

# KONYA

## Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası

Şubat 2024



**TGA**  
TÜRKİYE TURİZM  
TANITIM VE GELİŞTİRME  
AJANSI



# KONYA

## Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası

15 ŞUBAT 2024

### Katkıda Bulunanlar:

Prof. Dr. Bilgehan Gülcan

Prof. Dr. Yasin Bilim

Doç. Dr. Halil Burak Sakal

Doç. Dr. Serkan Aylan



Sosyal ve Stratejik Çalışmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi katkılarıyla hazırlanmıştır.

Kapadokya Üniversitesi

50420 Mustafapařa, Ürgüp, Nevşehir

# İÇERİK

<b>1.</b>	<b>GİRİŞ</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Küresel Turizmin Analizi ve Hedefler</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Türkiye Turizminin Analizi ve Ulusal Hedefler</b>	<b>2</b>
<b>4.</b>	<b>Konya Turizm Analizi</b>	<b>3</b>
4.1.	İlin Ziyaretçi Analizi ve Hedefi	3
4.2.	İlin Turizm Gelir Analizi ve Hedefi	4
4.3.	İlin Konaklama Analizi ve Hedefi	4
4.4.	İlin Mevsimsellik Durum Analizi	5
4.5.	İlin Turizm Türleri Analizi	6
<b>5.</b>	<b>Destinasyon Risk Analizi</b>	<b>7</b>
<b>6.</b>	<b>Rekabet Analizi ve Rekabet Gücünü Artırma</b>	<b>8</b>
<b>7.</b>	<b>Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Geliştirme</b>	<b>9</b>
<b>8.</b>	<b>Gastronomi Kaynaklarını Etkin Kullanma</b>	<b>10</b>
<b>9.</b>	<b>Dijitalleşme ve Akıllı Turizm Uygulamalarını Etkili Kullanma</b>	<b>10</b>
<b>10.</b>	<b>Tematik Rotalar Geliştirme</b>	<b>11</b>
<b>11.</b>	<b>Kent Peyzajını Düzenleme ve Rekreatif Alanları Artırma</b>	<b>12</b>
<b>12.</b>	<b>Deneyimsel Turizm Uygulamalarını Artırma</b>	<b>12</b>
<b>13.</b>	<b>Nitelikli Hediyelik Eşya Envanterini Geliştirme</b>	<b>13</b>
<b>14.</b>	<b>Çatalhöyük İçin Etkili ve Yoğunlaştırılmış Tanıtım Yapma</b>	<b>14</b>
<b>15.</b>	<b>UNESCO Küresel Jeopark Ağı İçinde Karapınar'ı Konumlama</b>	<b>14</b>
<b>16.</b>	<b>İlde Glamping Yatırımlarını Geliştirme</b>	<b>15</b>
<b>17.</b>	<b>Beyşehir Gölü Üzerinde Su Sporlarını Geliştirme</b>	<b>15</b>
<b>18.</b>	<b>MICE Turizmi İçin Etkin Bir Yönetim Yapısı Kurgulama</b>	<b>16</b>
<b>19.</b>	<b>Mevlâna Markasına ve Müzelere Yönelik Talebi İlin Diğer Çekiciliklerine Yönlendirme</b>	<b>16</b>
<b>20.</b>	<b>Turist Rehberlerinde İl Turizm Cazibelerine Yönelik Uzmanlaşma</b>	<b>17</b>
<b>21.</b>	<b>Konya Destinasyon Kimliğine Uygun Gece Eğlenceleri Oluşturma</b>	<b>17</b>
<b>22.</b>	<b>Kilistra Ören Yeri'nde Turistik Hizmetlerin Kalitesini Artıracak Alan ve Peyzaj Çalışmaları Yapma</b>	<b>18</b>
<b>23.</b>	<b>Helal Turizm Kapsamında Tanıtım Etkinliğini Artırma</b>	<b>18</b>
<b>24.</b>	<b>UNWTO "Dünyanın En İyi Turizm Köyü" Listesi'ne Konya'dan Bir Köyü Dâhil Etme</b>	<b>19</b>
<b>25.</b>	<b>Kamp-Karavan Turizmi Kapsamında Yeni Park Alanları Oluşturma</b>	<b>19</b>
<b>26.</b>	<b>Etkili Bir Turizm Yönetimi Oluşturma ve Tanıtımda Bütünleşik Yaklaşımı Benimseme</b>	<b>20</b>

## 1. GİRİŞ

İç Anadolu Bölgesi'nin merkezinde yer alarak gelişmiş bir ulaşım ağına sahip Konya; doğal, kültürel ve tarihî zenginlikleriyle Türkiye'nin önemli destinasyonlarından biridir. Tarih öncesi çağlardan başlayarak günümüze kadar aralıksız yerleşime konu olmuş Konya, tüm bu tarihi süreci yansıtan ve kimisi UNESCO etiketli olan zengin miras eserlerine ve çokça coğrafi etiketli ürüne sahiptir. Kentin tarım alanı olarak kullanılan geniş düzlüklerinin yanı sıra birçok dağlık alanları da bulunmaktadır. Kent doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile birçok turizm çeşidinin geliştirilmesine imkân tanımaktadır. Bu kapsamda kentte başlıca turizm türleri inanç, kültür, etkinlik, gastronomi, iş, spor turizmi ile doğaya dayalı turizm türleridir. Ayrıca Mevlâna, Nasrettin Hoca, Çatalhöyük, Etlî Ekmek şehrin simgeleri durumundadır.

*Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*, ilin özellikle doğal kaynak potansiyeli başta olmak üzere, diğer potansiyel kaynaklarını da hesaba katarak, başta kültür turizmi olmak üzere inanç, gastronomi ve doğa turizmi gibi turizm türlerinde Türkiye turizmde marka değeri yaratma potansiyeli yüksek olan Konya'ya yönelik özet biçimde ve odaklı bir yaklaşımla hazırlanmıştır. Yol Haritası, ayrıca Covid-19 salgını sürecinde ortaya çıkan, yeni turizm eğilimleri dikkate alınarak güncellenen Türkiye Turizm Ana Planı kapsamında ortaya konan amaç ve hedeflerle uyumlu biçimde hazırlanmış ve Konya'nın turizmdeki geleceğini inşa edecek yapı taşları niteliğindeki başlıkları ortaya koymayı amaç edinmiştir.

Konya; 2023 yılında yaklaşık 162 bin yabancı, 878 bin yerli olmak üzere yaklaşık toplam 1 milyon turisti konaklama tesislerinde ağırlamıştır. Aynı yılda ortalama geceleme 1,43 olarak gerçekleşirken, ortalama tesis doluluk oranı ise yüzde 35,7 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu veriler, ilin potansiyeli göz önüne alındığında Konya'nın Türkiye turizmde katkısının daha fazla artırılabilirliğini göstermektedir.

*Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası* kapsamında ilin 2028 yılı turist sayısı hedefi, yabancı turist için yaklaşık 461 bin kişi ve yerli turist için 1,3 milyon kişi; turizm geliri hedefi ise yabancı turist için yaklaşık 84,2 milyon ABD doları ve yerli turist için 300,7 milyon ABD doları olmak üzere toplamda yaklaşık 385 milyon ABD doları olarak tespit edilmiştir. Bu hedeflere ulaşabilmesi için yapılması gereken başlıca faaliyetler ile bu faaliyetlere yönelik kısa vadeli politika önerileri, *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'nda ortaya konmuştur.

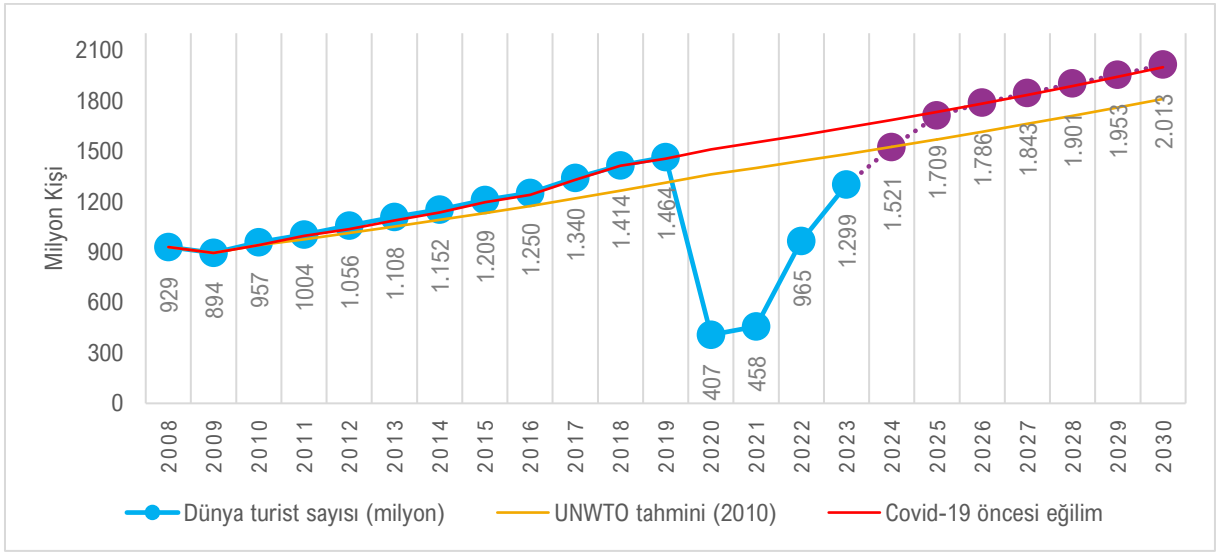
Bir destinasyonun turistik cazibesini koruyarak turizm gelirlerini sürdürebilmesi ve artırabilmesi, turizm kaynakları ve bu kaynakları turizm ürünü olarak sunmadaki gücüne bağlıdır. Günümüzde turizmdeki rekabet gücü gelen ziyaretçi sayısı, gelir, yatak kapasitesi, lüks otellerin sayısı gibi nicel veriler yanında yerine konamayacak doğal, beşerî ve kültürel kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve risklere karşı dayanıklılığı ile ölçülmektedir. Buradan hareketle, *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*, sürdürülebilirlik ve dayanıklılık kavramları ilke ve yaklaşımı ile hazırlanmıştır.

Yol Haritası hazırlık sürecinde Konya İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulu paydaşları ile 25.01.2024 tarihinde çevrim içi arama konferansı gerçekleştirilmiş ve ile özel, öncelikli geliştirme başlıkları ortaya çıkarılmıştır. Ek olarak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne dağıtılan ve önceden hazırlanmış İl Politika Tespit Formu ve İl Risk Analiz Anketi olmak üzere iki adet anket formu da il paydaşlarına elektronik ortamda iletilmiş ve sonuçları analiz edilerek metne eklenmiştir. Bu kapsamda *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*, ilin destinasyon yönetim sorumluluğunu üstlenen Konya İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulu için sürdürülebilir ve gelir etkisi yüksek turizm gelişimi kapsamında oluşturulan başlıklarla bir rehber niteliği taşımaktadır.

## 2. Küresel Turizmin Analizi ve Hedefler

2019 yılında dünya genelindeki turist sayısı, 1,47 milyar kişi ve 1,49 trilyon ABD doları ile rekor düzeye ulaşmıştır. Ancak 2020-2021 yıllarında yaşanan Covid-19 salgını, turizm faaliyetlerini dünya çapında durma noktasına getirmiştir. Avrupa ve Amerika'nın 2023 yılında yaşaması beklenen resesyona da dikkate alındığında, salgın sonrası dönemde küresel turizm hacminin 2019 yılı seviyelerine dönmemesinin ancak 2025 yılını bulması beklenmektedir (Şekil 2.1.).

Kasım 2023 tarihli uluslararası istatistikler, 2023 yılında uluslararası turizm faaliyetlerine toplam 1 milyar 299 milyar kişinin katıldığını, aynı yıldaki uluslararası turizm gelirlerinin ise 1 trilyon 262 milyar ABD dolarına ulaştığını göstermektedir. Buna göre, 2023 yılında uluslararası turist sayısında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 35 artış gerçekleşirken, Avrupa kıtasının uluslararası turizmdeki toplam pazar payı yüzde 63,78; Türkiye'nin uluslararası turist sayısından aldığı pay yüzde 5,6 ve uluslararası turizm gelirinden aldığı pay ise yüzde 5 olarak gerçekleşmiştir.



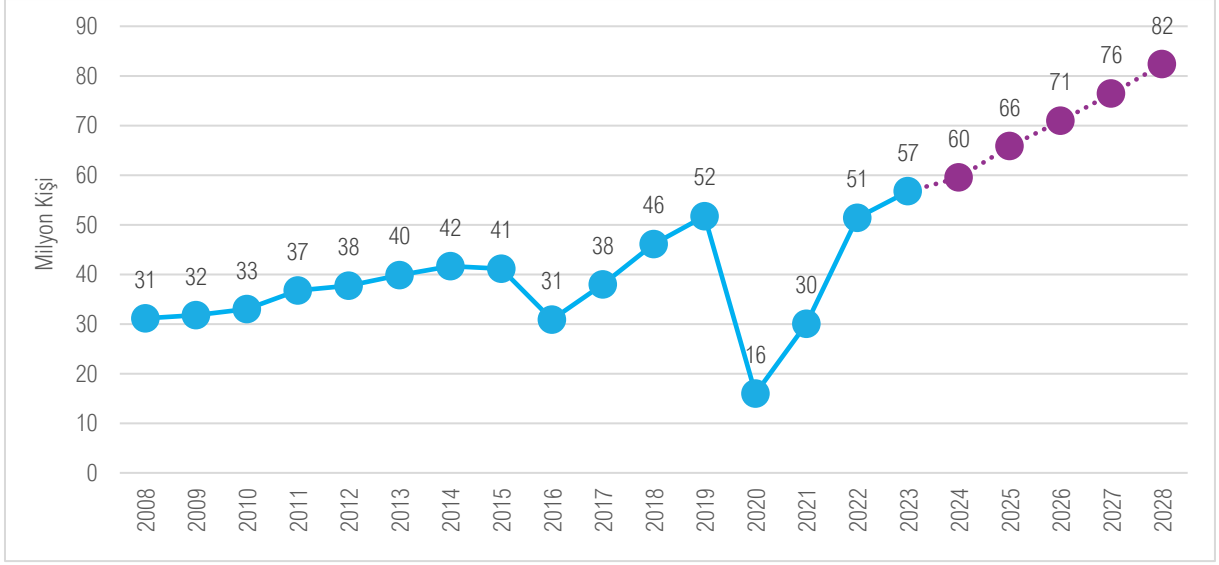
Şekil 2.1. Küresel turist sayıları (milyon kişi): gerçekleştirmeler ve tahminler

Kaynak: UNWTO Kasım 2023; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Tahminler 2023 yılından başlamakta olup tahminler yapılırken UNWTO baz senaryosu, Avrupa Seyahat Komisyonu öngörülleri ve uluslararası kuruluşların dünya ekonomisine yönelik büyüme beklentileri esas alınmıştır. 2025-2030 dönemi için Kapadokya Üniversitesi tarafından yapılan tahminler kullanılmıştır.

## 3. Türkiye Turizminin Analizi ve Ulusal Hedefler

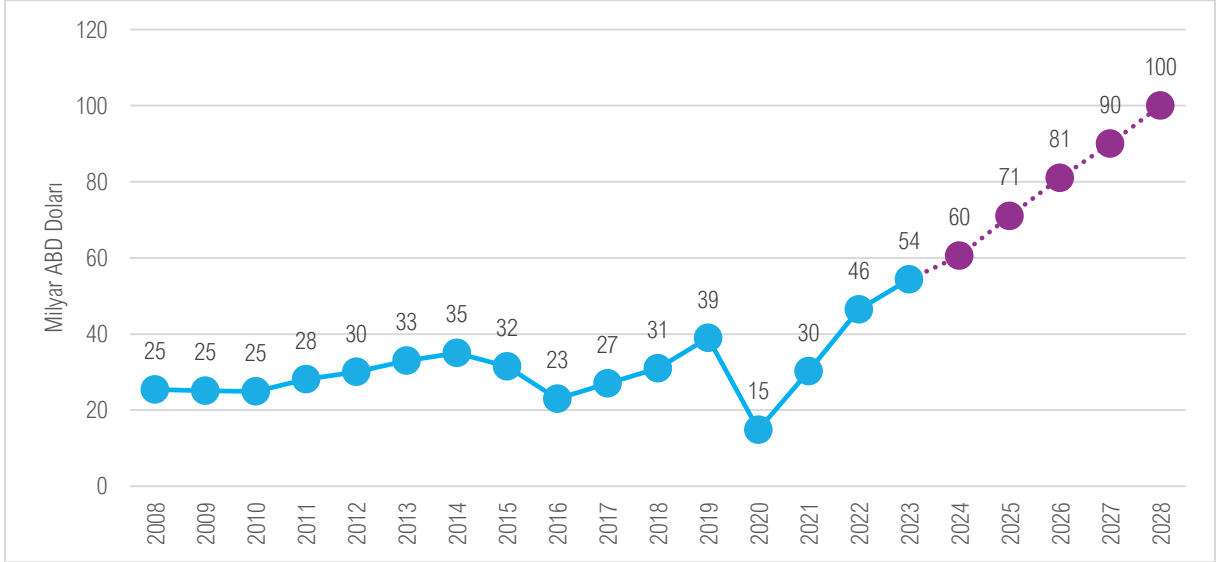
Önemli bir küresel turizm ülkesi olan Türkiye'de, turizm sektörünün gayri safı yurt içi hasılasına doğrudan ve dolaylı katkısı, uzun yıllar ortalamasına göre yaklaşık yüzde 11 seviyesindedir. Covid-19 salgını sonrası TGA tarafından yapılan etkili tanıtım, Güvenli Turizm Sertifika uygulaması ve Türkiye Sürdürülebilir Turizm Programı gibi yaratıcı politikalarla fark yaratan Türk turizmi, "V" çıkışı yakalayarak hızla toparlanmış ve 2023 yılı itibarıyla rekor düzeydeki rakamlara ulaşmıştır. 2023 yılında Türkiye, yaklaşık toplam 57 milyon turist sayısına ve 54 milyar ABD doları gelire ulaşmıştır (Şekil 3.1. ve Şekil 3.2.).

Uyguladığı turizm stratejisi ve yenilikçi politikalar ile yakaladığı büyüme ivmesini devam ettirmeyi amaçlayan Türkiye, 2028 yılında toplam 82 milyon turisti ağırlamayı ve turizmden toplam 100 milyar ABD doları gelir elde etmeyi hedeflemektedir.



Şekil 3.1. Türkiye'nin yıllık ziyaretçi sayıları (milyon kişi): gerçekleştirmeler ve hedefler

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi. Hedefler 2024 yılından başlamaktadır.



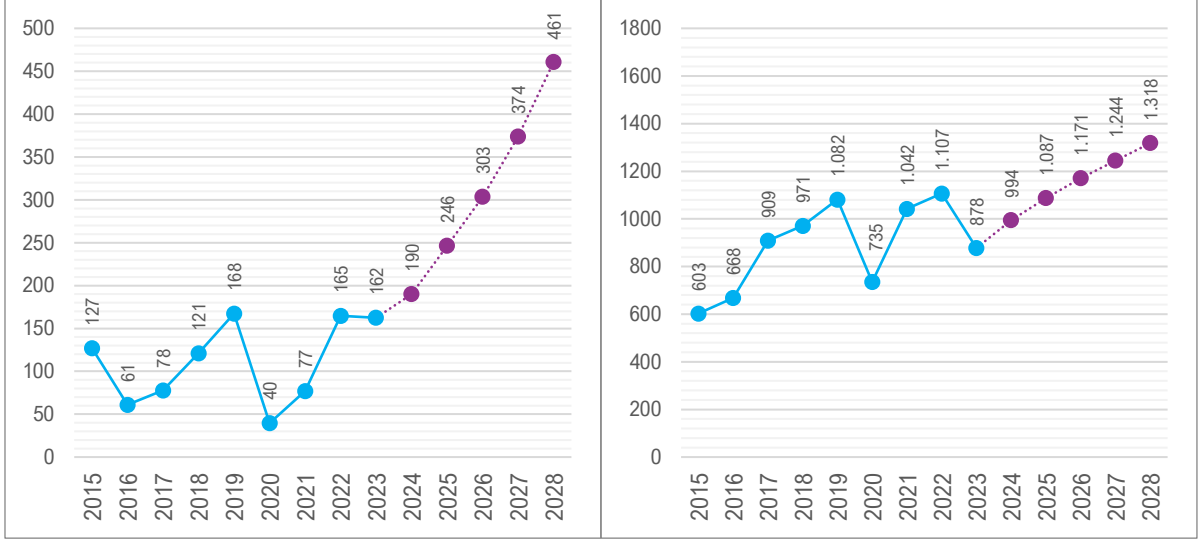
Şekil 3.2. Türkiye'nin turizm geliri (milyar ABD doları): gerçekleştirmeler ve hedefler

Kaynak: TÜİK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi. Hedefler 2024 yılından başlamaktadır.

## 4. Konya Turizm Analizi

### 4.1. İlin Ziyaretçi Analizi ve Hedefi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama istatistiklerine göre 2023 yılında Konya; yaklaşık 162 bin yabancı, 878 bin yerli olmak üzere yaklaşık toplam 1 milyon turisti konaklama tesislerinde ağırlamıştır. Aynı yılda ortalama geceleme 1,43 olarak gerçekleşirken, ortalama tesis doluluk oranı ise yüzde 35,7 olarak hesaplanmıştır. İlin 2028 yılı hedefi, yabancı turist için yaklaşık 461 bin kişi ve yerli turist için yaklaşık 1,3 milyon kişi olarak hesaplanmıştır (Şekil 4.1.1.).



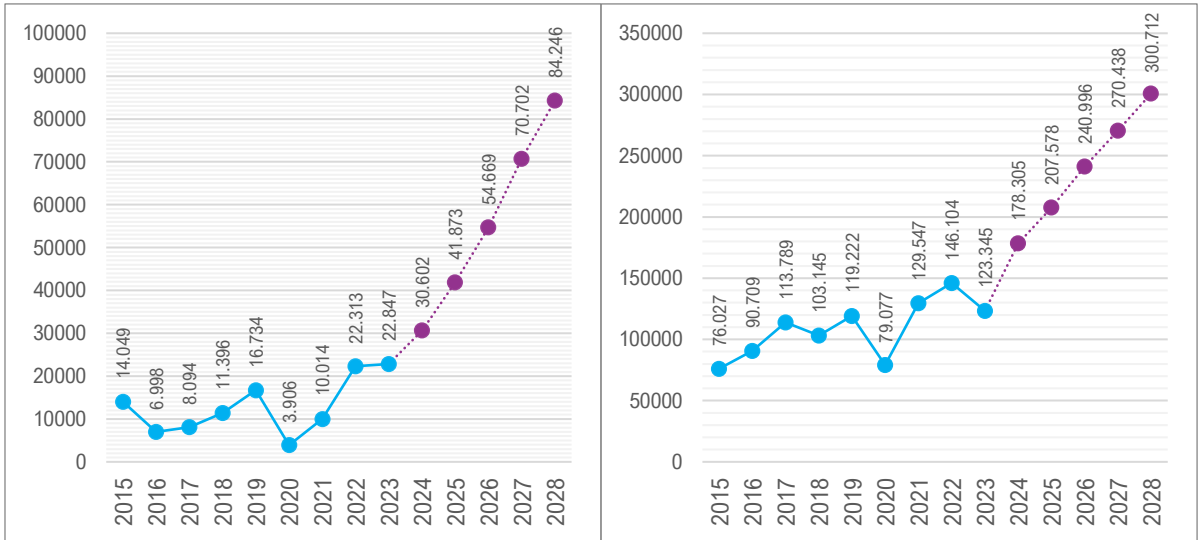
Şekil 4.1.1. Konya'nın ağırladığı yabancı (sol) ve yerli (sağ) turist sayısı ve tahminler (bin kişi)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023 Kasım ayına kadar olan veriler kullanılmıştır)

#### 4.2. İlin Turizm Gelir Analizi ve Hedefi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan turizm istatistikleri temel alınarak yapılan hesaplamalar, Konya'nın 2023 yılında yabancı turistlerden yaklaşık 22,8 milyon ABD doları, yerli turistlerden yaklaşık 123,3 milyon ABD doları gelir elde ederek turizmde bir yıl içinde yaklaşık olarak toplam 146,1 milyon ABD doları gelir elde ettiğini göstermektedir (Şekil 4.2.1.).

Turizm gelirlerinde Konya, 2028 yılı itibarıyla yabancı turistlerden yaklaşık 84,2 milyon ABD doları, yerli turistlerden ise 300,7 milyon ABD doları olmak üzere toplamda yaklaşık 385 milyon ABD doları gelir elde etme potansiyeline sahiptir.



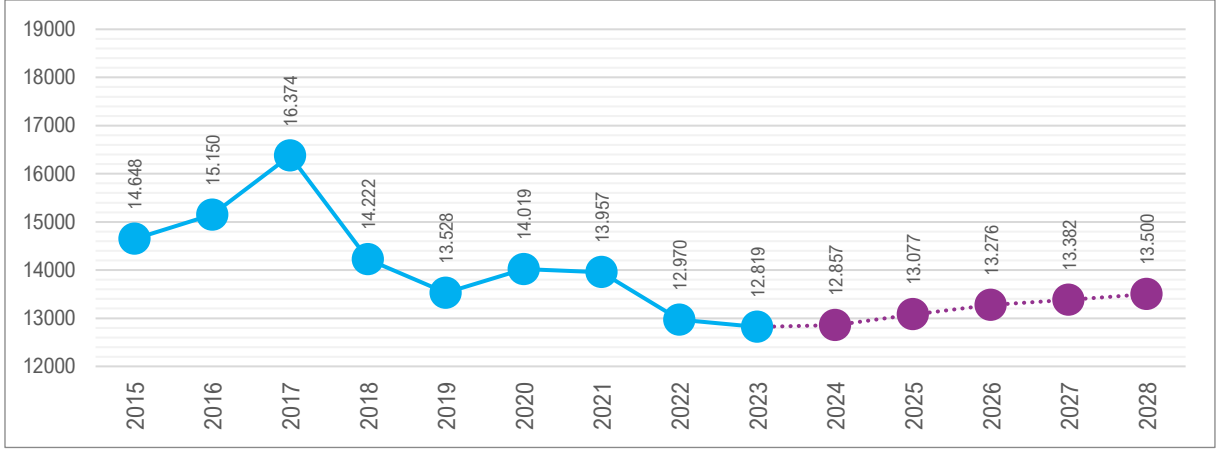
Şekil 4.2.1. Konya'nın yabancı (sol) ve yerli (sağ) turistlerden turizm geliri ve tahminler (bin ABD doları)

Kaynak: TÜİK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi. (2023 Kasım ayına kadar olan veriler kullanılmıştır)

#### 4.3. İlin Konaklama Analizi ve Hedefi

Konya'da 2023 yılı itibarıyla toplam 147 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin toplam yatak kapasitesi ise 12.819'dur. Tesis doluluk oranı yüzde 35,7 ve ortalama

geceleme 1,43'tür. İlin mevcut istatistikleri incelendiğinde, mevcut ivmenin devam etmesi koşuluyla 2028 yılında yatak kapasitesinde yaklaşık yüzde 5,3'lük bir artış göstereceği öngörülmektedir (Şekil 4.3.1.).

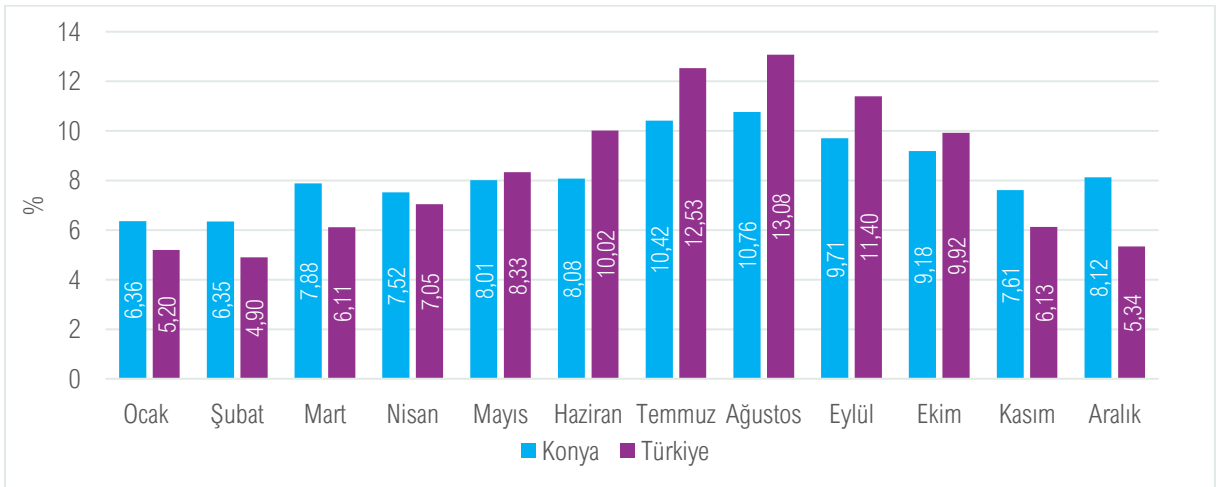


Şekil 4.3.1. Konya'nın yatak kapasitesi ve tahminler

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

#### 4.4. İlin Mevsimsellik Durum Analizi

Turizmin 12 aya yayılma hedefi, turizm arz kaynaklarının etkin kullanımı ve etkili tanıtım çabalarıyla doğrudan ilişkilidir. Bu hedef, Türkiye Turizmi Ana Planı'nda üzerinde önemle durulan bir başlıktır. Türkiye turizmi ile Konya turizminin mevsimsellik analizi Şekil 4.4.1.'de karşılaştırmalı olarak görülmektedir. Buradan, Türkiye ile Konya'nın mevsimsellik dağılımında özellikle yaz ayları hariç olmak üzere diğer aylarda Konya'nın Türkiye ortalamasının üzerinde seyrettiği anlaşılmaktadır. Konya'nın bazı aylarda Türkiye ortalamasının altında olmasının, ildeki mevsim şartlarına ve mevcut turizm türlerine bağlı olduğu düşünülmektedir. Konya ve Türkiye genelindeki mevsimsel turizm trendlerinin, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ve turizm planlamacılarının pazarlama stratejilerini ve işletme planlarını belirlediği düşünüldüğünde, destinasyonların mevsimsel faktörleri dikkate almaları önem arz etmektedir. Dolayısıyla ildeki turizm hareketliliğinin ve buna bağlı oluşacak talebin yıl içine dengeli yayılması için ildeki turizm türlerinin çeşitlendirilmesi ve bazı turizm türü başlıklarındaki etkililiğin artırılması gerekmektedir.



Şekil 4.4.1. Türkiye ve Konya karşılaştırmalı mevsimsellik durumu

Not: Veriler, yıllık toplam konaklama sayısının yüzdesel dağılımı olarak verilmiştir. Veriler pandemi dönemi çıkarılmış 2017, 2018, 2019, 2022 ve 2023 yıllarına ait yerli ve yabancı tesise geliş toplam rakamlarıdır.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

#### 4.5. İlin Turizm Türleri Analizi

Geçmiş çok eski dönemlere kadar giden Konya; tarihî çağlar içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, Anadolu Selçuklu Devleti'ne ve sonrasında Karamanoğulları Beyliği'ne başkentlik yapmış bir kent olması sebebiyle bünyesinde birçok tarihî eseri barındırmaktadır. Ayrıca 13. yüzyıl Anadolu'sunda yaşayan, en çok tanınmış Sufilerden biri olan Mevlâna Celaleddin-i Rumi, Konya turizmi için ön plana çıkan değerdir. Konya'da genel olarak bakıldığında kültür ve inanç turizminin yoğun bir şekilde yapıldığı görülmektedir. Özellikle Şebiarus (Mevlâna Celaleddin-i Rumi'nin ölüm yıl dönümü) döneminde, 7-17 Aralık tarihlerinde Konya'yı ve Mevlâna Müzesi'ni binlerce yabancı ve yerli turist ziyaret etmektedir. Bunun yanı sıra kent merkezinde bulunan Karatay Medresesi, Sahip Ata Fahreddin Ali Darül Hadisi (İnce Minareli Medrese), Aleaddin Camii (Konya Ulu Camii), İplikçi Camii, Şerafeddin Camii, Şems-i Tebrizi Türbesi, Sille Aya Eleni Kilisesi gibi tarihî eserler Konya'daki kültür turlarının önemli uğrak noktalarındandır.

Konya kent merkezinde birçok kongre ve toplantı organizasyonları için elverişli turizm işletme belgeli konaklama işletmesinin bulunması, Konya'nın sahip olduğu 5 adet üniversitenin düzenlediği bilimsel toplantılara her yıl yerli ve yabancı katılımcının kente gelmesini sağlamakta ve kentteki gelişmiş sanayi fuar turizminin yapılmasına da imkân vermektedir. Özellikle Mart ayında düzenlenen tarım fuarına Türkiye'nin birçok kentinden tarım makineleri üreticileri, çiftçiler gibi tarım sektörünün temsilcileri katılmaktadır.

Konya'nın merkez ilçeleri dışında kalan ilçeleri özelinde bakıldığında, sahip olduğu sulak alanlar ve av havyalarının göç yolları üzerinde olması nedeniyle Akşehir'de avcılık oldukça gelişmiştir. Söz konusu av hayvanları ve av mevsimlerine bakılacak olursa, dağ hayvanlarından bıldırcın, güvercin, üveyik vb. hayvanların av sezonu 14 Ağustos'ta başlayıp 29 Ocak'ta sona ermektedir. Sultandağları eteklerinde kurulu olan Akşehir, dağ turizmi açısından da zengin bir potansiyele sahiptir. Yörenin en yüksek noktası 2610 metre yüksekliğindeki Gelincik Ana Tepesi olup, dağlar gerek tırmanış gerekse yürüyüş (trekking) ve kamp yapma açısından oldukça elverişlidir. Yılın belirli dönemlerinde Akşehir'den Yalvaç'taki Psidia Antik Kenti'ne yerel sivil toplum örgütleri ve tur firmaları tarafından doğa yürüyüşü düzenlenmektedir. Öte yandan, Nasreddin Hoca Şenlikleri sırasında yamaç paraşütü ile atlayışlar da yapılmaktadır. Bu amaçla gerek THK gerekse çeşitli üniversitelerin dağcılık ve yamaç paraşütü ekipleri kente gelerek dağların bu elverişli durumundan yararlanmaktadır.

Beyşehir, Türkiye'nin mağara yönünden zengin ilçelerinden biri olması ve en büyük tatlı su göllerinden birine ev sahipliği yapmasıyla genel olarak mağara turizmi, ekoturizm, kuş gözlemciliği, sportif olta balıkçılığı, kamp karavan turizmi gibi turizm türlerine imkân sağlamaktadır. Ayrıca Anamas Sıradağları'nda dağcılık turizmi yapılabilmektedir.

İlgin ve Karatay ilçelerinde termal tesisler sayesinde termal turizm; Çumra'daki lale tarlalarında botanik turizmi, Anadolu'nun en eski kentleri olan Çatalhöyük ve Boncuklu Höyük'te kültür turizmi yapılabilmektedir. Derbent Kayak Merkezi'nde kış turizmi yapılmaktadır. Karapınar'da Meke Gölü ve Acıgöl Volkanik Maar Gölü'nün bulunduğu bölgede jeoturlar yapılmaktadır.

Konya, son yıllarda spor turizminde de adından bahsettirmektedir. 2022 yılında 5. İslami Dayanışma Oyunları'nın Konya'da yapılmış olması, söz konusu organizasyon sayesinde kente yüzlerce yabancı sporcunun gelmesini ve tüm dünyadaki spor organizasyonlarında kentin adının duyulmasını sağlamıştır. Ayrıca geleneksel olarak bisiklet sporunun merkezi durumunda olan kent, kent içi bisiklet yollarının uzunluğu ile Türkiye'de sayılı iller arasındadır.

## 5. Destinasyon Risk Analizi

	Olasılık					Şiddet					Skor
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
<b>Küresel Riskler</b>											
Ukrayna-Rusya Savaşının Uzaması			X					X			9
Avrupa Enerji Krizi			X					X			9
Çin-Tayvan Arası Soğuk Savaş'ın Sıcak Çatışmaya Dönme İhtimali			X						X		12
Kuzey Kore-Güney Kore Çekişmesi		X					X				4
Küresel Durgunluk				X					X		16
Yeni Bir Salgın Hastalık			X						X		12
Gıdaya Erişim Zorluğu/Kıtlık			X					X			9
İklim Değişikliği				X					X		16
Doğal Kaynak Krizleri (Su/Enerji Kaynakları)			X						X		12
Biyçeşitlilik Kaybı ve Ekosistem Çöküşü			X						X		12
Büyük Ölçekli Gönülsüz Göç				X					X		16
Yaygın Siber Suç ve Siber Güvenlik			X						X		12
Yaşam Maliyeti Krizi				X					X		16
<b>Ülkesel Riskler</b>											
Doğal Afetler					X					X	25
Yeni Bir Salgın Hastalık		X						X			6
İklim Değişikliği ve Çevre Sorunları					X				X		20
Bölgesel Savaş ve Terör Riski					X				X		20
Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Politik Gündem				X					X		16
Siber Güvenlik Açıkları			X					X			9
Seyahat Güvenliği/Asayiş-Turiste Yönelik Tehdit			X					X			9
Enflasyon				X				X			12
Rakip Ülke Söylemi			X				X				6
<b>Yerel Riskler</b>											
Terör Riski		X						X			6
Sağlık (Hasta Tedavisi, Acil Müdahale)		X						X			6
Nitelikli Personel İstihdamı		X						X			6
Dolandırıcılık			X					X			9
Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Uyum Sorunu			X						X		12
Aşırı Turizm Talebi			X					X			9
Çevre Kirliliği ve Temiz Su Kaynaklarının Azalması				X					X		16
Tarımda Uygun Olmayan Sulama Yöntemleri ile Yer Altı Sularının Çekilmesi				X					X		16
Radikal Akımlar		X							X		8
Deprem Riski			X						X		12
Yapı Güvenirliği			X					X			9
Heyelan/Kaya Düşmesi/Çığ		X							X		8
Doğal Güzelliğin Yok Olması ve Çarpık Yapılaşma			X					X			9
Tek Pazara Bağımlılık		X							X		8
Kaçak Göçmenler		X							X		8
Güvensiz Şehir Algısı		X						X			6
Somut Kültürel Mirasın Tahrifatı				X				X			12
Endemik Türlerin Yok Olma Tehlikesi				X				X			12
Katı Atık Bertaraf ve Su Arıtma Problemi			X					X			9
Sel/Taşkın				X					X		16
Yangın				X				X			12
Meteorolojik ve İklim Değişikliği Kaynaklı Afetler				X					X		16
Endüstriyel Kazalar				X					X		16
Obruk Oluşma Tehlikesi				X					X		16

## Risk Skoruması ve Risk Puanı Sonucu

		Şiddeti					RİSK SKORU	EYLEM
		Çok Ciddi 5	Ciddi 4	Orta 3	Hafif 2	Çok Hafif 1		
Olasılık	Çok Yüksek 5	Yüksek 25	Yüksek 20	Yüksek 15	Orta 10	Düşük 5	25, 20, 16, 15	<b>KABUL EDİLEMEZ RİSK:</b> Bu risklerle ilgili hemen çalışma yapılmalıdır.
	Yüksek 4	Yüksek 20	Yüksek 16	Orta 12	Orta 8	Düşük 4	12, 10, 9, 8	<b>DIKKATE DEĞER RİSK:</b> Bu risklere mümkün olduğu kadar çabuk müdahale edilmelidir.
	Orta 3	Yüksek 15	Orta 12	Orta 9	Düşük 6	Düşük 3	6, 5, 4, 3, 2, 1	<b>KABUL EDİLEBİLİR RİSK:</b> Acil tedbir gerektirmeyebilir. Orta vadede çalışma yapılmalıdır.
	Düşük 2	Orta 10	Orta 8	Düşük 6	Düşük 4	Düşük 2		
	Çok Düşük 1	Düşük 5	Düşük 4	Düşük 3	Düşük 2	Düşük 1		

## 6. Rekabet Analizi ve Rekabet Gücünü Artırma

Konya sahip olduğu turizm potansiyeli ve coğrafi konum özellikleri ile Ankara, Afyonkarahisar, Mersin ve Nevşehir ile karşılaştırmalı bir rekabet değerlendirmesi yapılabilir. Konya İç Anadolu'daki diğer şehirler içinde önemli bir geçiş noktasıdır. Coğrafi genişliğinden dolayı dokuz il ile sınır bağlantısı olmakla birlikte, tam güneyinde Antalya gibi bir turizm merkezi ile de bağlantısı bulunmaktadır. Mevlâna odaklı çekim özelliği Konya'yı kültür turlarına dahil etmekte ve Nevşehir (Kapadokya)-Antalya tur güzergâhında olmasından dolayı da Anadolu Kültür Turları'nda yer almaktadır. Ancak Nevşehir ve Ankara ile karşılaştırıldığında konaklama süresi azdır (ortalama 1 geceleme). Mersin'in kıyı destinasyonu olması ve Konya'ya göre altyapı, ulaşım ve tanınırlık gibi konularda daha geride olması, rekabette Konya lehine farklılıklar yaratmaktadır. Turizm özellikleri itibarıyla Konya, Mevlâna Müzesi gibi Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzelerinden biri olmak üzere birçok önemli inanç turizm çekicilikleri ile bölgede diğer şehirlere göre öne çıkmaktadır. Dünya tarihinde önemli bir yere sahip olan Çatalhöyük yerleşim alanı, son dönemlerde yapılan yatırımlarla çekiciliğini artırmakla birlikte bölgede eşsiz bir turistik ürün olarak rekabet avantajı sağlayacak bir potansiyele sahiptir. Konya kültür turizmi kapsamında gastronomik değerleri ile de öne çıksa da Afyonkarahisar gibi UNESCO Gastronomi Şehri markası bulunmamaktadır. Geniş bir coğrafyaya sahip olması, ürün çeşitlendirmesi açısından da rekabet avantajı sağlamaktadır. Özellikle Mersin gibi daha küçük ve ürün çeşitliliği az illere göre öne çıkmaktadır. Kültür turizmi yanında, doğa temelli turizm türleri için oldukça zengin çekicilikleri bulunmaktadır. Otellerdeki toplantı merkezleri ile Türkiye'nin önde gelen kongre merkezlerinden birisi olan Selçuklu Kongre Merkezi, kongre ve etkinlik turizmi için önemli potansiyel sunmaktadır. Diğer şehirlerle karşılaştırıldığında Ankara dışında, üniversite sayısı olarak (3 devlet, 2 vakıf üniversitesi) bölgenin önde gelen illerinden biri olması, eğitim turizm hareketliliği için potansiyeli yükseltmektedir. Afyonkarahisar'ın termal tesisleriyle öne çıkmasından dolayı Konya, sağlık turizmi açısından geri planda görünse de sunduğu fiyat avantajı ile Ankara'dan sonra bölgenin önemli medikal turizm potansiyeline sahip şehridir.

Bu rekabet karşılaştırmalarında, Konya'nın öne çıkan yönleri inanç turizmi başta olmak üzere farklı turizm çeşitleri için alternatiflere sahip olması, ulaşım imkânlarının geniş olması, gastronomi, kültür, tarım, sanayi ve eğitim gibi olanaklarının yüksek olması gibi önemli faktörler olarak görünmektedir. Şehrin Anadolu Selçuklu başkenti, Çatalhöyük (dünyanın ilk yerleşim yerlerinden birisi), Avrupa'da sayılı olan Kelebekler Vadisi, sayılı bilim merkezlerinden birisinin olması, hızlı tren güzergâhının merkezinde olması, UNESCO Kültürel Miras Listesi'nde tescilli 2 ve UNESCO İnsanlığın SOKÜM Listesi'nde yer alan Mevlevi Semah Töreni gibi varlıklarının bulunması olarak değerlendirilebilir. Bu eşsiz ürün ve özellikler rekabette güç unsurlarıdır. Bunlara ek olarak alt yapısı ile modern bir şehir olması ve konaklama, ulaşım, yeme-içme gibi turizm işletmeleri açısından zengin olması turizm gelişimi için potansiyeli yükseltmektedir.

Rekabet avantajlarına göre Konya'nın pazarlama ve ürün çeşitlendirmesi anlamında hâlâ eksik yönleri bulunmaktadır. Özellikle diğer kültür şehirlerine göre geceleme sayısını artırmaya yönelik

adımlar atılmalıdır. Mevlâna odağı dışında, farklı destinasyonlar ile tur operatörlerinin paketlerinde daha geniş bir gezi alanı olarak yer almalıdır. Ürün potansiyeli olarak çok geniş bir yelpazeye sahip olsa da bu potansiyellerin geniş bir alana yayılmış olması, paket turların geliştirilmesinde zorluklar yaşatmaktadır. Bu bağlamda önemli çekiciliklerin, potansiyeli yüksek diğer çekiciliklerle entegre edilerek bütüncül bir paket ürün oluşturulması önemli bir adım olabilir. Rekabet avantajları ya da dezavantajlarını değerlendirmekle birlikte, bahsi geçen diğer iller ile ortak tur programlarının geliştirilmesi ve bölgedeki diğer destinasyonlar ile ortak pazarlama çalışmalarının yapılması hem ülke hem de tüm illere ayrı ayrı katkılar sağlayabilir.

## 7. Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Geliştirme

*Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'nda yer alan tüm başlıklar, sürdürülebilir turizm anlayışını kapsayan ilkeler ve uygulamalar ile uyumlu olacak şekilde hazırlanmıştır. Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı ile yerel ekonomiye katkı sağlayarak yerel halkın refahını artırmak, kültürel ve sosyal çeşitliliğin devamlılığını sağlamak, turizmin hem çevre hem toplum üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek, doğal ve kültürel mirasın korunmasını sağlamak ve ziyaretçilerin yaşam kalitelerini artırmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'nda il turizminin gelişmesi için;

- a. Turizmin doğal çevre üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- b. Turizmin kültürel miras üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- c. Turizmin yerel halkın sosyal ve ekonomik yaşamı üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- d. Etkili sürdürülebilir bir turizm yönetimi geliştirmek, ilkeleri benimsenmektedir.

Konya'da turizm gelişiminde kültürel varlıklar ön planda olsa da il merkezi ve çevresinde yer alan önemli doğal kaynaklar da turizm için önemli potansiyeller sunmaktadır. Bununla birlikte bu potansiyellerin büyük bir bölümünün "ürün" hâline getirilmemiş olması, olumsuz çevresel etkilerin ortaya çıkmasını engellemiştir. Birçok doğal turizm kaynağı bakir durumdadır. Sürdürülebilirlik anlamında bu durum, çok olumlu bir tablodur. Meram bölgesi, Beyşehir Gölü, Seydişehir Tınaztepe Mağarası, Akşehir Gölü, Derbent (kayak merkezi ve çevresi), Kent Ormanı, Yerköprü Şelalesi, Karatay-Meram-Karapınar Lavanta bahçeleri, Meke Krater Gölü, Acıgöl, Karapınar Obrukları gibi çekicilikler hem doğal güzelliğe sahiptir hem de doğa sporlarına uygun yerlerdir. Konya Büyükşehir Belediyesi'nin çevresel kaynakların korunması konusundaki yaklaşımları oldukça olumludur. Özellikle şehir merkezindeki çok fazla sayıdaki yeşil park ve piknik alanlarının varlığı bunun göstergelerindedir. Diğer taraftan tarımdaki ürün seçimi ve sulama tekniklerindeki hatalı uygulamalar, yeraltı sularının aşırı kullanımına neden olmaktadır. Bu durum obrukların oluşmasını beraberinde getirmektedir.

İlin UNESCO etiketli 3 adet somut ve somut olmayan varlık yanında yine UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde 6 adet varlığı bulunmaktadır. Tescilli bu varlıklarla birlikte özellikle tarihi ve inanç varlıkları kültürel mirasın önemli parçalarıdır. Bu varlıkların büyük bir bölümü şehir merkezinde bulunurken sürdürülebilirlik açısından en önemli tehdit, yoğun turist grupları ve yoğun bir yerli nüfustur. Yerel yönetimler, özellikle somut varlıkları korumada restorasyon çalışmalarını ve koruma önlemlerini almış durumdadır. Sema törenleri gibi somut olmayan varlıkların korunmasında yine her yıl düzenlenen Vuslat Törenleri ve belediyenin her hafta düzenlediği etkinlikler sürdürülebilirlik anlamında değerlidir. Ancak bu noktada yerel halkın kültürel miras konusunda bilincinin yüksek olmaması olumsuz bir durumdur. Hâlihazırda kültürel miras varlıklarının turizm sektörü için kullanılıyor olması da sürdürülebilirlik açısından olumlu etki yapmaktadır. Bu konuda üniversiteler başta olmak üzere yaygın eğitimde ve halkın bilinçlendirilmesinde çalışmaların yapılması, kültürel mirasın korunması için değerlendirilmelidir.

Konya'nın eski bir kültür turizmi destinasyonu olması, yerli halkın turizm bilincinin gelişmesi açısından önemlidir. Ancak toplumun belirli bir kısmı, turizm konusunda negatif görüşe sahiptir. Özellikle kültür turistlerinin nitelikli ve bilinçli yapısı da yerli halkta olumsuz etkilerin oluşmasına engel olmaktadır. Ancak 7-17 Aralık Mevlâna Haftası ve kültür gruplarının bahar aylarında yoğunlaştığı dönemlerin şehir merkezindeki trafik ve yaşamsal faktörleri olumsuz etkilediği, yerli halkın da bunlara tepki gösterdiği söylenebilir.

Sürdürülebilirlik konusunda Konya açısından en önemli yük, yerel yönetimler ve yerli halka düşmektedir. Ekonomik ve kültürel etkileri değerlendirildiğinde şehre büyük katkıları bulunan turizmdeki tüm sürdürülebilir ilkelerin uygulanması ve desteklenmesi önerilmektedir. Burada ayrıca tur kalitesi ile turistlerin niteliklerinin (eğitilmiş, ekonomik değeri yüksek, bilinçli vb.) geliştirilmesi ve bölgeye daha fazla nitelikli turist çekilmesi sürdürülebilirlik açısından en önemli adım olacaktır. Yerli halkın da bilinçlendirilmesiyle kültürün yozlaşması, kültürün ticarileşmesi, doğanın tahribatı ve bayağılaştırılması gibi olumsuz etkilere yönelik eğitilmesi bu konudaki diğer önemli çalışmadır olacaktır.

## **8. Gastronomi Kaynaklarını Etkin Kullanma**

Konya, gastronomi kaynakları açısından mevcut konumu ve tarihî geçmişi sebebiyle çok önemli bir potansiyele sahiptir. Anadolu'nun ortasında, verimli bir ovada kurulu bir kent olması ve binlerce yıllık geçmişinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, mutfak kültürünü de zenginleştirmiştir. Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Anadolu Beylikleri ile Osmanlı Devleti'nin kültürleri arası etkileşimlerinin, Konya mutfağının yöresel yemeklerinin zengin çeşitte, kendine özgü ve sade olmasını sağladığı belirlenmiştir. Konya mutfağında et ürünleri (fırın kebabı, tirit) ve hamur işleri (etli etmek, bıçak arası, su böreği) önemli yer tutar. İl gastronomisini oluşturan yiyecek-içecek türleriyle ilgili akademik çalışmalar olsa da kentin gastronomi envanterinin çıkarılması ve daha fazla ürünün coğrafi işaret alınması gerekmektedir. Ayrıca özellikle kavşak noktasında olması nedeniyle mola tesislerinin ve şehirdeki restoranların menülerinde Konya mutfağına özgü yemeklerin daha fazla yer alması sağlanmalıdır.

Konya'nın sahip olduğu zengin gastronomisinin tanıtımı da söz konusu kaynakların etkin kullanımında büyük önem arz etmektedir. ITB gibi uluslararası turizm fuarlarında ve İstanbul, Ankara, İzmir gibi kentlerde yapılan festivallerde yer alan Konya stantlarında, yerel gastronomi ürünleri ön plana çıkarılmalıdır. Konya'daki kongre merkezleri ve konaklama işletmelerinde düzenlenen kongre, sempozyum gibi bilimsel toplantıların katılımcılarına galalarda, öğle ve akşam yemeklerinde uluslararası mutfak yerine, Konya mutfağının ürünlerinden oluşan menüler servis edilmelidir. UNESCO Yaratıcı Şehirler başlığında "Gastronomi Şehri" unvanı almak hedef olarak kabul edilmelidir.

## **9. Dijitalleşme ve Akıllı Turizm Uygulamalarını Etkili Kullanma**

Konya'nın tüm turistik değerlerini içine alan mobil bir uygulama veya dijital bir portal geliştirilmelidir. Bu uygulama rezervasyon ve ödeme altyapısına sahip olmalı ve ildeki farklı çekicilik gurupları için kategoriler oluşturulmalıdır. Farklı dil seçeneğine sahip olan bu portal, yalnızca bilgi alınan bir e-rehber olarak değil, aynı zamanda turistlerin beğeni ve şikayetlerini belirtebilecekleri bir altyapı özelliğine de sahip olmalı ve sosyal medya uygulamaları ile entegre olabilmelidir. Bu sayede influencer olarak tabir edilen ve binlerce takipçisi olan kişiler tarafından yapılan paylaşımlar ve yorumlar görülebilmelidir.

Ayrıca Konya merkezde bulunan tüm tarihî eserlerin giriş kapılarına, ziyaret edilecek tarihî eserle ilgili genel bilgiler içeren karekod uygulamaları yerleştirilerek, eser bilgilerine bu yolla dijital olarak erişilebilmelidir. Aynı zamanda ulusal ve uluslararası tanıtımların yapıldığı TGA sorumluluğunda

yürütülen Go Türkiye, Gezsen Konya ve Konya Rotaları sosyal medya hesaplarıyla da senkronize bir şekilde iş birliği yapılmalıdır.

## 10. Tematik Rotalar Geliştirme

**Selçuklu Kervansarayları Rotası:** Anadolu Selçuklu Devleti'ne yaklaşık 200 yıl boyunca başkentlik yapmış Konya'da, 13. yüzyıldan kalma birçok kervansaray ve han bulunmaktadır. Bugün restore edilerek farklı şekillerde kullanılan bu kervansaraylar hem turizme hem de yerel halkın kullanımına açılmış durumdadır. Söz konusu bu kervansaray ve hanlara yönelik olmak üzere tarih ve kültür meraklıları için tematik ve spesifik turlar düzenlenmelidir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunan Konya'nın hemen hemen tüm istikametlerindeki yol güzergâhlarında kervansaray bulunmaktadır. Doğu-batı aksı üzerinde bir kervansaray rotası çizilecek olursa Konya'nın doğusundaki Obrukhan'dan başlayan bu rota; Konya-Aksaray-Ankara yolu üzerindeki Zazadin Han, Konya merkez Selçuklu ilçesi Ankara yolu üzerindeki Horozlu Han, Meram ilçesi Beyşehir yolu üzerindeki Hocacihan Hanı ile devam edip Beyşehir yolu üzerindeki Altunapa Hanı ile sonlanabilir. Kuzey-güney aksı üzerinde çizilecek bir kervansaray rotası; Ilgın ilçesinde bulunan Sahip Ata Hanı ile başlayıp Argıt Hanı Kadınhanı'nda bulunan Raziye Hatun Kervansarayını ve Merkez Selçuklu ilçesi kuzey girişinde bulunan Dokuzun Hanı ile sonlanabilir.

**Konya Obrukları Rotası:** Konya'da yer altı sularının tarımda kullanılması sonucu oluşan obruklar mevcuttur. Özellikle Karapınar ve Çumra ilçelerinde neredeyse her yıl yeni obruklar meydana gelmektedir. Söz konusu obruklar farklı genişlik ve derinliklerde oluşabilmektedir. Oluşan bu obrukların turizmde kullanılabilmesi için ulaşım elverişli olan obruklara yönelik bir tur rotası oluşturulmalı ya da mevcut Konya tur programlarına eklenmelidir.

**Aziz Pavlus'un ve Konyalı Azize Tekla'nın İzinde Rotası:** Konya, sadece kültür turizminde değil, aynı zamanda inanç turizmde de büyük bir potansiyele sahiptir. Hristiyanlar için büyük bir öneme sahip olan Tarsuslu Aziz Pavlus'un MS 1. yüzyılda çıktığı misyon yolculuklarında uğradığı noktalardan biri de Konya, o dönemki adıyla İkonium'dur. Pavlus'un Konya'da vaaz vermesi, Azize Tekla ile tanışması sonrası yaşadığı sıkıntılar ve sonrasında Lystra ve Kilistra'ya gitmesi ile ilgili olarak bir tur rotası oluşturulup bu rota üzerindeki farklı turistik ve doğal güzellikleri de içine alan tur programları geliştirilmelidir.

**Çocuk Dostu Kent Konya Rotası:** Konya, son yıllarda çocuklara yönelik ilde yapılan etkinlikler, organizasyonlar ve temalı parkların artmasıyla "çocuk dostu kent" olma yolunda ilerlemektedir. 80 Binde Devri Alem Parkı, Kelebekler Vadisi Tropikal Parkı, Bilim Merkezi, Konya Panorama Müzesi ile kent merkezinde yaşayan çocuklu aileler başta olmak üzere yakın çevredeki illerde yaşayan çocuklu ailelerin de dikkati çekilmektedir. Bu konuyla ilgili olarak Konya merkez başta olmak üzere Akşehir de dâhil edilerek bir çocuk dostu tur rotası oluşturulmalıdır. Örneğin, Konya'ya dışarıdan gelen bir çocuk grubu; önce Konya merkezdeki 80 Binde Devri Alem Parkı, sonrasında Panorama Konya Müzesi ve ardından Kelebekler Vadisi Tropikal Parkı ve son olarak Konya Bilim Merkezi'ni ziyaret ederek rotanın Konya ayağını tamamlamış olur. Sonrasında Akşehir'e hareket edilerek Nasreddin Hoca Türbesi ve karşısında bulunan Gülmece Parkı gezisi ile rotanın son vizit noktası ziyaret edilerek tur bitirilmelidir.

**Yayla ve Dağcılık Turizmi Rotası:** Konya Ovası'nın ortasına kurulu bir kent olmasının yanı sıra güney ve güneybatısında kalan ilçelerin daha dağlık alanlara kurulu olması, Konya'yı trekking, dağcılık, yayla turizmi gibi etkinlikler için cazip hâle getirmektedir. Özellikle Beyşehir, Seydişehir, Hadim, Bozkır, Taşkent gibi ilçelerdeki yüksek rakımlarda bulunan Anamas Yaylaları, Afşar Yaylası,

Bolat Yaylası, Eğiste gibi yaylalık alanlarda kampçılık, trekking ve profesyonel olmayan doğa yürüyüşleri, Anamas Dağları'nda, Ereğli Aydos Dağı'nda dağcılık rotaları oluşturulmalıdır.

**Bisiklet Dostu Konya Kent Rotası:** Konya, sahip olduğu bisiklet yolu ağının uzunluğu ile Türkiye'de 1. sırada yer alan ve bisiklet kullanımına büyük önem veren bir kenttir. Kent merkezinin coğrafi yapı itibarıyla düz bir alana kurulu olması sebebiyle bisiklet kullanımına son derece elverişli bir şehirdir. Kentin hemen hemen tüm ana yollarının kenarlarında bisiklet yollarını ve bisiklet kiralama istasyonlarını görmek mümkündür. Aynı zamanda başka şehirlerde örneğine ender rastlanır bir hizmet olan bisiklet tramvayı, söz konusu bu ulaşım aracına ne kadar önem verildiğini göstermektedir. Konya'nın sahip olduğu bu nitelik fırsata dönüştürülerek Türkiye'ye bisikletleriyle gelen yabancı turistler için bir bisiklet rotası oluşturulmalı, bu rotada bisiklet kullanımına elverişli yollar, bisikletle gidilebilecek tarihî, turistik, doğal güzelliklerin konumunu gösteren haritalar veya mobil uygulamalar geliştirilmeli ve hizmete alınmalıdır.

**Neolitikten Roma İmparatorluğu'na Konya Antik Kentleri Rotası:** Neolitik Dönem'e (Yeni Taş Çağı'na) kadar giden tarihiyle Konya, birçok medeniyetin yaşam sürdüğü ve antik dönemlerden kalan, antik yerleşimleri bulunan bir kenttir. Çatalhöyük ve Boncukluhöyük gibi Neolitik yerleşim yerleri, Kilistra, Lystra, Isaura, Savatra, Amblada gibi Helenistik ve Roma dönemlerini yaşamış antik kentleri içine alan bir rota oluşturulabilir. Oluşturulan bu rota, güzergâh olarak Konya merkeze daha yakın olan Savatra Antik Kenti'nden başlayarak sırasıyla Lystra-Kilistra, Amblada ve oradan da Isaura Antik Kenti'ne uğrayacak şekilde bir ring hâlinde düzenlenebilir.

## 11. Kent Peyzajını Düzenleme ve Rekreatif Alanları Artırma

Konya'daki turistik çekim unsurlarının daha çekici hâle gelebilmesi için peyzaj düzenleme çalışmaları ve rekreatif alanların sayısı ile niteliğindeki artış büyük önem arz etmektedir. Turistik çekim unsurlarına yakın yerlerde kurulacak rekreatif alanlar, turistlerin Konya'daki geceleme sayılarını artırabilir. Bunun için öncelikle Konya için bir sembol hâline gelen Mevlâna Müzesi yakınlarında, ismiyle müsemma "Gül Bahçesi" adıyla bilinecek bir rekreatif alan oluşturulabilir ve bu alanda tema olarak Mevlevilik ve Sufilik kültürü esas alınabilir. Sema eden Mevlevi dervişi figürleri, Ateşbaz Veli, Neyzenler gibi unsurlar rekreatif alanı süsleyebilir. Aleaddin Tepesi ile Mevlâna Müzesi arasında kalan cadde üzerindeki tarihî binaları (İplikçi Camii, Şerafeddin Camii, Bankalar Binaları, Konya Valilik Binası, Sanayi Mektebi) gösteren yön ve bilgilendirici levhalar konulabilir. Aynı Aleaddin Tepesi'nin kuzeyindeki Darül Mülk gibi bir rekreatif alan da Selçuklu'nun mirasçısı olan ve Konya'da sancak beyliği yapmış Osmanlı şehzadeleri için yapılabilir. Bu, Amasya'daki gibi bir Şehzadeler Yolu da olabilir, Konya Sancak beyliği yapmış şehzadeleri anlatan görselleri veya büstleri kapalı bir alanda da barındırabilir. Konya Larende Mahallesi ve Şemsi Tebrizi Türbesi yakınlarındaki çevre düzenlemesi iyileştirilerek, ışıklandırmalar ve otopark sayıları artırılarak gelen tur araçlarının bekleyebileceği ve dolayısıyla turistlerin daha fazla zaman geçirebileceği alan imkânı sağlanabilir. Ayrıca Konya-Beyşehir yolu üzerinde bulunan ve özellikle yaz mevsiminde yerel halkın sıkça gittiği Konya Kent Ormanı'na bir oryantiring parkuru kurularak bu spora ilgisi olan yerli ve yabancı turistlerin orada zaman geçirmeleri sağlanabilir.

## 12. Deneyimsel Turizm Uygulamalarını Artırma

Konya'nın tarihi ve kültürel izlerinin uzun bir geçmişe dayanması, Mevlâna gibi manevi kimliğe sahip bir değere sahip olması, yöresel kimliğini yaşıyor olması ve farklı deneyimsel ürünlere sahip olması deneyimsel uygulamalar için uygun bir yapı sunmaktadır. Şehir merkezinde turistlerin yoğun olduğu Mevlâna ve Bedesten (tarihî çarşı) çevresinde bölgenin farklı özelliklerini yansıtan ürünlerin turistlere sunulması ve farklı alışveriş imkânlarının olması, akla ilk gelen deneyimsel uygulamalar olabilir. Bu alanlarda özellikle yöreye has, otantik ve özelliği ya da hikâyesi olan ürün sunumları

deneyimsel etkiyi artırabilir. Bu ürünlere en önemli örnek Sema Ayini'dir. Sema ayinleri özgün ve eşsiz bir manevi deneyim sunmakla birlikte, Mevlâna haftası dışında haftada bir kez akşam saatlerinde sergilenmektedir. Bu önemli deneyimin tur organizasyonlarının yoğunlaştığı saatlerde de yaygınlaştırılması düşünülebilir.

Deneyimin, son dönemlerdeki en önemli ürünlerinin başında gastronomi gelmektedir. Mevlâna bölgesinde turistik nitelikte birçok restoran işletmesi olsa da bunlar da sadece yemek yeme ihtiyaçlarına yöneliktir. Buralarda, özellikle deneyimsel olarak yöresel yemek yapımı ile ilgili tanıtımlar, hikâyeler ve tarihi dokunun sunumu etkili olabilir.

Kültür dışında doğal kaynaklar da Konya'nın deneyimsel yönünü vurgulamada kullanılabilir. Genel olarak Konya, ovalık ve bozkır özelliği ile akla gelse de Büyükşehir Belediyesi ve doğa sporları ile ilgilenen grupların girişimleri ile doğa yürüyüşü ve manzara özelliği olarak farklı deneyimler sunan alanlar da geliştirilmektedir. Seydişehir, Taşkent, Bozkır gibi ilçelerde doğa ve macera deneyimleri sunan kaynaklar bulunmaktadır. Buraların alt yapı çalışmaları ile turistik kullanıma uygun hâle getirilmesi, deneyimsel yönü ile çekici bir turizm hareketliliğine sebep olabilir. Doğa ile ilgili aktiviteler ayrıca kültürel çekiciliklerle kolayca bütünleştirilebildiğinden, gelen turistler için her iki yönde bütünlük deneyimler sunulabilir.

Deneyimsel uygulamaların yanında, genel olarak Konya için deneyimsel pazarlama stratejileri geliştirilebilir. Konya'da Mevlâna Müzesi ile Panorama Müzesi ve yeni yapılandırılan tarihî alanların deneyimsel pazarlama uygulamaları ile değerlendirilmesi düşünülebilir. Konya dışında yapılacak tanıtımlarda bu alanların ve yöresel-otantik deneyimlerin pazarlamada kullanılması düşünülmelidir. Burada sosyal medya ve ilginç deneyimsel teknolojik unsurlar (VR uygulamalar, oyunlaştırma vb.) güncel etkileri ile yoğun kullanılabilir.

### **13. Nitelikli Hediyelik Eşya Envanterini Geliştirme**

Konya geneline ve ilçelere yönelik hediyelik eşya çeşitlendirmesi çok fazla mevcut değildir. Mevlâna şekeri, bu unsurlara ek, en çok tercih edilen yöresel hediyeliklerin başında gelmektedir. Bunlara ek olarak manevi özellik taşıyan dinî kitaplar, tesbih ve dinî nitelikli kıyafet satışları da mevcuttur. Ancak bu ürünlerin bölgenin çekiciliklerine yönelik etkisi çok yüksek değildir. Çevre illerde ve diğer turizm bölgelerinde bulunan (çanak, çömlek, magnet, anahtarlık vb.) genel ürün çeşitleri yaygındır.

Bununla birlikte genel hediyelik ürünlerin dışında, az miktarda ve çok fazla tanıtılmayan hediyelik eşya çeşitleri de bulunmaktadır. Keçe, halı, kilim, ahşap kaşık, tüfek, testi, çini, ney ve hat, Konya'nın hediyelik eşya niteliğini yükseltebilecek kaynaklardır. Ancak bu kaynakların bir kısmı artık çok üretilmediğinden, bir kısmı da ekonomik sebeplerden turizm alanlarında satışı çok fazla yoktur. Gıda ürünleri çok akla gelmese de Mevlâna alanına yakın pozisyonda bulunan Bedesten ve Kadınlar Pazarı'nda ayrıca yöresel gıda ürünlerine ulaşmak mümkündür. Ancak bu alanlar, tur programlarında zamanlama açısından yoğun kullanılmamaktadır. Bu bağlamda turlar ve bağımsız gezen turistler, Mevlâna çevresinde yönlendirici birtakım çalışmalarla bu otantik alışveriş alanlarına yönlendirilebilir. Merkezi üretimi olan bu ürünlerin yanında, ilçelerin de sahip olduğu hediyelikler Konya merkezli turizm alanlarında satışa sunulabilir. Nasrettin Hoca ürünleri, Beyşehir tanıtım ürünleri, Ereğli süt ürünleri, Bozkır tahini, Huğlu silah ürünleri gibi ilçelerdeki hediyelik nitelikteki ürünler de değerlendirilip zenginlik sağlanabilir.

Burada izlenecek strateji, genel ve diğer turizm şehirlerindeki benzer ürün satışından çok daha otantik ve farklı ilçeleri de içeren orijinal ürünlere yönelmektedir. Bu amaçla hediyelik eşya envanteri oluşturulabilir. Bu sayede yöre halkının bile unuttuğu otantik ürünler tekrar canlandırıldığı gibi

ekonomik katkı da sağlanmış olur. Yöresel el sanatları ürünlerinden orijinal niteliktekiler ve hediyelik özelliği taşıyanlar çok daha fazla ön plana çıkarılmalıdır.

#### **14. Çatalhöyük İçin Etkili ve Yoğunlaştırılmış Tanıtım Yapma**

Dünyanın en eski kentlerinden olan Çatalhöyük; insanoğlunun Neolitik Dönemde mağaralar ve ağaç kovuklarındaki yaşamlarından yerleşik hayata geçtiği, tarım ve hayvancılık yapmaya başladığı, kendisine evler inşa ettiği, yaklaşık 9000 yıllık tarihî geçmişe sahip olan bir kenttir. 1958 yılından beri arkeolojik kazıların devam ettiği höyükte, hâlen yeni bulgulara ulaşılmaktadır. Çatalhöyük'ün sahip olduğu bu değerın tüm dünyaya duyurulması ve mevcut turizm talebinin artırılması için daha etkili ve yoğun bir tanıtım yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda öncelikle Göbeklitepe örneğinde olduğu gibi Çatalhöyük için de bir slogan oluşturulmalı (medeniyetin başladığı kent vb.), sonrasında bu slogan üzerinden Türkiye'ye olan turizm talebini oluşturan ülkelerde ve yeni pazarlarda sosyal medya, ulusal medya, yurt dışı temsilcilikleri aracılığıyla reklam ve tanıtımlarla Çatalhöyük'ün bilinirliğinin artması sağlanmalıdır.

Çatalhöyük'ün tanıtımıyla ilgili olarak bir başka öneri de şu olabilir: Göbeklitepe örneğinde olduğu gibi Çatalhöyük için de bir hikâye yaratılıp bunun dijital bir platformda filminin, dizisinin ya da belgeselinin çekilmesiyle ve yayınlanmasıyla hem ulusal hem de uluslararası mecralarda bilinirliği artırılabilir.

Ayrıca hâlihazırda mevcut olan, 2023 yılı içerisinde yapımı tamamlanan ve hizmete açılan Çatalhöyük Karşılama ve Ağırılama Merkezi'nin öncelikle yurt içinde tanıtımının yapılması, günebirlik olarak Konya'ya tur düzenleyen seyahat acentelerinin tur programlarına Çatalhöyük'ü de eklemeleri açısından büyük önem arz etmektedir.

#### **15. UNESCO Küresel Jeopark Ağı İçinde Karapınar'ı Konumlama**

Türkiye'nin ilk ve tek UNESCO Küresel Jeoparkı Kula-Salihli (Manisa) Jeoparkı'dır. Benzer oluşumlarla ilgili yapılan çalışmalarda Jeolojik Mirası Koruma Derneği, Türkiye'de 8 jeopark kurulmasını teklif etmektedir. Bunlardan birisi de Karapınar Jeoparkı'dır. Karapınar Jeoparkı içinde Meke Gölü, Karadağ ve Karacadağ volkanları, volkanik oluşumlar, Çıralı-Kızören-Meyil-Timraş obrukları, peri bacası oluşumları, yer altı şehri gibi yapılar bulunmaktadır. Jeolojik varlıklar turistik olarak da kullanılabilir nitelikte kabul edilmektedir. Karapınar Jeoparkı da birden fazla jeolojik özelliği ile dikkat çekmektedir. Meke Gölü'nün dışında, medya tarafından da gündeme sıkça getirilen obruklar, bölgenin turistik kullanım özelliğini artırmaktadır.

Karapınar Jeoparkı'nın gerek doğal yapısının korunması ve sürdürülebilirliği gerekse turizm amaçlı kullanımı için parkın geliştirilmesi gereken yönleri bulunmaktadır. Karapınar Jeoparkı'nın UNESCO ağına dâhil edilebilmesi için bazı belirli şartları sağlaması gerekmektedir. Belirlenen kriterlere göre Karapınar Jeoparkı değerlendirildiğinde; belirli bir alan ya da sınırları çizilmiş bir bölge olmalıdır, yeterli büyüklükte alan ve bu alanda belirli bir nüfusun varlığı, jeolojik miras için uluslararası değere sahip olunması, koruma çalışmaları, geliştirilmiş eğitim programları ve materyalleri, park hakkında bilimsel araştırmalar ve yayınların varlığı, görünürlük-altyapı faaliyetlerinin sürdürülebilir nitelikte geliştirilmesi, iş birlikçiler, "jeoturizm" kavramı ile ilgili tanıtım materyalleri, tur operatörü iş birlikleri, bölgeyi anlatabilecek nitelikte turist rehberi, ziyaretçi izleme sistemleri ve uzun vadeli jeoturizm aksiyon planları bulunmalıdır. Karapınar Jeoparkı'nın ilgili ağa dâhil olmasının yanında, turizm amaçlı kullanımı için de belirlenen kriterlere göre yerel yönetimlerle ilgili teknik alt yapı ve diğer turizm çalışmaları yapılmalıdır.

## 16. İlde Glamping Yatırımlarını Geliştirme

Glamping, lüks kamp anlamına gelen ve son dönemlerde talebin arttığı bir turizm ürünüdür. Farklı ve ilgi çekici konaklama (ağaç evler, cam korumalı odalar, lüks çadırlar vb.) yapıları ve deneyimsel yönleri ile çok popüler hâle gelmiştir. Covid-19 pandemisi sonrası izole ve doğayla bütünleşik bir tercih olması, bu popülerliği oldukça artırmıştır. Bu yüzden doğal kaynakların yoğun olduğu bölgelerde, otel gibi betonarme yapılar yerine çok daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Ayrıca yatırım maliyetleri açısından diğer yapılara göre maliyetleri daha düşüktür. Özgün yapılar olmaları nedeniyle rekabet anlamında farklı türlerde ürünlerin sunumu da mümkündür. Konya gibi geniş bir coğrafyada doğal kaynakların çok fazla olduğu düşünüldüğünde glamping, önemli bir alternatif turizm yatırımı olarak düşünülebilir.

Hadım, Taşkent, Kızılören, Derbent, Kilistra (antik şehir), Seydişehir gibi bölgeler Konya'nın ormanlık ve doğal güzelliklerinin yoğun olduğu yerlerdir. Kızılören bölgesi Konya merkeze yakın olması ile öne çıkarken, Seydişehir ise Antalya yolu üzerinde yer aldığından daha da çekici hâle gelmektedir. Derbent, Aladağ'ın turizm bölgesi ilan edilmesi ile dikkat çekici hâle gelirken, kış turizmini destekleme anlamında bu yüksek rakımlı bölgede glampingin geliştirilmesi alternatif bir ürün olarak düşünülebilir. Hadım ve Taşkent ise temiz havası, doğal gıda ürünleri, doğal güzellikleri, dağlık kamp alanları ve Mersin'e yakın yerde olmalarından dolayı glamping için tercih edilebilir niteliktedir. Konya merkeze yakın bölgedeki Kent Ormanı da bu yatırımlar için değerlendirilebilir. Kilistra ise peribacası oluşumları ve mağaraları ile tarihî-doğal güzellikler sunarken tarih ve doğayı tercih eden kampçılar için çekicidir. Her ne kadar yatırım maliyetleri yüksek olmasa da alt yapı imkânları (yol, elektrik, su vb.) için yerel yönetimlerin bu bölgelere gerekli imkânları sağlamaları gereklidir. Yerel yönetimlerin öncelikle glamping için hem doğal yönden hem de farklı yönlerden (güvenlik, pazarlama, yerel halk gibi) değerlendirmeler yaparak yatırım alanlarını belirlemesi ilk adım olacaktır. Sonraki aşamada bu bölgelerin doğa turizmi yönünde pazarlanması önemli girişimlerden olacaktır.

## 17. Beyşehir Gölü Üzerinde Su Sporlarını Geliştirme

Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olan Beyşehir, aynı zamanda Türkiye'nin 3. büyük gölü ünvanını taşımaktadır. Yaklaşık 663 km<sup>2</sup>'lik yüz ölçümü ve 10 metreyi bulan derinliğe sahip gölde İğdeli, Akburun, Uzunada, Kızkulesi, Mada, Yılanlı ve Külbent adaları bulunmakta ve Beyşehir kent merkezinden bu adalardan bazılarında tekne turları düzenlenmektedir. Balıkçılığın yapıldığı göl aynı zamanda su sporları için önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle durgun sularda yapılabilen kano ve kürek sporları ile su kayağı, su bisikleti (water buggy) sporları için elverişli bir göldür. Beyşehir Gölü, suyunun berrak olması sebebiyle sadece su üstü sporlarının değil, aynı zamanda su altı sporlarının da yapılabileceği bir göldür. Çok fazla bir derinliğe sahip olmayan göl hem tüplü hem de tüpsüz, amatör ve profesyonel dalışlar için elverişlidir.

Göl üzerinde ve altında söz konusu sporların yapılabilmesi için öncelikle bu sporları yapabilecek insanların yetiştirilebileceği tesislerin kurulması, eğitmenlerin istihdam edilmesi, gerekli spor malzemeleri ve araçların tedarik edilmesi gerekmektedir. Sonrasında Türkiye'de su sporları federasyonu ile iletişime geçilmek suretiyle önce ulusal, daha sonra uluslararası su sporları yarışmalarının yapılması gerekmektedir. Türkiye'de ve dünyada çok tanınan rekortmen su sporcularının Beyşehir'e davet edilerek sporlarını Beyşehir Gölü'nde icra etmeleri sağlanmalı, sonrasında bu faaliyeti ulusal ve uluslararası haber ajansları takip etmeli ve konuyla ilgili haberler yapılmalı, sosyal medya paylaşımlarıyla tanıtımları yapılmalıdır. Beyşehir'deki su sporları faaliyeti belirli bir olgunluğa ulaştığı takdirde, Olimpiyat Oyunları benzeri bir uluslararası organizasyona ev

sahipliği yapılması için başvuruda bulunulmalıdır. Tüm bu süreçler yerel idare bünyesinde kurulacak su sporları birimince yönetilmelidir.

## **18. MICE Turizmi İçin Etkin Bir Yönetim Yapısı Kurgulama**

MICE (meetings, incentives, conferences, exhibitions) turizmi, etkinlik turizmi olarak da çok katılımlı, ekonomik ve pazarlama değeri yüksek bir hareketliliği ifade eden bir turizm çeşididir. Konya MICE turizmi anlamında önemli bir potansiyele sahiptir. Coğrafi konumu, ulaşım imkânları, kültürel ürünlerin varlığı, eğitim ve araştırma kurumlarının çok olması, büyükşehir niteliğinde olması, turizm açısından bilinen bir şehir olması, yerel ekonomik imkânların olması bu anlamda değerlidir. Doğrudan MICE imkânları düşünüldüğünde, etkinlik imkânları oldukça yüksektir. Şehir merkezinde 15'ten fazla 4 ve 5 yıldızlı otel (Bunların önemli bir kısmı uluslararası zincir markasıdır.) ve bunların birçoğunda toplantı merkezi (convention center) bulunmaktadır. Bu potansiyelin yanında Türkiye'de sayılı merkezlerden olduğu ifade edilen Selçuklu Kongre Merkezi dikkat çekicidir. Bunlara ek stadyum, 2 kültür merkezi, 2 spor ve kongre merkezi gibi ciddi büyüklükte MICE olanakları vardır.

Tesis ve diğer kaynaklar noktasında Konya'nın, MICE turizmi konusunda yeterliliği bulunmakla birlikte tanınırlığı çok yoktur. Yönetimsel anlamda ilk adımlardan biri olarak Konya'nın pazarlama gücünün ve marka değerinin artırılması gelmektedir. Diğer taraftan MICE pazarındaki bazı dezavantajlarının da değerlendirilmesi yapılmalıdır. Konya'ya, İstanbul dışında (Yaz aylarında İzmir ve bazı Avrupa ülkeleri gibi sınırlı sayıda uçuş vardır.) doğrudan uçuş bulunmamaktadır. Özellikle yurt dışı doğrudan uçuşlar sadece MICE organizasyonları için değil, genel turizm hareketliliği anlamında da önemli bir gelişme olacaktır. Rekabet edilebilirlik anlamında iklim olarak Antalya, İzmir gibi illere göre daha dezavantajlı durumdadır. Kış aylarında ulaşım zorlukları ve iklim şartları çekiciliği düşürmektedir. Bu noktada sunulacak fiyat avantajları ve diğer sosyal imkânların geliştirilmesi bu dezavantajı önlemede kullanılabilir. İilde 5 üniversite, önemli kamu kurumları ve büyük sanayi işletmeleri bulunurken, bunların eldeki imkânlara göre düzenledikleri etkinlikler çok fazla değildir. Öncelikle yöresel etkinliklerin sayısının artırılması gerekmektedir. Hâlihazırda mevcut uluslararası ve ulusal etkinliklerin de (Mistik Müzik Festivali gibi) tanınırlığı sınırlıdır. Bu etkinlikler için de etkin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, MICE piyasasının Konya'da gelişimine katkı sağlayacaktır. Konya'nın kültür odaklı bir şehir olması, sosyal imkânlarının da gelişmiş olması, etkinliklere ek olarak kullanılacak farklı turistik çekiciliklerinin olması pazarlama konusunda değerlendirilmelidir.

## **19. Mevlâna Markasına ve Müzelere Yönelik Talebi İlin Diğer Çekiciliklerine Yönlendirme**

Konya'ya, Mevlâna'nın ölüm yıl dönümü olan Şebiarus haftasında, 7-17 Aralık tarihleri arasında hem yurt içinden hem de yurt dışından çok sayıda turist Konya'ya gelmektedir. Konya'ya düzenlenen hem gününbirlik hem de konaklamalı turların büyük çoğunluğunun tur programlarında, Mevlâna Müzesi mutlaka yer almaktadır. Konya ve Konya turizmi için bir marka hâline gelen Mevlâna ve Mevlâna Müzesi'ni ziyarete gelen turistlerin kentte daha fazla vakit geçirmeleri ve turistik harcama yapabilmeleri için ilgilerini kentnin diğer turistik çekicilik unsurlarına yönlendirmek gerekmektedir. Söz konusu bu çekicilik unsurları arasında öncelikle kent merkezine çok uzak olmayan Sille, Çatalhöyük, Kelebekler Vadisi Tropikal Parkı değerlendirilebilir. Konya kent merkezi dışında ise Beyşehir ilçesinde bulunan ve UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ndeki Anadolu'nun Orta Çağ Ahşap Hipostil Camileri kategorisinde bulunan Eşrefoğlu Camii ve Eflatunpınar Hitit Su Anıtı; Karapınar'da bulunan ve dünyanın nazar boncuğu olarak bilinen Meke

Gölü; Güneysınır'daki Yerköprü Şelalesi bu kapsamda değerlendirilebilir. Söz konusu bu talebin diğer çekiciliklere yönlendirilmesinde, özellikle tur düzenleyen acentelere fazladan bir ulaşım maliyeti oluşacağı için bu noktada devreye Konya Büyükşehir Belediyesinin girmesiyle turistlerin kent merkezinden söz konusu noktalara ulaşmaları, belediyenin “hop on-hop off” tarzı turistik amaçlı otobüsleriyle sağlanabilir.

## 20. Turist Rehberlerinde İl Turizm Cazibelerine Yönelik Uzmanlaşma

Konya'da ikamet eden, 43 profesyonel turist rehberi bulunmaktadır. Söz konusu rehberlerin büyük çoğunluğunun ruhsatname dili İngilizce olup, az sayıda Almanca, Rusça, Fransızca, Arapça, Gürcüce, Endonezce dillerinden ruhsatnamesi olan rehber vardır. Konya'ya turist getiren tur operatörlerinin çalıştıkları hedef pazarlara bakıldığında, bunların genel olarak Uzak Doğu (Japonya, Çin), Güneydoğu Asya (Güney Kore, Hindistan, Endonezya) gibi ülkeler olduğu görülmektedir. Bilhassa Şeb-i Arus haftasında Konya'ya gelen İranlı ve Farsça konuşan turist sayısının çok olduğu görülmektedir. Yukarıda bahsedilen ülkelere gelen turistlerin dillerinde rehberlik yapabilecek rehber sayısı Konya'da yeterli değildir. Ayrıca Konya ikametli olup mesleğe yeni başlamış, yeni mezun rehberlere Konya ile ilgili anlatımlarını zenginleştirebilmeleri için bazı spesifik konularda eğitim seminerlerinin verilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Söz konusu bu spesifik konular; Neolitik Dönem ve Çatalhöyük, Roma ve Bizans dönemlerinde Konya ve antik kentleri, Anadolu Selçuklu Devleti ve sanatı, Osmanlı Dönemi'nde Konya, Hz. Mevlâna, Sufizm ve Mevlevilik olabilir. Bu aşamada hem Konya'daki rehberlerin ihtiyaç duydukları yabancı dil eğitimi hem de yeni mezun rehberlerin ihtiyaç duydukları Konya'ya yönelik mesleki alan bilgisi eğitimleri; Konya Büyükşehir Belediyesi, Selçuk Üniversitesinin ilgili fakülteleri ve Turist Rehberleri Odaları Birliğinin (TUREB) koordinasyonunda ve iş birliğinde gerçekleştirilebilir. Söz konusu eğitim seminerleri Konya turizmi için düşük sezon olarak kabul edilen Aralık'tan sonraki kış aylarında, turist rehberlerinin iş yoğunluğunun az olduğu aylarda gerçekleştirilebilir.

## 21. Konya Destinasyon Kimliğine Uygun Gece Eğlenceleri Oluşturma

Anadolu'nun birçok kentinde folklorik bir öge olarak karşımıza çıkan yaren, barana ve sıra geceleri gibi farklı isimlerle bilinen geleneksel sohbet toplantıları Konya'da da “barana” olarak bilinmektedir. Farsça “barhana” kelimesinden türeyen Barana Toplantıları, toplum içerisinde dayanışma ve kaynaşmanın sağlandığı organizasyonlar olarak uzun süre toplum hayatının içerisinde yer almış olsa da günümüzde modern şehir yaşamının etkisi ile yaygınlığını yitirmiştir. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Listesi'nde Geleneksel Sohbet Toplantıları içinde yer alan Barana Geceleri'nin turistik bir ürün olarak pazarlanması Konya'daki turist geceleme sayılarının artırılmasında fayda sağlayabilir. Sadece Barana Geceleri değil, aynı zamanda yine bir SOKÜM ögesi olan Sema Törenleri de bu kapsamda değerlendirilip, her hafta cumartesi günleri Mevlâna Kültür Merkezi'nde yapılan sema törenlerine ek olarak, butik tarzda ve küçük çapta İl Kültür Turizm Müdürlüğü ya da Büyükşehir Belediyesi bünyesinde bir Mevlevi Sema Ekibi oluşturularak ve bir mekân tesis edilerek isteyen tur gruplarına özel sema gösterisi yapılabilir. Bu organizasyonda semaya geçilmeden önce Mevlevilikte semanın ortaya çıkışı, ritüel içindeki aşamaları ve sembolik anlamları hakkında kısa bilgilendirme yapılabilir. Sema töreninden sonra turistlere semazenlerin nasıl döndükleri hususunda kısa bir uygulama yaptırılabilir. Aynı şekilde söz konusu kurumlardan birine bağlı olarak Konya Barana Ekibi oluşturularak ve otantik bir tarihî Konya evi ya da odası tesis edilerek haftanın belirli günlerinde tur gruplarına veya bireysel turistlere yönelik Barana Eğlenceleri düzenlenebilir.

## 22. Kilistra Ören Yeri'nde Turistik Hizmetlerin Kalitesini Artıracak Alan ve Peyzaj Çalışmaları Yapma

Kilistra Ören Yeri; Meram ilçesine bağlı, Konya'nın yaklaşık 45 kilometre güneybatısında, Gökyurt köyü sınırları içinde yer alan, Helenistik ve Roma dönemlerinde yoğun bir yerleşime sahip olmuş, Aziz Pavlus ve Barnabas ile Hristiyanlıkla tanışmış, bu sebeple aynı Kapadokya'da olduğu gibi birçok kaya oyma kilise, şapel, manastır, yaşam alanlarının bulunduğu, antik bir kenttir. Yerli ve yabancı kamp-karavan turistlerinin de uğrak bir noktası olan Kilistra, henüz tam anlamıyla hak ettiği turistik talebe erişememiştir. Bundaki en büyük faktör, belli bir turistik alt yapıya sahip olmayışıdır. En basit örnekle, antik kentin Gökyurt köyü ile iç içe olması, antik kentteki mimari yapıların yerini gösteren yön levhalarının ve bilgilendirici tabelaların yetersiz olması, köy içinde büyük otobüslerin geçebileceği ve manevra yapabileceği yolların bulunmaması, kente gelecek turistlerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek tuvaletler, lavabolar, kapalı ve açık mekân oturma dinlenme yerlerinin bulunmaması gibi faktörler sıralanabilir. Kilistra Ören Yeri'nde turistik hizmetlerin kalitesinin artırılması için öncelikle köy içindeki yolların hem büyük hem de küçük araçların rahatlıkla girebileceği şekilde yapılması gerekmektedir. Ören yerinin güvenliği, bakımı ve temizliği için personel istihdam edilmelidir. Ören yerine gelen turistlerin serbest zaman geçirebilecekleri bir tesisleşmeye gidilmelidir. Ören yerinin girişinde tüm ören yerini ve içindeki eserlerin konumlarını gösteren bir harita panosu ve oluşturulan fiziki harita panosunun yanında dijital ortamda kullanmaya imkân sağlayan bir karekod uygulaması yerleştirilmelidir. Oluşturulan karekod uygulaması navigasyon uygulamalarıyla entegre bir şekilde çalışmalı ve turistler cep telefonlarıyla kent içinde rahatlıkla gezabilmelidir. Ayrıca hem ören yeri girişinde hem de ören yeri içindeki yollar üzerinde Devrek Yerleşim Alanı (Karakol Üniteleri, Doğu ve Batı Koğuşları, Gözetleme Kulesi), Konacak Yerleşim Alanı (Konacak Manastırı-Kadirağa İni, Konacak İşliği, Konacak Şapeli, Haç Planlı Şapel-Sandikkaya), Koyak Vadisi Yerleşim Alanı (Paulönü-Sünbülünü Kilise, Ardıçlı Tepe-Başpınar Harmanları Yerleşim Alanı (Büyük Su Sarnıcı-Katırını Sarnıcı), Bayram Hacı Manastırı Yerleşim Alanı'nı (Doğu Şapeli, Batı Şapeli, Vaftiz Odası, Mutfak, Mezar Odası) gösterecek yön levhaları ve bilgilendirici tabelalar koyulmalıdır.

## 23. Helal Turizm Kapsamında Tanıtım Etkinliğini Artırma

Konya, Türkiye'nin tanınmış İslami inanç turizmi merkezlerinden birisidir. Türkiye dışında farklı coğrafyalardan ve özellikle Müslüman coğrafyalardan ve ülkelerden turist çekmektedir. Müslüman turistler için "helal turizm" markası bir tercih sebebidir. Müslüman bir ülkede yer alması elbette ki helal kavramı açısından açık ve bilinir olsa da bir marka imajı olarak helal turizmin kullanılması tanıtım ve verilecek mesajlar için önemlidir. Konya, bu konuda Türkiye'deki örnek şehirlerden birisi olabilir. Helal turizmi; sadece konaklama ve yiyecek-içecek özellikleri ile değil, ayrıca "helal medikal turizm" gibi gelişmekte olan bir ürün çeşidi açısından Konya'da değerlendirmek yerinde olacaktır. Mevlâna'nın çekim özelliğinden dolayı Konya'ya İran'dan kalabalık gruplar gelmektedir. Bu Müslüman turistlerin tercihlerinde helal konusu önemlidir. Sadece Müslüman gruplar ve milletler değil, Mevlâna'yı ziyarete gelen gayrimüslim turistler için de helal markası farklı ve ilgi çekici bir deneyim olabilir. Bu deneyimi farklı yönleri ile tanıtmak, ayrıca ifade edildiği gibi Müslümanların bir markası olarak turizmde etki yaratabilir. Konya, sahip olduğu manevi hava ile bu marka için önemli temsil oluşturabilir. Bu bağlamda Konya'daki işletmelerin helal standartlarına ilişkin belgeleri almaları ve bunun görünürlüğünü sağlamaları helal turizm için etkili olacaktır. Yapılacak kültür turlarında "helal turizm" ifadesini kullanarak pazarda ayrı bir konumlandırma sağlanabilir. Bahsi geçen bir diğer önemli pazar, helal medikal pazarıdır. Türkiye'de sağlık-medikal turizmde önde gelen şehirler olsa da Konya'nın manevi ve inanç turizmi özelliği de kullanılarak helal medikal imajının vurgulanması, tanıtım ve pazarlamada önemli bir etki yaratabilir. Buna bağlı olarak bölge

hastaneleri ve seyahat acentelerinde, medikal turizm faaliyetlerinde Müslüman coğrafyalara yönelik helal medikal imajı kullanılabilir. Gıda pazarında olduğu gibi sağlık turizmi pazarında bu işle uğraşan işletmelerin uluslararası sertifikaları edinmeleri gerekecektir. Ayrıca diğer tüm alternatif turizm çeşitlerinde olduğu gibi helal turizm uygulamaları, her yerde standart bir uygulama ve logoları ile kullanılmalıdır. Bunun yanında Konya'nın turizmle ilgili girişimlerinde ve katılım sağlanan etkinliklerde helal turizm uygulamaları ile ilgili materyaller kullanılmalı, yine bu faaliyetlerde ilgili logolar kullanılarak kapsam genişletilmelidir.

## **24. UNWTO “Dünyanın En İyi Turizm Köyü” Listesi'ne Konya'dan Bir Köyü Dâhil Etme**

Dünya Turizm Örgütü'nün “Dünyanın En İyi Turizm Köyleri” girişimi, örgütün kırsal kalkınma için turizm programının lider projesidir. Konya'nın köklü tarihî geçmişi ve korunmuş kültürel öğeleri dikkate alındığında, bu listeye girecek nitelikte köyleri bulunmaktadır. Belirtilen kriterler ışığında, Ereğli ilçesi İvriz köyü değerlendirilebilir niteliktedir. Tarihî önemi bulunan Kaya Anıtı (İvriz Yazıtları) ve diğer tarihî eserlerinin yanında yeşil doğası, eski camisi ve korunmuş kültürü, tarımsal ürün çeşitliliği ile listeye dâhil olabilir. Meram-Kızılören köyü de yine tarihî eser çeşitliliği (eski bir ticaret merkezi olarak han ve yerleşim birimleri), kırmızı toprağı ve köy yaşantısı ile listede kendine yer bulabilir. Derbent, her ne kadar ilçe statüsünde olsa da kayak merkezi, tarımsal ürünleri, tarihî yapıları ile bu liste için aday gösterilebilir.

Dünya Turizm Örgütü'nün “En İyi Turizm Köyü” projesi çok yeni bir proje olduğundan, Konya'dan bir ya da daha fazla köyün bu projede yer bulması, bölgenin tanıtımı ve kırsal kalkınma açısından önemlidir. Şu an Türkiye'de çok fazla “Dünya Turizm Köyü”nün olmaması dikkat çekici etki yapacaktır. Bilindiği gibi Konya, UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'nde en üst sıralardadır. Ayrıca turizm köyünün de bu imaja eklenmesi turizm açısından etkili olacaktır. Ancak bu konuda, bölgede detaylı bir çalışma yapmak gerekmektedir. Bölgeyi iyi bilen kişiler, turizm uzmanları ve yerel yönetimler iş birliği içinde en iyi seçenek üzerinde çalışmalı, bu köy ya da köylerde turizmle ilgili yatırımlar da desteklenmelidir.

## **25. Kamp-Karavan Turizmi Kapsamında Yeni Park Alanları Oluşturma**

Konya'nın coğrafi yapısı, geniş doğal alanları, iklim özellikleri ve ulaşım olarak geçiş noktasında olması, kamp-karavan turizmi için önemli bir potansiyel sunmaktadır. Covid-19 pandemisi sonrası kamp-karavan turizminde bir patlama olmuştur. Ancak Konya, bu patlamadan çok fazla pay alamamıştır. Oysaki kamp-karavan turizmi, Konyalı yerel turistler için de önemli bir alternatiftir. Hatta Konya, pandemi sonrası pazarın gelişmesine bağlı olarak Türkiye'de karavan üretiminde ilk üç il arasına girmiştir. Tüm bunlara rağmen kamp-karavan alanları ya da parklarının geliştirilmemesi, bu alternatif turizm çeşidinin gelişmesine engel olmuştur. Konya'da resmî olarak bir adet karavan parkı olmasına rağmen çok bilinmemektedir. Bu park, Ereğli yolu üzerinde Şehir Parkı'nın köşesinde, çok kısıtlı bir alandır. Konya karavan parkı için yapılan yorumlarda, güvenlik problemleri işaret edilmiştir.

Konya, bireysel kamp ve karavan turistleri için çekici bir destinasyondur. Çünkü bölge, kültürel çekiciliklerinin yanında doğal kaynakları ile de zengindir. Şehir merkezindeki karavan alanı, ifade edildiği gibi yeterli olmamakla birlikte, doğa kampına da uygun değildir. Bu amaçla şehir merkezinde daha güvenli olabilecek ve yeşil alanıyla da kampa uygun Meram bölgesi (Dutlukırı Parkı, Tavusbaba civarı) tercih edilebilir. Bu bölge aynı zamanda kamp-karavancıların Antalya seyahatleri için de yol üzeri konumundadır. Merkez dışında Derbent, Bozkır, Seydişehir, Ereğli gibi doğal kaynakları zengin ilçeler, bu turizm hareketliliğine kazandırılabilir. Burada yerel yönetimlerin girişimleri

önemlidir. Bu doğal alanlar büyük oranda hazine arazisidir. Ayrıca buralara alt yapı (su ve elektrik) ve güvenlik hizmetleri yönünde de destekler verilmelidir. Ayrıca Konya'nın merkezi bir il olarak kara yolları açısından geçiş noktasında olmasından dolayı çevre illerle olan ana yolları dikkate alınarak değerlendirme yapılmalıdır. Kamp-karavan turizm alanları ve parklarının bu yol güzergâhları da dikkate alınarak şekillendirilmesi, potansiyelin değerlendirilmesinde öncelikli olabilir.

## **26. Etkili Bir Turizm Yönetimi Oluşturma ve Tanıtımda Bütünleşik Yaklaşımı Benimseme**

2018 yılında hazırlanan Türkiye Turizm Ana Planı'nda, ulusal tanıtım ve pazarlamada markalaşmayı sağlamanın yanı sıra destinasyon özelinde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütecek yapıların oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak ortaya konan ulusal hedeflere uygun biçimde potansiyel ulusal turizm olanaklarını belirleyerek ulusal çapta tanıtım ve pazarlama etkinliklerini yerine getirmek için 2019 yılında Türkiye Turizm ve Geliştirme Ajansı (TGA) faaliyete geçmiştir. 2021 yılı itibarıyla da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) eş güdümünde, ulusal ve uluslararası alanda destinasyonların daha etkin tanıtımını destekleyecek İl Tanıtım ve Geliştirme Programı başlatılmış ve bu kapsamda iller bazında İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulları (İTGK) oluşturulmuştur. Böylece kurulan İTGK'ların ulusal eylem planı çerçevesinde ortaya konan ilkeler ve yaklaşım doğrultusunda, ilin turizm tanıtım ve geliştirme etkinliklerini belirlemesi ve bunları koordine etmesi, bir anlamda il sınırlarını kapsayan Destinasyon Yönetim Örgütü olarak çalışması beklenmektedir.

Destinasyon Yönetim Örgütlerinin (DYÖ) temel fonksiyonu, destinasyonun özellikle tanıtım ve geliştirme politikalarını belirlemek ve bu politikaları yerel paydaşlarla koordine ederek yürütmektir. Valiliklerin ve özellikle Valilik altında İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin öncülüğünde oluşturulan İTGK'ların, DYÖ'lerin uluslararası yapılanmasına uygun şekilde, geniş bir paydaş katılımıyla yönetilmesi gerekmektedir. Bu paydaşlar; destinasyondaki yerel yönetimler, turizm işletmeleri (seyahat acenteleri, konaklama, gastronomi ve rekreasyon işletmeleri vb.) ticari birlikler, meslek odaları, Bölgesel Kalkınma Ajansı ve uluslararası projelerde rol alabilecek sivil toplum örgütleri, kongre ve bilimsel etkinliklerde rol alan üniversiteler, spor kulüpleri vb. gibi ilde farklı faaliyet alanlarında etkinlikler yürüten yapılar olabilmektedir.

Konya İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulu, tanıtımda DYÖ sorumluluğu ile hareket ederek Turizm Ana Planı'na uygun ve TGA tarafından ulusal hedeflere uyumlu biçimde ortaya konan *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'ndaki başlıkları yerine getirme ve ilin etkili tanıtımını yapma görevini üstlenmektedir. İl bazında birçok kurum ve kuruluş, bir taraftan bağımsız biçimde kendi tanıtımlarını yaparken, diğer taraftan da ilin tanıtımına da önemli destek verebilmektedir. Bu noktada bir destinasyonun tanıtımında rol alan ulusal ve özellikle uluslararası ilişkilerde güçlü ağlara sahip paydaşların eş güdüm içinde hareket edebilmeleri önem arz etmektedir. Bu kapsamda Kurul; il tanıtımında rol alabilecek, ilde ticaret, eğitim, çevre, bilim, spor, sağlık, kültür ve sanat gibi farklı alanlarda etkinlik yürüten sivil toplum örgütlerinin, yerel yönetimin, akademinin, turizm işletmelerinin, il idari birimlerinin ve spor kulüpleri gibi kendi faaliyet alanında ulusal ve uluslararası temasları olan ve tanıtımda rol alabilen paydaşların tanıtım çabalarını bütünleşik bir plan dâhilinde ele almalıdır. Kurul, her bir paydaşın il tanıtımında etkili rol alabileceği alanları belirlemeli, etki alanları içinde sorumluluklarını paylaşmalı ve bu sayede her bir paydaşın tanıtımdaki rollerinin belirlenen ortak hedef doğrultusunda şekillenmesini sağlayarak bütüncül bir politika benimsemelidir.

DYÖ sorumluluğunda hareket eden Kurul, ildeki turizm potansiyelini ve mevcut kaynakları düşünerek ortaya koyduğu markalaşma hedefi yolunda, destinasyonun tanıtım sloganı, imajı ve marka konumu hedefini farklı paydaşların eş güdümlü çabaları ile ortak hedefe yöneltmeli ve bu sayede daha hızlı ve etkili sonuç almayı sağlamalıdır.



İsmet İnönü Bulvarı No: 32  
06100 Emek, Ankara



Esentepe Mahallesi Büyükdere Cad.  
No: 127 Astoria AVM B Blok Kat: 4  
34394 Şişli, İstanbul