

Alaşehir Bölgesinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

İpek İtör CAN^{1*} İsmail KIZILIRMAK²

¹Niğantaşı Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul

²İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul

*Sorumlu Yazar

E-posta: ipek.can@nisantasi.edu.tr

Geliş Tarihi: 16.04.2018

Kabul Tarihi: 07.06.2018

Özet

Dünyanın yaşam kalitesini tehdit eden küresel çevre sorunlarının artış göstermesine paralel olarak, turizmin çevreye verdiği tahribat da gündem konusu haline gelmiştir. Atıklarıyla çevreye zararı dokunan dev turizm kompleksleri yerine, doğayla uyumlu ve butik seçeneklerle sürdürülebilir alternatifler yaratmak önem kazanmıştır. İş yaşamının getirdiği stresten uzaklaşma, beton yığını ve gürültülü büyük şehirlerden kaçma isteğinin, yeşile ve kırsal alanlara duyulan ilginin artması nedeniyle günümüzde turistlerin beklentileri de farklılaşmıştır.

Tüm bunlar sonucunda alışlagelmiş turizm türlerine alternatif veya onların tamamlayıcısı niteliğindeki turizm türleri cazip bulunmaya başlamıştır. Bu alternatif turizm türlerinden biri de kırsal turizmdir. Kırsal turizm, hem kırsal yerleşmelerle iç içe olan, hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Manisa'ya bağlı Alaşehir, Ege Bölgesi'nin alternatif turizm açısından pek az bilinen ama taşıdığı niteliklerle göz dolduran eşsiz şehirlerinden biridir. Alaşehir'in yöresel imkânlarının tespit edilmesi ile şehrin kırsal turizm potansiyelini daha iyi kullanması sağlanabilecektir. Bu noktada Alaşehir'in güçlü ve zayıf yanlarının, tehdit ve fırsatlarının ortaya konularak bir yol haritasının oluşturulması oldukça önemlidir. Yapılacak çalışma ile Alaşehir bölgesinin kırsal turizm potansiyeli hakkında fikir verilmesi ve bu potansiyelinin geliştirilmesi için çözüm önerileri sunulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alaşehir, alternatif turizm, kırsal turizm, turizm potansiyeli

The Assessment of Rural Tourism Potential of Alaşehir (Manisa)

Abstract

Concerns about the worlds quality of life like increasing problems about environment and also the damage of the tourism, became more popular. Instead of huge waste to the environment of tourism, living in harmony with nature and finding more sustainable solutions become more important. To escape from stresses of bussiness life and concrete structures, people became more enthusiastic about natüre and changes the expectation of tourist.

Because of these problems new types of tourism started to occur to be alternative destination. One these alternative tourism is rural tourism. Rural tourism is a kind of tourism that depends on natural resources and close to rural places. Alaşehir is unknown place that includes great places. It is a unique place of Aegean region. To use Alaşehir's potential in more efficient way, we must identify the facilities of Alaşehir. At this point analysing; strengths, weaknesses, opportunities and threats will be important to find the route. After this research, our goal is to find better solutions and developing the potential of rural tourism applying to Alaşehir.

Keywords: Alaşehir, alternative tourism, rural tourism, tourism potential

GİRİŞ

Turizm kelimesi Latince'de "dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek" anlamına gelen "tornus" kökünden türemiştir. Turizm kavramı ilk olarak Almancada 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından, "ticaret, endüstri ve küçük sanatların geliştirilmesi ve toplumların kaynaşması sonucu artan dinlenme, değişiklik ve tabiatın keyif alma ihtiyacı" şeklinde yapılmıştır [25]. Günümüzde ise en basit tanımı ile turizm, kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, dinlenme, iş, eğitim ve benzeri amaçlarla yaptıkları seyahatler şeklinde açıklanmaktadır.

Turizm sektörü, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra hemen her ülkenin önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Dünya ülkeleri gelir ve istihdam yaratma açısından önemli etkilere sahip bu sektörü canlandırabilmek için yüksek miktarlarda harcamalar yapmaya başlamıştır [26]. 1980'li yıllardan itibaren, kitle turizmi kapsamında üretilen turizm ürünleri, paket tur ya da paket tatil adı altında çok sayıda insanın tüketmesi için pazara sürülen kitlesel bir tüketim ürünü haline gelmiştir [16]. Fakat bu durum zamanla

turizm endüstrisini deniz-kum-güneş üçlüsü üzerinde yoğunlaşan, büyük kitlelere hitap eden, ucuz ürün sunan, yüksek derece mevsimselliğe maruz kalan, doğal kaynakları yeterince koruyamayan bir endüstri haline dönüştürmüştür. Kitle turizminin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığı anlaşılmaya başlamıştır [5]. Buna ek olarak, bilinçlenen turizm talebi bireyci düşünce ve davranış tarzları kapsamında yeniden şekillenmiş, çevre bilinci ve doğal dengeyi koruma anlayışı artış göstermiştir. Tüm bunların sonucunda, kaynakların daha uzun dönemli kullanımını sağlayabilecek alternatif turizm türleri ve sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmeye başlamıştır. Bu kapsamda, alternatif turizm, kitle turizminin üretim ve satış odaklı yaklaşımının aksine, turizm paradigmasının tüketici odaklı olarak yeniden şekillenmesine neden olmuştur [10].

Alternatif turizm kavramı, Turizm Bakanlığı Turizm Terimleri Sözlüğü'nde, "sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden turizm çeşidi"

olarak tanımlanmaktadır [26]. Bu kavram şu noktalara vurgu yapmaktadır [6]:

- Yeniye, özele olan ilgiye bağlı araştırma isteği,
- Küçük gruplarla, başka insanlarla bir arada olma, sosyal deneyim isteği,
- Biyotik (canlılara ait) bir deneyim sağlama eğilimi,
- Açık havada yaşama sevgisi.

Alternatif turizm türlerinden biri de kırsal turizmdir. Turizm hareketlerine katılırken çevreyi, kültürü korumayı esas alan bir reaksiyon olan kırsal turizm, ilk defa Avustralya’da, Yeni Zelanda’da ve Amerika Birleşik Devletleri’nde 1970’li yıllarda geniş olarak ortaya atılmıştır [11], [14]. Günümüzde kentlerdeki yoğun çalışma temposu, hava ve gürültü kirliliği ile kalabalık ortamdan uzak kalma isteği, kent insanının daha fazla kırsal alana ve özellikle dağlık alanlara gitmesine yol açmıştır [25]. Bu ilginin bir sonucu olarak da kırsal turizm önemli bir iktisadi sektör olarak gündeme gelmeye başlamıştır [4], [25]. Kırsal turizm, Koç ve Şahin (1999) tarafından “kırsal alanlarda insanların eğlenme, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme amaçları için ayrılmış ve düzenlenmiş alan ve yapıların görünümüdür” şeklinde tanımlanmıştır [9]. Ayaz, vd. (2012) ise, “kırsal çevrede sürdürülebilir işletmenin turist aktiviteleri” olarak açıklamıştır [3]. Bu tanımlardan yola çıkarak, kırsal turizm, deniz-kum-güneş faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlardan uzakta, kırsala özgü doğal ve kültürel yapının korunduğu ve yerel halk ile bilinçli turistik tüketicilerin etkileşim halinde olduğu bir turizm türüdür demek mümkündür.

Kırsal yörelerin gelişimi ve yeniden canlanması için önemli bir araç olan kırsal turizm [13], ancak potansiyel alanların değişen tüketici isteklerine uygun olarak planlanması ve yeniden düzenlenmesi ile yöreye ve ülkeye olumlu etkiler sağlayabilecek bir hale gelebilmektedir. Bu sebeple, kırsal turizme açılacak bir bölgenin detaylı bir analizinin yapılması, güçlü ve ve zayıf yanlarının, sahip olduğu fırsat ve tehditlerin belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu düşünceden yola çıkarak, bu çalışmada, Manisa iline bağlı Alaşehir’in kırsal turizm potansiyeline dair SWOT Analizi yapılmış olup ardından sonuç ve öneriler ile desteklenmiştir.

Alaşehir’in Kırsal Turizm Potansiyeli

Alaşehir’in Tarihi Geçmişi

Türkiye’nin Ege Bölgesi’nde, Manisa ili sınırları içinde yer alan Alaşehir; Bozdağlar’ın kuzeye bakan yönünde üç tepe üzerine kurulmuş, Gediz Ovası’nın verimli topraklarıyla kuşatılmış bir ilçedir.

İlk çağlardan beri bir yerleşim merkezi olan Alaşehir (antik adıyla Philadelphia Antik Kenti), Helenistik dönemde Pergamonlular tarafından kurulan yedi kentten bir tanesidir [8]. Pergamon (Bergama) Kralı II. Attalos Philadelphus tarafından, bölgeden geçen önemli yolların kontrolünü sağlamak amacıyla kurulmuştur (M.Ö. 150-138). Osmanlı İmparatorluğu’nun yönetimine geçene kadarki süreçte “kardeş severlik” anlamına gelen Philadelphia olarak anılan şehir, bu ismini II. Attalos Philadelphus’un kardeşi Eumenes’e bağlılığından almıştır.

Pergamon Krallığı’nın ardından Romalıların yönetimine geçen Philadelphia, Romalılar için stratejik bir konuma sahiptir. Anadolu’nun merkezi konumunda olarak görülen şehir, aynı zamanda Hristiyanlık için yadsınamaz bir önemi bulunmaktadır. Roma İmparatorluğu Dönemi’nde, MS 53-56 tarihlerinde misyoner Pavlus’un Hristiyanlığı yayma

çabalarının sonucu olarak kurulan ve İncil’de bahsi geçen ilk yedi kiliseden biri de Philadelphia’da bulunan St. Jean Kilisesi’dir.

Romalıların ardından sırasıyla Bizanslıların, Selçukluların yönetimine geçen şehir, 1389 yılında 4. Osmanlı Padişahı Yıldırım Beyazıt tarafından Osmanlı İmparatorluğu topraklarına katılmıştır. Kentin Alaşehir olarak anılmasının sebebi ise, Yıldırım Beyazıt’ın yüksek bir tepeden şehre bakarken söylediği “ne âlâ bir şehir” sözü olarak kabul edilmektedir.

Alaşehir Turizminin Mevcut Durumu

Alaşehir ilçesinin turizm çeşitleri bakımından ilk sırayı kırsal turizm almaktadır. Özellikle de bağ ve şarap turizmi oldukça ön plana çıkmaktadır. Bölgedeki turizm olanaklarının bununla sınırlı kalmayıp; inanç turizmi, kültür turizmi, sağlık ve termal turizmi için de uygun koşullara sahip olduğu görülmektedir.

a. İnanç Turizmi: Alaşehir’de inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek birçok yapı bulunmaktadır. İslam dini için önemli olan yapılar arasında Şeyh Sinan Türbesi, Kadışeyh Türbesi, Pazar Camii, Yağhane Camii, Gütük Minare Camii, Şeyh Sinan Camii, Sarı Saltuk Türbesi sayılabilir. Fakat bölgedeki bu değerler arasında, St. Jean Kilisesi ayrı bir öneme sahiptir. Havarilerden Loannes adına yapılan St. Jean Kilisesi, Hristiyanlığın ilk yedi kilisesinden biridir. İncil’in vahiy bölümünde adı geçen Yedi Kilise (Smyrna, Pergamon, Thyatira, Sardes, Philadelphia, Laodicia ve Ephesus) Hristiyanlığın ilk kiliseleri olarak kabul edilmektedir. Hepsisi de Anadolu’da olan bu kiliselerin üç tanesi (Sardes, Philadelphia ve Thyatira) Manisa ili sınırları içinde bulunmakta ve inanç turizmi kapsamında ziyaret edilmektedir. Ayrıca, St. Jean Kilisesi (Alaşehir Kilisesi), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın “İnanç Turizmi Projesi” kapsamında Hristiyanlık açısından önemli olarak seçilen 9 merkezden birisidir. İnanç Turizmi Projesi, üç semavi dinin (Müslümanlık-Hristiyanlık-Musevilik) günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin çevre düzenlemesi, aydınlatılması, ulaşımının sağlanması gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının artırılmasının hedeflendiği bir proje olarak tanımlanmaktadır [17].

b. Kırsal Turizm:

Tarım Turizmi (Agro-Turizm): “Herhangi bir kırsal yerleşimde ekonomik etkinlik tarım ise ve turistik uygulamalar da ağırlıklı olarak tarıma dayalı olarak yapılıyorsa, bu tür turizme tarım turizmi denilmektedir” şeklinde açıklanmaktadır [26]. Alaşehir, tarım turizmi açısından son derece uygun bir bölgedir. Türkiye’nin en geniş bağlarına ve en büyük üzüm üretimine sahip olan Alaşehir’de halkın yüzde 90’ı geçimini üzüm üretimiyle, ayrıca kiraz, badem, kestane vs. üretimiyle sağlamaktadır. Alaşehir, Türkiye’nin ve dünyanın en verimli ovalarından biri olan Gediz Ovası’nda yer almaktadır. Bu kapsamda Alaşehir’in bu eşsiz potansiyelinin tarım turizmine yönlendirilmesi önemlidir. Üzüm bağlarını ziyaret, sabah erken saatlerde yapılan üzüm kesme-toplama işlemini deneyimleme, üzüm bağları civarına konumlandırılacak bağ evi konseptindeki otellerde konaklama, bağlar arasında meditasyon ve yoga etkinlikleri yapma, üzüm yetiştirmenin yanı sıra bu butik otellerin önüne konumlandırılacak küçük sebze tarlalarıyla ilgilenme, geleneksel hale getirilebilecek bağ bozumu festivaline katılma gibi unsurların hayata geçirilmesiyle

Alaşehir’de tarım turizmi hayata geçirilebilecektir.

Bağ ve Şarap Turizmi: Hall, vd. bağ ve şarap turizmini; “turistlerin, bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılmak amacıyla yaptıkları seyahatler” olarak tanımlamaktadır [7]. Alaşehir, bağ turizmi açısından son derece uygun bir destinasyondur. Bunun sebebi Türkiye’nin en geniş bağlarına sahip olmasıdır. Alaşehir, henüz şarap turizmi açısından yeterli potansiyele sahip değildir. Çünkü Alaşehir’de yetiştirilen üzümlerin çok büyük bölümü Sultaniye isimli sofralık üzümdür. Bununla birlikte Alaşehir’de farklı üzüm çeşitleri de yetiştirilmekte, kişisel olarak şarap üretimi yapılmaktadır. Son dönemde şarap üretimi için yatırım yapmak amacıyla başvurular gerçekleşmeye başlamıştır. Şarap üretimine yatırım yapılır ve şarap markaları çıkarılmaya başlarsa bu verimli topraklarda şarap turizminin gelişeceğini öngörmek de mümkündür.

c. Kültür Turizmi: Doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini, kültür sanayilerinin sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır [15]. Alaşehir’in üzerine kurulu olduğu Philadelphia Antik Kenti’nin akropolü durumundaki Top Tepe düzlüğündeki tapınak ve tiyatro kalıntıları, Bizans döneminde yapılan surlar, Yıldırım Beyazıt Camii ve 16. yüzyıla ait Kurşunlu Han Alaşehir’in kültürel değerlerindedir.

d. Sağlık ve Termal Turizmi: Dünya’nın en sıcak 3. Suyu Alaşehir bölgesinde bulunmaktadır. Kuyu ağız sıcaklığı 287 santigrat dereceye ulaşan bu kaynak, bugüne kadar birçok Jeotermal Enerji Santrali yatırımını bölgeye çekmiştir. Alaşehir’de jeotermalin tarihi çok eski yıllara dayanmaktadır. Öyle ki, M.Ö. 150’li yıllarda Bergama Kralı şehirdeki şifalı suların, ılıçalardan ve uzun ömürlü insanlardan dolayı şehir girişine “ölüm giremez” şeklinde bir yazı astırıldığı bilinmektedir; Alaşehir’de bulunan yaklaşık 2000 yıllık “Dionosos Şarap Tanrısı” mozağında motif olarak şifalı sular ve bereketli toprak figürlerinin işlendiği görülmektedir [1]. Ayrıca, Alaşehir yakınlarındaki Alaşehir Kaplıcası ve Maden Suyu, sodalı soğuk maden suları kapsamında olup, bedensel yorgunlukları gidermesi ve mide ve bağırsaklardaki rahatsızlıkları tedavi etmesi ile bilinmektedir. Yine Alaşehir’de bulunan Sarıkız Maden Suyu, dolmuş yapıp yurt çapında pazarlanan şifalı bir su olarak karşımıza çıkmaktadır [25].

Alaşehir’e Gelen Yerli ve Yabancı Turist Sayısı

Tablo 1’de 2000-2013 yılları arasında Manisa ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayıları verilmiştir. Bu verilere göre, 2008 yılına kadar inişli çıkışlı bir ivme gösteren turist sayısı; 2008 yılından itibaren sürekli bir artış göstermektedir. Tablo 2’de ise, 2014 yılında Manisa’ya bağlı ilçelerde konaklayan turist sayısı görülmektedir. Alaşehir ilçesi incelendiğinde, Alaşehir’de konaklama yapan yerli turist sayısının 14.492 olduğu; buna karşın yabancı turist sayısının yalnızca 17 olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle, yabancı turistlerin Alaşehir’i yalnızca transit bir bölge olarak gördükleri sonucuna varmak mümkündür.

Tablo 1. Manisa’yı Ziyaret Eden Yerli ve Yabancı Turist Sayıları (2000-2013) [18]

| Yıl | Yerli Turist Sayısı | Yabancı Turist Sayısı | Toplam Turist Sayısı |
|------|---------------------|-----------------------|----------------------|
| 2000 | 104.017 | 44.869 | 148.886 |
| 2001 | 97.799 | 61.039 | 158.838 |
| 2002 | 99.426 | 50.207 | 149.633 |
| 2003 | 85.345 | 32.948 | 118.293 |
| 2004 | 160.374 | 47.282 | 207.656 |
| 2005 | 134.087 | 56.830 | 190.917 |
| 2006 | 154.129 | 61.039 | 215.168 |
| 2007 | 181.582 | 65.501 | 247.083 |
| 2008 | 168.540 | 65.545 | 234.085 |
| 2009 | | | 260.171 |
| 2010 | | | 291.683 |
| 2011 | | | 311.324 |
| 2012 | | | 345.492 |
| 2013 | | | 406.492 |

Tablo 2. Manisa İline Bağlı İlçelerde Konaklayan Ziyaretçi Sayıları (2014 yılı) [18]

| İlçe | Yerli Turist Sayısı | Yabancı Turist Sayısı | Toplam Turist Sayısı | Toplam Geceleme Sayısı |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|
| Şehzadeler-Yunus Emre | 136.720 | 15.553 | 152.273 | 221.263 |
| Ahmetli | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Akhisar | 53.211 | 2.001 | 55.212 | 63.446 |
| Alaşehir | 14.492 | 17 | 14.509 | 17.550 |
| Demirci | 1.020 | 0 | 1.020 | 1.023 |
| Gölmarmara | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gördes | 8.709 | 0 | 8.709 | 8.709 |
| Kırkağaç | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Köprübaşı | 425 | 3 | 428 | 1.170 |
| Kula | 8.109 | 54 | 8.163 | 9.115 |
| Salihli | 50.963 | 2.421 | 53.384 | 100.761 |
| Sarıgöl | 879 | 94 | 973 | 3.153 |
| Saruhanlı | 5.768 | 25 | 5.793 | 5.768 |
| Selendi | 1.334 | 0 | 1.334 | 1.334 |
| Soma | 948 | 0 | 948 | 3.835 |
| Turgutlu | 16.353 | 610 | 16.963 | 25.130 |
| Toplam | 298.931 | 20.778 | 319.709 | 462.257 |

Konaklama Tesisleri

Manisa’nın Alaşehir ilçesindeki konaklama tesislerini “turizm işletme belgeli oteller” ve “belediye işletme belgeli oteller” olarak iki şekilde gruplandırmak mümkündür. Alaşehir’de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen turizm işletme belgesine sahip yalnızca bir otel bulunmakta; buna ek olarak, ilçede 13 adet belediye işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bölgedeki toplam oda sayısı 350, yatak kapasitesi ise 741 olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 3’te otellerin dereceleri ve kapasiteleri gösterilmektedir.

Tablo 3. Alaşehir İlçesindeki Konaklama Tesisleri [19]

| Tesisin Adı | Tesisin Sınıfı | Tesisin Oda Kapasitesi | Tesisin Yatak Kapasitesi |
|-----------------------------------------|----------------|------------------------|--------------------------|
| Turizm İşletme Belgeli Oteller | | | |
| Otel La Bella Alaşehir | 3 Yıldız | 58 | 114 |
| Belediye İşletme Belgeli Oteller | | | |
| Şahin Otel | 1.Sınıf | 48 | 96 |
| Serhat Otel | 2.Sınıf | 20 | 40 |
| Seçil Otel | 3.Sınıf | 21 | 51 |
| Pia Otel | Yok | 30 | 60 |
| Kâhya Otel | Yok | 10 | 20 |
| Duman Otel | Yok | 24 | 30 |
| Bayrak Otel | Yok | 25 | 40 |
| Bulvar Otel | Yok | 32 | 74 |
| Evren Otel | Yok | 6 | 14 |
| Dağ Otel | Yok | 12 | 30 |
| Kışla Otel | Yok | 28 | 56 |
| Philedelfiya Otel | Yok | 70 | 150 |
| Nazar Pansiyon | Yok | 24 | 80 |
| Toplam | | 350 | 741 |

SWOT Analizi: Alaşehir Bölgesi'nin Kırsal Turizm Açısından Güçlü ve Zayıf Yönleri, Fırsatları ve Tehditleri

SWOT analizi; işletmelerin içinde buldukları durumun iç etkenler (güçlü ve zayıf yönler; strenghts and weaknesses: SW); dış etkenler (fırsatlar ve tehditler; opportunities and threats: OT) açısından analiz edilmesi ile ilgili bir yöntemdir [26]. Bu analizin temel amacı, bir konuya dair karar verme aşamasında doğru bir değerlendirme yapılabilmesi için mevcut koşulların incelenmesidir. SWOT analizinin subjektif algılardan uzak bir şekilde gerçekleştirilmesi halinde, amaçlanan duruma ulaşabilmek adına atılması gereken en doğru adım saptanmış olur.

İç etkenlerin değerlendirilmesi aşamasında, bir işletmeye veya destinasyona amaçlarına ulaşmasına yönelik avantajlar sağlayan yönler (güçlü yönler) ve amaçlarına ulaşmasını engelleyen yönler (zayıf yönler) incelenmektedir. Dış etkenlerden olan fırsat, belirli bir hedef veya hedef grubu ile ilgili olarak işletmeye veya destinasyona olumlu koşullar hazırlayan dış çevrenin herhangi bir özelliği iken; tehdit ise belirli bir amaca ulaşmada problem oluşturabilecek herhangi bir çevresel husustur [26].

Köklü tarihi geçmişi ve kırsal turizm potansiyeli ile ön plana çıkan Alaşehir ilçesinde, turizm potansiyeline dair bilincin yetersiz olduğu ve gerekli alt yapının mevcut olmadığı görülmüştür. Bu sebeple SWOT analizi yaparak bölgenin güçlü-zayıf yönlerini ortaya koymak ve fırsat-tehditlerini değerlendirmek gerektiği sonucuna varılmıştır. Tablo 4 ve Tablo 5'te verilmiş olan Alaşehir turizmüne dair SWOT analizi, 2017 yılında Alaşehir bölgesinde kalkınma sağlamak amacıyla Alaşehir Belediyesi ile birlikte çalışmalar yürütmüş olan bir stratejik danışmanlık ve halkla ilişkiler ajansının çalışanları ile yapılmış olan yarı yapılandırılmış mülakatın sonuçlarına dayanmaktadır. "Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği; görüşmenin ana çizgileriyle belirlendiği, ancak soruların kesin sıralamasının yapılmayarak, görüşme anında sunulan yeni bilgilere ait soru üretme esnekliğine sahip olunan, duruma göre bazı soruların atlanabileceği, konuşmanın gidişatına göre soru sıralamasının

değişebileceği, ilave soruların o anda oluşturulabileceği görüşme türüdür" [2], [12]. Ajans çalışanlarının destinasyona bakış açılarını daha iyi tespit edebilmek amacı ile bu yöntem kullanılmaya karar verilmiştir.

Tablo 4. Alaşehir Kırsal Turizmüne Dair İç Etmenler (Güçlü ve Zayıf Yönler)

| Güçlü Yönler | Zayıf Yönler |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Türkiye'nin en bol üretimine sahip yeri olması, Alaşehir üzüm ve kuru üzüm başta olmak üzere kiraz, kestane, badem ve zeytin ağaçları ile diğer yaş meyve ve sebze üretimi bakımından oldukça zengin bir tarım bölgesi olması, İlçedeki bağ miktarının çok fazla olması, Dünya'nın en verimli ovalarından biri olan (Gediz Ovası) üzerinde bulunması, Türkiye'nin havaya ve denize bağlantısı olmayan tek gümrüğüne sahip olması, Her mevsim turizm imkânının bulunması, Kırsal turizmin alt başlıklarından biri olan "bağ ve şarapçılık" turizmi için Türkiye'deki en uygun destinasyonlardan biri olması, Dünya'nın en sıcak 3. Yer altı suyunun Alaşehir'de bulunması, Belediyenin bölgeyi kalkındırma konusundaki isteğinin yüksek olması, Yerel halkın bölge turizminin geliştirilmesi konusunda olumlu bir bakış açısına sahip olması, Bölgedeki sivil toplum kuruluşlarının (AGİDER-Alaşehir Girişimciler Derneği başta olmak üzere) ve Alaşehir Ziraat Odası, Alaşehir Ticaret Borsası, Alaşehir Ticaret ve Sanayi Odası gibi kurumların bölgeyi kalkındırma konusunda iş birliklerine hazır olması, Alaşehir'in merkezinde kapsamlı bir devlet hastanesinin bulunması, Dünya'nın ilk 7 kilisesinden biri olan ve Hristiyan alemi için büyük bir öneme sahip olan St. Jean Kilisesi'nin Alaşehir'de olması, 2017 yılında bölgeyi kalkındırmaya yönelik olarak yapılmış olan çalışmaların var oluşu; Farkındalık toplantıları, Bağ bozumu etkinliği, Bağlarda gerçekleşen yoga ve meditasyon etkinliği, Üzümlü yerel lezzetler oluşturulmaya başlanması, Dünya'nın ilk "üzüm müzesi"nin kurulmasına dair bir proje tasarısı, "Ala geceler" adlı bir etkinlik gerçekleştirilmesi ve etkinliğe yerel halkın katılımının oldukça yüksek olması, Alaşehir'in tarihsel önemine ve 5 Eylül Alaşehir Kurtuluş Günü'ne dikkat çekmek için hazırlanan Kurtuluş Sergisi, Tüm bu etkinlikler kapsamında gerçekleştirilen ve içeriğinde Alaşehir'e ve üzüme de dikkat çekilen Sunay Akın gösterisi; sanatçı, biyolog ve öğretim görevlisi Ediz Hun'un çevre konulu konferansı; Türkiye'nin bağlarda gerçekleştirilen ilk konseri olan Hakan Aysev ve Levent Gündüz konseri, Gerçekleştirilen etkinlikler kapsamında, ulusal medyadan 30 gazetecinin, köşe yazarının, yayın yönetmeninin Alaşehir'e davet edilmesi ve burada alınması, Hürriyet, Habertürk, Sabah, Sözcü, Türkiye, Fox TV, Atlas Dergisi, Turkish Time, Tourmag Turizm Dergisi gibi değerli yayımlarda Alaşehir ve Alaşehir'deki değişim isteğiyle ilgili haberlerin yayınlanması; bu şekilde medyada Alaşehir ile ilgili bir kanaatin oluşturulması. | <ul style="list-style-type: none"> Bölgedeki konaklama biriminin yok denecek kadar az oluşu, Turizm işletme belgeli yalnızca bir otel oluşu, Var olan tesislerin doluluk oranlarının oldukça düşük olması, Konaklama tesislerinin bölgede geliştirilmek istenen "bağ ve şarapçılık" turizmüne uygun bağ evlerinden oluşmaması, Potansiyel turistlerin ağırlanabileceği yiyecek-içecek işletmesi sayısının oldukça az oluşu, Alışveriş noktalarının yetersizliği, Rekreasyonel aktivitelerin yetersizliği, Yerli ve yabancı yatırımcılar için bir çekim merkezi olmaması, Finansal yetersizlikler, Yerel halkın ana geçim kaynağını üzümden sağlaması ve bu sebeple turizm gibi yeni bir gelir kaynağına ihtiyaçlarının çok da fazla olmaması, Geçen yıl düzenlenmiş olsa da gelenekselleşen bir bağ bozumu festivalinin olmaması, Yetersiz tanıtım ve pazarlama çalışmaları, Turizm bilincinin oturmamış olması. |

Tablo 5. Alaşehir Kırsal Turizmine Dair Dış Etmenler (Fırsatlar ve Tehditler)

| Fırsatlar | Tehditler |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dünya genelinde kitle turizmine (deniz-kum-güneş) olan ilginin azalması, • Alternatif turizm türlerine olan ilginin artması, • Bölgenin alternatif turizm türlerine dair büyük bir potansiyele sahip olması, • Dünya’da bölgeye rol model olabilecek Toskana Vadisi (İtalya) gibi bir destinasyonun varlığı, • Toskana Vadisi’ndeki Siena adlı şehrin bölge özellikleri açısından Alaşehir ile oldukça benzerlik göstermesi ve bu açıdan orayı örnek alarak hareket edebilme imkânı, • İtalya Konsolosluk’u ile 2017 yılında “Kardeş Şehirler: Siena ve Alaşehir” adlı bir proje ile yazışmaların başlatılmış olması, • Bölgeye gelen turistlerin ağırlıklı olarak Uzakdoğu’dan olması ve 2018 yılının Çin tarafından “Türkiye turizm yılı” olarak seçilmiş olması, • Türkiye’de Ege Bölgesi’nin turistik açıdan çekici olması • Türkiye’nin en sıcak yer altı su kaynaklarına sahip olması nedeniyle, termal turizm açısından da bölgenin değerlendirilme olanağının bulunması, • Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizm 12 aya yayma ve alternatif turizm geliştirme politikaları. | <ul style="list-style-type: none"> o İzmir gibi popülaritesi yüksek bir turistik bir destinasyona olan yakınlığı ve bu durum nedeniyle turistlerin İzmir’de konaklayarak Alaşehir’i yalnızca günlük gezilecek bir destinasyon olarak görmeleri, o Bölgenin “turistik” olarak algılanmaması; yani turistik imajının az olması, o Alaşehir’in “Üzüm Kent” olarak konumlanmaması, o Alaşehir’de insanların çoğunun bir bilgiye sahip olmaması, o Jeotermal santrallerinin kurulması ve bu santrallerin uzun vadede toprağı kirleterek ovanın verimliliğine zarar verme ihtimalinin olması |

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Manisa iline bağlı Alaşehir ilçesinin var olan turizm potansiyelinin nasıl daha verimli değerlendirilebileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak yapılan SWOT analizi ile bölgenin güçlü ve zayıf yanları; sahip olduğu fırsatlar ve tehditler ortaya koyulmuştur.

Yukarıdaki değerlendirmeler dikkate alındığında Alaşehir’in turizm açısından coğrafi, doğal ve tarihi bakımdan çok önemli avantajlara sahip olduğu görülmektedir. Özellikle üzüm rekoltesi açısından (yıllık 350 bin ton ile) Türkiye’nin en verimli bölgesi olarak öne çıkan Alaşehir’de gerekli tesislerin kurulması ve düzenlemelerin yapılması ile “Üzüm Kent” olarak anılan bir “bağ ve şarapçılık turizmi” destinasyonu oluşturmak mümkündür. Türkiye’nin en verimli sıcak suyunun Alaşehir’de bulunması, Şarap Tanıtması Dionsysos’u tasvir eden dünya çapında bir mozağin ilçede bulunması, Hıristiyanlığın ilk 7 kutsal kilisesinden biri olan St. Jean Kilisesi’nin ilçe sınırları içerisinde bulunması, Dünya’nın ilk üzüm müzesini kurmaya yönelik proje tasarısını elinde bulundurması; sahip olduğu üzümü, bağları ve doğası Alaşehir’in turizm potansiyelinin ne denli fazla olduğunu vurgular niteliktedir.

Fakat yeterli tanıtımın yapılması, alt yapı ve üst yapısının geliştirilmesi, yasa ve düzenlemelerin uygulanması, konaklama, yeme-içme gibi turizm olanakların geliştirilmesi için gerekli olan fon miktarı [12]. Alaşehir bölgesi için oldukça azdır. Öncelikle bu fonların artırılması; 2017

yılında gerçekleştirilen veya tasarımı niteliği taşıyan projelerin devamının sağlanması; yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirecek eğitimlerin yapılması gerekmektedir. Ardından benzer uygulamaları öğrenmek amacıyla dünyaya açılmak, örnek bölgeleri –özellikle de Toskana Vadisi’ndeki Siena şehri- incelemek, kıyaslama yönteminden yararlanarak çıkarımlar yapmak oldukça önemlidir. Ancak bu şekilde yerli ve yabancı yatırımcıların bölgenin farkına varması ve dolayısıyla da bölgenin turizm potansiyelinin verimli bir şekilde değerlendirilerek turistik tüketicilerin ilgisinin çekilmesi sağlanabilecektir.

KAYNAKLAR

- [1] Alaşehir Belediyesi. (2016, 05 05). Alaşehir’in Sıcak Suyu Dünya Gündeminde. 04 02, 2018 tarihinde Alaşehir Belediyesi: <http://www.alasehir.bel.tr/alasehirin-iscak-suyu-dunya-gundeminde.html> adresinden alındı
- [2] Atila Yüksel, F. Y. (2004). Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Turhan Kitapevi.
- [3] Ayaz, N., Yeşiltaş, M., & Türkmen, F. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıkları ve Algıları Üzerine Bir. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22), 103-112.
- [4] Bakırcı, M. (1995). Avrupa Birliğine (AB) Uyum Sürecinde Türkiye Ve Avrupa’da Dağlık Sahaların Kullanımına Yönelik Perspektifler. Doğu Coğrafya Dergisi, 13, 291-310.
- [5] Çabuk, S., & Nakıboğlu, B. (2003). Çevreci Pazarlama Ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(12), 39-54.
- [6] Göktepe. (2009, 09 23). Alternatif Turizm Kavramı. 03 30, 2018 tarihinde MtGöktepe: <https://mtgoktepe.wordpress.com/2009/09/23/alternatif-turizm-kavrami/> adresinden alındı
- [7] Hall, C. M., Johnson, G., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R., & Sparples, L. (2000). Wine Tourism: An Introduction. C. M. Hall içinde, Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets (s. 1-23). Oxford, England: Butterworth Heinemann.
- [8] Karahan, Ü. O. (2017). Philadelphia (Alaşehir). Journal of Current Researches on Social Sciences, 7(2), 163-172.
- [9] Koç, N., & Şahin, Ş. (1999). Kırsal Peyzaj Planlaması. Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi .
- [10] Kozak, M. A., & Bahçe, S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [11] Mercer, D. (1996). Ecotourism. Geodate, 9(1), 1-4.
- [12] Ongun, U., & Gövdere, B. (2015). Kırsal Turizmin Kırsal Kalkınmaya Etkisi: Şirince Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5(2), 46-55.
- [13] Özçatalbaş, O. (2006). Türkiye’de Kırsal Turizm Potansiyeli ve Geliştirme Olanakları. TMMOB (Dü.), Turizm ve Mimarlık Sempozyumu Bildiri Kitabı, 28-29 Nisan 2006 içinde, (s. 272-278). Antalya.
- [14] Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1-14.
- [15] Pekin, F. (2017). Kültür Turizmi Üzerine. 04 01, 2018 tarihinde Fest Travel: <http://www.festtravel.com/kultur-turizmi-uzerine> adresinden alındı

[16] Roney, S. A. (2002). Fordizmden Post Fordizme Geçiş Sürecinin Turizme Yansımaları: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 9-14.

[17] T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). İnanç Turizmi. 04 01, 2018 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html> adresinden alındı

[18] T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Manisa İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü. (2014). T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Manisa İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri. Retrieved from <http://www.manisakulturturizm.gov.tr/TR,73074/istatistikler.html>

[19] T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Manisa İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü. (2017). T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Manisa İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri. Retrieved from <http://www.manisakulturturizm.gov.tr/TR,73074/istatistikler.htm><http://www.manisakulturturizm.gov.tr/TR,151997/belgeli---turizm-tesisleri.html>

[20] T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). Tarım ve Çiftlik (Agro) Turizmi. 04 06, 2018 tarihinde Karaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.karamankulturturizm.gov.tr/TR,129632/tarim-ve-ciftlik-agro-turizmi.html> adresinden alındı

[21] Termal Rehber. (2012, 02 19). Manisa İli Şifalı Suları ve Kaplıcaları. 04 02, 2018 tarihinde Termal Rehber: <http://termalrehber.com/manisa-ili-sifali-sulari-ve-kaplicali/> adresinden alındı

[22] Turizm Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı. (1999). Turizm terimleri sözlüğü: Türkçe açıklamalı (İngilizce, Fransızca, Almanca karşılıklarıyla). Ankara: Başbakanlık Basımevi.

[23] Turizm Sosyolojisi Kısa Özet. (2018). 01 20, 2018 tarihinde Kolay-Aöf: http://www.kolayaof.com/ornek_ozet/SOS109U.pdf adresinden alındı

[24] Yıldız, Z., & Kalağan, G. (2008, Kasım). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset*, 42-44.

[25] Yılmaz, G. Ö., & Gürol, N. K. (2012). Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 23-32.

[26] Yumuk, G., & İnan, H. (2005). Trakya Bölgesindeki İmalat Sanayi İşletmelerinin Kalite Maliyetlerinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2(2), 177-188.