve İstanbul'a yakınlaşacaktır. Bu projenin tamamlanmasıyla, İstanbul-Konya arasındaki 12 saat 25 dakikalık mesafe 3 saat 45 dakikaya düşecektir. Konya ilinin ülke içindeki bağlantılarını daha kuvvetli ve işlevsel hale getirecek olan hızlı tren projesinin bir an önce tamamlanması gerekmektedir. Ayrıca Konya-Mersin-Adana ve Konya-Antalya arası hızlı tren çalışmaları da başlatılmalıdır.

Sonuç olarak; Konya bölgesi alternatif turizm potansiyeli bakımından ulusal ve uluslararası turizm hareketliliğini sağlayacak yeterli turizm arzına sahip bir bölge konumundadır. Ancak bugün olması gereken yerden çok uzaktadır çünkü mevcut potansiyelden yeteri kadar faydalanamamaktadır. Bu bağlamda Konya destinasyonunun turizm potansiyelinin değerlendirilmesi, bölgede alternatif turizmin geliştirilmesi, pazarlanabilmesi, Konya'ya ve turizm işletmelerine katkıda bulunabilmesi için bazı somut önerilerin getirilmesinde fayda vardır. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Konya'nın sahip olduğu turizm potansiyelinin tam envanterinin çıkarılması ve potansiyel turizm alanlarının sektörün hizmetine sunulması,
- Konya'da turizm bilincinin geliştirilmesi için yerel basından yararlanılması,
- Dış turizmi canlandırmanın yanı sıra iç turizmi canlandırmak içinde çalışmalar yapılması, bölgesel ve ulusal medyadan yararlanılması,
- Konya'nın el sanatlarının, mutfağının, mahalli özelliklerinin ön plana çıkartılarak kültür turizminin geliştirilmesinin sağlanması,
- Seyahat acentaları ile birlikte yerel yönetim, Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve derneklerin ortaklaşa çalışmaları ile Konya'nın tanıtımının etkili bir şekilde yapılması,
- Bölgeye gelecek turistlerin taleplerinin belirlenmesi, bunun için bölgeye değişik ülkelere mensup turist turlarının düzenlenmesi,
- Bir sivil havaalanının hizmete açılması,
- İpek Yolu Projesi çerçevesinde bölgede İpek yolu güzergâhında bulunan hanların ve kervansarayların restore edilmesi ve çevre düzenlemelerinin yapılarak ziyaretçilere açılabilmesi için gerekli çalışmaların yapılması,
- Konya-Ankara-İstanbul arasındaki hızlı tren projesinin bir an önce hayata geçirilmesi,
- Golf sahasının yapımının bir an önce bitirilmesi,
- Sahip olunan termal turizm kaynaklarının değerlendirilmesi,
- Konya Mutfağı'nın en kısa zamanda özenle ele alınıp bir kültür ve turizm değeri olarak ortaya konulması ve Konya Mutfak Müzesi yapımına başlanması,
- Yabancı ülkelerin elçilikleriyle bağlantıya geçilmesi ve o ülke vatandaşlarının Konya'yı tanımlarını sağlamak amacıyla broşür, cd, kitap vb. dokümanların elçilikler vasıtasıyla ulaştırılması,

- Konya'nın kendine özgü el sanatlarının, folklorik özelliklerinin sergilenebileceği mekânların yapılması ve bu yerlerin şehir turları kapsamına dâhil edilmesi,
- Konya'da inanç turizmine yönelik olarak işin ehli, seçilmiş, eğitilmiş kişiler tarafından tanıtım ve bilgilendirme çalışmalarının yapılması,
- Konya'nın ziyaretçi potansiyelinin artması için büyük bir Konya Müzesi yapılması gerekmektedir.

Şu görülmektedir ki; Konya, Türkiye için önemli bir turistik destinasyondur.

Bölgenin alternatif turizm potansiyelinin daha detaylı incelenebilmesi, gerekli düzenlemelerin yapılabilmesi için öneriler sunarak ileride yapılacak olan çalışmalara ışık tutabilecek ve araştırmacılara kaynaklık edebilecek nitelikte olan araştırma, özellikle bilim merkezinin ve kongre turizminin bölgedeki önemini vurgulayarak ilin turizm potansiyelinin artış göstermesinde olumlu yönde katkılar sağlayacaktır. Ayrıca Konya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, dernekler, yerel yönetim ve seyahat acentalarının bu bilgiler doğrultusunda ortaklaşa gerçekleştirecekleri çalışmalar da bölgenin sahip olduğu alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesine, geliştirilmesine ve turizm sektörüne sağlayabileceği katkıların ortaya çıkarılmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akat, Ömer (2000). *Pazarlama Ağırıklı Turizm İşletmeciliği* (3. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akşehir Belediyesi. (2003). *Dünyanın Ortasında Bir Gülmece Başkenti Akşehir*. Akşehir: Akşehir Matbaası.
- Akşehir Belediyesi. http://www.aksehir.bel.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=45, Erişim Tarihi: 25.04.2009.
- Aktaş, Ahmet (2002). *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi* (2. Baskı). Antalya: Detay Yayıncılık.
- Altınay, Mehmet (1996). Alternatif Turizm. *Türsab Dergi*, 151, 60.
- Batman, Orhan ve Uluslan, Yeliz (2007). Alternatif Turizm Kapsamında Yamaç Paraşütü Sporu ve Sakarya Örneği. *VI. Geleneksel Turizm Paneli*. 18 Nisan. Sakarya: Sakarya Üniversitesi İİBF Yayını, 30-42.
- Belekoğlu, Selman (Nisan-Mayıs 2008a). Sağlık Turizmi İçin Geç Kalmayalım Yapılacak Çok Şey Var. *Konyalife Dergisi*, 17, 52.
- Belekoğlu, Selman (Şubat-Mart 2008b). Konya Kongre Kenti Olabilir mi?. *Konyalife Dergisi*, 16, 110.
- Belekoğlu, Selman (Kasım-Aralık 2008c). Konya'nın Son Yıllardaki En Büyük Başarısı Türkiye'nin İlk Bilim Merkezi Konya'da Kuruluyor. *Konyalife Dergisi*, 20, 30.
- Beyşehir Bilgi Portalı. http://www.beysehirliyiz.org/anamas_karagol.html, Erişim Tarihi: 25.04.2009.
- Dennison, Nash and Buttler Richard (1990). Alternative Forms of Tourism. *International Journals of Hospitality Management*. 163.
- Erdem, Barış ve Girgin, Kemal G. (2008). Spor Turizmi. (Editörler: Hacıoğlu Necdet ve Avcıkurt Cevdet). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları, 386-389.
- Hacıoğlu, Necdet ve Avcıkurt, Cevdet (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (1.Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Halıcı, Nevin (Nisan-Mayıs 2008). Tandır Değil, Fırın Kebabı. *Konyalife Dergisi*, 17, 118.
- Halıcı, Nevin (2007). *Mevlevi Mutfağı* (1.Baskı). İstanbul: Metro Kültür Yayınları.
- Higham, James and Hinch, Tom (1995). Tourism, Sport and Seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*. 175.
- İşçen, Yavuz (Temmuz 1992). Mağara Turizmi. *Amfora Aylık Turizm, Tanıtım, Kültür, Çevre Dergisi*, 2, 28.
- Kabakçı, Mustafa (2007). Kongre Turizmi ve Konya. *Konya Sivil Toplum Platformu Derneği Bülteni*, 3.
- Karapınar Belediyesi. http://www.karapinar.bel.tr/default.asp?menu=hakkında&icerik_id=8, Erişim Tarihi: 27.04.2009.
- Konya Turizm Platformu. <http://www.tourismkonya.org/kon.htm>, Erişim Tarihi: 27.04.2009.
- Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2007). *Konya*. Konya: Damla Ofset.
- Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2002). *Konya Turizm Ewvanteri*. Konya: Altınarı Ofset.
- Konya'nın Sosyo Ekonomik Yapısı. (Şubat 2009). *Yeni İpekyolu Konya Ticaret Odası Dergisi*, 252, 9.
- Kozak, Nazmi, Kozak, Meryem A. ve Kozak, Metin (2001). *Genel Turizm İlkeler Kavramlar* (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.turizm.gov.tr/TR/Default.aspx?F6E10F8892433CFFD52DD97CAAFACAC895DEDD00FF48EB145>, Erişim Tarihi: 27.04.2009.

Maç, Nazlı (2008). *Konya Ticaret Odası Turizm Sektör Raporu* (Rapor No: 255–215). Konya: Konya Ticaret Odası.

Oktayer, Nagihan, Susam, Nazan ve Çak, Murat (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi* (1.Baskı). İstanbul: Elma Basım.

Öztaş, Kadir ve Karabulut, Tahsin (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (2. Basım). Ankara: Nobel Yayınları.

Özbek, Serpil (Nisan-Mayıs 2008). Bir Yaşam Tarzı Golf Konya’da. *Konyalife Dergisi*, 17, 103.

Özbek, Serpil (Ağustos-Eylül 2007). Rüzgârla Dans Edenler Yamaç Paraşütçüleri. *Konyalife Dergisi*, 13, 30.

Sezgin, Mete ve Karaman, Abdullah (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Ve Pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 432.

Sezgin, Mete (2004). *Turistik Güzergâhlarda Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi Çabalarının Turizm İşletmelerindeki Yeri ve Önemi (Konya Yöresi İçin Bir Model Önerisi)*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Sezgin, Mete (Aralık 2002a). Konya Yöresinde Alternatif Turizm Potansiyeli ve Yapılabilir Turistik Yatırım Projeleri Üzerine Bir Değerlendirme. (Editör: Yusuf Küçükdağ). *İpek Yolu Konya Ticaret Odası Dergisi*, Özel Sayı, 284-285.

Sezgin, Mete (2002b). *Turistik Konya, Turizm, Turistik Yatırımlar ve Sayısal Verilerle Konya* (1.Baskı). Konya: Desen Matbaası.

Şenol, Fazıl (2008). Kamp ve Karavan Turizmi. (Editörler: Hacıoğlu Necdet ve Avcıkurt Cevdet). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları, 481.

Tekeli, Hasan (2001). *Turizm Pazarlaması ve Planlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Turizm Bakanlığı. (1998). *Turizm 98*. Ankara: Yatırımlar Genel Müdürlüğü.

Ünlüönen, Kurban, Tayfun, Ahmet ve Kılıçlar, Arzu (2007). *Turizm Ekonomisi* (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

Yavuz, Cahit (1996). *Konya İlinin Turistik Arz Potansiyeli ve Konya İlindeki Turizm İşletmelerinin Pazarlama Problemlerinin İncelenmesi, Araştırılması*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.