

Citation: Acar, N. (2019), Pınarbaşı Destinasyonunun Pazar Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Swot Analizi, BMIJ, (2019), 7(2): 856-876 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmi.v7i2.444>

PINARBAŞI DESTİNASYONUNUN PAZAR POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ

Neşe ACAR¹

Received (Başvuru Tarihi): 18/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 29/05/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 26/06/2019

ÖZ

Bu araştırmada SWOT analizi yöntemi kullanılarak Kayseri ili sınırları içerisinde bulunan Pınarbaşı'nın bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma, Pınarbaşı'nda çeşitli kurumlarda görevli yöneticiler ve memurlar, esnaflar, öğrenciler, yerel halktan kişiler olmak üzere toplam 50 kişiden oluşan paydaşlarla yapılan mülakatlarla yürütülmüştür. SWOT analizi yöntemi kullanılarak Pınarbaşı'nın tanıtılmasında ve pazarlanmasında etkili olabilecek değerler hakkında farkındalık oluşturulmasına ve yöre halkının bilinçlendirilmesinde etkili olabileceği düşünülen değerlerin ortaya konulmasına çalışılmıştır. Yapılan değerlendirmeler bölgenin bir turizm destinasyonu olarak pek çok üstünlüğe ve fırsata sahip olduğunu bununla birlikte birtakım zayıflıklar ve tehditlerle de karşı karşıya kaldığını göstermiştir. Elde edilen bulgular, Pınarbaşı'nın turizm potansiyelinin daha etkin kullanılması ve bir destinasyon olarak çekiciliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekliliğini göstermiştir. Pınarbaşı'nın sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel varlıklara önem verilmesi ve alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, halkta turizm bilincinin oluşturulması, konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence ve benzeri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yatırımların teşvik edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Olumlu değerlendirmelerde mevcut düzeyi geliştirmek ve sürekliliği sağlamak ve olumsuz değerlendirmeleri de olumluya yönlendirmek hedeflenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Pazarlaması, SWOT Analizi, Pınarbaşı

JELKodları: M21, M31

A SWOT ANALYSIS TO EVALUATE THE MARKET POTENTIAL OF PINARBASI DESTINATION

ABSTRACT

In this research, Pınarbaşı which is located within the boundaries of Kayseri province has been evaluated as a tourism destination by using the SWOT analysis method. The research was conducted with interviews with stakeholders consisting of 50 people, including executives and civil servants, craftsmen, students and local people in Pınarbaşı. SWOT analysis method was used to raise awareness about the values that could be effective in the promotion and marketing of Pınarbaşı and to introduce the values that are thought to be effective in raising the awareness of the local people. The assessments that have been made have shown that the region has many advantages and opportunities as a tourism destination, as well as some weaknesses and threats. The findings indicate that the tourism potential of Pınarbaşı should be used more effectively and as a destination, its attractiveness and sustainability should be ensured. It is considered that it would be beneficial to encourage investments in order to meet the needs of accommodation, eating and drinking, shopping, entertainment and the like by giving importance to the historical, natural and cultural assets of Pınarbaşı with

¹ Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, neseacar@nevsehir.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9830-1463>

the aim of development of alternative tourism varieties and creation of tourism awareness. In positive evaluations, it should be aimed to develop the current level and to ensure continuity and to direct negative evaluations to positive.

Keywords: Destination Marketing, SWOT Analysis, Pınarbaşı

JEL Codes: M21, M31

1. GİRİŞ

Tüketicilerin yaşam standartlarında meydana gelen değişimler, turizm faaliyetleri ile ilgili beklenti, istek ve tercihlerde de değişimlere neden olmaktadır. Deniz, kum, güneş gibi ürünler yerine kültür ve doğa turizmi gibi alternatif turizm faaliyetlerine olan ilgi gün geçtikçe artış göstermektedir. Buda bölgelerin sahip olduğu tabii varlıkların önemini artırmakta ve söz konusu bölgelerin cazip destinasyonlar olmasına olanak sağlamaktadır.

Turistik mahal ve turistik çekim yeri olarak da bilinen destinasyon kavramı, turizm hareketine katılan tüketicilerin konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence gibi çoğu ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerekli imkanlara sahip olan yerlerdir (Kozak, 2010: 137). Daha geniş bir ifade ile turizm destinasyonu, belirli bir imaja sahip markalaşmış, ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dâhili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgelerarası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge olarak tanımlanmaktadır (Hosany vd., 2006: 638; Tosun ve Jenkins 1996: 519-531; Sarı ve Kozak, 2005: 254; Ersun ve Arslan 2011: 231).

Aynı coğrafi ve kültürel koşullara sahip, kültürel ve tabii varlıkları olan, ziyaretçilere yönelik bölgeye özgü geliştirilmiş aktivitelerin olduğu bölgeler destinasyon olarak ifade edilmektedir. Söz konusu bölgeler aynı zamanda yeme-içme, konaklama, iletişim ve ulaşım imkanları olan, sosyal hizmetlerin sunulduğu çekim merkezlerinden oluşan, belirli bir imaja ve markaya sahip olan bölgeler olmalıdır (Bahar ve Kozak, 2013: 34-35; Ersun ve Arslan, 2011: 232).

Destinasyonların rekabet avantajı elde edebilmek, sahip olduğu üstünlükleri ve fırsatları belirleyerek ziyaretçileri için birer çekim unsuru haline dönüşmek için bazı stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Turizmde çeşitlendirmeye giderek doğal ve sosyo-kültürel özelliklerin ön plana çıkarılarak pazarlama faaliyetlerine yer verilmesi gerekmektedir. Turizmin gelişmesinde etkili olan doğal ve sosyo-kültürel özellikler, bölgeden bölgeye

farklılık gösteren temel unsurlar olup destinasyonlar bu kaynakları tüketici odaklı bir yaklaşımla değerlendirmelidir (Acar vd., 2014: 624).

Doğal ve tarihi güzellikler, sosyo-kültürel yapı, kentsel mimari doku, yerel halkın yaşam tarzı, konaklama ve ulaştırma olanakları gibi unsurlar destinasyon ile ilgili çekici faktörler olup destinasyon seçiminde etkili olabilmektedir. Bu noktada bölgelerin sahip olduğu değerleri turizm amaçlı kullanıma hazır hale getirmek, etkili ve sürekli bir şekilde tanıtmak son derece önemlidir.

Geçmişte birçok ülke turizmi geliştirebilmek adına genel (ulusal) tanıtım ve imaja yönelik çalışmalara yönelmiş ve ülkelerini bir bütün olarak pazarlamaya çalışmışlardır. Fakat tanıtım ve imaj için kullanılan malzemeler (manzara, sanat yapıtları, sahil vb.) çok fazla farklılık göstermemiş ve homojenlik sergilemiştir. Ancak, son yıllarda turizm hareketlerinin yöresel ve farklı unsurlar üzerinde yoğunlaşmaya başlaması ve bu unsurlara yönelik pazarlama faaliyetlerinin artması sonucunda bölgelerin veya şehirlerin pazarlanması konusu önemli hale gelmiştir. Ülkelerin turizmi açısından bir ülkenin tek destinasyon olarak düşünülüp pazarlanması anlayışı yerine bölge ve şehirleri pazarlama anlayışı pazarlama stratejilerinde riskleri azaltıcı bir unsur olmuştur (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010: 75). Bir şehrin pazarlanması, şehri ziyaret eden kişilerin sayısının artırılması, yatırımların teşvik edilmesi ve şehirde ikamet edenlerin sorunlarına çözüm getirilmesi şeklinde ifade edilebilir (Deffner vd., 2005: 1).

Şehirlerin sosyo-kültürel, ekonomik, tarihi ve coğrafi yapısı olmak üzere kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Tarihi, kültürü, ticari ruhu, yaşanabilir bir yer olması ve yenilikçiliği onu diğer şehirlerden ayırmaktadır. Bu tür özelliklerini etkili bir şekilde kullanarak pazarlayabilen şehirler diğer şehirlere göre önemli bir rekabet avantajı elde etmektedirler (Karamustafa vd., 2010: 5). Bu noktada kentlere kültürel, sosyal ve sanatsal olmak üzere gerçekleştirilen kısa süreli ziyaretler kent turizmini ön plana çıkarmıştır. Ayrıca konaklama, yeme-içme, çeşitli aktiviteler ve alışveriş için ziyaretçiler tarafından yapılan harcamalar da kente ekonomik açıdan katkı sağlamaktadır (İçellioğlu, 2014: 38).

2. PINARBAŞI'NIN GENEL ÖZELLİKLERİ

Kayseri merkeze 89 Km uzaklıkta yer alan Pınarbaşı, Kahramanmaraş ve Malatya karayolu üzerinde bulunmaktadır. İlçe sahip olduğu pek çok tarihi, coğrafi ve kültürel varlıklarıyla karakteristik özelliklere sahiptir. Söz konusu özellikler ilçeye yönelik kültür

turizmi, yayla turizmi ve diğer alternatif turizm alanları için değerlendirilebilecek önemli bir potansiyeli ifade etmektedir.

2.1. Tarihi

İlçenin kuruluşu M.Ö. 590 yıllarına dayanmakta olup birçok kaynakta Kral Ariarathia tarafından kurulduğu belirtilmiştir (www.kayseri.gov.tr). Pınarbaşı, ilk olarak 1277-1861 yılları arasında aziziye adıyla Sivas vilayetine bağlı bir kaza merkezi olmuştur. 1926 yılında Aziziye uzaklık ve kış şartları dikkate alınarak Sivas'tan alınarak Kayseri'ye bağlanmış, ismi de Pınarbaşı olarak değiştirilmiştir. Cumhuriyetin ilanından sonra Şirvan Dağının eteklerinden kaynaklanan pınardan dolayı Pınarbaşı adını almıştır. İlçenin birçok devlet ve uç beyliklerinin sınırları içerisinde kaldığı, zaman zaman bu beylikler arasındaki mücadelelere sahne olduğu tarihi eserlerden anlaşılmaktadır (Bozkurt, 2016: 17).

2.2. Coğrafi Yapısı

Yüzölçümü 3328 kilometrekare olan ilçenin kuzeyinde Akkışla-Şarkışla-Altınyayla, doğusunda Kangal-Gürün, batısında Bünyan ve güneyinde Tomarza-Sarız ilçeleri yer almaktadır. İlçe merkezinde 1546 metre olan rakım, Uzunyayla bölgesinde yer yer 2000 metreyi bulmaktadır. Güneyinde Tahtalı, kuzeydoğusunda ise Hınzır dağları bulunmaktadır. Bu dağ sırasında Zamantı Havzaları ve Uzun Yayla Platosu yer almaktadır. Ovalık alan ise sadece akarsu boyunca uzanır. Zamantı ırmağı ve kolları ilçenin en önemli akarsuyudur. İlçede Pınarbaşı, Kaynar, Şerefiye, Karagöz, Gümüşgün ve Gürleğensu kaynakları bulunmaktadır. İlçe merkezi genellikle düz alanda kurulmuş olmakla birlikte bağlı yerleşim yerleri genel olarak dağlık ve engebeli alanlarda bulunmaktadır. Yazları kurak ve serin, kışları soğuktur. Yıllık yağış ortalaması metrekarede 492 kg'dır (www.kayseri.gov.tr).

2.3. Nüfusu

İlçede merkez olmak üzere bir belediye, 9 adet merkez ilçe ve 113 adet kırsal mahalle olmak üzere 122 adet mahalle bulunmaktadır. 2016 yılı TÜİK verilerine göre, genel nüfusu 23.658'dür (www.kayseri.gov.tr).

2.4. Ekonomisi

Ekonomisi temel olarak tarım ve hayvancılığa dayanan ilçe Kayseri'nin önemli tarım merkezlerinden biri konumundadır. Bununla birlikte küçük çaplı sanayi ürünleri, halı ve kilim dokumacılığı, madencilik, alabalık çiftlikleri, traverten, mermer ve taş ocakları ilçenin en

belirgin ekonomik kaynaklarını oluşturmaktadır. Ayrıca 1 adet et entegre tesisi, 1 adet un fabrikası ve 1 adet kimyon fabrikası faaliyet göstermektedir. İlçede son yıllarda kurulan alabalık üretme çiftlikleri yeni bir sektör olarak ilçe ve ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. İlçede 8 adet tarımsal kalkınma ve 1 adet su ürünleri kooperatifi faaliyet göstermektedir. (www.kayseriopinarbasi.gov.tr). Başta, krom olmak üzere çinko, demir, kurşun, mermer ve kömür gibi zengin maden yatakları ile madencilik yönünden zengin yer altı kaynaklarına sahiptir. İlçede 3 adet krom konsantre tesisi mevcuttur (www.pinarbasi38.bel.tr).

Öte yandan halı, bol desenli ve çok renkli kilim dokumacılığı ve örme el işleri de önemli yer tutmaktadır. Kayseri ve civarında faaliyet gösteren 13 işletme ilçede ve mahallelerde ücret karşılığı ipek halı ve kilim dokutturmakta ve bu sektörde çok sayıda gencin istihdamını sağlamaktadır (www.pinarbasi38.bel.tr).

3. PINARBAŞI'NIN MEVCUT TURİZM POTANSİYELİ

Mevcut turizm potansiyeli itibarı ile bakıldığında Pınarbaşı'nın pek çok alternatif turizm alanlarında değerlendirilebilecek geniş yelpazeye sahip bir destinasyon konumunda olduğu görülmektedir.

3.1. Kültür Turizmi

Tarihi turizm, gelenek görenek turizmi gibi turizm çeşitlerini içinde barındıran kültürel turizm kavramı ile ülkede-bölgede toprak altında ve üzerinde bulunan geçmiş dönemlerden gelen birikimi içeren her türlü maddi kalıntı ile sözel geleneğin zarar verilmeden toplumun yararlanabileceği değere dönüştürülmesi ifade edilmektedir (Kızılaslan ve Ünal, 2014: 50).

Pınarbaşı turizme ve ekonomiye kazandırılması gereken pek çok kültürel varlığa sahiptir. Pınarbaşı'nın sahip olduğu tarihi ve kültürel varlıklar, barajlar (Bahçelik, Hitit), türbeler (Melikgazi, Sancaktar, Seyit Halil Bey, Süleyman Şah), camiler (Melikgazi, Aziziye, Mehmet Alibey), ilkokullar (Barbaros, Kaynar), hamamlar (Eski hamam, Yeni hamam), kaleler (Şerefıye, Zamantı), Han kilisesi, Ispıtın tümülüs ve yer altı şehri, Kırkpınar çeşmesi, Pazarören köy enstitüsü, Merkez kilise, Reşit Akif Paşa külliyesi, Roma mezarı, Roma yolu köprüsü ve miltaşı, Şelale, Türklük anıtı, Tümülüs plan ve girişleri, çok sayıda tümülüs (Borandere, Yukarı Borandere, Beştepeler, Konak, Toruntepe, Düşündütepe, Atkıran, Tülüce, Aziziye, Gurbettepe) Panlı Anıt mezarı, Han köyü kilise kalıntısı, Soledere vadisi (Larissa-

arbi), Arıarathia kaya evleri, Karagöz suyu, Gümüşgün suyu, Gürleğen suyu, Pınarbaşı suyu, Boran suyu, Zamantı ırmağıdır (Bozkurt, 2016: 197-240).

3.2. Festival Turizmi

Festivaller, bir bölgede belirli periyotlarda bir değeri kutlamak veya bir olayı, kişiyi anmak amacıyla yapılan sanatsal, kültürel ve sosyal içeriği olan etkinliklerdir (Giritlioğlu vd., 2015: 308). Festivaller, insanlar arasındaki dostluğu pekiştirmenin yanı sıra tanışılan yeni kültürlerle ve yaşamlara duyulan merakı körükleyerek insanları yeni yerler görmeye teşvik etmektedir (Çulha, 2008: 1833)

Pınarbaşı'nda Avşar, Çerkez, Balkan Göçmenleri, Erzurum, Kars ve Doğu muhacirleri gelenek ve görenekleri yaşatılmaktadır. Pınarbaşı kültürü İç Anadolu'da başka eşi ve benzeri az bulunan çeşitli ve çok zengin olan bir mozaığe sahiptir (Bozkurt, 2016: 16).

Pınarbaşı'nın çok sayıda kültürün kaynaştığı bir destinasyon olması Pınarbaşı'na kültür turizminin yanı sıra önemli fırsatlar sunmaktadır. Avşar, Çerkez ve Muhacir kültürünün yan yana olması Pınarbaşı'nın kültürel etkinlikler platformuna dönüştürülebilmesini ve bunun turistik bir ürün olarak sunumuna imkan verebilir. Örneğin, Pınarbaşı'nda her yıl düzenlenen Geleneksel Uzunyayla Çerkez Kültür Festivali bu manada ulusal ve uluslararası katılımın sağlanmasıyla bölgeye ziyaretçi çekmede etkinlik turizmi biçiminde önemli bir turistik ürün olarak değerlendirilmelidir.

3.3. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, çevrenin doğal yapısının özenle korunduğu, çevre ile uyumlu bir yapılaşmanın olduğu, doğa ile iç içe bir tatilin yanında sportif amaçları da içinde barındıran bir turizm türüdür (Unur, 2019: 690)

Yayla turizmi, insanı karmaşık şehir yaşamından uzaklaştıran eğlenebileceği, dinlenebileceği ve çeşitli aktiviteleri birlikte yapabileceği ve yaşayabileceği fırsatlarla dolu tabii bir ortam sunan önemli bir rekreasyon alanı oluşturmaktadır. Aynı zamanda insanların doğa ve doğal yaşam özlemini giderebilecek bir turizm türü olarak, turistik ürünler içerisinde yer almaktadır (Durgun, 2007: 96). Yaylalar, gezinti, piknik, karavana ve çadır kampı, sportif etkinlikler (gezinti, tırmanış, bisiklet vb.) yayla şenlikleri vb. doğa turizmi alanında yapılan çeşitli faaliyetler açısından uygun alanlardır. Tahtalı ve Hınzır dağ sırasında yer alan Zamantı Havzaları ve Uzun Yayla Platosu yayla turizmi açısından değerlendirilebilir.

Bölgede yayla turizmini teşvik etmek ve geliştirmek üzere ziyaretçilere belli hizmetleri sunabilmek üzere destinasyon alt yapısının da hazır edilmesi önemli bir adım teşkil etmektedir. Bu kapsamda konaklama yerlerinin fiziki olarak hazırlanması, yaya-bisiklet-araç yollarının ve parkurlarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Genel itibarla yaylacılık turizmi için gerekli altyapının oluşturulması önemlidir.

3.4. Ekoturizm

Doğal hayatın bozulmadan, tahrip edilmeden tabii şekliyle muhafaza edilerek turizme kazandırıldığı (Durgun, 2007: 95) eko turizm, sürdürülebilir turizm açısından önem arz etmektedir. Pınarbaşı'nın sahip olduğu çekicilikler, trekking (doğa yürüyüşü), rafting, kamp turizmi, olta balıkçılığı, at gezintileri, biyolojik bitki çeşitliliğine yönelik foto safari vb. alternatif turizm çeşitleri kapsamında değerlendirilebilir.

4. SWOT ANALİZİ

İlk olarak Heinz Weirich tarafından ortaya atılmış ve İngilizce Strengths (Üstünlükler), Weaknesses (Zayıflıklar), Opportunities (Fırsatlar), Threats (Tehditler) kelimelerinin baş harflerinden üretilmiş bir kısaltma olan (Kotler vd. 1999: 94; Ülgen ve Mirze, 2004: 160-161) SWOT analizi, işletmeye zayıflıklarının etkilerini en aza indirme, üstünlüklerini en üste çıkarma yolunu sunmakta (Turner ve Shah, 2010: 167) ve geniş bir pazarla ilgili eleme kriterlerini geliştirmeye ve bilgileri organize etmeye yardımcı olmaktadır (Perreault vd., 2013: 47). SWOT analizi yöntemi ile üstünlükler ve zayıflıklar ile fırsat ve tehditler liste halinde belirtilebilmekte ve yöntem her alanda kullanılabilir (Hill ve Westbrook 1997: 47; Cebecioğlu, 2006; Goranczewski ve Puciatto, 2010: 48; Emir, 2011: 7; Reihanian vd., 2012: 225). Stratejik pazarlama planlamasının birinci aşamasını oluşturan ve işletme ürün portföyünü, pazar çekiciliğini, mevcut pazar şartlarına göre işletmenin güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi ve karşılaşılabileceği tehdit ve değerlendirilebileceği fırsatlar için durum analizi yapılması gerekmektedir (Altunışık vd., 2014: 255; Karabulut, 2004: 84-89). Durum analizinde uygulanan ve işletmenin pazardaki mevcut konumunu tespit etmek amacıyla kullanılan SWOT analizi iki bölümde dört alandan oluşan bir süreçtir. Söz konusu iki alan işletme içi faktörler ve işletme dışı faktörler, dört kısım ise üstünlükler, fırsatlar, zayıflıklar ve tehditlerden oluşmaktadır. Zayıflık ve üstünlük işletmenin içsel faktörleri ve kurumsal özellikleri, fırsatlar ve tehditler ise işletmenin dışsal faktörleri ve çevresel

özelliklerden oluşmaktadır (Gürel ve Tat, 2017: 995; Goranczewski ve Puciato, 2010: 49; Oreski, 2012: 283).

Literatüre bakıldığında SWOT analizi yöntemi kullanılarak turizm alanında gerçekleştirilen birçok araştırma bulunmaktadır. Söz konusu araştırmaların, spor turizmi ve strateji geliştirme (Kartakoullis ve Karlis, 2002; Çetinkaya, 2014), kırsal turizm (Akça, 2006; Zhang, 2012; Akbulak, 2016; Fons vd., 2011; Sanagustin vd., 2011; Kızılaslan ve Ünal, 2014; Noori ve Zand, 2013; Emir, 2012; Okan vd., 2016; Ongun vd., 2016; Polat vd., 2014), destinasyonlar ve turizmin geliştirilmesi (Goranczewski ve Puciato, 2010; Mahmoudi; Haghsetan; Maleki, 2011: 136-141; Soyak, 2016; Karadeniz vd., 2007), sağlık turizmi (Wong vd., 2014), bölgesel turizm ve imaj (Vladi, 2014; Oreski, 2012), ekoturizm ve milli parklar (Sayyed vd., 2013; Reihanian vd., 2012; İnyet ve Akbulak, 2010; Orhan ve Karahan, 2010; Surat vd., 2011), bölgesel turizmin geliştirilmesi (Birdir ve Karakan, 2015; Durgun, 2007; Özgen, 2010; Sabbağ, 2011; Kara, 2016; Yeşiltaş vd., 2009; Acar vd., 2017; Ersungur ve Aslan, 2014; Güllü, 2018), termal turizm (Sandıkçı ve Özgen, 2013), turizmin ekonomik etkileri (Çelik ve G., 2008), alternatif turizm (Ören ve Şahin, 2014), yat turizmi (Sariişik vd., 2011) alanlarında yapıldığı görülmektedir.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada, turizm potansiyeline sahip olan Pınarbaşı'nın SWOT analizi yöntemi ile güçlü yönlerinin ve fırsatlarının değerlendirilmesi ve zayıf yönleri ve tehditlere yönelik önerilerin geliştirilmesi ve sunulması amaçlanmıştır. Araştırmanın uygulama alanı, Pınarbaşı İlçesi ile sınırlıdır. Araştırmada Pınarbaşı'nda yaşayan ve Pınarbaşı hakkında bilgi sahibi olan, yerel ve mülki idare yöneticilerinin, halkın görüşleri ve araştırmacının gözlemleri kullanılmış ve Pınarbaşı'nın tanıtılması ve pazarlanmasına ilişkin potansiyeli ortaya çıkaracak değerlendirmelere yer verilmiştir. Verilerin elde edilmesinde nitel araştırma tekniklerinden biri olan yargısal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Pınarbaşı hakkında fikir ve bilgi sahibi olduğu düşünülen kişiler örneğe dahil edilmiştir. Örneklemin daha küçük seçilmesinde, durumun daha bütünsel ve derinlemesine ele alınabilmesine imkan vermesi bakımından mülakat yöntemi tercih edilmiştir. Mülakatlar, Pınarbaşı'nda çeşitli kurumlarda görevli yöneticiler ve memurlar, esnaflar, öğrenciler ve yerel halktan kişiler olmak üzere farklı demografik özelliklere sahip toplam 50 kişi ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan katılımcılara ilişkin özellikler Tablo1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Erkek	38	76,00	Evli	36	70,00
Kadın	12	24,00	Bekâr	14	30,00
Toplam	50	100,00	Toplam	50	100,00

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde	Yaş	Frekans	Yüzde
İlköğretim	10	20,00	20 ve altı	10	20,00
Lise	10	20,00	21-30	15	30,00
On Lisans	11	20,00	31-40	10	20,00
Lisans	15	30,00	41-50	10	20,00
Lisansüstü	4	10,00	51 +	5	10,00
Toplam	50	100,00	Toplam	50	100,00

Mülakatlarda önceden belirlenmiş olan ve Pınarbaşı'nın turizm ve pazar potansiyelini ortaya koymaya yönelik açık uçlu sorular sorulmuştur. Görüşme yapılan kişilerden Pınarbaşı'nın sahip olduğu üstünlükleri, fırsatları, zayıflıkları ve tehditleri ifade etmeleri istenmiştir. Mülakatlar ile elde edilen birincil verilerin kendi içinde sınıflandırılıp değerlendirilmesi ve literatür taramasına bağlı olarak erişilen ikincil veriler ışığında Pınarbaşı'nın SWOT (FÜTZ) Analizi tablosu oluşturulmuştur.

Bu çalışmada da SWOT analizi yöntemi kullanılarak Pınarbaşı'nın tanıtılmasında ve pazarlanmasında etkili olabilecek değerler hakkında farkındalık oluşturmak ve yöre halkının bilinçlendirilmesinde etkili olabileceği düşünülen değerlerin ortaya konulmasına çalışılmıştır.

6. BULGULAR

Araştırmadan elde edilen bulgular Pınarbaşı'nın bir turizm destinasyonu olarak üstünlüklere, zayıflıklara, fırsatlara ve tehditlere yani önemli içsel ve dışsal faktörlere sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

Tablo 2. Pınarbaşı Destinasyonu için SWOT (FÜTZ) Matrisi

Üstünlükler	Zayıflıklar
-Pınarbaşı'nın zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması,	-Pınarbaşı ile ilgili tanıtım ve reklam yetersizliği
-İlçede farklı turizm aktivitelerinin yapılabileceği turizm değerlerinin bulunması	-Pınarbaşı'nda konaklama imkanlarının yetersizliği
-Organik hayvancılık potansiyelinin yüksek olması	-İlçede yaşayan halkın turizm bilincinin gelişmemiş olması
-Pınarbaşı'nda kültürlere yönelik çeşitli festival ve şöenlerin düzenlenmesi	-Yörede turizm faaliyetlerinin genel olarak gelişmemiş olması
-Pınarbaşı halkının konukseverliği	-Çok sayıda mahalle ve mezranın Pınarbaşı'na bağlı olması ve bunların dağınık olması
-El sanatları ve kültürel niteliklerin bulunması	-Pınarbaşı'na bağlı yerleşim yerlerine ulaşım sıkıntısı
-Zengin yemek kültürüne sahip olması	-Pınarbaşı'nın turizm alt yapısının eksik olması,
-Pınarbaşı'nda birçok kültürün kaynaşması sonucu oluşan kültürel zenginlik,	-Pınarbaşı'nda sosyal hayatın canlı olmaması,
-İlçe dışında bürokratik olarak yetişmiş insan varlığı,	-Sosyal ve kültürel etkinliklerin eksikliği,
-Yörenin tarihi ipek yolunun üzerinde yer alması	-Bölgenin kaynak değerlerinin yeteri kadar tanınmaması
-Yeraltı şehirlerinin varlığı	-Doğal kaynakların farkında olunmaması ve yeterince değerlendirilememesi
-Tümülüslerin çokluğu	-Pınarbaşı'nda yaz sezonunun kısa, kış sezonunun uzun geçmesi
-Zamantı ırmağı ve kolların bulunması	-Pınarbaşı'nın Kayseri merkeze coğrafi uzaklığı
-İlçede baraj ve gölet olması	-Pınarbaşı'nda iş sahalarının eksikliği ve dışarıya göç vermesi
-Av turizmi olanaklarına sahip olması	-Pınarbaşı'nda ticaret alanlarının kısıtlı olması
-Pınarbaşı'nın önemli yolların güzergâhında bulunması	-Kültürel değerlerin önem kaybetmesi
-Coğrafi konumun elverişli olması	-Tarihi konakların restorasyonunun yapılamaması
-Pınarbaşı'na bağlı mahallelere ulaşım imkânının bulunması	
-Pınarbaşı sanayisi gelişmediği için fazla göç almaması	
-Pınarbaşı ve bağlı mahallerin bazılarında balık çiftliklerinin bulunması	
-Geniş yayla ve meraların olması	
-Pınarbaşı'nın temiz doğal çevreye sahip olması	
Fırsatlar	Tehditler
-Pınarbaşı nüfus yoğunluğunun düşük olması	-Kırsal alanda yaşanan göçle genç nüfusun giderek azalması
-Ulaşım olanakların iyi olması	-Yerel geleneksel kültürden uzaklaşılması
-Pınarbaşı'nda Üniversitenin birimlerinin bulunması	-Tarihi ve tabii dokunun, turizm potansiyeli yönünde zarar görmesi,
-Meşhur yöresel yemeklere sahip olması,	-Pınarbaşı turistik imajının zayıflığı,
-Yerel yönetimin turizmin gelişimi için istekliliği	-Kış şartlarının ulaşımı olumsuz etkilemesi
-Alternatif turizm çeşitleri için elverişli olması	-Mevsimsel farklılıkların çok olması
-Balık çiftliklerinin bulunması	-Pınarbaşı'nda bulunan konaklama
-Kurumlar arasında işbirliğinin etkin olması	

-Ana ulaşım arteri üzerinde bulunması	işletmelerinin yetersiz olması,
-Tarihi konakların bulunması	-Doğal ve kültürel değerlerin tahrip edilmesi ve bozulması
-Pınarbaşı'nın tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olması	-Pınarbaşı'nda bulunan tabii varlıkların korunamaması
-Tarım ve hayvancılık için uygun alanların bulunması	
-Yeraltı zenginliklerine sahip olması	
-Farklı yatırım alanlarının bulunması	

6.1. Üstünlükler

Zengin tarih, kültür ve tabiat varlıkları bir destinasyon olarak Pınarbaşı'nın üstünlüklerini oluşturmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3. Pınarbaşı Destinasyonunun Sahip Olduğu Üstünlükler

Üstünlükler
Pınarbaşı'nın zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması,
Farklı turizm aktivitelerinin yapılabileceği turizm değerlerinin bulunması
Organik hayvancılık potansiyelinin yüksek olması
Pınarbaşı'nda kültürlere yönelik çeşitli festival ve şöenlerin düzenlenmesi
Pınarbaşı halkının konukseverliği
El sanatları ve kültürel niteliklerin bulunması
Zengin yemek kültürüne sahip olması
Pınarbaşı'nda birçok kültürün kaynaşması sonucu oluşan kültürel zenginlik,
İlçe dışında bürokratik olarak yetişmiş insan varlığı,
Yörenin tarihi ipek yolunun üzerinde yer alması
Yeraltı şehirlerinin varlığı
Tümülüslerin çokluğu
Zamanti ırmağı ve kollarının bulunması
Baraj ve gölet olması
Av turizmi olanaklarına sahip olması
Pınarbaşı'nın önemli yolların güzergâhında bulunması
Coğrafi konumun elverişli olması
Mahallelere ulaşım imkanının bulunması
Pınarbaşı sanayisi gelişmediği için fazla göç almaması
Pınarbaşı ve bağlı mahallerin bazılarında balık çiftliklerinin bulunması
Geniş yayla ve meraların olması
Pınarbaşı'nın temiz doğal çevreye sahip olması

Pınarbaşı'nın zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması, farklı turizm aktivitelerinin yapılabileceği turizm değerlerinin bulunması bölgenin üstün yönlerini kuvvetlendirmektedir. Özellikle tarihi evlerin onarılması, korunması ve ziyarete açılması, turistik işletmelerin de kullanımına sunulması bakımından kayda değer bir üstünlük arz etmektedir. Çeşitli festival ve şöenlerin düzenlenmesi, zengin yemek kültürü, el sanatları olmak üzere çok sayıda kültürel zenginliği barındırmaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Pınarbaşı'nın sahip olduğu üstün yönlerin geliştirilmesine ilişkin öneriler belirlenmiş olup Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Pınarbaşı'nın Üstün Yönlerinin Geliştirilmesine İlişkin Öneri İfadeleri

Öneri İfadeleri
Tarih, kültür ve tabiat varlıklarının korunması
Yeraltı şehirlerinin, tümülüslerin turistik ürüne dönüştürülmesi ve tanıtılması
Tarihi yerlerin onarılması, işletmelerin kullanımına ve ziyarete açılması (Müze evler ve otantik mekanlarda işletmeler oluşturulması)
Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi
Sosyal aktiviteler için dinlenme ve eğlenme mekanlarının hizmete açılması
Festival ve şöenlerin düzenlenmesinin artırılarak devam ettirilmesi
Geleneksel oyunların ve spor dallarının organize edilerek tanıtılması
Yaylacılık kültürünün turistik ürüne dönüştürülmesi, ziyaretçilere sunulması ve tecrübe ettirilmesi
Yöresel el sanatlarının tanıtımının, teşhirinin, satışının ve deneyiminin entegre biçimde sağlanması
Yöresel mutfağın geliştirilmesi, tanıtılması ve pazarlanmasının sağlanması
Kırsal ve kentsel görünümünün birlikte korunması
Bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının katkısının sağlanması
Alternatif turizm alanlarının geliştirilmesi (Kuş gözlemciliği, at çiftlikleri, at ve fayton turları, foto safari, trekking)

6.2. Zayıflıklar

Turizm alt yapısının eksikliği, gelecek ziyaretçilerin konaklama, yeme-içme, eğlenme, sosyal ve yaşamsal faaliyetlerin karşılanmasında yaşanabilecek zorluklar bir destinasyon olarak Pınarbaşı'nın zayıflıklarını oluşturmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Pınarbaşı Destinasyonunun Zayıflıkları

Zayıflıklar
Pınarbaşı ile ilgili tanıtım ve reklam yetersizliği
Pınarbaşı'nda konaklama imkanlarının yetersizliği
İlçede yaşayan halkın turizm bilincinin gelişmemiş olması
Yörede turizm faaliyetlerinin genel olarak gelişmemiş olması
Çok sayıda mahalle ve mezranın Pınarbaşı'na bağlı olması ve bunların dağınık olması
Pınarbaşı'na bağlı yerleşim yerlerine ulaşım sıkıntısı
Pınarbaşı'nın turizm alt yapısının eksik olması,
Pınarbaşı'nda sosyal hayatın canlı olmaması,
Sosyal ve kültürel etkinliklerin eksikliği
Bölgenin kaynak değerlerinin yeteri kadar tanınmaması
Doğal kaynakların farkında olunmaması ve yeterince değerlendirilememesi
Pınarbaşı'nda yaz sezonunun kısa, kış sezonunun uzun geçmesi
Pınarbaşı'nın Kayseri merkeze coğrafi uzaklığı
Pınarbaşı'nda iş sahalarının eksikliği ve dışarıya göç vermesi
Pınarbaşı'nda ticaret alanlarının kısıtlı olması
Kültürel değerlerin önem kaybetmesi
Tarihi konakların restorasyonunun yapılamaması

Pınarbaşı'nda yeterli sayıda ve standartlara sahip otel, restoran ve dinlenme tesisleri gibi işletmeler henüz mevcut değildir. Bu çerçevede bölgede turizm konusunda eğitimler verilmeli ve turizm bilinci oluşturulmalıdır. Bölgenin sahip olduğu tarihi ve tabii varlıkları yeterince sahiplenememesi ve koruyamaması bunları geleceğe taşıyabilme bakımından

önemli bir zayıflık teşkil etmektedir. Bu konuda hem bireylere hem de yerel ve merkezi idarelere önemli sorumluluklar düşmektedir. İlçenin tanıtımı ziyaretçileri bölgeye çekme bakımından önemli bir araçtır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Pınarbaşı'nın zayıf yönlerin düzeltilmesine ilişkin getirilen öneriler Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Pınarbaşı'nın Zayıf Yönlerinin Düzeltilmesi ve Geliştirilmesine İlişkin Öneri İfadeleri

Öneri İfadeleri
Turizm alt yapısının eksikliğinin giderilmesi (otel, restoran, dinlenme tesisleri, ulaşım hizmetleri vb.)
Turizm bilincinin artırılmasına yönelik programların düzenlenmesi
İlçe esnafına turizm konusunda eğitimler verilmesi
Tanıtım faaliyetlerinin artırılması (broşür, afiş, resim, sosyal medya vb. tanıtım araçlarının etkin kullanımı, fuar, festival ve şenlikler düzenlenmesi, ulusal ve uluslararası alanda önde gelen basın kuruluşları ve temsilcilerinin, dizi ve sinema filmi oyuncularının, ünlü kişilerin ilçeye davet edilmesi, ziyaretlerinin sağlanması)
Tarihi, kültürel ve doğal dokuya gerekli özenin gösterilmesi
Tarihi yapılarda restorasyonların yapılması
Şehir planlamasının ve ulaşımının ziyaretçilerin hareketlerini kolaylaştırıcı şekilde düzenlenmesi
Sosyal hayatın canlılığının sağlanması (sosyal aktivitelerin artırılması)
Özel ve kamu sektörün turizmle ilgili çalışmalarının teşvik edilmesi

6.3. Fırsatlar

Pınarbaşı'nın karşı karşıya kaldığı fırsatlara bakıldığında önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu ve bunun değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir (Tablo 7).

Tablo 7. Pınarbaşı Destinasyonunun Karşı Karşıya Olduğu Fırsatlar

Fırsatlar
Pınarbaşı nüfus yoğunluğunun düşük olması
Turizm bilincinin artmaya başlaması
Ulaşım olanaklarında iyi olması
Üniversitenin birimlerinin ve yerleşkesinin bulunması
Meşhur yöresel yemeklere sahip olması
Yerel yönetimin turizmin gelişimi için istekliliği
Alternatif turizm çeşitleri için elverişli olması
Balık çiftliklerinin bulunması
Kurumlar arasında işbirliğinin etkin olması
Ana ulaşım arteri üzerinde bulunması
Tarihi konakların bulunması
Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması
Tarım ve hayvancılık için uygun alanların bulunması
Yeraltı zenginliklerine sahip olması
Farklı yatırım alanlarının bulunması
Yurt dışında yaşayan, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması.
İlçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması

Turizme verilen önemin ve turizm bilincinin artmaya başlaması, tarihi ve kültürel zenginliklerin olması, Kayseri Üniversitesi'nin yerleşke kurması, farklı yatırım alanlarının bulunması değerlendirilebilecek fırsatların arasında sayılabilir. Ayrıca ilçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının olması, iyi ilişkiler, işbirliği ve tanıtımda yardımcı olabilecek insan varlığının olması söz konusu bölgenin tanıtım çabalarını destekleyecektir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Pınarbaşı'nın karşı karşıya kaldığı fırsatların değerlendirilmesine ilişkin belirlenen öneriler Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Pınarbaşı'nın Fırsatları Değerlendirmesine İlişkin Öneri İfadeleri

Öneri İfadeleri
Turizm bilincinin artırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla ulusal ve uluslararası alanlardaki çabaların yerel halkın dikkatine sunulması
Hükümetlerin ve merkezi yönetimlerin turizme verdiği önemin artması ile bölgede turizmin geliştirilmesine yönelik teşviklerin artırılması ve kullanılması için çabaların sarf edilmesi
Yöresel ürünlerin ve yemeklerin sunulduğu yeme-içme işletmelerinin açılması
Kayseri Üniversitesi'nin eğitim ve araştırma birimlerinin bölge turizmini geliştirmeye yönelik teknik desteğin sağlanması, ilgili birimlerin bilimsel araştırmalar ve sosyal-kültürel etkinlikler yapmasının teşvik edilmesi
İlçe dışında yaşayan bürokratik, siyasi, akademik ve iş dünyasından yetişmiş insan varlığının paydaş olmak üzere harekete geçirilmesi.

6.4. Tehditler

Pınarbaşı turizm potansiyelini etkileyecek fırsatlarla karşı karşıya kaldığı gibi birtakım tehditlerle de karşı karşıya kalmaktadır (Tablo 9).

Tablo 9. Pınarbaşı Destinasyonunun Karşı Karşıya Olduğu Tehditler

Tehditler
Kırsal alanda yaşanan göçle genç nüfusun giderek azalması
Yerel geleneksel kültürden uzaklaşılması
Tarihi ve tabii dokunun, turizm potansiyeli yönünde zarar görmesi
Pınarbaşı turistik imajının zayıflığı
Kış şartlarının ulaşımı olumsuz etkilemesi
Mevsimsel farklılıkların çok olması
Pınarbaşı'nda bulunan konaklama işletmelerinin yetersiz olması,,
Doğal ve kültürel değerlerin tahribi ve bozulması
Pınarbaşı'nda bulunan tabii varlıkların korunamaması

Kırsal alanda yaşanan göçle genç nüfusun giderek azalması, yerel geleneksel kültürden uzaklaşılması, tarihi ve tabii dokunun, turizm potansiyeli yönünde zarar görmesi bölge açısından tehdit oluşturmaktadır. Bunu engelleme adına yerel halk başta olmak üzere paydaşlara turizmin ekonomik etkileri üzerine bilinçlendirme yapılması önemlidir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda Pınarbaşı'nın karşı karşıya kaldığı tehditlerden sakınmasına ilişkin getirilen öneriler Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Pınarbaşı'nın Tehditlerine Karşı Öneri İfadeleri

Öneri İfadeleri
Tarihi ve tabii dokunun korunması, yerelde zarar vermeyi önleyici, korumayı teşvik edici tedbirlerin alınması ve uygulanması
İlçeye yakın turizm destinasyonlarına karşın rekabet üstünlüklerinin belirlenmesi ve stratejilerinin geliştirilmesi
Turizm işletmecilerinin bölgedeki turizm potansiyelini algılamalarını ve yatırım yapmalarını sağlamak üzere tanıtım ve bilgilendirme gezileri, konferans, seminer vb. düzenlenmesi
Etkinlikler düzenlenmesi, iş adamlarının ve ilgili kuruluşların davet edilmesi, yerel teşvik unsurlarının sunulması
İklimde yaşanan değişikliklerin (sıcaklıkların artması, yağışların azalması) dikkate alınarak başta tarım ve kentleşme politikalarının revize edilmesi, tabii kaynakların kullanımı konusunda yerel yönetimlerin, yerel halkın ve işletmelerin bilinçlendirilmesi
Yatırım ve teşviklerin bölge özelinde geliştirilmesi, yerel ve ulusal ölçekte siyaset üretilmesi

Pınarbaşı ile ilgili yapılan değerlendirmeler Pınarbaşı'nın üstünlüklerini ve zayıflıklarını bir içsel faktör olarak belirlediği gibi Pınarbaşı'nın karşı karşıya kaldığı fırsatları ve tehditleri de bir dışsal faktör olarak ortaya koymaktadır.

7. SONUÇ

Araştırmanın sonuçlarına genel olarak bakıldığında, Pınarbaşı'nın turizm potansiyeline sahip önemli bir destinasyon olduğu görülmekle birlikte söz konusu potansiyelin yeterince değerlendirilemediği ve gelişmekte olan bir turizm destinasyonu olarak turizm bilinci ve stratejileri oluşturmanın önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Sonuçlar, farklı destinasyonlara ilişkin literatürde yer alan araştırmaların sonuçları itibariyle paralellik arz etmektedir (Arslan, 2005: 50-52; Arpacı ve Orta, 2013: 19-23; Kızılaslan ve Ünal, 2014: 59; Birdir vd., 2015: 90; Akbulak, 2016: 19-25; Kartakoullis ve Karlis, 2002: 3-17; Goranczewski ve Puciato, 2010: 45-53; Mahmoudi vd., 2011: 136-141; Wong vd., 2014: 1-8). Turizm bilincinin oluşturulmasında yerel yönetimler başta olmak üzere tüm paydaşlara önemli sorumluluklar ve görevler düşmektedir. Bölgenin sahip olduğu kültürel ve doğal varlıkları korumaya, tanıtmaya ve Pınarbaşı turizmüne kazandırmaya yönelik olarak da bu bilinç geliştirilmelidir.

Sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel varlıklara rağmen tanıtım ve pazarlama yetersizliği nedeniyle Pınarbaşı'nın turistik açıdan yeterince değerlendirilemediği düşünülmektedir. Yerel ölçekte henüz fark edilmemiş veya önemi anlaşılamamış doğal ve tarihi mekanlar turizme

kazandırılabilir ve turistlerin ziyaret yeri haline getirilebilir (Keskin, 2016: 148). Konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence ve benzeri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla ev pansiyonculuğu, kafeterya, restoran ve gençlik merkezleri gibi sosyal faaliyet alanları oluşturulabilir. Özellikle çok sayıda mevcut bulunan ancak kimileri yıkılmaya yüz tutmuş olan tarihi konaklar ve yapılar restore edilmek ve yeniden düzenlenmek suretiyle hem turizme hem de kültürel mirasa kazandırılabilir. Özel piknik alanlarının, yöresel yemeklerin sunulduğu kahvaltı mekanlarının ve restoranların oluşturulması, yol üzerinde dinlenme tesislerinin yapılması, alışveriş yapılabilecek yerlerin yeniden düzenlenmesi ve bünyesinde sosyal aktivitelerin de yapılabileceği Alışveriş Merkezleri (AVM) vb. mekanların oluşturulması hem yerel halkın ihtiyaçlarının giderilmesi hem de ziyaretçilerin Pınarbaşı'nı tercih etmesinde etkili olacaktır.

Her beldenin kendine özgü turizm potansiyelini geliştirmesi, turizme hazırlaması ve bu özelliğiyle tanınır olması, markalaşması gerekmektedir (Keskin, 2016: 150). Turizmde tanıtma, üzerinde en çok konuşulan ve tartışılan güncel konulardan ve sorunlardan birini oluşturmaktadır (Rızaoğlu, 2004: 76). Turizm potansiyelinden gerçekçi biçimde yararlanabilmek için bu potansiyelin bilimsel bir biçimde ve yaratıcı bir pazarlama yeteneğine ve anlayışına bağlı kalarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Yerel halkta turizm bilincinin oluşturulması ve turizme katılımının sağlanması önemlidir. Etkili bir turizm gelişimi yerel halkın da sürece dahil edilmesiyle ve aidiyet duygusunun oluşturulmasıyla gerçekleşebilmektedir (Ayazlar ve Ayazlar, 2016: 1464-1465). Bölge ile ilgili yapılan akademik çalışmaların sayısının artırılması, broşür, afiş, resim, sosyal medya vb. tanıtım araçlarına önem verilerek düzenlenen festival ve şenliklere yönelik duyuruların yapılması, ulusal ve uluslararası alanda önde gelen basın kuruluşları ve temsilcilerinin, Pınarbaşı ile ilgili tanınmış ve önde gelen kişilerin davet edilerek Pınarbaşı'nın ulusal ve uluslararası alanda yer almasını sağlamak üzere yörenin tanıtım ve pazarlamasına yönelik programların yapılması faydalı olacaktır.

Günümüzde hükümetlerin ve yerel yönetimlerin yerel kalkınmanın geliştirilmesi eksenli turizme verdiği önem artmakta ve turizm hem yerel hem de ulusal kalkınma için önemli bir araç olarak algılanmaktadır (Güven ve Şimşek, 2018: 127). Bu kapsamda Pınarbaşı'nın karşı karşıya kaldığı fırsatların iyi değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Pınarbaşı'nın çok sayıda kültürün kaynaştığı bir destinasyon olması Pınarbaşı'na kültür turizmi bakımından önemli fırsatlar sunmaktadır. Avşar, Çerkez ve Muhacir kültürünün yan yana olması

Pınarbaşı'nın kültürel etkinlikler platformuna dönüştürülebilmesine ve bunun turistik bir ürün olarak sunumuna imkan verebilir. Örneğin, Pınarbaşı'nda her yıl düzenlenen Geleneksel Uzunyayla Çerkez Kültür Festivali bu manada ulusal ve uluslararası katılımın sağlanmasıyla bölgeye ziyaretçi çekmede etkinlik turizmi biçiminde önemli bir turistik ürün olarak değerlendirilmelidir. Aynı zamanda ilçe dışında yurt içinde ve yurt dışında yaşayan nitelikli insan varlığının olması (bürokratik, siyasi, akademik ve iş adamı), iyi ilişkiler ve işbirliği geliştirilmesinde, Pınarbaşı'nın marka destinasyon olmasında ve tanıtımında etkili insan varlığı olarak söz konusu çabaları destekleyecektir.

Pınarbaşı'nın sahip olduğu çekicilikler kültür turizmi, yayla turizmi, trekking (doğa yürüyüşü), rafting, kamp turizmi, olta balıkçılığı, at gezintileri, biyolojik bitki çeşitliliğine yönelik foto safari vb. alternatif turizm çeşitleri kapsamında değerlendirilip Pınarbaşı'nın tercih edilmesi sağlanabilir.

Pınarbaşı destinasyon olarak ulaşım bakımından çok fazla avantaja sahip olsa da bağlı yerleşim merkezlerine ulaşımın kolaylaştırılması ve çeşitlendirilmesi önem arz etmektedir. Bir destinasyonun çekim merkezlerinin ulaşılabilir olması bir destinasyon çekim unsuru olarak önem taşımaktadır (Özdemir, 2014: 41). Destinasyon içerisinde hareketliliği sağlayacak imkanların sunulması, destinasyona ziyaretçi çekilmesini ve dolaşımını elverişli hale getirecektir. Bu noktada Pınarbaşı'ndaki çekim merkezlerinin sahip olduğu değerlerin ortaya çıkarılması ve tanıtımlarının yapılması faydalı olacaktır. Böylece bölgenin mevcut kaynaklarını etkin biçimde kullanmak, tanıtımına ağırlık vermek ve alternatif turizm türleri üzerine yoğunlaşmak suretiyle ziyaretçilerin ziyaret sayılarını, konaklama sürelerini ve harcama miktarlarını artırmak ve daha fazla katkı sağlamak mümkün olabilecektir.

Pınarbaşı'nın bir turizm destinasyonu olarak potansiyelinin belirlendiği bu çalışmanın sonuçları ve sunulan öneriler, destinasyon ile ilgili gelecekte yapılacak akademik çalışmalar için yol gösterici niteliktedir. Bununla birlikte araştırma sonuçları bakımından sektör temsilcileri ve yerel yöneticiler için karar süreçlerinde önemli bir veri teşkil edecektir.

KAYNAKÇA

- Acar, N.; K. Güllü; K. Karamustafa (2014). Tüketicilerin Destinasyon Seçme Kriterleri Çerçevesinde Yahyalı'nın Değerlendirilmesi, I. Ulusal Yahyalı Sempozyumu, Yahyalı.
- Acar, V.; E. Avcı; B. Erat (2017). Birgi'nin Turistik Bir Destinasyon Olarak Swot Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi, Ulakbilge, 2017, Cilt 5, Sayı 14, Volume 5, Issue 14: 1335-1372.
- Akbulak, C. (2016). Ardahan İlinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Sayısallaştırılmış Swot Analizi İle Değerlendirilmesi, Humanitas, 2016, 4(7): 1-30
- Akça, H. (2006), Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis, Journal of Applied Sciences, 6(13): 2837-2839.
- Altunışık, R.; Ş. Özdemir; Ö. Torlak (2014). Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, İstanbul: Beta Yayınları.
- Arpacı, Ö. ve Orta, C. (2013). "Karaman İlinin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği", Journal of Current Researches on Social Sciences (JoCReSS), 3 (1), 12-24.
- Arslan, Y. (2005). "Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi", Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi, 8(3), 29-53.
- Ayazlar, G., ve Ayazlar, R. A. (2016). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(4), 1451-1470.
- Bahar, O.; M. Kozak (2013). Turizm Ekonomisi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Birdir, K.; H. ve İbrahim Karakan (2015). Gaziantep İlinin Turizm Açısından Swot Analizi ve Turizmin Geliştirmesine Yönelik Öneriler, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management 13 (1), 2015: 77-92.
- Bozkurt, M. (2016). Pınarbaşı (Aziziye), Pınarbaşı Belediyesi, Kültür Yayınları 2.
- Cebecioğlu, C. (2006). SWOT Analizi ve Bir İşletme Üzerinde Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Çelik, N. ve M. Güven (2008). Sayısallaştırılmış SWOT Analizi İle Bartın İlinin Ekonomik Yapısını Değerlendirme, 2. Ulusal İktisat Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, İzmir.
- Çetinkaya, G. (2014). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporunu ve Antalya-Geyikbayırı'nın Potansiyeli. Doğu Coğrafya Dergisi, 19(31): 83-100.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, Journal of Yasar University, 3(12): 1827-1852.
- Deffner A. and L. Christos (2005). City Marketing: A Significant Planning Tool for Urban Development in a Globalised Economy, 45 th Congress of the European Regional Science Association, Vrije University, Amsterdam, 23-27 August 2005:1-21.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin Swot Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl/Volume: 3, Sayı/Issue: 5, 2007: 93-109.
- Emir, G. (2012). Bartın ve Çevresi Kırsal Turizminin Swot Analizi, Mesleki Bilimler Dergisi, 1(1): 50-56.
- Emir, O. (2011). Turizmde SWOT Analizi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ersun, N. ve K. Arslan (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Yıl 2011, Cilt XXXI, Sayı II: 229-248.

- Ersungur, M. Ş. ve M.Bariş Aslan (2014). Muş İlinin Gelişme Potansiyelinin Swot Analizi İle İncelenmesi, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 4: 213-235.
- Fons, M. V., Fierro, J. A.; Patino, M. G. (2011). Rural Tourism: A Sustainable Alternative, Applied Energy, 88: 551-557.
- Giritlioğlu, İ. ve C. Avcıkurt (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler Ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama), Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 3 Sayı: 4 Haziran 2010: 74-89.
- Giritlioğlu, İ. vd., (2015). Bir turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, OÜSBAD: 306-323.
- Goranczewski, Bolesław and Daniel Puciato (2010). Swot Analysis In The Formulation Of Tourism Development Strategies For Destinations, Tourism, 20/2: 45-53.
- Güllü, K. (2018). Bir Turizm Destinasyonu Olarak Develinin Turizm Potansiyelini Belirlemeye Yönelik Bir Swot Analizi. BMIJ Business Management: International Journal, 6(4): 862-877.
- Gürel, E.; M. Tat (2017). Swot Analysis: A Theoretical Review, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, The Journal of International Social Research Cilt: 10 Sayı: 51, Volume: 10 Issue: 51 Ağustos 2017: 994-1006.
- Güven, A. ve Şimşek, G. (2018). "Yerel Yönetimlerin Sosyo Ekonomik Gelişimi ve Tanıtımı Açısından Film Platolarının Önemi: Midwood Örneği", Sayıştay Dergisi, Sayı: 108, Ocak-Mart, 123-148.
- Hill, T. and R. Westbrook (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall 1997 Long Range Planning, Vol. 30, No.1: 46-52.
- Hosany, S.; Y. Ekinci; M. Uysal (2006). Destination Image and Destination Personality: An Application of Branding Theories to Tourism Places, Journal of Business Research, (59): 638-642.
- <http://www.kayseri.gov.tr>, Erişim tarihi:12.06.2018
- <http://www.kayseripinarbasi.gov.tr>, Erişim tarihi:12.06.2018
- İçellioğlu, C. Şarkaya (2014). Kent Turizmi Ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 2014 / 1: 37-55.
- İnayet, Z. ve C. Akbulak (2010). Troia Tarihi Milli Parkı'ndaki Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. 11. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kara, E. (2016). Sürdürülebilir Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Swot Analizi Uygulaması: Marmaris Örneği, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Yıl:6, Cilt Volume:6 Sayı Issue:11: 583-598.
- Karabulut, M. (2004). Stratejik Pazarlama Yönetimi, İstanbul: Universal.
- Karadeniz, E., S. Yılmaz Kandır; Y. Beyazıt Önal (2007). Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(2): 195-205.
- Karamustafa, K.; K. Güllü; N. Acar (2010). Kayseri'nin Pazarlanabilirliğinin Şehir Yaşam kalitesi Açısından Önem-Başarımlar Analizi İle Değerlendirilmesi, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:5:1-26.
- Kartakoullis, N. and L, George Karlis (2002). Developing Cyprus as a Sport Tourism Destination: The Results of a Swot Analysis, Journal of Sport Tourism, 7:4, 3-17.

- Keskin, A. (2016). "Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Turizm Örneği", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 30, Sayı:1, 143-154.
- Kızılaslan, N. ve T. Ünal (2014). Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli ve SWOT Analizi, Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi 9 (2014): 45-61.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (1999). Principles of Marketing, Prentice Hall New Jersey.
- Kozak, N. (2010). Turizm Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mahmoudi, B., and Haghsetan, A. (2011). "Investigation of Obstacles and Strategies of Rural Tourism Development Using SWOT Matrix", Journal of Sustainable Development, 4, 136-141.
- Noori, K. And F. Zand (2013). The Role of Rural Tourism in Rural Sustainable Development According to the SWOT method (Case study: Kermanshah Province villages). International Research Journal of Applied and Basic Sciences, 4(9): 2620-2625.
- Okan, Taner; Nesibe Köse, Elif Arifoğlu; Coşkun Köse (2016). "Assessing Ecotourism Potential of Traditional Wooden Architecture in Rural Areas: The Case of Papart Valley", Sustainability, 8, 974:1-17.
- Ongun, U.; B. Gövdere; U. Çiçek (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2016, Cilt: 7, Sayı: 16:75-88.
- Oreski, Dijana (2012). Strategy Development by Using SWOT-AHP, TEM Journal-Volume 1/Number 4: 283-291.
- Orhan, T. ve F. Karahan (2010). Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 11 (1): 27-42.
- Ören, V. Erdiñç ve T. Şahin (2014). Alternatif Turizm Kapsamında Uşak-Ulubey Kanyonu'nun Swot Analizi, Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, Cilt: 3 Sayı: 7.
- Özdemir, G. (2014). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin Doğal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt: 7 Sayı: 1 Yıl: 2010: 1385-1416.
- Polat, E.; S. Sonat Özdemir; M. Özdemir (2014). Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi: Balıkesir Örneği, Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı, 4-6 Haziran 2014, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Reihanian, A; N. Z. B. Mahmood; E. Kahrom; T. W. Hin (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran, Tourism Management Perspectives 4: 223-228.
- Rızaoğlu, B. (2004). Turizmde Tanıtma, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sabbağ, Ç. (2011). Adıyaman Turizminin Güçlü, Zayıf Yönleri İle Fırsat Ve Tehditlerine İlişkin Turizm İşletme Yöneticilerinin Değerlendirmeleri, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 7, Aralık 2011: 206-222.
- Sanagustín Fons M. V.; José A. Moseñe Fierro; María Gómez Patiño (2011). Rural Tourism: A Sustainable Alternative, Applied Energy 88: 551-557.
- Sandıkçı, M. ve Ü. Özgen (2013). Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2013, 6/3: 51-79.
- Sarı, Y. ve M. Kozak (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri için Bir Model Önerisi, Akdeniz Üniversitesi, İİBF Dergisi, (9): 248-271.

- Sarıışık, M.; O. Turkey; O. Akova (2011). How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis and Related Strategies, *Procedia Socialand Behavioral Sciences*, 24: 1014–1025.
- Sayyed, M. R. G., M. S. Mansoori , R. G. Jaybhaye (2013). SWOT Analysis of Tandooreh National Park (NE Iran) for Sustainable Ecotourism, *Proceedings of The International Academy of Ecology and Environmental Sciences*, 2013, 3(4): 296-305.
- Soyak, M. (2016). Türk Turizm Sektörünün Yapısal Analizi Ve Swot Matrisine Dayalı Sektörel Stratejiler, *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı:10: 47-71.
- Surat, H.; H. Yılmaz; Z. Surat (2011). Yusufeli Ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Kullanım Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Eastern Geographical Review* - 34: 61-88.
- Tosun, C. and Jenkins, C. L. (1996). Regional Planning Approaches to Tourism Development: The Case of Turkey, *Tourism Management*, Vol. 17, No. 7: 519-531.
- Turner, J. and R. Shah (2010). *How to Make Money with Social Media: An Insider's Guide on Using New and Emerging Media to Grow Your Business*, NJ: Pearson.
- Unur, K. (2019). *Turizm Ansiklopedisi*, (Editör: Orhan İçöz ve Zafer Uysal), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ülgen, H.; S. Kadri Mirze (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Vladi, E. (2014). Tourism Development Strategies, SWOT Analysis and Improvement of Albania's Image, *European Journal of Sustainable Development*, 3, 1: 167-178.
- Wong, K.M vd., (2014). Medical Tourism Destination SWOT Analysis: A Case Study of Malaysia, Thailand, Singapore and India, *SHS Web of Conferences* 12:1-8.
- Yeşiltaş, M. H. Çeken ve İ.Öztürk (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi İle Değerlendirilmesi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2 Sayı : 3:250-269.
- Zhang, X. M. (2012). "Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis", *International Conference on Future Energy, Environment, and Materials*, 16, 1295-1299.