



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

YEREL ÇEKİCİLİKLERİN TURİZME KAZANDIRILMASINA İLİŞKİN TUTUMLAR; TURİZM PAYDAŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ahmet BÜYÜKŞALVARCI^a  Mustafa Cüneyt ŞAPÇILAR^b  Meltem TUNCEL^c 

^a Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye (ahmetbuyuksalvarci@gmail.com)

^b Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye (mcsapcilar@konya.edu.tr)

^c Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye (meltemtuncel06@gmail.com)

ARTICLE HISTORY

Received:
23.10.2017

Accepted:
07.03.2018

Anahtar Kelimeler:

Yerel çekicilikler
Çatalhöyük
Turizm paydaşları

Keywords:

Local attractions
Çatalhöyük
Tourism shareholders

ÖZ

Çatalhöyük'ün tanınırlığının artırılmasına yönelik Konya ilinde bulunan turizm paydaşlarının düşüncelerinin ortaya çıkarılması ve nasıl bir yol izlenmesi gerektiği konusunda turizm paydaşlarının fikirlerinin alınması bu çalışmanın ana amacı olarak belirlenmiştir. Araştırmanın birincil verileri araştırmacılar tarafından hazırlanan 18 adet soruyu kapsayan bir görüşme formuyla toplanmıştır. Bu kapsamda Konya'da bulunan 11 turizm paydaşıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin çözümlenmesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda Çatalhöyük'ün Dünya miras listesinde olmasına rağmen, rağbet görmediği, turizm paydaşları tarafından en çok göze çarpan eksikliğin tanıtım faaliyetlerinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yerel yönetimin ve ilgili turizm işletmelerinin bu alanda fazla bir çaba içerisinde olmadıkları araştırmanın bulgular arasındadır.

ABSTRACT

Revealing the opinions of the tourism shareholders in Konya about recognition of Çatalhöyük and getting their opinions about which method should be followed are determined as the main purpose of this study. The primary datum of the research were collected with an interview form including 18 questions prepared by researchers. In this context face to face meetings were carried out with 11 tourism shareholders in Konya. The obtained datum were analysed. As a result of the study although Çatalhöyük is in the world heritage list, it isn't in demand and the greatest lack is defined as introduction activities by the shareholders. Besides, one more finding of the research is local authority and the tourism establishments aren't in a great struggle for such activities.

**Sorumlu Yazar:* Mustafa Cüneyt ŞAPÇILAR

E posta: mcsapcilar@konya.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye, sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel ve beşeri kaynaklar bakımından uluslararası düzeyde turizm talebine hizmet edebilecek potansiyele sahip bir ülkedir. Bir turistik ürünün oluşturulabilmesi için ülkenin, bölgenin veya yörenin sahip olması gereken üç özellik bulunmaktadır. Bu özellikler; turizm işletmelerinin varlığı, ulaşılabilirlik ve çekiciliktir. Çekicilik denilince, turistlerin bir yeri başka bir yere tercih etmesi akla gelmektedir. Ancak söz konusu tercihin olabilmesi için de, diğer yörelerden farklı turistik özelliklere sahip olunması gerekmektedir (Kızılırmak, 2006, s.182). Turizmde çekicilik önemli bir etken olup coğrafi bilgilere büyük bir bağlılık göstermektedir. Çekicilik kaynaklarına bağlı olarak çok çeşitli turizm türleri ve turistik ürünler ortaya çıkmaktadır.

Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve farklı doğal güzelliklere sahip olan Konya bulunduğu coğrafya ve sahip olduğu kültür sayesinde tarihsel süreçle keşif ederek bugünkü turizm potansiyelini yaratmıştır. Konya'ya ait kültür, medeniyet, sanat anıtları ile Türk ve İslam dünyasında adında söz ettiren, Selçuklu Türkleri olmuştur. Selçuklular, 1097-1308 tarihleri arasında başkentleri olmasından dolayı Konya'ya çok büyük değer vermişlerdir. Nitekim Konya, Selçuklu Sanat Tarihi'ndeki seçkin yerini almakla kalmamış, Orta Doğu'nun da bir medeniyet, bilim ve kültür merkezi haline gelmiştir (Can, 2002, s.109; Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011, s.133). Türkiye'nin en fazla ziyaret edilen müzelerinden birisi olan Mevlana Müzesi başta olmak üzere Konya'da arkeolojik kalıntılar, kentsel ve doğal sitler, anıt, ören yeri, höyük, tümülüs, külliye, camii, kilise, saray, han, hamam gibi tarihi varlıkları ile gelenek, görenek, folklor, yemek gibi kültür varlıkları turizm açısından önem arz etmektedir. Ayrıca Konya ve çevresinde akarsu, göl, ormanlık alan, şelaleler (yer köprü), yayla gibi çok sayıda doğal turizm unsuru da mevcuttur. Meke krater gölü, bir nazar boncuğu görünümüyle doğa tutkunlarının ve fotoğraf meraklılarının ilgisini çekmektedir. Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olan Beyşehir Gölü, doğa turizmi açısından elverişli bir alandır. Konya'da kuş gözlemciliği için; Akşehir Gölü, Eber Gölü, Kulu Gölü, Ereli Sazlığı, Beyşehir Gölü, Bolluk Gölü, Tersakan Gölü ve Tuz Gölü potansiyel sulak alanlarıdır.

Jeotermal kaynaklar açısından bakıldığında İlgin kaplıcaları, Konya-Karapınar yolu üzerindeki İsmil kaplıca ve termal tesisleri ile Hüyük köşk kaplıcası, Doğanbey kükürtlü hamam, Cihanbeyli Ilıcapınar, Ereğli'de Akhöyük kükürtlü su gibi kaynaklar bulunmaktadır Konya çevresinde çay bahçeleri ve restoranları Meram, Alaaddin tepesi, Akyokuş, Sille, Hatip, Çayırbağı, Bulumiyi, Dutlukırı, Kızılözen mevki, Sille ve Altunapa barajları turizm için önemli rekreasyon alanlarıdır. Konya'nın turizme açılmış ve turizme açılmamış çok sayıda mağarası mevcuttur. Bunlardan turizm alt yapısı en gelişmiş olan mağara Seydişehir, Tınaztepe mağarasıdır. Susuz mağarası (Seydişehir), Pınarbaşı mağarası (Beyşehir-Kızılova) ve Derebucak ilçesinde bulunan Balatini, Körükini, Suluin ve Sakaltutan mağaraları Konya'nın önemli mağaralarıdır (Tapur, 2009, s.476).

Çekiciliği yüksek olmasına rağmen turizm merkezlerine uzak veya turizm işletmelerine ulaşmak için yeterli altyapı imkânlarının bulunmaması, o bölgedeki turistik ürünün pazarlamasını ve turizme açılmasını güçleştirmektedir. Neolitik dönemi yansıtan Çatalhöyük'te bu durumun apaçık bir örneğidir (Özdemir ve Kervankıran, 2012, s.125).

Çumra'nın 12 km kuzeyinde yer alan Çatalhöyük, Çumra'nın tarih öncesini anlatan en önemli merkezidir. Çumra'nın tarihi çok eskiye dayanmaktadır. Çumra ve civarında Frikyalıların ve hatta kısa süreyle Lidyalıların hâkimiyet kurdukları anlaşılmaktadır. Pers kralı Ahamanis, Çumra ve çevresini Perslere bağlamış, onların hâkimiyeti fazla sürmemiş ve Büyük İskender tarafından M.Ö.333 yılında Perslerin hâkimiyetine son verilmiştir. Perslerin hâkimiyetleri bu çevrede 200 yıl kadar sürmüştür. Çumra ve çevresi Neolitik devrin Perslerin, Hititlerin, Frikyalıların idarelerinde kalmıştır. Yörede yıllarca Selçuklu hâkimiyeti sürmüştür. Çatalhöyük ve çevresinde yaşayan toplumların yeryüzünün en eski kavmi olduğu yapılan kazılar sonucunda çıkarılan eserlerde görülmektedir. Çatalhöyük'ün özelliği insanların kurdukları ilk şehir olmasıdır. Türk ve İngiliz Arkeoloji ekiplerince yapılan kazılarda Neolitik Devre ait 7 katlı şehir harabeleri bulunmuş ve M.Ö.5000 yıllarında Neolitik Döneme ait medeniyetin burada başladığı anlaşılmıştır (www.bizimkonya.com, 2017).

Neolitik dönem Anadolu kültürüne tanıklık etmiş birçok dönemden biridir. Bu dönemin en can alıcı merkezi ise Çatalhöyük'tür. Neolitik dönem aşında insanların yeni, ufak keşiflere gittiği, yerleşik yaşama geçtiği, topluca bir hayata başladıkları, toprakla iç içe oldukları bir dönemi yansıtır. Kısaca keşfetme ve oluşturmanın bir arada geliştiği, onun için insanların hayatla inatlaşmadan hayat sürdürdükleri, inanç olgularının ve doğanın görkemli

olduğu, insanların kendilerini yeni yeni keşfettikleri dönemdir.Çatalhöyük ise bu dönem insanının yaşantısını toprak altından çıkarılıp bizi aydınlatan tarihi yerlerden biridir (Karaaslan,2008, s.1).

Çatalhöyük ve civarında yaşayan toplumların M.Ö. 7000 yıl öncesi neolitik döneme ait medeniyetin buradan başlayıp, dünyaya yayıldığı anlaşılmıştır. İnsanlığın gelişiminde önemli bir aşama olan yerleşik hayata geçişle birlikte, tarımın başlangıcı ve avcılık gibi önemli sosyal değişim ve gelişmelere şahitlik eden Çatalhöyük Neolitik Kenti, Güney Anadolu Platosu'nda yaklaşık 14ha.lık bir alan üzerinde yer almaktadır. İki höyükten oluşan Çatalhöyük Neolitik Kenti'nin daha uzun olan Doğu Höyüğü, M.Ö. 7400 ve 6200 yılları arasına tarihlenen 18 Neolitik yerleşim katmanından oluşmuştur. Söz konusu katmanlarda, sosyal örgütlenmeyi ve yerleşik hayata geçişi simgeleyen duvar resimleri, rölyefler, heykeller ve diğer sanatsal öğeler bulunmaktadır.Batı Höyüğü ise M.Ö. 6.200 ve 5.200 yılları arasındaki Kalkolitik Döneme ait kültürel özellikler göstermektedir. Bu özellikleriyle Çatalhöyük, aynı coğrafyada 2000 yıldan daha uzun bir zamandır var olan köylerden kentsel hayata geçişin de önemli bir kanıtıdır.Yapılan kazılar sonucunda bu dönemde yaşayan insanların evler yaptıkları görülmüştür. İçlerine çatılardan girilen birbirine bitişik evler ile sokağı olmayan yerleşim, eşi benzeri olmayan bir özellik sergilemektedir. Ortadoğu ve Anadolu'da diğer Neolitik alanlar bulunmuş olmasına rağmen, Çatalhöyük,yaşayan toplumun yoğunluğu, kalıntıların boyutu, güçlü sanatsal ve kültürel gelenekler ve zaman içindeki sürekliliğin eşsiz bileşimi ile olağanüstü dünya çapında değer taşımaktadır (www.kulturvarliklari.gov.tr, 2017).

Bir alanın UNESCO Dünya Miras listesine dahil edilebilmek için Dünya Miras Komitesi tarafından belirlenen 6 kültürel ve 4 doğal kriterlerden10 kriterden az en birini karşılaması gerekir.Çatalhöyük'ün bu 10 kriterden II. ve IV. kriterleri karşılaması sonucu 2012 yılında UNESCO dünya miras listesine dahil edilmiştir. Çatalhöyük'ün Dünya miras listesine dahil edilme sebepleri şunlardır:

- Dünyanın bir kültür bölgesinde veya bir dönemde mimarlık veya teknoloji, anıtsal sanatlar, kent planlama veya peyzaj tasarımı alanlarında önemli gelişmelere ilişkin insani değer alışverişlerine tanıklık etmesi ve İnsanlık tarihinin önemli bir aşamasını veya aşamalarını gösteren bir yapı tipinin, mimari veya teknolojik bütünü veya peyzajın istisnai bir örneği olmasıdır (www.kulturvarliklari.gov.tr, 2017).

LİTERATÜR TARAMASI

Yurtseven ve Can,(2002) Gökçeada'daki turizm çekiciliklerinin imajını belirlemek,ada turizm potansiyelinin var olan durumunu incelemek amacıyla Gökçeada'ya ilk gelen ve birden fazla gelen turistler üzerine yapılan araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır.Araştırma sonucunda Gökçeada'ya ilk gelen ve birden fazla gelen gruplar arasında turizm çekiciliklerini algılamada farklılıkların olduğu ve çekicilik gruplarının hiçbirini çok etkileyici bulmadıkları görülmüştür.

Kozak (2003), Türkiye'yi ziyaret eden ülke/bölge ayrımında nispi olarak düşük payı temsil eden iki Asya-pasifik ülkesi Avustralya ve Yeni Zelanda'daki seyahat araçlarının Türkiye algılarını değerlemek ve Türkiye'de yetersiz olduğu görülen destinasyon imajına katkıda bulunmak amacıyla yapılan araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır.Araştırma sonucunda Türkiye'nin imaj portresinin iki Asya-Pasifik ülkesi seyahat araçları gözünde olmadığı görülmüştür.

Özbek (2004), Güneydoğu Anadolu bölgesinin çekiciliklerin turistleri memnun etme ölçüsü değerlendirmek ve Güneydoğu turizminin gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda, tarihi ve kültürel değerleri mutfağı ve özgün yemekleri, el sanatları, alışveriş imkanları, müzik ve halkoyunları ile bölge insanının sıcaklığı açısından memnun kaldıkları ancak ulaşım ve konaklama yetersizlikleri, tanıtım yetersizliği ve temizlik yönünden eksik olması açısından memnun kalmadıkları tespit edilmiştir.

Günel (2006), Mardin ilindeki turizm açısından yerel çekiciliklerin belirlenmesi ve bunların turistik ürüne dönüştürülmesi amacıyla yapılan çalışmada araştırma sahasına gelen turist sayısını elde etmede Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın istatistiklerinden yararlanılmış ve araştırma tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır.Araştırma sonucunda en önemli eksikliğin konaklama, yeme içme tesislerinin miktar, kalite ve çeşitlilik yönünden eksik olması ve ikinci önemli eksikliğin ise bilgi sistemlerinin geliştirilmesiyle ilgili olduğu görülmüştür.

Karagöz (2008), Turizm sektörünün geliştirilmesi Türkiye'ye yönelik turist akımları üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi, Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkarılması için bir adım atmak ve Türkiye'nin ülkelere göre turizm potansiyeli çekim modeli yaklaşımı amacıyla yapılan çalışmada ülkelerin ekonomik büyüklük ve uzaklık, kültürel ve tarihsel bağlantı ve komşuluk gibi özelliklerinin Türkiye'ye yönelik turist akımı üzerinde etkili olduğunu belirlenmiştir.

Evren ve Kozak (2012),Eskişehir'in çekici faktörlerinin, ilin bir turistik destinasyon olarak tercih edilmesinin sebeplerinin belirlenmesi yönelik bir araştırma yapılmıştır.Araştırma sonucunda Eskişehir özellikle Yılmaz Büyükerşen imajıyla öne çıkan bir öğrenci,gezi,eğlence,alışveriş ve kültür kenti olarak görülmüş,uygulanan faktör analizi sonucunda (1) doğal, tarihi ve kültürel değerler,(2)eğlence,eğitim,alışveriş,(3)Parklar ve gezi alanları,(4) Konaklama,ulaşım ve diğerleri (5) Yerel yönetim ve Büyükerşen, (6)Spor,dizi ve filmler olmak üzere altı grubun ortaya çıktığı görülmüştür.

Karaçar(2013), tuz mağarasını turizme kazandırılmasının sağlanması,bölgede yaşayan yöre halkının turizm konusundaki görüşlerini belirlemek, turizmle birlikte, çevreye, bölgenin ekonomisine, kültürel yapısına olan etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Çankırı ilinin birçok tarihi ve kültürel varlıklara sahip olduğu fakat yöre halkı tarafından kullanılmadığı görülmüş ve tuz mağarasının turizme açılmasının tanıtım açısından önemli buldukları fakat yetersiz oldukları görülmüştür.

Üst, Solmaz ve İnaltekin (2016), Kars ilindeki yerel paydaşların Kars turizminde büyük öneme sahip olan "kültürel mirasın" korunmasına yönelik algıların ortaya çıkarılması, bu süreçte nasıl rol aldıklarının ve rol alan diğer paydaşları nasıl değerlendirdiklerinin incelenmesi üzerine yapılan çalışmada nitel araştırma deseni kullanılmış ve veri toplama aracı olarak görüşme formları kullanılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre Kars ilindeki somut ve soyut olmayan kültürel mirasa büyük önem verdikleri ve tüm paydaşların mirasın korunmasında ortak hareket etmesi gerektiği ancak en büyük sorumluluğun halka düştüğü konusunda hemfikir oldukları görülmüştür.

YÖNTEM

Türkiye'de turizmin hızla geliştiği fakat turistik cazibe merkezlerinin şehir merkezlerinde yoğunlaştığı görülmüştür.Şehir merkezlerinden uzak alanların turizm sektöründen yeterince pay alamadığı düşünülmektedir.Bu sebeple dünya mirası olmasına rağmen Çatalhöyük'ün şehir merkezinde olan Mevlana müzesi kadar ilgi odağı olmaması bu noktada büyük önem teşkil etmektedir. Dünya tarihinde ilklerin öncüsü olan Çatalhöyük neolitik kentinin bulunduğu il ve ilçenin turizm destinasyonu haline gelmesini sağlamak, bir kültürel değer olan Çatalhöyük'ü ön plana çıkaracak ve hak ettiği değeri görmesini sağlayacaktır. Turizmde geri kalmışlığını ön plana çıkarıp turizm paydaşlarının tutumları ve düşüncelerinin karar verici konumdakilere ulaşması ve fikirlerinin rehberlik edebilmesi açısından önem taşımaktadır. Çatalhöyük'e olan yaklaşımları net görmelerini sağlamak, fikirler sunmak karar vericileri harekete geçirecektir. Bu çalışmanın amacı Konya'da yer alan yerel çekiciliklerin turizme kazandırılması ve turizm paydaşlarının yerel çekiciliklerin turizme kazandırılmasına yönelik düşüncelerinin ortaya konulmasıdır. Araştırma tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.Araştırmanın birincil verileri Karaçar tarafından 2013 yılında hazırlanan ve araştırmacılar tarafından çalışmaya uyarlanan 18 adet soruyu kapsayan bir görüşme formuyla toplanmıştır.Görüşme formu açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Katılımcılara çalışmanın amacı hakkında kısa bilgi verilerek ve sonrasında sorular yöneltmiş ve notlar alınmıştır. Çalışma kapsamında, Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, TÜRSAB Konya Yürütme Kurulu,Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Selçuk Üniversite'sinde görevli iki akademisyen, müze araştırmacısı, Konya ilinde faaliyet gösteren iki adet5 yıldızlı otel işletmesi, Konya ilinde faaliyet gösteren iki adet A grubu seyahat acentesi, Arkeolog ve yerel halktan bir kişi olmak üzere toplam 11kişiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.Daha sonra elde edilen veriler analiz edilmiştir.

BULGULAR

Çalışmaya katılanların 9'unun erkek,2'sininde bayan olduğu görülmektedir.Katılımcıların yaşlarına bakıldığında 2 katılımcının 24-29 yaş aralığında olduğu,3 katılımcının 30-35 yaş aralığında olduğu,3 katılımcının 36-41 yaş aralığında olduğu,1 katılımcının 42-47 yaş aralığında olduğu, diğer 2 katılımcının ise 48 yaş üzerinde olduğu

görülmüştür.8 katılımcının evli,3 katılımcının da bekar oldukları görülmüştür.Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında 4 katılımcının önlisans, 4 katılımcının lisans,1 katılımcının yüksek lisans,2 katılımcının ise doktora eğitimi aldıkları görülmüştür. Katılımcıları görüşme sorularına verdikleri cevaplar kurum, kuruluş, işletme ve kişi olarak ele alınmıştır. Bu cevaplar;

Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden bir yetkili ile görüşme sağlanmıştır. Görüşme sonucunda katılımcı, Dünyanın en prestijli kazı alanlarından bir tanesi olması,pazarlama tekniği açısından marka bir yer olması ve UNESCO tarafından dünya kültürel mirası olarak ilan edilmiş olduğunu belirterek Çatalhöyük'ün Konya'nın tanıtımı açısından önemini vurgulamıştır. Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığı açısından forse edici kültürel bir alan olduğunu, profesyonel bir grup veya bir acente Çatalhöyük'ü programına koyduğu zaman bu şehrin tanınırlık yönünden bir artışı olacağını,beraberinde turu çeşitlendirmenin,büyütmenin böylece insanların gündemine taşınmanın mümkün olacağını belirtmiştir.Konya ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanması konusunda Çatalhöyük'ün bir gelenek olmadığı arkeolojik bir alan olduğunu,sosyal bir alan olmadığını geleneklerin ortaya çıkarılacağı bir yer olmadığını ancak 10 bin yıl önceki mekanların kazılarının başladığını ancak sonuçlandırıldığında beslenmesinden sosyal yaşantısına kadar bugünümüzün insanını bilgilendireceğini belirtmiştir.Çatalhöyük'ün uluslararası bir marka değeri olduğunu,bunu sadece Çatalhöyük için söylemediğini,uluslararası alanda bir marka değerinizi varsa bu şehrin hem ekonomisine hem tanınırlığına ve sosyal hayatına her türlü olumlu etki yapacağını ifade etmiştir.Şehrin gündemde olması,kültürel ve turizm bakımından tanınması şehrin alacağı yatırımları kolaylaştıracağını ve istihdam sağlayacağını belirtmiştir.Marka değer Çatalhöyük'ün şuan emsali olmayan bir yer olduğu, Göbeklitepe ile karıştırılmaması gerektiğini,Göbeklitepe'nin bir tapınak,bir inanç noktası olduğu ancak Çatalhöyük'ün ilk insanların bir arada yaşamaya başladığı,kendi içlerinde kurallarının olduğu,aile kavramlarının olduğu bir yer olduğunu yani bugünkü şehir, köy,kasabadan bahsedilen yer olduğu,bu yüzden kesinlikle istihdam yaratacağının öneminden bahsetmiştir.İlçedeki alt yapı ve üst yapı olanaklarına mutlaka katkıda bulunacağına,en basit örnekle Çatalhöyük'e ulaşımda bir problem varsa idarenin yabancılar geliyor,turistler geliyor diyerek yolu ilk oraya yapmayı düşüneceklerini ifade etmiştir. Çatalhöyük turizminin gelişimi için çok şey yapılabileceği,UNESCO kültür mirası olunca prestijin arttığını,hedef kitleyi yakalayıp o yönde doğru stratejilerle iyi bir pazarlama iyi bir tanıtım yapılması gerektiğini vurgulamış,neolitik dönemin görselinin az olduğu yani Efes gibi somut yapılarının çok az olduğu, o eksikleri doldurmak gerektiği,bu eksiklikleri doldurmak içinde bazı animasyonların düşünülebileceği, filmlerle o dönemim hayatıyla ilgili daha farklı bir alan yaratılabileceği,model evler,konaklama işletmelerin yapılabileceğine yönelik önerilerde bulunabileceğini belirtmiştir.Çatalhöyük turizminin gelişimi için yapılan projelerin hiçbir zaman yeterli olmayacağını, “İyinin düşmanı iyidir,her zaman daha iyisi vardır.” şeklinde ifade etmiştir.Yerel yönetimin ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini hiçbir zaman yeterli bulmadığı, “Söz konusu turizmse yeterli dediğimiz zaman hayat biter. Önümüzdeki deniz, turizm, keşen,kabın,kovan ne kadar su alıyorsa o denizden o kadar alacaksın. Ne kadar müşteri bulursan o kadar mal satacağın hiçbir şey yeterli değildir, yeterli dediğimiz an hayat biter.” şeklinde ifade etmiştir.Konya iline gelen turistlerin hem niteliğini hem de sayısını artıracığını belirtmiştir.Çatalhöyük turizminin geliştirilmesi bölgenin korunmasını mutlaka sağlayacağını, “Turizm yediği ekmeği korur, turizm yoksa korunma sorunu asıl o zaman ortaya çıkar.” şeklinde ifade etmiştir.Ayrıca katılımcı defalarca Çatalhöyük'e gittiğini belirtmiştir.

TÜRSAB Konya Yürütme Kurulu

TÜRSAB Konya Yürütme Kurulu'ndan bir yetkili ile görüşme sağlanmıştır. Görüşme sonucunda katılımcı, en eski yerleşim yeri olması, arkeoloji açısından çok önemli olduğunu belirterek Çatalhöyük'ün önemini vurgulamıştır. Çatalhöyük'ün Konya'daki kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağlamayacağını, “Konya'daki kültürel değerler daha çok Türk-İslam ve Selçuklu kültürlerine aittir. Çatalhöyük ise tarih öncesi dönemleri temsil eder.” şeklinde ifade etmiştir.Konya ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasını sağlamayacağı,unutulmaya yüz tutmuş geleneklerle Çatalhöyük'ün temsil ettiği değerler arasında bir ilişki olmadığını belirtmiştir. Çatalhöyük'ün Konya iline ekonomik açıdan katkı sağlayabileceğini,Çatalhöyük buluntularının burada yapılacak bir müzede sergilenmesi, Çatalhöyük dönemini canlandıran evlere benzer mimarileri de konaklama tesisleri yapılması gibi ekonomik değerler oluşturulabileceğini belirtmiştir.Konya ilinde yapılacak olan yatırımları seyahat ve turizm açısından teşvik edebileceğini,müzecilik ve arkeolojik alanlarında istihdam yaratacağını ifade etmiştir.Çatalhöyük turizmi gelişimi için öncelikle ulaşımın

kolaylaştırılması,münferit turistler için konaklama, yiyecek ve içecek imkanlarının sağlanması,arkeolojiyle ilgili Konya'da uluslararası bir konferans yapılması gerektiğini belirtmiştir.Çatalhöyük için yapılan projeleri ve yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini yeterli bulmadığı,yeterli tanıtımlar yapılırsa turist sayısını artıracığını, Çatalhöyük turizminin geliştirilmesinin o bölgenin korunmasından ziyade o bölgeye zarar verebileceğini belirtmiştir.Katılımcı 3-4 kez Çatalhöyük'ü ziyaret ettiğini ifade etmiştir.

Müze Araştırmacısı

Araştırma kapsamında veri elde amacıyla müzelerde araştırmacı olarak faaliyet gösteren bir kişi ile görüşme sağlanmıştır. Görüşme sonucunda katılımcı, Çatalhöyük'ün UNESCO dünya mirası listesinde yer alması nedeniyle dünya çapında tanıtımının büyük anlamda önemli olduğunu vurgulamıştır.Yeterince tanıtım yapılırsa kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağlayacağı, şehir merkezinden uzakta olmasının bu bağlamda problem oluşturduğunu, tanıtmak için gelen turistleri oraya yönlendirip gezdirmenin tanınırlığı artıracığını ifade etmiştir. Çatalhöyük'ün Konya'daki kaybolmaya yüz tutmuş gelenekler arasında fazla bir bağlantının olmadığını ancak Çatalhöyük'ten günümüze şeklinde bir etkinlik düzenlenirse bir ihtimal canlanabileceğini dile getirmiştir. Yöre halkı bilinçlendirilirse büyük katkı sağlayabileceği, Sille'de yapılan çalışmalara benzer çalışmalar yapılırsa yöre halkına ve Konya'ya ekonomik açıdan büyük katkısının olacağını, Çatalhöyük'ün arkasında çok ciddi bir sponsor desteğinin olduğunu ve Konya'daki yatırımları mutlaka teşvik edeceğini belirtmiştir.Çatalhöyük'ün bulunduğu ilçede alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişimini artırdığını, “*Yollar yapıldı,levhalar konuldu,çekidüzen verildi.Bir yerin turist akınına uğraması,günde 20-25 turun gelmesi,ciddi bir ziyaretçi akınının olması oradaki yerel yönetimi mutlaka harekete geçirecektir.Çumra'da yöreye özgü yemeklerin servis edileceği restoranlar açılacak, alışveriş yapmak istese alışveriş merkezleri açılacak.Kısacası mutlaka düzenlemelere gidilecektir.*”şeklinde ifade etmiştir. Çatalhöyük turizminin gelişimi için tanıtımın eksik olduğunu, “*Orada müze yapılması gibi bir proje vardı, müze hayata geçirilebilirse merak uyandırabilir ve turist çekilebilir.*”şeklinde ifade etmiştir.Katılımcı, yapılan projelerin yeterli olmadığını,yerel yönetimin ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini yeterli bulmadığını ancak projeler gün yüzüne çıkarılırsa turist sayısını muhakkak artıracığını,eğer bölge halkı bilinçlendirilirse bölgenin tahrip edilmesinin önüne geçileceğinin vurgusunu yapmıştır. Ayrıca katılımcı birçok kez Çatalhöyük'e gittiğini belirtmiştir.

Arkeolog

Araştırma kapsamında bir arkeolog ile görüşme sağlanmıştır. Katılımcı, önemli bir neolitik yerleşim olan Çatalhöyük gerek Konya ve gerekse ülke tanıtımı açısından önemli olduğunu, eski çağların aydınlanmasında önemli olan yerleşimin,Konya ilinin tarihi çağları için aydınlatıcı olacağını belirterek Çatalhöyük'ün önemini vurgulamıştır.Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağlayacak en önemli etkenlerden biri olduğu ve olmaya da devam edeceğini belirtmiştir.Konya ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasına katkısının olmayacağını, “*Çatalhöyük'te duvara ökünün boynuzunu saplamışlar.Çatalhöyük'ün bu geleneğini Çumra'nın hangi evinde hangi köyünde görürüz.*”şeklinde ifade etmiştir.Turizm açısından bakıldığında ekonomik fayda sağlayacağı,yatırımları teşvik edeceği,az da olsa istihdam yaratacağını,alt yapı ve üst yapıda olanaklarının gelişimine kesinlikle katkı sağlayacağını belirtmiştir.Çatalhöyük turizminin gelişimi için öncelikle kazı çalışmalarının İngilizlerin elinden alınması gerektiğini,Türk arkeologlar tarafından yapılacak olan kazı sonuçlarının ulaşılabilirliği ve yayınlanabilirliği kolay olacağından reklam ve belgesel çekimlerini kolaylaştıracağını belirtmiştir. Yapılan kazılar dışında diğer projelerle ilgili bir fikrinin olmadığını, yerel ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerinin yeterli bulmadığını, “*Kurum ve kuruluşlar girişimlerini artırmalı fakat bunun için devlet desteği sağlanmalıdır.*” şeklinde ifade etmiştir.Konya'ya gelen turist sayısının Çatalhöyük sayesinde en az on katına çıkmaması için bir sebebin olmadığını,Çatalhöyük turizminin geliştirilmesinin bölgenin korunmasını elbette sağlayacağını “*Sit alanları genişletilerek korunur. Yayın,tanıtım reklam çalışmaları da yeterli olursa bölge,ülke için potansiyelini artırır.*”şeklinde ifade etmiştir.

Otel İşletmeleri

Araştırma kapsamında, turizm çekicilikleri arasında değerlendirilen otel işletmeleri ile de görüşme sağlanmıştır. Konya ilinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinde yönetici olarak çalışan iki otel yöneticisiyle görüşülmüştür. Yöneticiler, Yönetici-1 ve Yönetici-2 olarak adlandırılmıştır. Görüşme sonucunda yöneticiler, Çatalhöyük ziyareti Mevlana'yı ziyarete gelen misafirlerle oranlanırsa 1/1000 oranında gezi talebi görmekte olan tarihi bir bölge olduğunu, misafirleri artırmak ve Konya'ya turist çekmek açısından tanıtımın önemli

olduğunu, Neolitik bir yerleşim olmasının Konya'yı turistik ürün olarak değerli hale getireceğini belirterek Konya ilinin tanıtımı açısından önemini vurgulamışlardır. Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığına mutlaka katkı sağlayacağını Yönetici-1; *“Bütün turistik çekim faktörleri diğer faktörlere katkı sağlar.”* şeklinde ifade etmiştir. Neolitik dönemle ilgili kaybolmaya yüz tutmuş ve canlandırabilecek bir geleneğin olmadığını ifade etmişlerdir. Çatalhöyük'ün Konya'ya ekonomik açıdan bu şekilde bir katkı sağlamayacağı ancak tanıtımlar yapılırsa mümkün olacağını, Yönetici-1; *“Yeterince tanıtılsa ve daha kapsamlı bir ürün haline getirilse, Konya iline gelen turist sayısını artıracığı gibi konaklama adedine ve diğer turistik gelirlere de büyük katkı sağlayacaktır.”* şeklinde ifade etmiştir. Çatalhöyük'ün Konya ilindeki yatırımları teşvik edeceği, istihdam yaratacağı, alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişimine katkı sağlayacağı, gelişimi için bölgede (Çatalhöyük etrafında) turistik tesis oluşturulmasının faydalı olabileceği konusunda otel yöneticilerinin (Yönetici-1 ve Yönetici-2) hem fikir oldukları araştırmanın bulguları arasındadır. Yönetici-2, ilgi duyulan bir yer olmadığı için yapılan projelerin yetersiz kaldığını ve yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerinin bu konuda yetersiz bulunduğunu belirtmiştir. Yönetici-2, gelen turistlerin olacağını fakat sayısında bir artış sağlamayacağı, Yönetici-1 ise kesinlikle artış sağlayacağını belirtmiştir. Bölgenin korunmasıyla ilgili sorulan soruya Yönetici-1; *“UNESCO kültür miras listesinde olmasından dolayı zaten koruma altındadır yeterince bölgenin korunması sağlanıyordur”* şeklinde cevap vermiştir. Araştırmaya katılan iki katılımcının da Çatalhöyük'e hiç gitmedikleri tespit edilmiştir.

Seyahat Acentaları

Araştırma kapsamında turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan seyahat acentaları da değerlendirmeye alınmıştır. Bu bağlamda Konya ilinde faaliyet gösteren iki adet A grubu seyahat acentesiyle görüşülmüştür. Acentalar, Acenta-1 ve Acenta-2 olarak adlandırılmıştır. Yapılan görüşme sonucunda, ilk yerleşim yerlerinden birisi olması sebebiyle Konya ve ülke tanıtımı açısından oldukça önemli olduğunu belirtmişlerdir. Gündelik kullanılan eşyalar, evler, mezarlar, süs eşyalarını yansıtmaları bakımından kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağlayabileceği ancak öncelikle tanıtımın artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Çatalhöyük'ün ilk çağ yerleşim alanı olduğu için Konya'nın kaybolmaya yüz tutmuş geleneğinin canlanmasına bir katkısı olmayacağını, gerektiği gibi pazarlanabilirse en fazla turizm alanında ve küçük esnafın gelişmesinde büyük ekonomik katkı sağlayacağını belirtmiştir. Konya'ya yapılacak yatırımlar açısından, Acenta-1, uygun bir tanıtımla iyi fikirler sunulup değerlendirilirse Konya'da yapılacak yatırımları teşvik edeceğini, Acenta-2 ise Konya'daki yatırımların genelde sanayi üzerine olması sebebiyle turizm yatırımlarını teşvik etmeyeceğini belirtmişlerdir. Yabancı dil, turizm, rehberlik, müzecilik ve arkeoloji alanındaki mezunlara istihdam sağlayacağı, alt yapı ve üst yapıyı gelecek turistlere iyi görünmemiz açısından olumlu yönde etkileyeceğini, gelişimi için tanıtımlara ağırlık verilmesi gerektiği, ulaşımın geliştirilmesi, turistik değerinin iyi anlatılması gerektiğini, yapılan projelerin yeterli olmadığını, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini yeterli bulmadıkları, sosyal medya aracılığıyla daha fazla tanıtım yapılması gerektiğini, turist sayısında böylelikle artış olabileceğini belirtmişlerdir. Çatalhöyük turizminin geliştirilmesi ve bölgenin korunmasına yönelik sorulan soruya Acenta-2; *“Korunaklı sit alanı oluşturulabilir”* şeklinde, Acenta-1 ise; *“Korunma, düzenlenme ve tanıtım yapılması için bölgenin gereken değeri görmesi lazım. Çatalhöyük gereken değeri görmüyor.”* şeklinde cevaplar vermişlerdir. Acenta-2'nin Çatalhöyük'e hiç gitmediği, Acenta-1'in ise Çatalhöyük'e 3-4 kez gittiği tespit edilmiştir.

Akademisyenler

Araştırma kapsamında, nitelikli turizm işgücünü yetiştirmek ve turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu eğitim, araştırma ve hizmeti sağlamak amacını taşıyan Turizm Fakülteleri'nde görev yapan akademisyenler ile de görüşme yapılmıştır. Bu bağlamda Konya ilinde bulunan Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden birer akademisyen ile görüşülmüştür. Akademisyenler, Akademisyen-1 ve Akademisyen-2 olarak adlandırılmıştır. Katılımcılar, Çatalhöyük'ün Konya'nın en önemli değerlerinden biri olması açısından çok önemli olduğunu, Dünya tarafından bilinen ilk yerleşim yerlerinden biri olduğu fakat Konya'da olduğunun ve Konya'nın çok bilinmediğini, yeterli tanıtımlar yapılırsa, yörede çeşitli etkinlikler yapılırsa bilinirliğinin artacağını ifade etmişlerdir. Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığına Akademisyen-2, çok fazla katkısı olacağını düşünmediğini, Akademisyen-1 ise Çatalhöyük'ün Konya için önemli bir tanınırlılık yarattığını, Çatalhöyük ile birlikte Konya'nın diğer değerleri tanıtıldığında mutlaka katkısının olacağını ifade etmişlerdir. Konya ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasını

sağlamayacağını, insanların sadece tarih öncesi yaşantıları merak ettiğini ancak onu günümüze uyarılmanın zor olduğunu ayrıca ekonomik açıdan katkı sağlayacağını hediye eşya, ulaşım, konaklama ve istihdam açısından etkilerinin olacağını ifade etmişlerdir. Çatalhöyük'ün Konya iline yapılacak olan yatırımları teşvik etmeyeceğini Akademisyen-1; *“Tarihi açıdan teşvik ettiği kadar turizm sektöründeki yatırımları teşvik edeceğini düşünmüyorum.”* Akademisyen-2 ise; *“Çatalhöyük'ün turizme çok büyük katkısı olacağını düşünmüyorum, Çatalhöyük'e bir kere gittim ve orada turist kafileleri görmediğim gibi gitseler bile turist kafilesinin orada ne yapacağına dairde bir şeyler görmedim.”* şeklinde ifade etmiştir. Çatalhöyük'ün istihdam yaratabileceğini, eğer orada bir gelişim olursa insanların vakit geçirebileceği yer haline getirilirse, hediye eşyaların satılabileceği, el emeği yapımların satılabileceği, satımında ve sunumunda insanların faydalanabileceği ticari hale getirilirse istihdam sağlayacağını, bölgenin tanıtımı için ulaşım sektörüne ve rehberler açısından da istihdam sağlayacağını belirtmişlerdir. Bulunduğu ilçede alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişimi için ulaşımın kolaylaşması açısından olanak sağlanabileceği ancak bugüne kadar sağlanamamışsa bundan sonra sağlanmasının muhtemel olmadığını ifade etmişlerdir. Çatalhöyük turizminin gelişimi için Konya ili halkına tanıtımın yapılması, ulaşımın kolaylaştırılması, turların düzenlenmesi, çevrede turizmi teşvik edici olanakların sağlanması, Çatalhöyük'te turistlerin yapabileceği etkinliklerin artırılması, oradaki tarihin daha tatmin edici şekilde aktarılması gerektiği yönünde tavsiyelerde bulunmuşlar ayrıca yapılan projeleri, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini yetersiz bulduklarını, çalışmalar ve tanıtımlar artırılırsa turist sayısını artıracığını belirtmişlerdir. Çatalhöyük turizminin geliştirilmesinin bölgenin korunmasına yönelik sorulara Akademisyen-1, bölgenin korunmasını sağlayacağı yönünde, Akademisyen-2 ise, hem sağlayacağını hem de bölgenin korunmasını zorlaştıracağını şu sözlerle ifade etmiştir: *“Tarihi yapılar olduğu için ve hassas olan kum, toprak olduğu için, insanlar buraya girmek isteyecek, gezmek isteyecek, ne kadar çok insan gelirse o kadar çok tahrip olacaktır. Dolayısıyla orayı ne kadar çok insan ziyaret ederse oranın bozulması o kadar kolay olacaktır ve çok ziyaret edildiğinde para gelecek, para geldiğinde buranın korunmasına yönelik faaliyetler artacaktır. Yani birbirlerini iki yönlü etkileyen bir durum söz konusu olacaktır.”* Ayrıca iki katılımcının da Çatalhöyük'ü bir kez ziyaret ettikleri tespit edilmiştir.

Yerel Halk

Araştırma kapsamında yerel halktan bir kişi ile görüşülmüştür. Çatalhöyük Neolitik kentinin Konya ilinin tanıtımı açısından önemli olduğunu katılımcı, *“Anadolu, dünyanın medeniyetler müzesi gibidir. Bu müzede Konya'nın yeri çok önemlidir. En eski başkentlerden biridir ve dünyanın en eski yerleşim yerine sahip olması Konya'nın ayrıcalığıdır.”* sözleriyle ifade etmiştir. Çatalhöyük'ün Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığına çok büyük katkı sağlayacağını fakat ülke ve Konya kamuoyunun gündemine sık sık girmesi gerektiğini ve Konya ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasının sağlanması için, Çatalhöyük ve eski Konya geleneklerinin konu edildiği diziler, filmler ve kültürel etkinlikler yapılarak halkın ilgisinin çekilmesi gerektiğini belirtmiştir. Çatalhöyük'ün iyi anlatılıp, tanıtımı ciddi şekilde yapılırsa hem yerli hem yabancı ziyaretçilerin dikkatini çekeceğini, cazibe alanı haline gelirse ekonomik olarak her alana yansıtacağını, turizm yatırımcılarının ilgi odağı haline gelirse yatırımları teşvik edeceğini ve kesinlikle istihdam yaratacağını ifade etmiştir. Çatalhöyük'ün Konya ilinde ve bulunduğu ilçedeki alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişiminin şehrin yöneticileri, valisi, belediye başkanları ve siyasi kimliği olan yetkililerin bu konuya önem vermeleri, devletin kültürel yatırımlarının bölgeye gelmesini sağlamasına bağlı olarak olanakların artırılabilceğini ifade etmiştir. Çatalhöyük turizminin gelişimi için katılımcı; *“Çok iyi gerçekçi, kaliteli reklam ve tanıtım yapılmalı, Çatalhöyük müzesi kesinlikle kurulmalı ve kazılarda çıkanlar yapılacak müzede sergilenmelidir, yabancı seyahat acentelerinin programına mutlaka dahil edilmelidir. Otel, konaklama vb. alt yapı kurulmalıdır.”* gibi tavsiyelerde bulunmuştur. Ayrıca yapılan projeleri kesinlikle yetersiz bulunduğunu, bu işlerin ciddiye alınması gerektiğini ve profesyonelce işler ve planlamanın yapılması gerektiğini, Çumra belediyesi dışında Çatalhöyük turizminin gelişimine hizmet eden, yardım eden ne sivil toplum kuruluşu ne de halk desteği görmediğini belirtmiş ve katılımcı; *“Buraya hiç emek vermeden, para harcamadan kimsenin buraya geleceğini beklemek hayal olur. Çatalhöyük gerçek manada bilinse, dünyanın ilgi odağı olur ve herkes buraya akın eder.”* sözleriyle turist sayısını bu şekilde artırmanın mümkün olmadığını vurgulamıştır. Çatalhöyük turizminin geliştirilmesinin bölgeye koruma sağlayacağını, *“Kazi çalışmaları yapılan tarihi alanın dokusu iyi korunmalı, yöre halkı buranın değerini anlayıp kazanımlar elde ederse Çatalhöyük'ü kendiliğinden korumaya alacaktır.”* Diyerek görüş bildirmiştir. Ayrıca katılımcı defalarca Çatalhöyük'ü ziyarete gittiğini belirtmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çatalhöyük'ün dünya miras listesinde yer alması turizm açısından özellikle Konya ve Konya turizmi için büyük bir fırsattır. Fakat dünya miras listesinde olmasına rağmen Çatalhöyük'ün gerekli ilgiyi görmediği ve uluslararası turizm gelirlerinden yeteri kadar pay almadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda Konya ilinde yaşayan, görev yapan, faaliyet gösteren ve hizmet veren turizm paydaşlarının Çatalhöyük Neolitik kenti hakkında görüşlerini almak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Çatalhöyük turizminin gelişimi için turizm paydaşları tarafından görülen en önemli eksiklik olarak göze çarpan tanıtım faaliyetlerinin azlığıdır. Araştırma sonucunda Turizm paydaşları Çatalhöyük'ü Konya ilinin tanıtımı açısından önemli görmektedir. Bu anlamda doğru bir reklam ve tanıtım politikasıyla Konya'nın turizm potansiyeli harekete geçirilebilir ve ekonomik, sosyo-kültürel açıdan kente katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan ülke ve şehir tanıtım günlerinde Konya ili turizm değerleri ve Çatalhöyük hakkında detaylı tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilebilir. Çatalhöyük'ün bilinirliğinin artırılması, ulaşım ve altyapı olanaklarının geliştirilmesi ve bunun yanında şehirde yapılacak olan sempozyum, kongre ve konferans gibi kültürel faaliyetlerin artırılması da imaj oluşumuna katkı sağlayacaktır. Araştırma sonucunda turizm paydaşları Çatalhöyük'ün çekiciliği sağlanırsa Konya ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığını artıracak fakat kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasına bir katkısının olmayacağını belirtmişlerdir.

Çatalhöyük'e gelen turist sayısının ekonomik açıdan ve istihdam açısından büyük önem taşıdığı bilinen bir gerçektir. Katılımcılarda bu konuda konaklama işletmelerinde, ulaştırma işletmelerinde ve yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların sayısındaki artışa sebep olacağı ve büyük oranda istihdam yaratacağı, eğer olması gereken tanıtımlar yapılırsa büyük ekonomik etkisini olacağını vurgulamışlardır. Bunun yanında çevrenin korunmasına yönelik tedbirler almak, turistik çekiciliği koruyacak şekilde çevre düzenlemesi yapmak, Çatalhöyük'ün mimari özelliklerini ön plana çıkaran oteller inşa etmek, yöreye özgü yemek servisi yapacak mekânları düzenlemek ilgiyi ve çekiciliği artıracak ve turizm potansiyelini yükseltecektir. Ayrıca Çatalhöyük'te çıkarılan eserler orada bir müze açılıp bu eserlerin yerinde sergilenmesiyle kazı alanını daha da çekici hale getirecek dolayısı ile daha çok turistin gelmesi sağlanacaktır. Araştırma sonucunda katılımcılar bu konunun üzerinde durulması gerektiğini, yapılan hiç bir projenin yeterli olmadığını belirtmişlerdir. Bu durum ise turizm işletmelerinin var olmasına, yerel yönetimin ve sivil toplum kuruluşlarının girişimlerini artırmasına ve turizmin halk tarafından desteklenmesine bağlıdır. Yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği yaparak bölgenin konumu, özellikleri, taşıma kapasitesi belirlenerek uygun politikalar üretmelidir. Ayrıca bunların gerçekleşmesi ve yapılacak olan turizm faaliyetlerinin başarıya ulaşması profesyonel bir planlamayla mümkün olacaktır. Bu planlama aşamasına turizm paydaşları dahil edilerek konuya her açıdan bir bakış açısı sağlanmalıdır. Çatalhöyük turizminin gelişmesi için bölgenin çevresel bütünlüğünü ve hassas alanlarını korumak, doğal mirasın korunmasını artırırken, turizm kaynaklarından yararlanılmasına ve bölgenin gelişmesine olanak sağlayacaktır. Araştırma kapsamında turizm paydaşları arasında değerlendirilen kurum, kuruluş, işletme ve yerel halk ile görüşmeler sağlanmıştır. Ancak yapılan çalışmada sadece 11 kişi görüşme sağlanması zaman ve maliyet açısından araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. İleride yapılacak çalışmalar için ulaşılabilirlik ve zaman açısından turizm paydaşlarını tek tek ele almaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Evren, S. ve Kozak N. (2012). Eskişehir'in çekici faktörlerinin günübirlik ziyaretçilerin bakış açılarıyla değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 220-232.
- Günel, V. (2006). *Mardin ilinde kültürel çekicilikler ve turizm amaçlı kullanım olanakları*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karaaslan, F. (2008). *Neolitik çağ Çatalhöyük kültür unsurlarının çağdaş Türk seramik sanatına etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karaçar, E. (2013). *Yerel çekiciliklerin turizme kazandırılmasına yönelik yöre halkının tutumları: Çankırı tuz mağarası örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin turizm potansiyeli: çekim modeli yaklaşımı. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*,19(2),149-156.
- Kozak, R. (2003).Turistik çekim merkezi olarak Türkiye imajı:iki Asya Pasifik ülkesi(Avustralya ve Yeni Zelanda)seyahat araçları temsilcileri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 141-149.
- Kızılırmak,İ.(2006). Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*,15, 182-196.
- Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2011).*Mevka,Konya bölgesi turizm sektörü alansal varlık, uluslararası rekabetçilik ve makro düzey kümelenme çalışması*.Rekabetçilik Temelli Bölgesel Kalkınma Projesi.
- Özbek, T.(2004).*Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizm çekiciliklerinin bölgeye gelen turistlerin tatminine etkisi üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Mersin.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*,2(9), 473-492.
- Yurtseven, H. ve Can,E. (2002).Gökçe adadaki turizm çekiciliklerinin imajı: ilk kez ve birden fazla gelen turistler açısından karşılaştırılmalı bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 148-154.
- Üst,Ç.,Solmaz, C. ve İnaltekin,D. (2016).*Kars ili kültürel miras kaynaklarının korunmasına yerel paydaşların bakışı*.II.Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı. Akdeniz Üniversitesi. Antalya.

İNTERNET KAYNAKLARI

- www.konyadayatirim.gov.tr Erişim tarihi: 28.05.2017
- www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,46251/catalhoyuk-neolitik-kenti-konya.htmlErişim Tarihi: 02.06.2017
- www.bizimkonya.com/konyatarihi.html. Erişim tarihi: 05.06.2017
- www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44439/dunya-miras-listesine-alinma-kriterleri.html: Erişim tarihi: 08.06.2017