

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**KENT OTELLERİNİN YER SEÇİMİ KRİTERLERİ VE
ARAZİ KULLANIMI İLE OLAN ETKİLEŞİMİ:
İSTANBUL ANADOLU YAKASI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kazım Gürkan ÖZER

Şehir ve Bölge Planlaması Anabilim Dalı

Şehir Planlama Programı

OCAK 2017

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**KENT OTELLERİNİN YER SEÇİMİ KRİTERLERİ VE
ARAZİ KULLANIM İLE OLAN ETKİLEŞİMİ:
İSTANBUL ANADOLU YAKASI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Kazım Gürkan ÖZER
502081804**

Şehir ve Bölge Planlaması Anabilim Dalı

Şehir Planlama Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Engin E. EYÜBOĞLU

OCAK 2017

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 502081804 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Kazım Gürkan ÖZER, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “KENT OTELLERİNİN YER SEÇİMİ KRİTERLERİ VE ARAZİ KULLANIM İLE OLAN İLİŞKİSİ: İSTANBUL ANADOLU YAKASI ÖRNEĞİ” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Engin E. EYÜBOĞLU**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Prof. Dr. Bengi ERTUNA**
Boğaziçi Üniversitesi

Prof. Dr. Özlem ÖZÇEVİK
İstanbul Teknik Üniversitesi

Teslim Tarihi : 24 Şubat 2017
Savunma Tarihi : 18 Ocak 2015

Eşime ve çocuklarıma,

ÖNSÖZ

Sosyal ve ekonomik gelişmelerin ve değişimlerin giderek daha fazla hayatlarımıza soktuğu turizm kavramı, kentlerin dokularını ve fonksiyonların toplanma noktalarını etkileyen etmenlerden biri olagelmıştır. Turizmin gelişimi konusunda dünyadakine paralel gelişimler yaşayan ülkemizde de, tüm dünyada olduğu gibi, turizm yatırımlarının kentler için belirlenen fiziksel ve sosyal stratejileri takip etme gerekliliği bulunmaktadır. Bu süreci irdelemeye çalıştığım yüksek lisans tezimin konuyla ilgili araştırmada bulunanlara ışık tutmasını umuyorum.

Disiplinlerarası çalışmaya en çok olanak veren dallardan biri olan Şehir Planlama ile asıl mesleğim olan turizmciliği bu çalışmada harmanlamak benim için öğretici bir deneyim oldu.

Tez danışmanım Engin E. Eyüboğlu'na hem tezime olan değerli katkıları hem de benim için yeni bir dal olan Şehir Planlama Yüksek Lisans Programında yol göstericim olduğu için teşekkür ederim.

Şubat 2017

Kazım Gürkan ÖZER

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	vii
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÖZET	xv
SUMMARY	xvii
1. GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın Amacı	1
1.2 Çalışmanın Kapsamı ve Metodolojisi	1
1.3 Hipotezler	3
2. TURİZME AİT TEMEL KAVRAMLAR	5
2.1 Turizmin Tanımı	5
2.2 Turizmin Gelişim Süreci	7
2.3 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri	10
2.4 Turizm Sektörü Kavramı.....	12
2.5 Turizm Tesisi Kavramı.....	13
2.5.1 Konaklama yapılarının sınıflandırılması.....	33
2.5.2 Otel yapılarının sınıflandırılması	35
2.5.2.1 Ulaşım alanları ile olan bağlantısına göre otel yapıları.....	15
2.5.2.2 Sahiplik ilkesine göre otel yapıları.....	15
2.5.2.3 İşletmenin büyüklüğüne göre otel yapıları.....	16
2.5.2.4 İşletmenin niteliğine göre otel yapıları	17
2.5.2.5 Kent içindeki konumlarına göre otel yapıları.....	17
2.5.2.6 Hizmet standartlarına göre otel yapıları.....	18
2.5.2.7 Sundukları özelleşmiş hizmete göre otel yapıları	19
2.6 Otel Sektörü.....	20
2.6.1 Otel sektörünün gelişim süreci.....	20
2.6.2 Otel sektörü pazar bölümlenmesi.....	22
2.6.2.1 Kurumsal segment.....	22
2.6.2.2 Eğlence segmenti	23
2.6.2.3 TTKA segmenti.....	23
2.7 Otel İşletmelerinde Yer Seçimi	24
2.7.1 Otel işletmelerinde yer seçimine yönelik çalışmalar	24
2.7.2 Otel işletmelerinde yer seçimini etkileyen faktörler	26
2.7.3 Otel yer seçimi araştırmalarında teorik modeller.....	27
2.7.3.1 Turistik tarihi kent modeli (TTK modeli)	27
2.7.3.2 Tek merkezli model.....	28
2.7.3.3 Yığılma modeli	29
2.7.3.4 Çok boyutlu model.....	29

3. TÜRKİYE VE İSTANBUL'DA TURİZM.....	31
3.1 Türkiye'de Turizmin Gelişimi.....	31
3.1.1 Türkiye'de turizm faaliyetlerinin gelişimi	32
3.1.2 Türkiye'de otel yatırımları	34
3.1.3 Türkiye'nin turizm vizyonunun incelenmesi	37
3.2 İstanbul'da Turizm	38
3.2.1 İstanbul'da etkin turizm türleri.....	38
3.2.2 İstanbul'un turizm vizyonu: 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı.....	38
3.2.2.1 Kültür odaklı turizm alanı olarak öngörülen bölgeler.....	40
3.2.2.2 Doğa odaklı turizm alanı olarak öngörülen bölgeler.....	41
3.2.2.3 Günübirlilik rekreasyon alanı olarak öngörülen bölgeler.....	41
3.2.2.4 Ekolojik turizm alanları olarak öngörülen bölgeler	42
3.2.2.5 Sosyal etkinlik adaları olarak öngörülen bölgeler.....	43
3.2.2.6 Turizm çeşitliliği	43
4. İSTANBUL ANADOLU YAKASI'NDAKİ KENT OTELLERİNİN MEVCUT MEKANSAL DAĞILIMI VE YER SEÇİM KRİTERLERİ	47
4.1 İstanbul'daki Kent Otellerinin Sınıflandırılması ve İncelenmesi	47
4.1.1 İstanbul'daki kent otellerinin işletme niteliğine göre mekansal dağılımı	51
4.1.2 İstanbul'daki kent otellerinin işletme büyüklüğüne göre mekansal dağılımı	52
4.1.3 İstanbul'daki kent otellerinin işletme yaşına göre mekansal dağılımı.....	53
4.2 İstanbul Anadolu Yakası'ndaki Kent Otellerinin Mekansal Dağılımı.....	55
4.3 İstanbul Anadolu Yakasındaki Kent Otellerinin Arazi Kullanımı ile Olan Etkileşimi.....	57
4.4 Bölüm Sonucu	60
5. ANKET ÇALIŞMASI: İSTANBUL'UN ANADOLU YAKASI'NDAKİ TURİZM TESİSLERİNİN YER SEÇİM KRİTERLERİNİN BELİRLENMESİ VE ARAZİ KULLANIMINA ETKİSİ.....	69
5.1 Katılımcı Profili.....	70
5.2 Anket Soruları	70
5.3 Anket Verilerinin Değerlendirilmesi.....	73
5.4 Bölüm Sonucu	80
6. DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER.....	81
KAYNAKLAR.....	85
EKLER	91
ÖZGEÇMİŞ.....	107

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 5.1 : Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Tesisin merkeze ve ulaşım bağlantılarına olan uzaklığı?”.	71
Çizelge 5.2 : Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Tesisin çevresine ne kadar etkisi oldu?”.	72
Çizelge 5.3 : Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Turizm yatırımlarının karlılığı açısından bölgenin geleceğini nasıl görüyorsunuz?”.	72

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 3.1: 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı kapsamında turizme yönelik kararlar.	39
Şekil 3.2 : 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı kapsamında İstanbul'da ekolojik turizm yapılması öngörülen bölgeler.	43
Şekil 4.1 : İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli ve Turizm Yatırımı Belgeli turizm tesisleri.	48
Şekil 4.2 : İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli turizm tesisleri.	49
Şekil 4.3 : İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli tesis sayısının yakalara göre dağılımı.	50
Şekil 4.4 : İstanbul ilçelerinde Turizm İşletme Belgeli tesislerin sayısı.....	50
Şekil 4.5 : Sınırları içinde bulunan Turizm İşletme Belgeli tesislerin toplam yatak kapasitelerine göre İstanbul ilçelerinin karşılaştırılması.	51
Şekil 4.6 : İstanbul'daki Turizm ve Kültür Bakanlığınca Özel Tesis olarak sınıflandırılan Turizm İşletme Belgeli turizm tesisleri.	51
Şekil 4.7 : İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli tesislerin toplam yatak kapasitelerinin yakalara göre dağılımı.	52
Şekil 4.8 : Yıllara göre İstanbul'daki turizm işletmelerinin toplam yatak kapasitesi.....	52
Şekil 4.9 : Yatak kapasitelerine göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli turizm tesisleri.	53
Şekil 4.10: İstanbul'daki mevcut Turizm İşletme Belgesine sahip turizm tesislerinin kuruluş yılları.	54
Şekil 4.11: İstanbul'un Anadolu Yakasında konumlanan Turizm İşletme Belgesine sahip turizm tesislerinin kuruluş yılları.	54
Şekil 4.12: İstanbul'un Avrupa Yakasında konumlanan Turizm İşletme Belgesine sahip turizm tesislerinin kuruluş yılları.	55
Şekil 4.13: Kuruluş yıllarına göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli konaklama tesisleri.	55
Şekil 4.14: İstanbul'un Anadolu Yakasındaki İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli tesislerin sayısı.	56
Şekil 4.15: İstanbul'un Anadolu Yakası'nda konumlanan Turizm İşletme Belgeli turizm tesisleri.....	56
Şekil 4.16: Green Park Pendik, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	58
Şekil 4.17: Green Park Pendik, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	58
Şekil 4.18: Green Park Pendik, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	59
Şekil 4.19: Mercure Altunizade, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	59
Şekil 4.20: Mercure Altunizade, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	60
Şekil 4.21: Mercure Altunizade, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	61
Şekil 4.22: Sidona Otel, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	61
Şekil 4.23: Sidona Otel, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	62
Şekil 4.24: Sidona Otel, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.....	62

Şekil 4.25: Green Park Hotel Ataşehir, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	63
Şekil 4.26: Green Park Hotel Ataşehir, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	63
Şekil 4.27: Green Park Hotel Ataşehir, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	64
Şekil 4.28: Titanic Business Kartal, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	65
Şekil 4.29: Titanic Business Kartal, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	65
Şekil 4.30: Titanic Business Kartal, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi.	66
Şekil 5.1: Çalışma kapsamında anket yapılan otellerin konumları ve kapasiteleri. ..	69
Şekil 5.2: “Tesisin ulaşım bağlantılarına olan uzaklığı?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	74
Şekil 5.3: “Tesisin faaliyet gösterdiği turizm çeşidi?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	75
Şekil 5.4: “Tesisin konumu seçilirken hangisi dikkate alındı?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	76
Şekil 5.5: “Tesisin çevresine ne türden etkileri oldu?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	76
Şekil 5.6: “Tesisin çevresine ne kadar etkisi oldu? Bölgenin geleceğini nasıl görüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	77
Şekil 5.7: “Tesisin yer aldığı arazinin önceki kullanımı neydi?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	78
Şekil 5.8: “Burası tarihi bölgeye, turizm çekim alanlarına yakın değil, bunu nasıl pozitif ticari faydaya çeviriyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	79
Şekil 5.9: “Tesisin yer seçimi esnasında Fatih, Beyoğlu gibi bölgeleri düşünmüş müydünüz? Yoksa ilk aşamada Anadolu’ya mı yoğunlaştınız?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı.	79

KENT OTELLERİNİN YER SEÇİM KRİTERLERİ VE ARAZİ KULLANIMI İLE OLAN ETKİLEŞİMİ: İSTANBUL ANADOLU YAKASI ÖRNEĞİ

ÖZET

Global ölçekte insan hayatının sosyal ve ekonomik açılardan yaşadığı değişimlerle özellikle 20. yüzyılda erişilebilir hale gelerek yayılmaya başlayan turizm, tüm dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. Uzun süre turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğunu oluşturan doğa ve dinlence turizmi, günümüzde yerini daha çok kent odaklı olan kent turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi gibi çeşitlere bırakabilmektedir. Bu nedenle, turizm potansiteli barındıran kentlerde turizm yatırımları giderek hız kazanmaktadır.

Bir kentin sahip olduğu tarihi çevre ve kültürel değerler nasıl o kentte gerçekleşen turizm faaliyetleri üzerinde etki sabihiyse; tam tersi şekilde turizm aktivitelerinin ve faaliyetlerinin de kentsel çevre üzerinde büyük etkisi bulunmaktadır. Kentsel yapı ve turizm faaliyetleri arasındaki ilişkiyi karşılıklı bir etkileşim olarak tanımlamak mümkündür. Öte yandan, kültürel ve tarihi değerlere yakın olmayan yerlerde de ulaşım bağlantılarına yakın olma, farklı turizm türlerinde hizmet vermek gibi motivasyonlarla turizm işletmelerinin yer seçimlerinin gerçekleştirildiği görülmektedir.

Bu çalışmada, İstanbul'un, Anadolu Yakası'nda inşa edilmiş yeni turizm tesislerinin mekansal dağılımları, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla incelenecek ve bu tesislerin yer seçim kriterleri ve bulundukları bölgenin arazi kullanımına etkileri irdelenecektir. İstanbul, tipik bir gelişmekte olan ülke metropolitan kenti olarak ülkenin ekonomik yükünün çoğunu sırtlanmış durumdadır. Aynı zamanda yüzyıllardır uygarlıklara başkentlik yapmış tarih serüveniyle de kültürel bir zenginliğe sahiptir. Bu nedenle İstanbul, “turizm-kent” etkileşiminin belirgin olduğu bir örnek teşkil etmektedir. İstanbul bir yandan tarihi değerleriyle turizm faaliyetlerini kendisine çekerken, bir yandan da kent üzerindeki turizm yatırımlarının kontrol edilmemesinden doğan tehditlerle karşı karşıyadır. Tarihi çevre ve kültürel değerler bakımından yüzyıllardır İstanbul'un tarihi çekirdeğini barındıran Avrupa Yakası'ndaki otelcilığe nazaran, Anadolu Yakası otelciliğinin daha yeni gelişmektedir. Dolayısıyla Anadolu Yakası'ndaki turizm yatırımlarının yer seçimi esnasında göz önünde bulundurulan noktalar ve bu yer seçimi sebebiyle gerçekleşen arazi kullanımı değişikliklerinin nicelik ve niteliğini anlamak daha açık olacaktır. Çalışmada aynı zamanda Anadolu Yakası'nda konumlanan otellerin yatırımcıları veya geliştirme sürecine hakim yöneticileriyle anket çalışmaları yaparak, yapılan yer seçimlerinin doğası daha iyi anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu çalışmanın çıktıları ışığında Anadolu Yakası'nda turizm yatırımlarında yer seçim kriterlerinin yatırımcılar için önemi irdelenmektedir.

Çalışma sonucunda görülmüştür ki konaklama tesislerinin “turistik çekicilik ve özelliklere sahip bölgelerde kurulduğu” İstanbul'da, turizm cazibesi olarak öne çıkabilecek tarihi ve kültürel değerler açısından Avrupa Yakası ile rekabet edememesinden ötürü Anadolu Yakası'nda oteller, kendisine iş oteli fonksiyonunu

benimsemiş işletmeler olarak öne çıkmaktadır. Anadolu Yakasındaki kent otellerinin yer seçimi sürecinde, arazinin maliyeti, Bakanlık'ın mevcut araziyi Turizm Alanı olarak önermesinden daha önemli bir kriter olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla Anadolu Yakasındaki kent otelleri, otel yer seçimi sürecinde dikkate alınması gereken “doğal”, “ekonomik”, “yasal” ve “sosyal” kriterlerin tümünü dikkate alınmamaktadır.

SITE SELECTION CRITERIAS OF CITY HOTELS AND ITS INTERACTION WITH LAND USE: CASE OF ANATOLIAN SIDE OF ISTANBUL

SUMMARY

Tourism is a sector which globally emerged especially in 20th century, thanks to the demographic, economical and social changes in human lives, which occurred worldwide. Since it has become available for many different groups of people, tourism has been one of the fastest growing economic sectors in the world. For years, a great proportion of touristic activities was consisting of nature tourism and tourism activities in purpose of vacation. But in the time we are living in, alternative tourism types like urban tourism, culturel tourism and congress tourism, which are also tourism types which focus on urban life, have started to emerge. Thus, tourism investments in cities which have a potential for any kind of tourism are rapidly growing.

As the historical sites and cultural values of a city have great effect on the tourism activities in that city, tourism activites and tourism investments also have a radical effect on the physical and social environment of a city. The relationship between urban environment and tourism activities can be defined as an interaction, in which the sides are affecting each other simultaneously. On the other hand, tourism facilities which are located in less touristic areas have motivations like being close to transport connections and providing services in different and alternative tourism types.

In this thesis, the spatial distribution of the new tourism facilities built on the Anatolian Side of İstanbul will be detailly examined. The location criterias and their effects to the land use of their site will also be questioned. As a typical developing country metropolitan city, Istanbul is carrying great amount of the economic burdens of Turkey. It has also a superb cultural wealth, as Istanbul has been capital cities for different civilizations throughout history. Thus, Istanbul is the perfect example of the “tourism-urban texture” interaction. It is, because of its historical values, an alluring destination by means of touristic activities; but it is also under the threat of the effects of uncontrolled tourism investments. The hospitality sector in Anatolian Side of Istanbul when compared to the European Side, on which the historical core of the settlement is located. But thanks to this fave, it will give more clear results to examine the tourism investments on the Anatolian Side, as it will be more easier to understand the physical effects on the urban texture and land use decisions.

By the conclusion of this study, it is seen that in Istanbul, where location criterias of hotels are based on proximity to touristic attractions, hotels which are located in the Anatolian Side, which can not compete with the European Side by means of touristic values, are locating themselves as business and leisure hotels in Istanbul hotel market. In the process of site selection of the hotels in Anatolian Side of Istanbul, the cost of the land is seen as a more important criteria than planning decisions of governmental bodies. Thus, it is seen that in the process of site selection for these hotels, “natural”, “economical”, “legal” and “social” criterias are not considered extensivelty.

1. GİRİŞ

Dünya genelinde önemle gelişen bir pazar ve modern şehirler için önemsenen bir aktivite oluşu sebebiyle, turizm, kentsel dengeleri etkileyen etmenlerden olagelmıştır. Seyahat ve konaklama olmak üzere iki temel unsurdan oluşan turizmin kapsadığı faaliyetlerin kent mekanındaki yer seçimi, fiziksel, ekonomik, sosyal, politik boyutlardaki neden-sonuç ilişkilerinden ileri gelmektedir. Turizm tesisleri için yer seçimi, kentlerin ve kentler üzerine karar vericilerin yönlendirmesiyle gerçekleşirken, mevcut turizm tesisleri de kentlerin gelişimine yön vermektedir; bu konuda karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bu çalışmada, İstanbul'un Anadolu Yakasında 2010 yılından beri inşa edilen ve turizmin konaklama unsurunu karşılayan fonksiyonları sunan, turizm tesislerinin kent mekanında yer seçim kriterleri ve bu tesislerin mevcut arazi kullanımına etkileri üzerine bir durum analizi yapılmaktadır.

1.1 Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, kentlerin fiziksel ve ekonomik yapısını derinden etkileme gücü bulunan turizm sektörünü ve gelişimini anlamak, kentlerde turizm sektörünün mekansal gelişimini etmenleri ve sonuçlarıyla birlikte irdelemek, Türkiye ve İstanbul'da turizmin gelişiminin ve etkin turizm türlerinin mekansal gelişime etkilerini anlamak ve tüm bu araştırmalar ışığında İstanbul'un Anadolu Yakası'nda kent otellerinin yer seçimi kriterlerini ve mevcut arazi kullanımı ile etkileşimini irdelemektir.

1.2 Çalışmanın Kapsamı ve Metodolojisi

Bu çalışmanın ilk bölümünde çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi hakkında bilgi verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde turizm kavramının ve turizm sektörünün dinamiklerini anlamak için turizmin tanımı, gelişimi, çeşitleri, etkileri hakkında literatür taraması yapılmış, turizmin kentlerle etkileşimi odağında turizm sektörü

irdelenmiştir. Turizmin “konaklama” unsurunu karşılayan turizm tesislerinin tanımı, sınıflandırılması, otel sınıflandırması, otel pazarının gelişimi ve yer seçim kriterleri üzerine literatür araştırması da yine ilk bölümde yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye’de turizm faaliyetlerinin ve otel yatırımlarının gelişimi ve Türkiye’de ve İstanbul ölçeğinde etkin turizm türleri hakkında literatür taraması yapılmış, 2009 yılında hazırlanan 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı incelenerek İstanbul’un turizm vizyonu araştırılmış, mevcut ve öngörülen gelişimin mekansal ve ekonomik etkileri irdelenmiştir.

Dördüncü bölümde coğrafi bilgi sistemleri ve aracılığıyla İstanbul’da turizm tesislerinin mekansal dağılımları farklı sınıflandırmalar çerçevesinde belirtilmiş, Anadolu Yakası odağında turizm tesislerinin İstanbul kenti için yer seçim kriterleri belirlenmiştir. Ayrıca Anadolu Yakasındaki kent otellerinden örnekler seçilmiş, uydu görselleri ile mevcut arazi kullanımı ile etkileşimleri irdelenmiştir.

Beşinci bölümde ise Anadolu Yakası’ndaki Turizm İşletme Belgesine sahip turizm işletmelerinden temsilcilerle anket çalışmasına yer verilmektedir. Bu çalışmanın çıktıları ışığında Anadolu Yakası’nda turizm yatırımlarının yer seçim kriterlerinin yatırımcılar için önemi irdelenmektedir.

Son bölümde ise sonuçlar çıkarılmış ve çıkarılan sonuçların hipotezlerle uyumluluğu değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında Turizm ve Kültür Bakanlığına kayıtlı, İstanbul’un Anadolu Yakasında konumlanmış ve “kent oteli” statüsüne giren 10 adet turizm işletmesinin yönetim düzeyinde temsilcisiyle yüz yüze görüşmeler yapılarak temsilcisi oldukları kent otellerinin yer seçim kriterleri ve mevcut arazi kullanımıyla etkileşimi hakkında sorular yöneltilmiştir.

Örneklem kümesi

Anadolu Yakası’nda Turizm ve Kültür Bakanlığı İstanbul İl Müdürlüğü’ne kayıtlı 63 adet Turizm İşletme Belgeli turizm tesisi bulunmaktadır. Dolayısıyla örneklem kümesi, gerçek kümenin yaklaşık %15’ini oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında anket yapılan 10 adet kent otelinin toplam yatak kapasitesi, 1.889’dur. Anadolu Yakasındaki kent otellerinin toplam yatak kapasitesi ise

13.074'tür. Örneklem kümesinin yatak kapasitesi, Anadolu Yakasındaki kent otellerinin toplam yatak kapasitesinin %14,44'ünü oluşturmaktadır.

Katılımcı profili

Çalışma kapsamında görüşme sağlanan turizm işletme temsilcilerinin profili, işletme organizasyon ve süreci içinde aldıkları görev ve pozisyonlara göre değerlendirilmiştir. Bu noktada çalışma kapsamında görüşme sağlanan temsilciler, İstanbul'un Anadolu Yakası'nda konumlanan turizm işletmelerinde,

- işletme yatırımcısı, veya
- işletme sahibi pozisyonunda, veya
- işletmenin gelişim sürecinde yer almış, veya
- işletmenin geliştirme sürecine hakim,

şu anda da işletmenin yönetim kadrosunda aktif rol almakta olan temsilcilerden oluşmaktadır.

1.3 Hipotezler

İstanbul, her ne kadar gelişim stratejisi yönetsel organlar tarafından belirlenmeye çalışılsa da gelişimi özel yatırımlar tarafından şekillendirilen bir kenttir. Turizm yatırımları da dünyanın dört bir yanındaki kentleri şekillendiren en önemli yatırım türlerindendir. Bu yatırımların doğasını anlamak, kentin alacağı formu kestirmek için önem arz etmektedir. “Kent Otellerinin Yer Seçimi Kriterleri ve Arazi Kullanımı ile Olan Etkileşimi: İstanbul Anadolu Yakası Örneği” başlıklı bu çalışma kapsamında hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- (i) Turizm tesisleri, çevresindeki arazi kullanım kararlarını hızlı bir şekilde değiştirmektedir. Buna paralel olarak kent otelleri, kuruldukları lokasyonda kentsel dokuyu etkilemektedir.
- (ii) Anadolu Yakasındaki kent otellerinin tarihi cazibe merkezlerine belli bir yakınlığa erişememeleri, onları ulaşım bağlantılarına yakınlığa ve arazi maliyetine göre yer seçimi yapmaya yöneltmiştir.
- (iii) Anadolu Yakası'nda kent otellerinin yer seçimlerinde, söz konusu bölge için öngörülen fonksiyonun yanı sıra pek çok faktör etkili olmaktadır. Bu faktörler, sonuç olarak, yer seçiminin 1/100.000 İstanbul Çevre Düzeni Planında turizm fonksiyonu

öngörülen bölgelerin dışında gerçekleşmesine sebep olabilmektedir.

Çalışmanın son bölümde bu hipotezler, Anadolu Yakası'ndaki turizm tesislerinin mekansal dağılımlarına ve bu tesislerin temsilcileriyle yapılan anket çalışmasının sonuçlara göre tekrar değerlendirilecektir.

2. TURİZME AİT TEMEL KAVRAMLAR

Bu bölümde, turizme ait temel kavramlar, kentlerle olan etkileşimleri bağlamında tanımlanmaktadır. Turizmin tanımı, gelişimi, çeşitleri ve etkileri hakkında yapılan literatür taramasının çıktıları bu bölümde incelenecektir. Turizmin “konaklama” unsurunu karşılayan turizm tesislerinin tanımı ve sınıflandırılması da yine ilk bölümde yapılmıştır.

2.1 Turizmin Tanımı

Farklı disiplinlerde faaliyet gösteren uzmanlar ve bilim insanları turizm kavramını, kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak ifade etmeye çalışmışlardır. Turizm sözcüğünün kökeni, Latince’de dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğüne dayanmaktadır. İngilizce’deki “touring” ve “tour” deyimleri de bu sözcükten türemiştir. “Touring” deyimi, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır (Küçükaslan, 2007). “Tour” ise, hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa ya da uzun süreli seyahatleri ifade etmektedir (Akat, 2000).

Turizm olgusu ve kavramını tanımlamak üzere yapılan çalışmalar 19. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Guyer-Fueler tarafından 1905 yılında ortaya atılan ilk turizm tanımına göre; turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olaydır (Kozak ve ark., 2001:1).

Şimdiye kadar pek çok uzman ve bilim insanı tarafından tanımlanmaya çalışılan turizm kavramı için yapılmış tanımlar içinde en bilineni Hunziker ve Krapf’ın yaptığı tanımdır. Hunziker ve Krapf’ın turizmi, tüketim fonksiyonunu geçici yer değiştirme, seyahat ve konaklama bölümlerini kapsayacak şekilde bilimsel olarak ele almaktadır (aktaran Akçakaya, 2014). OECD tarafından da benimsenen tanım; Prof. Dr. Walter

Hunziker'in 1941 yılında yaptığı üzere; “sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşıda bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan olay ilişkilerin tümü”dür (Holloway, 1986).

Turizmin farklı disiplinlerin oluşturduğu tarafından yapılmış olan birkaç tanımına yer vermek gerekirse;

Turizmin ekonomik tanımı: “Başka bir ülkeden, şehir ve bölgeden, yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin, ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür” (Kozak, 2000).

Turizmin uluslararası tanımı: “Bireyin, sürekli kalışa dönüştürmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşıda bulunmamak koşulu ile, yolculuk ve/veya konaklamasından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür” (aktaran Uluçer, 2011).

Turizmin bilimsel tanımı: Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği AIEST'in 1981 yılında, turizmi bilimsel açıdan belirlemek üzere yaptığı tanıma göre; “Yabancıların, geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla, seyahat ve konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların tümüdür” (Küçükaslan, 2007).

Turizmin sosyolojik tanımı: “Turist gönderen ve kabul eden bölgelerdeki kültürleri karşı karşıya getirip etkileyerek, kendi kültürünü oluşturan sosyolojik bir olgudur” (Yıldız, 2009).

“Türkiye Cumhuriyetinde ise turizmin hukuki tanımı: 17.09.1955 tarihinde yürürlüğe giren Turizm İşbirliği Nizamnamesinin 3. maddesinde: "Yerleşmek niyeti olmaksızın, hava tebdili yapmak, sayfiyeye gitmek, spor, ziyaret, tetkik ve araştırma yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla, kültür veya sanat hareketleri sebebiyle, toplu veya bireysel olarak yapılan seyahatler," olarak belirtilmiştir” (Uluçer, 2011).

Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) turizmi, gelir getirici etkinlikler dışında kalan, boş zamanların hemen hepsini içine alan seyahat, bundan doğan konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler olarak tanımlamaktadır. DTÖ turizmin tanımını üç ögeyle açıklamaktadır (aktaran Demirel, 2010):

- Turizm normal iş, eğitim, yaşamın temel gereksinimlerini karşılama rutinleri dışında kalan ziyaretçi faaliyetleridir.

- Bütün ziyaretler, seyahat ve hemen hemen her durumda bir yere gitmek için taşıt gerektirir.
- Gidilecek yerler, çeşitli boyuttaki faaliyetlerin toplandığı yerdir ve bu faaliyetleri desteklemek çeşitli tesisler ve hizmetler gerektirir.

Turizmin içinde iki temel unsur bulunmaktadır. İlk unsur “seyahat” faktörüdür. Hangi seyahatlerin turizm olayı yaratabileceğine ise, aşılacak mesafe ve seyahat amacı birlikte ele alınarak karar verilebilir (Küçükaslan, 2007).

İkinci temel unsur, “konaklama”dır. Konaklamanın; devamlı ikamet edilen, devamlı çalışılan, normal yaşantıda olağan ihtiyaçların giderilmesi ve sağlanması için seyahat edilen yerler dışında gerçekleşmesi ve geçici olması gerekir (Küçükaslan, 2007).

Turizm olayı geliştikçe ve küresleştikçe, kavram, kendi içinde bir takım özellikler geliştirmiştir. Turizmin farklı tanımları ışığında Küçükaslan, bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır (2007):

- Turizm bir hizmet sektörüdür. Turizmde üretilen mal ve hizmetler üretildikleri yerde hizmete sunulur. Turizm sektöründe müşteri, mal ve hizmetin üretildiği yerde tüketimde bulunur.
- Turizm sektörünün ürettiği mal ve hizmetlerin tüketilebilmesi bol zamanın yaratılması ile mümkündür.
- Turizm sektörü içinde görev yapan seyahat acentaları ile tur operatörleri arz ve talebi dengelemede önemli rol oynarlar.
- Turizmde talebin artışına cevap verecek arzın sunuluşu uzun bir süreyi gerektirir.
- Turizm olayına katılacak kişilerin karar vermeleri birçok dürtülerin etkisi ile oluşacağından, karar süresi uzun bir zamanı gerektirir.
- Turizm hareketleri yılın belirli aylarında yoğunluk kazanmakta ve turist kabul eden ülkelerde söz konusu aylarda hareketlilik artmaktadır.

2.2 Turizmin Gelişim Süreci

Eski çağlarda ulusların ticaret maksadı ile ülkeleri veya komşu bölgeleri ziyaret etmesinin de bir turizm aktivitesi olarak değerlendirilmesi halinde, turizm olayının

başlangıcının M.Ö. 4000'li yıllara dayandığını ifade etmek mümkündür. İsmet S. Barutçugil, “Eski Mısır ve Babil Krallığında, gezginler için yolların güvenlik altına alındığı, konaklama ve dinlenme amacıyla evlerin ve bahçelerin inşa edildiği bilinmektedir,” diye ifade etmiştir (1984). Antik Yunanistan Döneminde düzenlenen Olimpiyat Oyunları da seyahat olanağını ortaya çıkarmış ve Olimpiyat Oyunları için seyahat edenler turizmin öncülüğünü yapmışlardır (Bayer, 1992). Şebnem Akın Acuner de M.S. 395 yılından İstanbul'un fethine kadar olan dönemde zevk, eğlence ve sağlık turizminde duraklamanın başladığını ve yayılmakta olan Hristiyanlık ve Müslümanlıkla dini amaçlı seyahatlerin artış gösterdiğini belirtmiştir (Acuner, 2006). Bu bilgiler ışığında turizmin ilk döneminde amaçlarının ekonomik, inanç, sağlık ve spor olduğu çıkarılabilir. Barutçugil (1984), Doğanay (2001) ve Akat'ın (2000) farklı çalışmalarında Ortaçağ'da kültür amaçlı seyahatlerin de bir seyahat türü olarak yayılmaya başladığı belirtilmektedir. Bu tür geziler kültür turizmi olarak değerlendirilebilecek aktivitelerdir (Doğanay, 2001).

Bugün bildiğimiz anlamdaki turizm aktiviteleri ise Yıldız'a (2011) göre Fransız Devrimi ile başlayan sosyal, siyasal ve ekonomik değişimler sonucunda ortaya çıkan burjuva sınıfı ve zenginlerin uzak ülkelere yaptıkları ziyaret hareketleri oluşturmaktadır. Aynı zamanda, bu dönemde ulaşım teknolojisinde gerçekleşen gelişmeler, turizm hareketlerinin yayılmasını sağlayan temel unsur olmuştur.

İlk organize turistik geziyi, 1841 yılında at yarışını izlemek için 1 şiline trenle Letter-Loughborough arasında tur düzenleyerek 570 kişiyi taşıyan ve “organize tur” kavramını ortaya çıkaran Thomas Cook'tur (Bayer, 1992). Ardından dünya turizmi ilk olarak 1881'de İngiltere'nin spor magazin dergilerinde yer almış, o zamanlarda genç İngiliz aristokratlarının kendi eğitimleri için Avrupa'nın her yerinde seyahat etmeleri ile oluşan turlar “büyük tur” (“Grand Tour”) olarak isimlendirilmiş, turizm kavramı bundan ayrı tutulmuştur (Kerimoğlu, 2004).

1. Dünya Savaşının hemen ardından 1918-1920 yılları arası modern turizmin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde turizm, otel, motel, ulaşım araçları ve yolları, plajlar, eğlence ve spor alanları, konaklama tesisleri ve tüm altyapısıyla büyük bir sektör haline gelmiştir (Evliyaoğlu, 1994:7). 1950'lerden önce turizm belli kurallara bağlı, gelişmemiş bir sektörken, 50 yıldan az bir zamanda dünyanın temel endüstrilerinden birisi haline gelmiştir (aktaran Kerimoğlu, 2004). Teknolojik ilerlemeler, yaşam standartlarında ortaya çıkan iyileşmeler, küreselleşmenin

beraberinde getirdiği seyahat serbestliği, turizm aktivitelerine katılan insan sayısının hızla artmasına neden olmuştur (Milne ve Ateljevic, 2001). Özellikle 1960'lar ve 70'lerde turizmin kitleleşmesini Borg (1991) şu faktörlere bağlamıştır:

- artan maaşlar ve kadınların da iş pazarındaki yerini alması sonucu hane halkı gelirlerindeki artış,
- çalışma saatlerinin kısalması, erken emeklilik ve esnek çalışma saatleri uygulamaları sonucu boş vakitlerdeki artış,
- eğitim seviyesinin artışı ile insanların değişik yerler görme isteği ve ilgi alanlarındaki artış,
- iş hayatı ve boş vakitlerdeki çeşitliliğin artması,
- araba kullanımının yaygınlaşması ve hava ulaşımındaki gelişmeler sonucu hareketliliğin artması,
- seyahat acentaları, havayolları ve destinasyonlar arasındaki artan rekabet sonucu, tarife ve fiyatların ucuzlaması.

Hızla büyüyen turizm sektörü, önceleri pek yer bulamadığı, ülkelerin ulusal ölçekte politika belirleme süreçlerinde giderek daha önemli bir girdi olarak ele alınmaya başlamıştır.

Uluslararası ziyaretçilerin yıllık oranının ve turist gelirleri hacminin giderek arttığı 1950-1980 periyodunda kitle turizmi denen kavram da ortaya çıkmıştır. Kitle turizmi, önceleri Almanya'da ve İskandinav ülkelerinde başlamış ve gelişmiş, daha sonra ABD'de ve Kanada'da hızla yayılmıştır (Kerimoğlu, 2004). Uluslararası turizm hareketlerinin genel görünümü ve yönü, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere Amerika'dan Avrupa'ya, Kuzey ve Batı Avrupa'dan Akdeniz Bölgesine, metropoliten ve kentsel alanlardan kırsal alanlara, deniz kıyılarına doğru olmuştur (Dinç, 1995). Kitle turizminde, ulaşım teknolojisindeki gelişmeler kadar, organizasyon da önemli bir etken olmuştur. Turizmde organizasyonun gelişmesi sayesinde, ortaya çıkan paket tatiller turizmi ekonomik açıdan daha erişilebilir kılarak geliştirmesini sağlamıştır.

1980'lerde turist pazarındaki çeşitlilik, hem talep hem de arzda kalite değişimlerine önderlik etmiştir, bu değişimler yaşam biçimlerine de yansımıştır. Bu eğilimlerin 1990'larda da devam ettiği yayınlanmış birçok çalışma tarafından da doğrulanmıştır.

Ancak, dünyada 1980'lere gelinirken, ekonomik durgunluğun etkisiyle büyüme oranında bir azalma gözlenmiştir (Borg, 1991).

Turizm arzı içerisinde birçok farklı alanların ortaya çıkmasına paralel olarak, mevcut turizm faaliyetlerinde de gelişmeler ve alternatif oluşumları ortaya çıkmaktadır. Son yıllara kadar turizm aktivitelerin çoğunluğunu oluşturan “deniz-kum-güneş” turizmi, giderek popülerliğini kaybetmektedir. Özellikle sağlık turizmi başta olmak üzere kültür ve tarih turizmi gelişmektedir ve bu turizm türlerine günden güne daha görünür olan talep artışı, küresel niteliktedir.

Turizm sektöründe gözlenen eğilimler ve gelişme temposu turistik aktivitelerin 20. yüzyılın en önemli ekonomik ve sosyal olgularından birisi olduğunu göstermektedir (Kerimoğlu, 2004). Bugün turizm sektörü, dünyanın en hızla gelişen sektörlerinden biri statüsüne ulaşmıştır. Rakamsal olarak ifade etmek gerekirse 1980 yılında 280 milyon olan turist sayısı 2000 yılında 698 milyona ulaşmıştır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2003). Bu rakamlar, turizm sektörünün; bazı dönemlerde terör, ekonomik büyümenin yavaşlaması gibi sebeplerle küçülse de genel bir büyüme eğilimi içinde olduğunu anlatmaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2013 yılı verilerine göre, dünya genelinde turizm katılımcılarının, yani turistlerin sayısı 1 milyar 35 milyona çıkmış; turizm gelirleri de 1 trilyon 75 milyar Dolar'a ulaşmıştır. Yine Dünya Turizm Örgütü'nün “Tourism: 2020 Vision” adlı çalışmasındaki öngörülere göre 2020 yılında; 1,6 milyar kişi, toplamda 2 trilyon Dolar'dan daha fazla harcayarak yabancı bir ülkeyi ziyaret edecektir. Bu öngörülere göre turizm; 21. yy'ın en büyük endüstrisi olmakla kalmayıp, aynı zamanda dünyanın gördüğü açık ara en büyük endüstri olacaktır (Douglas ve Derrett, 2001:286).

2.3 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri

Turizm olayının farklı çeşitlerde ortaya çıktığı görülmektedir. Turizm; katılan kişi sayısına, ziyaret edilen yere, katılanların yaşlarına, katılanların sosyo-ekonomik durumlarına ve amaçlarına göre sınıflandırılabilir (Kozak ve ark., 2001). Çalışmanın sonraki bölümlerinde görüleceği üzere İstanbul'da turizm faaliyetleri çeşitli büyüklükteki katılımcı gruplarına, farklı yaş gruplarına, sosyoekonomik gruplara hitap etmektedir. Ayrıca turizm işletmelerinin hitap ettiği amaçlar da bu işletmelerin

yer seçim kriterleri ile karşılıklı etkileşim içindedir. Dolayısıyla bu çalışmada, İstanbul kent mekanında konumlanan turizm işletmelerinin türleri farklı açılardan sınıflanarak ele alınacağından, turizm faaliyetleri yalnızca katılanların amaçlarına göre sınıflandırılmıştır. Demirel (2010), katılanların amaçlarına göre turizm çeşitlerinden bazılarını aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Deniz turizmi
- Kongre turizmi
- Termal turizm
- Yat turizmi
- Mağara turizmi
- Dağ ve kış turizmi
- Av turizmi
- Golf turizmi
- İnanç turizmi
- Kültür turizmi
- Eko-turizm

Bu çalışma İstanbul kent mekanındaki turizm tesislerinin mekansal dağılımını ve etkilerini konu aldığından bu çeşitlendirmeye kent turizmini de katmak yerinde olacaktır.

Kent turizmi, turizmin en eski türlerinden biri olmakla birlikte son dönemlerde yeniden ortaya çıkan bir turizm şeklidir (İçellioğlu, 2014). Kent turizmi, 2000 tarihli Avrupa Komisyonu raporunda “Kasaba ve kentlerde ziyaretçilere sunulan turizm faaliyetleri” olarak tanımlanmaktadır. Kent turizmi; tatil yapmak, tarihi ve kültürel bilgi elde etmek, spor müsabakalarını izlemek, sanatsal aktiviteleri takip etmek, alışveriş imkanlarından yararlanmak, diğer toplumların yaşam ve düşünce tarzlarını araştırmak gibi nedenlerle yapılan kısa süreli ziyaretlerdir (Emekli, 2013).

Yine Avrupa Komisyonunun 2000 tarihli raporunda kent turizmine olan ilginin artmasının nedeni, kentleri; insanlar için yeme-içme, alışveriş ve rekreasyon fonksiyonlarını karşılayan kültür ve rahatlatma merkezleri haline getiren davranışsal değişiklikler olarak ifade edilmektedir (Avrupa Birliği Komisyonu, 2000). Bundan

dolayısıdır ki kent turizmi katılımcıları olan turistler, ziyaret ettikleri kentlerde kültürel ve tarihi değerleri, müze ve anıt gibi yapıları görmektedirler. Daha önce de belirtildiği gibi 20. yüzyılda turizmin yayılmasını sağlayan etkenler olan artan ömür süresi ve gelir ve kısalan çalışma süreleri, pek çok gruptan insanın kent turizmine katılmasını sağlamaktadır.

2.4 Turizm Sektörü Kavramı

Bu çalışmada İstanbul'un Anadolu Yakasındaki turizm tesislerinin yer seçim kriterleri ele alındığından çalışmanın sınırları turizm faaliyetleri ile kent mekanının etkileşimini de kapsamaktadır. Konuyu ekonomik açıdan ele almak için turizm sektörü kavramını da tanımlamak önemlidir.

Turizm sektörü; “seyahat edenlerin; gezme, konaklama, yeme-içme, eğlenme ve benzeri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretken ürün ve hizmetlerin gelişimi, üretimi ve pazarlamasında rol alan özel ya da kamuya ait işletmelerin birleşimi” olarak tanımlanmaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2008). Bir ülkeden bir başka ülkeye seyahat eden ve o ülkede çeşitli harcamalar yapan turistler, istihdam artışı ve çarpan mekanizması yoluyla milli gelire, döviz gelirini arttırarak ödemeler dengesine katkı sağlarlar (Dinçer, 1993). Dünyada turizm aktivitelerinin her geçen sene daha da büyüdüğünü göz önünde bulundurulduğunda turizmin her geçen gün gücü artarak gelişen bir hizmet sektörü olduğu sonucu çıkarılır. Turizm arzı, emek-yoğun ve bilgi-yoğun bir özelliğe sahiptir (Yıldız, 2009).

Turizm faaliyetleri ve kentleşme ilişkisi karşılıklı bir etkileşimdir. Kentleşmenin artmasının turizm faaliyetlerini arttırdığı gibi, gelişen turizmin de kentler üzerinde sosyal, ekonomik ve fiziksel etkileri bulunmaktadır. Turizm faaliyetlerinin özellikle kırsal alanların yapılaşmış çevresi üzerine önemli etkileri bulunurken kentlerin ise bu faaliyetlerden önemli ölçüde ekonomik yarar sağladığı görülmektedir. Kent turizmi, bölgesel gelişim, çevre ve istihdam açısından kente fayda sağlamaktadır (Avrupa Birliği Komisyonu, 2000). Bundan hareketle, turizmin etkilerinden en önemlisinin ekonomik yapı üzerinde olduğu söylenebilir.

Turizm her şeyden önce; verimli oluşu, istihdam sağlaması, kalkınma için gerek duyulan döviz girdisini sağlaması gibi nedenlerle ekonomik sorunların çözülmesinde bir çıkış noktası olarak görülmektedir (Demirtaş, 2010).

Turizm sektörü; “kiralık araba şirketleri, seyahat pazarlamacıları, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi büyük-küçük pek çok iş kolundan oluşan 41 değişik sektörle bağlantılı ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran büyük bir şemsiye görünümündedir.” (Lundberg, 1995:4, aktaran Görmüş, 2010:44).

Turizme yapılan yatırımlar, oransal olarak çok yüksek düzeyde döviz getirisi sağlamaktadır. Ayrıca turizm, yarattığı uyarıcı etkiler nedeniyle dolaylı olarak diğer kesimlerdeki istihdam ve gelir düzeylerini de yükseltmektedir (Demirtaş, 2010).

Bir bölgede turizm faaliyetlerinin artmasının o bölgenin çevresi üzerinde de etkiler doğuracağı da unutulmamalıdır. Turizm, faaliyetlerin yoğunlaştığı çevrede doğal kaynakların ve kültürel değerlerin korunması ve güçlendirilmesi için güçlü bir motivasyon oluştururken, doğal manzaranın ilgi çekiciliğini kaybetmesine ve tarihi alanların kirlenmesine de yol açabilir. Ayrıca turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı bölgelerde kontrolsüz kentleşme de sık ortaya çıkan bir sorun olmaktadır.

2.5 Turizm Tesisi Kavramı

Pek çok kaynakta belirtildiği üzere turizm faaliyetinin, “seyahat” ve “konaklama” olmak üzere iki temel unsuru vardır. Şener (2001), “konaklama” kavramını, ikametgahlarından ayrı kalan insanların başka yerlerde yapmış oldukları geceleme faaliyeti olarak tanımlamıştır. İnsanların değişik nedenlerle yaptıkları yer değiştirme olayında; konaklama, yeme-içme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile faaliyet gösteren ve değişik niteliklere sahip bulunan ticari nitelikli yapılar genel olarak “konaklama yapıları” şeklinde adlandırılmaktadır (Şener, 2001; aktaran Akçakaya, 2014) .

2.5.1 Konaklama yapılarının sınıflandırılması

Konaklama yapıları; inşa edildikleri yere, kapasitelerine ve sundukları hizmet göre sınıflandırılabilir. 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu çerçevesinde çıkarılan ve 21 Haziran 2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre; konaklama yapıları aşağıdaki şekilde sınıflandırılmış ve tanımlanmıştır:

- a) Oteller: Asıl fonksiyonları müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını karşılamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence gibi aktiviteler

için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen en az 10 odalı tesislerdir.

Turizm ve Kültür Bakanlığının tanımlamasına göre oteller, konaklama ihtiyaını karşılamamanın yanında, yeme-içme, spor ve eğlence gibi aktiviteler için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen en az 10 odalı tesislerdir (www.kultur.gov.tr).

Uluslararası Turizm Akademisi, otel yapısını, yolcunun seyahatleri boyunca ücret karşılığında konaklayabilecekleri ve beslenme ihtiyaçlarını devamlı olarak karşılayabilecekleri yapılar olarak tanımlamıştır (Olalı ve Korzay, 1989).

- b) Moteller: Yerleşim merkezleri dışında, karayolları g zerg hı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan ve araç parkı bulunan en az 10 odalı konaklama tesisleridir.
- c) Tatil Köyleri: Doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de verildiği yaygın yerleşim düzenindeki en fazla iki katlı yapılardan oluşan, en az 60 odalı konaklama tesisleridir.
- d) Pansiyonlar: Konaklama tesisi olarak planlanıp inşa edilen, yönetimi basit, müşterilerin kendi yemeklerini hazırlayabilme imkânı bulunan, en az 5 odalı tesislerdir.
- e) Kampingler: Karayolları g zerg hları ve yakın çevrelerinde, kent girişlerinde, deniz, g l, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle turistlerin kendi imk nlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az 30  nitelik tesislerdir.
- f) Apart Oteller: Mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyaını karşılayabilmesi için gerekli araç ile donatılan ve otel olarak işletilen konaklama tesisleridir.

- g) Hostel: Gençlik turizmine cevap verebilecek en az 10 odalı konaklama ve yeme – içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini hazırlayabilme imkânı olan konaklama türüdür.

2.5.2. Otel yapılarının sınıflandırılması

Otel işletmeleri sınıflandırılırken birçok kriter dikkate alınmaktadır. Otel işletmelerini sınıflandırmada temel kriterler binanın özelliği, dekoru, araç ve gereçleri, hizmet standardı, müşteriye sunduğu rahatlık, kolaylık ve işletmecilik anlayışıdır (Maviş, 1994). Şener (1997), otel yapılarını; ulaşım alanları ile olan bağlantısına göre, sahiplik ilkesine göre, işletmenin büyüklüğüne göre, işletmenin niteliğine göre ve işletmenin kent içindeki konumuna göre olmak üzere dört başlıkta sınıflandırarak incelemiştir. Temel (2009), otel yapılarının sınıflandırıldığı bu başlıklara iki yenisini eklemiş ve otelleri hizmet standartlarına ve sundukları özelleşmiş hizmetlere göre sınıflandırarak incelemiştir.

2.5.2.1. Ulaşım alanları ile olan bağlantısına göre otel yapıları

Ulaşım alanları ile olan bağlantılarına göre oteller dört grupta incelenmektedir. Bunlar:

- a) İstasyon otelleri: Genellikle büyük şehirlerin otobüs terminallerinin ve istasyonlarının civarında kurulan otellerdir.
- b) Liman otelleri: Büyük liman şehirlerinde kurulan ve pek yaygın olmayan otellerdir.
- c) Hava alanı otelleri: Büyük uluslararası havaalanları yakınında kurulan otellerdir.
- d) Karayolları otelleri: Büyük karayollarının kavşak noktalarında kurulan ve ülkemizde son yıllarda yaygınlaşan otellerdir.

2.5.2.2. Sahiplik ilkesine göre otel yapıları

Sahiplik ilkesi açısından otel işletmeleri üç grupta toplanabilir. Bunlar (Şener, 2001):

- a) Özel Mülkiyete Ait Oteller: Varlıklarının tamamı özel kişilere ait olan otellerdir.
- b) Karma Mülkiyetli Oteller: Sermayesinin bir kısmının özel sektöre, bir kısmında da kamu kurumlarınca karşılanan otellerdir.

- c) Kamu Kuruluşlarına Ait Oteller: Varlıklarının tamamı kamu kuruluşlarına ait olan otel işletmeleridir. Kamu kuruluşları kuruluş kanunlarının izin verdiği ölçüde otel işletmeleri kurup işletebilirler. Örnek olarak T.C. Turban A.Ş., T.C. Emekli Sandığı A.Ş., T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü, Belediyeler ve İl Özel İdareler gösterilebilir.

Akçakaya (2014), bu gruplara bir yenisini ekleyerek “glokalize” olmuş, uluslararası markaların yerel yatırımcılarla işbirliği yaparak geliştirdikleri otelleri de ayrı bir grup olarak sahiplik ilkesine göre turizm tesislerinin sınıflandırmasına dahil etmiştir.

2.5.2.3. İşletmenin büyüklüğüne göre otel yapıları

Otel işletmeleri büyüklüklerine göre sınıflandırılırken aşağıdaki kriterler kullanılmaktadır (Olalı ve ark., 1989; Şener’den, 1997):

- Otel işletmesine yatırılan sermayenin büyüklüğü,
- Oda sayısı,
- Otel bünyesinde bulunan seyahat acentalarına ve kuaför salonu veya satış mağazası vb. olarak kiraya verilen kısımların hacmi,
- İşletmede çalışan işçi sayısı veya belirli bir süre içerisinde otel personeline ödenen ücretlerin toplam miktarı,
- Sosyal ve kültürel çalışmalara ayrılan kısımlarla, konferans, ziyafet salonlarının tüm alanları. Ayrıca, otel işletmelerinin büyüklüklerini tespit etmede oda sayısı, odabaşına düşen personel sayısı ve o ülkede konuyla ilgili olarak çıkan mevzuat hükümleri de dikkate alınmaktadır.

Bu yaklaşım çerçevesinde ve Konaklama Tesisleri Genel Nitelikleri Yönetmeliğinde belirtilen sınıflandırma şöyledir:

- a) Küçük Oteller: 10–20 odaya sahip, sunulan hizmetlerin genel olarak 1–5 kişi tarafından görülen otellerdir.
- b) Orta Büyüklükte Oteller: 50–100 odaya sahip, sunulan hizmetlerin genel olarak 25- 50 kişi tarafından görülen otellerdir.
- c) Büyük Oteller: En az 200 odalı, yerleşim durumu, donatımı, dekorasyonu ve hizmet standardı olarak üstün özelliklere sahip ve oda sayısına paralel olarak 1:1 oranı doğrultusunda kişi tarafından hizmet sunulan otellerdir.

2.5.2.4. İşletmenin niteliğine göre otel yapıları

Türkiye’deki otel işletmelerinin sınıflandırılması ve niteliklerinin belirlenmesi Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan yönetmeliklerle düzenlenmiştir. Ülkemizde turizm konaklama sektöründe iki tür belgelendirme bulunmaktadır. Bazı konaklama işletmeleri Turizm Bakanlığı’ndan belgeli olarak, diğerleri ise, belediyeden belgeli olarak işletmeciliklerini sürdürmektedir. Turizm Bakanlığından belgeli işletmeler nitelikli, belediyeden belgeli işletmeler niteliksiz olarak değerlendirilmektedir (Kahraman, 2004). Oteller ise; açılma iznine göre turistik ve turistik olmayan oteller olarak ikiye ayrılır.

1. Turistik Otel: Turizm Bakanlığı’nın denetiminde ve turistik belgesi olan otellere turistik otel, aynı zamanda nitelikli işletme denilmektedir. Turistik otellerin sınıfları yıldızlarla belirtilir.

- a) Bir Yıldızlı Oteller
- b) İki Yıldızlı Oteller
- c) Üç Yıldızlı Oteller
- d) Dört Yıldızlı Oteller
- e) Beş Yıldızlı Oteller olarak sınıflandırılırlar.

2. Turistik Olmayan Otel: Turistik belgesi olmayan ve denetimi mahalli idarelerce yapılan otellere turistik olmayan oteller ve niteliksiz işletmeler denir. Turistik olmayan oteller 1, 2, 3 sınıf olmak üzere sınıflandırılır. Turistik olmayan otellerin özellikleri; 24.4.1930 tarihli ve 1593 sayılı, 4.7.1934 tarihli ve 2559 sayılı, 14.6.1989 tarihli ve 3572 sayılı, 10.7.2004 tarihli ve 5216 sayılı, 22.2.2005 tarihli ve 5302 sayılı ve 3.7.2005 tarihli ve 5393 sayılı kanunlara göre, Bakanlar Kurulu’na 14.7.2005 tarihinde 9207 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinde tanımlanmıştır.

2.5.2.5. Kent içindeki konumlarına göre otel yapıları

Otel işletmeleri, kent içindeki konumlarına ele alındığında dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar:

- a) Dağ otelleri: Kayak ve dağcılık sporları yapmak, dinlenmek ve doğa ile baş başa kalarak tatil geçirmek isteyenlerin konakladıkları otellerdir.

- b) Kaplıca otelleri: Kaplıca ve şifalı sulardan yararlanmak ve tedavi olmak amacıyla gelen konukların kaldıkları otellerdir.
- c) Kıyı otelleri: Kıyı otelleri; dinlenmek, eğlenmek, denize girmek, kumdan ve güneşten faydalanmak ve doğa ile iç içe olmak amacıyla uzun süreli tatil geçirmek isteyenlerin konakladıkları otellerdir.
- d) Kent otelleri: Bu oteller şehir merkezlerinde bulunan ve genellikle iş adamlarının, bölgeye gelen yerli ve yabancı konukların işlerini takip etmek amacıyla kısa süreli konakladıkları otellerdir.

Kent otelinin özelliklerini Akçakaya (2014), aşağıdaki şekilde sıralamıştır.

Kent oteli,

- Şehrin merkezinde ve kısıtlı bir arazi üzerinde konumlanan
- Daha çok kısa süreli konaklamak için tercih edilen
- Ekonomik ancak günümüz rekabet ortamında tercih sebebi olan konfor standartlarını ve teknolojik altyapılarını sağlayan
- Bir işletme olarak konaklama haricinde gelir sağlayacak fonksiyonların minimumda çözüldüğü oteldir.

Bugün dünya turizminin geldiği noktada; özellikle kentte bulunan fonksiyonlar olan kültür ve kongre turizminin önem kazanmasıyla kent turizminin önemi ve kent turizmi faaliyetlerinin hacmi giderek artmaktadır. Dolayısıyla kent otelleri, yukarıda sözü edilen tüm turizm tesisi sınıflandırmalarına kıyasla önemi daha çok artan bir turizm işletmesi türüdür.

2.5.2.6. Hizmet standartlarına göre otel yapıları

Hizmet standartlarına göre otelleri dört farklı alt sınıfa ayırmak mümkündür:

- a) Lüks oteller: Müşterilerine birden fazla restoran ve alışveriş imkanları gibi birçok hizmet sağlayan otellerdir. Bu oteller müşteriye özel servisler sunmayı vaat ederler ayrıca çok kaliteli ve lüks inşa edilmiş binalara sahiptirler. Genelde ulusal olarak tanınmış markalara sahiptirler ya da uluslararası otel zincirlerinin lüks olarak tanınan markalarını taşırlar.
- b) Ful servis veren oteller: Müşterilerine otellerin sunabileceği tüm servisleri vaat eden, genelde bir restorana sahip otellerdir. Bu tür oteller modern

dizayn edilmiş, makul kalitede ya da yüksek kaliteli fakat zamanının gerisinde inşa edilmiş binalarda hizmet verirler. Zincir otellerin markalarına sahip ya da bağımsız olabilirler.

- c) Sınırlı servis veren oteller: Genelde restoranları bulunmayan ama lobi alanları dahilinde müşterilerine yiyecek ve içecek servisi sağlayan otellerdir. Bu sınıftaki otellerin kabul görmüş inşaat ve dizayn standartları markalara göre çok büyük çeşitlilik göstermektedir.
- d) Süit ya da uzun süreli konaklama otelleri: Geleneksel otellere oranla daha büyük odalara sahip olan, odalarında ayrı bir yemek alanı ve mutfakları bulunan otellerdir. Farklı markalara göre değişiklik göstermekle beraber uzun süreli konaklama en az beş ya da daha fazla gece konaklamayı ifade eder.

2.5.2.7. Sundukları özelleşmiş hizmetlere göre otel yapıları

Oteller ayrıca sundukları özelleşmiş hizmetlere göre on bir ayrı tipte incelenirler:

- a) Süit oteller: Tüm odaları bir büyük ya da birden fazla yatak odası ve ayrı oturma odası içeren, odalarında mutfak bulunan ve müşterilerine kahvaltı dışında bir restoran servisi sağlamayan otellerdir.
- b) Butik oteller: Genellikle yüksek servis kaliteleri, modern ve farklılaşmış oda ve iç dizaynları ile göze çarpan, 200 odadan küçük ve oda fiyatları yüksek olan otellerdir.
- c) Konferans otelleri: Uluslar Arası Konferans Merkezleri ve Derneği (IACC) standartlarında konferans hizmetleri sunabilen ve hizmetlerini konferans organizasyonlarına özelleştirmiş otellerdir.
- d) Kongre otelleri: 300 oda ve üzerinde kapasiteye sahip ve minimum 2.000 m² büyüklüğünde toplantı alanlarına sahip otellerdir.
- e) Tatil otelleri: Tatil için seyahat eden müşterilere hizmet veren, turistik bölgelerde bulunan otellerdir. Genellikle çok geniş hizmetler sunan bu otellerin birden fazla havuzları ve çeşitli restoranları ayrıca sosyal aktivite alanları ve spor tesisleri bulunur. Lüks sınıftaki bu oteller özel tasarlanmış bir mimariye sahiptirler.

- f) Gazino ya da Kumarhane otelleri: Kumarhane operasyonu üzerine özelleşmiş otellerdir.
- g) Golf otelleri: Kendi bünyelerinde sadece müşterilerine özel ve belli bir büyüklükte golf tesisleri bulunan otellerdir.
- h) Moteller: Genellikle şehirlerarası ana ulaşım bağlantıları üzerinde bulunan ve kısa konaklamaların yapıldığı ekonomik otellerdir.
- i) Kayak otelleri: Kayak tesislerine kolay erişimi bulunan ve kayak ile ilgili servisler veren otellerdir.
- j) SPA otelleri: Müşterilerine özel kaplıca veya termal banyo hizmetleri ile çeşitli tedavi imkanları sunan otellerdir.
- k) Suparkı otelleri: Suparkı otelleri minimum 1.000 m² alana sahip kapalı ya da açık bir suparkına, kaydırak ve tüpler gibi çeşitli su oyunlarına sahip otellerdir.

Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde İstanbul'un Anadolu Yakası'nda yer seçim kriterleri incelenen turizm işletmeleri de “kent oteli” sınıflandırması kapsamında ele alınacaktır.

2.6 Otel Sektörü

Tarihi medeniyetin başlangıcına kadar dayanmakta olan konaklama tesisleri, ilk örneklerin oluşumundan günümüzdeki profesyonel otel sektörünün oluşmasına kadar bir takım değişiklikler göstermiştir. Temel (2009), konaklama tesislerinin tarihsel sürecini ele alırken iki ana dönüm noktasından söz etmektedir. Bunlar 1760'larda yaşanan Endüstri Devrimi ve 2001 yılında Amerika'da yaşanan terör saldırılarının neden olduğu güvensizlik ve kriz ortamıdır.

2.6.1 Otel Sektörünün Gelişim Süreci

Misafir ağırlama hizmetleri sunan tesislerin 1. yüzyılda bile var olduğuna dair kanıtlar bulunmaktadır. Ancak 15. yüzyıl başlarında Fransa'da kanun gereği otellerin kayıt tutmaya başlaması otelcilik sektörünün de başlangıcı kabul edilebilir (Temel, 2009). Bu gelişmeyi takiben İngiltere'de konaklama tesislerinde konaklayan misafirlerin kaydını almaya başlamıştır.

İngiltere'de, Avrupa'da ve Amerika'da otel yapımı, 1760'larda başlayan Endüstri Devrimi ile birlikte hızlanmıştır. New York ve Kopenhag'da otellerin şehir merkezine inşa edilmeye başlamaları bu döneme denk gelmektedir. Yine 1800'lerin başında Londra'da otelcilik sektörü hareketlenmiş, Fransa ve İtalya kıyılarında da tatil otelleri inşa edilmeye başlanmıştır. Uzak Doğu ve Hindistan'da da yine konaklama tesisi örneklerine rastlanmaktadır.

1890'lı yıllarda elektrik kullanımının yaygınlaşmaya başlaması, otellerde hizmet çeşitliliği ve ağırlamaya yeni bir boyut kazandırmıştır. 1920'lerde yaşanan hızlı gelişmelerle beraber oteller şehir merkezlerinin dışında da çoğalmaya başlamış, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından gelen yıllarda İspanya, Yunanistan, Portekiz ve İskandinav ülkeleri gibi doğal zenginlikleri ile öne çıkan ülkelerde otelcilik gelişmeye başlamıştır.

1970'li yıllardaki turizm faaliyetleriyle ilgili çeşitli kaynaklarda, otellerin iş amaçlı seyahat edenlerin de hizmetine girmeye başladığı ve özellikle sahip olduğu petrol kaynaklarından ötürü iş dünyasının Orta Doğu'ya bir hareketinin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bu dönemde otel zincirleri, müşterilerin ihtiyaçlarına göre kendilerini yeniden şekillendirmişler ve otellerde sunulan hizmetlerin kalitesini yükseltmişlerdir. Bu dönem buna paralel olarak şehir otellerinin kendilerini ve hizmetlerini yenilediği dönem olarak öne çıkmaktadır.

1980'li yıllardan itibaren dünyayı etkisi altına alan neoglobalizasyon ile pazarlama ve teknoloji'deki gelişmeler, otelcilik sektörüne ivme verdi. Otelcilik sektöründe uzmanlaşma başlamış, konaklama tesisleri belli bir müşteri kitlesine hizmet vererek havaalanı otelleri, konferans otelleri, sağlık otelleri, kayak otelleri, tatil köyleri gibi dallara ayrılmışlardır. 1990'larda teknolojinin otel sektörü üzerinde yarattığı dönüşüm yeni gelişmelere imkan vermiştir. Çevre koruma ve enerji tasarrufunun artan önemi ile çevre dostu oteller üretilmeye başlanmış, rezervasyon sistemlerindeki gelişmeler bilgi depolama ve müşteri sadakati kazanmada büyük kolaylıklar sağlamıştır. 1995 yılında Avrupa ölçeğinde devreye sokulan otel odası yönetim sistemi ile giriş ve çıkış işlemleri, pazarlama ve bina yönetimi daha verimli bir hale getirilmiştir (Levy-Bonvin, 2003).

1990'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde başlayan ve tüm dünyaya yayılan ekonomik büyüme, durağan hale gelmiş olan otel yatırımlarının tekrar tercih

edilmesine imkan sağlamıştır (Temel, 2009). Otelcilik sektöründe yeni bir dönemin başladığı 1990'lı yıllarda daha önceleri çoğunlukla münferit otel sahipleriyle iş yapmaya alışkın olan otel işletme firmaları, karşılarındaki profesyonel olarak otel yatırımı ile ilgilenen kurumsal firmaların beklentilerine göre kendilerini yeniden şekillendirmek zorunda kalmışlardır.

1990'lı yılların başından 2000'li yılların ortalarına kadar otelcilik sektörünün yaşadığı gelişmeler, otelcilik sektörünün bugünkü şeklinin oluşmasına katkıda bulunmuş ve günümüzdeki sektör dinamiklerini, oyuncularını ve rollerini belirlemiştir. 11 Eylül 2001 tarihinde Amerika'da yaşanan terör saldırılarının ardından 2002 yılında tüm dünyada otel yatırımlarında %50'ye yakın bir düşüş yaşanmıştır. 2002 yılından 2006 yılına kadar otel doluluk oranlarında kendini gösteren artış, yeni yatırımlarda ve işlemlerde de artışı beraberinde getirmiş ve otelcilik sektörü tekrar büyük bir gelişme dönemi geçirmiştir. Ancak 2008 yılında yaşanan küresel finansal kriz, sektörde yatırımların neredeyse 2002 yılındaki seviyelere gerilemesine neden olmuştur (Temel, 2009).

2.6.2 Otel Sektörü Pazar Bölümlenmesi

Otel pazarındaki geçici konaklama talebi öncelikle aşağıdaki üç pazar segmenti takip edilerek oluşturulmaktadır (Atak, 2012).

- Segment 1 Kurumsal Amaçlı
- Segment 2 Eğlence Amaçlı
- Segment 3 TTKA (Toplantı-Tesvik-Konferans-Aktivite Amaçlı)

2.6.2.1 Kurumsal segment

İş amacıyla seyahat eden bireylerin oluşturduğu kurumsal segmentin talebi hafta içi yoğun olmakta, hafta sonlarında ise tipik olarak azalmaktadır. Kurumsal segment talebi, özellikle Aralık sonlarında ve yaz aylarında azalma göstermekle birlikte, yıl boyunca göreceli olarak süreklilik göstermektedir. Politik nedenlerden kaynaklı oluşan talep de yine bu segment içine girmekte ve genellikle devlet adamları ve hükümet işleri amacıyla seyahat eden diplomatlardan ve iş adamlarından oluşmaktadır. Kurumsal segment, ilgili bölgedeki belirgin yönetici rolü ve genel ekonomik gelişimine yönelik olarak iş amacıyla ziyaret eden bireylerden oluşmaktadır.

Merkezi İş Alanlarına yönelik bu segment talebinin bankalar, sigorta şirketleri, hükümete ve siyasi yapıya ait kurumlar dahil olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlardan kaynaklanması beklenmektedir. Kurumsal segmentin, küresel ekonomik krizin ardından pazarın tekrar canlanmaya başlaması sonucu, 2010 yılı itibarı ile hızlı yükselişinin ardından 2011 yılında daha düşük bir seviyede olsa da yine de artış göstermiştir (Atak, 2012).

2.6.2.2 Eğlence segmenti

Eğlence segmenti, seyahatlerini genellikle seyahat acentelerinden ya da bireysel otellerin dağıtım kanallarından alan veya seyahat, konaklama, yemek ya da “her şey dahil” kapsamına giren diğer hizmet ücretlerinin toptan ödendiği paket tatil programları şeklinde alan bireysel ziyaretçilerden oluşmaktadır.

Otel oda ücretleri, doluluk talebinin düşük olduğu sezon dışı zamanlarda işlerin artırılması amacıyla bir miktar düşürüldüğü gözlemlenmektedir. Seyahat acentelerinin ücretleri doluluk talebinin düşük olduğu zamanlarda dolulukluğunu artırmak amacıyla kurumsal müşterilere verilen ücretlerin altında olacak şekilde genellikle yıllık olarak ayarlanır. Zamanlama planı izin verdiği sürece, bu segmente sunulan düşük ücret yapısı pazar doluluk oranının artmasıyla yüksek kazanç sağlayan segment talebi alınarak revize edilir (Atak, 2012).

2.6.2.3 TTKA segmenti

Bu segmentin talebi çoğunlukla belirtilen rekabetçi yapı içerisindeki otellerde eğitim seminerleri, konferanslar, ürün tanıtımları ya da ufak toplantılar düzenleyen yerel, bölgesel ve uluslararası şirketler kaynaklı oluşmaktadır. Bu otellerde düzenlenen teşvik ve dernek toplantıları kaynaklı oluşan gecelik konaklamalar da bu segmente dahil edilebilir. Geleneksel anlamda, TTKA konaklama endüstrisi içinde (Toplantılar, Teşvikler, Konferanslar ve Aktiviteler) anlamına gelmektedir. Konferans talebi tipik olarak ilkbahar ve sonbahar aylarında en yüksek seviyelere çıkmakta ve yaz ayları en düşük seviyelerde geçerken kış ayları değişkenlik gösterebilmektedir. Tipik konferans grupları için ortalama konaklama süresi iki ve dört gece arasında değişmektedir. Ticari grupların çoğu Pazartesi ve Perşembe arası konaklamayı tercih etmekte, ancak dernekler ve sosyal gruplar ise bazen hafta sonlarını tercih edebilmektedir.

İstanbul bölgesindeki TTKA segmenti, yönetsel rolü ve aynı zamanda iş ve ticari hayatının canlı olması sonucu, toplam turizm talebinin oldukça büyük bir kısmını oluşturmaktadır (ICCA, Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği, 2011). Kentsel yapının şehrin kültürel zenginliği ile birleşmesi sonucu, İstanbul çok sayıda şirket ve organizasyon tarafından çeşitli aktivitelerine ev sahipliği yapması amacıyla tercih edilmektedir. İstanbul'un, Turizm Bakanlığı'nın 2023 yılına kadar uzayan bir sürece yaydığı Türk turizmini pazarlama planlarını yoğun bir şekilde yürütme çabası sonucu, 'Kongre Merkezleri Şehri' olma özelliğini kuvvetlendirecektir (Atak, 2012) .

2.7 Otel İşletmelerinde Yer Seçimi

Kuruluş yeri, bir işletmenin uzun dönem faaliyetlerini gerçekleştireceği bir alandır (Demirdöğen ve Bilgili, 2004). Kuruluş yeri seçimi, bir işletmenin hangi arsa üzerinde kurulacağını belirlenmesi işlemidir (Eleren, 2007). Daha geniş bir ifadeyle, kuruluş yeri seçimi, işletmenin ana faaliyetlerini sürdürdüğü coğrafi yer anlamına gelir. Bir endüstri işletmesi için kuruluş yeri, tedarik, depolama, üretim ve dağıtım gibi temel fonksiyonlarını ve bunlara bağlı ekonomik amaçlarını gerçekleştirebileceği en uygun yer olarak tanımlanabilir. Kuruluş yeri, bir işletmenin yaşaması ve gelişmesi zorunlu hayat alanıdır. Ekonomik amaçlı bir işletme için en uygun kuruluş yeri, işletme kurulduktan sonra en düşük maliyetlerle en yüksek karlılığı sağlayabilecek şekilde üretken faaliyetlerini gerçekleştirebileceği yer olmaktadır. Şüphesiz, temel amacı büyümek veya sosyal fayda yaratmak olan işletmeler açısından en uygun kuruluş yerleri, bu amaçlarını en üst düzeyde gerçekleştirebilecek bölgeler olacaktır (Barutçugil, 1983). Bir turizm işletmesi için kuruluş yeri ise; işletmenin konaklama, yeme-içme veya eğlence gibi temel fonksiyonlarını ve bunlara bağlı ekonomik amaçlarını gerçekleştirebileceği uygun yer olarak tanımlanabilir (Barutçugil, 1984).

2.7.1 Otel İşletmelerinde Yer Seçimine Yönelik Çalışmalar

Otel yeri seçimine yönelik çalışmalara bakıldığında problemin işletmenin stratejik konumlandırması açısından son derece önemli olması nedeniyle pek çok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Ertuğral (1998) İstanbul il sınırları içindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerle ilgili çalışmada frekans analizi sonucunda konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayıran en önemli unsuru "turistik çekicilik ve özelliklere sahip

bölgelerde kurulması” olarak belirtmiştir. Gray ve Liguori (2003) otel yeri seçimi sürecinde yerel ekonomik ortam, yerel mevzuat, bina yüksekliği, araç parkları, kamusal alanlar, trafik durumu ve ulaşım, coğrafi faktörler, doğal kaynaklar ve arazi büyüklüğü gibi birçok kriterin dikkate alınması gerektiğini ifade etmiştir. Urtasun ve Gutierrez (2006) otel yeri seçimi karar sürecini Madrid’de 1936-1998 yılları arasında kurulmuş olan otellerin coğrafi konum, oda fiyatı, oda büyüklüğü ve verdiği hizmetler gibi özelliklerini inceleyerek tanımlamaya çalışmıştır. Araştırmacılar girişimcilerin karar sürecinde hedef fiyata bağlı olarak coğrafi konumda farklılaşmayı tercih ettikleri bulgusuna ulaşmıştır. Chou vd. (2008) Tayvan’da otel yeri seçimine ilişkin karar problemini; coğrafi konum (yakın çevre, dinlenme tesisleri), trafik koşulları (erişilebilirlik, konfor), otel özellikleri (içsel ve dışsal gelişim) ve operasyon yönetimi (insan kaynakları, işletme şartları) başlıklarında gruplanan kriterleri kullanarak çözmeye çalışmıştır. Yang vd. (2012) otel yeri seçimi üzerinde etkili potansiyel faktörleri otel ve yer özelliklerinin her ikisini de göz önünde bulundurarak Çin’deki oteller için analiz etmiştir. Çalışmada konuma bağlı ulaşım, topluluk etkisi, kamusal alanlar ve hizmetler, kentsel gelişim kriterlerinin yanı sıra otele ilişkin ölçek, yıldız sınıfı, işletmeci, hizmet çeşitliliği kriterleri de göz önünde bulundurulmuştur. Lojistik regresyon analizi kullanılarak gerçekleştirilen çalışma sonucunda; yıldız sınıfı, açılıştan sonra geçen süre, hizmet çeşitliliği, işletmeci, topluluk etkisi, kamu hizmet altyapısı, ulaşım altyapısı ve turizm merkezlerine yakınlık yer seçiminde etkili unsurlar olarak belirlenmiştir. Zhang vd. (2012) çok uluslu otel gruplarının Çin’de gerçekleştirdikleri otel yatırımları için yer seçimi kararlarında etkili olan kriterleri analiz etmeye çalışmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular, çok uluslu firma kararı üzerinde pazar talebi ve gelen turist sayısı, turist harcamaları, mevcut doğrudan yabancı yatırım, kişi başı gayri safi milli hasılaya bağlı iş ortamı, turizm politikaları kriterlerinin önemli etkileri olduğunu ortaya koymaktadır. Crecente vd. (2012) ise İspanya’da deniz suyu terapi merkezi yer seçimi probleminin çözümü için geliştirdiği model kapsamında 19 alternatif yeri; kaynaklar (su, güneş vb.), tesisler, yönetmelik, arazi, çevre ve diğer tesisler gruplarında toplanan 26 kriter için değerlendirmiştir. Kurucular, müşteriler ve yöneticiler ile ayrı ayrı gerçekleştirilen değerlendirmeler, her grubun kriterlere farklı önem verdiklerini ve bu durumun farklı seçimlerle sonuçlandığını ortaya koymuştur (Ar, Baki ve Özdemir, 2014).

Turizm sektöründe yanlış seçilmiş kuruluş yerinin değiştirilmesi olanağı yoktur (Özen ve Kuru, 1998). Çünkü turizm sektöründeki otel işletmeleri, büyük kapital yatırımları ile kurulduklarından, kuruluştan sonra kuruluşların elverişsizliği anlaşıldığında başka yerlere nakit olanağı yoktur. Bu nedenle otel işletmelerinin kuruluş yerini tayin ederken çok dikkatli olmak gerekir.

2.7.2 Otel İşletmelerinde Yer Seçimini Etkileyen Faktörler

Otel işletmesinin kuruluş yeri, otelin temel fonksiyonlarını ifade edeceği ve ekonomik amaçlarına en uygun olacağı kabul edilen yerdir. En uygun yer ise, teşebbüs orada kurulduktan sonra en yüksek karı sağlayan, diğer bir deyişle hizmet veya mal ünitesine düşen maliyet giderlerini en düşük düzeye indiren mahaldir. Diğer bir görüşe göre, otelcilik işletmelerinin kuruluş yeri, otel işletmesinin yaşaması ve gelişmesi için zorunlu olan hayat alanıdır (Olalı ve Korzay, 1993). Otel işletmesinin kuruluş yeri seçimine ilişkin karar alınırken göz önünde bulundurulması gereken faktörler;

1. Doğal faktörler,
 2. Ekonomik ve sosyal faktörler,
 3. Yasal faktörler,
 4. Diğer faktörler olmak üzere dört ana grup altında toplanabilir (Barutçugil, 1984). Bunları açıklayacak olursak;
1. Doğal faktörler; İklim, yer sarsıntısı, su temini, kaplıca, içme, plajlar, koru, merkezi bir yer, doğal turistik veriler (Olalı ve Korzay, 1993), coğrafi konum (dağ, deniz, ova vb.), arazi yapısı (orman, kayalık vb.), nüfusun yerleşim durumu ve benzerleridir (Barutçugil, 1984).
 2. Ekonomik ve sosyal faktörler; Ulaştırma olanakları, arazi ve inşaat maliyetleri, pazara yakınlık, hammadde malzeme kaynaklarına yakınlık, işgören sağlama kolaylıkları ve maliyetleri, bölgesel finansal kolaylıklar, alt yapı ve hizmetlerin varlığı, sosyal ve kültürel çevre, kuruluş yeri seçimini etkileyen ekonomik ve sosyal faktörlerdir (Barutçugil, 1984).
 3. Yasal faktörler; Yasalarla teşvik edilen ve engellenen bölge ve alanlar, imar durumu, binanın yüksekliği, koruma alanları veya milli parklar, bölgesel kamu kuruluşlarının turizm işletmelerine karşı tutum ve davranışları, kuruluş

yeri seçiminde göz önünde bulundurulması gereken yasal faktörlerdir (Barutçugil, 1984).

4. Diğer faktörler; Müteşebbisin özel eğilimleri, yerli ve yabancı turistlerin sübjektif görüş ve önerileri, bazı kişisel inanç değerler de kuruluş yeri seçimini etkileyen diğer faktörler grubu içinde toplanabilir. Dolayısıyla kuruluş yeri seçimini etkileyen bu faktörlerin otel işletmesinin niteliğine göre farklı önem ve ağırlıkları bulunmaktadır. Örneğin, büyük şehir otellerinde kuruluş yeri seçimi özellikle ekonomik ve yasal faktörler belirlerken, dağ ve deniz otellerinde doğal faktörler ön plana geçmektedir (Barutçugil, 1984).

2.7.3 Otel Yer Seçimi Araştırmalarında Teorik Modeller

Otellerin yer seçim kriterleriyle ilgili pek çok teorik model geliştirilmiştir. Farklı disiplinlerden araştırmacılar otellerin yer seçimi konusunu farklı araştırma felsefeleri ve amaçlarıyla ele almışlardır. Yang, Luo ve Law (2014), otel lokasyonunu konu alan, farklı disiplinlerden dört adet coğrafi ve ekonomik teorik model tanımlamışlardır: turistik-tarihi kent modeli, tek merkezli model, yığılma modeli ve çok boyutlu model.

2.7.3.1 Turistik-tarihi kent modeli (TTK modeli)

TTK modelinin temelleri Ashworth ve Tunbridge'in (1990) Batı Avrupa'daki orta büyüklükteki kırsal kasabalardaki otel lokasyonlarının karşılaştırmalı tipolojisine dayanmaktadır. Çalışmalarında Ashworth ve Tunbridge, altı adet lokasyon bölgesi tanımlamışlardır: (A) şehir girişleri, (B) demiryolu istasyonları/bağlantı yolları, (C) ana yollar, (D) “iyi” lokasyonlar, (E) geçiş bölgeleri ve kentsel çeper ve (F) havaalanları ulaşım noktaları. Bu farklı bölgeler, çalışmada farklı otel tipleriyle ilişkilendirilmiştir. Örneğin, büyük ve modern oteller E ve F bölgelerinde bulunabilirken, küçük veya orta büyüklükteki oteller D bölgesini domine edebilmektedir. Bu ilişkilendirmede girdi olarak ulaşım, arazi değerleri, çevresel uygunluk, tarihi süreklilik ve arazi kullanım stratejilerini kullanmışlardır.

Çoğu tarihi kentte TTK modeline uygun bir otel dağılımı sergilendiği görülmektedir. Burtenshaw, Bateman ve Ashworth (1991) TTK modeli ile pek çok Avrupa kentinde otellerin mekansal dağılımını açıklayabilmişlerdir. Oppermann, Din ve Amri (1996) bu modeki Malezya, Kuala Lumpur'daki otel dağılımını tartışmak için kullanmışlar

ve modelin temelini oluşturan altı tipolojik bölgeye “yeni Merkezi İş Alanı (MİA)” bölgesi olmak üzere yedincinci bir bölge tanımlamışlardır. Bu bölge büyük, modern otelleri ve lüks alışveriş merkezlerini içeren bir bölge olarak tanımlanmıştır. Rogerson (2012) da Güney Afrika'nın üç kentinde otel dağılımlarını inceldiği çalışmada MİA'nın önemini vurgulamış ve TTK modelinde olduğu gibi oteller için bazı “iyi” lokasyonlar tanımlamıştır. Bégin (2000) tarafından yapılan başka bir çalışmada Çin, Xiamen'deki otellerin lokasyonunun genellikle TTK modeli ile örtüştüğü belirtilmektedir. Söz konusu çalışmada gösterilmektedir ki çok sayıda uzun otel kentin tarihi merkezinde konumlanırken yeni oteller gelişen MİA ve eski kent merkezi arasındaki geçiş alanında konumlanmaktadır.

Aliağaoğlu ve Uğur (2008) de Dökmeci ve Balta'nın (1999) İstanbul'da otel lokasyonlarının dokusu konusundaki çalışmaları üzerinden yaptıkları araştırmada İstanbul'un TTK modellerin öngörülerini doğruladığını göstermektedirler. Çalışmaya göre İstanbul kentsel mekanında (A) ve (E) bölgeleri tanımlanabilmektedir.

2.7.3.2 Tek merkezli model

Tek merkezli model, arazi kullanım dağılımlarını, kent merkezinden belli bir uzaklıkta olan çok sayıda tek merkezli daire üzerinden tanımlar (Alonso, 1964). Bu modelde kentsel alanın tek bir yayılma noktasına sahip tek bir merkezi olduğu var sayılır ve arazi değerleri kullanıcıların merkeze ne derece uzak/yakın olmayı tercih ettikleriyle ters orantılı olarak tanımlanır. Yokeno (1968), bu modeli kent otellerine uyarlamasının mümkün olduğunu öne sürmüştür ve çalışmada turistlerin kent merkezine daha kolay ulaşım sağlamak için daha yüksek fiyatlar ödemeyi göze aldığı var sayımıyla otellerin kent merkezinde, kentin çekirsk MİA'sı ve ticari alanları arasında yer aldığını göstermiştir.

Egan ve Nield (2000) ise başka bir tek merkezli model geliştirerek otellerin mekansal hiyerarşisini kent merkezine uzaklık üzerinden tanımlamışlardır. Otellerin kazancının kent merkezinden uzaklaştıkça azaldığını öne süren modellerinde seçim otellerin yer seçimleri, verdikleri hizmet sınıfları ve ilişkili oldukları teklif-kira eğrisinin doğasına göre şekillendiği öne sürülmüştür. Yani lüks oteller, yüksek ve dik bir teklif-kira eğrisine sahip olduklarından ötürü kent merkezini tercih etmektedir; çünkü varlıklı misafirleri hedefleyen yüksek oda ücretleri, otelin daha yüksek maliyetli merkezi arazilerde konumlanabilmesine olanak vermektedir. Egan, Chan ve Zhang (2006) bu

modeli Pekin, Şangay ve Shenzen olmak üzere üç Çin metropoliten kentinde test etmişlerdir. Bulguları, bu kentlerin otel yer seçimlerinin küçük sapmalar dışında bu modele genel olarak uyduğu yönünde olmuştur.

Pek çok kentteki otel lokasyonlarında Egan ve Nield'in (2000) modeline uyan şekilde bir mekansal hiyerarşi ve merkezi düzenleme rastlanmıştır: Rogerson (2012), Güney Afrika'nın Cape Town, Durban ve Port Elizabeth kentlerinde; Adam (2013) ise Gana'nın Kumasi Metropolis kentinde bu düzenin bulunduğunu öne sürmüştür.

2.7.3.3 Yığılma modeli

Bu modele göre oteller mekan üzerinde rastgele dağılmışlardır. Bunun yerine lokasyonları genellikle diğer heterojen ve homojen otellerle birlikte oldukça kümelenmiş şekilde görülmektedir (Yang, Luo ve Law, 2014). Yığılma etkisi, bir otelin kümelenmiş olmaktan dolayı kazandığı yararları ifade etmektedir. Daha önce bahsedilen ve otellerin kesin lokasyonlarını çalışan modellerin aksine, yığılma modeli yeni otellerin birbiriyle ilişkili lokasyonlarına ve diğer otellerle nasıl bir lokasyon ilişkisi kurulabileceğine ışık tutar. Canina, Enz ve Harrison (2005), otel kümelenmelerinin hem üretim hem de talep boyutlarını tartışmışlardır. Üretim avantajlarından kaynaklı olarak, kümelenme, kümedeki bireylere kaynaklara kolay ulaşım ve lider hizmet sağlayıcılara, özel servislere veya özel ilişkilere daha geniş erişim imkanı sağlamaktadır. Talep açısından ise avantajı, kümelenmenin tüketicinin arayış maliyetini düşürmesinden kaynaklanmaktadır. İstanbul'da özellikle Tarihi Yarımada Bölgesinde bu tür bir lokasyon seçiminden söz etmek mümkündür.

2.7.3.4 Çok boyutlu model

Oteller bir pazara girme kararı verirken yalnızca coğrafi lokasyonu değil ürün pozisyonunu da göz önünde bulundururlar (Baum ve Haveman, 1997). Sonuç olarak, çok boyutlu modeller, otellerin pazara giriş tercihlerini hem ürün hem de coğrafi lokasyonlarla açıklamak üzere geliştirilmiştir. Baum ve Haveman (1997) ilk defa ABD, New York, Manhattan'da 1898-1990 yılları arası kurulan otellerin lokasyonlarını tartışmak için çok boyutlu model kullanmışlardır. Çalışmaları, bir otelin değişik açılardan kümeleşmeyi ve farklılaşmayı tercih ettiğini öne sürmektedir. Bu da yeni bir otelin pozisyonunu hem ürün boyutu hem de coğrafi boyut açısından mevcut otellerden ayırarak veya onlara yakın olacak şekilde seçebileceği anlamına gelmektedir.

Baum ve Haveman (1997) coğrafi aralık, ücret aralığı ve büyüklük aralığı olmak üzere üç aralık ölçütü belirlemekte ve bu üç boyuta göre yeni bir otelin lokasyon seçimini değerlendirmektedirler. Söz konusu çalışma göstermektedir ki çok boyutlu karar alma sürecinde bir dengeleme bulunmaktadır. Yeni oteller, kendileriyle benzer ücret aralığında ancak kendilerinden farklı büyüklük aralıklarındaki mevcut otellere coğrafi açıdan yakın olma eğilimindedirler.

Urtasun ve Gutiérrez (2006) İspanya, Madrid'de 1936-1998 yılları arasında kurulmuş otellerin yer seçimlerini anlamak için başka bir çok boyutlu model uygulamışlardır ve Baum ve Haveman'ın (1997) modellerine otelin sağladığı hizmet çeşitliliğini ölçen bir “hizmet” boyutu eklemişlerdir. Çalışmalarında Urtasun ve Gutiérrez (2006), Madrid'deki yeni otellerin kendilerinden farklı ücret aralığında, kendileriyle benzer büyüklükte ve benzer hizmetler veren otellere yakın yer seçme eğiliminde olduklarını bulmuşlardır.

3. TÜRKİYE’DE VE İSTANBUL’DA TURİZM

Bir kentte belli bir alanda gösterilen ilerleme ve değişimler; o kentin bulunduğu ülkenin belirlediği ve sürdürdüğü politikalarla açıklanır. Turizm sektörü, çok hızlı büyüyen bir sektör oluşu ve önemli derecede gelir getirici bir sektör olarak, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkelerin belirledikleri kalkınma politikalarında kendine önemli bir yer bulmuştur. Bu dönemde turizm faaliyetlerinin büyümesinden ve bu faaliyetlere dair politikaların gelişmesinden Türkiye turizmi de payını almıştır.

İstanbul, tipik bir gelişmekte olan ülke metropoliten kenti olarak, Türkiye nüfusunun büyük bölümünü barındıran ve milli gelirin büyük bir kısmının üretildiği kent olmanın yanı sıra; yaratıcı endüstrinin yoğunlaştığı, kültürel ve tarihi değerler açısından zengin, küresel çapta ilgiyi üzerine çeken bir dünya kentidir. Dolayısıyla Türkiye'deki turizm faaliyetlerinin önemli bir kısmı da İstanbul'da gerçekleşmektedir. Anadolu Yakası özelinde ve/veya tüm İstanbul kent mekanında turizm işletmelerinin konumlarını ve yer seçim kriterlerini açıklamak için, Türkiye'de ve İstanbul'da turizmin gelişim sürecini anlamak önemlidir.

Bu bölümde Türkiye'de ve İstanbul'da turizm faaliyetlerinin tarihsel gelişimi ve ülke ve kent ölçeğinde turizm aktivitelerinin özellikleri incelenecektir.

3.1 Türkiye’de Turizmin Gelişimi

Türkiye'de de turizm, milli ekonominin önemli girdilerinden birini temsil etmektedir. Farklı kaynaklardan yararlanarak yapılan literatür taramasına göre Türkiye'de turizmin gelişimi, ülkenin serbest piyasa ekonomisini benimsediği ve küresel çapta neoglobalizasyon akımının başladığı 1980'li yılların başlarıyla büyük bir ivme kazanmıştır. Bu tezde de Türkiye'de turizm faaliyetlerinin gelişimi, planlı dönem öncesi, planlı dönemden 1980'li yıllara kadar olan dönem ve sonrası olarak üç farklı zaman çizelgesinde incelenecektir.

3.1.1 Türkiye’de Turizm Faaliyetlerinin Gelişimi

Türkiye’de “planlı dönem öncesi” olarak anılan 1923-1962 yılları arasında, turizm alanında faaliyet gösteren ilk grup; adını önce “Türkiye Turing Kulübü”, sonra ise “Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü” olarak değiştiren “Seyyahin Cemiyeti” olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm sektörüne ilişkin ilk yasal çerçeve ise 1934 yılında, “İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkındaki 2450 Sayılı Kanun” ile çizilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ilk turizm politikasına ise 1953’te çıkarılan 6086 Sayılı “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu”nda rastlanmaktadır. Turizm sektörüne yatırım yapanlara verilen ekonomik teşvikler ilk defa bu kanun ile mümkün kılınmıştır: 1955 yılında sektörün finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla Türkiye Turizm Bankası A.Ş. kurulmuştur.

Ekonomide planlı kalkınma modelinin benimsenmesiyle beraber, 1963 yılından bu yana turizm, bütün kalkınma plan ve yıllık programlarında yer alan ve önemi sürekli vurgulanan bir sektör olmuştur (Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği, 2006:5; aktaran Demirel, 2010). Turizm ve Tanıtma Bakanlığı da yine aynı sene içinde kurulmuş ve ülkeyi turizm bağlamında tanıtma çalışmaları organize bir hal almıştır.

Planlı dönemin başladığı 1963 yılından itibaren turizm, bütün kalkınma planlarında Türkiye için önemi vurgulanan ve ülke politikalarında kendine yer bulan bir sektör olmuştur. “1963-80 döneminde turizm politikasının temel hedefi turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini arttırmak, yeni istihdam olanakları oluşturmak ve Türk vatandaşlarına tatil yapma olanakları sağlamak olarak özetlenebilir” (Yıldız, 2011). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’nin (TÜRSAB) de kuruluşu, 1972, bu döneme denk gelmektedir.

Bölümün başında da belirtildiği gibi, 1980’li yılların başlarının Türkiye turizmi açısından bir dönüm noktası olduğunu söylemek mümkündür. 1980’li yıllar Türkiye’de liberalleşme döneminin başlangıcı ile sermaye birikiminin kar oranı yüksek sektörlerle kayışı ve turizm teşvik kanunu ile turizm yatırımlarına kolaylıkların sağlandığı bir dönemdir (Gezici, 1997; aktaran Kerimoğlu, 2004). 1982 yılında yürürlüğe konan 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, devlet eliyle turizm yatırımlarına sağlanan bu kolaylıkları kanıtlamaktadır.

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanununun belirtilen dönemde turizm yatırımlarına ilişkin sağladığı bazı kolaylıklar aşağıdaki gibi özetlenmiştir (Kozak ve ark.,2001):

- Düşük faizli kredi,
- Yatırım indirimi,
- Finansman fonu istisnası,
- Bina inşaat istisnası,
- Vergi, resim, harç istisnası,
- Teşvik primi,
- Döviz tahsisi,
- Katma değer vergisi ertelemeşi,
- Yabancı personel çalıştırma,
- Elektrik, havagazı ve su ücretlerinde indirim,
- Haberleşme kolaylıklarıdır.

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) gib birlik ve dernekler de yine belirtilen dönemde kurulmuş ve özel sektördeki turizm temsilcileri, ülke ekosisteminde politika belirleyici konumlara erişmişlerdir. Bu gelişmeler ile Türkiye, turizmde büyük ilerlemeler kaydetmiş, 1984–1990 yılları arasında turizm yılda ortalama %12,1 büyüyen bir sektör statüsüne ulaşmıştır (Demirel, 2010).

1990'lı yıllarda da Türkiye'de devletin planlama konusunda etkin olduğunu ifade etmek mümkündür. Türkiye, doğal güzelliklerinin de etkisiyle, altyapı, tanıtım, yatak kapasitesi, ulaştırma gibi konularda Akdeniz kıyısı etrafındaki pek çok ülkeden geride olsa da bu dönemde global bir destinasyon haline gelmiştir.

Bugün gelinen noktada Türkiye turizminin uzun yıllardır büyük ölçüde “deniz-kum-güneş” turizmi odağında olduğu gözlemlenmektedir. Ancak Türkiye turizm planlarında da özellikle sağlık turizmi ve ekoturizm gibi alternatif turizm türlerine ve kent turizmine bir yönelim olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye’de uygulanan planların turizm sektörüne ilişkin önerilen politikalar üç temel amaç çerçevesinde özetlenmektedir (Kozak ve ark.,2001):

- “Turizm kaynaklarını, ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacak ve özellikle döviz gelirlerini en az maliyetle artıracak biçimde değerlendirmek”,
- “Turizm olanaklarını, toplumun çalışan kitlelerinin sağlıklı dinlenme gereksinimlerini karşılayacak bir biçimde geliştirmek”,
- “Yenilenemez bir miras olan doğal ve tarihi kaynakların gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacak bir koruma-kullanma dengesini geliştirmek.”

2015 Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Türkiye, Dünyada en çok ziyaret edilen altıncı, turizmden en çok gelir elde eden onuncu ülke konumundadır (Dünya Turizm Örgütü, 2016). 2015 yılında Türkiye'yi yaklaşık 39,5 milyon uluslararası turist ziyaret etmiştir. Bu rakam aslında 2014 rakamlarına göre %0,8 oranında bir düşüşü ifade etse de Türkiye dünya sıralamasında İtalya'nın arkasında ve Almanya'nın önünde kendine yer bulmuştur. Ancak Türkiye, turizmden elde ettiği gelir konusunda 2014'ten 2015 yılına, uluslararası turist sayısından daha dramatik bir düşüş yaşamıştır. 2014 yılında uluslararası turizm etkinliklerinden 29,5 milyar Dolar elde eden Türkiye için 2015 yılında bu rakam 26,6 milyar Dolar olarak açıklanmıştır. (Dünya Turizm Örgütü, 2016).

3.1.2 Türkiye’de Otel Yatırımları

Türkiye’de otel yatırımları, 20. yüzyıl başlarında İstanbul, Sirkeci’deki hanların otellere dönüştürülmesi ile başlamıştır. Daha sonra İstanbul’u İzmir ve diğer Anadolu kentleri takip etmiştir. 1928’de Ankara’nın ilk modern oteli olan Ankara Palas açılmıştır. Ancak Türkiye’de otel yatırımlarının asıl gelişiminin filizleri, 1955 yılında kurulan Türkiye Turizm Bankası aracılığı ile TURBAN oteller zincirinin kurulması ve Emekli Sandığı gibi kamu kuruluşlarının yaptığı İstanbul Hilton, İstanbul Büyük Tarabya, İzmir Büyük Efes gibi yatırımlara dayandırılmaktadır. 1970’lerde İstanbul’da düzenlenen uluslararası kongrelerin sıklaşması ile kongre turizmine hizmet verecek lüks oteller kurulmaya başlanmıştır (Temel, 2009).

1985 yılında yabancı sermaye ve özel sektörün yatırıma özendirilmesi ve özel sektörü harekete geçirmek için Turizm Bankasının kredi vermesi, konaklama tesislerinin sayılarında önemli artışlara neden olmuştur. Aynı dönemde yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu ile otel yatırımcılarına sağlanan arazi tahsisleri ve

doğrudan teşvikler Türkiye'nin özellikle kıyı bölgelerinde otel yatırımlarında artışa destek olmuştur (Ertin ve diğerleri, 1998).

Dünyada en çok tanınan otel zincirlerinden bazıları; InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Marriott International, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Accor, Carlson Companies, Wyndham Worldwide, Fairmont Raffles Hotels International ve Global Hyatt Corporation olarak sıralanabilir. Bu zincirlerin bünyelerindeki otel markalarından çoğu Türkiye'de de faaliyet göstermektedir. Uluslararası otel zincirlerinin Türkiye'deki etkinlikleri aşağıda özetlenmiştir.

Londra merkezli InterContinental Hotels Group, bünyesinde InterContinental, Crowne Plaza, Kimpton Hotels & Restaurants, Hualuxe, Even Hotels, Hotel Indigo, Staybridge Suites, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Holiday Inn Resort, Holiday Inn Club Vacations ve Candlewood Suites markalarını barındırmaktadır. Grup, Türkiye'de; Ankara'da Crowne Plaza Ankara, Holiday Inn Ankara – Kavaklıdere ve Holiday Inn Ankara – Çukurambar; Antalya'da Holiday Inn Antalya – Lara ve Crowne Plaza Antalya; Bursa'da Holiday Inn Bursa – City Centre ve Crowne Plaza Bursa; Gaziantep'te Holiday Inn Gaziantep – Şehitkamil; Kayseri'de Holiday Inn Kayseri – Duvenonu; Manisa'da Holiday Inn Express Manisa – West ve İstanbul'da Holiday Inn İstanbul City, Crowne Plaza İstanbul – Harbiye, Intercontinental İstanbul, Holiday Inn İstanbul – Şişli, Holiday Inn İstanbul – Kadıköy, Holiday Inn Express İstanbul – Altunizade, Holiday Inn İstanbul Airport, Crowne Plaza İstanbul – Florya, Holiday Inn Express İstanbul Airport, Crowne Plaza İstanbul – Oryapark otellerini bünyesinde bulundurmaktadır.

77 ülkede Hilton Resorts, Waldorf Astoria, Conrad, Canopy, Curio, DoubleTree, Embassy Suites, Hilton Garden Inn, Tru, Hampton, Homewood Suites, Home2 ve Hilton Grand Vacations markalarını yöneten Hilton Hotels Corporation'ın ise, Türkiye'nin 29 şehrinde oteli bulunmaktadır. Zincirin İstanbul'daki 18 otelinin arasında ise Hilton Garden Inn İstanbul, Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center, Hilton İstanbul Bosphorus ve Conrad İstanbul Bosphorus da bulunmaktadır.

1927'de kurulmuş olan köklü otel zinciri Marriott'ın markaları arasında the Ritz-Carlton, Renaissance, Four Points, AC Hotels, ve JW Marriott gibi markalar bulunmaktadır. Marriott'ın Türkiye'de JW Marriott Hotel Ankara, Renaissance

Antalya Beach Resort & Spa, AC Hotel İstanbul Maçka, Courtyard İstanbul International Airport, İstanbul Marriott Hotel Asia, İstanbul Marriott Hotel Şişli, Renaissance İstanbul Polat Bosphorus Hotel, Renaissance Polat İstanbul Hotel, The Ritz-Carlton İstanbul ve Renaissance İzmir Hotel bulunmaktadır.

Starwood Hotels & Resorts Worldwide şirketinin bünyesinde ise W Hotels, Sheraton, Four Points, Le Meridien, St. Regis ve Westin markaları bulunmaktadır. Şirketin Türkiye'de; İstanbul, Ankara, Adana, Bodrum, Samsun, Bursa, İzmir ve Kayseri'de olmak üzere 19 oteli bulunmaktadır.

Fransız otel işletme şirketi Accor'un markaları arasında ise Sofitel Hotels and Resorts, Novotel, Suitehotel, Mercure, İbis, Formule 1 ve Motel 6 vardır. Firmanın Türkiye'de, Zorlu Center Raffles Hotel ve Swissotel the Bosphorus da dahil olmak üzere 35 tane oteli bulunmaktadır.

Otelcilik sektörünün en büyük aile şirketi olan Carlson Companies, Türkiye'de yalnızca Radisson markasıyla 6 otelle hizmet vermektedir.

Amerika merkezli Wyndham Worldwide ise Ramada ve Wyndham Grand markalarıyla İstanbul'da 19 otel ile hizmet vermektedir.

Kanada merkezli Fairmont International, Türkiye'ye ilk defa Quasar İstanbul'da yer alacak oteli ile giriş yapmaya hazırlanmaktadır (www.fairmont.com, 2014).

Global Hyatt Corporation ise Hyatt, Hyatt Regency, Hyatt Resorts, Grand Hyatt, Park Hyatt, Hyatt Place, Hyatt Summerfield Suites ve Andaz markalarını yönetmektedir. Zincirin İstanbul'da iki adet Grand Hyatt ve bir adet Park Hyatt markalı oteli bulunmaktadır.

Türkiye'de etkin olan uluslararası otel zincirlerinin yanı sıra Dedeman, Divan, Titanic gibi yerli otel zincirleri de bulunmaktadır.

Divan'ın 4'ü İstanbul'da olmak üzere Ankara, Adana, Gaziantep, Eskişehir, Mersin, Bursa ve Çorlu'da toplam 14 oteli bulunmaktadır. Dedeman'ında yine 4'ü İstanbul'da olmak üzere Erzurum, Gaziantep, Konya, Denizli, Şanlıurfa, Zonguldak, Elazığ ve Trabzon'da 14 oteli bulunmaktadır. Titanic Hotels'in ise Türkiye'de 6'sı İstanbul'da konumlanan 9 oteli bulunmaktadır.

3.1.3 Türkiye'nin Turizm Vizyonunun İncelenmesi

Türkiye'nin barındırdığı turizm değerlerinin sayı ve özelliklerinin yanı sıra tespit edilen değerlerin nasıl kullanılacağı da halen hem akademik hem de yönetsel organlar tarafından tartışılmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 yılında yayınlanan kapsamlı çalışması "Türkiye Turizm Stratejisi-2023"; Türk Turizmi'nin gelecek vizyonu ve konuya ilişkin izlenecek yol açısından önemli bir rehberdir.

Belge'de, Türkiye turizmi açısından geliştirilmesi öngörülen bölgelerde, turizm altyapısı ve konaklama gibi hizmete dair ihtiyaçlarının karşılanması durumunda, 2023 yılında; 63 milyon turist, 86 milyar Dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 Dolar harcamaya ulaşılması hedeflendiği ifade ediliyor (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007). Belgede vizyonun temel hedefi, tabii ki, nitelikli turist sayısının ve turizm gelirinin artırılmasıdır.

Belgede Türk turizminin amaçları arasında "sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek, istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması" da verilmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir destinasyon haline getirilmesinin sağlanması hedeflenmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007).

Verilerden anlaşılmaktadır ki; Türkiye'nin gelecek vizyon planında sürdürülebilir turizm ve turizm türlerinin ve rekabet gücünün artırılması ana başlıklar olarak öne çıkmaktadır.

3.2 İstanbul'da Turizm

İstanbul'un Türkiye turizmi açısından iki açıdan önemi vardır. İlk olarak, İstanbul, bir gelişmekte olan ülke metropoliten kenti olarak Türkiye'nin ekonomik ve sosyal faaliyetlerin, ticari aktivitelerin santralize olduğu bir kenttir. İkinci olarak ise İstanbul, geçmişten bugüne farklı uygarlıkların başkenti olmuş, bu süreçte kültürel değerlerin biriktiği, tarihi açıdan zengin bir kent haline gelmiştir. Antalya, Muğla gibi "deniz-kum-güneş" turizminin ağırlıklı olduğu Türkiye turizmin kültür turizminin en yoğun görüldüğü kent, İstanbul'dur. İstanbul'daki turizm faaliyetleri incelenirken, İstanbul'un ülke içindeki ekonomik rolü ve kentin tarih boyunca

geçirdiği, şu anda kültürel açıdan bu denli zengin bir kent olmasını sağlayan süreç olmak üzere iki unsur dikkate alınmalıdır.

3.2.1 İstanbul’da Etkin Turizm Türleri

İstanbul'da etkin turizm türleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Kültür turizmi (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2011)
- Kongre ve etkinlik turizmi (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2011)
- Kruvaziyer ve yat turizmi (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2011)
- Sağlık turizmi (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2011)
- Golf turizmi (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2011)
- Gastronomi turizmi

3.2.2 İstanbul’un Turizm Vizyonu: 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı

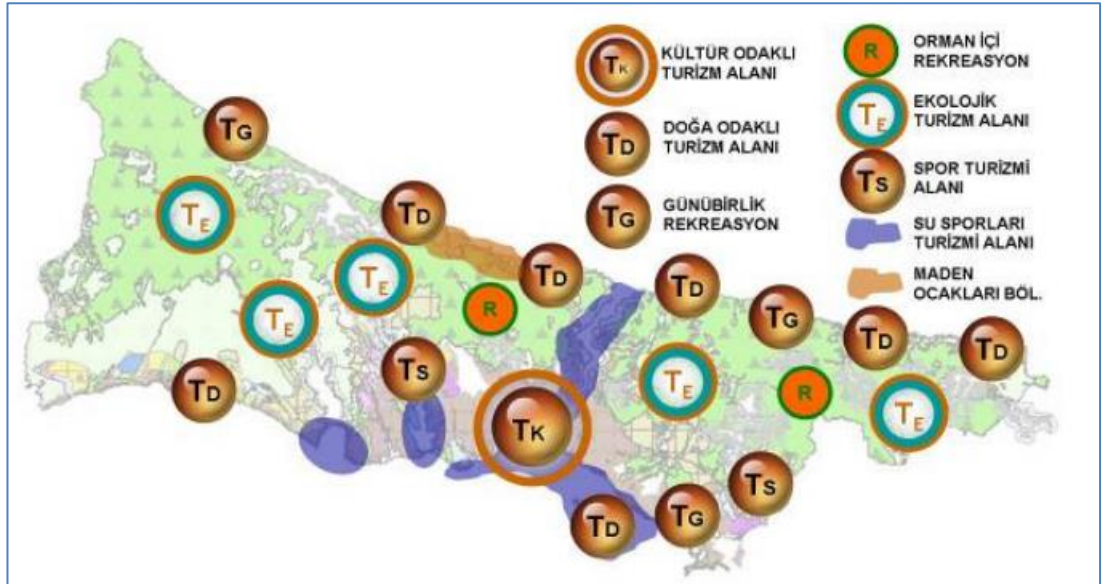
İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı Şehir Planlama Müdürlüğü tarafından hazırlanan 2009 tarihli 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planında (“Plan”) turizm faaliyetlerine verilen önem büyüktür. Plan'ın amacı; “İstanbul’a; sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal kimlik değerleri ile özdeşleşen, kentin öncelikle kültür ve turizm alanlarındaki üstünlüklerini ön plana çıkartan, çevresel, ekonomik ve toplumsal sürdürülebilirlik ilkelerini mekana yansıtarak yaşam kalitesini yükselten, ekonomik yapısını bilim ve teknolojiye dayalı ticaret ve hizmet ağırlıklı bir ekonomiye dönüştüren, etkin ve katılımcı bir kent yönetimi/yönetişimi yapılandırmasında, kurumsal ve mekansal planlarını verimli bir araç olarak kullanan küresel ölçekte güçlenmiş bir kent statüsü kazandırmak,” olarak tanımlanmış olup; amaçta, İstanbul’a küresel ölçekte güçlenmiş bir kent statüsü kazandırmada kültür ve turizm ilk sırada yer almaktadır (1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı, 2009).

Plan'da benimsenen yaklaşımda, Hedef 1. İstanbul’un Küresel Düzeyde Güçlenmesini Sağlamak başlığı altında “Ana Strateji 1: İstanbul’a Sahip Olduğu Kimliği İle Özdeşleşen Dünya Ölçeğinde Kültür Odaklı Turizm Kenti Statüsü Kazandırmak” şeklinde tanımlanmıştır. Bu strateji altında ise “Kentin turizm potansiyelini çevreye, topluma ve kültürel varlıklara zarar vermeden geliştirmek”, “İstanbul’u dünya turizm sektöründe marka haline getirmek” ve “Turizmi İstanbullu

ile bütünleştirmek” politikaları tanımlanmıştır (1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı, 2009).

Plan’da, “İstanbul’daki kültürel aktiviteleri destekleyici altyapı mekanı olarak tarihi doku içerisinde işlevini kaybetmiş mekanların fiziksel olarak iyileştirilerek, buralara kültürel fonksiyonlar verilerek yeniden işlevlendirilmesi öngörülmektedir. Bu bağlamda; eski endüstri alanlarının, aynı zamanda potansiyel kültür, sanat ve festival alanları olarak da kullanılması öngörülmektedir” (1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı, 2009).

Plan’da; yeri, mevkii ve sınırları Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilan edilen turizm merkezleri, bulundukları ilçelere göre tanımlanmıştır. Her ölçekteki planları yapmaya, yaptırmaya, re’sen onaylamaya ve tadil etmeye Kültür ve Turizm Bakanlığının yetkili olduğu turizm merkezlerinde tarihi, kültürel ve doğal değerlerin korunmasını öncelikle gözeten, yerel halkın da dahil edildiği bir turizm yaklaşımının geliştirilmesi önerilmektedir. Planlama sürecinde tarihi çevreyi koruma açısından hassas olan bölgeler ayrıca ele alınmaktadır. İstanbul’un turizm potansiyelinin ve mevcut kapasitesinin değerlendirilebilmesi ve geliştirilmesine yönelik mekansal kararlar; kültür odaklı turizm, doğa odaklı turizm, günübirlik rekreasyon, ekolojik turizm ve sosyal etkinlik adası başlıkları altında belirlenmiştir (Şekil 3.1.).



Şekil 3.1: 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı kapsamında turizme yönelik kararlar

3.2.2.1 Kültür odaklı turizm alanı olarak öngörülen bölgeler

Plan'da; tarihi ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve turizm potansiyelinin yüksek olduğu, Tarihi Yarımada, Haliç, Beyoğlu, Kadıköy, Üsküdar bölgesi için kültür odaklı turizm alanı kararının verildiği görülmektedir.

 stanbul'un küresel düzlemde tanınırılığını ve çekiciliğini arttırmak açısından kültürel mirasın sürdürülebilir bir biçimde değerlendirilmesi için (1/100.000 ölçekli  stanbul  evre Düzeni Planı, 2009);

- Tarihsel mirasın bakım ve onarımının yaygınlaştırılması, restorasyon projelerinin desteklenmesi,
- Endüstri mirası yapıların kültürel amaçlı kullanımının desteklenmesi, bu bağlamda Haliç'in kültür aksı olarak değerlendirilmesi,
- Tematik müzelerin kurulması,
- Tematik kültür gezi güzergahlarının oluşturulması,
-  stanbul'un tarihsel geçmişinin tanıtılması ve markalaştırılması öngörülmektedir.

Doğal, tarihi ve kültürel mirasa sahip olan Tarihi Yarımada ve Beyoğlu Bölgesinin sahip olduğu mirasın sürdürülebilirlik çerçevesinde korunması, geliştirilerek tanıtımının yapılması ve dünyaca önemli turizm alanları arasına girmesi Plan'ın hedefleri arasındadır.

Kültür turizmini ön plana çıkarmak üzere sanat ve kültür merkezleri ile sergi mekanları ve müzelere ilişkin kentsel projelerin geliştirilmesi, kültür endüstrilerinin Tarihi Yarımada içinde kendilerine yer bulması da Plan'da öngörülmektedir. Kültür turizmine yönelik olarak bölgede butik otel tarzında konaklama alanlarının yaygınlaştırılması da öngörülmektedir.

Plan'da Tarihi Yarımada ve Beyoğlu'ndaki kültür turizmini desteklemek üzere, bu alanlarla bütünleşecek şekilde  stanbul'un önemli bir kimliği olan Haliç bölgesinin tarihi kültürel dokusu, peyzajı ve silüetinin korunması ve “Haliç Kültür Aksı” olarak ön plana çıkartılması öngörülmüştür. Bu kapsamda; kentin yeşil aksı olarak tanımlanan Haliç kıyısı boyunca yaya ve yeşil alan sürekliliğinin sağlanması ve kıyı kullanımını olarak kamuya açık park ve rekreasyon alanları, müzeler, kongre alanları oluşturulmalıdır.

3.2.2.2 Doğa odaklı turizm alanı olarak öngörülen bölgeler

Plan'da; İstanbul'un Karadeniz ve Marmara kıyılarında yerleşimin olduğu alanlardan kentlinin ve turistlerin günlük yaşam stresinden kurtulmasına olanak veren potansiyel alanlar için doğa odaklı turizm alanı kararı verilmiştir. Bu doğrultuda, Marmara Denizi kıyılarında, Büyükçekmece, Gürpınar, Silivri, Selimpaşa, Kumburgaz ve Mimarşinan'da; Karadeniz kıyılarında ise Kilyos, Şile, Ağva ve Riva'da deniz potansiyelinden yararlanmak üzere doğa odaklı turizm alanları önerilmektedir.

İstanbul'un deniz turizmi, su sporları (yelken, sörf gibi) kullanımı, kamping alanı ve diğer doğa sporları potansiyelinin değerlendirilebileceği bu alanlarda; otel, motel ve diğer konaklama tesisleri, kamping alanları, izci kampı, spor tesisleri, yeme-içme tesisleri, sosyo-kültürel tesisler ve rekreasyon alanları yer alabilir. Ancak, mevcut tesislerin kapasitelerinin sınırlı tutulması ve gelişimlerinin doğa ile uyumlu olması gerekliliği Plan'da belirtilmiştir.

3.2.2.3 Günübirlik rekreasyon alanı olarak öngörülen bölgeler

Plan'da; Avrupa Yakası'nda Rumelifeneri, Kısırkaya, Kilyos, Zekeriyaköy, Karaburun, Yalıköy, Çatalca ve Alibeyköy'de; Anadolu Yakasında ise Riva, Şile, Ağva'da günübirlik rekreasyon alanları önerilmiştir.

Plan'da orman içi rekreasyon alanları gösterilmemekle birlikte, orman alanlarında orman ekosistemine (flora ve faunanın çeşitliliği ve sürdürülebilirliğine) zarar vermeyecek şekilde (koruma/kullanma dengesi içinde) ve ilgili kurumun uygun görüşü alınmak koşuluyla günübirlik rekreatif kullanımlara izin verilebileceği plan notlarında açıklanmaktadır.

Plan'da ayrıca, Kıyı Kanunu kapsamında kıyıların “kamu yararı ilkesi” esas alınarak kamusal kullanımlarının arttırılmasına yönelik olarak, kentsel yeşil ve günübirlik rekreasyon için düzenlemeler yapılmıştır.

Yukarıda belirtilenlerin dışında, kullanım ömrü biten maden ve taş ocağı alanlarından İstanbul Büyükşehir Belediyesince alt ölçekli planlarda belirlenecek “günübirlik rekreasyona uygun alanlar”, ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak doğa onarımı çalışmaları ile paralel günübirlik rekreasyona yönelik düzenlenebilmesi öngörülmektedir. Bu kapsamda, Eyüp Taş Ocakları ile Karadeniz

kömür ocaklarını İstanbul'da yaşayanların günübürlük rekreasyon ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte ele alınması kararı alınmıştır.

3.2.2.4 Ekolojik turizm alanları olarak öngörülen bölgeler

İstanbul'daki önemli bitki alanları ( BA) ve önemli kuş alanları ( KA), kullanılabilecek ekolojik turizm alanları olarak gösterilmiştir. Bu bağlamda, Plan'da İstanbul'da ekolojik turizm amaçlı kullanılabilecek alanlar aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Terkos ve Kasatura Arasındaki Ormanlık Alan ve Kıyı şeridi
- Ağıl Dere ve Ağaçlı Kumulları
- Gümüşdere (Kilyos) Kumulları
- İstanbul Boğazı'nın Kuzey Kısımları
- Büyükçekmece Gölü
- Küçükçekmece Gölü
- Hadımköy ve Kemerburgaz Arasındaki Mera ve Fundalıklar
- Ömerli Havzası
- Sahilköy ve şile Arasında Kalan Kumullar ve Ormanlar

Yukarıda açıklananların dışında Plan'da, ekolojik dengenin sürdürülebilirliğinin sağlanması için İstanbul'un biyolojik çeşitliliği değerlendirilmiş ve uygun yerlerde ekolojik turizm faaliyetlerinin yapılması öngörülmüştür. Bu doğrultuda; Avrupa Yakasında Çatalca'nın kuzeyinde ve B y k avuşlu'da; Anadolu Yakasında ise Riva ( ğ mce K y   evresi), şile (Hasanlı K y   evresi) ve Ağva'da ekolojik turizm alanları önerilmektedir (şekil 3.2).



Şekil 3.2: 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı kapsamında İstanbul’da ekolojik turizm yapılması öngörülen bölgeler

Köylerde kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi amacı ve doğal, tarihi, kültürel değerlerin korunarak sürdürülebilirliğini sağlamak ilkesi çerçevesinde; ekolojik tarıma uygun olduğu belirlenen köylerde, köy halkına ekolojik tarım eğitimi verilerek tarımsal yapının geliştirilmesi için Silivri’de tarımsal üretim teknolojilerini geliştirme parkı önerilmiştir.

3.2.2.5 Sosyal etkinlik adaları olarak öngörülen bölgeler

Plan’da; Marmara Denizi’nde, yapılacak bilimsel araştırmalar (deniz ekosistemi, dip akıntıları vb.) sonucunda ilgili kurumların görüşleri doğrultusunda günübirlik turizm, rekreasyon, eğlence, festival, toplantı gibi etkinliklere yönelik “sosyal etkinlik adası” niteliğinde yapay adalar yapılabilmesi öngörülmüştür.

3.2.2.6 Turizm çeşitliliği

Kentin turizm altyapısının güçlendirilmesi ve turiste sunulan olanakların çeşitlendirilmesinin yanı sıra yakın çevrede farklı çekim odaklarıyla bütünleşmenin sağlanmasının önemi, Plan’da belirtilmektedir. Bu kapsamda, Pierre Loti ile Eyüp Merkez Bölgesi arasında hizmet veren teleferik hizmetinin kentin farklı cazibe noktalarında da verilmesi olanakları Plan’da vurgulanmıştır. Atatürk Olimpiyat Parkı, Avcılar-Firuzköy Fuar Alanı, Küçükçekmece İç-Dış Kumsal ve Küçükçekmece Gölü açıklarında yapılması öngörülen sosyal etkinlik adası arasında verilebilecek teleferik, havaray, monoray vb. Hizmetleri de yine Plan’da belirtilmiştir.

Turizmin çeşitlendirilmesi ilkesi kapsamında kongre turizmine yönelik altyapının geliştirilmesi Plan'da öngörülmüştür. Bunu sağlamak için kentin kültürel altyapısının geliştirilmesi, kent içi ulaşım sorunlarını hafifletecek ve çeşitli odaklar arasında rahat ulaşım imkanları sağlayacak çözümlerinin yaşama geçirilmesi, İstanbul'da görece eksikliği tespit edilen 3 yıldızlı ve özel belgeli tesis (butik otel) kapasitesini arttıracak önlemlerin alınması gerekliliği Plan'da vurgulanmıştır. Kongre turistinin profili ve beklentileri gereği İstanbul'u her zaman yaşayan canlı, şenlikli bir kent haline getirmek, kültür ve sanat ortamını geliştirerek kenti kongre turizmine hazır hale getirmek de Plan'da önerilmiştir.

Plan'da; İstanbul'u küresel düzlemde tanıtmak ve çekiciliğini arttırmak açısından uluslararası kültür ve sanat festivallerinin bir fırsat olarak kullanılması öngörülmüştür. Festivallerin organizasyonu için bulunan çeşitli kısıtların giderilmesi ve desteklerin arttırılması Plan'da önerilmektedir.

Plan'da; Salı Pazarı, Haydarpaşa, Haliç kıyıları, Kağıthane ve Alibeyköy'de depolama ve sanayi işlevinden dönüşebilecek alanların; uluslararası nitelikteki festivaller için çok fonksiyonlu, donanımlı bir festival ve kültür alanı olarak düzenlenmesi öngörülmüştür. Daha büyük alan gereksinimi olan açık hava festivalleri için ise Hazerfen Havaalanı ve Maltepe Bölge Parkı uygun seçenekler olarak gösterilmiştir.

Plan'da; Haliç kıyıları, Salıpazarı Limanı, Haydarpaşa Limanı gibi bölgeler merkezi konumları sebebiyle müzeler için ideal yerler olarak gösterilmektedir.

Kruvaziyer turizmi de, İstanbul'un değerlendirmesi gerekli bir diğer turizm çeşidi olarak belirtilmiş olup, buna yönelik olarak Plan'da Salıpazarı, Haydarpaşa ve Zeytinburnu (Zeyport) limanlarının kruvaziyer liman olarak hizmet vermesi; ilave olarak Kartal'da da kruvaziyer liman yapılması önerilmiştir. İnanç turizmi potansiyelinin de değerlendirilerek, hedef kitle olan üç büyük semavi dinin özellikle özel günlerini kapsayacak organizasyonlar yapılması Plan'da önerilmektedir.

Spor turizminin geliştirilmesi kapsamında da, İstanbul'da son yıllarda gerçekleştirilen spor organizasyonlarının (Formula 1, motor sporları, sürat teknesi yarışı) yanı sıra kentin imajını arttıracak ve turizm açısından cazibe noktası haline getirecek çeşitli uluslararası spor organizasyonlarının üstlenilmesi, gerçekleştirilen

çeşitli organizasyonların (Avrasya Maratonu vb.) ise tanınırlılığının ve katılımın artırılması da Plan'da önerilmektedir.

Sağlık turizmi de Plan'da İstanbul'da son dönemde ön plana çıkan bir diğer turizm çeşidi olarak gösterilmiştir. Plan'da, mevcut sağlık tesislerinin hizmet kalitelerinin daha da geliştirilerek mevcut talebin artırılması; kentteki turizm olanaklarının çeşitlendirilmesiyle de İstanbul'a sağlık sorunları sebebiyle gelen hastaların tedavi sonrası kalış sürelerinin uzatılmasını sağlayacak ve tüketici ile sağlık turizmi sektörünü buluşturacak profesyonel organizasyonların geliştirilmesi öngörülmüştür. Plan'da sağlık turizmi ile ilgili olarak sağlık parkı önerisi de yer almaktadır.

Sağlık turizmi kapsamında değerlendirilecek bir diğer potansiyel de Tuzla'daki içmelerdir. Tuzla içmelerinin ve çevresinin yenilenerek, kentte ve bölgede yaşayanların hizmetine sunulması Plan'da önerilmiştir.

İstanbul'un yakın çevresiyle turizm bütünleşmesi sağlaması ve bu doğrultuda kente gelen turistlerin Çanakkale (Truva, Gelibolu Milli Parkı), Yalova (Termal), Bursa (Uludağ), Bolu (Kartalkaya, Abant), Sakarya (Sapanca), Balıkesir (Marmara Adaları) ve Trakya (Yıldız Dağları, Longoz Su Basar Ormanları) gibi önemli turizm odaklarına yönlendirilmesinin kente gelen turistlerin kentte kalış süresini arttırması Plan'da öngörülmüştür. Türkiye Turizm Stratejisi–2023 Kavramsal Eylem Planı'nda da vurgulanan bu konunun başarılabilmesi için bu olanakların etkin bir şekilde tanıtılması, paket turlar halinde organize edilip pazarlanması ve alt yapı eksikliklerinin giderilmesi gerekliliği Plan'da vurgulanmaktadır.

4. İSTANBUL ANADOLU YAKASI'NDAKİ KENT OTELLERİNİN MEVCUT MEKÂNSAL DAĞILIMI VE YER SEÇİM KRİTERLERİ

İstanbul'daki turizm tesislerinin konumlanması incelendiğinde, tarihi değerlerin ve kültürel fonksiyonların yoğunlaştığı bölgeler olan Fatih ve Beyoğlu İlçeleri ile iş merkezleri ve finans, ticaret ve alışveriş fonksiyonlarının yoğunlukta olduğu Şişli İlçesinde turizm işletmelerinin de yoğunlaştığı görülmektedir. Turizm ve Kültür Bakanlığına kayıtlı turizm işletmelerinin kuruluş tarihleri incelendiğinde Avrupa Yakası'ndaki mevcut turizm işletmelerinin kuruluş yılları 1950'lere kadar uzanırken, yakın geçmişe kadar bir sayfiye yeri fonksiyonu gören Anadolu Yakasında mevcut turizm işletmelerinin daha yakın tarihlerde kurulduğu görülmektedir. Buradan çıkarılmaktadır ki Avrupa Yakası otelciliğiyle karşılaştırıldığında Anadolu Yakası otelciliği yeni yeni gelişmektedir. Özellikle 2010 yılından beri Anadolu Yakasında kurulan büyük yatak kapasiteli turizm işletmeleri de bunu kanıtlar niteliktedir.

Bu bölümde İstanbul'da Turizm ve Kültür Bakanlığı'na kayıtlı turizm işletmelerinin konumları, coğrafi bilgi sistemleri kullanılarak incelenecek, farklı büyüklükte, kapasitede ve yaştaki turizm işletmelerinin yer seçim kriterleri irdelenecek ve farklılıkları, İstanbul'un iki yakası özelinde vurgulanacaktır. Bu sayede bu tezin çalışma konusunu oluşturan Anadolu Yakası turizm işletmelerinin özellikleri, dolayısıyla burada yapılan yatırımların doğası kavranacaktır.

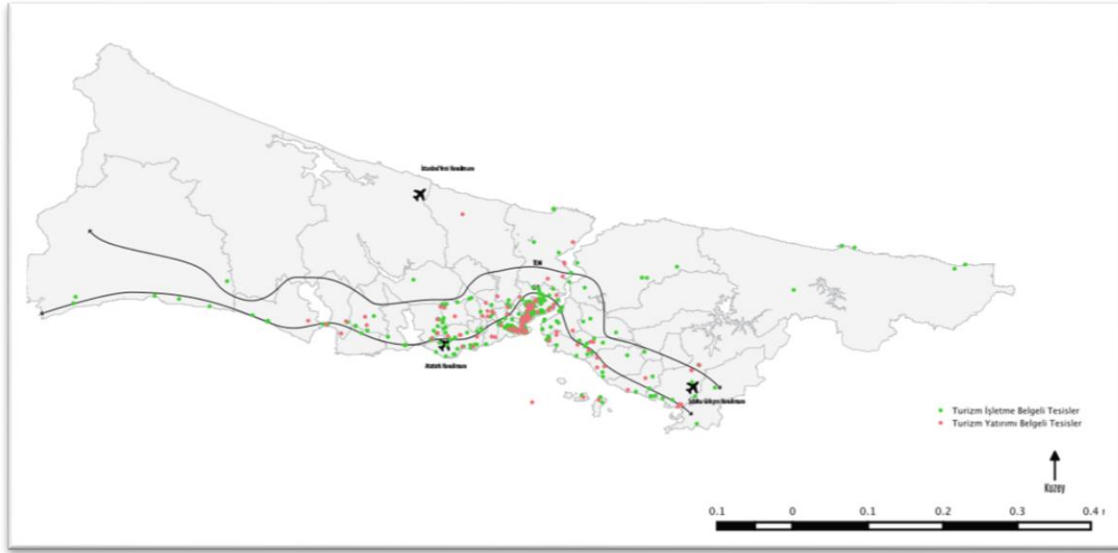
4.1 İstanbul'daki Kent Otellerinin Sınıflandırılması ve İncelenmesi

Bu çalışmada turizm tesislerinin verileri direkt olarak Turizm ve Kültür Bakanlığı'ndan alındığından, İstanbul'daki turizm işletmelerini incelemeden önce Bakanlık tarafından yapılan bir sınıflandırma olan “Turizm Yatırımı” ve “Turizm İşletmesi” kavramlarını ayırt etmek önemlidir.

21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre “Turizm Yatırımı Belgesi” Bakanlıkça turizm tesislerine yatırım aşamasında verilen

belgeyi ifade eder (www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr, Erişim tarihi: 9.11.2016). “Turizm İşletmesi Belgesi” ise 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre, Bakanlıkça turizm tesislerine işletme aşamasında verilen belgeyi ifade eder (www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr, Erişim tarihi: 9.11.2016). Turizm Yatırımı Belgeli tesisler, yatırımlarının tamamlanması ve işletmeye açılmaları halinde denetim programına alınmakta ve Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından uygun görüldüğü takdirde Turizm İşletme Belgeli tesis statüsüne ulaşmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada yalnızca Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne kayıtlı Turizm İşletme Belgeli turizm tesisleri yer seçim kriterleri bağlamında incelenecektir.

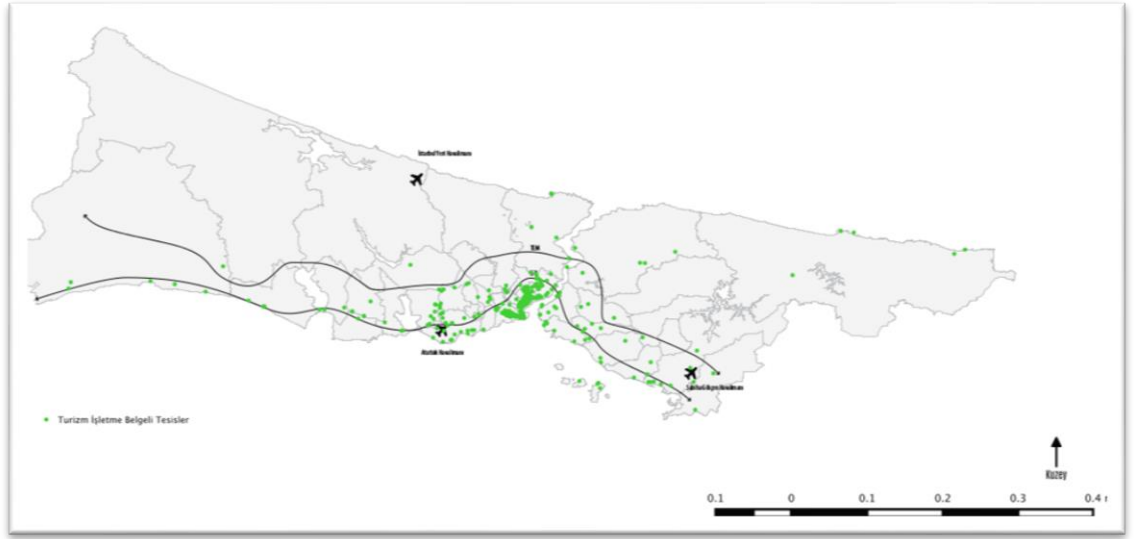
Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nden alınan 20.09 2016 tarihli verilere göre İstanbul’da Turizm İşletme Belgesine sahip 518 adet turizm tesisi, Turizm Yatırımı Belgesine sahip ise 177 turizm tesisi bulunmaktadır. İstanbul’da konumlanan turizm tesislerinin, ilerleyen sayfalarda daha detaylı inceleneceği üzere; Fatih, Beyoğlu ve Şişli İlçelerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Şekil 4.1).



Şekil 4.1: İstanbul’daki Turizm İşletme Belgeli ve Turizm Yatırımı Belgeli Turizm Tesisleri (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

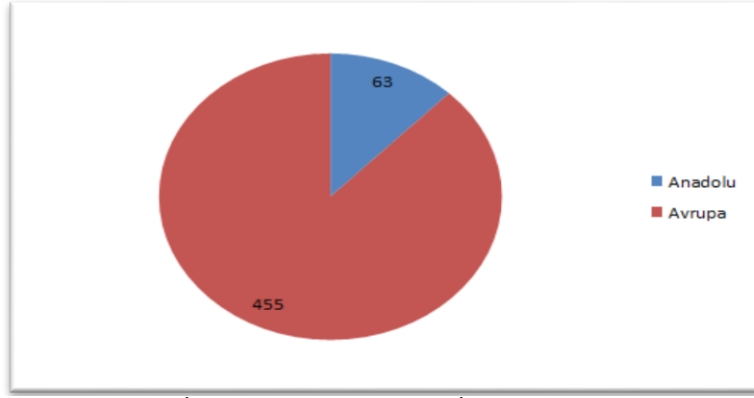
Hem Turizm İşletme Belgeli hem de Turizm Yatırım Belgeli turizm tesislerinin İstanbul kent mekanında dağılımına bakıldığında Fatih İlçesi sınırları içinde bulunan ve İstanbul'un kültürel ve tarihi zenginliklerinin büyük kısmının konumlandığı Tarihi Yarımada'da turizm işletmelerinin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Beyoğlu ve Şişli'nin yanı sıra Avrupa Yakasında Atatürk Havalimanının sınırlarında barındıran ilçe olan Bakırköy ve yine Atatürk Havalimanına yakın ilçeler olan Küçükçekmece ve Bahçelievler'de bir yoğunlaşma görülmektedir. Atatürk Havalimanının daha batısındaki turizm işletmeleri ise güney kıyı şeridi ve E-5 civarında konumlanmaktadır.

Anadolu Yakası ve Avrupa Yakası arasında konumlanan turizm tesis sayılarının oranı, yalnızca Turizm İşletme Belgeli tesisler ele alındığında da pek değişmemektedir. İstanbul İli genelindeki 518 adet turizm işletmesinin mekansal dağılımı incelendiğinde turizm tesislerinin 455 Avrupa Yakası'nda konumlandığı görülmektedir (Şekil 4.2).



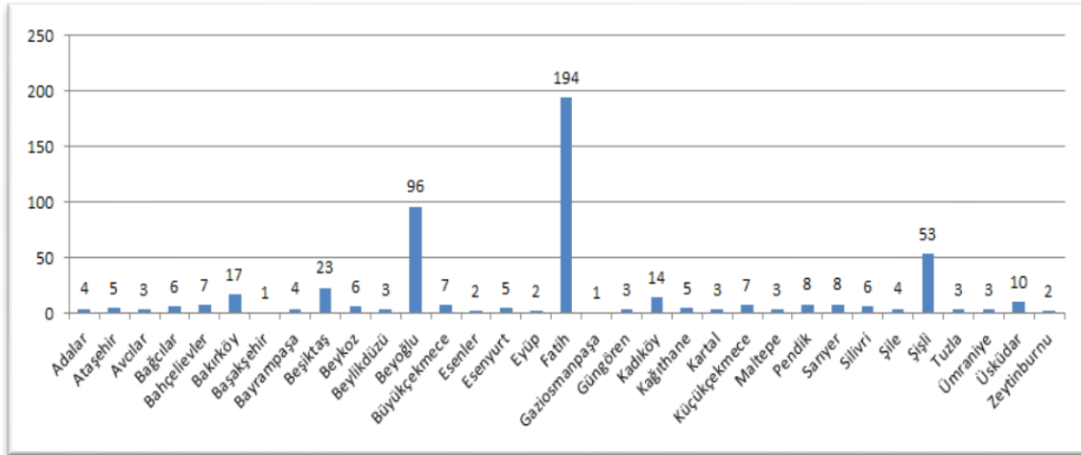
Şekil 4.2: İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleri (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

Bu rakamlar göstermektedir ki İstanbul'daki turizm tesislerinin %87,84'ü Avrupa Yakası'ndadır. Buna paralel olarak, Anadolu Yakası'nda ise 63 adet Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisi bulunmaktadır. Yani Anadolu Yakası, İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesislerinin %12,16'sını barındırmaktadır (Şekil 4.3).



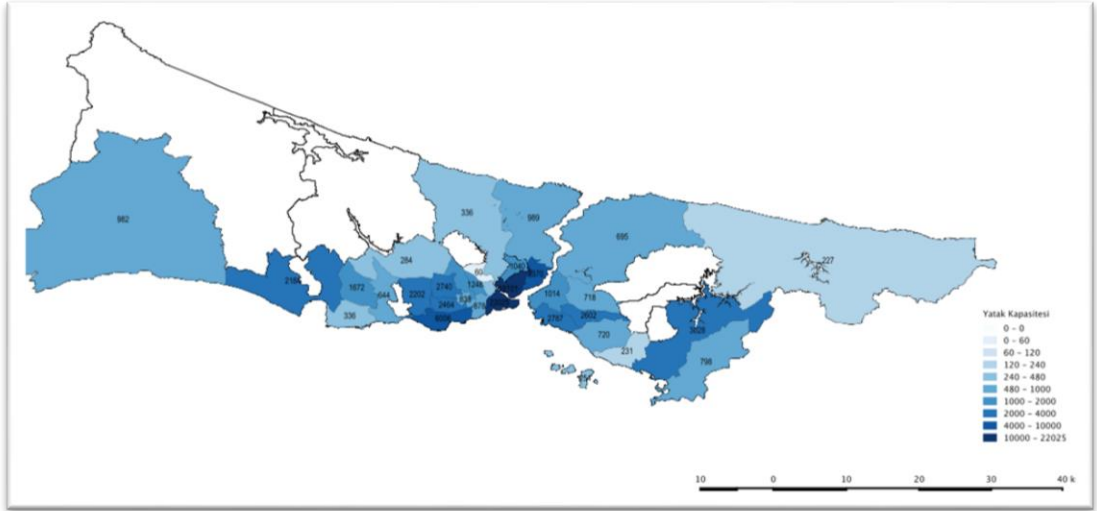
Şekil 4.3: İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Tesis Sayısının Yakalara Göre Dağılımı

İstanbul İli genelindeki turizm işletmelerinin ilçelere göre dağılımı incelendiğinde, Fatih İlçesi, Turizm İşletme Belgesine sahip 194 turizm tesisi ile İstanbul İli genelindeki turizm tesislerinin yaklaşık 1/3'ünü (%37,45'ini) sınırları içinde bulundurmaktadır. Fatih İlçesini, Turizm İşletme Belgesine sahip 96 turizm tesisi ile Beyoğlu İlçesi ve Turizm İşletme Belgesine sahip 53 turizm tesisi ile Şişli İlçesi izlemektedir (Şekil 4.4).



Şekil 4.4: İstanbul İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Sayısı

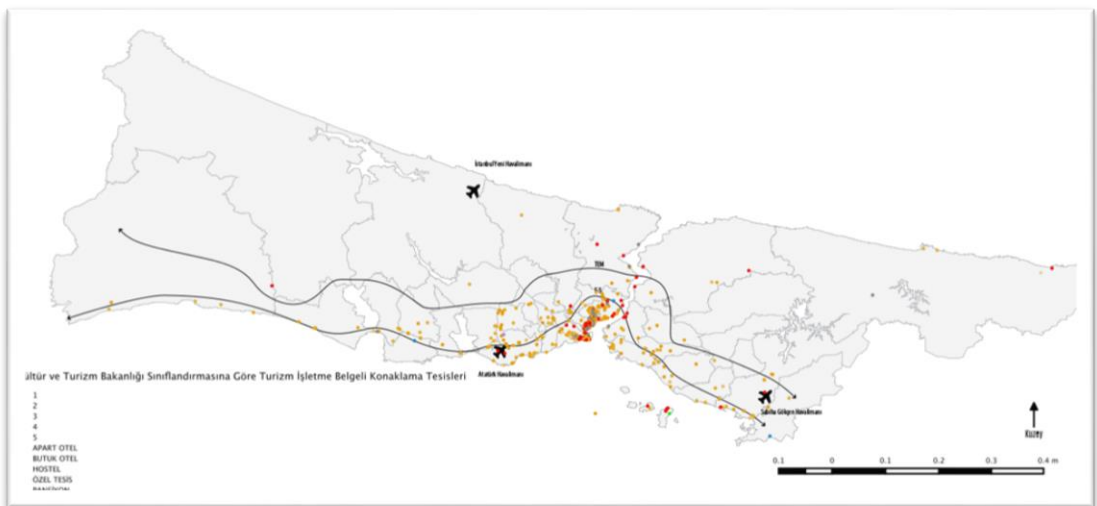
Sınırları içinde bulunan Turizm İşletme Belgeli Tesis sayısına paralel şekilde, en fazla yatak kapasitesine sahip ilçe de 22.025 kapasite ile Fatih'tir. Fatih'i 18.101 yatak kapasitesi ile Beyoğlu ve 14.775 kapasite ile Şişli takip etmektedir (Şekil 4.5).



Şekil 4.5: Sınırları İçinde Bulunan Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Toplam Yatak Kapasitelerine Göre İstanbul İlçelerinin Karşılaştırılması (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

4.1.1 İstanbul'daki kent otellerinin işletme niteliğine göre mekansal dağılımı

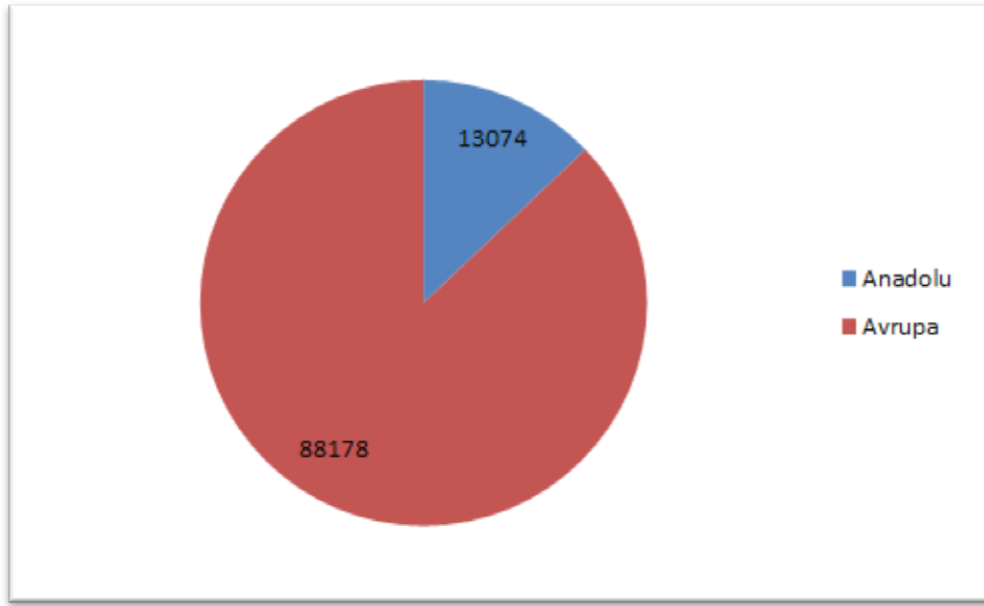
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İşletme Belgesiyle tesisleri yetkilendirirken turizm işletme niteliği kazanan tesisleri işletme niteliğine göre sınıflandırmaktadır. Bakanlığın Eylül 2016 tarihli verisine göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgesine sahip 518 turizm tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin 90 adedi 5 yıldızlı, 118 adedi 4 yıldızlı, 110 adedi 3 yıldızlı, 44 adedi 2 yıldızlı, 7 adedi 1 yıldızlı turizm işletmeleridir. Yine bu tesislerin 4 adedi pansiyon, 123 adedi özel tesis, 17 adedi butik otel, 3 adedi apart otel ve 2 adedi hostel statüsünde sınıflandırılmıştır (Şekil 4.6).



Şekil 4.6: İstanbul'daki Turizm ve Kültür Bakanlığınca Özel Tesis Olarak Sınıflandırılan Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleri (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

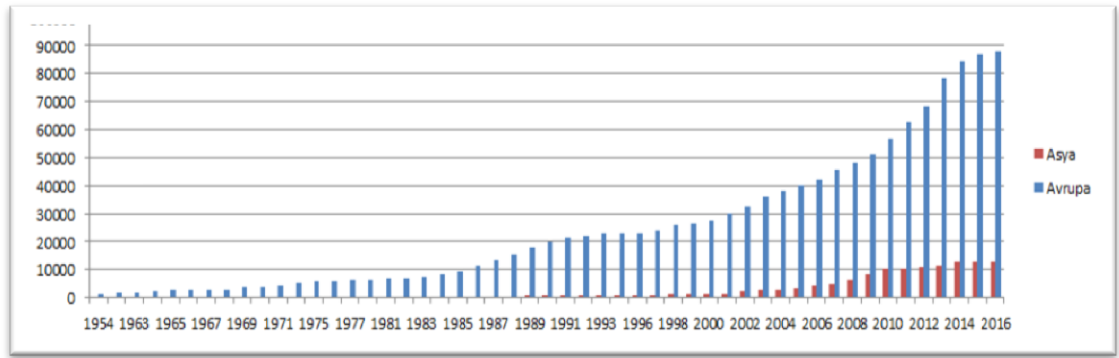
4.1.2 İstanbul'daki kent otellerinin işletme büyüklüğüne göre mekansal dağılımı

İstanbul İli genelinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne kayıtlı Turizm İşletme Belgesine sahip turizm tesislerinin toplam yatak kapasitesi 101.252'dir. Bu yatak kapasitesinin İstanbul İlının iki yakasına dağılımı incelendiğinde, tesis sayısı karşılaştırmasına bir paralellik göze çarpmaktadır. 101.252 yataktan oluşan toplam kapasitenin 88.178'i Avrupa Yakası'ndaki, 13.074'ü ise Anadolu Yakası'ndaki turizm tesislerinden gelmektedir. Bu demek oluyor ki İstanbul'daki turizm tesislerinin yatak kapasitelerinin %87,09'u Avrupa Yakasında, %12,91'i Anadolu Yakasında bulunmaktadır (Şekil 4.7).



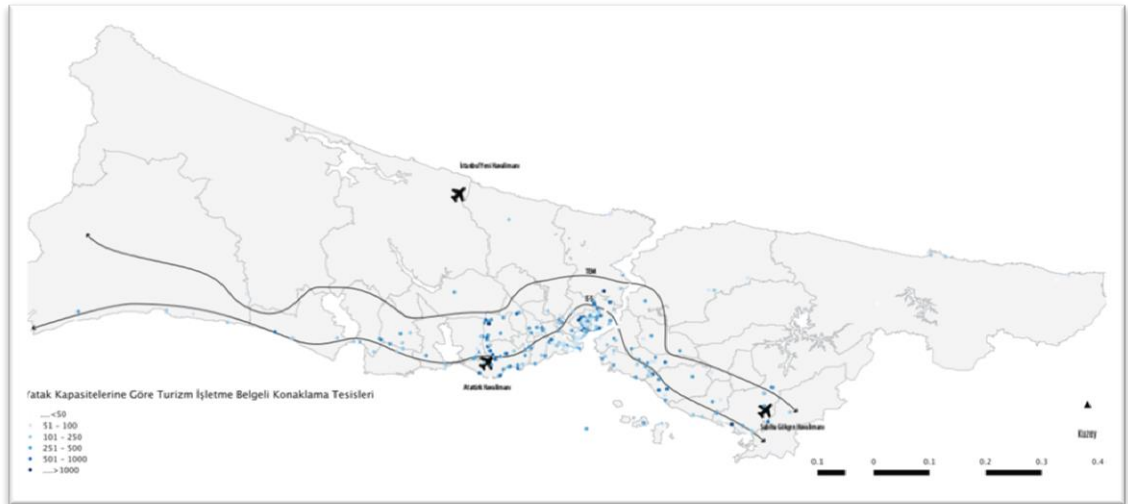
Şekil 4.7: İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Toplam Yatak Kapasitelerinin Yakalara Göre Dağılımı (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

İstanbul'daki mevcut turizm tesisi stoğunun yatak kapasitesinin zaman içindeki değişimine baktığımızda, tesis sayıları konusunda görülen farklılık yatak kapasiteleri konusunda da göze çarpıyor. Avrupa Yakası, İstanbul'un yatak kapasitesi ihtiyacını 1990'lara kadar tek başına üstlenmiştir. Şu anda Avrupa Yakasında 88,178 olan yatak kapasitesinin 1985 ve 2000 yıllarında olmak üzere iki kere ivme kazandığı görülmektedir. Anadolu Yakasında ise şu anda 13,074 olan yatak kapasitesi 1990'lu yıllarda oluşmaya başlamış ve 2000'li yıllardan sonra ivmelenerek artmıştır (Şekil 4.8).



Şekil 4.8: Yıllara Göre İstanbul'daki Turizm İşletmelerinin Toplam Yatak Kapasitesi

Anadolu Yakası'nın yatak kapasitesini, 2010 yılından bu yana kurulan turizm işletmelerinin arttırdığı görülmektedir. 2010 yılından önce kurulmuş olan ve Kadıköy gibi yoğun kentsel dokuya sahip bölgelerdeki tesisler genellikle 50-100 arasında yatak kapasite sahip işletmelerdir. Ancak 2010 yılından bu yana Kartal ve Pendik'te, 1000 yatak kapasitesine kadar çıkabilmiş turizm işletmelerinin kurulmuş olduğu görülmektedir (Şekil 4.9).

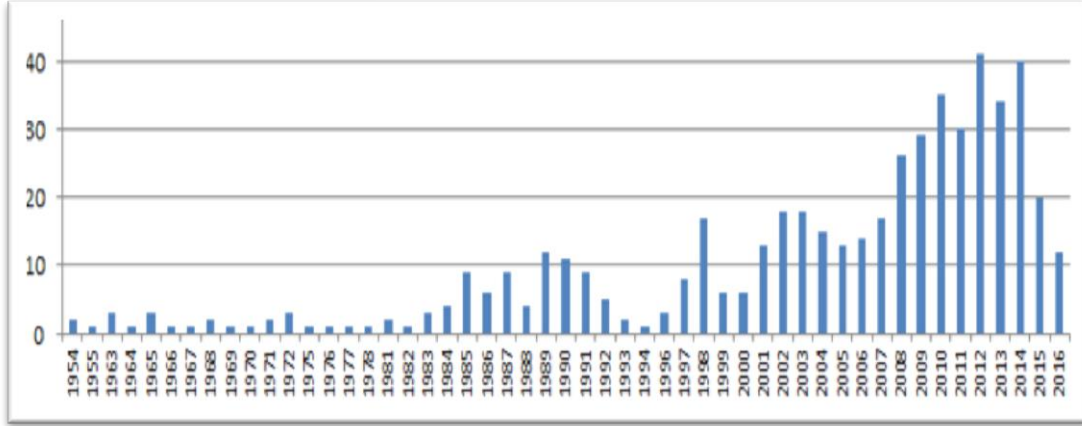


Şekil 4.9: Yatak Kapasitelerine Göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleri (Kaynak: Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

4.1.3 İstanbul'daki kent otellerinin işletme yaşına göre mekansal dağılımı

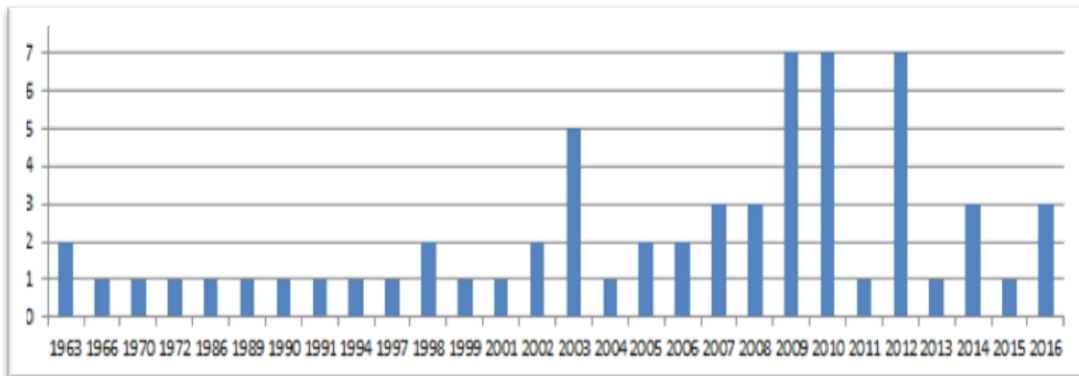
İstanbul İli genelindeki mevcut turizm işletmelerinin kuruluş yıllarına bakıldığında, turizm işletmesi sayısının artış hızında 1985 ve 2000 yıllarındaki kırılmalar/ivmelenmeler göze çarpmaktadır. İstanbul'un mevcut turizm işletmesi stoğunun oluşturulmasında ilk kayda değer hız artışı, 1985-1990 yılları arasında görülmektedir. İstanbul İli genelinde toplam 518 turizm işletmesinden 51'i, yani yaklaşık %9,84'ü bu dönemde kurulmuştur.

İstanbul İli genelinde Turizm İşletme Belgesine Sahip Turizm İşletmelerinin kayda değer şekilde arttığı ikinci dönem ise 2001 yılı sonrası olarak göze çarpmaktadır. İstanbul'daki mevcut 518 adet turizm işletmesinin 375 adedi, 2001 yılından sonra hayata geçmiş olan turizm işletmeleridir. Bu tesislerden 212 adedi ise 2010 yılından itibaren kurulan Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleridir (Şekil 4.10).



Şekil 4.10: İstanbul'daki Mevcut Turizm İşletme Belgesine Sahip Turizm Tesislerinin Kuruluş Yılları

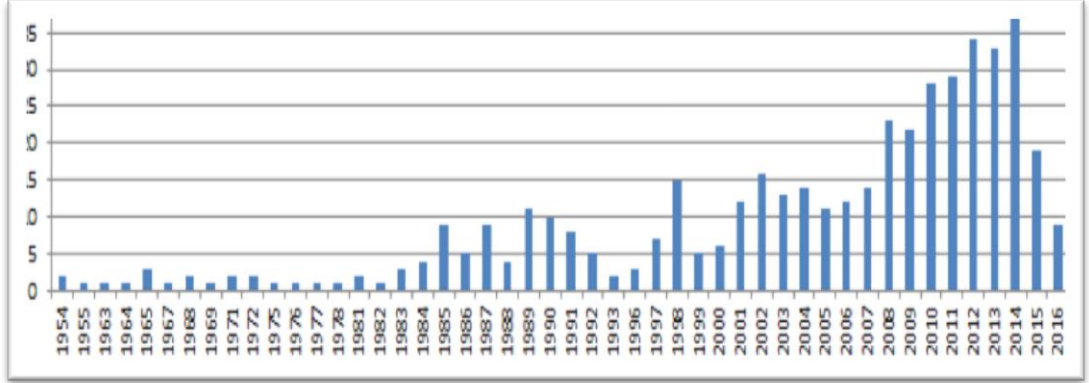
İstanbul'un Anadolu Yakasında konumlanan turizm işletmelerinin kuruluş yıllarına bakıldığında da yoğunluğun İstanbul geneline paralel bir şekilde 2001 yılından sonra kurulan tesislerde olduğu görülmektedir. Mevcut 63 tesisten 49'unun Turizm İşletme Belgesi tarihi 2001 ve sonraki yıllar olarak belirtilmiştir. Bu tesislerin 23'ü ise 2010 ve sonraki yıllarda Turizm İşletmesi statüsünü kazanmıştır.



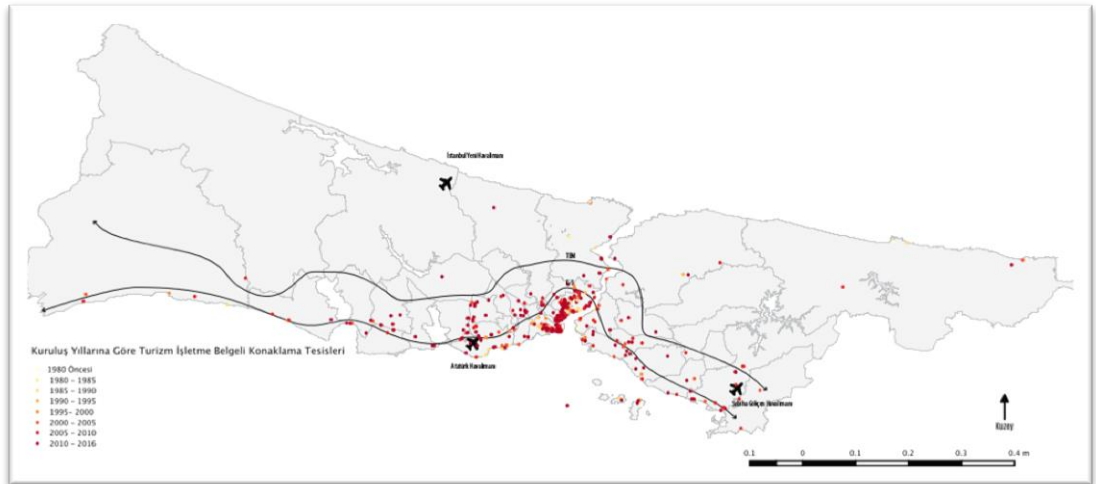
Şekil 4.11: İstanbul'un Anadolu Yakasında Konumlanan Turizm İşletme Belgesine Sahip Turizm Tesislerinin Kuruluş Yılları

Benzer şekilde, Avrupa Yakasında konumlanan turizm işletmeleri kuruluş yıllarına göre incelendiğinde , Avrupa Yakasındaki Turizm İşletme Belgesine sahip 455

turizm tesisinin 326'sının 2001 ve sonraki yıllarda kurulmuş olduğu görülmektedir. Avrupa Yakası'nda 2010 ve sonraki yıllarda hayata geçen Turizm İşletme Belgeli tesislerin sayısı ise 189'dur (Şekil 4.12 ve Şekil 4.13).



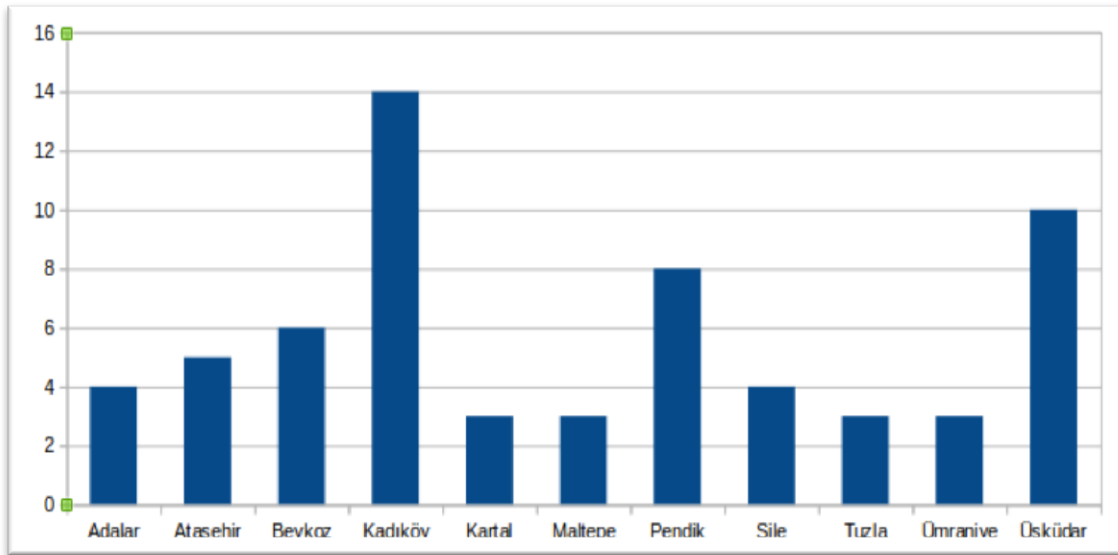
Şekil 4.12: İstanbul'un Avrupa Yakasındaki Mevcut Turizm İşletme Belgesine Sahip Turizm Tesislerinin Kuruluş Yılları



Şekil 4.13: Kuruluş Yıllarına Göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

4.2 İstanbul Anadolu Yakası'ndaki Kent Otellerinin Mekansal Dağılımı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan 20.09 2016 tarihli verilere göre İstanbul'da Turizm İşletme Belgesine sahip 518 adet turizm tesisinin 63 adedinin Anadolu Yakasında konumlandığı üstteki satırlarda belirtilmiştir. Anadolu Yakası'nda konumlanan turizm işletmelerinin sayıca en fazla olduğu ilçe, 14 turizm işletmesi ile Kadıköy'dür. Kadıköy'ü 10 tesis ile Üsküdar ve 8 tesis ile Pendik izlemektedir (Şekil 4.14).



Şekil 4.14: İstanbul'un Anadolu Yakasındaki İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Sayısı

Anadolu Yakası'ndaki Turizm İşletme Belgeli tesislerin mekansal dağılımı incelendiğinde ise Kadıköy ve Üsküdar ilçelerindeki yoğunlaşma kendini göstermektedir. Bunun yanı sıra görülmektedir ki Anadolu Yakası'nda tesisler özellikle E-5 olmak üzere iki ana ulaşım aksı (E-5 ve TEM otoyolları) üzerinde konumlanmaktadır. Öte yandan İstanbul'un tarihi boyunca bir merkez fonksiyonu görmüş olan Fatih ve Beyoğlu İlçelerindeki kültürel ve tarihi değerlerle rekabet açısından Anadolu Yakası'nın pek şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle bir sonraki bölümdeki anket çalışmasında da görüleceği üzere Anadolu Yakası'ndaki turizm işletmeleri (Şekil 4.15) kendilerini iş oteli olarak kategorize etmektedir.



Şekil 4.15: İstanbul'un Anadolu Yakası'nda konumlanan Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleri (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2016)

Bundan yola çıkarak söylenebilir ki Anadolu Yakası'ndaki turizm tesisleri çoğunlukla karayolu ana ulaşım bağlantılarına göre konumlanmaktadır. Yalnızca Adalar, Şile ve Beykoz İlçelerindeki turizm işletmeleri doğa ve kültür turizmi amacıyla kurulmuş turizm tesisleri olarak nitelenebilirler.

4.3 İstanbul Anadolu Yakası'ndaki Kent Otellerinin Arazi Kullanımı ile Olan Etkileşimi

Kent ölçeği ve altyapı açısından önemli yatırımlar olan kent otelleri, geliştirildiği bölgeleri fiziksel, ekonomik ve sosyal açılardan etkilemektedir. Bir kent oteli yatırımı; bulunduğu bölgede fiziksel boyutta arazi kullanımı, ulaşım bağlantıları ve çevre düzenlemelerine; sosyal ve ekonomik boyutlarda ise gelir seviyesini, istihdamı, bölgedeki nüfusu etkileyerek kentle pek çok kanaldan etkileşimde bulunmaktadır. Kent otellerinin arazi kullanımına etkileri; civar bölgelerde konut alanlarının ve ticari alanların gelişmesi, rekreasyon alanlarında fiziki kalitenin artması, ulaşım olanaklarının gelişmesi olarak sıralanabilir.

Önceki bölümlerde Avrupa Yakası otelciliğine nazaran daha geç geliştiği ve tarihi cazibe merkezlerinden uzak olmasından kaynaklanan eğilimiyle ana ulaşım bağlantılarına göre konumlanmakta olan Anadolu Yakası kent otelleri de geliştirildikleri bölgelerde arazi kullanım yoğunluğunu arttırmakta ve bulunduğu fiziksel çevreye dönüştürücü etkide bulunmaktadır.

Aşağıda Anadolu Yakasındaki bazı kent otellerin bulunduğu bölgelerin, söz konusu otellerin hayata geçmesinden önce ve sonraki dönemlerde alınan uydu görüntüleri verilerek söz konusu fiziksel etkiler görsel olarak vurgulanmaktadır. Kaynak olarak İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Coğrafi Bilgi Sistemi, 1/5000 ölçekli Ortofoto görüntülerinden yararlanılmıştır.

Pendik'te konumlanan Green Park Pendik Otelinin bulunduğu bölgenin 2006, 2013 ve 2015 yıllarında alınan uydu görselleri karşılaştırıldığında görülmektedir ki Green Park Pendik'in çevresinde rekreasyon alanı düzenlenmiş ve civar mahallelerde yaşayanların kullanabileceği bir hale getirilmiştir (Şekil 4.16, 4.17 ve 4.18). Ayrıca Green Park Pendik Oteline komşu yapı adalarından başlayarak yapı yoğunluğunun arttığı gözlemlenmektedir.



Şekil 4.16: Green Park Pendik, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Şekil 4.17: Green Park Pendik, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Şekil 4.18: Green Park Pendik, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

Altunizade meydanına yakın konumlu Hotel Mercure'un bulunduğu alanın 2006 yılına ait ortofoto görüntüsüne bakacak olursak; otelin henüz yapılaşmamış olduğu görülmekte; bununla birlikte, yakın çevrede yapılaşmamış boş alanların ve plansız yapılaşmaya maruz kalmış alanların bulunduğu gözlemlenmiştir. (Şekil 4.19).



Şekil 4.19: Mercure Altunizade, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

2013 yılı ortofoto görüntüsünden; 2006 yılında yapılaşma olmayan alanların tamamının yapılaştığı, 2012 yılında 6306 sayılı Kanun ile başlayan Kentsel Dönüşüm girişimleri ile düzensiz yapılaşmış alanın yapılardan temizlendiği, metrobüs

ulaşımına ilave olarak D-100 Altunizade kavşağı üzerinde Üsküdar-Ümraniye metro hattının da hayata geçecek olmasıyla bölgenin ulaşım ve erişebilirlik anlamında herhangi bir probleminin kalmayacağı söylenebilir (şekil 4.20).



şekil 4.20: Mercure Altunizade, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

Bugün, Hotel Mercure’un çevresi bazı holdinglerin merkezlerinin konumlandığı, daha çok alçak katlı iş merkezleri, ofis, banka, yol boyu ticaret ve neredeyse yok denecek kadar ikamet amaçlı kullanımlara dönüşmüştür (şekil 4.21).

Bölgede halihazırda seçilen otel dışında başka bir otelin bulunmayışı, çevresinin yönetim ve iş merkezi haline gelmesi otelin az ayıdaki odasının doluluk oranını kolayca arttırmıştır.



Şekil 4.21: Mercure Altunizade, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

Tuzla'nın gelişmekte olan kuzey kesimine konumlanmış olan Sidona Otel'in çevresinde hem ulaşım bağlantılarının hem de belli bir uzaklığa kadar olan yapı adalarındaki yapı yoğunluğunda çarpıcı bir değişim gözlemlenmekte (Şekil 4.22, 4.23 ve 4.24).



Şekil 4.22: Sidona Otel, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



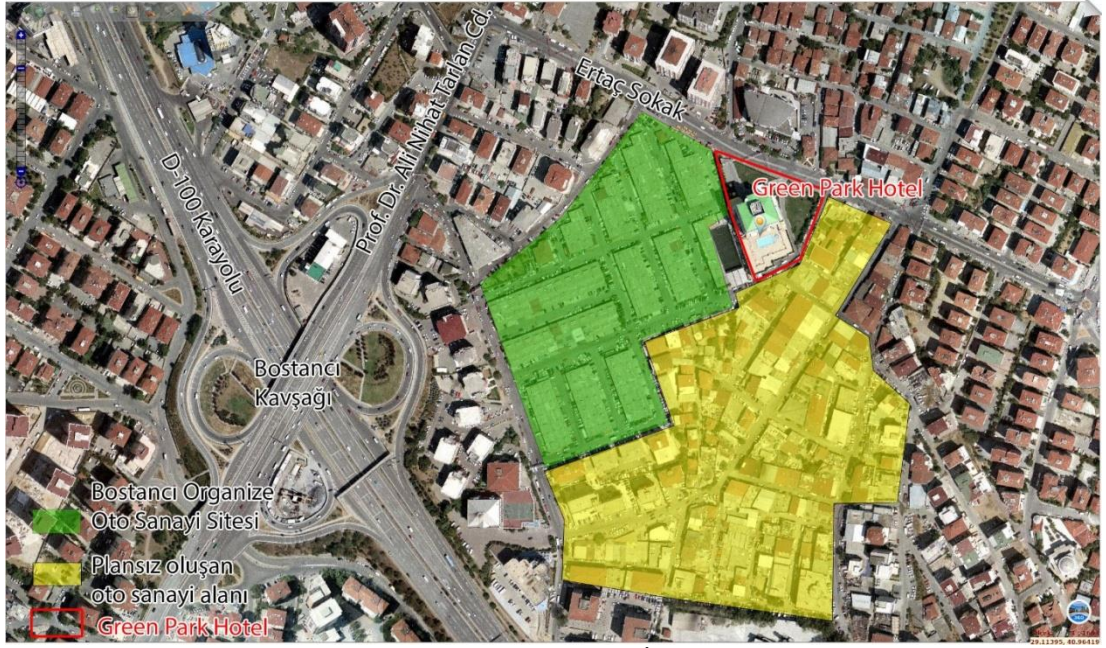
Şekil 4.23: Sidona Otel, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Şekil 4.24: Sidona Otel, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

İstanbul'un Anadolu yakasında en eski yerleşimlerinden olan İçerenköy mahallesi, bugün Ataşehir ilçe sınırlarındadır. 1975-1980'li yıllardan itibaren yapılaşma başlayan mahallenin D-100 karayoluna yakın konumlu olması, bu yıllarda organize olan oto sanayi sitesinin yer seçimine sahne olmuştur. 2006 yılı ortofoto görüntüsüne bakıldığında bostancı organize oto sanayi sitesinin yanında dağınık ve organize olmayan bir şekilde yer seçimi yapan küçük sanayinin devam ettiği görülmektedir. 2000'li yılların başında yapılan Green Park Otel, D-100 aksında Kozyatağından

Bostancı kavşağına kadar konumlanan iş-yönetim merkezlerinin etki sahası içindedir (Şekil 4.25).



Şekil 4.25: Green Park Hotel Ataşehir, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

Kadıköy-Kartal Metro hattının Bostancı durağına yakın konumlu otelin etrafındaki oto sanayi sitesi; kullanımının sonlanması ve hizmet ağırlıklı sektöre dönüşümü konusunda baskı içindedir (Şekil 4.26).



Şekil 4.26: Green Park Hotel Ataşehir, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

2006 yılından 2015 yılına gelindiğinde, arazi kullanım kararı ve değişimi yönünden herhangi bir değişikliğe sahne olmayan bölgede daha çok mevcut yapıların

fonksiyonel kullanım değişiklikleri söz konusudur. Örneğin D-100'e yakın konumda konut amaçlı kullanılan yapıların ofis amaçlı kullanıma dönüştüğü söylenebilir. Bu anlamda bu bölgede ofis amaçlı kullanım ihtiyacı vardır. Green Park Otel ise bulunduğu caddeye farklı bir kimlik kazandırmıştır (Şekil 4.27).



Şekil 4.27: Green Park Hotel Ataşehir, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

Kartal'da konumlanan Titanic Business Hotel Kartal'ın bulunduğu bölgede ise 2006-2015 yılları arasında, hem otelin yer aldığı parselin bitişik adalarında hem de bitişik adaları çevreleyen adalarda yapı yoğunluğunda artış gözlemlenmektedir (Şekil: 4.28, Şekil 4.29 ve Şekil 4.30).



Şekil 4.28: Titanic Business Kartal, 2006, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Şekil 4.29: Titanic Business Kartal, 2013, İstanbul Büyükşehir Belediyesi



Şekil 4.30: Titanic Business Kartal, 2015, İstanbul Büyükşehir Belediyesi

4.4 Bölüm Sonucu

İstanbul'daki mevcut Turizm İşletme Belgeli tesislerin mekansal dağılımı incelendiğinde ilk olarak, Avrupa Yakası'nın Anadolu Yakası'ndan çok daha uzun süredir turizm işletmelerine ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bu sebepten, tarihi yapıların ve kültürel değerlerin yoğunlaştığı Fatih ve Beyoğlu İlçeleriyle 1960'lı yıllardan beri kentin Merkezi İş Alanı fonksiyonunu üstlenmiş olan Şişli İlçesinin İstanbul'un turizm tesisi stoğunun çok büyük bölümüne ev sahipliği yaptığı görülmektedir.

Avrupa Yakası otelciliğine kıyasla daha yeni gelişmekte olan Anadolu Yakası turizmde stoğun çoğu yine hizmet sektörlerinin toplandığı Kadıköy İlçesinde toplanmıştır. Ancak 2010 yılından sonra kurulmuş olan özellikle yatak kapasitesi açısından büyük turizm işletmesi olarak kategorize edilebilecek işletmelerin Ataşehir, Kartal ve Pendik'te konumlandığı da görülmektedir. Kültürel değerler ve tarihi yapılaşmış çevre açısından Avrupa Yakası'nın çok daha yüksek olan kent turizmi potansiyeliyle rekabet edemeyecek durumda olan Anadolu Yakası'nda turizm işletmeleri, sağladıkları hizmetleri iş otelleri fonksiyonu görecektir şekilde organize etmektedirler.

Kadıköy ve Üsküdar İlçelerinde konumlanmış turizm işletmeleri, bu ilçelerin Anadolu Yakası'nın ticaret ve hizmet merkezleri olmaları nedeniyle, hizmet

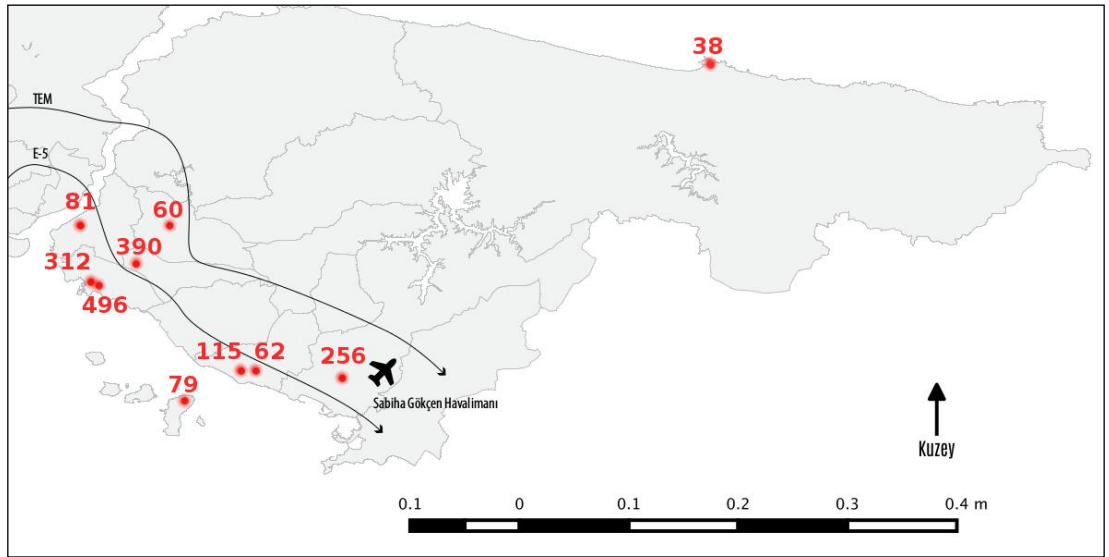
merkezlerine yakın olma motivasyonu ile kurulmuş tesislerdir. Kartal, Pendik ve Tuzla'daki turizm işletmelerinin ise özellikle E-5 olmak üzere iki ana ulaşım aksı (E-5 ve TEM otoyolları) üzerinde konumlandığı görülmektedir. Bu ilçelerdeki turizm işletmelerinin de ulaşım bağlantılarına yakın olmanın bir yer seçim kriteri olduğu çıkarılmaktadır.

Şile, Beykoz ve Adalar İlçelerindeki işletmelerin ise ilçelerin nispeten bozulmamış ve kent dokusuna karışmamış yapılaşmış çevresinden ötürü doğa turizmini amaçladığı çıkarılmaktadır.

5. ANKET ÇALIŞMASI: İSTANBUL'UN ANADOLU YAKASI'NDAKİ TURİZM TESİSLERİNİN YER SEÇİM KRİTERLERİNİN BELİRLENMESİ VE ARAZİ KULLANIMINA ETKİSİ

Çalışma kapsamında Turizm ve Kültür Bakanlığına kayıtlı, İstanbul'un Anadolu Yakasında konumlanmış 10 adet turizm işletmesi temsilcisiyle görüşülmüştür. Anadolu Yakası'nda Turizm ve Kültür Bakanlığı İstanbul İl Müdürlüğü'ne kayıtlı 63 adet Turizm İşletme Belgeli turizm tesisi bulunmaktadır. Dolayısıyla örneklem kümesi, gerçek kümenin yaklaşık %15'ini oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında anket yapılan 10 adet kent otelinin toplam yatak kapasitesi, 1.889'dur. Anadolu Yakasındaki kent otellerinin toplam yatak kapasitesi ise 13.074'tür. Örneklem kümesinin yatak kapasitesi, Anadolu Yakasındaki kent otellerinin toplam yatak kapasitesinin %14,44'ünü oluşturmaktadır (Şekil 5.1).



Şekil 5.1: Çalışma kapsamında anket yapılan otellerin konumları ve kapasiteleri

Yukarıdaki şeklin oluşturulmasında kullanılan ve bu tez çalışmasında yararlanılan kaynaklarda kent otellerinin oda sayıları, yatak kapasitesinin yarısı olarak kabul edilmekte ve belirtilmektedir.

5.1 Katılımcı Profili

Çalışma kapsamında görüşme sağlanan turizm işletme temsilcilerinin profili, işletme organizasyon ve süreci içinde aldıkları görev ve pozisyonlara göre değerlendirilmiştir. Bu noktada çalışma kapsamında görüşme sağlanan temsilciler, İstanbul'un Anadolu Yakası'nda konumlanan turizm işletmelerinde;

- işletme yatırımcısı, veya
- işletme sahibi pozisyonunda, veya
- işletmenin gelişim sürecinde yer almış, veya
- işletmenin geliştirme sürecine hakim,

şu anda da işletmenin yönetim kadrosunda aktif rol almakta olan temsilcilerden oluşmaktadır.

5.2 Anket Soruları

Bu tez kapsamında yapılan anketin katılımcılarına, İstanbul'un Anadolu Yakası'ndaki turizm işletmelerinin yer seçim kriterlerini anlamaya yönelik sorularının yanı sıra, söz konusu turizm işletmelerinin bölgenin fiziksel çevresine olan etkisine dair gözlemlerine ilişkin sorular da yöneltilmiştir. Bunun yanında, işletme yatırımlarından ve bu yatırımın geri dönüşünden duyulan memnuniyet de sorgulanmıştır.

Anket kapsamında yöneltilen sorular aşağıdaki gibidir:

(1) Tesisin bulunduğu ilçe?

- Adalar
- Ataşehir
- Beykoz
- Çekmeköy
- Kadıköy
- Kartal
- Maltepe
- Pendik
- Sancaktepe
- Sultanbeyli
- Şile

- Tuzla
- Ümraniye
- Üsküdar

(2) Tesisin merkeze ve ulaşım bağlantılarına olan uzaklığı?

	15 dakika	30 dakika	45 dakika	60 dakika	1,5 saat	2 saat
Sabiha Gökçen Havalimanı						
Atatürk Havalimanı						
Kadıköy						
Taksim						
D-100 Karayolu						
E-80 Uluslararası Otoyol (TEM)						

Çizelge 5.1: Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Tesisin merkeze ve ulaşım bağlantılarına olan uzaklığı?”

(3) Tesisin yatak kapasitesi?

(4) Tesisin faaliyet gösterdiği turizm çeşidi (çeşitleri)?

- Kültür turizmi
- Doğa turizmi
- Kongre turizmi
- Kış turizmi
- Golf turizmi
- Yat turizmi
- Sağlık turizmi
- Diğer (belirtiniz)

(5) Tesisin konumu seçilirken dikkate alınan kriterler?

- Turizm alanında olması (Turizm Bakanlığı önerisi ve teşvikler)
- Arazinin uygun fiyatlı olması
- Gelişme potansiyeli olan bir bölge olması
- Diğer (belirtiniz)

(6) Tesisin çevresine ne türden etkileri oldu?

- Konut alanları gelişti
- Ticari alanlar gelişti
- Sanayi alanları gelişti
- Ulaşım olanakları gelişti
- Bölgede nüfus arttı
- Diğer (belirtiniz)

(7) Tesisin çevresine ne kadar etkisi oldu?

5 (Çok etkisi oldu)	4	3	2	1 (Hiç etkisi olmadı)
------------------------	---	---	---	-----------------------------

Çizelge 5.2: Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Tesisin çevresine ne kadar etkisi oldu?”

(8) Turizm yatırımlarının karlılığı açısından bölgenin geleceğini nasıl görüyorsunuz?

5 (Çok iyi görüyorum)	4	3	2	1 (Hiç iyi görmüyorum)
--------------------------	---	---	---	---------------------------

Çizelge 5.3: Çalışma kapsamında yapılan anket sorusu: “Turizm yatırımlarının karlılığı açısından bölgenin geleceğini nasıl görüyorsunuz?”

(9) Tesisin yer aldığı arazinin daha önceki kullanımı neydi?

- Boş
- Konut alanı
- Sanayi alanı
- Ticari alan
- Tarım alanı
- Diğer (Belirtiniz)

(10) Burası tarihi bölgeye, turizm çekim alanlarına yakın bir konum değil, bunu nasıl ticari faydaya çeviriyorsunuz?

- Ulaşım kolay
- Turizm çekim alanına yakın
- Ziyaretçilerimizin profili hedef pazarımızı oluşturuyor
- Otopark, ulaşım servisi gibi hizmetleri kolay sağlıyoruz
- Diğer (Belirtiniz)

(11) Tesisin yer seçimi esnasında Fatih, Beyoğlu gibi bölgeleri düşünmüş müydünüz? Yoksa ilk aşamada Anadolu Yakası'na mı yoğunlaştınız? Neden?

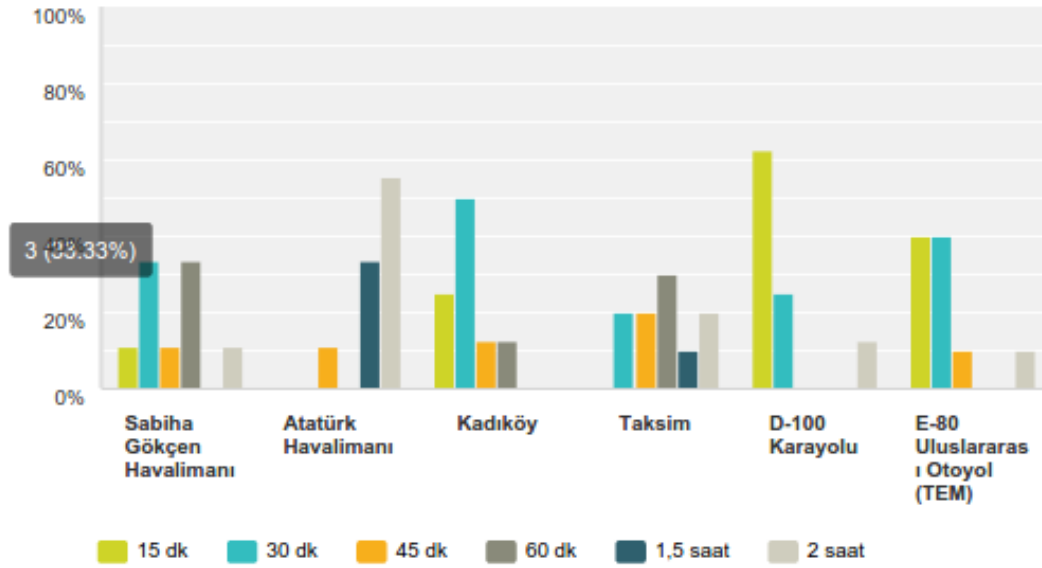
- Düşünmüştük, ama sonra Anadolu Yakasında karar kıldık.
- Direkt Anadolu Yakasını tercih ettik, çünkü...

5.3 Anket Verilerinin Değerlendirilmesi

Anadolu Yakası turizm işletmelerinden temsilcilerle yapılan görüşmelerin sonunda temsilcilerin verdiği yanıtlar, görüşme yapılan kişilerin temsil ettiği turizm tesislerinin özellikleriyle birlikte değerlendirilecektir.

Temsilcileriyle görüşme sağlanan 10 tesisten 2'ser adedi Kadıköy ve Kartal İlçelerinde konumlanmaktadır. Adalar, Şile, Ataşehir, Üsküdar, Pendik ve Ümraniye'den de birer adet turizm işletmesinden temsilciyle görüşme yapılmıştır.

Anket kapsamında görüşülen işletme temsilcilerinin verdiği yanıtlara göre beklendiği üzere, turizm işletmelerinin Sabiha Gökçen Havalimanı'na ve karayolu ulaşım bağlantılarına, özellikle D-100 karayoluna yakınlığı göze çarpmaktadır. Görüşülen 10 turizm işletmesinden 6'sı, D-100 karayoluna bağlanmanın 15 dakika sürdüğünü belirtmişlerdir. %30'u ise E-80 Uluslararası Otoyol'un 15 dakika, yine %30'u da en fazla yarım saat uzaklıkta olduğunu söylemişlerdir. Anket katılımcılarının yarısı, Kadıköy'ün yarım saat uzaklıkta olduğunu, %20'si ise Kadıköy merkezine ulaşmanın 15 dakika sürdüğünü söylemektedir (Şekil 5.2).

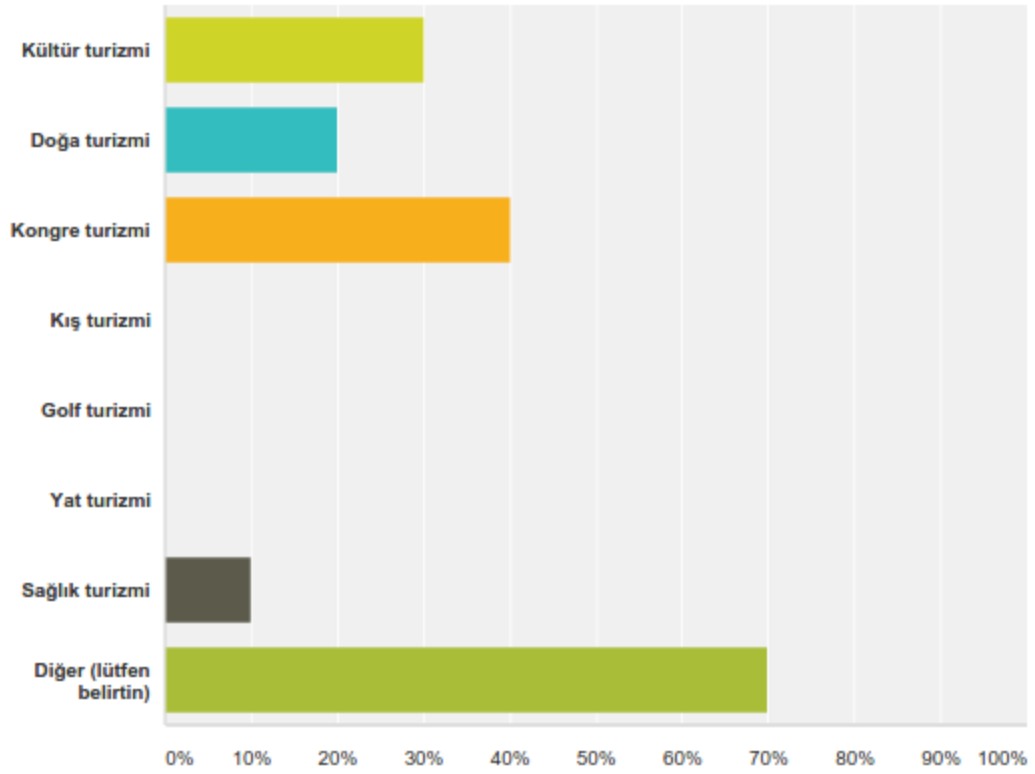


Şekil 5.2: “Tesisin ulaşım bağlantılarına olan uzaklığı?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Tesis temsilcilerinden bir tanesi, Sabiha Gökçen Havalimanı'nın 15 dakika mesafede olduğunu belirtmiş, yarısı ise eşit oranda 30 ve 60 dakikalık mesafeleri olduğunu söylemişlerdir. Verilen yanıtlara göre Atatürk Havalimanı'na olan uzaklıklar ise 1,5 saat ve 2 saat olarak değişmektedir. Yalnızca bir katılımcı, temsilcisi olduğu turizm işletmesinin Atatürk Havalimanı'na 45 dakika uzaklıkta olduğunu söylemiştir.

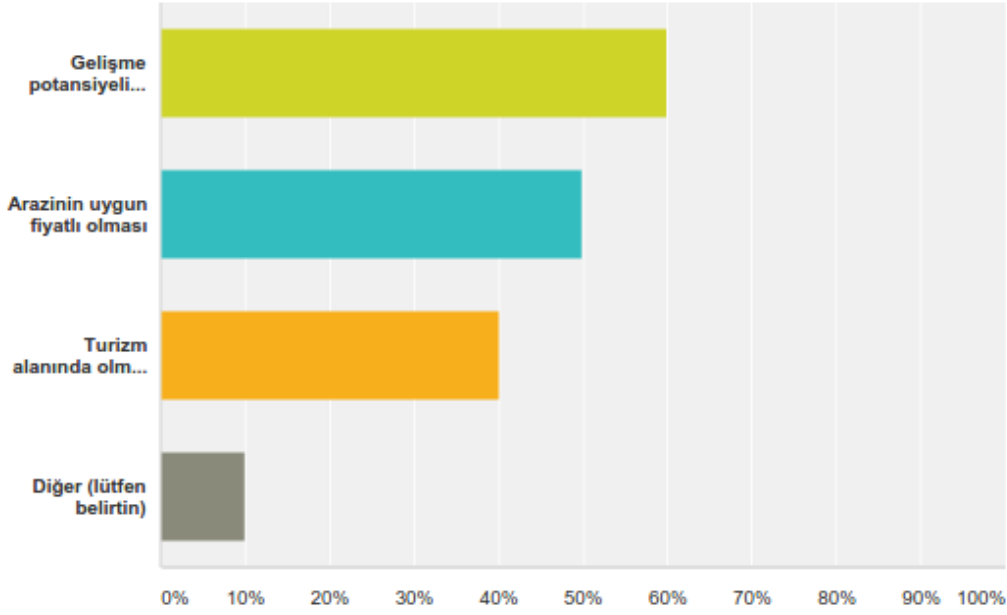
Anadolu Yakası'nda konumlanan turizm tesislerinin, bir önceki bölümde de belirtildiği üzere kongre turizmi ve iş oteli fonksiyonlarını benimsedikleri görülmektedir. “Tesisinizin faaliyet gösterdiği turizm çeşidi?” sorusunu yanıtlayan 10 katılımcıdan 7'si, “Kongre Turizmi”, “Kültür Turizmi” yanıtlarının yanı sıra “Diğer” yanıtını da vererek “Business+Leisure”, “İş oteli”, “İş dünyası”, “Kent oteli”, “İş ve kent oteli” gibi yanıtları ekleme ihtiyacı hissetmişlerdir.

Adalar, Şile gibi daha az yapılaşmış bölgelerde “doğa turizmi” de turizm işletmesinin faaliyet gösterdiği turizm türlerinden biri olarak belirtilmiştir. Bir adet “sağlık turizmi” yanıtı ise içinde termal tesis de bulunan, Ümraniye'deki turizm işletmesinden gelmiştir (Şekil 5.3).



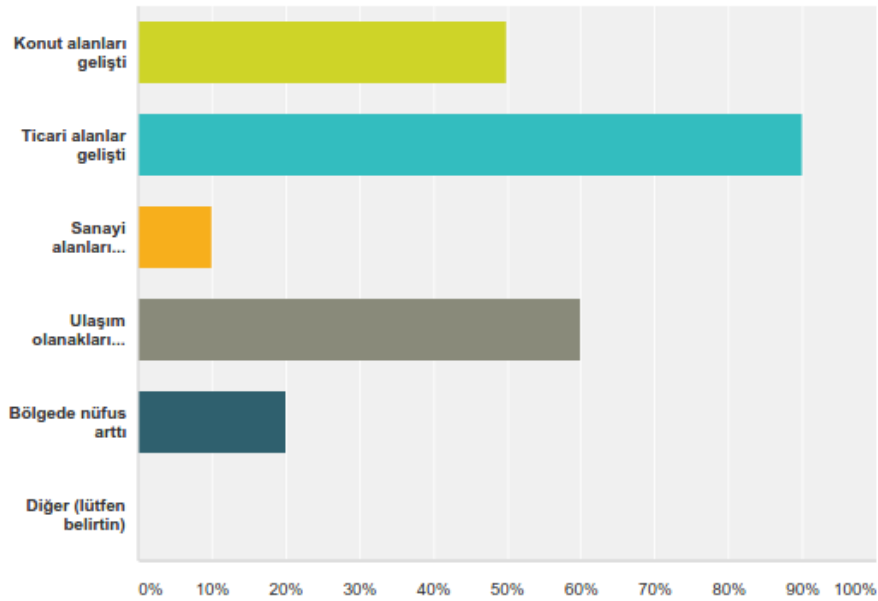
Şekil 5.3: “Tesisin faaliyet gösterdiği turizm çeşidi?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

“Turizm tesisinin konumu seçilirken dikkate alınan etmenler” sorusuna verilen 11 yanıtta 6’sı, “Bölgede gelişme potansiyeli görüldü” olmuştur. Anket katılımcılarının yarısı, “Arazinin uygun fiyatlı olması” seçeneğini tercih etmiştir. Yanıtlardan 4’ü, “Bölgenin turizm alanında olması (Bakanlık önerisi ve teşvikler)” dolayısıyla olduğunu belirtmiştir. Bir adet “Diğer” yanıtı ise “Bölgede ihtiyaç gördük” diyerek açıklamıştır. Bu yanıt veren katılımcının temsil ettiği turizm tesisi, Üsküdar’da konumlanmaktadır (Şekil 5.4).



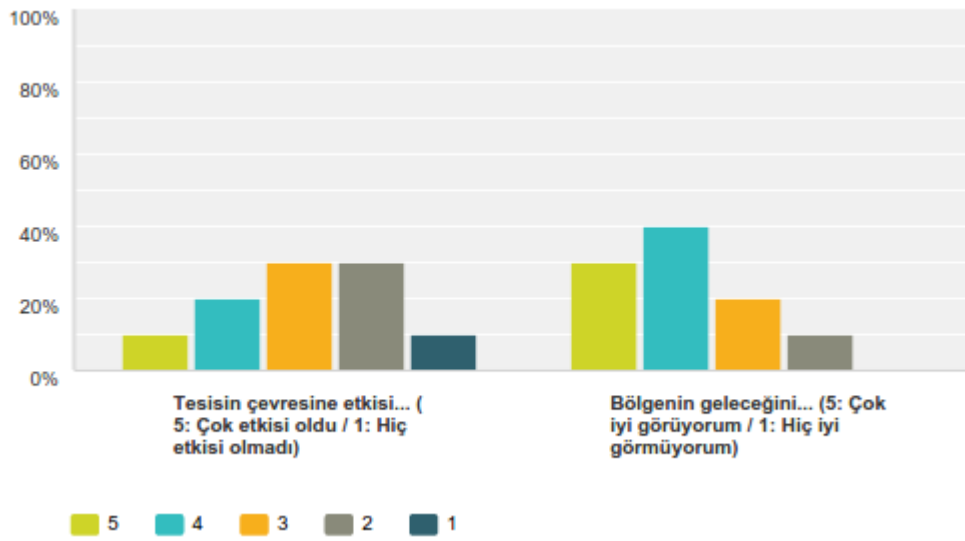
Şekil 5.4: “Tesisin konumu seçilirken hangisi dikkate alındı?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Anadolu Yakası'nda konumlanan turizm işletmecilerinin yatırımcı ve yöneticileri, “Tesisin çevresine ne tür etkileri oldu?” sorusuna en çok ticari alanların geliştiği yanıtını vermişlerdir. 10 katılımcının 9'unun verdiği bu yanıtı, 6 katılımcının ifade ettiği “Ulaşım olanakları gelişti” yanıtı takip etmektedir. 10 katılımcıdan 5'i, tesislerinin hayata geçmesinden sonra bölgede konut alanlarının da geliştiğini, yalnızca 2'si bölgede nüfusun arttığını gözlemlediklerini ifade etmiştir (Şekil 5.5).



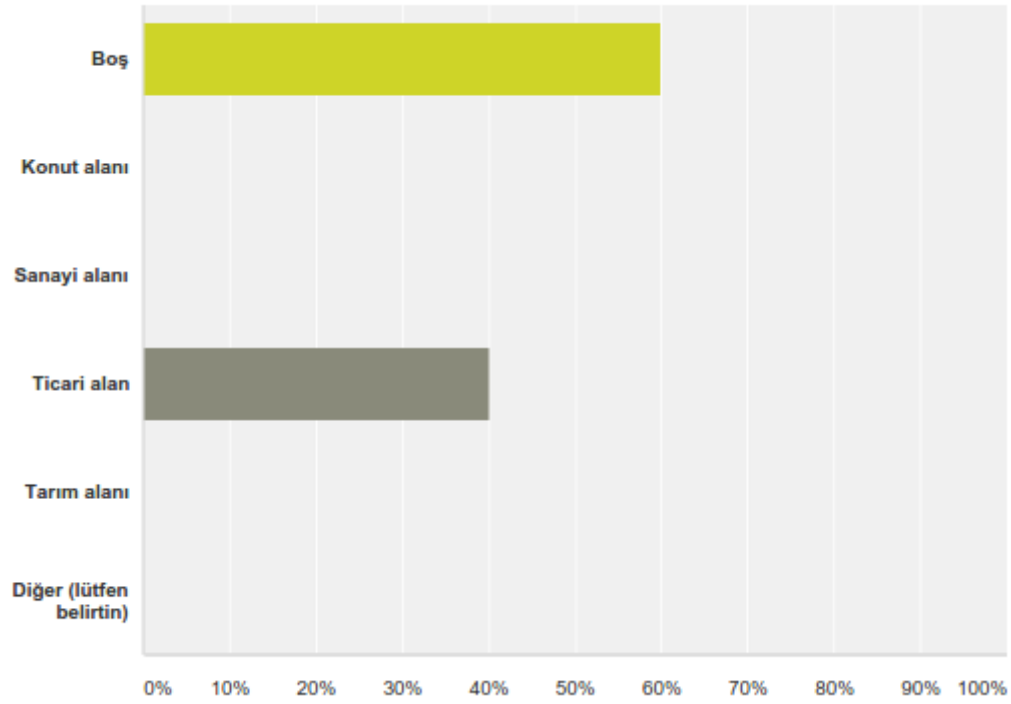
Şekil 5.5: “Tesisin çevresine ne türden etkileri oldu?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Ankete katılan 10 temsilciden yalnızca biri, temsil ettiği turizm işletmesinin bölgeyi çok etkilediğini düşündüğünü belirtmiştir. Katılımcılardan iki tanesi işletmenin bölgeyi oldukça etkilediğini söylemiş; üçer katılımcı turizm işletmesinin bölgeye olan etki niceliğine 5 üzerinden 3 ve 2 notunu vermiş, bir katılımcı da tesisin bölgeyi hiç etkilemediğini söylemiştir (Şekil 5.6). Bu soruda 3, 2 ve 1 notunu verenler, yüz yüze görüşmelerde bölgenin dinamiklerinin işletmelerinin kuruluş esnasında zaten değişmeye başlamış olduğunu belirtmişlerdir. Bu katılımcılardan bir kısmı aynı zamanda “Turizm tesisinin konumu seçilirken dikkate alınan etmenler” sorusuna “Gelişme potansiyeli olan bir bölge” yanıtını vermiş olanlardır.



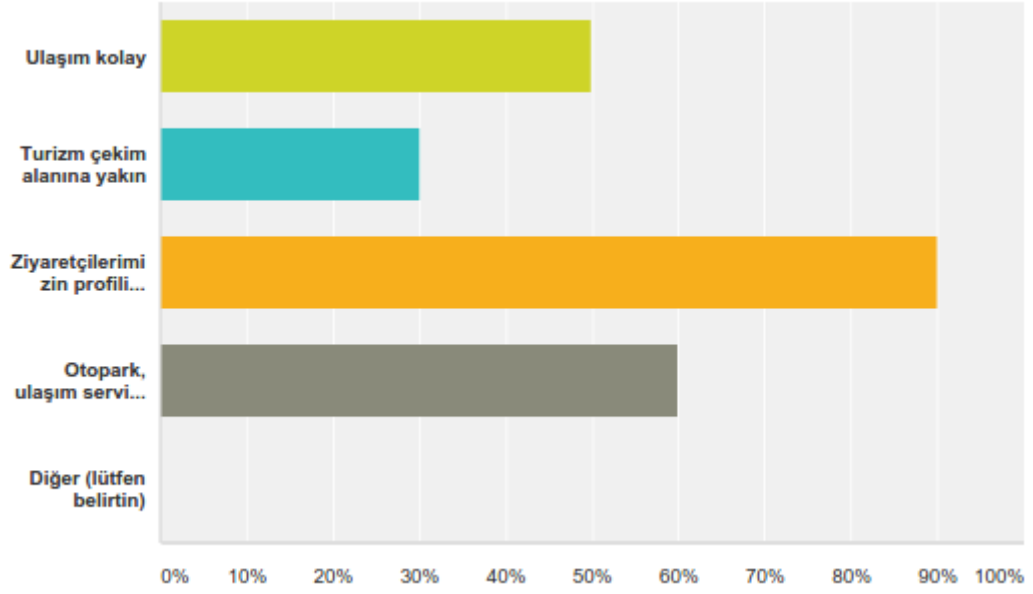
Şekil 5.6: “Tesisin çevresine ne kadar etkisi oldu? Bölgenin geleceğini nasıl görüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

10 anket katılımcısının “Tesisin yer aldığı arazinin daha önceki kullanımı neydi?” sorusuna verdiği yanıtlara göre, anket çalışması kapsamındaki 10 turizm tesisinin 6’sının şu anda konumlandığı arsa önceden boş konumdadır. Yanıtlar, diğer 4’ünün ise turizm işletmesi kurulmadan önce arsanın ticaret fonksiyonuna ev sahipliği yaptığını söylemektedir. İkinci yanıt veren katılımcıların temsil ettikleri turizm işletmeleri, Kadıköy ve Üsküdar’da, kentsel dokunun daha sık olduğu merkezi alanlarda konumlanmaktadır (Şekil 5.7).



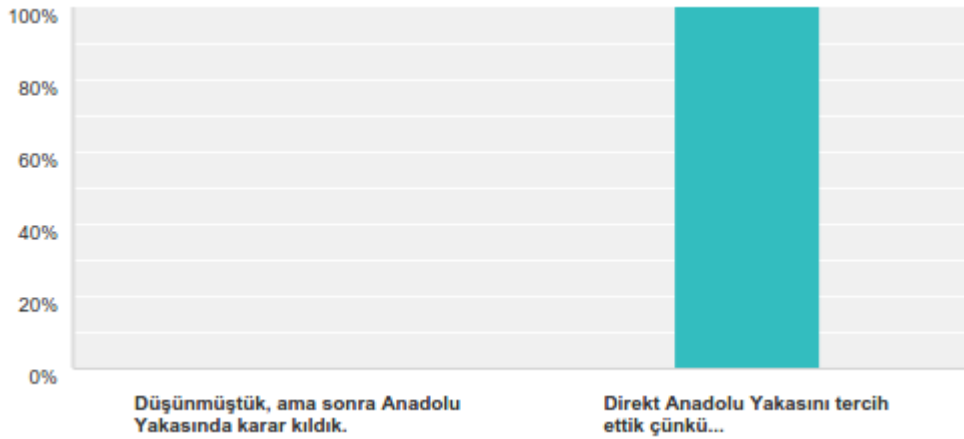
Şekil 5.7: “Tesisin yer aldığı arazinin önceki kullanımı neydi?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

“Burası tarihi bölgeye, turizm çekim alanlarına yakın değil, bunu nasıl pozitif ticari faydaya çeviriyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtların çoğunluğunu “Ziyaretçilerimizin profili hedef kitlemizi oluşturuyor,” yanıtı oluşturmaktadır. Katılımcıların birden çok yanıt verebildiği bu soruya 10 anket katılımcısından 9'u bu yanıtı verme ihtiyacı hissetmişlerdir. Bunun yanı sıra 10 katılımcıdan 6'sı, “Otopark, ulaşım servisi gibi hizmetleri kolay sağlıyoruz” diye ifade etmiş, 5 katılımcı ulaşım kolaylığını bir motivasyon olarak belirtmişlerdir. Kadıköy'de ve Adalar'da konumlanan tesislerin temsilcileri ise turizm çekim alanlarına yakın olmayı bir araç olarak belirtmişlerdir (Şekil 5.8).



Şekil 5.8: “Burası tarihi bölgeye, turizm çekim alanlarına yakın değil, bunu nasıl pozitif ticari faydaya çeviriyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

“Tesisin yer seçimi esnasında Fatih, Beyoğlu gibi bölgeleri düşünmüş müydünüz? Yoksa ilk aşamada Anadolu'ya mı yoğunlaştınız?” sorusuna verilen tüm yanıtlar “direkt Anadolu Yakası'nı tercih ettik” şeklinde olmuştur. Bu yanıtlara verilen açıklamalarda, katılımcıların yarısı tesisin bulunduğu arazinin fiyatının düşüklüğü sebebiyle tesisin yer seçiminin gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. Üç katılımcı tesisin bulunduğu bölgede potansiyel gördükleri için tesisi hayata geçirdiklerini belirtirken, iki katılımcı ise bölgedeki merkezi ve turistik faaliyetlerden ekonomik fayda sağlanabileceği düşünülerek tesisin kurulduğunu ifade etmişlerdir (Şekil 5.9).



Şekil 5.9: “Tesisin yer seçimi esnasında Fatih, Beyoğlu gibi bölgeleri düşünmüş müydünüz? Yoksa ilk aşamada Anadolu'ya mı yoğunlaştınız?” sorusuna verilen yanıtların dağılımı

5.4 Anket Verilerinin Değerlendirilmesi

Anadolu Yakası'nda konumlanan 10 adet Turizm İşletme Belgeli turizm tesisinin yatırımcı ve yöneticilerinden alınan yanıtlara göre Anadolu Yakası'nda turizm işletmeleri, sağladıkları hizmetleri iş otelleri fonksiyonu görecektir şekilde organize etmektedirler.

Özellikle Kartal, Pendik gibi yapılaşmanın sürdüğü ve teşvik edildiği bölgelerde görülen gelişme potansiyeli, bu ilçelerde turizm işletmesi hayata geçirmek için önemli bir motivasyon olarak öne çıkmaktadır. Ancak anket katılımcılarının yanıtlarına göre bir bölgede arazi fiyatının düşük olması, turizm bakanlığının önerisi ve turizm teşviklerinden daha teşvik edici bir girdi. Bu noktadan hareketle “kültürel ve tarihi değerlere yakınlık” kriteri ortadan kalktığında turizm yatırımları için arazinin maliyetinin yönetsel organların o bölge için geliştirmiş olduğu öngöründen ve gelişme stratejisinden daha önemli bir etken olduğu çıkarılabilir.

6. DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Kent otellerinin yer seçimi kriterlerinin ve arazi kullanımı ile etkileşiminin Anadolu Yakasındaki kent otelleri özelinde incelendiği bu tez kapsamında yapılan çalışmalar ışığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

(i) Bir kentin çevresel ve kültürel birikiminin o kentteki turizm faaliyetlerini etkileyebildiği gibi, kentteki turizm aktiviteleri de kentin fiziksel çevresini ve sosyal yapısını etkiler.

(ii) Anadolu Yakası'nda oluşumu 1980'lere dayanan mevcut kent otel stoğu; otel stoğunun oluşumu 1950'lere dayanan Avrupa Yakası otelciliğine nazaran daha yeni gelişmektedir. Etrafındaki yoğunlaşabilecekleri bir tarihi cazibe merkezi bulunmayan Anadolu Yakası otelleri, Avrupa Yakasıyla birlikte değerlendirildiğinde ikinci bölümde açıklanan TTK modeline uygun bir mekansal dağılım gösterebilecek olsa da kendi içinde, ikinci bölümde açıklanan Çok Boyutlu Modele uygun olarak, ürün açısından benzeme, coğrafi açıdan ise farklılaşma eğilimi göstermektedir.

(iii) Tüm kentsel alanlarda da olduğu gibi İstanbul'un Anadolu Yakasında da belli bir kapasite ve ölçeğin üzerindeki turizm yatırımları, o bölgenin fiziksel çevresi üzerinde etki sahibidir. Oteller geliştirildikleri bölgede yapı yoğunluğunun artışına ve ortak kullanım alanlarında mekansal düzenlemelere neden olmaktadır.

(iv) Ertuğral'ın (1998) belirttiği gibi konaklama tesislerinin “turistik çekicilik ve özelliklere sahip bölgelerde kurulduğu” İstanbul'da, turizm cazibesi olarak öne çıkabilecek tarihi ve kültürel değerler açısından Avrupa Yakası ile rekabet edememesinden ötürü Anadolu Yakası'nda oteller, kendisine iş oteli fonksiyonunu benimsemiş işletmeler olarak öne çıkmaktadır.

(v) Anadolu Yakası'nda kent otellerinin yer seçimi sürecinde önemli hizmet merkezlerine olan yakınlığı, otelin konumlandığı arazinin maliyeti ve ulaşım bağlantıları ile olan yakınlığı önemli bir kriterdir.

(vi) Ayrıca, Anadolu Yakasındaki kent otellerinin yer seçimi sürecinde, arazinin maliyeti, Bakanlık'ın mevcut araziye Turizm Alanı olarak önermesinden daha önemli

bir kriter olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla Anadolu Yakasındaki kent otelleri, otel yer seçimi sürecinde dikkate alınması gereken “doğal”, “ekonomik”, “yasal” ve “sosyal” kriterlerin tümünü dikkate almamakta, Anadolu Yakasında otel yer seçimleri yönetsel organların söz konusu bölgeler ile ilgili kararlarıyla uyuşmayabilmektedir.

Tez çalışmasının ilk bölümünde verilen hipotezleri bu çıkarımlar ışığında tekrar ele almak gerekirse;

Anadolu Yakasındaki kent otelleri, anket sonuçlarına göre, kurulduğu bölgelerde yapı yoğunluğunu arttırmış, konut ve ticaret fonksiyonlarının ve ulaşım bağlantılarının gelişmesine neden olmuştur. Dolayısıyla Anadolu Yakasında kent otelleri, arazi kullanım kararlarını hızlı bir şekilde değiştirmektedir.

Bunun yanı sıra, Anadolu Yakası'ndaki turizm işletmelerinin yatırımcı ve tesislerin geliştirme sürecine hakim olan uzmanların anket çalışmasında verdiği yanıtlarda, arazinin ulaşım bağlantıları ve arazi maliyetlerinin tesis yer seçimi için en önemli kriter olduğunu ifade etmektedirler. Bu ifade de “Anadolu Yakasındaki kent otellerinin tarihi cazibe merkezlerine belli bir yakınlığa erişememeleri, onları ulaşım bağlantılarına yakınlığa ve arazi maliyetine göre yer seçimi yapmaya yöneltmiştir.” hipotezini doğrular niteliktedir. Buna paralel olarak, Anadolu Yakası'nda turizm işletmelerinin geliştirilme süreçlerinde esnasında yer seçimlerinin imar planlarına bağlı olarak yapılmadığı; arazi maliyetinin kentsel alanın gelişimi için belirtilen yönetsel stratejik öngörülerin önüne geçtiği doğrulanmaktadır. Anadolu Yakası kent otellerinin geliştirilmesi sürecinde, yer seçimi esnasında dikkate alınması gereken kriterleri dikkate alınmamaktadır.

Tüm sonuçlar göstermektedir ki bir kentte turizm yatırımı kararı, her zaman o kent ve yatırımın yapılacağı bölge için yönetsel organlar ve kent planlama uzmanları tarafından öngörülen stratejinin ve bu strateji doğrultusunda yapılan alt ölçek planlarına uyarak alınması gereken bir karardır. Turizm yatırımlarının sonuçlarının ve aslında bir kentte yapılan tüm yatırım kararlarının sonuçlarının öngörülebilir olması için strateji ve planlarla uyumluluk elzemdir. Otel yeri seçimi sürecinde yerel ekonomik ortam, yerel mevzuat, bina yüksekliği, araç parkları, kamusal alanlar, trafik durumu ve ulaşım, coğrafi faktörler, doğal kaynaklar, sosyal etkiler ve arazi büyüklüğü gibi birçok kriter dikkate alınmalıdır. Turizm faaliyetleri-kent etkileşimi

bakımından, İstanbul'un Anadolu Yakası'nda da turizm yapılarının sağlıklı bir şekilde yayılması, yatırımların yer seçiminde bölge için öngörölmüş plan ve üst ölçek planlarının yönlendirici ve sınırlandırıcı olmasına bağılıdır.

KAYNAKLAR

- Acuner, Ş. A.** (2006). *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişimine Etkisi*, MPM Yayınları, Ankara.
- Adam, I.** (2013). Urban hotel development patterns in the Kumasi metropolis, Ghana, *Tourism Planning & Development* 10 (1).
- Akat, Ö.** (2000). *Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Akçakaya, E.** (2014). *Kent Otellerinin Güncel Tasarım Kriterleri*, (Yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aliagaoglu, A. & Ugur, A.** (2008). Hotels as a model of regional life: The Erzurum sample, *European Planning Studies*, 16 (10), 1405-1422.
- Alonso, W.** (1964). *Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ar, İ.M. & Birdoğan, B. & Özdemir, F.** (2014). Kuruluş Yeri Seçiminde Bulanık AHS-VIKOR Yaklaşımının Kullanımı: Otel Sektöründe Bir Uygulama, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, Yıl:7 Sayı:13, Yaz 2014.
- Ashworth, G. J. & Tunbridge, J. E.** (1990). *The Tourist-historic City*, Belhaven Press, Londra.
- Atak, N.** (2012). *İstanbul Otel Pazarı Mecidiyeköy Merkezi İş Alanı Otel Yatırım Potansiyelinin Değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Avrupa Birliği Komisyonu**, (2000). *Towards Quality Urban Tourism*, Tourism Unit Report, Brüksel.
- Barutçugil, S. İ.** (1983). *Üretim Sistemi ve Yönetim Teknikleri*, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.
- Barutçugil, İ. S.** (1984), *Turizm İşletmeciliği*, İkinci basım., Uludağ Basımevi, Bursa.
- Baum, J. A. C. & Haveman, H. A.** (1997). Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990, *Administrative Science Quarterly* 42 (2), 304-338.
- Bayer, M. Z.** (1992), *Turizme Giriş*, İstanbul: Küre Ajans, İstanbul.
- Bégin, S.**, (2000). The geography of a tourist business: Hotel distribution and urban development in Xiamen, China, *Tourism Geographies*, 2 (4), 448-471.
- Borg, J.** (1994), Demand for city tourism in Europe: tour operators' catalogues', *Tourism Management*, 1994.
- Burtenshaw, D. & Bateman, M. & Ashworth, G. J.** (1991). *The European City: A Western Perspective*, Fulton, Londra.

- Canina, L. & Enz, C. A. & Harrison, J. S.** (2005). Agglomeration effects and strategic orientations: Evidence from the U.S. lodging industry, *Academy of Management Journal* 48 (4), 565-581.
- Chou, T. & Hsu, C. & Chen, M.** (2008). A Fuzzy Multi-Criteria Decision Model For International Tourist Hotels Location Selection, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 293-301.
- Crecente, J. & Sante, I. & Diaz, C. & Crecente, R.** (2012). A Multicriteria Approach to Support The Location of Thalassotherapy (Seawater Therapy) Resorts: Application to Galicia Region, NW Spain, *Landscape and Urban Planning*, 104, 135-147.
- Demirdöğen, O. & Bilgili, B.** (2004). Organize Sanayi Bölgeleri İçin Yer Seçimi Kararlarını Etkileyen Faktörler: Erzurum Örneği, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, s. 305-324.
- Demirel, H.** (2010). *Turizmde Sürdürülebilirlik* (Uzmanlık tezi), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Demirtaş, D.** (2010), Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, *11. Ulusal Turizm Kongresi-Kuşadası*, (s. 239-250), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dinç, H.** (1995), Kitle Turizmine Dönüşük Politikaların Faturası ve Bir Karşı Tepki: Alternatif Turizm Arayışları, Sürdürülebilir Turizm, *19. Dünya Şehircilik Günü Kolokyum, Bildiriler Kitabı*, İstanbul.
- Dinçer, M. Z.** (1993), *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Doğanay, H.** (2001), *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Üçüncü baskı., Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Douglas, N. & Derrett, R.** (2001), *Special Interest Tourism*, Wiley Publisher, Milton.
- Dökmeci, V. & Balta, N.** (1999). The evolution and distribution of hotels in Istanbul, *European Planning Studies*, 7 (1), 99-109.
- Dünya Turizm Örgütü**, 2013, Dünya Turizm Örgütü İstatistikleri.
- Dünya Turizm Örgütü**, (2016). *UNWTO Tourism Highlights*, 2016 Edition, Erişim tarihi: 16.02.2016, <http://www.e-unwto.org/>
- Egan, D. J. & Chen, W. & Zhang, Y.** (2006). The intra-urban location of hotels in the Chinese cities of Beijing, Shanghai & Shenzhen, *China Tourism Research* 2 (4).
- Egan, D. J. & Nield, K.** (2000). Towards a theory of intraurban hotel location, *Urban Studies* 37 (3).
- Eleren, A.** (2007). Kuruluş Yeri Seçiminin FUZZY TOPSIS Yöntemi İle Belirlemesi: Deri Sektörü Örneği, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 13.
- Emekli, G.** (2013). Öğrenen Turizm Bölgeleri Yaklaşımı ve Kent Turizmi-Öğrenen Turizm Bölgeleri, *Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım*, 3. Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, Antalya.

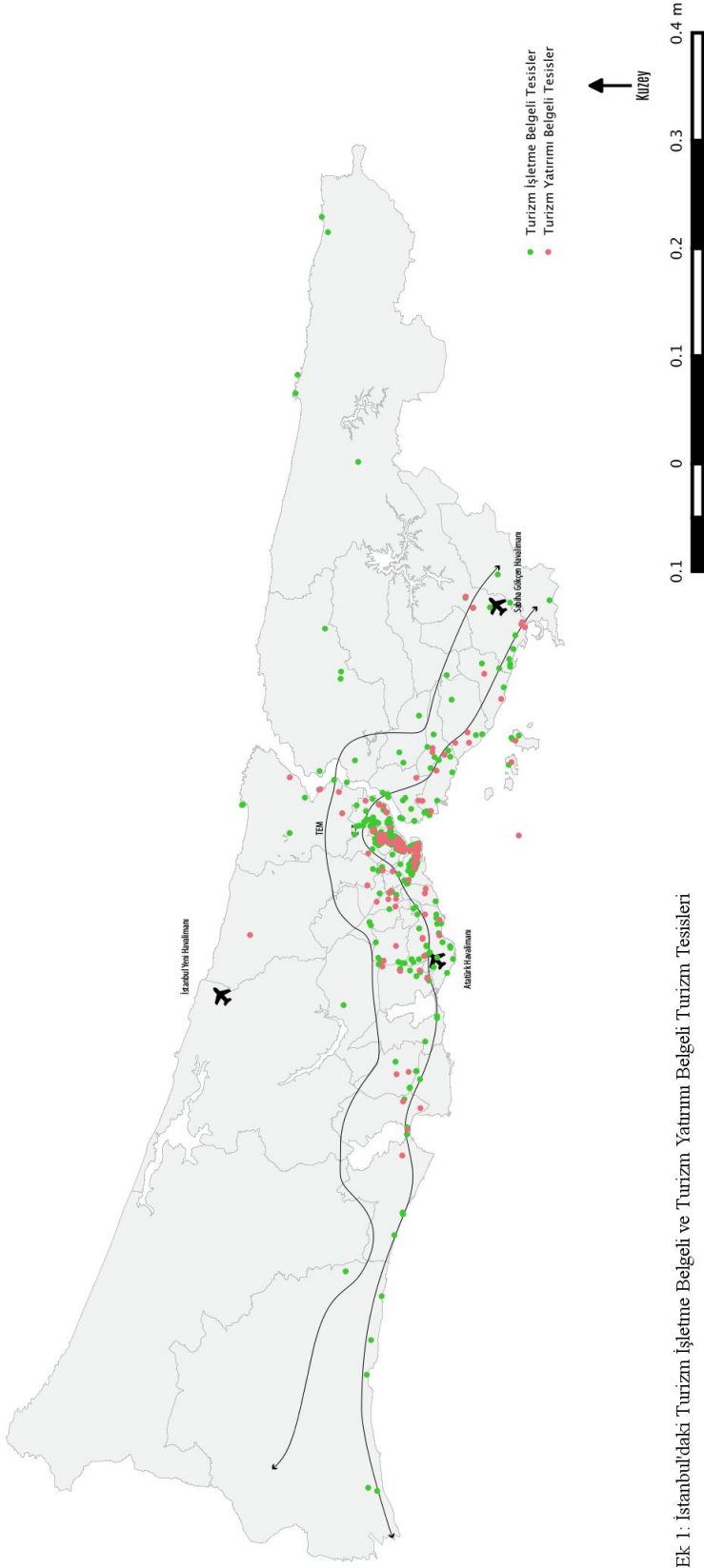
- Ertin, G. & Gözenç, S. & Gümüş, E.** (1998). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, İlköğretim Öğretmenliği Lisans Tamamlama Programı, Anadolu Ün.Yay No:1069, Açık Öğretim Fak.Yay.No:594, Eskişehir.
- Ertuğral Mugan, S.** (1998). Otel İşletmelerinde Seçimi: Kuruluş İstanbul'daki Yeri Beş ve Dört Yıldızlı Oteller ile İlgili Bir Alan Araştırması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:9, Cilt:9, Sayı:2.
- Ertuğral Mugan, S.** (2002). İstihdam Yapımızın İncelenmesi ve İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Çalışma, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, Cilt: 52, Sayı: 2, s.1-13.
- Evliyaoğlu, S.** (1994). *Türkiye turizm coğrafyası ve Türkiye Coğrafyası'nın ana hatları*, İkinci baskı, Gazi Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Goeldner, C. & Ritchie, J. & McIntosh, R.** (2000), *Tourism: principles, practices, philosophies*, Sekizinci basım, John Wiley & Sons, New York.
- Görmüş, Ş.** (2010), Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Yöntemiyle Analiz Edilmesi, *11. Ulusal Turizm Kongresi-Kuşadası*, (s. 44-57), Detay Yayıncılık, Ankara
- Gray, W. S. & Liguari, S. C.** (2003). *Hotel and Motel Management and Operations*, Dördüncü Basım, Prentice-Hall, New Jersey.
- Guyer-Feuler, (1905).** *Stradner: Der Fremdenverkehr*.
- Holloway, C.** (1986) *The Business of Tourism*, İkinci baskı, Pitman Publishing, Londra.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi,** (2009) *1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı*, Erişim Tarihi: Ekim 2016, <http://planlama.org>.
- Kahraman, N. & Türkay, O.** (2004). *Turizm ve Çevre*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kerimoğlu, E.** (2004), *İstanbul'un Şehirsal Turizm Talebi Doğrultusunda Turizm Stratejilerinin Belirlenmesi*, (Doktora tezi), Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kozak, N. & Kozak, M. & Akoğlu, (2000).** *Genel Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N.** (2007). *Özel İlgi Turizmi*, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Levy-Bonvin, J.** (2003). *Hotels | A Brief History*, Erişim Tarihi: 17.11.2016, Hospitality.net
- Maviş, F.** (1994): *Otel işletmeciliği İlke ve Kavramlar*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 843, Eskişehir Meslek Yüksekokulu Yayınları No: 1, Eskişehir.
- Milne, S. & Ateljevic, I.** (2001). Tourism, Economic Development and the Global-Local Nexus: Theory of Embracing Complexity, *Tourism Geographies*, Londra.
- Olalı, H. & Korzay, M.** (1989). *Otel İşletmeciliği*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Olalı, H. & Korzay, M.** (1993). *Otel İşletmeciliği*, Beta Yayın Dağıtım, 2. basım, İstanbul.

- Oppermann, M. & Din, K. & Amri, S. Z.** (1996). Urban hotel location and evolution in a developing country: The case of Kuala Lumpur, Malaysia, *Tourism Recreation Research* 21 (1).
- Özen, T. Ö. & Kuru, Ş.** (1998). *Turizm Yatırımları*, Ofset Matbaacılık, İstanbul.
- Rogerson, J. M.** (2012). The changing location of hotels in South Africa's coastal cities, 1990–2010. *Urban Forum* 23 (1), 73-91.
- Şarkaya İçellioğlu, C.** (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un SWOT Analizi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014/1, 37-55.
- Şener, B.** (1997). *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*, Gazi Büro Kitabevi, Ankara.
- Şener, B.** (2001), *Konaklama İşletmelerinde Ön Büro Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Temel, A. T.** (2009). *Gayrimenkul Yatırım Aracı Olarak Otel Yatırımları: Sütluçe Bölgesinde "Hilton Garden Inn Haliç" Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği**, (2003), Bölgesel Gelişim Raporu-I Batı Akdeniz Bölgesi, *TOBB Araştırma Yayınları* No:1, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı**, (2007), "Türkiye Turizm Stratejisi 2023 – Eylem Planı 2007-2013 , Erişim Tarihi: Kasım 2016, <https://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?01>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı**, (2007), "Türkiye Turizm Stratejisi 2023 – Eylem Planı 2007-2013 , Erişim Tarihi: Kasım 2016 <https://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf>.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Erişim Tarihi: Kasım 2016, <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/>
- Uluçecen, T.** (2011). *Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği*, (Uzmanlık tezi), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Urtasun, A. & Gutierrez, I.** (2006), Hotel Location in Tourism Cities: Madrid 1936-1998, *Annals of Tourism Research*, 33(2), 382-402.
- Yang, Y., Luo, H. & Law, R.** (2014). Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research, *International Journal of Hospitality Management*, Ocak 2014.
- Yang, Y., Wong, K. & Wang, T.** (2012), How Do Hotels Choose Their Location? Evidence From Hotels in Beijing, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 675-685.
- Yıldız, Ö. E.** (2009), *Türkiye'de Şarap Turizmi: Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli*, (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

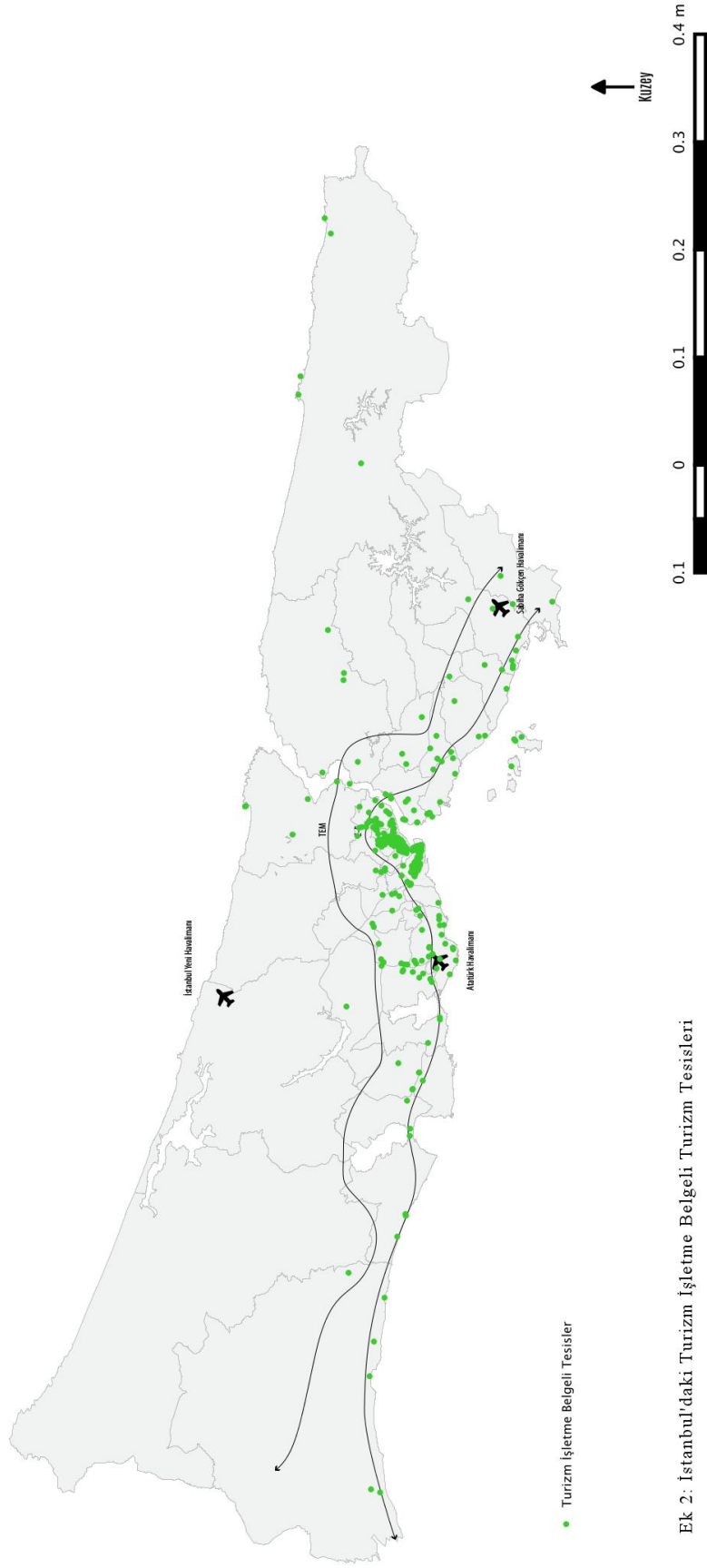
- Yıldız, Z.** (2011), Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, C.3, S.5, s.54-71, Konya.
- Yokeno, N.**, 1968. La localisation de l' industrie touristique: application de l'analyse de Thunen-Weber, *In Cahiers du Tourisme*, Aix-en-Provence: C.H.E.T
- Zhang, H. & Guillet, B. & Gao, W.** (2012). What Determines Multinational Hotel Groups' Locational Investment Choice in China?, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 350-359.

EKLER

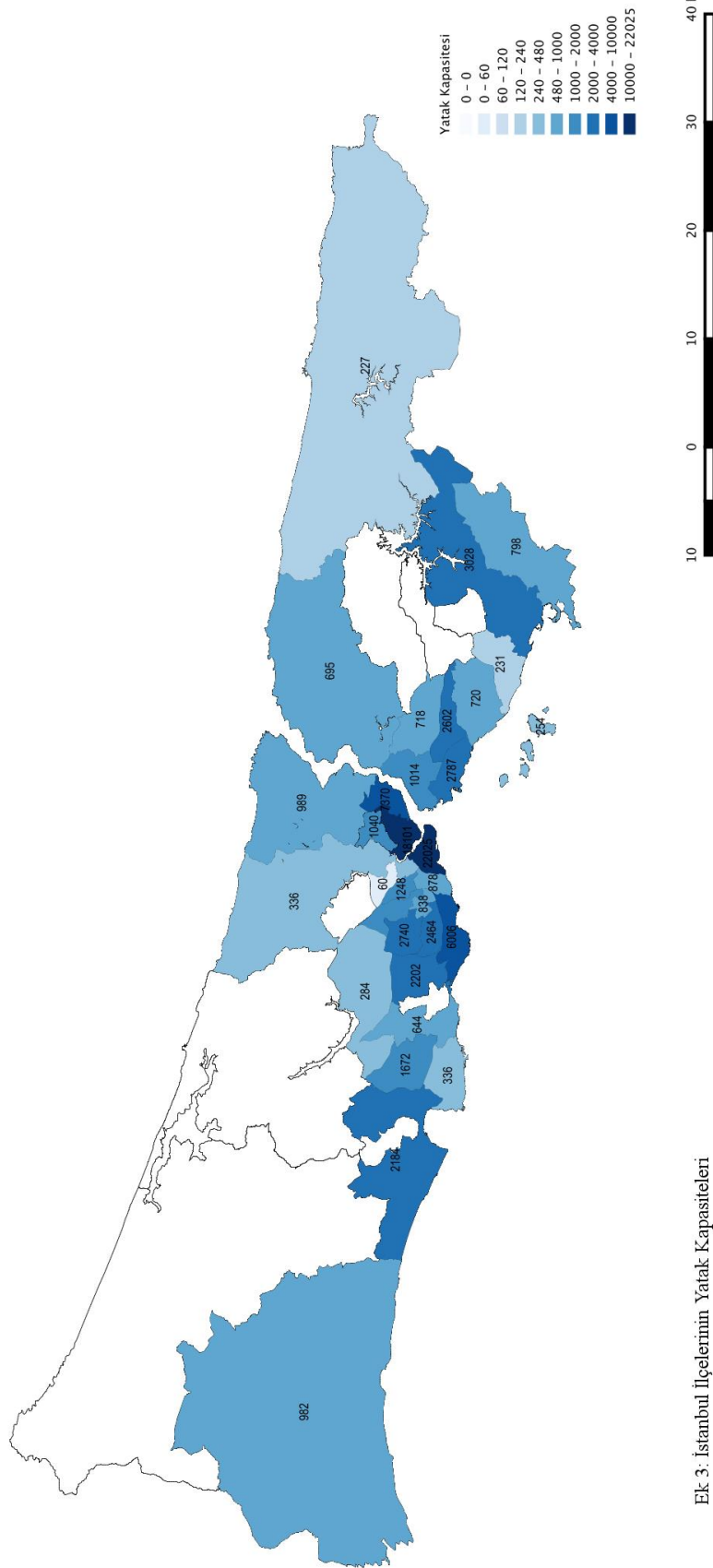
EK A: Haritalar

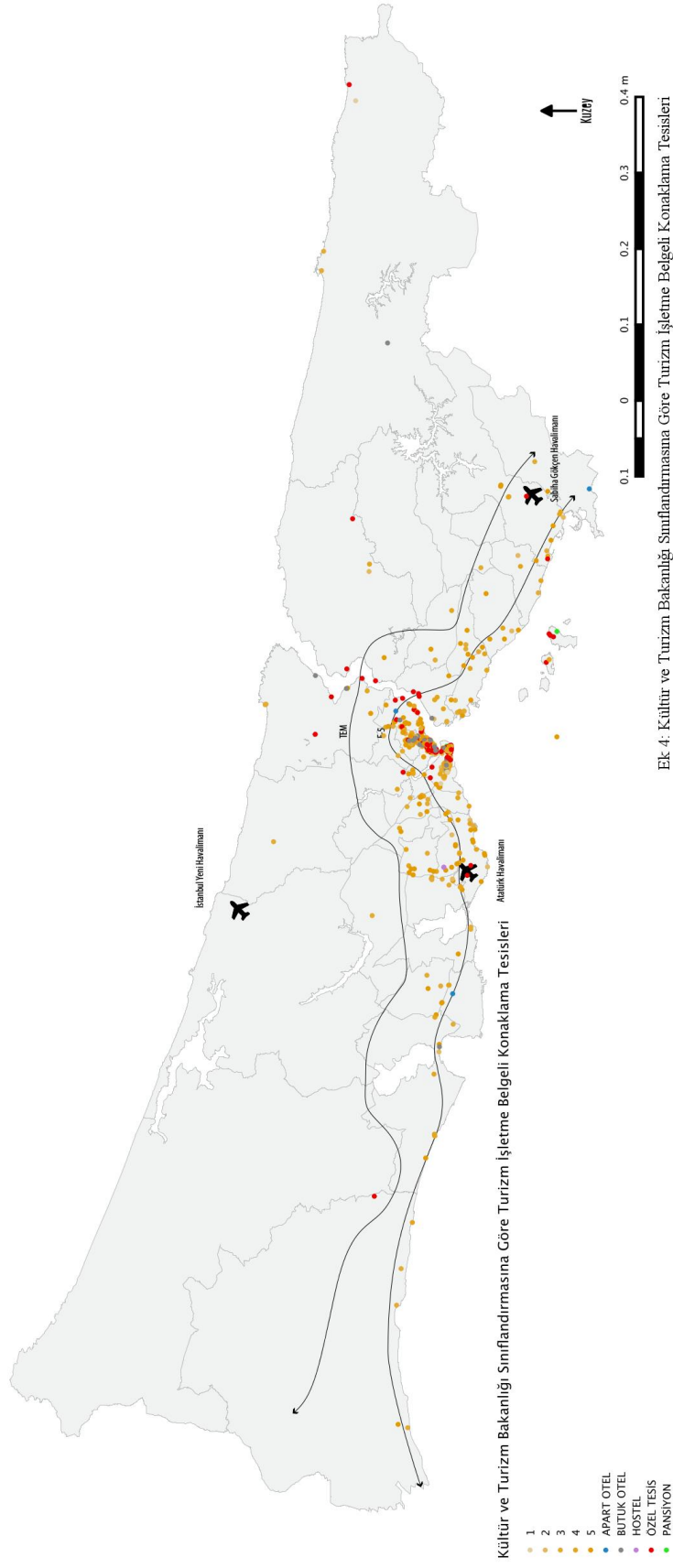


Ek 1: İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli ve Turizm Yatırım Belgeli Turizm Tesisleri

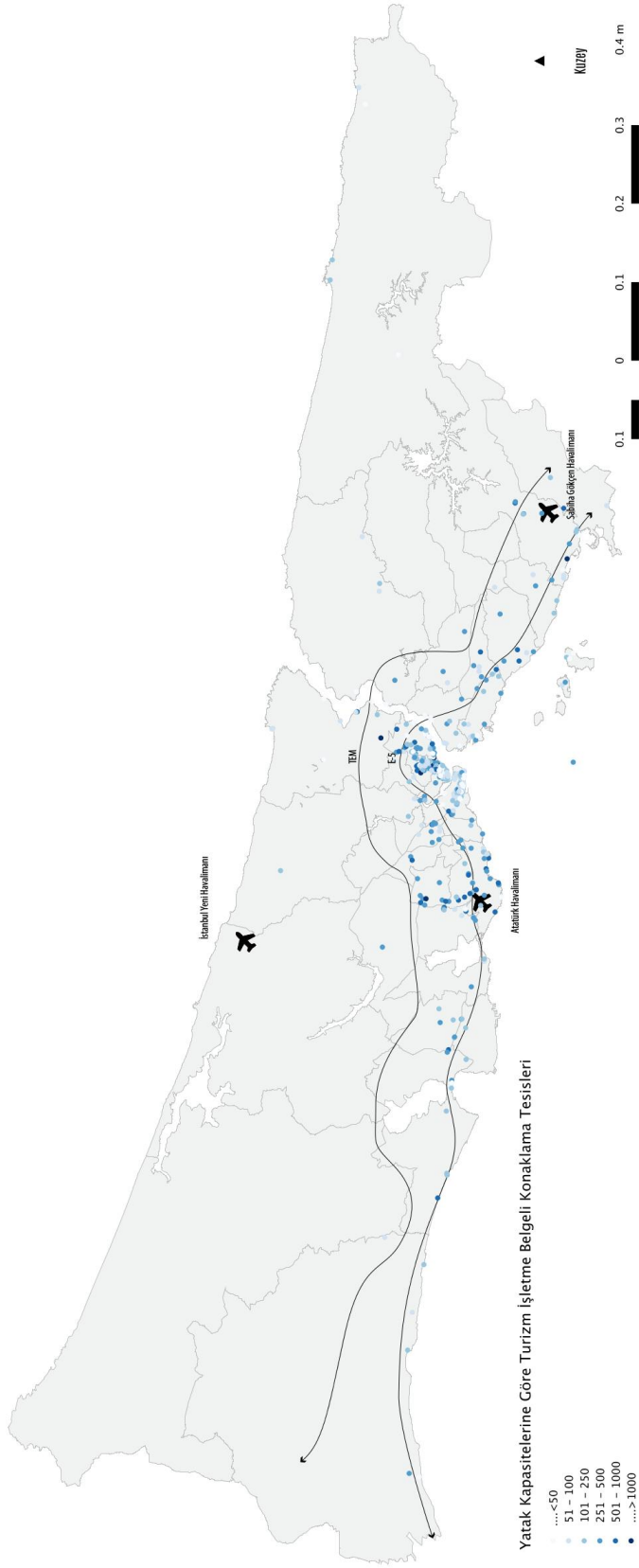


Ek 2: İstanbul'daki Turizm İşletme Belgeli Turizm Tesisleri

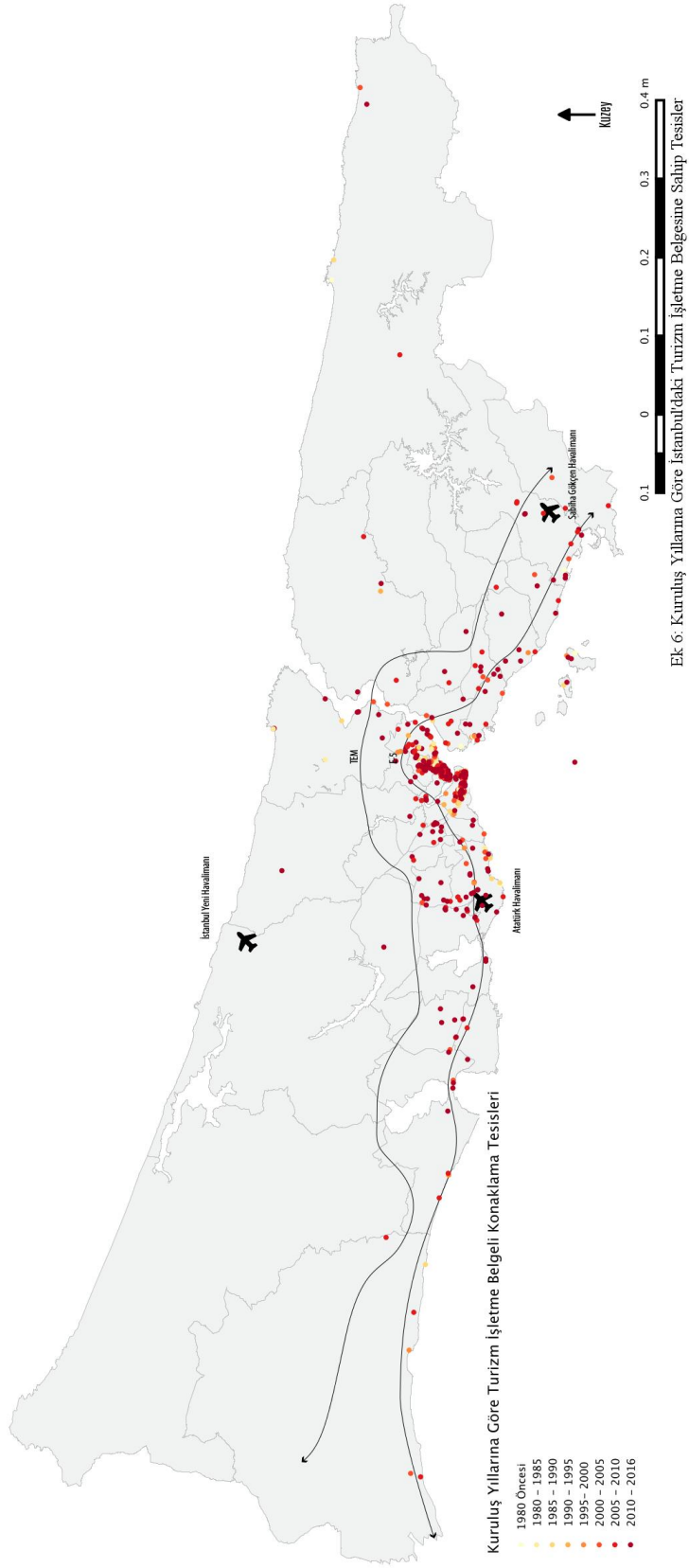




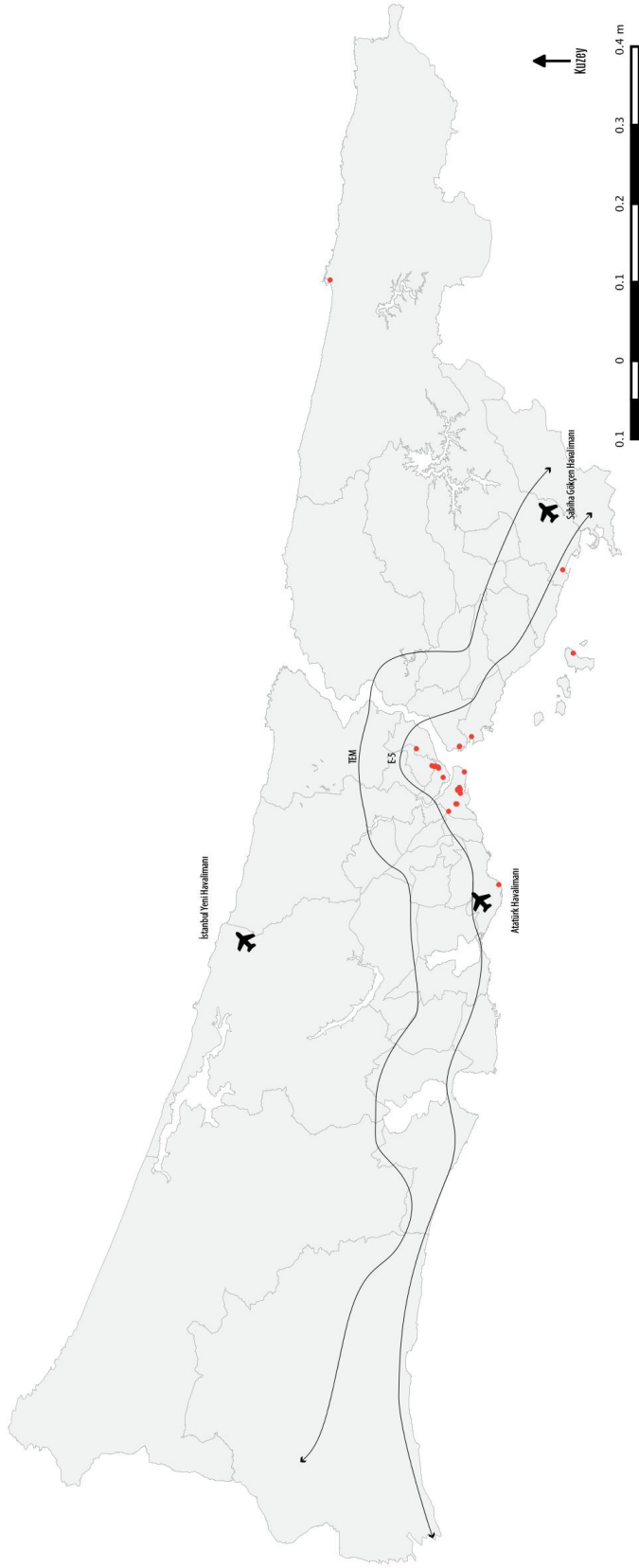
Ek 4: Kültür ve Turizm Bakanlığı Sınıflandırmasına Göre Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri



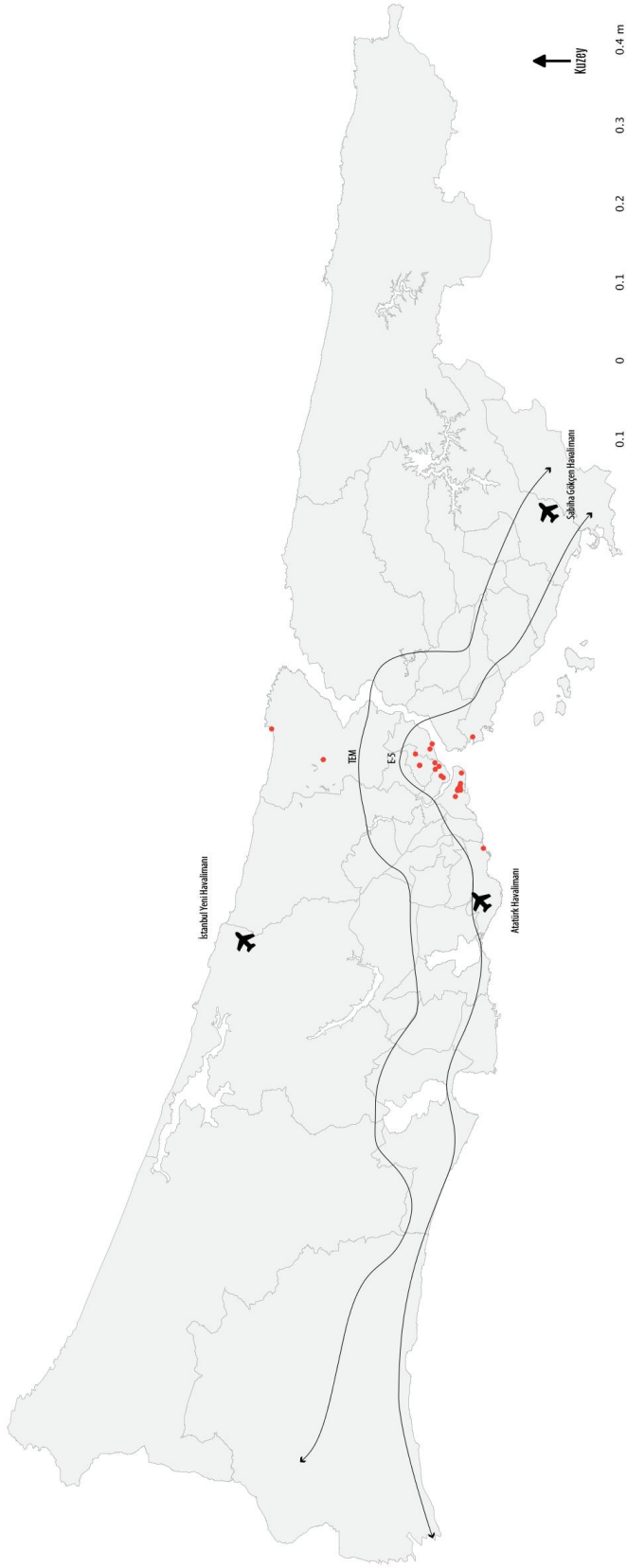
Ek 5: Yatak Kapasitelerine Göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belirli Turizm Tesisleri



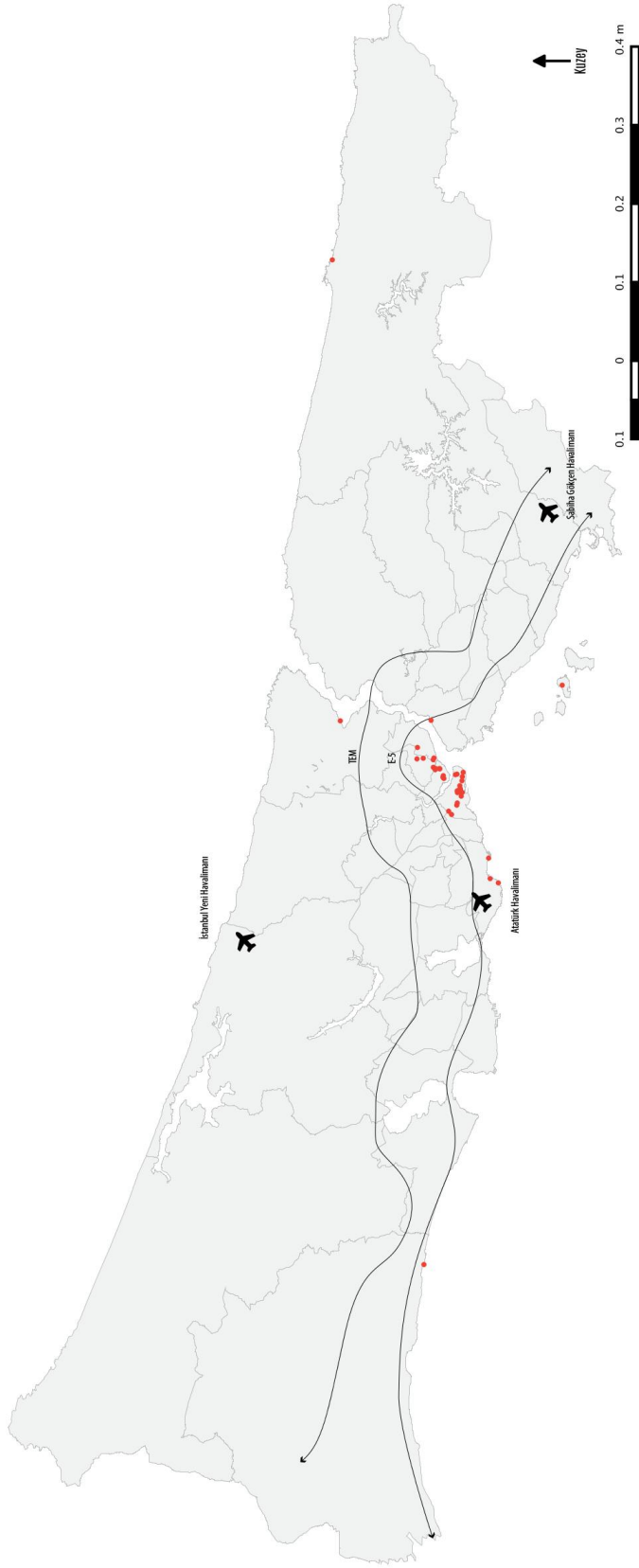
Ek 6: Kuruluş Yıllarına Göre İstanbul'daki Turizm İşletme Belgesine Sahip Tesisler



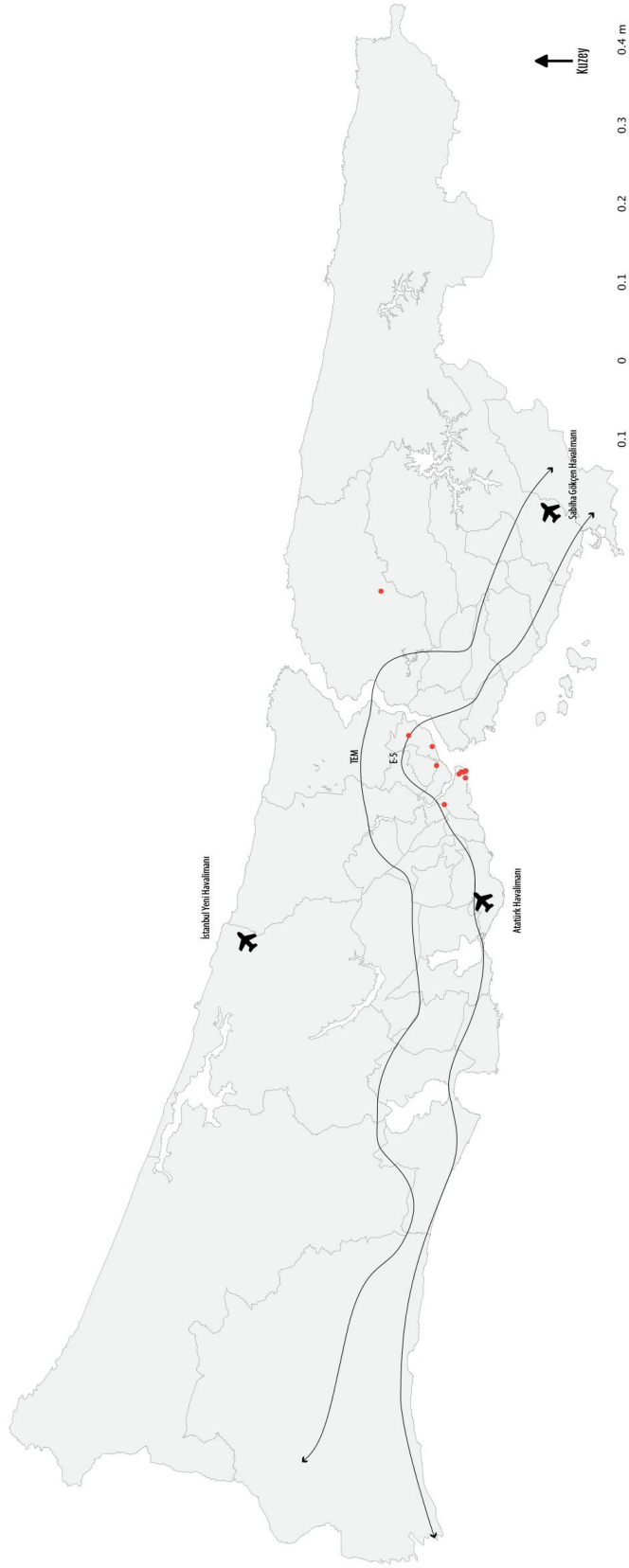
Ek 7: İstanbul'da 1980 Öncesi Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



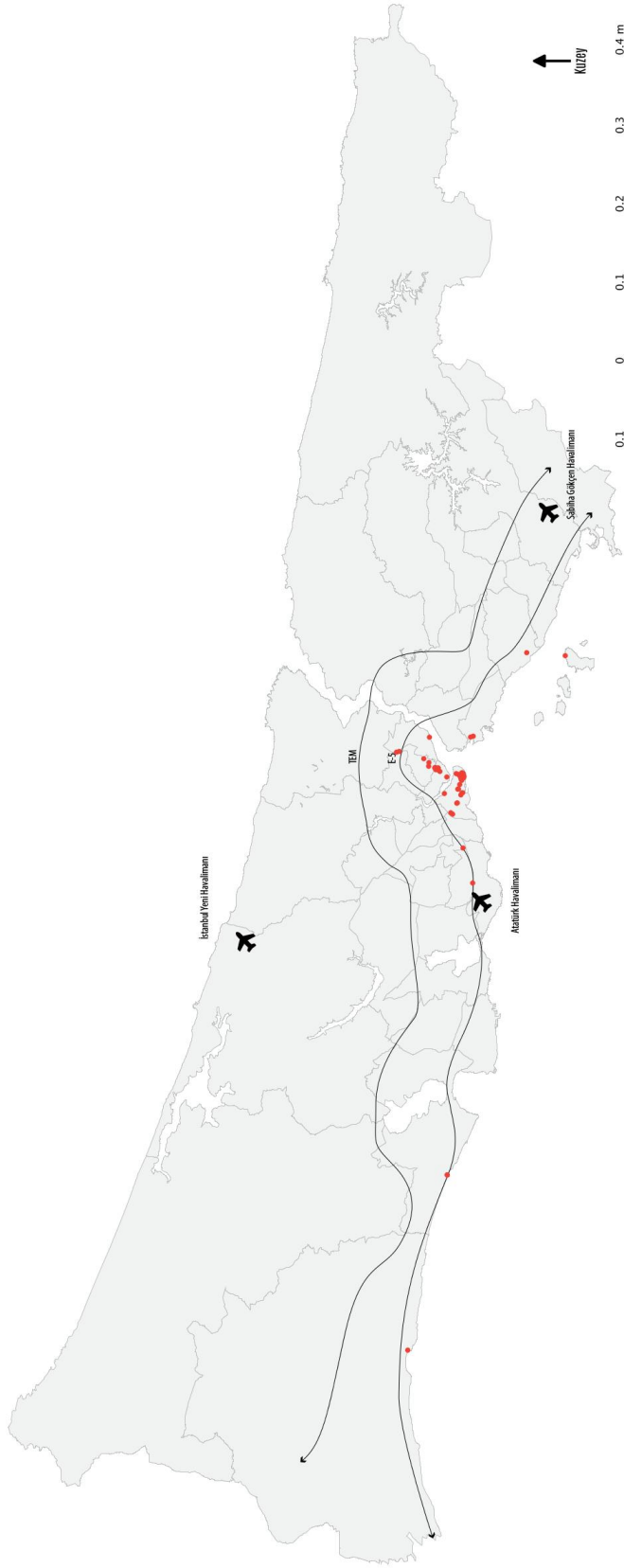
Ek 8. İstanbul'da 1980-1985 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



Ek 9: İstanbul'da 1985-1990 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



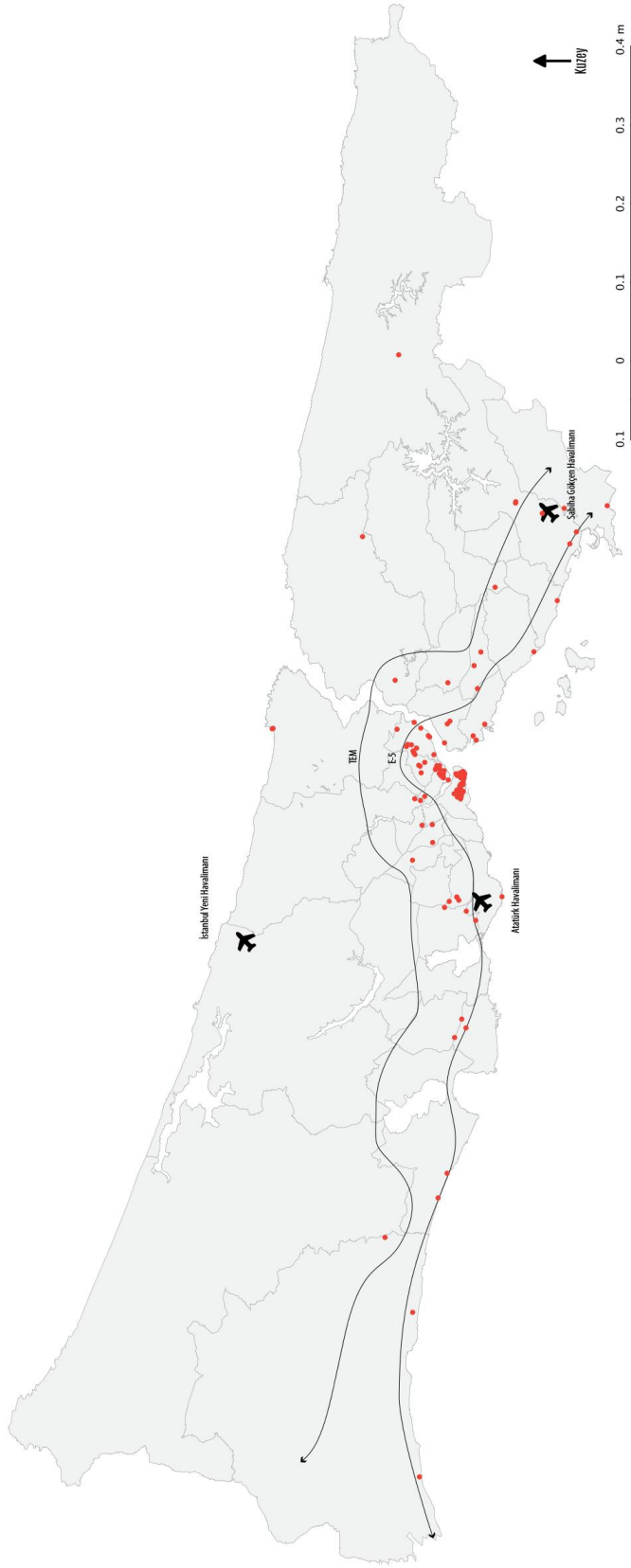
Ek 10. İstanbul'da 1990-1995 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



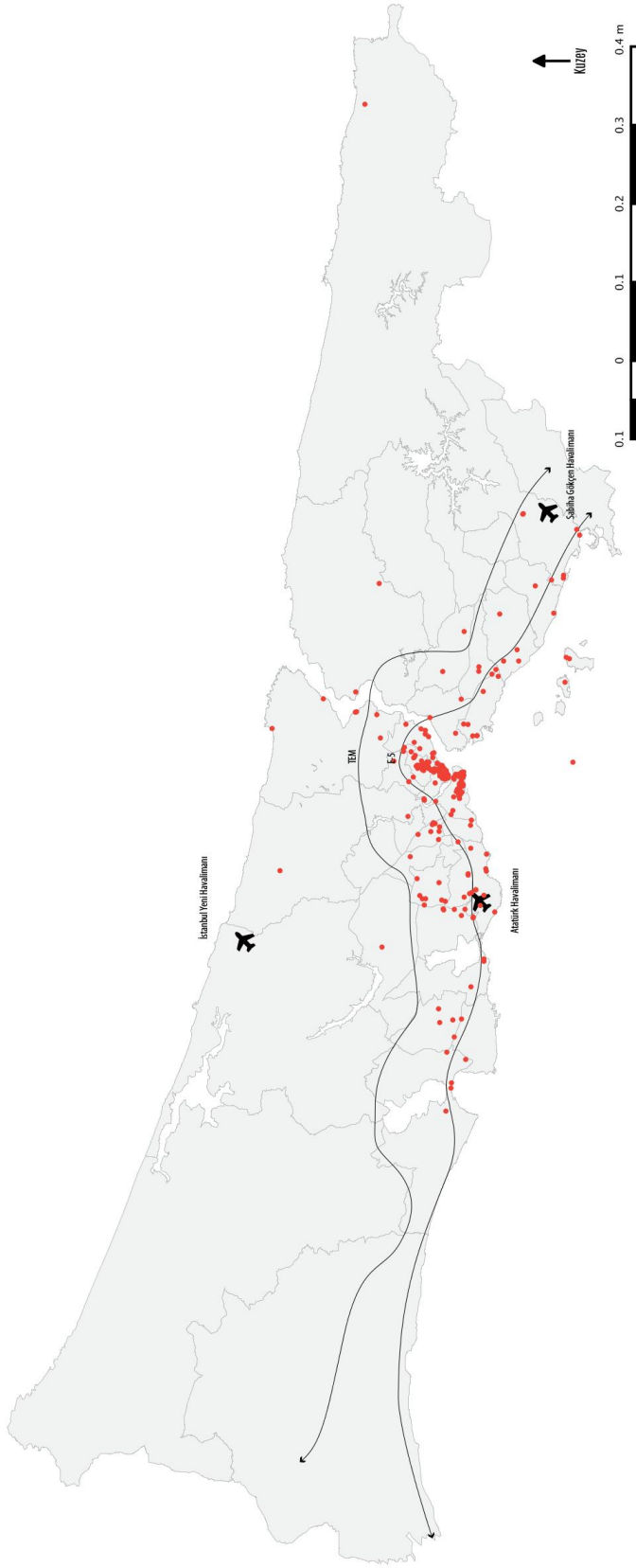
Ek 11: İstanbul'da 1995-2000 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeği Turizm Tesisleri



Ek 12: İstanbul'da 2000-2005 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



Ek 13: İstanbul'da 2005-2010 Yılları Arasında Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri



Ek 14: İstanbul'da 2010 Yılından Sonra Kurulmuş İşletme Belgeli Turizm Tesisleri

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Kazım Gürkan ÖZER
E-posta : gurkanozer@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 1988, Boğaziçi Üniversitesi, Turizm ve Otel Yönetimi Yüksek Okulu
- **Lisans** : 1998, Texas A&M University, College Station.
- **Yükseklisans** : 2017, İstanbul Teknik Üniversitesi, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Şehir Planlama

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 2004'ten bu yana HITIT Computer Software firmasında Uluslararası Havayolu Yazılımları üzerine çalışmakta.
- 2012-2013 yıllarında Bosna Hersek adına Turizm Danışmanlığı yürüttü.
- 2013-2014 yıllarında İstanbul Valiliği İstanbul Dijital Platform Yöneticiliği yaptı.
- 2005 yılından bu yana Boğaziçi Üniversitesi'nde yarı zamanlı eğitim görevlisi İnternet Turizmi Dersi vermekte.