

Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science

Yıl: 5, Sayı: 32, Aralık 2018, s. 222-231

Dr. Öğr. Üyesi Bayram KIRMIZIGÜL

Munzur Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği, bayramkgul@hotmail.com

TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ KULLANILARAK DEĞERLENDİRİLMESİ: TUNCELİ İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Özet

Turizm, giderek artan seyahat gereksinimleri ile beraber, hem ülkemizde hem de dünyada en yüksek gelir sağlayan hizmet sektörü durumuna gelmiştir. Bu durum, özellikle ekonomik kalkınmada geri kalmış ancak turistik kaynakları bakımından önemli bir değer ifade eden bölgelerin turizm ile canlandırılması umudunu ortaya çıkarmıştır. Tunceli ili de özellikle keşfedilmeyi bekleyen, özgün ve muhteşem doğası ve onu destekleyen bir çok kültürel varlığı ile turistik bir destinasyon olma niteliği taşımaktadır. Bu çalışmada, şehrin bir destinasyon olarak rekabet gücünü ve turist çekebilme potansiyelini belirlemek amacıyla bir SWOT analizi yapılmıştır. Araştırmada konunun paydaşları ve uzmanları olarak; bürokratlar, sivil toplum kuruluşları üyeleri, turizm işletme yöneticileri ve akademisyenlere, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile açık uçlu sorular yöneltilerek verilere ulaşılmıştır. Bulguların değerlendirilmesi ile elde edilen sonuçlar neticesinde, turizm paydaşları ve araştırmacılarına yönelik olarak bir takım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Rekabetçilik, Destinasyon Rekabetçiliği, SWOT Analizi

EVALUATION OF TOURISM POTENTIAL BY USING SWOT ANALYSIS: A RESEARCH IN TUNCELİ PROVINCE

Abstract

Tourism, with increasing travel requirement, has been the highest income service sector both in our country and in the world. This situation has revealed a hope for the region to be stimulated by tourism, which is underdeveloped economically but has an importance in terms of touristic resources. Tunceli city has also

qualification of being a destination with its undiscovered, unique and magnificent nature and supportive cultural wealth. In this study, in order to identify the destination competitiveness and the potential of attracting tourist of the city as a destination, a SWOT analysis has been made. In this research, the data has been achieved with the semi-structured interview, addressing open-ended questions to bureaucrats, nongovernmental organization members, tourism business managers and academician as stakeholders and experts of the subject. In consequence of the results obtained by evaluation of the findings, some proposals has been suggested for tourism stakeholders and researchers.

Key Words: Destination, Competitiveness, Destination Competitiveness, SWOT Analysis

1. GİRİŞ

Turizm bütün dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de önemini ve etkilerini giderek artıran bir seyirde devam ettirmektedir. Bunun en temel sebebi olarak, gelişen teknoloji ve ona bağlı olarak insan ihtiyaçlarının daha kolay tatmin edilmesi ve bir üst düzeydeki ihtiyaçların doğması olarak gösterilmesi yerinde bir tespit olacaktır. Çünkü teknolojinin gelişmesi ile beraber üretim çoğalmakta, insanların gelirleri ve boş zamanları artmakta ve bütün bunlara bağlı olarak toplumların refah düzeyleri yükselmektedir. Yükselen refah düzeyleri ise insanları artık zorunlu ihtiyaçların ötesine geçerek; gezme, eğlenme, bilgi ve kültür düzeyini artırma, yeni heyecanlar yaşama, yeni insanlar ve hayatlar tanıma gibi, kendini gerçekleştirebilme hedeflerine dayalı ihtiyaçların tatminine yönelmektedir.

Yirminci yüzyılın özellikle ikinci yarısından sonra ortaya çıkan bu durum, turizm hareketlerinde ve dolayısıyla da turizm gelirlerinde dramatik artışlara yol açmıştır. Bilhassa sanayileşmesini hızlandıramayan ve bu alanda yeterli ekonomik kazanımlar elde edemeyerek geri kalan ve de gelişmekte olan ülkeler için turizm gelirleri bir kalkınma umudu olarak iktisadi alanda önemli bir yer tutmayı başarmıştır. Aynı zamanda ülkeler içinde önemli turistik zenginliklere sahip olan kimi bölgelerin, ekonomik değer yaratma konusunda yetersiz kaldığı durumlarda da, turizm bu bölgeler arası gelişmişlik farkını ortadan kaldırabilme noktasında önemli bir ekonomik faktör olarak önem kazanmıştır. Buradan hareketle, Türkiye’nin ekonomik olarak yeterli üretim sağlayamayan ve bölge halkının sürekli başka illere hatta yurt dışına göç etme sorunu ile yüz yüze olan Tunceli ilinin turizm potansiyelinin araştırılması ve bu potansiyelin ekonomik değere dönüştürülebilme imkânlarının incelenmesi düşüncesi ortaya çıkmıştır.

Bu düşünceden yola çıkılarak, destinasyon ve destinasyon rekabetçiliği konuları kavramsal olarak açıklanmış ve Tunceli’nin bu manada bir destinasyon olabilme niteliğini taşıyıp taşımadığını belirlemek üzere, şehrin turistik kaynaklarına ve yapılabilecek turizm türlerine kısaca değinilmiştir. Keşfedilmemiş ve bakir doğası ile birçok alternatif turizm türünün yapılabileceği bir şehir olan Tunceli’nin, özellikle bulunduğu bölge için bir cazibe merkezi olabileceği ve dolayısıyla bir destinasyon niteliğine sahip olduğu kanaatine varıldıktan sonra; bir destinasyon olarak şehrin rekabetçiliğini belirlemek üzere, konu hakkında bilgi sahibi olduğu düşünülen uzman ve paydaşların görüşlerine başvurularak bir SWOT analizi yapılmıştır.

2. Destinasyon

Destinasyon en genel ifadesi ile turistik hareketler sürecinde ulaşılması hedeflenen ülke, yöre ya da yer; gidilecek yer, son varış noktası, bireylerin seyahat etmek amacıyla gitmek ya da ulaşmak istedikleri nokta olarak seçilmiş ve/veya belirlenmiş yer olarak tanımlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1999). Başka bir tanımlamaya göre de destinasyon, doğa, kültür ve iklim koşulları bakımından benzer durumlara sahip, özgün doğal zenginlikleri ve o bölgeye has turistik aktiviteleri bulunan; konaklama, yiyecek içecek, ulaşım ve iletişim ağları gibi ihtiyaç duyulan altyapı ve üstyapı imkanlarının ve bunların yanında kamusal hizmetlerin turistlerin kullanımına arz edilebildiği, bir marka ve imaja sahip olan coğrafi yer, alan veya bölge olarak ifade edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2006).

3. Rekabetçilik

Rekabetçilik kavramı ise, ulusal, uluslararası ve firmalar boyutuyla çok farklı tanımlamalara konu olmakla beraber OECD tarafından; “serbest ve adil piyasa şartları altında, uluslararası piyasa koşullarına uyumlu mal ve hizmet üretebilme, bunun yanında halkının reel gelirini artırma ve onu koruyabilme yeteneğidir” şeklinde bir ifade ile tanımlanmıştır (OECD, 1992). İşletmecilik açısından bakıldığında ise rekabetçilik; belirli bir pazarda veya sektörde faaliyet gösteren firmaların, aynı müşteri kitlesinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere benzer mal ve hizmet üretmeleri ve müşteri beklentilerini karşılayabilecek değerde strateji üretmeleri suretiyle mücadele etmeleri olarak açıklanmıştır (Ülgen ve Mirze, 2010).

4. Destinasyon Rekabetçiliği

Araştırmanın konusu olan destinasyonların rekabetçiliği kavramı da henüz üzerinde görüş birliğine varılabilmemiş durumda değildir. Ancak genel manada kapsayıcı bir tanımlama yapılacak olursa destinasyon rekabetçiliği; turistik bir bölgesinin hem turizm adına değer yaratan ürünleri ziyaretçilerine arz ederek onlara kaliteli bir turizm deneyimi yaşatabilme, hem de turizm adına değer yaratan kaynaklarını sürdürülebilir olarak kullanabilme ve rakiplerine karşı pazardaki pozisyonunu koruyabilme becerisidir (Pearce, 1997; Hassan, 2000; Dwyer & Kim 2003). Destinasyon rekabetçiliği konusu karşılaştırmalı üstünlükler ve rekabetçi üstünlükler olarak iki farklı açıdan da açıklanabilmektedir. Buna göre; doğa, iklim, bitki ve hayvan türleri gibi belirli bir turizm bölgesinde bulunan veya eskilerden devralınan varlıklar, karşılaştırmalı üstünlük sağlayan unsurlar olarak anılmaktadır. Rekabetçi unsurlar ise; turistik manada altyapı ve üst yapı imkanları, destinasyonların etkili yönetimi ve nitelikli turizm personeli, düzenlenen festivaller, devlet politikaları gibi etkenler olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla karşılaştırmalı üstünlükler, hâlihazırda bir destinasyonun sahip olduğu ve turistik varlıkları; bu turistik varlıkların etkili bir biçimde kullanılıp, daha fazla yarar sağlayacak forma dönüştürülme becerileri ise rekabetçi üstünlükler olarak izah edilmektedir (Meng, 2006).

5. SWOT Analizi

SWOT analizi stratejik bir inceleme ve değerlendirilme yapılırken, sahip olunan güçlü (strength), ve zayıf (weekness) yönler ile dış çevreden kaynaklanan fırsat (opportunity) ve tehditlerin (threat) belirlenmesi ve tanımlanması çalışmalarına verilen bir isim olmaktadır ve adını da bu dört faktörün İngilizce karşılıklarının baş harflerinin yan yana kullanımında almaktadır. SWOT analizleri yapılması, içinde bulunulan durumun gerçekçi olarak anlaşılması ve buradan hareketle geleceğe yönelik olarak en uygulanabilir stratejilerin oluşturulmasında

karar alma konumunda bulunanlara önemli ve kritik veriler sağlamaktadır (Dyson, 2004; Hoben, Lenie&Vanhoof, 1999).

6. Tunceli İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Dünya Turizm Örgütü'nden alınan bilgilere göre, 1995 yılı itibariyle yurt dışı seyahatlerde bulunan kişi sayısı 527 bin iken; bu sayı 2014 yılına geldiğinde yaklaşık %115 oranında yükselme göstererek ve 608 bin kişilik bir artışla 1 milyon 137 bin kişiye ulaşmıştır. Bu rakamlar, dünya genelinde turizmin giderek daha yaygınlaşan ve ekonomik değer yaratan sektörlerden birisi olduğunu göstermesi bakımından önemli ve dikkate değerdir (World Tourism Organization 2015).

Dünya Turizm Örgütü'nün yıllık raporundan alınan diğer bir bilgiye göre de; turizm 2013 yılı itibariyle, ihracat yoluyla elde edilen kazançlar bakımından dünya sıralamasında yakıt, kimya ve gıda sektörlerden sonra gelerek dördüncü sırayı yerleşmiş ve otomotiv gibi dev sektörler de dâhil diğer birçok endüstriyi geride bırakabilme başarısını göstermiştir. Bu durum, turizmin dünya ihracat gelirlerinin %6'sını oluşturduğu anlamına gelmektedir. Hizmetler sektörlerinin ihracat oranları bakımından bir değerlendirme yapıldığında ise turizmin %30'luk bir oran ile en yüksek dilimi oluşturduğu ve az gelişmiş ülkeler de dâhil, gelişmekte olan birçok ülke için en önemli ihracat kalemini oluşturduğu görülmektedir (World Tourism Organization 2015). Türkiye örneğinde durum incelediği zaman, burada da toplam hizmetler sektörü ihracatının %58'6'luk gibi çok ciddi bir oranının turizm sektörü tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır (www.turizm gazetes i .com). Dünyada ve Türkiye'de turizm sektörü böylesine önemli bir ekonomik değer ihtiva ettiği halde, Tunceli ili özelinde aynı sonuçların elde edildiğini söylemek mümkün olmamaktadır. Oysa sahip olduğu turistik kaynaklar bakımından önemli bir destinasyon olması gereken Tunceli, çeşitli sebeplerle bu kimliğini ön plana çıkaramamış ve rekabetçi bir destinasyon haline gelememiştir. Aşağıda İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre, şehre son 12 yıl içinde gelen turist sayıları aktarılmaktadır:

Tablo 1: Yıllara Göre Tunceli İline Gelen Turist Sayıları

Yıllar	Yabancı	Yerli	Toplam
2004	115	30.825	30.940
2005	140	36.984	37.124
2006	206	41.803	42.009
2007	38	34.581	34.619
2008	49	15.498	15.547
2009	110	18.834	18.944
2010	81	13.762	13.843
2011	322	15.923	16.245
2012	272	18.362	18.634
2013	95	21.815	21.910

2014	115	17.901	18.016
2015	605	25.559	26.164
2016	307	18.521	18.828
2017	255	26.271	26.526
2018 (Ekm ayına kadar)	369	27.792	28.161

Kaynak: Tunceli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016.

Tablo 1’de görüldüğü gibi son 2004-2018 yılları arasında şehre giriş yapan toplam turist sayıları benzer değerlerde seyrederek tam manasıyla yerinde saymıştır. Dolayısıyla turist sayılarındaki bu rakamlar, bir destinasyon olarak şehrin turizmden hak ettiği ekonomik gelirleri sağlayabilmesini imkansız hale getirmektedir. Durumu daha iyi analiz edebilmek için, Tunceli ilinde yapılabilecek ve bir destinasyon olarak şehri rekabetçi konuma getirebilecek turizm türlerinin en önemli görülenlerine aşağıda kısaca değinilmektedir:

Doğa yürüyüşleri (Trecking): Munzur vadisi milli parkı, Pülümür çayı vadisi ve mercan çayı vadileri; eşsiz kanyonlar, yaylalar, Munzur gözeleri ve yöreye özgün bitki ve hayvan türleri ile farklı deneyimler sunmayı vadetmektedir.

Su sporları: Munzur Çayı, Ovacık-Halbori gözeleri istikameti üzerinde rafting sporu yapılabilmektedir. Bu parkur Türkiye’nin en uzun rafting parkuru olarak ayrıca bir önem ihtiva etmektedir. Pertek ilçesinde de, Keban barajını besleyen göl üzerinde off-shore yarışları düzenlenebilmektedir.

Kış sporları: Ovacık ilçesi sınırları dahilinde, Munzur dağında Aralık-Nisan ayları arasında kayak sporu yapılabilen oldukça iddialı bir pist bulunmaktadır ve bu pist alanında kayak yapmaya gelenlerin konaklama, yeme-içme ve teçhizat ihtiyaçlarını karşılamak üzere hizmet veren bir tesis bulunmaktadır.

Sağlık turizmi: Bağın kaplıcaları sağlık turizmi açısından önemli bir değer olmakta ve buraya gelen ziyaretçilere hizmet veren bir tesisle turistik bir destinasyon niteliği taşımaktadır. Pertek ilçesinde ise üç yıldızlı bir termal otel ile hizmet veren Pertek kaplıcaları bu alanda öne çıkmakta ve burası da sağlık turizmi açısından çevre iller başta olmak üzere, ülke çapında turist çeken önemli bir destinasyon olarak önem taşımaktadır.

İnanç turizmi: Tunceli kendine özgü anlayışı ile Alevi-İslam inancını yaşatan ve bu anlamda değer atfedilen birçok türbe ve ziyaret yerlerine sahiptir. Bu türbe ve ziyaret yerleri turistik bir cazibe arz etmekle beraber, turistlerin ihtiyaçlarına yönelik alt yapı ve üst yapı imkanlarından mahrum olduklarından, destinasyon kapsamına girmekte zayıf kalmaktadırlar.

Hüzün turizmi: Tunceli ili tarihinde acı olaylara sahne olmuş bir coğrafyaya karşılık gelmektedir. Birçok ziyaretçi, geçmişte yaşanan bu acı olayları anmak ve bu olayların geçtiği yerleri görmek için Tunceli’ye gelmektedir. Ancak hüzün turizmi açısından da, gerek tanıtım gerekse organizasyonların yapılmasına müsait alt yapı çalışmalarının eksik kalması gibi nedenlerden ötürü, bir destinasyon niteliği taşıdığı söylemek pek mümkün olmamaktadır.

Kültür Turizmi: Özellikle Pertek Kalesi ve Çemişgezek İn Delikleri, Sağman kalesi gibi turistik cazibesi olan yerler bu kapsamda ziyaretçi almaktadır. Fakat bu turistik varlıklar, bakım-restorasyon, tanıtım, organizasyon ve diğer bir takım yetersizlikler dolayısıyla kaliteli ve önemli

potansiyel taşımakla beraber halihazırda bir destinasyon niteliği kazanamamış durumda bulunmaktadırlar.

Yukarıda Tunceli'nin sahip olduğu kaynaklar bakımından yapılması mümkün olan ve kısaca değinilen turizm türleri, aslında hem dünyada hem de Türkiye'de deniz-kum-güneş turizminin önemini yitirmeye ve insanların alternatif turizm hareketlerine yönelmeye başladıkları göz önüne alındığında, şehrin bir destinasyon olarak önemli ölçüde rekabet avantajına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Şimdi, böylesine önemli bir avantaja sahip olduğu halde, Tunceli'nin neden rekabetçi bir güç olamadığını ve bu gücü yakalamak için neler yapılması gerektiğini incelemek üzere araştırma bölümüne geçilecektir.

7. Araştırmanın Amacı Ve Yöntemi

Dünyada ve Türkiye'deki turistik hareketlerin ve turizm gelirlerindeki artışların dikkate alınarak; Tunceli'nin ekonomik kalkınma düşüncesini sanayi, enerji ve diğer sektörlere oranla potansiyeli daha yüksek olan turizm ile gerçekleştirebileceği düşünülmüş ve bir destinasyon olarak ilin rekabetçi gücünü saptamak amacıyla SWOT analizi yapılması amaçlanmıştır. SWOT analizi, araştırılmakta olan bir konunun güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri saptamakta kullanılan bir tekniktir. SWOT analizi yapılırken; sahip olunan güçlü yönler ve dış çevredeki fırsatlardan en üst düzeyde yararlanılması ve bu sayede tehditlerin ve zayıf yanların olumsuz etkilerini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirilmesi amaçlanmaktadır (İstanbul Çevre Düzeni Plan Raporu, 2009).

8. Veri Toplama Ve Analiz Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak, alanında uzman kişilerin görüşlerini alabilmek amacıyla, nitel bir araştırma türü olan bireysel mülakat yöntemi kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda; şehrin bürokratlarını, STK üyelerini, turizm işletme yöneticilerini ve akademisyenleri kapsayan paydaşlar arasından tesadüfi yöntemle seçilen 62 kişiye "yarı yapılandırılmış mülakat" tekniği ile açık uçlu sorular yöneltilerek veriler toplanmıştır. Açık uçlu sorular, görüşmeye daha fazla esneklik kazandırarak, daha derinlemesine bilgiler alınmasına imkân tanıyabilmektedir (Kuş, 2003).

Mülakat sırasında yöneltilen sorular şu şekilde olmuştur:

1. Bir destinasyon olarak Tunceli ilini güçlü kılan ve geliştirilebilecek yönler nelerdir?
2. Bir destinasyon olarak Tunceli ilinin zayıf ve yetersiz kaldığı yönler nelerdir?
3. Tunceli ilini turizm sektöründe daha rekabetçi kılabilecek fırsatlar nelerdir?
4. Tunceli ilini turizm sektöründeki rekabet gücünü tehdit eden unsurlar nelerdir?

Analiz aşamasında, görüşmede elde edilen verilerin belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek sistematik olarak değerlendirilmesine imkân tanınması münasebetiyle içerik analizi yapılmıştır (Altunışık, 2010). Mülakat sırasında sorulara alınan yanıtlar not alınmış, daha sonra alınan yanıtlar kendi soru grupları içerisinde belirli temalara göre tekrar gruplandırılarak bulgulara ulaşılmıştır.

9. Bulgular

Mülakat yoluyla birincil kaynaklardan elde edilen veriler, yukarıda belirtildiği gibi analiz edildikten sonra, ulaşılan bulgular SWOT analizi sistematığı ile aşağıdaki biçimde aktarılmıştır.

9.1. Tunceli İlinin Güçlü Yönleri

- Tunceli halkının, hem Doğu Anadolu kültürünün hem de Alevilik kültürünün etkisiyle, hoşgörüyü ve insani değerleri oldukça dikkate alan konuksever bir yapıya sahip olması
- Tunceli halkının Anadolu'da ve özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayan diğer şehir ve yörelere göre turizmin doğasına uygun olan ve yeniliklere daha açık bir bakış açısı sergilemesi
- İldeki alternatif turizm varlıklarının çeşitlilik ve nitelik bakımından zengin olarak değerlendirilebilecek sayılarda olması
- İlin turistik anlamda önemli değer taşıyan gerek flora ve gerekse fauna açısından zengin olması
- İlin zengin kültürel yapısı ve buna bağlı olarak geleneksel olarak düzenlene gelen festivallerinin turistik değer taşıması ve dolayısıyla yüksek miktarlarda turist çekebilecek potansiyel arz etmesi
- İldeki konaklama tesislerinin ve buralarda sunulan hizmetlerin kalite olarak yükselme seyirinde olması
- Şehirde hali hazırda turizme destek sağlayabilecek bir üniversite olması ve bu üniversitenin kararlı bir şekilde gelişme göstermesi

9.2. Tunceli İlinin Zayıf Yönleri

- Şehrin turistik imajının yeter sevilerde olmaması
- Şehrin adının hala terör vb. turizmi baltalayacak kavramlarla anılması
- İldeki pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması
- Stratejik planlama çalışmalarının yetersiz kalması
- Şehirde etkin bir turizm kalkınma planlamasını yapılmaması
- İnanç turizmi bakımından çok zengin kaynaklara sahip olmasına rağmen, halkın bu alanın turizme açılmasına ön yargılı bakışı
- Şehirleşmenin plansız ve çarpık olması
- Şehrin altyapı bakımından turizm faaliyetlerini kaldırabilecek düzeyde olmaması
- İlde hava alanının bulunmaması

9.3. Tunceli İlinin Önündeki Fırsatlar

- Genel olarak turistik hareketlerin dünyada ve Türkiye'de çok büyük bir hızla artması ve dolayısıyla diğer destinasyonlar gibi, Tunceli'nin de turizm gelirleri pastasından alabileceği payın artması
- Alternatif turizm hareketlerinin dünyada ve Türkiye'de giderek artması ve Tunceli'nin bu anlamda zengin varlıklara sahip olması
- Farklı arayışlarda olan (psikosentrik) turist tiplerinin dünyada ve Türkiye'de giderek artması ve Tunceli'nin bu anlamda keşfedilmemiş, bakir bir bölge olarak ilgi çekme potansiyelinin yüksek olması
- Tunceli ilinin, son yıllarda ülkenin siyasal ve konjonktürel durumunun da etkisiyle, popüleritesinin artması ve insanlar üzerinde merak uyandırması
- Yine siyasal ve konjonktürel durumdan kaynaklı, devletin şehre yatırımları teşvik etme yönünde tutumlar göstermesi

9.4. Tunceli İlinin Karşı Karşıya Olduğu Tehditler

- Şimdilik çok zengin olan doğal kaynakların ve bakir çevrenin, gelecek dönemlerde tahrip olma riski ve bu risk sebebiyle şehrin rekabetçi gücünü yitirebilme ihtimali
- Kalifiye turizm personelinin yetersiz iş imkânları, düşük ücretle çalışmak durumunda kalması ve kariyer yollarının sınırlı olması gibi nedenlerle diğer turizm bölgelerine kaçıışı
- Müşterilerin eğitim düzeyinin artması ve medyanın da etkisiyle, müşterilerin çok fazla destinasyonu araştırarak seçim yapma alanının genişlediği bir dünyada, Tunceli ilinin yetersiz tanıtım ve kötü imaj sorunuyla karşı karşıya olması
- Turizmin siyasal ve konjonktürel gelişmelerden en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmesi ve Tunceli'nin bu gelişmelere çok fazla maruz kalan bir şehir olması
- Yatırımcıların çeşitli sebeplerle önlerini göremeyişi ve yatırımlarını daha az riskli olan bölgelere kaydırma eğilimleri

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tunceli ili yukarı da bahsedildiği gibi alternatif turizm kaynakları bakımından oldukça zengin bir şehirdir. Ancak sahip olunan bu kaynakların maalesef büyük bir kısmı sadece potansiyel arz eden durumunu korumaktadır. Fakat Tunceli ili ekonomik değer yaratma babında değerlendirilecek olursa, en büyük payı turizmden alması muhtemel görülmektedir. Çünkü şehrin hali hazırda bir sanayi şehri olmadığı ve bu yönde yatırımların da çok fazla yöreye gelmediği görülmektedir ve kısa vadede bu türden beklentiler de kimse tarafından dile getirilmemektedir. Bunun yanında, engebeli arazi yapısı sebebiyle ve fazla ekin alanları olmadığından tarım bakımından da çok fazla beklenti yaratmamaktadır. Bu sebeplerle turizmin artan bir önem oluşturmaktadır.

Yukarıdaki çalışmada sonuçları özetlenen SWOT analizi, bu potansiyeli nasıl ekonomik değer yaratan lokomotif bir sektör haline getirebiliriz sorusuna cevaplar üretebilmek için hazırlanmıştır. Şimdi bu çalışmanın sonuç bölümü olarak bir takım öneriler aşağıda sıralanacaktır:

- Öncelikle turizmin lokomotif sektör olarak Tunceli ilinin kalkınmasına sunacağı katkılar; başta yerel yöneticiler olmak üzere, sivil toplum kuruluşları, kanaat önderleri ve şehir halkı tarafından ortak bir bilinç oluşturacak biçimde, sözlü ve yazılı açıklamalar ile yeniden hedef kitleye izah edilmelidir.
- Şehrin ulaşım sorunları hâlihazırda çalışmalar devam etmekle beraber, kararlı bir şekilde sürdürülmelidir.
- Tunceli ili için, en azından ihtiyaçları asgari ölçüde karşılayabilecek, bir havaalanı yapılması için etütler ivedilikle başlatılmalıdır.
- Şehrin gerek yurt içi ve gerekse yurt dışında terör ve korku kavramları ile beraber anılması ve sadece siyasi gündemlerle hatırlanması bir sorun olarak öncelikle ele alınmalı, bu algıların düzeltilmesi için profesyonel çalışma grupları oluşturularak hemen harekete geçilmelidir.
- Tunceli ilinin turizm alanındaki kaynaklarının tanıtımı için öncelikli olarak tanıtım faaliyetleri oluşturulmalıdır. Bu noktadan hareketle; pazarlama çalışmaları hızlandırılmalı ve reklam çalışmaları yapılmalı, destek faktör olarak halkla ilişkiler çalışmaları yapılmalıdır.
- Tunceli'de özellikle alevi toplumunun inanç değerlerine ilişkin birçok ziyaret yeri ve türbeler bulunmaktadır. Ancak yöre halkı bu inanç merkezleri üzerinden herhangi bir ekonomik faaliyete sıcak bakmamaktadır. Bu ön yargıyı ortadan kaldırmak için, gerekirse dünyadaki inanç

turizmi aktiviteleri referans alınarak, olumlu tutumlar geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır.

- Turizm aktivitelerini destekleyebilecek ve ihtiyaçlara cevap verebilecek alt yapı hizmetleri ivedilikle sağlanmalıdır.

- Turistik hareketler sonucu ortaya çıkabilecek çevresel deformasyon ve zararlı etkiler önceden fark edilmeli, sürdürülebilir turizm anlayışı ile önlemler alınmalıdır. Bu önlemler halka da mutlak izah edilmelidir.

- Yatırımcıların bölge ile ilgili risk algıları dikkate alınmalı ve devlet gerekirse kimi bölgelerde öncü sektör olarak, kimi bölgelerde teşvikler sunarak yatırımları desteklemelidir.

- Kalifiye insan kaynağı yetiştirebilmek için üniversiteler ile özel sektör işbirliği desteklenmeli ve bu konularda koordineli çalışmaları için uygun zemin hazırlanmalıdır.

- Kalifiye elemanların il dışına kaçışını durdurabilmek amacıyla, uygun çalışma koşulları, tatmin edici ücret ve terfi ve yükselme imkânları sunulmalıdır.

Bu önerilere ek olarak, konu üzerinde yeni çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılara da, Tunceli ilinin destinasyon olabilme anlamında rekabetçi durumunu analiz edebilecek farklı yöntemler kullanarak, sonuçların karşılaştırılmasına olanak sağlayacak bulgular ortaya koymaları önerilmektedir. Ayrıca İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkililer ile Munzur Üniversitesi'nde görev yapan konu ile ilgili akademisyenlerin, birer paydaş olarak ildeki turizm işletmeleriyle, destinasyon açısından rekabetçiliğin başka hangi boyutlarda analiz edilebileceği yönünde etkili ve sonuç alınabilecek değerlendirmelerde bulunmaları, diğer bir öneri olarak sunulmaktadır.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Bahar, Ozan ve Kozak Metin (2005). Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), ss.139-152.
- Dwyer, Larry & Kim, Chulwon (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6 (5), pp.369-414.
- Dyson, Robert G. (2004). Strategic Development and SWOT Analysis at The University of Warwick, *European Journal of Operational Research*, (152), pp.632.
- Hassan, Salah, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research* 38 (3), pp.239-245.
- Houben, G., Lenie K. & Vanhoof K. (1999). A Knowledge-Based SWOT-Analysis System as an Instrument For Strategic Planning in Small and Medium Sized Enterprises, *Journal Decision Support Systems*, (26), pp.125-135.
- İstanbul Çevre Düzeni Plan Raporu, 2009.
- Kuş, E. (2003). Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (1999). Turizm Terimler Sözlüğü, Ankara: Başbakanlık Basımevi.
- Meng, Fang (2006). An Examination of Destination Competitiveness from the Tourists' Perspective: The Relationship between Quality of Tourism Experience and Perceived

Destination Competitiveness, Unpublished Doctoral Dissertation, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Hospitality and Tourism Management.

OECD (1992), Technology and the Economy: The Key Relationships, Report on The Technology/Economy Programme, Paris.

Pearce, Douglas G. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia, Journal of Travel Research, 35 (4), pp. 16-24.

Tunceli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016.

Ülgen, Hayri ve Mirze, S Kadri (2010). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Yayınları, İstanbul.

World Tourism Organization, "UNWTO Annual Report 2014", 2015

<http://www.turizmgazetesi.com/news.aspx?id=77263> (Erişim: 10.06.2016).