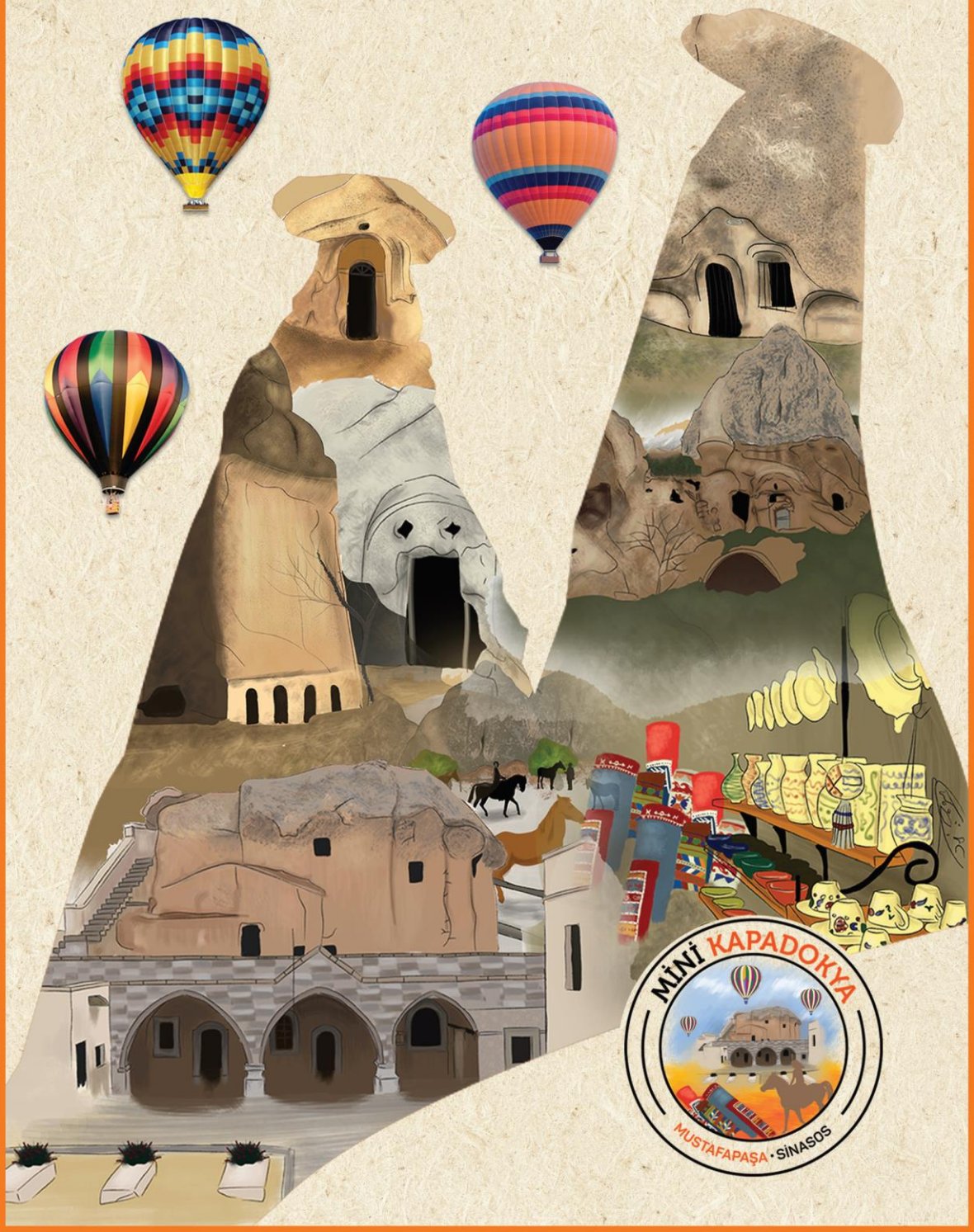
MİNİ KAPADOKYA FİZİBİLİTE RAPORU



T.C.
AHİLER KALKINMA AJANSI

KAP-HİB Kapadokya Turizm Altyapı Hizmet Birliği

MİNİ KAPADOKYA FİZİBİLİTE RAPORU

Proje Ekibi:
Prof. Dr. Mete SEZGİN
Dr. Murat GÜMÜŞ
Nevragül YAVUZ YILMAZ
Nefise Yıldız TORUN
Burcu DEMİRCİ
Oğuzhan PARLAK
Sümeyra KİRACI

Mart – 2019

"Bu Rapor Ahiler Kalkınma Ajansı'nın 2018 Yılı Fizibilite Destek Programı kapsamında finanse ettiği "Mini Kapadokya Fizibilite Raporu Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. Bu raporun içeriği hiçbir surette Ahiler Kalkınma Ajansı ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili tek sorumluluk EUROPA Danışmanlık firmasına aittir. "

A. YÖNETİCİ ÖZETİ

Kapadokya, 60 milyon yıl önce Erciyes, Hasan Dağı ve Güllüdağ'ın püskürttüğü lav ve küllerin oluşturduğu yumuşak tabakaların milyonlarca yıl boyunca yağmur ve rüzgâr tarafından aşındırılmasıyla ortaya çıkan bölgedir. Bu araştırma Kapadokya ve özellikle Nevşehir iline yönelik turizm potansiyelini artırmak için yapılmaktadır. Amaç bölgeye yönelik turistik ürünlerinin eksikliklerini gidermek ve mevcut durumunda değişiklikler yapmaktır.

Bu araştırmada alternatif turizm faaliyetlerine yönelik Kapadokya Bölgesinin Nevşehir ili, Ürgüp ilçesi, Mustafapaşa bölgesi değerlendirilmiş ve yapılabilecek turizm faaliyetleri açıklanmıştır.

Türkiye'de turizm faaliyetleri daha çok deniz, kum, güneş üçlüsüne yönelik yapılmaktadır. Türkiye arz ve potansiyeli bakımından önemli yere sahip olmakla beraber bu değerleri yeterince değerlendirememektedir.

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda küreselleşme olgusunun giderek hız kazanması; ülkeler arasındaki coğrafik sınırların kalkmasını, yatırımların uluslararasılaşmasını, farklı kültürlere mensup milletlerin birbirini tanımasını ve kaynaşmasını, dünyanın herhangi bir yerinde geçerli olan ortak dillerin kullanılmasını ve kültür alışverişinde bulunulmasını sağlamış olup, turizmin gelişmesine ivme kazandırmıştır. Böylece turizm küresel ekonominin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline gelmiştir.

Türkiye, 2018 yılında turizmde 40 milyon ziyaretçi hedefini ilk 10 ayda aşmıştır. Yurt dışında ikamet eden vatandaşlarla birlikte 41 milyondan fazla ziyaretçi ağırlanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sınır giriş çıkış istatistiklerine göre Türkiye ilk 10 ayda, geçtiğimiz yılın aynı dönemine yüzde 22,43 artışla 35 milyon 571 bin 419 yabancı ziyaretçiyi ağırlamıştır. Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) ilk 9 aylık verilerine göre yurt dışında ikamet eden 5 milyon 217 bin 193 vatandaşla birlikte toplam ziyaretçi sayısı Ekim 2018 itibariyle 41 milyonu aşmıştır. En çok ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında ise ilk 10 ayda, yüzde 16,09 artışla Rusya Federasyonu ilk sırada, yüzde 11,68 artışla Almanya ikinci sırada, yüzde 6,07 artışla İngiltere üçüncü sırada yer almıştır. İngiltere'yi, Bulgaristan ve Gürcistan izlemiştir. Genel turizm verilerinin yanında Kapadokya'da aynı şekilde gelen ve geceleyen turist sayısı bakımından artış vardır. Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden Kapadokya bölgesini ziyaret eden turist sayısı, Ocak-Haziran döneminde 2016'da 672 bin 730, 2017'de 908 bin 294 kişi iken 2018 yılının aynı döneminde 1 milyon 236 bin 355 kişidir.

Günümüzde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler, büyüyen bu sektörden kar sağlama gayreti içerisinde oldukları için, turistlerin değişen istek ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün geliştirmektedirler. Uluslararası seyahat hareketleri kitlesel turizmden ziyade turistlerin bireysel istek ve ihtiyaçlarını gidermeye yönelik turizm türlerine doğru bir kayma eğilimi göstermektedir.

Mini Kapadokya adı verilen projede Nevşehir Ürgüp-Mustafapaşa Manastır vadisinin turizme kazandırılması amaçlanmaktadır. Kapadokya yöresine gelen turistlerin özelikle jeolojik oluşumları görmelerine ek olarak alternatif turizm türleri ve çeşitliliği açısından son derece zengin bir destinasyona sahip olan Mustafapaşayı da gezmeleri sağlanacaktır.

Proje sonunda yapılacak yatırımlarla bölgede turist artışı, turizm gelirleri artışı, istihdam artışı ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlanacaktır.

Mini Kapadokya projesinde gelen turistler önce Mustafapaşa mahallesini gezeceklerdir. Manastır vadisi girişinde park alanına araçlarını park edecek olan misafirler, girişte bölge ile ilgili bilgi alacaklar, ardından Aya Nikola kilisesini gezebileceklerdir. Vadide bulunan beş kilisenin Hristiyanlık ve Rus-Ortodoks camiası tarafından önemi büyüktür. Ziyaretçiler ipek böcekçiliği ve halıcılık yapımını görebilecek, yöreye ait hediyelik eşya ve yöresel ürünleri satın alıp, amfi tiyatrodaki etkinlere katılabileceklerdir. Kapadokya'nın simgesi olan balon turizmine yönelik olarak bir gösteri balonuna binecek olan turistler, seyir terasları sayesinde ABD'deki Grand Kanyon benzeri bir yapıyı seyredebileceklerdir. Yürüyüş yollarından devam ederek, sarnıçlar, yeraltı şehri ve güvercinlikleri ziyaret edecek, isterlerse manej alanında ata binebileceklerdir. Çıkışta restoranda yeme-içme ve dinleme alanının yanı sıra 8 adet dükkândan alışveriş yapabileceklerdir.

Projeyle yörede, bölgesel kalkınma sağlanacak, Kapadokya'nın tanıtımına katkıda bulunulacaktır. Kapadokyadaki Göreme-Zelve-Ürgüp yığınlaşması çözümlenecek ve turist trafiği güneye kaydırılacaktır. Böylece fiziksel bozulmanın önlenmesine de katkıda bulunulacaktır. Yörede turist trafiği artacak turizm gelirleri çoğalacaktır. Ayrıca sadece Mustafapaşa değil, Cemil- Taşkınpaşa-Sobeses antik kenti ve devamında Soğanlı, ardında Gomeda vadisi bağlantısı ile yeni bir batı –güney turizm destinasyonu ortaya çıkacaktır. Proje yöre halkına katkı sağlayacak, genç işsizlik ve kadın istihdamı ile bölgesel ve Türk turizmine ivme kazandıracaktır.

Mustafapaşa içinde bulunan Mini Kapadokya'ya yapılacak olan yatırım ve kapasite tablosunda belirtilen birimler, kapasite değerleri ile 01.01.2021 tarihinde başlanıp, yatırım 01.10.2022 tarihinde tamamlanarak işletmeye açılacaktır. Yaklaşık 170.000 m^2 alana sahip olan Mini Kapadokya için toplam yatırım tutarının 29.339.469,40 TL olacağı öngörülmüştür. Yatırımın net bugünkü değeri 56.242.514,69 TL, iskonto oranı %20, iç verim oranı %34,04, fayda maliyet oranı 0,91, geri ödeme süresi 4 yıl 9 ay olarak hesaplanmıştır. Bu süre, paranın zaman değeri dikkate alınmadan (nakit akışları iskonto edilmeden) başlangıçtaki nakit yatırımı, yaratacağı nakit akışlarıyla kaç yılda elde edeceğini göstermektedir. İç Verim Oranının bu oranın üstünde olması projenin beklentinin üzerinde gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Bu sebeple proje yapılabilir statüsündedir denebilir.

KAP-HİB Kapadokya Alt Yapı Birliği ile yapılan görüşmeler sonucunda, Birlik tüm alanın fizibilite analizi ile birlikte ikinci bir senaryo olarak At Çiftliği, Halı Müzesi ve Balon

birimlerinin ilk aşamada olmadığı bir senaryonun da finansal analizini istemiştir. Bu talep doğrultusunda bu birimler çıkartılarak analiz yeniden yapılmış ve ikinci senaryo olarak isimlendirilmiştir. KAP-HİB (Kapadokya Alt Yapı Birliği); At Çiftliği, Halı Müzesi ve Balon birimlerini gerekli görüldüğü durumlarda yap-işlet-devret modeli ile yatırımın gerçekleştirilebileceğini öngörmektedir. İkinci senaryoda Mini Kapadokya için toplam yatırım tutarının 47.849.236,88 TL olacağı öngörülmüştür.

Sonuç itibariyle gelir ve giderlerde oluşabilecek %10'luk negatif duyarlılık, projeyi yapılabilir statüsüne getirmektedir.

1. İÇİNDEKİLER

..... 1
A. YÖNETİCİ ÖZETİ 3
1. İÇİNDEKİLER 6
ŞEKİLLER LİSTESİ 15
TABLOLAR LİSTESİ 18
GRAFİKLER LİSTESİ 21
2. GİRİŞ 22
3. PROJENİN TANIMI ve KAPSAMI 25
3.1. Projenin adı, amacı, türü, ... 25
3.2. Teknik içeriği, bileşenleri, büyüklüğü, Sabit Yatırım Tutarı ve İşletme Sermayesi İhtiyacı, uygulama süresi, ... 25
3.3. Uygulama yeri veya alanı 26
3.3.1. Kapadokya Bölgesi 26
3.3.1.1.Coğrafi Özellikler 26
3.3.1.2.Tarihi 27
3.3.1.3.Kapadokya ve Turizm 28
Yukarıdaki tabloda 2018 yılı itibari ile Kapadokya Bölgesinde bulunan turizm yatırım belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerin sayıları, oda sayıları ve yatak kapasiteleri verilmiştir. Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 21 adet, oda sayısı 1.702 adet, yatak sayısı 3.606 adet, turizm işletme belgeli tesis sayısı 149 adet, oda sayısı 8.680 adet, yatak sayısı ise 18.036 adettir. 30
3.3.2. Nevşehir İli Hakkında Genel Bilgi 30
3.3.2.1. Tarihi 30
3.3.2.2. Coğrafi Özellikleri 31
3.3.2.3. Nevşehir'de Turizm 32
3.3.2.3.1. Nevşehir'in Turizm Paydaşları 34
3.3.2.3.1.1. Otel İşletmeleri 34
3.3.2.3.1.2. Müze ve Ören Yerleri 36
3.3.2.3.1.2.1. Çavuşin Örenyeri (Çavuşin Kilisesi) 36
3.3.2.3.1.2.2. El Nazar Kilisesi 36
3.3.2.3.1.3. Gülşehir- St. Jean Kilisesi 37
3.3.2.3.1.4. Gülşehir Açık Saray Örenyeri 38
3.3.2.3.1.5. Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi 38
3.3.2.3.1.6. Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi 39
3.3.2.3.1.7. Mazı Yer altı Şehri 40
3.3.2.3.1.8. Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri 40
3.3.2.3.1.9. Nevşehir Göreme Örenyeri 41
3.3.2.3.1.10. Nevşehir Karanlık Kilise (Göreme) 42
3.3.2.3.1.11. Nevşehir Kaymaklı Yeraltı Şehri 42
3.3.2.3.1.12. Nevşehir Müzesi 43

3.3.2.3.1.13. Nevşehir Özkonak Yeraltı Şehri ... 43
3.3.2.3.1.14. Nevşehir Zelve-Paşabağlar Örenyeri ... 44
3.3.2.3.1.15. Tatlarin Yeraltı Şehri ... 45
3.3.2.3.1.16. Ürgüp Müzesi ... 45
3.3.2.3.2. Butik Otel Kavramı ... 48
3.3.2.3.2.1. Butik Otel İşletmeciliğinin Dünyadaki Gelişimi ... 48
3.3.2.3.2.2. Butik Otel İşletmeciliğinin Türkiye'deki Gelişimi ... 49
3.3.2.3.2.3. Kapadokya'da Butik Otel İşletmeciliğinin Gelişimi ... 49
3.3.2.3.3. Ulaştırma İşletmeleri ... 50
3.3.2.3.3.1. Havayolu Ulaşımı ... 51
3.3.2.3.4. Seyahat İşletmeleri ... 51
3.3.2.3.4 Yiyecek ve İçecek İşletmeleri ... 58
3.3.2.4. Ürgüp ... 59
3.3.2.4.1. Ürgüp Gezilecek Yerler ... 60
3.3.2.5. Mustafapaşa (Sinasos)' nın Genel Tanıtımı ... 63
3.4. Kurulu Kapasitede Yıllık Üretim Miktarı ... 69
3.5. Proje çıktıları ... 73
3.6. Proje Girdileri ... 73
3.7. Projenin hedef aldığı kitle ve/veya bölge ... 78
3.8. Proje sahibi kuruluş ve yasal statüsü, yürütücü kuruluş ... 82
4. PROJENİN ARKA PLANI ... 83
4.1. Sosyo-ekonomik Durum (genel, sektörel ve/veya bölgesel) ... 83
4.2. Sektörel ve/veya Bölgesel Politikalar ve Programlar ... 84
Özel Nitelikli Projeler-KOP Konya Ovası Projesi ... 85
Özel Çevre Koruma Alanları ... 85
Diğer Kalkınma Ajansları ile İş birliği ... 85
Yenilenebilir Enerji Projeleri ... 85
Sektör İlişkili Teşvikler ... 85
Kültür ve Turizm Bakanlığı ... 85
Ekonomi Bakanlığı ... 86
Ahiler Kalkınma Ajansı ... 86
4.3. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat ... 86
4.4. Proje Fikrinin Kaynağı ve Uygunluğu ... 87
4.4.1. Projenin Sektörel ve/veya Bölgesel Kalkınma Amaçlarına (politika, plan ve programlar) Uygunluğu. 87
Yukarıdaki tabloda Nevşehir ili ile ilgili projeler ve projeksiyonlar görülmektedir. ... 91
4.4.2. Projenin Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi ... 91
Ahiler Kalkınma Ajansı Projeleri ... 91
Nevşehir Ticaret Borsası Tarafından Tamamlanmış Projeler ... 98
Nevşehir Ticaret Borsası Tarafından Devam Eden Projeler ... 99

Mini Kapadokya projesi Nevşehir teşvik ve destekleri ile yakından ilgilidir. Aşağıda genel olarak teşvik ve destek veren kurum kuruluşlar verilmiştir. 100

Nevşehir Bölgesi Teşvik ve Destekler 100

4.4.3. Projenin İdarenin Stratejik Planı ve Performans Programına Uygunluğu 100

4.4.4. Proje Fikrinin Ortaya Çıkışı 102

4.4.5. Projeyle İlgili Geçmişte Yapılmış Etüt, Araştırma ve Diğer Çalışmalar 103

4.5. Manastır Vadisi'nde Bulunan Bazı Kiliselerin Mevcut Durumları, İnanç ve Kültür Turizmi Açısından Turizme Katkıları 104

4.5.1. Kültür Turizmi 104

4.5.1.1. Dünyada Kültür Turizmi 104

4.5.1.2. Türkiye'de Kültür Turizmi 105

4.5.2. İnanç Turizmi 106

4.5.2.1. Türkiye'de İnanç Turizminin Tarihsel Gelişimi 107

4.5.2.2. Nevşehir'de Kültür ve İnanç Turizmi 110

4.5.2.2.1. Aya Nikola Kilisesi 111

4.5.2.2.2. Ioannes Theologos Kilisesi 113

4.5.2.2.3. Aziz Ioannes Prodromos Kilisesi (Sinasos Manastırı) 114

4.5.2.2.3. Azize Varvara Kilisesi 116

4.5.2.2.4. Aziz Stefanos Kilisesi 117

4.6. Bölgedeki İpek Böceği Yetiştiriciliğinin ve Halıcılık Sektörünün Geçmişi, Mevcut Potansiyeli ve Pazar Durumunun Tespiti, Turizm Sektöründeki Durumu ve Etkileri, Bu Kapsamda İstihdam Edilebilecek Kişi Sayısı Tespiti 120

4.6.1. Kapadokya Yöresinde İpek Böceği Yetiştiriciliği ve Halıcılık 120

4.6.1.1. İpek Böceği Yetiştiriciliği 120

4.6.1.2. İpek Böceği Evreleri 122

4.6.1.2.1. İpek Böceği Tohumlarının Temini 122

4.6.1.2.2. İpekböceği Tohumlarının Kuluçkası (İnficar) 122

4.6.1.2.3. Genç İpekböceklerinin Bakım ve Beslenmesi 124

4.6.1.2.4. İpekböceklerinin Üzerinin Örtülmesi 124

4.6.1.2.5. İpekböceklerinde Uyku (Deri Değiştirme) 124

4.6.1.2.6. Yetişkin İpekböceklerinin Bakım ve Beslenmesi 125

4.6.1.2.7. Askı, Koza Hasadı, Pazarlama ve Kurutma 125

4.6.1.2.8. Kozaların Askıdan Sökülme Zamanı 126

Türkiye Üretimi 126

4.6.1.2.9. Türkiye İhracatı 128

4.6.1.2.10. Türkiye İthalatı 129

4.6.2. Nevşehir'de Halıcılığın Gelişimi 131

4.6.2.1. İpek Böceği Üretim Çitliği 132

4.6.3. Nevşehir'de İpek Halı Üretimi 133

4.6.4. İpek Böcekçiliğinin Bölge Turizmine Katkısı 134

4.7. Sıcak Hava Balonu Sabit Kalkış Alanı Tespiti, Uygulama ve Potansiyel Faaliyeti Konusunda ve Bölgede Aktif Halde Uçan Sıcak Hava Balon Firmalarının Bölge Turizmine Katkıları ve Sabit Balon Kalkış Alanı Uygulaması İle Etkileşimi ... 135
4.7.1. Balon Turizmi ... 135
4.7.2. Kapadokya Yöresinde Balon Turizmi ... 137
4.7.3. Sıcak Hava Balonunun Bölge Turizmine Katkıları ... 138
4.8. Alanda İşsiz Kadınlar ve Gençlerin El Sanatları, Yöresel ve Hediyelik Eşya Üretimi ve Pazarlamaları Amacıyla Yapılacak İş Merkezine Yönelik Araştırma ... 141
4.8.1. Nevşehir'de Yöresel Ürünler ... 141
4.8.1.1. Nevşehir'de Tarımsal Yatırım için Uygun Sektörler ve Alanlar ... 143
4.8.1.1.1. Kabak Çekirdeği ... 143
4.8.1.1.2. Patates ... 143
4.8.1.1.3. Üzüm ... 143
4.8.1.1.4. Seracılık ... 144
4.8.1.1.5. Pomza (Bims) ... 144
4.8.1.1.6. Meyvecilik ... 144
4.8.1.2. El Sanatları ... 149
4.8.1.2.1. Kapadokya'da El Sanatları ... 150
4.8.1.2.1.1. Yeraltı Zenginlikleri ... 151
4.8.1.2.1.2. Çömlekçilik ... 152
4.8.1.2.1.3. Kapadokya Bölgesi'nde Şarapçılık ... 152
4.8.1.2.1.4. Halı ve Kilim Dokumacılığı ... 154
4.8.1.3. İşsizlik ... 155
4.8.1.3.1. Genç İşsizlik ... 156
4.8.1.3.1.1.Türkiye'de Genç İşsizlik ... 157
4.8.1.3.1.2. Nevşehir İli ve Genç Nüfusu ... 158
4.8.1.3.1.3. Nevşehir İlinde İş Gücü ... 159
4.8.1.3.1.4. Kadın İşgücü ... 161
4.8.1.3.1.5. Manastır Vadisi'nde Yer Alan Mekanlarda İşsiz Kadınlar ve Gençlerin İstihdamı ... 163
4.8.1.3.1.6.1. Alanda Yöresel Ürün, El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Pazarlanması ... 164
4.8.1.3.1.6.2. Hediyelik Eşya Sektörünün Analizi ve Kazanımları ... 164
4.8.1.3.1.6.3. Alanda El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Pazarlanması ... 166
4.8.1.3.1.6.4. Alanda El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Tanıtımı ... 167
4.8.2. Kültür ve Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramları ... 168
4.9. Ağırlıklı Olarak Yöresel Yemeklerin İkram Edileceği Restoran Alanının Önemi ve Gastronomi Turizmin Bölge Turizmindeki Önemine Yönelik Araştırma ... 173
4.9.1. Kapadokya'nın Yöresel Yemekleri ... 173
4.9.1.1. Nevşehir Tava ... 174
4.9.1.2. Ağ pakla (Kuru Fasulye) ... 174
4.9.1.3. Çömlek Kebabı ... 175
4.9.1.4. Tandır Çorbası ... 175

4.9.1.5. Aside (Pekmezli Helva) ... 176
4.9.1.6. Dolaz (Şekerli Helva) ... 177
4.9.1.7. Gendime ... 177
4.9.1.8. Kuru Kaymak ... 178
4.9.1.9. Kulaklı Mantı ... 178
4.9.1.10. Bulamaç ... 179
4.9.1.11. Salatalık dolması ... 179
4.9.1.12. Un çorbası (Kesme Çorba) ... 180
4.9.1.13. Kabak bulgurlaması ... 180
4.9.1.14. Üzüm turşusu ... 181
4.9.1.15. Hamursuz ekmeği ... 181
4.9.1.16. Düğün pilavı ... 182
4.9.1.17. Mimbar dolması ... 182
4.9.2. Mustafapaşa Beldesi Yöresel Yemekleri ... 183
4.9.2.1. Mileçnik (Sütlü Tatlı) ... 183
4.9.2.2. Fasulnik (Fasulyeli Börek) ... 184
4.9.2.3. Nohutlu Ekmek ... 184
4.9.2.4. Muhacir böreği ... 185
4.9.2.5. Muhacir Mantısı ... 186
4.9.2.6. Koripopareni (Tavuklu Yufka) ... 187
4.9.2.7. Mart Yumurtası ... 188
4.9.2.8. Tandır Fasulyesi ... 188
4.9.3. Gastronomi Turizmi ... 189
4.9.4. Kapadokya Yöresinde Şarapçılık ... 190
4.9.4.1. Anatolia Şarapçılık ... 193
4.9.4.2. Turasan Şarapçılık ... 193
4.9.4.3. Kocabağ Şarapçılık ... 193
4.9.4.4. Kavaklıdere Şarapçılık ... 193
4.9.5. Gastronomi Turizminin Bölge Turizmine Katkısı ... 194
4.10. Amfi Tiyatro Alanında Yapılacak Etkinliklerin Tanıtım ve Turizm Noktasında Bölgeye Katkılarının Belirlenmesi ... 195
4.10.1.Ürgüp'te Yapılan Etkinlikler ... 195
4.10.1.1. Yerel Etkinlikler ... 195
4.10.1.1.1. Akasular Kiraz Bayramı ... 195
4.10.1.1.2. Refik Başaran Kültür ve Sanat Şenliği ... 195
4.10.1.2. Uluslararası Etkinlikler ... 195
4.10.1.2.1. Bağbozumu Festivali ve Şarap Yarışması ... 195
4.10.1.2.2. Uluslararası Turizm ve El Sanatları Festivali ... 196
4.10.2 Manastır Vadisinde Yer Alacak Amfi Tiyatronun Özellikleri ... 197
4.11. Kapadokya Atlar Ülkesinde Spor Turizminde Önemli Yere Sahip Atlı Turizmin Geliştirilmesi İçin, At Çiftliği ve Manej Yapımı İçin Yer Tespitinin Yapılması, At Binme Güzergâhının Hazırlanması ... 200

4.11.1. Kapadokya Yöresi Spor Turizmi ve Atçılık 200
4.11.1.1. Spor Turizmi 200
4.11.1.1.1. Nevşehir'de Yapılan Doğa Turizmi Sporları 201
4.11.1.1.1.1. Bisiklet Turları 201
4.11.1.1.1.2. Kış Sporları 202
4.11.1.1.1.3. Golf 203
4.11.1.1.1.4. At Biniciliği 204
4.11.1.1.1.5. Yamaç Paraşütü 205
4.11.1.1.1.6.Kamp ve Karavan 205
4.11.1.1.1.7.Balon Turizmi 206
4.11.1.1.1.8. Oryantiring 206
4.11.1.1.1.8.1. Oryantiringe Uygun Sahalar 207
4.11.1.1.1.9. Doğa Yürüyüşü / Trekking 208
4.11.2. Kapadokya Yöresi Atçılık, At Çiftlikleri 209
4.11.2.1. At Çiftliği Kavramı ve Özellikleri 210
4.11.2.1.1. At Çiftliği Kavramı 210
4.11.2.1.2. At Çiftliğinin Özellikleri 211
4.11.2.2. At Çiftliği ve Manej Alanı 211
4.10.2.3. Mini Kapadokya Atçılık ve Antrenörlük 212
4.12. Yöresel Tarım Ürünlerinin Değerlendirileceği Bir Kafeterya Kurulması Amacıyla Yer Tespitinin Yapılması ve İşletme Modeli 213
4.12.1. Yöresel Tarım Ürünü ve Nevşehir 213
4.12.2. Organik Tarım 214
4.12.3. Coğrafi İşaret 215
4.12.3.1. Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler 216
4.12.3.1.1. Helal Gıda 218
4.12.3.1.2. HACCP VE ISO 22000 218
4.12.4. Turistik Destinasyonlarda Restoran ve Kafe İşletmeciliği 219
4.12.4.1. Alanda Yer Alacak Olan Restoran/Kafeterya İşletmesi İşletme Modeli ve Organizasyon Yapısı .. 220
4.12.4.2. Kuruluş Yerinin Seçimini Etkileyen Faktörler 221
4.12.4.3. Alanda Yiyecek ve İçecek İşletmesinin Önemi 222
4.13. Bölge İçerisinde Seyir Terasları, Fotoğraf Çekme Noktaları ve Rehberlerin Bilgi Vereceği Alanların Belirlenmesi 224
4.13.1. Alanda Yer Alması Planlanan Seyir Terası 224
4.13.2. Alanda Rehberlerin Bilgi Vereceği Konumlar 225
4.13.3. Fotoğrafçılık ve Turizm 227
4.13.3.1. Turist Fotoğraflarının Turizm Pazarlaması Açısından Önemi 227
4.13.3.2. Düğün Fotoğrafçılığı 231
4.13.3.2.1. Düğün Fotoğrafında Hikâye Anlatımı 231
4.13.3.3.Yiyecek ve İçecek Fotoğrafçılığı 232

4.14. Alan İçerisinde Bulunan Yer Altı Şehri, Kaya Oyma Mekanlar, Kaya Mezarlar, Sarnıçlar, Güvercinlikler Kapadokya Bölgesindeki Eski Yaşantısını Anlatan Bu Mekanların Turizme Etkisi 233
4.14.1. Kapadokya ve Peri Bacalarının Oluşumu 233
4.14.1.1. Kapadokya'nın Konumu 233
4.14.1.2. Volkanik Patlamalar ve Jeolojik Oluşum 234
4.14.2. Sinasos, Eski Yaşam ve Mübadele Dönemi 235
4.14.3. Kapadokya Yer Altı Şehirleri 239
4.14.4. Alana Yakın Yeraltı Şehirleri 241
4.14.4.1. Derinkuyu Yeraltı Şehri 241
4.14.4.2. Kaymaklı Yeraltı Şehri 243
4.14.4.2. Manastır Vadisi'nde Yer Alan Yeraltı Şehri 244
4.14.4.2.1. Yeraltı Şehirlerinin Planlamaya Etkisi 245
4.14.5. Sarnıçlar 246
4.15.6. Güvercinlikler 247
4.15.6.1. Güvercinliklerin Tanımı ve Konumu 247
4.15.6.2. Güvercinliklerin Mimari Yapısı 247
4.15.6.3. Kapadokya'da Kaya Oyma Güvercinlikler 247
4.15.7. Kaya Mezarlar 250
4.15.7.1. Göreme'deki Roma Kaya Mezarları 251
5. PROJENİN GEREKÇESİ 259
5.1 Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Talep Analizi: 259
Turizm Paydaşları 262
Otel İşletmeleri 263
5.2. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Gelecekteki Talebin Tahmini 266
5.3. Verilerin Zaman Serisi Bileşenlerinin Analizi 269
5.4. Üstel Düzleştirme Yöntemlerinin Uygulanması 271
5.5. Box-Jenkins Yönteminin Uygulanması 271
5.6. Turistik Yatırım Kararlarını Etkileyen Çeşitli Faktörlerin Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi 274
5.6.1. Arz ve Talep Açısından Değerlendirme: 274
5.6.2. Turistik Fonksiyon Oranı ile Değerlendirme: 275
5.6.3. Otelcilik Fonksiyonu ile Değerlendirme: 275
5.6.3.1. Nevşehir İli Turistik Fonksiyon Oranı 276
5.6.3.2. Nevşehir İlinin Otelcilik Fonksiyon Oranı 276
5.6.3.3. Ürgüp İlçesinin Turistik Fonksiyon Oranı 276
5.6.3.4. Ürgüp İlçesinin Otelcilik Fonksiyon Oranı 277
6. EKONOMİK DEĞERLENDİRME 278
6.1. Sektörün ve Ürünün Tanımı 278
6.2. Teşvik Durumu 280
6.3. Arz ve Talep Analizi 285
6.4. Girdi Fiyatları ve Girdi Koşulları 309

6.5. Satış Fiyatları ve Satış Koşulları ... 309
7. MAL ve/veya HİZMETLERİN SATIŞ-ÜRETİM PROGRAMI ... 311
7.1. Satış Programı ... 311
7.2. Üretim Programı ... 313
7.3. Pazarlama Stratejisi ... 323
Turizm Potansiyeli ... 327
Teşvikler ... 327
Geniş Arazi Varlığı ... 327
Yenilenebilir Enerji Kaynakları Potansiyeli ... 327
Genç ve Nitelikli İnsan Kaynağı ... 327
Zengin ve Doğal Kaynakları ... 327
En kaliteli ponza olarak bilinen beyaz renkli ponzanın yüksek miktarlarda mevcudiyeti, ... 327
Nitelikli Tarımsal Üretim Faaliyeti ... 328
Yüksek Yaşam Kalitesi ... 328
7.4. Tesis İçin Öngörülen Kapasite Kullanım Oranı ... 334
8. PROJE YERİ/UYGULAMA ALANI ... 336
8.1. Fiziksel ve coğrafi özellikler ... 336
8.2. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı ... 338
8.3. Sosyal Altyapı ... 339
8.4. Kurumsal Yapılar ... 339
8.5. Çevresel Etkilerin Ön-Değerlendirmesi ... 340
8.6. Alternatifler, Yer Seçiminde göz önüne alınan faktörler ve Arazi Maliyeti ... 343
9. TEKNİK ANALİZ ve TASARIM ... 345
9.1. Ürün seçimi ... 345
9.2. Kurulu Kapasite analizi ve seçimi ... 345
9.3. Teknik Kapasite Kullanım Oranı ... 346
9.4. Tesis Yerleşim Planı ... 347
9.5. Sabit Yatırımın Uygulama Programı ... 348
9.6. Teknik Tasarım ... 349
9.7. Yatırım Maliyetleri ... 351
10. ORGANİZASYON YAPISI, YÖNETİM ve İNSAN KAYNAKLARI ... 352
10.1. Kuruluşun Organizasyon Yapısı ve Yönetimi ... 352
10.2. Organizasyon ve Yıllık Yönetim Giderleri ... 360
10.3. Kurulu Kapasitedeki İnsan Gücü İhtiyacı ve Tahmini Giderler ... 360
11. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI ... 361
11.1. Proje Yürütücüsü Kuruluşlar ve Teknik Kapasiteleri ... 361
11.2. Proje Organizasyonu ve Yönetim ... 364
11.3. Proje Uygulama Programı (Termin Planı) ... 366
12. TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B+C) ve YILLARA DAĞILIMI ... 369
12.1. Toplam Yatırım Tutarı (iç ve dış para olarak) ... 369

A1. Arazi Bedeli 369
A2. Sabit Yatırım Tutarı 369
B. İşletme Sermayesi Hesabı 371
13. PROJE GİRDİLERİ 371
13.1. Üretimin Akım Şeması ve Madde Balansı 371
13.2. Girdi İhtiyacı 373
13.3. Girdi Fiyatları ve Harcama Tahmini 373
Proje girdileri kapsamında ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli girdiler; Nevşehir hal fiyatları üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca Nevşehir Borsası toplam işlem hacmi, hammadde ve malzemeler ele alınmıştır. 373
14. İŞLETME DÖNEMİ GELİRLERİ VE GİDERLERİ İLE İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI 379
15. PROJENİN FİNANSMANI 400
15.1. Yürütücü ve İşletmeci Kuruluşların Mali Yapısı 400
15.2. Finansman Yöntemi 400
Proje yöntemi yap-işlet-devret modeli ile gerçekleştirilecektir. 400
Yap İşlet Devret Modelinin Tanımı 400
YİD Modelinin Özellikleri 401
YİD Modelinin Kapsamı 401
YİD Modelinin Amaçları 401
YİD Modelinin Yasal Altyapısı 401
15.3. Finansman Kaynakları ve Koşulları 404
15.4. Finansman Maliyeti 405
15.5. Finansman Planı 405
16. PROJE ANALİZİ 407
16.1. Finansal Analiz 407
16.2. Ekonomik Analiz 409
16.2.1 Turizm Yatırım Projelerinin Ulusal Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi 410
16.3. Sosyal Analiz 412
16.3.1.Sosyal Fayda-Maliyet Analizi 412
16.3.1.1. Sosyal Fayda 413
16.3.1.2. Projenin Sosyal Fayda ve Maliyetleri 415
16.3.2. Sosyo-Kültürel Analiz 416
16.3.3. Projenin Diğer Sosyal Etkileri 417
16.3.4. Sosyo-kültürel Analiz (katılımcılık, cinsiyet etkisi vb.) 418
16.3.5. Projenin Diğer Sosyal Etkileri 419
16.4. Bölgesel Analiz 420
16.5. Duyarlılık Analizi 423
16.6. Risk Analizi 424
17. EKLER/İKİNCİ SENARYO 427
18. EKLER 454
19. KAYNAKLAR LİSTESİ 455

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kapadokya Bölge Haritası ... 26
Şekil 2: Peribacaları Oluşumu ... 27
Şekil 3: Kapadokya'dan Bir Görüntü ... 28
Şekil 4: Nevşehir'den Bir Görüntü ... 31
Şekil 5: Kapadokya'yı Ziyaret Eden Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı (2014) ... 33
Şekil 6: Çavuşin Kilisesi ... 36
Şekil 7: El Nazar Kilisesi ... 37
Şekil 8: Gülşehir- St. Jean Kilisesi ... 37
Şekil 9: Gülşehir Açık Saray Örenyeri ... 38
Şekil 10: Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi ... 39
Şekil 11: Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi ... 39
Şekil 12: Mazı Yeraltı Şehri ... 40
Şekil 13: Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri ... 41
Şekil 14: Nevşehir Göreme Ören Yeri ... 41
Şekil 15: Nevşehir Karanlık Kilise ... 42
Şekil 16: Kaymaklı Yeraltı Şehri ... 42
Şekil 17: Nevşehir Müzesi ... 43
Şekil 18: Nevşehir Özkonak Yer altı Şehri ... 44
Şekil 19: Zelve-Paşabağlar Ören Yeri ... 44
Şekil 20: Tatlarin Yeraltı Şehri ... 45
Şekil 21: Ürgüp Müzesi ... 45
Şekil 22: Ürgüp Haritası ... 60
Şekil 23: Ürgüp Müzesi ... 60
Şekil 24: Kayakapı Mahallesinden Bir Görüntü ... 61
Şekil 25: Altı Kapılı Türbe ... 61
Şekil 26: Devrent Vadisi ... 62
Şekil 27: Mustafapaşa'nın haritada görünümü ... 63
Şekil 28: Mustafapaşa Köyü'nden Bir Görüntü ... 64
Şekil 29: Sinasos'un (Mustafapaşa) bölgedeki konumu ... 67
Şekil 30: Asmalı Konak ... 69
Şekil 31: "Nevşehir Kabak Çekirdeği" İçin Coğrafi İşaret Alınması ... 99
Şekil 32: Bölgeye Ait Toprak Haritası Çıkarılması ... 100
Şekil 33: Aya Nikola Kilisesi Restorasyon Öncesi Hali ... 112
Şekil 34: Aya Nikola Kilisesi Restorasyon Sonrası Hali ... 113
Şekil 35: Ioannes Theologos Kilisesi ... 114
Şekil 36: Aziz Ioannes Prodromos Kilisesi'nden bir Görüntü ... 116
Şekil 37: Azize Varvara Kilisesinden Bir Görüntü ... 117
Şekil 38: Aziz Stefanos Kilisesi ... 118
Şekil 39: Kutulanmış İpekböceği Tohumu ... 122
Şekil 40: İncifar etmiş ipekböcekleri ... 123
Şekil 41: Olgunlaşmış İpekböceği ... 125
Şekil 42: Koza Pamuğunun Alınması ve Tasnif ... 126
Şekil 43: Avanos Halısı Örneği ... 132
Şekil 44: İpek Böceği Üretim Çiftliği ... 133
Şekil 45: Nevşehir İpek Halı Örneği ... 133
Şekil 46: Avanos Kilimi Örneği ... 134
Şekil 47: Chateaud'oex Uluslararası Balon Festivali ... 136

Şekil 48: Serengeti'de Balonla Safari ... 136
Şekil 49: Masai Mara Kenya'da Balon Turu ... 137
Şekil 50: Loire Valley Fransa'da Balon Turu ... 137
Şekil 51: Balon Uçuş Bölgeleri ... 140
Şekil 52: Göreme İlinde Çömlekçilik Atölyesi ... 150
Şekil 53: Emir Şarabı ... 153
Şekil 54: Emir Üzümü ... 153
Şekil 55: Nevşehir ve Çevresi Hediye Örgü Bebek Örneği ... 155
Şekil 56: Nevşehir tava ... 174
Şekil 57: Ağ pakla (Kuru Fasulye) ... 175
Şekil 58: Çömlek kebabı ... 175
Şekil 59: Tandır Çorbası ... 176
Şekil 60: Aside tatlısı ... 176
Şekil 61: Dolaz tatlısı ... 177
Şekil 62: Gendime ... 177
Şekil 63: Kuru kaymak ... 178
Şekil 64: Kulaklı mantı ... 179
Şekil 65: Bulamaç ... 179
Şekil 66: Salatalık dolması ... 180
Şekil 67: Kesme çorbası ... 180
Şekil 68: Kabak bulgurlaması ... 181
Şekil 69: Üzüm turşusu ... 181
Şekil 70: Hamursuz ekmeği ... 182
Şekil 71: Düğün pilavı ... 182
Şekil 72: Mimbar dolması ... 183
Şekil 73: Mileçnik ... 183
Şekil 74: Fasulnik ... 184
Şekil 75: Nohutlu ekmek ... 185
Şekil 76: Muhacir böreği ... 186
Şekil 77: Muhacir mantısı ... 187
Şekil 78: Koripopareni ... 187
Şekil 79: Mart Yumurtası ... 188
Şekil 80: Tandır Fasulyesi ... 188
Şekil 81: Emir Şarabı ... 191
Şekil 82: Emir Üzümü ... 192
Şekil 83: Dimrit Üzümü ... 192
Şekil 84: Akasular Kiraz Bayramı ... 195
Şekil 85: Bağbozumu Festivali ... 196
Şekil 86: Yöreye Ait El Sanatlarından Bir Görüntü ... 197
Şekil 87: Yapılması planlanan amfi tiyatro ... 197
Şekil 88: Mustafapaşa spor haritası ... 201
Şekil 89: Bisiklet Turu Yapan Turistler ... 202
Şekil 90: Hedikle Yürüyüş Yapan Turistler ... 203
Şekil 91: Golf Oynayan Turistler ... 204
Şekil 92: Atlı Gezi Yapan Turistler ... 204
Şekil 93: Kapadokya'da Yamaç Paraşütü Yapan Turistler ... 205
Şekil 94: Kapadokya'da Kamp Yapan Turistler ... 205
Şekil 95: Balon Turizmine Katılan Turistler ... 206
Şekil 96: Nevşehir İli Eğim Haritası ... 208
Şekil 97: Oryantiring Yapan Sporcular ... 208
Şekil 98: Doğa Yürüyüşü (Trekking) Yapan Turistler ... 209
Şekil 99: Atlı Gezi Yapan Turistler ... 210
Şekil 100: Yapımı Planlanan Seyir Terası Uygulaması ... 224
Şekil 101: Yapımı Planlanan Seyir Terasından Ürgüp'e Bakış ... 225
Şekil 102: Manastır Vadisi Girişinde Yer Alanması Planlanan İlk Toplanma Noktası ... 226

Şekil 103: Kapadokya'da Sıcak Hava Balonu Etkinliğinde Bir Turist Tarafından Çekilen Günbatımı Fotoğrafı ... 228
Şekil 104 Kapadokya'da Sıcak Hava Balonu Etkinliği Turist Fotoğrafı ... 229
Şekil 105: Kapadokya'da Çekilen Bir Düğün Fotoğrafı ... 232
Şekil 106: Gastronomi Fotoğrafçılığı Alanında Çekilen Fotoğraf ... 233
Şekil 107: Peri Bacalarının Oluşum Evreleri ... 234
Şekil 108: Manastır Vadisi'nde Gözlenen Yeni Peri Bacaları Oluşumu ... 235
Şekil 109: Yeraltı Şehri Canlandırması ... 239
Şekil 110: Derinkuyu Yeraltı Şehri Koridoru ... 242
Şekil 111: Kaymaklı Yeraltı Şehri Koridoru ... 243
Şekil 112: Yer Altı Şehri Giriş Kapısını Engellemek Amacıyla Yapılan Tekerlek Biçimindeki Yapı ... 244
Şekil 113: Yeraltı Şehri Kaçış Güzergahı ... 245
Şekil 114: Kaya Oyma Güvercinlikler, Ürgüp ... 247
Şekil 115: Kaya Oyma Güvercinlikler, Mustafapaşa ... 248
Şekil 116: Kaya Oyma Güvercinlikler ... 249
Şekil 117: Peri Bacaları Üzerinde Yer Alan Güvercinlik Motifleri ... 250
Şekil 118: Kaya Mezarlar Dış ve İç Görüntüsü, Mustafapaşa ... 251
Şekil 119: Manastır Vadisi'nde Yer Alan Kaya Oyma Mezarlar ... 252
Şekil 120: İnanç Turizmi Talep Tahmini ... 272
Şekil 121: Kapadokya'dan Bir Görüntü ... 285
Şekil 122: Nevşehir'den Bir Görüntü ... 288
Şekil 123: Çavuşin Kilisesi, ... 291
Şekil 124: El Nazar Kilisesi ... 291
Şekil 125: Gülşehir- St. Jean Kilisesi ... 292
Şekil 126: Gülşehir Açık Saray Örenyeri ... 293
Şekil 127: Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi ... 294
Şekil 128: Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi, ... 294
Şekil 129: Mazı Yeraltı Şehri ... 295
Şekil 130: Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri ... 296
Şekil 131: Nevşehir Göreme Ören Yeri ... 296
Şekil 132: Nevşehir Karanlık Kilise ... 297
Şekil 133: Kaymaklı Yeraltı Şehri ... 297
Şekil 134: Nevşehir Müzesi ... 298
Şekil 135: Nevşehir Özkonak Yer altı Şehri ... 299
Şekil 136: Zelve-Paşabağlar Ören Yeri ... 299
Şekil 137: Tatlarin Yeraltı Şehri ... 300
Şekil 138: Ürgüp Müzesi ... 300
Şekil 139: Vadinin kuzeybatı ucundan görünümü ... 303
Şekil 140: Vadinin orta noktasından kuzey-güney doğrultusunda görünümü ... 303
Şekil 141: Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Planı ... 306
Şekil 142: Amfi Tiyatro ... 306
Şekil 143: Ana Bina ... 307
Şekil 144: İpek Böceği Atölyesi ... 307
Şekil 145: Toplanma Alanı ... 308
Şekil 146: Seyir Terası ... 308
Şekil 147: Üretim Faaliyet Süreci ... 314
Şekil 148: İşletme Sisteminin Temel Elemanları ... 315
Şekil 149: Üretim Yönetiminin Fonksiyonları ... 316
Şekil 150: Bir Üretim Yönetimi Departmanının İç Organizasyonu ... 319
Şekil 151: Gomeda Vadisi, Mustafapaşa ... 422

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapıları Sayısı(1967) 29
Tablo 2: Kapadokya Bölgesinde Yer Alan Tesis Sayıları ve Kapasiteleri 30
Tablo 3: Yıllara Göre Nevşehir Gelen Turist Sayıları(Kişi) 33
Tablo 4: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017) 34
Tablo 5: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları(2016-2018) 35
Tablo 6: Nevşehir Müze ve Ören Yerleri ve Ziyaretçi Durumu(Adet) (2014-2018) 46
Tablo 7: Nevşehir ve İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerde; Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları(2017) 46
Tablo 8: Yıllara Göre Bakanlık İşletme Belgeli Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017) 47
Tablo 9: Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017) 47
Tablo 10: Nevşehir İlindeki Butik Otellerin Tesis Sayıları ve Yatak Kapasiteleri, 2018 49
Tablo 11: Kapadokya Havalimanı Yolcu İstatistikleri (2013-2018) 51
Tablo 12: Nevşehir ve İlçelerinde Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri 52
Tablo 13: Ürgüp Konaklama Tesisleri Sayısı, Oda Sayısı, Yatak Sayısı (2016 itibariyle) 63
Tablo 14: Nevşehir İli Hal Fiyatları(2019) 73
Tablo 15: Doğrudan Faaliyet Desteği Proje Listesi 91
Tablo 16: Güdümlü Proje Desteği Proje Listesi 92
Tablo 17: Teknik Destek Proje Listesi 92
Tablo 18: Proje Teklif Çağrısı Proje Listesi 95
Tablo 19: 2002 – 2015 yılları arasında koza üretimi ve yapılan destekleme ödemeleri 121
Tablo 20: Türkiye ipekböcekçiliği ve yaş koza üretimi (damızlık dâhil) 128
Tablo 21: Türkiye kuru koza ihracat miktar ve değerleri (2008-2017) 128
Tablo 22: Yıllar bazında ipek ipliği ihracat miktar ve değerleri (2008-2017) 129
Tablo 23: Ülkeler bazında 2017 yılı toplam ipek ipliği ihracatı 129
Tablo 24: Yıllar bazında ham ipek ithalat miktar ve değerleri (2008-2017) 130
Tablo 25: Yıllar bazında ipek ipliği ithalat miktar ve değerleri (2008-2017) 130
Tablo 26: Ülkeler bazında 2017 yılı ipek ipliği ithalatı 131
Tablo 27: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu(TKDK), Nevşehir İl Koordinatörlüğü 2018 Yılı Yerel Gıda Ürünleri Listesi 142
Tablo 28: Nevşehir İlii 2016 Yılı Genel Arazi Varlığı 145
Tablo 29: Nevşehir İli 2016 Yılı Ekilebilir Arazi Dağılımı 145
Tablo 30: Nevşehir'de Önemli Tarım Ürünleri 145
Tablo 31: Nevşehir İli 2016 Yılı Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünler 146
Tablo 32: Nevşehir İli 2016 Yılı Sebze Ürünleri 147
Tablo 33: Nevşehir İli 2016 Yılı Meyveler, İçecek ve Baharat Bitkileri 148
Tablo 34: Nevşehir İli 2017 Yılı Nüfusu Cinsiyete Göre Kır-Kent Dağılımı 158
Tablo 35: Nevşehir İli 2017 Yılı Genç Nüfusun Cinsiyete Göre Dağılımı 159
Tablo 36: Nevşehir İli 2017 Yılı İş Gücü Temel Göstergeler 159
Tablo 37: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı 159
Tablo 38: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Eğitim ve Cinsiyete Göre Dağılımı 160
Tablo 39: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Meslek ve Cinsiyete Göre Dağılımı 160
Tablo 40: Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir Bölgesi 2017 Yılı Cinsiyete Göre İşszilik Oranı Tablosu 161
Tablo 41: Nevşehir İlinde Yapılan Bisiklet Turları İçin Güzergah Bilgileri 202
Tablo 42: Nevşehir'deki At Çiftlikleri, Yeri ve Çiftliklerde Bulunan At Sayıları 210
Tablo 43: Nevşehir İli 2015 Yılı, Yıllara Göre İl Genelinde Yoğun Olarak Üretilen Tarım Ürünleri 213
Tablo 44: Nevşehir İli 2017 Yılı Bitkisel ve Hayvansal Üretim Miktarı ve Değeri 214
Tablo 45: Nevşehir İli 2018 Yılı Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Adları Başvuru Durumu 217
Tablo 46: Nevşehir İli 2018 Yılı Tescilli Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi 217
Tablo 47: Önerilen Organizasyon Yapısı 221
Tablo 48: Teorik Model: Hikaye Anlatımı ve Destinasyon Gelişim Modeli 256
Tablo 49: Turistik Mekanlarda/Ürünlerde Hikaye Pazarlama Örnekleri 257

Tablo 50: Yıllara Göre Nevşehir Gelen Turist Sayıları(Kişi) 262
Tablo 51: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017) 263
Tablo 52: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları(2016-2018) 263
Tablo 53: Neşehir Müze ve Ören Yerleri ve Ziyaretçi Durumu(Adet) (2014-2018) 264
Tablo 54: Nevşehir ve İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerde;
Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları(2017) 264
Tablo 55: Yıllara Göre Bakanlık İşletme Belgeli Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş,
Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017) 265
Tablo 56: Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Tesislerde Turistlerin
Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017) 265
Tablo 57 2000-2017 Yılları Arasında Müze ve Örenyerlerimizin Ziyaretçi Sayıları 266
Tablo 58: Verilere Ait Mevsim Faktör Değerleri 270
Tablo 59: İnanç Turizmi Talep Tahmini 272
Tablo 60: Balon Turizmi Talep Tahmini 272
Tablo 61: İnanç ve kültür Turisti Talep Tahmini 273
Tablo 62: Balon Turisti Talep Tahmini 274
Tablo 63: Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapıları Sayısı(1967) 286
Tablo 64: Kapadokya Bölgesinde Yer Alan Tesis Sayıları ve Kapasiteleri(2019) 287
Tablo 65: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017) 290
Tablo 66: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları(2016-2018) 290
Tablo 67: Nevşehir'e Gelen Turist Sayıları 300
Tablo 68: Nevşehir'de Bulunan Konaklama Tesis ve Yatırımları İstatiği 301
Tablo 69: Ürgüp Konaklama Tesisleri Sayısı, Oda Sayısı, Yatak Sayısı (2016 itibariyle) 301
Tablo 70: Nevşehir 2016 Yılı Tahmini Turizm Gelirleri 302
Tablo 71: Polihibrit ve Yaş Koza Toplam Alım Fiyatları (TL/KG) 309
Tablo 72:Mini Kapadokya Ürünleri Satış Programı 312
Tablo 73: Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı 334
Tablo 74: Mustafapaşa'nın bazı önemli noktalara uzaklığı 336
Tablo 75: Yatırımın Uygulama Planı 348
Tablo 76: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu 351
Tablo 77: Genel Yönetim Giderleri (TL) 360
Tablo 78: Toplam Yatırım Tutarı (TL) 369
Tablo 79: Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL) 371
Tablo 80: Nevşehir İli Hal Fiyatları(2019) 373
Tablo 81: Toplam Yatırım Tutarı (TL) 380
Tablo 82: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu 382
Tablo 83: Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı 383
Tablo 84: Yatırımın Uygulama Planı 389
Tablo 85: Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL) 390
Tablo 86: İşletme Sermayesi Değişimi Tablosu (TL) 390
Tablo 87: Satış Gelirleri 391
Tablo 88: Diğer Gelirler (TL) 393
Tablo 89: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri Tablosu (TL) 393
Tablo 90: Üretim Giderleri (TL) 395
Tablo 91: Amortisman Giderleri (TL) 396
Tablo 92: Genel Yönetim Giderleri (TL) 397
Tablo 93: Tahmini Gelir-Gider Tablosu (TL) 398
Tablo 94: Tahmini Nakit Akış Tablosu (TL) 399
Tablo 95 : Finansman Planı 405
Tablo 96: Net Bugünkü Değer, İç Verim Oranı ve Geri Ödeme Süresi Tablosu 407
Tablo 97: Başabaş Noktası Analizi 408
Tablo 98: Duyarlılık Analizi Sonuçları 424
Tablo 99: Risk Analiz Tablosu 425
Tablo 100: Ayrıntılı Risk Analizi ve Risk Değerlendirilmesi 426
Tablo 101: Toplam Yatırım Tutarı (TL) 429
Tablo 102: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu 432

Tablo 103 : Yatırımın Uygulama Planı 438
Tablo 104:Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL) 439
Tablo 105: İşletme Sermayesi Değişimi Tablosu (TL) 439
Tablo 106: Satış Gelirleri 441
Tablo 107:Diğer Gelirler (TL) 443
Tablo 108: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri Tablosu (TL) 444
Tablo 109: Üretim Giderleri (TL) 446
Tablo 110: Amortisman Giderleri (TL) 447
Tablo 111: Genel Yönetim Giderleri (TL) 448
Tablo 112: Tahmini Gelir-Gider Tablosu (TL) 449
Tablo 113: Tahmini Nakit Akış Tablosu (TL) 450
Tablo 114: Net Bugünkü Değer, İç Verim Oranı ve Geri Ödeme Süresi Tablosu 451
Tablo 115: Başabaş Noktası Analizi 452
Tablo 116: Duyarlılık Analizi Sonuçları 453

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Kapadokya Bölgesi Balon Sayıları 138
Grafik 2: Yıllara Göre Balon Uçuş Sayısı 139
Grafik 3: 2011-2017 Yılları Arası Uçuş Gerçekleştiren Yolcu Sayısı 141
Grafik 4: Türkiye 2015 Yılı, Yıllara Göre 15-29 Yaş Grubundaki Genç İşsizlik Oranları (Yüzde) 157
Grafik 5: Nevşehir İli 2017 Yılı, Yıllara Göre Toplam Nüfus Sayısı(Kişi) 158
Grafik 6: 2010-2017 Yıllar İtibariyle Nevşehir İli Kayıtlı İşsiz Sayısı 162
Grafik 7: (2004-2011) Yılları Ortalamasına Göre Şaraplık Üzüm Üretiminde İllerin Payları 191

2. GİRİŞ

Turizm, seyahat ve konaklama faaliyetlerinin kökeni uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. Önceleri daha çok ticaret ve keşif amaçlı gerçekleştirilen seyahatler günümüzde tatil, sağlık, dini, ticari, eğitim vb. amaçlı olarak yapılmaktadır.

Kapadokya bölgesi, doğa ve tarihin dünyada en güzel bütünleştiği yerdir. Coğrafik olaylar peribacalarını oluştururken, tarihi süreçte insanlar da bu peribacalarının içlerine evler ve kiliseler yapmış, bunları fresklerle süsleyerek, binlerce yıllık yaşlı medeniyetlerin izlerini günümüze taşımıştır.

Kapadokya'da başta kültür ve inanç olmak üzere çok çeşitli turizm ürünleri sunulabilmektedir. Kültür turizmi 1960'lı yıllarından bu yana hep önde planda olmuş ve önemli oranda talep oluşturmuştur. 2000'li yıllardan sonra bölgeye olan talep artmıştır.

Bugünkü Kapadokya Bölgesi Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerinin kapladığı alandır. Daha dar bir alan olan kayalık Kapadokya Bölgesi ise Uçhisar, Ürgüp, Avanos, Göreme, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinden ibarettir. Dünya'nın en önemli kültür turizmi destinasyonlarından biridir.

Bu raporun amacı; alternatif turizm faaliyetlerine yönelik Kapadokya Bölgesi-Nevşehir ili, Mustafapaşa'da yapılabilecek turizm yatırımları ve faaliyetlerini değerlendirmektir. Dünyadaki turizm faaliyetleri değişen sosyal, ekonomik ve politik koşullarla paralel olarak şekillenmektedir. Aynı şekilde turistlerin de zamanla konaklama şekilleri değişmiş aynı zamanda gittikleri destinasyonlar da değişiklik göstermiştir. Son yıllarda turistik faaliyetlerin çeşitlenerek artması ile turistik yerlerin nicelik ve niteliklerinde önemli artışlar görülmektedir.

Türkiye ve Kapadokya bölgesi tarihi zenginlikleri ve doğal güzellikler bakımından Dünya'nın önde gelen destinasyonları arasındadır. Bölgenin iklim, bitki ve yer şekillerine sahip olması turizm potansiyelini artırmaktadır.

Projenin kapsamı; Kapadokya bölge turizmine ivme kazandıracak ve yöresel gelişmeyi tetikleyecek olan Mustafapaşa Manastır vadisi projesi fizibilitesi önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında sadece Mustafapaşa için düzenleme olmayıp, Manastır vadisi içinde yatırım ve turizm çeşitliliğini de içermektedir. Bu kapsamda özellikle;

Manastır Vadisinde bulunan Aya Nikola, Aziz Tefanos, Aziz Teologos, Aya Varvara ve Aziz Yuannis Prodromos kiliselerinin mevcut durumlarının tespiti, restorasyonları ve inanç turizmi noktasındaki turizme katkıları konusunda rapor hazırlanması.

Bölgedeki ipek böceği yetiştiriciliğinin ve halıcılık sektörünün geçmişi, mevcut potansiyeli ve pazar durumunun tespiti, turizm sektöründeki durumu ve etkilerinin raporlanması. Bu kapsamda istihdam edilebilecek kişi sayısı tespiti ve raporlanması.

Sıcak hava balonu sabit kalkış alanı tespiti, uygulama ve potansiyel faaliyeti konusunda rapor hazırlanması. Bölgede aktif halde uçan sıcak hava balon firmalarının bölge turizmine katkıları ve sabit balon kalkış alanı uygulaması ile etkileşimi ve sonuçlarının raporlanması.

Alanda işsiz kadınlar ve gençlerin el sanatları, yöresel ve hediyelik eşya üretimi ve pazarlamaları amacıyla yapılacak iş merkezine yönelik rapor hazırlanması.

Ağırlıklı olarak yöresel yemeklerin ikram edileceği restoran alanının önemi ve gastronomi turizmin bölge turizmindeki önemine yönelik rapor hazırlanması.

Amfi tiyatro alanında yapılacak etkinliklerin tanıtım ve turizm noktasında bölgeye katkılarının belirlenmesi ve raporlanması.

Kapadokya atlar ülkesinde spor turizminde önemli yere sahip atlı turizmin geliştirilmesi, at çiftliği ve manej yapımı için yer tespitinin yapılması, at binme güzergâhının hazırlanması ve raporlanması.

Yöresel tarım ürünlerinin değerlendirileceği bir kafeterya kurulması amacıyla yer tespitinin yapılması ve işletme modeli konusunda rapor hazırlanması.

Bölge içerisinde seyir terasları, fotoğraf çekme noktaları ve rehberlerin bilgi vereceği alanların belirlenmesi ve rapor hazırlanması.

Alan içerisinde bulunan yer altı şehri, kaya oyma mekânlar, kaya mezarlar, sarnıçlar, güvercinlikler, Kapadokya bölgesinin eski yaşantısını anlatan bu mekanların turizme etkisinin raporlanması ve mekanların turizme kazandırılması.

Mini Kapadokya'nın düzenleneceği Manastır Vadisinde yapılacak çalışmalar sonucunda oluşacak yürüyüş ve gezi güzergâhının belirlenerek taslak haritasının hazırlanması ve yapılan bütün çalışmaların bir bütün olarak sunulacağı bir fizibilite raporunun düzenlenmesi kapsam içerisinde yer almaktadır.

Projenin organizasyonu; KAP-HİB tarafından organize edilmiş olan proje, Nevşehir Valiliği için önem taşımaktadır. KAP-HİB Kapadokya Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliğidir. Merkezi Nevşehirde'dir. Birlik üyeleri, Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişme bölgesi ve Kozaklı Termal Turizm Merkezi sınırları içinde kalan İl Özel İdaresi ile Belediye ve köylerdir. KAP-HİB'in amacı; Kapadokya Kültür, Turizm Koruma ve Geliştirme Alanını ve Nevşehir Kozaklı Termal Turizm Merkezini bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtımı, turizmin çeşitlendirilmesi, konaklama süresinin artırılması, turizmin niteliğinin arttırılması ve kültür ve turizme ilişkin sosyal, teknik alt yapının gerçekleştirilmesi ve işletmesini sağlamaktır. Proje fizibilite finansmanını Ahiler Kalkınma Ajansı sağlamaktadır. 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu hükümleri çerçevesinde Europa Danışmanlık firmasının ihaleyi kazanması sonucu, 7 kişilik bir ekiple fizibilite raporu hazırlanmıştır.

Projenin yöntemi; Proje fizibilite projesidir. Fizibilite çalışmaları, bir iş fikrinin, yatırımın, değerlendirildiği yazılı bir yaklaşımdır. Fizibilite sonucuna göre; yatırımın yapılıp yapılamayacağı, karar vermeye yardımcı fikirler ve fikirleri uygulamaya geçirmek için alternatif yaklaşımlar ve çözümler geliştirilmektedir.

Turizm sektörü diğer sektörlerden oldukça farklılıklar göstermektedir. Turizm yatırımlarının özelliklerinin başlıcaları arasında; diğer sektörlerden çok fazla sabit sermayeye ihtiyaç duymaları, turizm işletmelerinin hizmet üretip, satmaları ve her yeni işletme yeni istihdam olanağı sağlaması gelmektedir. Turizm yatırımların alt ve üst yapıya bağımlılıkları fazladır. Alt yapı yetersizliği talep eksikliğine yol açabilmektedir (Tunç ve Saç, 1998:74).

Mevcut ve gelecekteki turizm talebinin bir bölümünü karşılamak üzere, girişimci ve toplum yararına, ekonomik ilkelere uygun olarak hazırlanmış ve formüle edilmiş, ekonomiye turizm ile ilgili mal ve hizmet arz etmek amacı taşıyan projelere "Turizm yatırım projesi" denmektedir. İşte bu noktada bir turizm yatırım fizibilitesi diğer projelerden farklılıklar arz etmektedir.

Turizm yatırım projesi; mevcut turizm potansiyelini değerlendirmek, yerli ve yabancı turist talebini karşılamak, yeni istihdam olanakları yaratmak, döviz girdisi sağlayarak ulusal kalkınmaya yardımcı olmak, ticari karlılık elde etmek gibi amaçlardan birçoğunu gerçekleştirmek üzere turizm konaklama veya diğer turizm ünitelerinin kurulup işletilmesi, mal ve hizmet üretilip satılmasına yönelik proje çalışmalarının tümüdür (Kahraman, 1986: 7-8).

Bulgular özetle; Mustafapaşa Manastır vadisinin turizm için fizibil olduğu, yapılacak yeni yatırımların bölgeye katkı sağlayabileceği, gelir ve istihdam etkisi düşünüldüğünde önümüzdeki yıllarda yöreyi geliştirebileceği görülmektedir.

Sonuç ve öneriler; Proje içerisinde tek tek maliyetlenen ve muhtemel etkileri beklenen bölge turizmine ivme kazandıracak olan Mini Kapadokya projesinin sağlanacak kaynak ile hayata geçirilmesi beklenmektedir. Mini Kapadokya projesi hem yöresel, hem de bölgesel bir projedir. Ayrıca Türkiye turizmine de doğrudan ve dolaylı katkı sağlayacaktır. Uluslararası tanıtım ve pazarlama stratejileri ile projenin sürdürebilirliği sağlanacak ve gelecek on yıllarda yörenin doğal ve sofistike yapısının bozulmadan koruma altına alınarak devam etmesi sağlanacaktır.

3. PROJENİN TANIMI ve KAPSAMI

3.1. Projenin adı, amacı, türü,

Projenin adı: Mini Kapadokya Projesi

Projenin amacı: Kapadokya-Mustafapaşa Manastır vadisinin sahip olduğu turizm potansiyelini hak ettiği noktaya getirebilmek için, turizm sektörü kapsamında maksimum düzeyde değerlendirilmesidir. Kapadokya Bölgesini yıllık 3,5 milyon turist ziyaret etmekte, bölgede 3 gün kalmaktadır. Bu ziyaretler belirli güzergâhlarda yoğunlaşmaktadır. Bu durum belirli noktalarda yığılmalara neden olmaktadır. Bu tür yığılmaların önüne geçilmesi ve sahip olunan zenginliklerin tamamının turistlere tanıtılması amacıyla Mini Kapadokya adlı bir destinasyon merkezi oluşturulması planlanmaktadır. Mini Kapadokya ile ziyaretçilere bölgeye özgün bütün unsurların bir arada sunulması hedeflenmektedir. Mini Kapadokya merkezinin kurgulanması, yıllık ziyaretçi sayısının belirlenmesi, bölge turizmine kazandıracağı ivme, alt sektörlere sağlayacağı katkı, sektöre sağlayacağı ekonomik katkının belirlenmesi, bunlara ilişkin veri toplanması, analiz çalışmaları, benzer uygulamaların incelenmesi ve paydaş görüşlerinin toplanarak değerlendirilmesini kapsayan bir fizibilite hazırlanması amaçlanmaktadır.

Projenin türü: Proje fizibilite projesidir. Fizibilite çalışmaları, bir iş fikrinin, yatırımın, değerlendirildiği yazılı bir yaklaşımdır. Fizibilite sonucuna göre; yatırımın yapılıp yapılamayacağı, karar vermeye yardımcı fikirler ve fikirleri uygulamaya geçirmek için alternatif yaklaşımlar ve çözümler geliştirilmektedir. Fizibilite içerisinde talep tahminleri, istatistiksel veriler ve birçok matematiksel ve ekonometrik modellemeler kullanılmış, haritalama yapılmıştır.

3.2. Teknik içeriği, bileşenleri, büyüklüğü, Sabit Yatırım Tutarı ve İşletme Sermayesi İhtiyacı, uygulama süresi,

Teknik içerik: Yatırımın konusu Mustafapaşa Mini Kapadokya'da Manastır Vadisini düzenlemek. Mini Kapadokya'nın fizibilitesi ve haritasını hazırlamak.

Bileşenleri: Yöresel ürün ve restoran kapsamında gastronomi turizmi geliştirilmesi, inanç ve kültür turizm kapsamında kiliselerin restorasyonu ve turizme kazandırılması, alanda ipek böcekçiliği ve halıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesi, amfi tiyatroda etkinlik turizmi gerçekleştirilmek, kadınların ve gençlerin el sanatları, yöresel ve hediyelik eşya pazarlaması, at çiftliği kurulması ve spor turizminin geliştirilmesi, sıcak hava balonu kurmak ve işletmek, foto safari düzenlemek, yeraltı şehri, güvercinlikler ve sarnıçların turizme kazandırılması, seyir terasları düzenlemeleri.

Büyüklüğü: Yaklaşık 170.000 m^2 alana sahip olan Mini Kapadokya için toplam yatırım tutarının 29.339.469,40 TL olacağı öngörülmüştür.

Sabit Yatırım Tutarı: 27.623.963,17 TL

İşletme Sermayesi İhtiyacı: 1.715.506,22 TL

Yatırımın yeri: Yatırımın yapılacağı yer Mustafapaşa Manastır vadisidir.

Uygulama süresi: 3 ay mühendislik projelerinin hazırlanması, inşaat süresi 21 ay, toplam 24 ay.

3.3. Uygulama yeri veya alanı

3.3.1. Kapadokya Bölgesi

Kapadokya Bölgesi, Erciyes ve Hasan Dağları'nın yanması sonucu lavların oluşturduğu Nevşehir, Kayseri, Niğde, Aksaray ve Kırşehir illeri arasında kalan coğrafyayı temsil etmektedir. Buna karşılık "Çekirdek Kapadokya" olarak adlandırılan bölge ise özellikle turizm açısından en çok rağbet gören yerler olan Uçhisar, Göreme, Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı ve Ihlara'yı kapsayan alandır. Bazı tarihçiler birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan topraklara adını veren "Kapadokya" teriminin önce Medler ve daha sonra Persler Dönemi'nde kullanılan "Katpatuka" (güzel atlar diyarı) sözcüğünden türediğini savunurken bazıları Kızılırmak nehrinin bir kolu olan Kapadoks'tan (Cappadox, Delice Çayı) türediğini savunmaktadır (Erdal, 2018:39).

Şekil 1: Kapadokya Bölge Haritası

Kaynak: http://www.kapadokya1.com Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.1.1.Coğrafi Özellikler

Kapadokya Bölgesi'nin fiziki yapısını tektonik, volkanik hareketler ve atmosfer koşulları belirlemiştir. Bölgedeki oluşum günümüzde de devam etmektedir. Kapadokya bölgesinde bulunan en önemli volkanik dağlar kuzeydoğu-güneybatı yönünde sıralanan Erciyes Dağı, Develi Dağı, Melendiz Dağı, Keçiboydoran Dağı ve Hasan Dağı'dır. Volkanik dağların üst miyosen çağda patlamalarıyla Kapadokya yöresinin jeolojisi oluşmuştur. Çevreye yayılan lav ve tüfler yüksek platoları meydana getirmiştir. Dağ eteklerindeki platolar bazalt katmanıyla kaplanmıştır. Akarsu, göl ve sel sularının platolar üzerindeki tüf tabakalarını aşındırmasıyla peribacaları meydana gelmiştir. Bazalt katmanının alt kısımlarda aşınıp, üst kısımlarda aşınmadan korunmasıyla konik, şapkalı, mantar biçimli peribacaları oluşmuştur. Gövdesi

volkanik tüften, üst kısmı ignimbirit, bazalt gibi sert kayadan oluşmuştur. Kapadokya yöresinin karakterini oluşturan peribacalarının boyutları vadilerden aşağıya doğru yükseklikle birlikte artmaktadır. Bölgedeki diğer bir oluşumda kırgıbayırlardır. Sel sularının volkanik tüfler üzerinde yarattığı çizgisel yarıklar ile şekillenmişlerdir.

Şekil 2: Peribacaları Oluşumu

Kapadokya yöresinin topoğrafyasını; bölgenin kuzeybatısında bulunan volkanik olmayan yükseltiler, güneybatısındaki Tuz Gölü çöküntüsü, Aksaray'ın batısındaki alüvyon ovası, güneydoğusundaki volkanik yükseltiler ve Tuz Gölü havzasının doğusundan Kızılırmak nehrine giden volkanik tüf tabakasıyla örtülü platolar oluşturmuştur.

Kapadokya Bölgesi'nde karasal iklim hakimdir. Mevsimler arası sıcaklık farkı fazla olup, bitki örtüsü zayıftır. Bölgenin topoğrafik yapısına bağlı olarak mikroklimatik havzalara rastlanmaktadır. Bölgedeki yağışların az olması nedeniyle ormanlık alanlar oluşamamıştır Bölgede bozkır bitki örtüsü yaygındır. Volkanik dağların vadi yamaçlarında toprak verimlidir. Topoğrafik arazi eğiminin uygun olduğu yerlerde meyve-sebze üretimi yapılmaktadır (Çiftçi, 2017:4-5).

3.3.1.2.Tarihi

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan Kapadokya Bölgesi'nde bulunan ilk yerleşim kalıntıları, bölge tarihinin Neolitik Dönem 'de başladığını gösterse de bölgede ilk insanoğlu, Paleolitik Dönem'de varlığını sürdürmüştür. Bu döneme ait izler volkanik patlamalar sonucu bölgenin yaşanılmaz hale gelmesi sonucu yok olmuş ve daha sonra müsait koşulların oluşmasıyla bölgede tekrar yerleşim hareketleri başlamıştır. Çatalhöyük'te 1958 yılında J. Melleart tarafından yapılan kazılar sonucu bölgedeki ilk yerleşim yerinin M.Ö. 8000 ve 7000 yıllarına dayandığı belirlenmiştir. Neolitik çağdan medeniyetler dönemine geçildiğinde Kapadokya Bölgesi'nin coğrafi yapısı ve konumundan dolayı birçok ulus, bölgeyi yönetmeye

çalışmıştır. M.S. 1. yüzyılda misyonerlik faaliyetleri aracılığıyla bölgeye kiliseler ve manastırlar yapılmış ve Roma İmparatorluğu ile Bizans İmparatorluğu Dönemlerinde bölgede Hristiyanlık yayılmıştır. 1071 Malazgirt zaferinden sonra Türklerin bölgeye yerleşmesiyle Zorropassos; Gülşehir, Pirekopion; Ürgüp, Melekopion; Derinkuyu, Datdata; Acıgöl ve Venessa ise Avanos olarak değişmiştir. 1243-1340 Moğol hâkimiyeti döneminde Hacı Bektaşi Veli önderliğinde kurulan Anadolu Türk Birliği, Bizans Dönemi'nde inşa edilen manastırların Türkleri Hristiyanlaştırmasına karşı mücadele ettiği bilinmektedir. Çok sayıda kilise ve manastırın yer aldığı bölge, Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Dönemi'yle birlikte han ve kervansaraylarla tanışmıştır. 1973 tarihinde Bakanlar Kurulu kararı ile Kapadokya Bölgesi "Turistik Gelişmede Öncelikli Bölge" ilan edilerek coğrafi sınırları belirlenmiştir. Kuzeyinde Avanos, güneydoğusunda Ürgüp, güneyinde Ortahisar Kasabası ve batısında Uçhisar Kasabası'nın yer aldığı 9576 hektarlık alana sahip "Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Sit Alanları", sahip olduğu doğal güzellikleri ve oluşumlarıyla 25 Kasım 1986'da Dünya Miras Alanlarından biri ilan edilmiştir (Erdal,2018:41-42).

3.3.1.3.Kapadokya ve Turizm

Bir bölgenin turizm faaliyetleri açısından cezbedici olabilmesi için doğal güzelliklere, insan yapımı sıra dışı yapılara, sosyokültürel değerlere ve çeşitli faaliyetlere sahip olması gerekmektedir. Anadolu topraklarını doğu-batı ve güney-kuzey yönlerinde kesen, en kısa yolların Kapadokya Bölgesi'nden geçmesi, birçok medeniyetin bölgeyi farklı nedenlerle ziyaret etmesine neden olmuştur. Neolitik dönemden beri yerleşim yeri olarak kullanılan Kapadokya Bölgesi'nde hüküm sürmüş medeniyetlerin bıraktığı tarihi birikimler ile bölgenin doğal güzellikleri ve jeolojik yapısının birleşmesi bölgeyi evrensel açıdan turizm merkezi haline getirmiştir.

Şekil 3: Kapadokya'dan Bir Görüntü
Kaynak: ***www.travelandleisure.com*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019.***

Turizm sektörü için önemli bir değer olan Dünya Miras Alanları, doğal ve kültürel değerlerinin "Dünya Miras Konvansiyonu" tarafından korunduğu alanlardır. Her yıl farklı ülkelerden milyonlarca turistin ziyaret ettiği bu alanlar, bulundukları ülkenin ekonomisine katkı sağlamaktadır. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü verilerine göre UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) tarafından oluşturulan Dünya Mirası Listesi'nde Türkiye'den 17 kültür ve tabiat varlığı yer almaktadır. Pamukkale ile Göreme Milli Parkı ve Kapadokya hem kültürel hem doğal miras alanı olarak bu listeye dâhil edilmiştir. Kapadokya, coğrafi konumu itibariyle Nevşehir, Kayseri, Niğde, Aksaray ve Kırşehir illeri arasındaki bölgeyi temsil etmesine karşın turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun Nevşehir ilinde gerçekleşmesi bölgeyi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Marka Kültür Turizm Kenti" ilan edilen Nevşehir ili ile özdeşleştirmiştir. 121 arkeolojik sit alanı, 15 kentsel sit alanı, 12 karma sit alanı ve 1302 kültür varlığı ile Nevşehir ili yılda üç milyona yakın turistin ziyaret ettiği ve Türkiye'de il bazında en çok geceleme gerçekleşen şehirlerden biridir. Bölgede öne çıkan turizm çeşitleri; doğa ve kültür, balon, termal ve sağlık, inanç, kongre turizmi, el sanatları, binicilik ve şarapçılıktır (Erdal, 2018:42-43).

Tablo 1: Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapıları Sayısı (1967)

Yerleşim Bölgesi	Belediye Belgeli(Adet)	Turizm Belgeli(Adet)	Lokantası Bulunanlar(Adet)	Umumi Banyosu Bulunanlar(Adet)
Nevşehir(Merkez)	5		1	1
Avanos	1			
Ürgüp	8	1	2	5
Kozaklı	3		1	1
Gülşehir	1			
Ortahisar	1			1
Derinkuyu	1			
Hacıbektaş	1			1
Toplam	21	1	4	9

Kaynak: Erdal, T.,(2018). Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapılarının Kullanıcı Performans Değerlendirmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Yukarıdaki tabloya göre bölgedeki turizm modern anlamda 1950'li yıllarda ilk kâşif olarak adlandırılabilecek turistlerin bölgeyi ziyaretiyle başlamış ve yabancı ziyaretçi sayısı 1960'larda artmıştır. Yoğun kültürel ve doğal mirasa sahip Kapadokya Bölgesi'ndeki turist profilinin çoğunluğunu 1950-1965 yılları arasında yerli turistler oluşturmaktadır. 1964 yılında bölgeyi toplam 29.609 turist ziyaret ederken bunların %58'ini yerli turistler oluşturmaktadır. 8 tanesi Ürgüp İlçesi, 5 tanesi Nevşehir il merkezi, 3 tanesi Kozaklı İlçesi ve 5 tanesi çeşitli kasabalarda yer alan konaklama yapıları içerisinde turizm işletme belgeli tek otel Ürgüp'te yer alan Tusan Otel'dir. O yıllarda; 22 konaklama yapısı içerisinde yiyecek içecek hizmeti veren 4 yapı ve umumi banyosu bulunan 9 yapı mevcuttu (Erdal,2018:48).

Tablo 2: Kapadokya Bölgesinde Yer Alan Tesis Sayıları ve Kapasiteleri

	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis(Adet)	Oda(Adet)	Yatak(Adet)	Tesis(Adet)	Oda(Adet)	Yatak(Adet)
Aksaray	1	12	24	16	790	1 592
Kayseri	5	384	797	21	1 749	3 523
Kırşehir	-	-	-	5	478	989
Nevşehir	13	900	1 784	101	5 299	11 201
Niğde	2	406	1 001	6	364	731
Toplam	21	1 702	3 606	149	8 680	18 036

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda 2018 yılı itibari ile Kapadokya Bölgesinde bulunan turizm yatırım belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerin sayıları, oda sayıları ve yatak kapasiteleri verilmiştir. Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 21 adet, oda sayısı 1.702 adet, yatak sayısı 3.606 adet, turizm işletme belgeli tesis sayısı 149 adet, oda sayısı 8.680 adet, yatak sayısı ise 18.036 adettir.

3.3.2. Nevşehir İli Hakkında Genel Bilgi

3.3.2.1. Tarihi

İlk yerleşme izleri M.Ö. 3000 yıllarına ait olup Hitit egemenliğine kadar geçen çağlarda yörede küçük, bağımsız, yerli topluluklar oluşturmuşlardır. Nevşehir, Asurlular çağında Katpatuka, klasik çağlarda Kapadokya diye adlandırılan bölge (Kayseri-Niğde-Aksaray üçgeni) içinde yer alıyordu. İlk çağlardan beri bilinen en eski adı Nissa (Nyssa)'dır. Nissa'nın Romalıların, İranlıların, VII. Yy. da Arapların ve Alparslan'ın Malazgirt Zaferi'nden sonra da Türklerin eline geçtiği bilinmektedir. Nissa sonradan bugünkü Nevşehir'in bulunduğu yere nakledilmiş ve adı da Muşkara olarak değiştirilmiştir. Gerek Küçük Asya ulaşımındaki yol üstü konumu, gerekse verimli toprakları dolayısıyla tarih öncesi ve tarih çağlarında yerleşme yeri olan Nevşehir bölgesi, yakınında bulunan kaya kiliseleri, gelişmiş bağcılık ve şarapçılığa rağmen uzun süre, köylerden oluşan bir yöre olarak kalmıştır. Selçuklu, Danişmentli, Moğol, Eretna, Karamanlı, Dulkadirli dönemlerini Kayseri ve Niğde'ye göre oldukça sönük yaşayan bölge, Yavuz Sultan Selim döneminde (1515) Osmanlı topraklarına katılır. Nevşehir'in kimler tarafından ve hangi tarihte kurulduğu kesin olarak bilinmiyor. Fakat; Nevşehir, Osmanlılar devrinde yeni baştan ve hemen hemen bütün eserleriyle Nevşehirli Damat İbrahim Paşa tarafından kurulmuş ve kuranın adına kıyasla da Nevşehir adını almıştır. 1071'de Malazgirt Savaşı'nın Türkler tarafından kazanılması ile Anadolu kapıları Türklere açılmış ve Nevşehir dolayları bu tarihte Türklerin eline geçmiştir. Nevşehir, Selçuklular zamanında önem kazanmamış, onun gerçek adı ancak Osmanlılar zamanında, 23. padişah olan III. Ahmet zamanında ortaya çıkmıştır. III. Ahmet'in damadı ve o zamanın sadrazamı Damat İbrahim Paşa, Nevşehirliydi. Kendisi sadrazam ve padişahın da damadı olunca doğduğu beldeyi hatırladı. Bu

kıyıda kalmış, unutulmuş eski kasabayı yeniden ele aldı ve çok güzel Türk eserleriyle süsledi. Şehre de kendi adını verdi. İbrahim Paşa'nın şehre en büyük iyiliği ve yardımı, imar plânının devam ettirilmesini sağlamak için zengin vakıflar bırakması olmuştur. Böylelikle onun zamanında yapılan eserler ayakta kalabilmiş ve devamlı onarılmışlardır. Damat İbrahim Paşa, Nevşehir'i kültür ve eğitim açısından bir İslâmlık merkezi haline getirdi. Aşıklı Dağı'ndan kasabaya kadar su kanalı projesi gerçekleştirdi. Bir medrese, hastane ve kervansaray yaptırdı. Damat İbrahim Paşa zamanında Nevşehir'in nüfusu 17.000 idi. 1730'da Damat İbrahim Paşa'nın öldürülmesiyle Nevşehir eski önemini yitirdi. 1870'de sancak haline getirilen Kırşehir'in, 1902'de Ankara iline bağlı olan beş sancaktan birinin bucağı oldu. Niğde Mutasarrıflığı içinde yer alan Nevşehir, Cumhuriyet Devri'nde Niğde'nin il olması ile buraya bağlandı. 20 Temmuz 1954 tarihine kadar Niğde iline bağlı bir kaza olan Nevşehir, bu tarihte il olmuştur. Nevşehir, Orta Kızılırmak'a dökülen Güvercinlik Dağı'ndan çıkan ufak bir çayın üzerindedir ve genişçe bir düzlük ortasında yükselen Kahveci Dağı'nın yamacında kurulmuştur (Atila, 2009:23-24).

Şekil 4: Nevşehir'den Bir Görüntü

Kaynak: www.emlakkulisi.com Erişim Tarihi : 18.01.2019.

3.3.2.2. Coğrafi Özellikleri

Nevşehir, Orta Anadolu Bölgesi'nin Kızılırmak vadisinde kurulmuş, 38- 39° enlemleri, 34-35° boylamları arasında bulunmaktadır. Doğusu Kayseri, batısı Niğde (Aksaray), güneyi Niğde, kuzeyi Yozgat ve Kırşehir illeri ile çevrilmiş, hemen hemen İç Anadolu yöresinin çanak çukuru içerisindedir. Denizden yüksekliği 1150 metredir. Nevşehir ili genel olarak az engebeli bir bölgedir. İl topraklarının genel görünüşü yüksek yayla karakterindedir ve bir İç Anadolu yaylasıdır. İl toprakları içinde önemli yüksekliklere rastlanmaz. Nevşehir, aslında Niğde ve Kayseri topraklarında yükselen önemli dağların siperi içine girer. Nevşehir; Erciyes, Hasan

Dağı ve Melendiz Dağları arasındaki volkanik bir saha içerisinde yer alır. Bu saha Kızılırmak Platosu ve Kızılırmak'ın güney ve kuzeyinde devam eder. Yöre arazisi eski zamanlarda Erciyes, Melendiz ve Hasandağı'ndan püsküren tüflerden oluşmuştur. Tüf; kül, yanardağ çakılı ve çamurdan meydana gelen ve hava ile karşılaşınca sertleşen yumuşak taş oluşumudur. Tabakalar halinde de oluşabilmektedir. Bu tüf formasyonu, yanardağların faaliyetlerinin kesilmesinden sonraki dönemlerde yağışların, yamaçlardan inen sellerin, rüzgâr, çöküntü vs. doğa etkenlerinin oyma ve aşındırmasına uğrayarak; bir başka deyişle tabiatın elleriyle kazınarak Kızılırmak Vadisi'ne doğru meyil alır biçimde erozyona uğramıştır. Bu vadiler zamanla gitgide genişleyerek yamaçları geriletmiş, gerileyen yamaçlar arkalarında erozyondan etkilenmeyen ve böylece aşınmaktan kurtulabilen değişik biçim ve yükseklikte kaya blokları bırakmışlardır. Bu haliyle bölge, jeoloji-doğa işbirliğinin ve coğrafi şartlarla yapısal özelliklerin bütünleşmesinin dünyadaki özgün örneklerinden birini oluşturmuştur.

İç Anadolu Bölgesi'nin stepler yöresinde Nevşehir ili yer alır. Bu stepler arasında çeşitli bitki türlerine rastlanır. Stepler genellikle ilkbaharda açan kır çiçekleri ve kısa ömürlü efemer adlı otlarla kaplıdır. Buralarda ormanlara ancak dağ yamaçlarında rastlanır. Küçük lekeler halindedir. Ayrıca meyve ağaçları ve üzüm bağları ilin büyük bir kısmını kaplar. Nevşehir ve yöresi karasal iklim bölgesi içerisine girmektedir. Yazları sıcak ve kurak, kışları sert ve soğuk geçer. Yağmurlar daha çok ilkbahar ve sonbaharda yağar. Soğuk ve karlı mevsim güz sonundan mart ayının ortalarına kadar sürer. En sıcak ay ağustos, en soğuk ay ocak ayıdır. Karasal olan bu iklimde yaz ve kış mevsimleri arasında önemli sıcaklık farkları görülür. Bölgeye kuzey yönlü rüzgârlar hâkimdir. Nevşehir ve çevresinde hâkim rüzgâr, poyraz ve lodostur (Atila, 2009:25-27).

3.3.2.3. Nevşehir'de Turizm

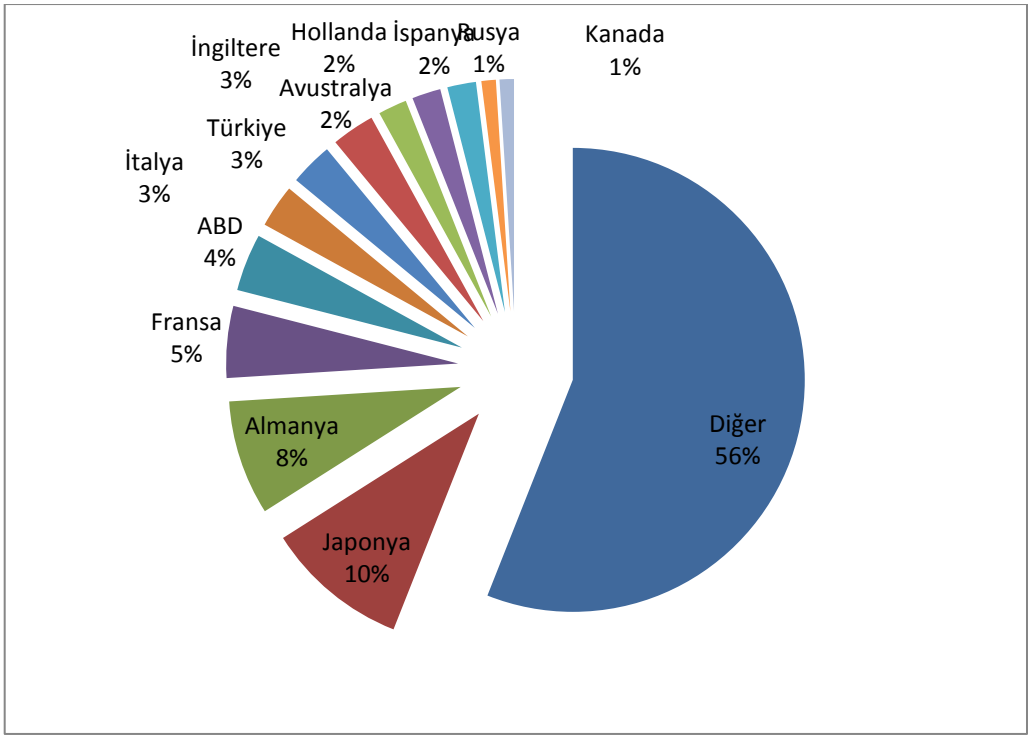
Nevşehir, İç Anadolu Bölgesi'nde Kayseri, Aksaray, Niğde Kırşehir illeri arasında kalan Kapadokya'nın merkezinde yer almaktadır. Ege, Akdeniz ve Karadeniz'deki turistik yörelerden farklı özelliklere sahiptir. Çok sayıda yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği Nevşehir'in en önemli üç özelliği doğa, tarih ve kültürdür. Doğal mağaralar, antik şehir harabeleri, eski kaleler, kayalara oyulmuş yer altı şehirleri, kaya kiliseleri, camiler, kervansaraylar, kütüphaneler, hamamlar ve eski kent dokusu turistlerin ilgi gösterdikleri yapıların başında gelmektedir. Ayrıca Avanos'taki çanak-çömlek ile yöredeki halı-kilim atölyeleri onyx (damarlı akik taş) işçiliği gibi yöresel el sanatları ürünleri de bölgeyi ziyaret eden turistlerin ilgisini çekmektedir. Nevşehir'i ziyaret eden turistlerin temel ziyaret amacı doğal, tarihi ve kültürel değeri olan yerleri ziyarettir. Yani Nevşehir'e daha ziyade doğa ve kültür turizmi amacıyla seyahatler gerçekleşmektedir. Nevşehir ve yöresi tarihi hazineleri ve turistik değerleri yönünden dünyada hiçbir ülkede olmayan bir zenginliğe sahiptir. Hitit, Bizans, Selçuk ve Osmanlı devirlerine ait kıymetli eserleri bünyesinde saklayan çok yönlü bir bölgedir (Atila, 2009:33).

Tablo 3: Yıllara Göre Nevşehir Gelen Turist Sayıları (Kişi)

2009	**1.277.700**
2010	1.872.777
2011	1.291.415
2012	1.198.667
2013	1.322.556
2014	1.657.389
2015	1.444.723
2016	955.066
2017	1.392.733

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr. *Erişim Tarihi:06.03.2019.*

Yukarıdaki tabloya göre Nevşehir'e gelen turist sayıları sürekli bir dalgalanma yaşamış bulunmaktadır. Sayıların bazı yıllarda arttığı gözlemlenirken, bazı yıllarda ise düştüğü görülmektedir. Ayrıca TUİK 2017 verilerine göre tesislere gelen toplam turist sayısı 608.598 iken, geceleme sayısı toplamda 1.040.244'dür.



Şekil 5: Kapadokya'yı Ziyaret Eden Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı (2014)

Kaynak: *https://tuik.gov.tr Erişim Tarihi: 12.03.2019*

Yukarıdaki grafiğe göre Kapadokya Bölgesini ziyaret eden turist profilinin ülkemizi ziyaret eden genel turist profilinden farklı olduğu görülmektedir. Sırasıyla bölgeye en çok Japonya, Almanya ve Fransa'dan turistlerin ziyaret gerçekleştirdiği görülmektedir. Üç ülkeyi takip eden diğer ülkeler ise; ABD, İtalya, Türkiye, İngiltere, Hollanda, Avustralya, İspanya, Rusya ve Kanada'dır.

Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği (KAPTİD) Başkanı Yakup Dinler'e göre ise; 2011 yılında başlayan Suriye savaşından dolayı Türkiye'ye ziyaret gerçekleştiren Japon turist sayısında azalma olmuştur. Çin'de 2018 yılının, Japonya ve Rusya'da 2019 yılının "Türkiye Turizm Yılı" ilan edilmesiyle birlikte Uzakdoğu ve Rus vatandaşlarının Kapadokya'ya gerçekleştireceği ziyaretlerde artış görüleceği düşünülmektedir. Sonuç olarak Suriye savaşıyla yaşanan ziyaretçi sayısındaki azalmadan doğan olumsuz etkilerin tolere edilebileceği ve toparlanma yaşanacağı öngörülmektedir(www.trthaber.com).

3.3.2.3.1. Nevşehir'in Turizm Paydaşları

Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerin korunmasında turizmin önemli katkısı vardır. Bu kaynakların değerleri artmakta ve milli gelire ekonomik bir katkı sağlayacak duruma gelebilmektedir. Bu anlamda ekonomik olarak geri kalan bölgeler; otel ve yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri ve sektörü doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren diğer işletmeler aracılığıyla turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik gelişmelerini destekleyebilmektedirler.

3.3.2.3.1.1. Otel İşletmeleri

Oteller, aslî fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir (http://www.resmigazete.gov.tr).

Türkiye'de otelcilik sektörünün modern anlamdaki ilk oteli, 1841 yılında Beyoğlu'nda açılan "Hotel d'Angletterre' dir." Avrupa'daki otellerle benzer standartta olduğu düşünülmektedir. 1892 yılında, Wagon Lits -120 odalı, 200 yataklı – misafirlerinin ağırlanması için Tepebaşı'nda Pera Palas ve Büyük Londra Oteli açılmıştır. 1914 yılına açılan Tokatlıyan Oteli ile diğerleri, o dönemde çok sayıda ticaret ve siyaset insanlarını ağırlayarak, Avrupa ve Ortadoğu'nun en lüks otelleri olarak tarihe geçmiştir. Park Otel ise, Cumhuriyet döneminde yerli tüccarlarına hizmet vermek amacıyla faaliyete geçmiştir.

Nevşehir'de, özellikle otelciler bölgenin sahip olduğu doğal turizm arzını, altyapı ve üstyapı hizmetleriyle destekleyerek, turizm sektöründe hizmet vermektedirler. Şehir genelinde konaklama işletmesi olarak faaliyet gösteren çok sayıda otel, butik otel, motel, pansiyon bulunmaktadır. Bölgedeki yıldızlı oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi bölgenin merkezi yerlerinde iken, küçük ölçekte ve yıldızsız oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi merkezlerin yanında daha küçük yerleşim yerleri olan Ortahisar, Göreme ilçelerindedir (Yılmaz, 2017:84-87).

Tablo 4: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017)

Yıllar	Bakanlık İşletme Belgeli Oteller(Adet)	Belediye Belgeli Oteller(Adet)	Bakanlık Yatırım Belgeli Oteller(Adet)	Toplam(Adet)
2009	41	204	13	258

2010	43	207	12	262
2011	46	227	10	283
2012	49	238	11	298
2013	55	242	20	317
2014	59	222	21	302
2015	66	317	26	409
2016	89	351	19	459
2017	90	350	15	455

Kaynak: http://www.nevsehir.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda yıllara göre değişen tesis sayıları verilmiştir. Buna göre Bakanlık işletme belgeli ve belediye belgeli otel sayısı yıllara göre artarken; Bakanlık yatırım belgeli otel sayısında ise yıllara göre inişli çıkışlı bir tablo gözlemlenmektedir.

Tablo 5: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları (2016-2018)

NEVŞEHİR'DE BULUNAN KONAKLAMA TESİS VE YATIRIMLARI İSTATİSTİĞİ						
YIL	BAKANLIKTAN TURİZM İŞLETMESİ VE KISMİ TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ		BAKANLIKTAN TURİZM YATIRIMI BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ		YEREL YÖNETİMLERDEN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ	
	TESİS SAYISI (Adet)	TESİS KAPASİTESİ (Yatak)	TESİS SAYISI (Adet)	TESİS KAPASİTESİ (Yatak)	TESİS SAYISI (Adet)	TESİS KAPASİTESİ (Yatak)
2016	89	8.796	19	4.225	346	14.418
2017	92	9.684	15	3.293	349	16.301
2018	98	11.025	14	1.785	355	14.189

Kaynak: : http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Bu tabloda ise işletme ve yatırım belgeli otellerin yıllara göre ayrıntılı yatak kapasitesini de içeren sayıları verilmiştir.

3.3.2.3.1.2. Müze ve Ören Yerleri

Müzeler geçmişe ilişkin her türlü bilgi, belge ve yapıtı saklamak, korumak, sergilemek ve tanıtmak amacıyla oluşturulmuş bilimsel kuruluşlar olmakla birlikte bu kuruluşlar ziyaretçilerini bilinçlendirmenin yanı sıra yapmış oldukları bilimsel çalışmalarla da evrensel kültürün önemli unsurları olarak dikkat çekmektedirler. İnsanlarda artan ilgi, merak ve boş zamanın yanında dünya üzerinde artan turizm aktiviteleri, gelişen iletişim ve ulaşım teknolojilerinin de yardımı müzelerin tek bir yapı içerisinde çok işlevli bir hal almasına yardımcı olmuştur (Sezer, 2010:44). Nevşehir'de yer alan bazı müze ve ören yerleri aşağıda yer almaktadır(www.muze.gov.tr).

3.3.2.3.1.2.1. Çavuşin Örenyeri (Çavuşin Kilisesi)

Göreme-Avanos yolu kenarında, Göreme'ye 2.5 km. uzaklıktadır. Tek nefli, beşik tonozlu, 3 apsisli olup narteksi yıkılmıştır. İmparator Nicephorus Phocas adına yapılan Çavuşin Kilisesi 964-965 yıllarına tarihlenmektedir. Kilisede işlenen konular diğer kaya kiliselerinde olduğu gibi İncil ve Hz. İsa'nın hayatından alınmıştır.

Şekil 6: **Çavuşin Kilisesi**

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.2.2. El Nazar Kilisesi

Göreme-Müze yolunun sağındaki vadide, yoldan yaklaşık 800m. uzaklıkta El Nazar vadisindedir. Bir peribacası içine oyulmuş El Nazar Kilisesi, 'T' planlı, haç kolları beşik tonozludur. Doğu kolunda mezarlar yer alır. Ana apsis haç kollarının birleştiği merkez mekâna açılır. Zeminin tamamı ve apsisin bir kısmı tahrip olmuştur. Sahneler kronolojik olarak birbirini

takip etmektedir. İki sanatçı tarafından arkaik stilde boyanan kilisede, İsa'nın çocukluğu, gençliği ve mucizeleri resmedilmiştir. El Nazar Kilisesi, 10. yüzyıla tarihlenmektedir.

Şekil 7: El Nazar Kilisesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.3. Gülşehir- St. Jean Kilisesi

Nevşehir'e 20 km. uzaklıkta, Kızılırmak'ın güney kenarında yer alan antik adı Zoropassos olan Gülşehir´in eski adı ise Arapsundur. Damat İbrahim Paşa'nın Nevşehir'e yaptığı imarı, bir başka Osmanlı Sadrazamı Karavezir Mehmet Seyyid Paşa da Gülşehir'e yapmış 30 haneli Gülşehir'i bir külliye ile donatmıştır. Külliye cami, medrese ve çesmeden oluşmaktadır. Açıksaray ören yeri Nevşehir-Gülşehir yolu üzerinde, Gülşehir'e 3 km uzaklıktaki Açıksaray örenyeri, tüf kayalar içine oyulmuş sayısız mekanları, Roma Dönemi kaya mezarları, 9. ve 10. yüzyıla tarihlenen kaya kiliseleri ile önemli bir piskoposluk merkeziydi. Halk arasında Hacı Bektaş Veli Mescidi olarak adlandırılan mekânın mihrabının günümüze kadar korunmuş bir İslami yapı olması açısından dikkat çekmektedir. Kareye yakın planlı mescidin batı kesiminde yüksekçe nişler yer almaktadır. Bu ören yerinde bulunan mantar biçimindeki peribacalarının benzeri yoktur.

Şekil 8: Gülşehir- St. Jean Kilisesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.4. Gülşehir Açık Saray Örenyeri

Gülşehir'e 3 km uzaklıktaki Açıksaray Harabeleri, tüf kayalar içine oyulmuş Roma Dönemi kaya mezarları, IX. ve X. yüzyıla ait kaya kiliseleri ile önemli bir piskoposluk merkezidir. Gülşehir'in simgesi olan mantarkaya oluşumları da bu bölgede bulunmaktadır. İlk çağlardan kalma çok katlı yeraltı şehirleri ve mağaralarla birlikte Boğalı Kilise, Manastır, Tavla (At Damı), Küçük Saray (Çok Katlı Yerleşim Alanı), Dört Sütunlu Manastır, Beşik Tonozlu Yapı, On iki Sütunlu Kilise ve Merdivenli Mesken mutlaka görülmesi gereken yerler arasındadır. Açıksaray Ören Yeri günümüzde daha çok trekking için tercih ediliyor. Ayrıca Çat Vadisi'ni de içine alan 7 km uzunluğundaki parkuru ile kültür ve spor merkezi konumundadır.

Şekil 9: Gülşehir Açık Saray Örenyeri

Kaynak: ***www.muze.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019.***

3.3.2.3.1.5. Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

Nevşehir İli, Hacıbektaş İlçesi Merkezinde bulunan ve Bakanlığımız mülkiyetinde olan Müze 1988 yılında ziyarete açılmış olup 2009 yılına kadar faaliyetini sürdürmüştür. Müzenin yeniden düzenlenmesine ihtiyaç duyulduğundan teşhir tanzim projeleri Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmıştır. Arkeoloji ve Etnografya seksiyonu olmak üzere kurgulanan Müze planı birbirine geçmeli üç ana bölümden oluşmaktadır. Girişte ziyaretçiyi bilgilendirmek amacıyla, Hacıbektaş ve yöresini anlatan belgesel/film sunulması planlanan tanıtım odasına yer verilmiştir. Girişten sonraki, ilk iki bölüm Arkeolojik eserlere ayrılmış ve bu bölümlerde, ağırlıklı olarak 1967-1976 yıllarında Prof.Dr. Kemal Balkan başkanlığında kazısı yapılan Suluca-Karahöyük kazısına ait eserler sergilenmiştir. Eski Tunç Çağından, Roma Dönemine değin kesintisiz iskân gören Suluca-Karahöyük'e ait tanıtım panolarıyla destekli, kronolojik sergilemenin yanı sıra bir plato üzerinde Höyüğün kesit/ canlandırma yapılması hususu projede öngörülmüş ve uygulamalara ait çalışmalar sürdürülmektedir. Arkeoloji Bölümü ile Etnografya Bölümü arasında, tanıtım panolarıyla destekli yöreye ait şehir sikkeleri koleksiyonun sergilenmesi planlanmıştır. Üçüncü bölümde Etnografik eserlerin yer aldığı salonda, yöreye ilişkin Osmanlı Dönemine ait halı ve kilim

sergilemesi, taş işçiliği kültürü ve bakır kap-kacak sergilemesi ile kadın ve erkeğe yönelik giysi ve aksesuarlar, tanıtım panolarıyla destekli olarak teşhir edilmesi kurgulanmıştır.

Şekil 10: Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.6. Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi

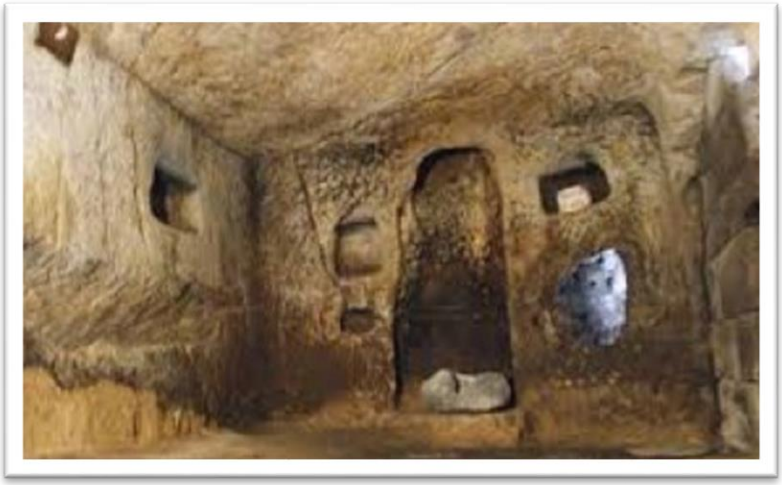
İlçe merkezinde bulunan evde, Gazi Mustafa Kemal Paşa "Sivas Kongresi" sonrasında Ankara'ya dönerken 22-23 Aralık 1919 tarihinde Hacıbektaş'a gelmiş ve söz konusu evde bir gece konaklamıştır. Atatürk Evi, 19. yüzyılda kerpiç arasına hatıl atılarak inşa edilmiş olup, kamulaştırılma işleminin ardından, 2001 yılı içinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeniden inşası sağlanarak müze olarak hizmete açılmıştır. Müzede etnografik eserler sergilenmektedir. Müze, pazartesi günü dışında her gün açık olup, ücretsiz olarak hizmet vermektedir.

Şekil 11: Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.7. Mazı Yer altı Şehri

Antik adı "Mataza" olan Mazı köyü, Ürgüp'ün 18 km. güneyinde, Kaymaklı yeraltı şehrinin ise 10 km. doğusundadır. Değişik yerlerde 4 girişi tespit edilebilmiştir; asıl girişi düzensiz taşlarla örülmüş koridor sağlamaktadır. Kısa koridordaki iri sürgü taşı, yeraltı şehrinin giriş çıkışını kontrol altına almaktadır. İç kısımdaki küçük oda, sürgü taşının rahat bir şekilde hareket etmesi için yapılmıştır. Yeraltı yerleşiminin geniş alanlarına yayılan ahırlar, diğerlerinden farksızdır. Ahırlardan kısa bir koridor vasıtasıyla yeraltı şehrinin kilisesine ulaşılmaktadır. Bu mekânın girişi sürgü taşı ile kapatılabilmektedir. Kilise apsisi, köşeye oyulmuştur ve cephesi kabartmalarla süslüdür.



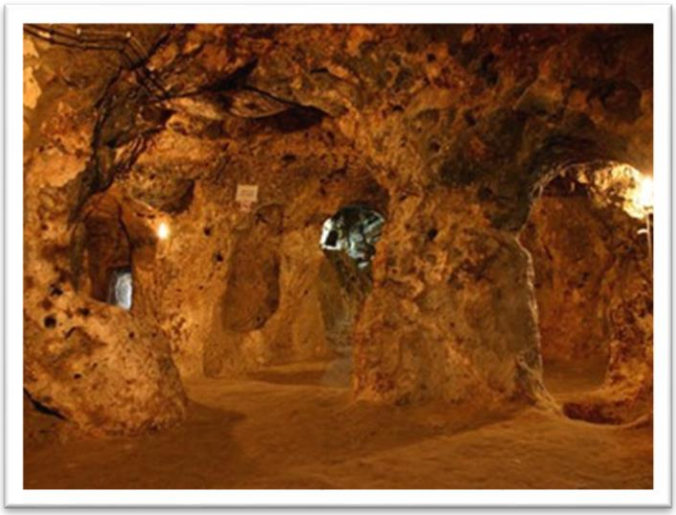
Şekil 12: Mazı Yeraltı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.8. Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri

Kayalara oyulmuş şehir, Kapadokya bölgesinin jeolojik oluşumu sayesinde inşa edilmiş sekiz katlı Derinkuyu Yeraltı Şehri, büyük bir topluluğu içinde barındıracak ve ihtiyaçlarını karşılayacak mekânlardan oluşmaktadır. Bölgede bulunan bir diğer örnek olan Kaymaklı Yeraltı Şehri'nden farklı olarak Derinkuyu'da bir misyonerler okulu, günah çıkartma yeri, vaftiz havuzu ve ilgi çekici bir kuyu da bulunmaktadır.

Derinkuyu'nun ilk yerlileri Asur kolonilerine kadar uzanmaktadır. II. yüzyılda Roma İmparatorluğu'nun zulmünden kaçan ilk Hıristiyanlar Antakya ve Kayseri üzerinden Kapadokya'ya gelerek buraya yerleşmişler. Bölgedeki yeraltı şehirlerini kuran ilk Hıristiyanlar, girişleri kolayca fark edilemeyecek şekilde yapılmış bu şehirlerde saklanarak Romalı askerlerin zulmünden kurtulabilmişler. Yeraltı şehirlerinde uzun süre dışarı çıkmadan yaşamak zorunda kalabilecekleri için erzak depoları, havalandırma bacaları, şarap imalathaneleri, kiliseler, manastırlar, su kuyuları, tuvaletler ve toplantı odaları yaparak alanlarını genişletmişler. Birbirine bağlı odalardan oluşan bu şehirlerde bazı odalar ancak bir insanın geçebileceği kadar dar tünellerle birbirine bağlanmaktadır. Tünellerin giriş çıkışlarında güvenlik nedeniyle tüneli kapatmak için kullanılan büyük taş silindirler vardır.



Şekil 13: Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri
Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.9. Nevşehir Göreme Örenyeri

Göreme Açıkhava Müzesi, M.S. IV. yüzyıldan XIII. yüzyıla kadar yoğun bir şekilde manastır hayatına ev sahipliği eden bir kaya yerleşim yeridir. Bir vadi oluşturan alanda, kaya blokların içinde kiliseler, şapeller, yemekhaneler ve oturma mekânları oyulmuştur. Göreme Vadisi, manastır eğitim sisteminin başlatıldığı yer olarak kabul edilmektedir. Aynı eğitim sistemi daha geç tarihlerde Soğanlı, Ihlara, Açıksaray'da da görülmüş. Kiliselerde Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde kullanılan geometrik süslemeler ortaya çıkarılan ilk boya katmanlarında görülebilirken, daha sonraki tarihlerde yapılan freskler İncil ve Hz. İsa'nın hayatından sahneleri betimlenmektedir. Göreme Açık Hava Müzesi'nde Kızlar ve Erkekler Manastırı, Aziz Basileus Kilisesi, Elmalı Kilise, Aziz Barbara Kilisesi, Yılanlı Kilise, Karanlık Kilise, Çarıklı Kilise ve Tokalı Kilise gezilebiliyor. Göreme Açıkhava Müzesi 6 Aralık 1985 tarihinden bu yana doğal ve kültürel varlık olarak UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'nde yer almaktadır.

Şekil 14: Nevşehir Göreme Ören Yeri
Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.10. Nevşehir Karanlık Kilise (Göreme)

Kuzeydeki kavisli bir merdivenden kilisenin dikdörtgen, beşik tonozlu narteksine çıkılır. Narteksin güneyinde bir mezar bulunmaktadır. Kilise haç planlı, haç kolları çapraz tonozlu, merkezi kubbeli, dört sütunlu, üç apsislidir.

Şekil 15: Nevşehir Karanlık Kilise

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.11. Nevşehir Kaymaklı Yeraltı Şehri

Kaymaklı'nın tarihi M.Ö. 3000 yılına kadar gitmektedir. Hititler Dönemi'nde yapılmış bu şehir sekiz katlıdır. Roma ve Bizans dönemlerinde diğer alanların da oyulmasıyla genişletilerek yeraltı şehrine dönüştürülen Kaymaklı, tüf kayalara oyulmuştur. Bir topluluğun geçici olarak yaşayabilmesi için gerekli barınma şartlarına uygun olan alanda, dar koridorlarla birbirlerine bağlanan oda ve salonlar, şarap depoları, su mahzenleri, mutfak ve erzak depoları, havalandırma bacaları, su kuyuları, kilise ve dışarıdan gelebilecek herhangi bir tehlikeyi önlemek için kapıyı içten kapatan büyük sürgü taşları yer almaktadır. Günümüzde Kaymaklı Yeraltı Şehri, ziyaretçilerini dört katı ışıklandırılmış olarak ağırlamaktadır.

Şekil 16: Kaymaklı Yeraltı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.12. Nevşehir Müzesi

Nevşehir'de müze kurulması 1967'de gerçekleşmiştir. Müzenin kurulması ile yıllar önce ihmal edilen ören yerlerinin çevre düzeni, kiliselerin restorasyon ve konservasyonu ile yer altı şehirlerinin temizlenmesi ve ışıklandırılması gündeme gelmiştir. Müze kurulma fikri, zamanın Merkez Kütüphane Müdürü Hamit Özalp tarafından ortaya atılmıştır. Özalp, 1963-1964 yıllarında çevreden topladığı tarihi eserleri kütüphanenin bir odasında muhafaza etmiştir. Özalp'ın çalışmaları sonuçsuz kalmamış, 1966 yılında Nevşehir' de bir müze açılması, Eski Eserler ve Müze Genel Müdürlüğü'nce kararlaştırılmıştır. Damat İbrahim Paşa Külliyesi'nin bir parçası olan Aşevi ve Sübyan Mektebi, müze olarak kullanılmak üzere restore edilmiştir. 1966 yılının sonlarında teşhir ve tanzim işleri bitirilerek 1967 yılında Damat İbrahim Paşa Arkeoloji ve Etnografya Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. 1987 yılında ise şimdiki Kültür Sitesi bünyesinde bulunan yerine taşınmıştır. Müzede arkeolojik ve etnografik olmak üzere iki teşhir salonu mevcuttur. Nevşehir Müzesi'nde 1997 yılı eser sayımına göre 2854 arkeolojik, 3210 adet etnografik, 6914 adet sikke, 2 tablet, 93 mühür ve mühür baskısı, 87 adet el yazması kitap olmak üzere toplam 13160 eser mevcuttur. Nevşehir İl sınırları içerisinde 2 adet askerî yapı, 69 adet dinsel ve kültürel yapı ve 287 adet sivil mimari olmak üzere toplam 358 adet tescilli yapı bulunmakta, ayrıca 33'ü arkeolojik, 3'ü kentsel, 4'ü tarihi, 8'i doğal olmak üzere toplam 48 sit alanı mevcuttur.

Şekil 17: Nevşehir Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.13. Nevşehir Özkonak Yeraltı Şehri

Avanos'a 14 km. uzaklıktaki Özkonak Kasabası'nda bulanan yer altı şehri, İdiş Dağı'nın kuzey yamaçlarında volkanik, granit bünyeli tüf tabakalarının oldukça kalın olduğu bir yerde

yapılmıştır. Yer altı şehri henüz tam olarak temizlenmemiş olup temizlendiği kadarıyla geniş alanlara yayılan galeriler birbirlerine tünellerle bağlanmıştır.

Şekil 18: Nevşehir Özkonak Yer altı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.14. Nevşehir Zelve-Paşabağlar Örenyeri

Üç vadiden oluşan Zelve örenyeri, Kapadokya bölgesinde peribacalarının en yoğun olduğu yer. Doğanın yarattığı güzelliklerden biri olan bu alan IX. ve XIII. yüzyıllarda Hıristiyanların önemli yerleşim ve dini merkezlerinden birisi oldu, papazlara verilen ilk dini seminerler bu yörede gerçekleşmiştir. Vadideki en önemli kiliseler olan Balıklı, Üzümlü ve Geyikli kiliseleri İkonoklastik dönem (728-842) öncesine tarihlenmektedir. Burada ayrıca Aziz Simeon adına yapılmış şapel ve birçok kaya mekânı bulunmaktadır. 1952 yılına kadar iskân edilmiş vadide manastırlar, kiliseler, yerleşim yerlerinin yanı sıra tünel, değirmen, cam gibi yapılar görülebilir.

Şekil 19: Zelve-Paşabağlar Ören Yeri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

3.3.2.3.1.15. Tatlarin Yeraltı Şehri

Nevşehir İli, Acıgöl İlçesi'ne 10 km. uzaklıktadır Tatlarin Kasabası'nın "Kale" olarak adlandırıldığı tepesinin yamacında yer alır. İki nefli, iki apsisli, beşik tonozlu olan kilisenin narteksi yıkılmıştır. Oldukça iyi korunmuş olan fresklerdeki sahneler bantlarla birbirinden ayrılmıştır. Zeminde koyu gri, tasvirlerde ise mor, hardal ve kırmızı renkler kullanılmıştır. 1991 yılında ziyarete açılan yeraltı şehri ise, mekânlarının büyüklüğü, erzak depolarının sayısının ve kiliselerin çokluğu nedeniyle askeri garnizon ya da manastır kompleksini akla getirir. Yeraltı şehri oldukça geniş alanlara yayılmış, ancak küçük bir kısmı temizlenebilmiştir. Halen iki katı gezilebilen yeraltı şehrinin en önemli özelliği diğer yeraltı şehirlerinde pek bulunamayan tuvalete sahip olmasıdır.

Şekil 20: Tatlarin Yeraltı Şehri

Kaynak: ***www.muze.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019.***

3.3.2.3.1.16. Ürgüp Müzesi

Müzenin kurulması için ilk çalışmalara 1965 yılından itibaren Tahsinağa Kütüphanesi'nin bulunduğu yapıda müzelik eserlerin depolanmasıyla başlanmıştır. Bugünkü müze binasının inşaatına 1968'de başlanmış ve 1971 yılında bitirilerek ziyarete açılmıştır. Müze binası giriş ve bodrum kattan oluşmakta olup, giriş katta teşhir salonları bulunmaktadır. Teşhir salonlarında prehistorik dönemlerden Osmanlı dönemine kadar arkeolojik ve etnografik eserler sergilenmektedir.

Şekil 21: Ürgüp Müzesi

Kaynak: ***www.muze.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019.***

Tablo 6: Nevşehir Müze ve Ören Yerleri ve Ziyaretçi Durumu(Adet) (2014-2018)

MÜZE / ÖRENYERİ ADI	2014	2015	2016	2017	2018
Nevşehir Merkez Müze	6.616	5.945	5.273	6.414	8.626
Çavuşin Kilise	24.847	27.351	31.685	31.129	1.493
Derinkuyu Yer Altı Şehri	420.690	421.456	285.885	299.282	381.826
Göreme Açık Hava Müzesi	1.080.763	978.723	510.115	688.989	1.105.693
Karanlık Kilise	166.063	128.580	58.120	59.091	116.659
El Nazar Kilise	6.169	6.948	6.272	7.914	9.646
Gülşehir Açık Saray	18.910	12.523	10.136	10.471	11.825
Gülşehir St. Jean Kilise	12.846	10.238	7.966	13.503	15.524
Kaymaklı Yer Altı Şehri	466.228	413.278	43.115	318.030	532.396
Özkonak Yer Altı Şehri	96.918	87.271	53.282	79.393	136.896
Tatlarin Yer Altı Şehri	8.349	5.681	6.509	6.611	8.296
Zelve Ören Yeri	114.880	102.847	96.570	102.165	112.230
Hacıbektaş Veli Müzesi	394.257	6.205	8.370	15.579	28.513
Hacıbektaş Ark. Ve Etn. Müzesi	12.618	365.601	334.093	523.273	443.160
Hacıbektaş Atatürk Evi	7.214	10.473	10.345	17.609	10.487
Ürgüp Müzesi	14.175	6.705	12.224	11.306	11.461
Vasilios ve Eleni Kiliseleri		18.248	13.533	15.613	14.811
GENEL TOPLAM	2.851.543	2.608.073	1.493.493	2.206.372	2.949.542

Kaynak : http://www.nevsehir.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda Nevşehir'de yer alan müzelerin yıllara göre ziyaretçi sayıları verilmiştir. Buna göre genel anlamda ziyaretçi sayılarında yıllara göre artış gözlemlenmiştir.

Tablo 7: Nevşehir ve İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerde; Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları(2017)

	TESİSE GELİŞ SAYISI(Adet)			GECELEME SAYILARI(Adet)			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ(Gün)			DOLULUK ORANI (%)	
İLÇELER	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli
Avanos	28 795	53 253	82 048	51 900	93 118	145 018	1,80	1,75	1,77	17,33	31,09
Kozaklı	140	80 446	80 586	261	169 824	170 085	1,86	2,11	2,11	0,05	31,66
Merkez	92 703	124 664	217 367	125 159	189 850	315 009	1,35	1,52	1,45	13,58	20,59
Ürgüp	78 407	150 190	228 597	145 065	265 067	410 132	1,85	1,76	1,79	11,57	21,15
Genel Toplam	200 045	408 553	608 598	322 385	717 859	1 040 244	1,61	1,76	1,71	10,71	23,84

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Yukarıdaki tabloya göre 2017 yılında Nevşehir ve ilçelerinde turizm işletme belgeli tesislere; 408.553 kişi olmak üzere en çok yerli turist gelmiştir. En çok geceleme yapan turist sayısı 717.859 kişiyle yerli turistlerdir. Ortalama kalış süresi 1,76 ile en uzun yerli turistler kalmış olup, yine en çok doluluk oranına sahip olanlar da % 23,84 ile yerli turistler olmuştur.

Tablo 8: Yıllara Göre Bakanlık İşletme Belgeli Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017)

Yıl	İlçeler	Tesise Geliş Sayısı(Adet)	Geceleme Sayısı(Adet)	Ortalama Kalış Süresi(Gün)	Doluluk Oranı (%)
2009	Merkez	329.349	538.386	1,6	46,99
	Ürgüp	230.521	448.228	1,9	51,65
2010	Merkez	356.197	600.096	1,7	58,27
	Ürgüp	286.878	564.682	2,0	59,40
2011	Merkez	330.841	586.012	1,8	54,94
	Ürgüp	279.638	549.771	2,0	56,07
2012	Merkez	328.568	621.602	1,9	53,55
	Ürgüp	241.410	559.415	2,3	47,11
2013	Merkez	355.269	712.448	2,0	53,92
	Ürgüp	243.363	569.581	2,4	45,44
2014	Merkez	380.629	682.984	1,8	53,65
	Ürgüp	338.258	660.870	2,0	49,66
2015	Merkez	269.086	533.738	1,8	41,74
	Ürgüp	332.535	593.143	1,8	45,03
2016	Merkez	141.216	251.178	1,8	20,21
	Ürgüp	147.869	269.538	1,8	22,43
2017	Merkez	217.367	315.009	1,45	34,17
	Ürgüp	228.597	410.132	1,79	32,72

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Yukarıdaki tabloda 2009/2017 arasında Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Nevşehir ili ve Ürgüp ilçesinde geceleyen turistler, ortalama kalış süreleri ve tesis doluluk oranları verilmiştir.

Tablo 9: Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017)

Yıl	İlçeler	Tesise Geliş Sayısı(Adet)	Geceleme Sayısı(Adet)	Ortalama Kalış Süresi(Gün)	Doluluk Oranı (%)
2009	Merkez	198.456	241.875	1,2	16,44
	Ürgüp	367.359	502.331	1,4	32,42
2010	Merkez	258.535	367.778	1,4	25,12
	Ürgüp	756.289	790.645	1,0	54,69
2011	Merkez	274.244	434.757	1,6	31,43
	Ürgüp	174.179	318.769	1,8	21,18
2012	Merkez	197.903	291.748	1,5	21,04
	Ürgüp	167.724	295.527	1,8	18,92
2013	Merkez	258.847	419.828	1,6	31,69
	Ürgüp	238.877	365.026	1,5	34,60

2014	Merkez	179.237	440.590	2,5	33,62
	Ürgüp	362.590	686.745	1,9	65,95
2015	Merkez	257.303	442.502	1,7	33,76
	Ürgüp	272.886	439.534	1,6	42,58
2016	Merkez	63.658	121.773	1,9	9,30
	Ürgüp	233.893	363.633	1,6	35,68
2017	Merkez	202.712	340.185	1,68	28,43
	Ürgüp	175.704	295,731	1,68	28,88

Kaynak: ***http://yigm.kulturturizm.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019***

Yukarıdaki tabloya göre son yıllarda Belediye Belgeli Tesislerin geceleme sayıları ve doluluk oranları genel olarak artış göstermiştir.

3.3.2.3.2. Butik Otel Kavramı

Butik oteller, yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş ve dekorasyonu bakımından özgünlük arz eden, yüksek kalitede hizmet veren, küçük ve orta ölçekli konaklama tesisleri olarak tanımlanabilir. Bir butik oteli zincir veya marka olmuş otellerden ayıran yanı ise, kişiye özgü hizmet ve konaklama sağlamasıdır. Butik oteller yine, hizmetlerindeki rahatlık, samimiyet, bireysellik ve misafirperverlikleriyle, homojen hizmet sunan geniş ölçekli zincir otel gruplarından ayrılmaktadırlar. Butik ve butik otel tanımlarındaki ortak yan küçüklük ve özellikli veya özgün hizmet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Uluslararası literatürde butik oteller tanımlanırken nicelik olarak farklı oda sayılarından söz edilmektedir. Bazı yazarlar butik oteli en az dört yıldız seviyesinde 20-150 odalı tesisler, bazı yazarlar 100 odaya bazıları da en fazla 200 odaya sahip oteller şeklinde tanımlamaktadır. Ülkemizde yürürlükte olan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin yedinci bölümünde, özel tesisler başlığı altında, madde 43'te butik oteller: "Yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile kişiye özel hizmet verilen ve en az on, en fazla altmış odalı otellerdir." şeklinde tanımlanır(Buyruk,2011:392-393).

3.3.2.3.2.1. Butik Otel İşletmeciliğinin Dünyadaki Gelişimi

Butik otellerin 1980'li yılların başında ortaya çıktığı düşünülmektedir. 1981 yılında dünyanın ilk butik otellerinden ikisi kapılarını hizmete açmıştır. Bunlardan birisi ünlü bir stilist, Anouska Hempel tarafından tasarlanmış olan, Londra'da South Kensington'ta açılan The Blakes Hotel'dir. Diğeri ise, San Francisco'da açılan ve 2000'li yılların başında Kimton Group tarafından işletilen 34 butik otelin ilki olan Bedford otelidir. 1984 yılında New York'un ilk butik oteli, Murray Hill'de Morgans Hotel adıyla işletmeye açılmıştır.

1990'lı yılların sonunda, Asya-Pasifik bölgesi dünyadaki en hızlı gelişen turistik destinasyonlardan birisi olmuş ve otel yatırımcılarını bölgeye çekmiştir. 2000'li yıllarda Tayland'da sayıları giderek artan butik oteller, ülkeye olan turistik talebin de hızla artmasında etken olmuştur. Son yıllarda butik otel işletmeciliğine uluslararası zincir otel şirketleri de ilgi

göstermeye başlamıştır. Hilton, Intercontinantel, Marriot ve Starwood gibi küresel otel zincirlerinin gerçekten bir butik otel işletip işletmeyecekleri otoritelerce tartışılırken, Hilton "Denizen" markasıyla, Intercontinantel Hotel Group "Indigo", Ritz Carlton "Bulgari", Le Meridien "W" markalarıyla butik otel pazarında yerlerini almışlardır (Buyruk,2011:395-396).

3.3.2.3.2.2. Butik Otel İşletmeciliğinin Türkiye'deki Gelişimi

Butik otel trendinin ülkemizdeki ilk örnekleri İstanbul'da hizmete açıldı. İstanbul Sultanahmet semtinde ilk butik oteli (Yeşil Ev) zamanın Otomobilcilik ve Turing Kurumu başkanı Çelik Gülersoy açmıştır. Bu ilk butik otel, 19.yüzyıl İstanbul evlerinin son örneklerinden biri olan ve 1977'de harap bir durumda iken Turing tarafından alınarak, eski tarzına uygun olarak yeniden inşa edilmiş olup, yeşil ev butik otel olarak 1984'te hizmete açılmıştır. 1986 yılında ise Soğukçeşme Sokağı, Turing tarafından eski haline uygun şekilde restore edilerek adeta yeniden hayat kazanmış ve 19. yy. Osmanlı tarzında dekore edilen evleriyle, çiçekler içinde, trafiğe kapalı bir sokak halinde turizme açılmıştır. Bu sokaktaki Ayasofya Konakları, İstanbul'da hizmete açılan ikinci butik otel olarak kabul edilebilir. Türkiye'de özellikle kültür turizminin etkin olduğu bölgelerde butik otel sayıları hızla artmaktadır. Kapadokya, Safranbolu, Amasya, Alaçatı, İstanbul, Adalar ve Çanakkale'de her yıl yeni butik oteller hizmete girmektedir (Buyruk,2011:396).

3.3.2.3.2.3. Kapadokya'da Butik Otel İşletmeciliğinin Gelişimi

Günümüzde Türkiye'nin en önemli kültür turizmi merkezlerinden birisi konumuna gelen Kapadokya turistik bölgesi, Avrupalılar tarafından 20. yüzyılın başlarında keşfedilmiştir. Guillaume de Jerphanion isimli Fransız misyoner ve sanat tarihçisi, özellikle Göreme'deki kaya kiliseler ile ilgili çizim ve araştırmalarını yayınladıktan sonra, Kapadokya daha çok tanınır hale gelmiştir. National Geographic gibi bazı dergilerde Kapadokya'nın hem tarihi hem de doğal güzellikleriyle ilgili, özellikle kaya kiliseler ve duvarlarında yer alan fresklerin fotoğraflarını içeren yayınlar, turistlerin bölgeye olan ilgisini arttırmıştır. Ancak, 1960'lı yıllardan önce Kapadokya'da turistik hareketlilik yok denecek kadar azdı. 1970'li yıllarda bağımsız olarak seyahat eden yabancı turist sayısında ve bunların talep ettiği ucuz konaklamaya uygun, pansiyon tarzı konaklama işletmeciliği sayısında bir artış gözlemlenmiştir. 1980'li yılların sonundan itibaren devletin turizm teşviklerinin de katkılarıyla yörede büyük konaklama işletmeleri kurulmaya başlanmıştır. Halen, turizm işletme belgeli bu işletmelerin konuklarının büyük bölümünü, paket turlarla Türkiye'ye gelen ve Kapadokya'da 1 veya 2 gece kalan yabancı turistler oluşturmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren dünyadaki butik otel modası, yüksek kalitede ve özgün hizmet talep eden yabancı turistlerin bölgeye olan ilgisinin artmasına paralel olarak, Kapadokya'da da yaygınlaşmaya başlamıştır. Ürgüp ilçesinde ilk örnekleri görülen, daha sonra Uçhisar, Göreme, Avanos, Mustafapaşa gibi merkezlere yayılan butik otel tarzı konaklama işletmelerinin sayısı hızla artmıştır (Buyruk,2011:397-398).

Tablo 10: Nevşehir İlindeki Butik Otellerin Tesis Sayıları ve Yatak Kapasiteleri, 2018

Tesis Türü	Belge Türü	Tesis Sayısı (Adet)	Yatak Kapasitesi (Adet)
Butik Otel	Turizm İşletmesi Belgesi	1	94
Butik Otel	Turizm Yatırımı Belgesi	3	207

Kaynak: http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Yukarıdaki tabloya göre 2018 yılı itibariyle Nevşehir ilinde toplamda 4 butik otel bulunmakta bunlardan 1 tanesi Turizm İşletmesi Belgesine sahip, yatak kapasitesi ise 94 olup, diğer 3'ü ise Turizm Yatırımı Belgesine sahiptir ve 207 yatak kapasitesine sahiptir.

3.3.2.3.3. Ulaştırma İşletmeleri

Ulaşım, üretim merkezleri ile tüketim merkezleri arasındaki ticaretin gelişmesini sağlar. Genel anlamı ile ulaşım; insanın ya da eşyanın bir yerden diğer bir yere hareket etmesidir. Ulaşım aynı zamanda bir üretim faaliyetidir. Ulaşım ve turizm arasındaki ilişki "Turizm Ulaştırması" kavramını ortaya çıkarmıştır. Turizm ulaştırması, kişilerin turistik seyahat amacıyla, yaşadıkları yerden turizm çekim merkezlerine, güvenli ve düzenli bir şekilde taşınmasını sağlayan bir hizmet faaliyetidir.

Nevşehir, Pers Dönemi'ndeki Kral Yolu'nun, Selçuklu Dönemi'ndeki tarihi ipek yolunun kentten geçmesi ile birlikte önemli bir konuma sahip olmaktadır. Ulaşımın yaygın olarak karayolu ile yapıldığı şehirde, turistik merkezler dışında ulaşımı sağlayan karayolları yetersiz ve kalitesizdir. Özellikle Avanos Kızılırmak üzerinde bulunan köprünün ancak tek araç geçebilecek genişlikte olması karayolu ulaşımını olumsuz yönde etkilemektedir. Ulaşımın sağlanabilmesi için büyük araçlar, karşı yönden gelen küçük araçların geçmelerini beklemek durumundadırlar. Kent genelinde en çok tercih edilen şehirlerarası ulaşım aracı ise otobüslerdir. Nevşehir otobüs terminallerinin kent merkezinden uzak olması ve sorunun çözümü için otobüs firmalarına kent merkezine yakın bir bölgenin tahsil edilmesine yönelik bir çaba olmaması ulaşım koşullarını olumsuz etkilemektedir. Şehir içi taşımacılıkta ise, özel araçlarla sağlanan ulaşım ve oto kiralama ile ayrıca seyahat acenteleri bünyesinde hizmet veren taşımacılık faaliyetleri bulunmaktadır. Aynı zamanda kent ulaşımında toplu taşıma araçları ve taksiler de kullanılmaktadır. Nevşehir ilinin Kozaklı ilçesinin Kanlıca ve Karasenir kasabalarından demiryolu geçmektedir. Ulaştırma Bakanlığı, Demiryollar, Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü tarafından yapım ve işletilmesi planlanan Kayseri-Şefaatli Demiryolu Projesi; İl idari sınırlarından da geçmektedir. 107.613 km uzunluğunda planlanan demiryolu hattının; yaklaşık 16 kilometrelik kısmı Nevşehir sınırları içerisindedir. Nevşehir'in ulaşım araçlarından diğeri ise, 15 Kasım 1998 tarihinde Nevşehir – Tuzköy Hava Meydanı adıyla hizmet veren havalimanıdır. "17 Aralık 1998 gün ve 235556 sayılı Resmi Gazetede yayımlandığı üzere Nevşehir – Kapadokya Havalimanı" adı altında "Uluslararası sınır kapısı" ilan edilmiştir. Havalimanı şehir merkezine 30 km, ilçe merkezine ise 11 km. uzaklıktadır. Ulaşım hizmetleri otobüs, dolmuş ve taksi ile sağlanmaktadır. Kapadokya Havalimanı, Nevşehir'in yanı sıra çevre illerin de sivil hava ulaşımına açılan kapısı niteliğindedir (Yılmaz, 2017:88-91).

3.3.2.3.3.1. Havayolu Ulaşımı

1998 yılında resmi açılışı yapılan Gülşehir Kapadokya Havalimanı uluslararası nitelikte olup, 2017 yılı sonu itibari ile Havalimanından 2.678 iç hat, 24 dış hat olmak üzere toplam 2.702 uçak seferi yapılmıştır. 127.608 yolcu iç hat, 443 yolcu dış hat olmak üzere toplam 128.051 yolcu seyahat etmiştir. Hava trafiği en fazla Mayıs-Ağustos ayları arasında görülmektedir(http://www.nevsehir.gov.tr).

Tablo 11: Kapadokya Havalimanı Yolcu İstatistikleri (2013-2018)

	İç Hat Yolcu Sayısı (Adet)		Dış Hat Yolcu Sayısı (Adet)		Toplam (Adet)	
Yıl	Gelen	Giden	Gelen	Giden	Gelen	Giden
2013	96.948	98.337	1745	976	98.693	99.313
2014	149.008	148.172	833	836	149.841	149.008
2015	182.237	160.244	2.041	1.849	184.278	162.093
2016	184.068	180.211	1.361	866	185.429	181.077
2017	63.697	63.911	267	176	63.964	64.087
2018	189.038	189.637	1.191	1.343	190.229	190.980

Kaynak: http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Yukarıdaki tabloya göre son 5 yılda Kapadokya havalimanına giriş çıkış yapan ziyaretçilerin çoğu iç hat yolcusudur.

3.3.2.3.4. Seyahat İşletmeleri

İnsanoğlunun tarih boyunca yaptığı seyahatlerle ile günümüzdeki seyahatlerin anlamı ve amaçları arasında önemli farklılıklar görülmektedir. Günümüzde seyahat kelimesi ve zevk kelimesi benzer faaliyetler için kullanılmaktadır. Daha önceleri seyahat kelimesi "Zorluk ve sıkıntı" anlamına gelmektedir. Travel' in (seyahat) kökenini oluşturan sözcük olan travail'in karşılığı acı çekme idi. 18. yüzyılda Kuzey Amerika'da batıya doğru göç eden öncülerin seyahati ile 21. yüzyılda bir otomobil seyahati farklılıklar bulunmaktadır. Seyahat acentesi: "Kâr amacı ile turistlere, turizmle ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence sağlayan hizmetleri sağlamaya yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acenteleri vasıtasıyla pazarlayabilen ticarî kuruluştur" (www.tursab.org.tr). Seyahat acentelerinin gelişmesi ve bugünkü seviyede olabilmesi açısından 2. Dünya Savaşı dönüm noktası olmuştur. Bu dönemden önce seyahatlerde ulaşım araçları olarak sıklıkla gemi ve tren kullanılmıştır. Savaştan sonra kara ve havayolu ulaşımında görülen gelişmeler ve seyahat endüstrisine sunduğu yeni olanaklar tur düzenleme organizasyonlarının önemini arttırmıştır. Seyahat acenteleri, turistlere ulaştırma, konaklama, yeme-içme hizmetleri yanında yine turistlerin ihtiyaç duydukları diğer yan hizmetleri sunan işletmeler olarak tanımlanabilmektedir. Yan hizmetler olarak da ifade edilen bu hizmetler içerisinde; enformasyon sağlama, kısa süreli gezi ve turlar düzenleme, ulaşım araçları temini, seyahat sigortası gibi hizmetler yer almaktadır. Nevşehir'de Türsab verilerine göre il genelinde 195 adet işletme belgeli seyahat acentesi bulunmaktadır (Türsab, 2019).

Tur operatörü, "Turizm sektöründe konaklama, ulaştırma, catering, rehberlik, transferler, eğlence vb. gibi birbirinden bağımsız işletmelerin ürettikleri hizmetleri en ufak ayrıntılarına kadar bir araya getirerek bir gezinin başından sonuna kadar tüm gerekli faaliyetlerle toplam bir turizm ürününü, yani paket turu oluşturan ve turizm pazarına sunan işletmelerdir. Tur operatörleri genellikle bir destinasyon ile ilgilenen ve o bölgeye yönelik paket tur düzenleyen işletmeler olarak, farklı sınıflandırmalar vardır. Bunlar; kitle turizmi tur operatörleri, uzmanlaşmış tur operatörleri, yurt içi tur düzenleyen tur operatörleri ve dışarıdan getirici (karşılayıcı) tur operatörleri şeklinde sıralanabilir (Yılmaz, 2017:91-94).

Tablo 12: Nevşehir ve İlçelerinde Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri

Sıra No	Belge No	Unvan	Grubu	Bulunduğu Yer
1	1745	Al-Waha Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
2	2109	Puan Tur Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
3	2279	Postallı Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
4	2348	Semerşah Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
5	3042	Senabil Turizm Seyahat Acentesi (Nevşehir Şubesi)	A	MERKEZ
6	3681	İstanbul Hisar Turizm Seyahat Acentesi (Nevşehir Şubesi)	A	MERKEZ
7	3818	Rock Town Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ
8	3878	Veda Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
9	3908	Muşkara Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ
10	4297	Dove Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ
11	4341	Büşra Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
12	4381	Anahita Turizm	A	MERKEZ
13	5056	Grand Daıly Tour	A	MERKEZ
14	6632	Nissa Travel	A	MERKEZ
15	6735	Kıyam Turizm Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
16	7819	Trıpbookıng Travel Agency Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ
17	7918	Hacı Havva Turizm Seyahat Acentesi (Nevşehir Şubesi)	A	MERKEZ
18	7926	Ease Turizm Seyahat Acentesi (Merkez)	A	MERKEZ
19	7926	Ease Turizm Seyahat Acentesi (Nevşehir Şubesi)	A	MERKEZ
20	8125	Tbt Expeda Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ
21	8504	Wikona Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ
22	1819	Rose Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
23	1819	Rose Turizm Seyahat Acentesi (Nevşehir Şubesi)	A	MERKEZ GÖREME

24	1933	Neşe Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
25	1938	A.T.T Asil Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
26	2419	Hiro Tour Travel Agency Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
27	2419	Hiro Tour Travel Agency Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
28	2881	Yama Tur Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
29	3150	New Göreme Tour Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
30	3242	Mıddle Earth Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
31	3584	Malatya Cem Tour Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
32	4551	Turtle Tours Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
33	4994	Ak Vadi Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
34	5016	Herıtage Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
35	5094	Nomad Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
36	5195	A-Andromeda Turizm Ve Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
37	5195	A-Andromeda Turizm Ve Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
38	6103	Mehmet Bozlak Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
39	6182	Reliable Travel	A	MERKEZ GÖREME
40	6376	Sobessos Tours Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
41	6395	Freelance Travel Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
42	6404	Nitro Travel	A	MERKEZ GÖREME
43	6456	Katpatuka Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
44	6472	Embark Tur Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
45	6650	Melendiz Travel	A	MERKEZ GÖREME
46	6779	Bonita Tour Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
47	7054	İnsider Travel Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
48	7208	Happy Cave Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
49	7223	Trace Travel	A	MERKEZ GÖREME
50	7318	Soandos Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME

51	7411	Iryoko Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
52	7485	Redrıver Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
53	7544	Vulcanus Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
54	7564	World Walker Turizm	A	MERKEZ GÖREME
55	7673	Gule Gule Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
56	7699	Shahmat Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
57	7819	Trıpbookıng Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
58	7863	Aydınlı Göreme Travel	A	MERKEZ GÖREME
59	7894	Metıs Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
60	8030	2 K Travel Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
61	8106	Gdl Tour Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
62	8196	Stone Land Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
63	8202	Gorgeous Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
64	8225	Tyane Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
65	8310	Bridge Of The World Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
66	8327	Woop Woop Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
67	8338	Hereke Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
68	8426	Cvb Tourısm & Travel	A	MERKEZ GÖREME
69	8607	Venere Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
70	8608	Flintstones Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
71	8677	New Görtur Travel	A	MERKEZ GÖREME
72	8909	Old Town Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
73	8917	Görçeli Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
74	8924	THE DALTON BROTHER'S TRAVEL (Yeni) Saint George Travel (Eski İsim)	A	MERKEZ GÖREME
75	9060	Faıryland Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
76	9123	Voyager Agency	A	MERKEZ GÖREME
77	9195	Tımeouttravel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME

78	9199	Freezone Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
79	9237	Blue Eye Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
80	9251	Cappadocıa Exclusıve Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
81	9264	Karadut Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
82	9266	By Cappadocia World Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
83	9269	Oskonca Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
84	9318	Tourdocıa Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
85	9401	Rısıng Balloon Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
86	9413	Trip Expert Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
87	9493	Toriko Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
88	9496	Landscape Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
89	9497	Royal World Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
90	9508	Amazing Voyages Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
91	9582	Home Cappadocıa Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
92	9663	Han Mei Mei Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
93	9698	Hılarıous Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
94	9954	Angelos Travel Agency	A	MERKEZ GÖREME
95	10164	Esco Global Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ GÖREME
96	10294	Cappadoxtour Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
97	10320	Perimelis Travel Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
98	10630	Göreme Paradıse Travel	A	MERKEZ GÖREME
99	10644	Göreme Comfort Turizm	A	MERKEZ GÖREME
100	10711	Hometown Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
101	10712	Advıce 50 Tour Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
102	10746	Stone Whıte Travel	A	MERKEZ GÖREME
103	10966	Sun God Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME
104	11032	Gate Of Cappadocıa Taravel Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ GÖREME

105	1872	Nur Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
106	2378	Tempest Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
107	2380	Kaş Deniz Turizm	A	MERKEZ UÇHİSAR
108	3172	Rock City Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
109	3433	Agami Tur Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
110	3830	Kaunos Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
111	4330	Matiana Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
112	5373	Delil Travel Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
113	7596	Peter Pan Travel (Uçhisar Şubesi)	A	MERKEZ UÇHİSAR
114	7598	Nuevo Estambul Travel	A	MERKEZ UÇHİSAR
115	8083	Mytrıp Travel Agency Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
116	8243	Sonrısa Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
117	8449	Kleos Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
118	9896	Capacity Turizm Seyahat Acentesi	A	MERKEZ UÇHİSAR
119	2026	Kirkit Voyage Turizm Seyahat Acentesi	A	AVANOS
120	3635	Alpino Turizm Seyahat Acentesi	A	AVANOS
121	3981	Legacy Turizm	A	AVANOS
122	4301	Galip's Turizm Seyahat Acentesi	A	AVANOS
123	5519	Cave Valley Travel	A	AVANOS
124	7626	Stone Age Travel	A	AVANOS
125	9527	Tourmanıa Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	AVANOS
126	10812	Oklen Travel Turizm Seyahat	A	AVANOS
127	4496	Mephısto Tourısm	A	AVANOS
128	7315	Kaze Tour Seyahat Acentesi	A	AVANOS ÇAVUŞİN
129	8938	Land Of Beautıful Horses Turizm Seyahat Acentesi	A	AVANOS ÇAVUŞİN
130	1491	Magıc Valley Cappadocıa Tur Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
131	1721	Alan Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
132	1783	M.T.İ. Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
133	2192	Erko Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
134	2399	Fırst Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
135	2550	Agra Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
136	2554	Argeus Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
137	2554	Argeus Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	ÜRGÜP

138	2684	Red Valley Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
139	2915	Ekstra Turizm Ve Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
140	2953	Stonepark Turizm Ve Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
141	2998	Hit.The.Road. (H.T.R) Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
142	3235	Kampa Organizasyon (Paraşüt)	A	ÜRGÜP
143	3245	Dözami Turizm	A	ÜRGÜP
144	3565	Argonaut Escapades Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
145	3658	Rock Valley Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
146	3716	Crossroads Travel Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	ÜRGÜP
147	3785	Snowball Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
148	3785	Snowball Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	ÜRGÜP
149	3863	Sakura Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
150	3894	Yuki Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
151	4156	Hatti Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
152	4339	Fez Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	ÜRGÜP
153	4428	Fleur Blanche Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
154	4596	Pulsar Turizm Seyahat Acentesi (Ürgüp Şubesi)	A	ÜRGÜP
155	4923	Lirita Tours Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
156	5186	Pu-Pa Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
157	5282	Peerless Travel Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
158	5328	Travel Atelıer Seyahat Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
159	5361	Honeycomb Tours Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
160	5439	Ürgüp Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
161	5469	Euphrates Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
162	6204	Custom Travel Servıces	A	ÜRGÜP
163	6405	Great Travel	A	ÜRGÜP
164	6510	Footprınts Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
165	6533	Albunea Travel Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
166	6783	Nyx Travel	A	ÜRGÜP
167	6819	Acrux Turizm Ve Seyahat Acentesi Ürgüp Şubesi	A	ÜRGÜP
168	6878	Senderos De Capadocıa Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
169	7126	Trema Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
170	7150	Connoısseur Travel	A	ÜRGÜP
171	7247	Auh Authentıc Holıdays Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
172	7292	Kaıros Travel Acentesi	A	ÜRGÜP
173	7654	Personalızed Roundtrıp Services	A	ÜRGÜP
174	7722	Peristrema Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
175	7726	Akresa Travel	A	ÜRGÜP

176	8137	Kayakapı Travel Services Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
177	8333	Travelux Cappadocıa Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
178	8525	Apono Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
179	8608	Flintstones Travel Turizm Seyahat Acentesi Nevşehir Şubesi	A	ÜRGÜP
180	9005	Anthesis Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
181	9055	Ars Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
182	9073	Better Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
183	9179	Skyway Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
184	9186	Three Graces Travel Agency	A	ÜRGÜP
185	9279	Cappadocia Asia Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
186	10345	Cappadocıa Elysıon Travel Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP
187	10408	Coeus Travel Agency	A	ÜRGÜP
188	10733	Destınatıon Expert Travel	A	ÜRGÜP
189	5152	Catena Dei Taurus Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP MUSTAFA PAŞA
190	6685	Hestia Tour & Tourısm	A	ÜRGÜP MUSTAFA PAŞA
191	9344	Onege Lıfe Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP ORTAHİSAR
192	10545	Fosil Travel Agency	A	ÜRGÜP ORTAHİSAR
193	10701	Holıday Break Travel Turizm Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP ORTAHİSAR
194	10929	Harga Tour Seyahat Acentesi	A	ÜRGÜP ORTAHİSAR
195	6899	Sherwood Travel (Nevşehir Şubesi)	A	ÜRGÜP KAVAK

Kaynak: http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Yukarıdaki tabloya göre Nevşehir il ve ilçelerinde bulunan seyahat acentelerinin sayısı 195 olup, bunların tamamı A grubu seyahat acentesidir.

3.3.2.3.4 Yiyecek ve İçecek İşletmeleri

Temel ihtiyaçların en önemlisi olan yeme ve içme, insan hayatında çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de birinci sırayı alan, fiziksel ihtiyaçların en önemlisi, yeme ve içme gereksinimleridir. İnsanlık tarihi düşünüldüğünde, yeme içme ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak ilk çağlardan beri girişimcilerin faaliyetleri sonucu yiyecek içecek işletmeleri yaşamdaki yerini almıştır.

Yiyecek-içecek işletmeleri genellikle konaklama işletmeleri bünyesinde hizmet vermektedir. Ancak günümüzde bağımsız işletme olarak faaliyet gösterenlerin sayısı oldukça fazladır. Ayrıca bu işletmeler; yapısı, teknik donanımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin

beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış işletmelerdir. Yiyecek- içecek işletmeleri konaklama tesisleri bünyesinde ya da özel kuruluşlar olarak ticari faaliyette bulunmaktadırlar. Bu işletmeler dışarıda yemek yemeyi tercih eden veya evlerinden uzakta bulunan insanlara, kâr amacıyla üretim ve satış yapan aynı zamanda eğlence etkinlikleri de sunabilen farklı ölçek ve özelliklere sahip işletmeleridir (Yılmaz, 2017:95-96).

3.3.2.4. Ürgüp

Nevşehir'in 20 km. doğusunda bulunan ve tarihi İ.Ö.1800-1200 yılları arasında bölgede yaşayan Hititlere kadar uzanan Ürgüp, Kapadokya Bölgesinin en önemli merkezlerindendir. Ürgüp tarihsel süreç içerisinde çok sayıda isme sahip olmuştur. Bizans Döneminde Osiana (Assiana), Hagios Prokopios, Selçuklular Dönemi'nde Başhisar, Osmanlılar zamanında Burgut kalesi, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren de "Taşı çok, taşlık, kayalık" anlamına gelen Ürgüp adıyla anılmıştır. Ürgüp'te yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlı, ilkbahar ve sonbaharda ise yağmurlu tamamen kırsal bir step iklimi özellikleri görülür. İlkbaharda yeşeren ancak daha sonraları sararıp yok alan step bitki örtüsünün dışında bölgede bir orman örtüsü bulunmamakla beraber, ilçede ve çevresinde çok yoğun olarak görülen bağcılık ve yemyeşil bağ örtüsü yaz aylarında da sıcak bir görüntü vermektedir. Coğrafik olaylar peribacalarını oluştururken, tarihi süreçte, insanlar da, bu peribacalarının içlerine ev, kilise oymuş, bunları fresklerle süsleyerek, binlerce yıllık yaşlı medeniyetlerin izlerini günümüze taşımıştır. Ürgüp görenlerin belleklerinde jeomorfolojik yapısından ötürü ve görkemli tarihinin doğa ile birleşmesinden dolayı iz bırakan bir yerdir. Bugün inanılması güç bir ekolojik dengenin kalıntıları tipik Anadolu kırsal yaşantısı ile bütünleşmekte, dünya ölçeğinde bir ilgi alanı oluşturmaktadır. Her yıl artan bu ilgi ile orantılı olarak ziyaretçi sayısı da artmakta ve adından en çok söz edilen turistik çekim merkezlerinden birisi durumuna gelmektedir. Ürgüp'ü turizm açısından benzersiz bir konuma getiren husus, doğal güzellikleri (vadiler ve peri bacaları), kültürel mirası (eski konut dokuları, tarihi eserler, kiliseler), dini geçmişi ve etnografik özelliklerinin bir arada bulunmasıdır. Bunlardan bazıları; Pembe Vadi, Kızılçukur, Mustafapaşa, Sarıhan, Halacdere, Fıratkan, Ortahisar, Aziz Theodore Kilisesi, Pancarlık Kilisesi, Ala Kilise ve Kepez Kiliseleri, Balkan Kiliseleri, Taşkınpaşa Cami, Kadı Kalesi, Temenni, Altıkapı, Damsa Barajı.

Ayrıca 1971 yılında açılan Ürgüp müzesinde, Ürgüp ve civarından ele geçen fosil örneklerinin dışında Prehistorik, Eski Tunç Çağı, Hitit, Frig, Pers, Hellenistik, Roma, Bizans ve Osmanlı Dönemi eseri mevcuttur. Ürgüp ilçesi, doğal güzellikleri, kültürel, mimari özellikleri ve dini geçmişi bakımından oldukça zengin bir yerleşim birimi olmanın yanında önemli bir turizm eğlence ve konaklama merkezidir. İlçede tarım, hayvancılık ve el sanatlarının yanı sıra, nüfusun %80'ninin geçimi turizme dayanmaktadır. Dolayısıyla turizm ilçe ekonomisinde çok önemli paya sahiptir (Selimoğlu, 2007:6-10).

Şekil 22: Ürgüp Haritası

Kaynak: www.bulurum.com Erişim Tarihi: 19.01.2019.

3.3.2.4.1. Ürgüp Gezilecek Yerler

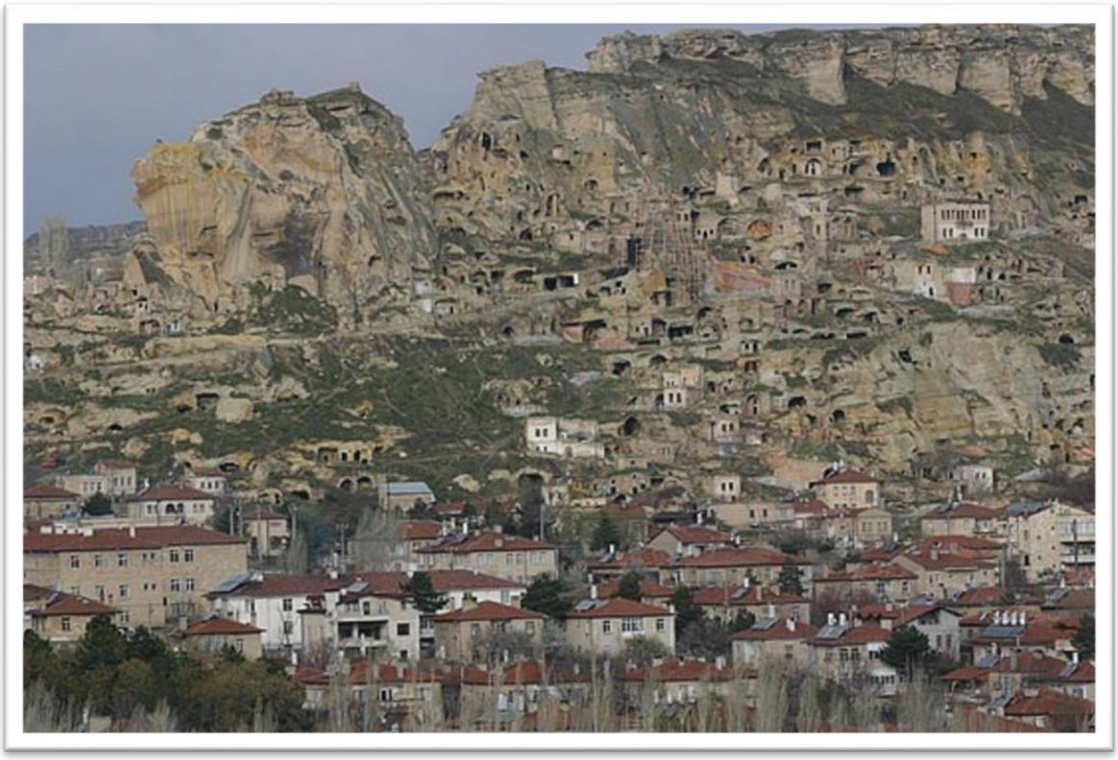
Ürgüp Müzesi: 1971 yılında açılmış olan müzede arkeolojik ve etnografik eserler sergilenmektedir. Bölgeden çıkarılmış olan deniz ürünleri ve mamut dişi fosili bulunmaktadır.

Şekil 23: Ürgüp Müzesi

Kaynak: www.rotasenin.com Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Üçgüzeller (Çatalkaya): Ürgüp girişinde bulunan peribacalarıdır. Vadilik alan doğal anıt kapsamında olup, gezi tutkunlarının soluklanabileceği enfes manzaraya sahiptir.

Temenni Tepesi: Kaya yapılı olan tepe, 80 metre yükseklikte olup; Ürgüp seyir alanıdır.



Şekil 24: Kayakapı Mahallesinden Bir Görüntü

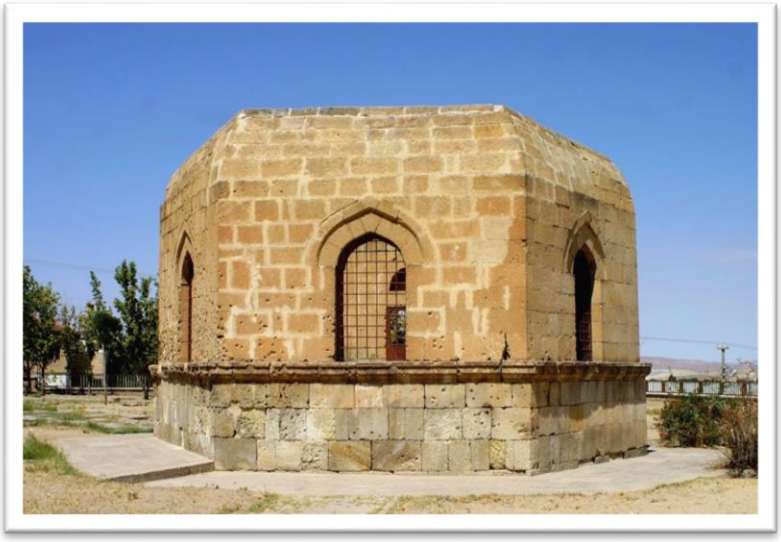
Kaynak: *http://www.turizmhaberleri.com Erişim Tarihi: 12.03.2019*

Kayakapı: UNESCO'nun Dünya Mirası Listesine girmiştir.

Ürgüp Kalesi: Ürgüp Kalesi, Kadı Kalesi ve Burhan Kalesi.

Ürgüp Hıdırellez Kalesi: Ürgüp girişinde bulunmaktadır.

Altı Kapılı Türbe: 12 veya 13. Yüzyıla ait olan türbe, altıgen biçimindedir.



Şekil 25: Altı Kapılı Türbe

Kaynak: ***www.tarihtenfotograflar.blogspot.com*** ***Erişim Tarihi: 19.01.2019.***

Tarihi Ürgüp Şehir Hamamı: 1726-1727 yıllarında kesme taş kullanılarak yapılmıştır.

Tarihi Camiler: Yahya Efendi Camisi, Esbelli Camisi ve Karamanoğlu İbrahim Bey Camisi.

Tarihi Konaklar: Bu Konaklarda zaman zaman filim çekimi yapılmaktadır.

Devrent Vadisi (Pembe Vadi): Zelve Açık Hava Müzesi ile Ürgüp arasında bulunan vadi ismini deve şeklindeki peribacasından almıştır. Meryem Ana, Napolyon şapkası ve çeşitli hayvan görüntüsündeki peribacaları ilgi çekicidir.

Şekil 26: Devrent Vadisi

Kaynak: www.nutreaunnino.com Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Kızılçukur Vadisi: Güneşin güne veda etmeden önce son ışıklarını yansıttığı meşhur kırmızı vadi. Seyir terası bu şölene şahit olma fırsatı vermektedir.

Ortahisar: Ürgüp'ün en eski beldelerinden biridir. Merkezinde Şato görünümünde yüksek kalesi bulunmaktadır. Kapadokya Kültür Müzesi, İshak Kalesi, Hallaç Manastırı ve çok sayıda kiliseleri görülebilecek yerler arasındadır. Soğuk hava depoları kasabaya ticari hareketlilik kazandırmaktadır.

Mustafapaşa: Ürgüp'ün 5 km güneyinde bulunan Mustafapaşa (Sinasos), tarihi eski evlerin bulunduğu şirin bir köydür. Osmanlı dönemine ait Mehmet Şakir Paşa Medresesi Özel Kapadokya Üniversitesinin yerleşesi olarak kullanılmaktadır. Kapadokya Sanat ve Tarih Müzesi (Bebek Müzesi), Eleni ve Vaslios Kiliseleri ziyaret edilebilir yerler arasındadır.

Batısında yer alan Gomeda Vadisi Ihlara Vadisi'nin minyatürü gibidir. Damsa Baraj Gölü köye yakın bir mesafede olup, çam ağaçlarıyla kaplı mesire alanıdır.

Cemil Köyünde Keşlik Manastırı, Taşkınpaşa köyünde Selçuklu dönemine ait Taşkınpaşa Medresesi ve Camisi, Şahinefendi köyünde Sobesos Antik Kenti, Mazı köyünde bulunan kaya oyma yeraltı şehri görülmeye değer yerlerdir.

Ürgüp Yeşilöz köyünde Aziz Theodore Kilisesi; T planlı ve merkezi kubbelidir. Karlık, Karain ve Karacaören köyü sınırları boyunca uzanan peribacaları ile içerisinde Roma dönemi Kaya Mezarlarının bulunduğu Küt Deresi gezginlere alternatif sunmaktadır.

Ürgüp'te her yıl Eylül ayı içerisinde Geleneksel Bağbozumu Festivali düzenlenmektedir(http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr).

Tablo 13: Ürgüp Konaklama Tesisleri Sayısı, Oda Sayısı, Yatak Sayısı (2016 itibariyle)

Konaklama Tesisi	Sayısı(Adet)	Oda Sayısı(Adet)	Yatak Sayısı(Adet)
İşletme Belgeli	48	1713	3478
Yatırım Belgeli	22	516	1051
Belediye Belgeli	180	1494	3249
TOPLAM	250	2723	7787

Kaynak: http://www.urgup.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda 2016 yılı itibariyle Ürgüp'te faaliyet gösteren işletme belgeli, yatırım belgeli ve belediye belgeli tesislerin sayısı, oda sayısı ve yatak kapasitesi verilmiştir.

3.3.2.5. Mustafapaşa (Sinasos)' nın Genel Tanıtımı

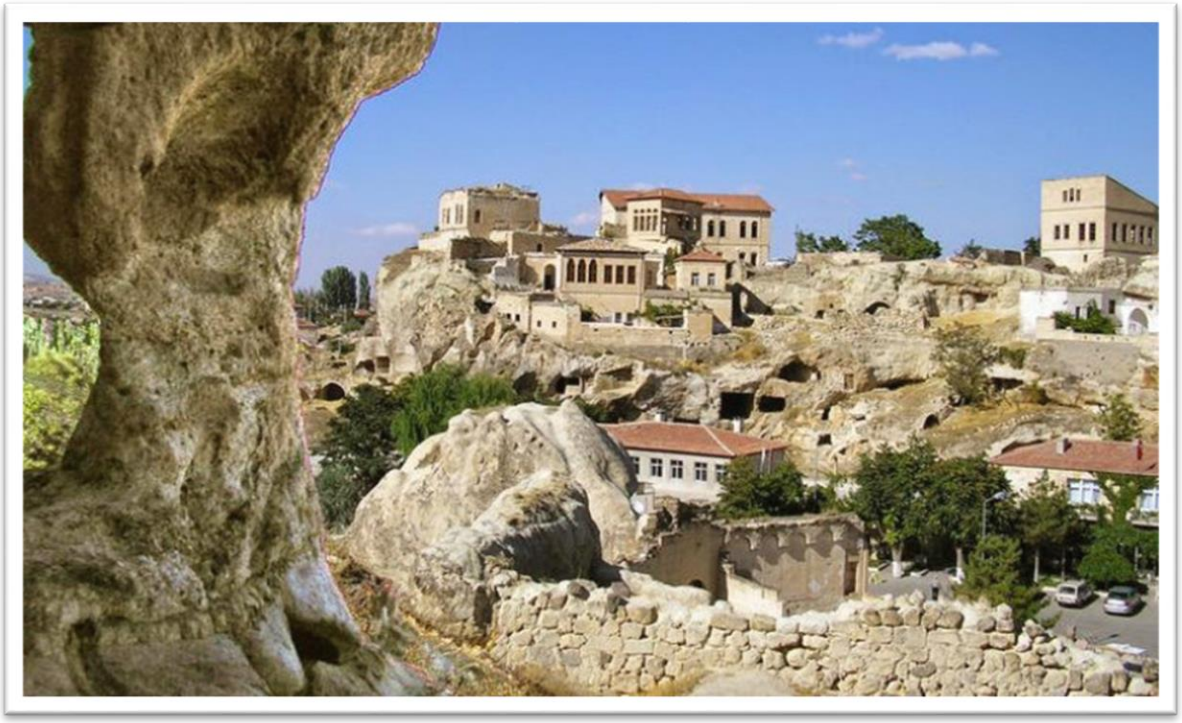
Mustafapaşa (Sinasos), Nevşehir'in Ürgüp ilçesine bağlı, Ürgüp-Kayseri karayolu üzerinde, Ürgüp'ün 6 km. güneydoğusunda yer almaktadır.

Şekil 27: Mustafapaşa'nın haritada görünümü

Kaynak: www.commons.wikimedia.org Erişim Tarihi: 19.01.2019

30 Ocak 1923 tarihinde İsviçre'nin Lozan şehrinde imzalanan "Yunan ve Türk Halklarının Mübadelesi'ne İlişkin Sözleşme ve Protokol" kapsamında 1924 yılında Rumlar'ın

Yunanistan'a göç etmesiyle Sinasos'taki sosyal yaşam tamamıyla değişmiştir. Mustafapaşa yerleşiminin tarihte Sasima, Levidis, Assuna, Sunasyun, Asos, Mortman isimlerini aldığı düşünülmektedir. Osmanlı Devleti'nin son yıllarında, 19. yy'da gayrimüslim vatandaşların yoğun olarak bulunduğu en önemli merkezlerden olan Mustafapaşa'dan günümüze kadar çok sayıda sivil mimari örnek ve kilise, manastır gibi anıt eserler kalmıştır.



Şekil 28: Mustafapaşa Köyü'nden Bir Görüntü

Kaynak: www.kapadokyadayim.com Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Tarih içinde Mustafapaşa'da ilk yerleşim dönemlerinde halk tarımla uğraşmıştır. Nüfus yoğunluğu artıp, tarım arazisi azalınca, köylerdeki gençlerin bir kısmı ticaretle uğraşmak için İstanbul'a, bir kısmı da inşaat işleri ve işportacılık yapmak üzere Adana, Mersin ve Niğde'ye gitmiştir. 1924 yılı Mübadele öncesinde Sinasos'ta Kapalos, Lulas, Gavras, Kipos (bahçe), Mesohori (köy ortası), Dolamaçia, Miskin, Galasies, Dergos, Mahatur, Yeni Mahalle, Mezgit isimleriyle adlandırılan mahallelerin bulunduğu bilinmektedir. 1908 yılında Sinasos'ta 600 Hristiyan Ortodoks, 150 Türk olmak üzere 750 ailenin yaşadığı bilinmektedir. Türk ailelerinden 100 aile Miskin Mahallesi'nde, 10 aile Lulas'ta, 9 aile Kapalos'ta, 1 aile Mezgit'te, 30 aile Galas'da, 2 aile de Yeni Mahalle'de yaşamıştır. Mahalle halkı yapı-taş ustası, kayacı ve işçi olarak çalışmış, tarım arazisinin azlığı sebebiyle nadir olarak çiftçilik yapılmıştır. Mustafapaşa'nın Gavras, Yeni Mahalle, Kipos ve Lulas mahallelerini birleştiren alana Mesohori (Köy ortası) adı verilmiştir. Mesohori'de bakkal, kasap, dükkanlar, buğday pazarı, han, ihtiyar heyeti, fırın, sağlık ocağı, Belediye, Konstandinos ve Heleni Kiliseleri yer almaktadır. Köyün girişinde yer alan Kapalos'ta kütüphane, ortaokul ve yönetim merkezi bulunmaktadır. Sosyo-ekonomik düzeyi yüksek insanların yaşadığı Kapalos, Sinasos'un en

sosyetik mahallesidir. Kapalos halkı genellikle havyarcı, ustabaşı, yapı ustası, öğretmen ve tüccar olarak çalışmıştır.

Mustafapaşa'dan İstanbul'a ticaret için göç eden Rum halkı zamanla zenginleşerek, köylerine kilise, hamam gibi kamusal yapılar yaptırmıştır. Eğitime, bilime, sanata önem veren Rum halkının 1839 yılında ilan edilen Tanzimat Fermanı'nın ilan edilmesiyle hak ve özgürlüklerindeki kısıtlamalar kalkmış ve refah düzeyleri artmıştır. 1924 yılı Mübadele sonrasında Sinasos'a, 19. yy'da köye su getiren Mustafa Paşa'nın ismi verilmiştir. Mübadele ile birlikte beldeye gelen göçmen Türkler ve yerli Müslümanlar'dan oluşan halkın ekonomik gelir düzeylerinin düşüklüğü ve bilinçsizliğinden kaynaklı Mustafapaşa (Sinasos) ciddi anlamda zarar görmüştür. Kültürel ve sanat değeri taşıyan anıtsal ve sivil mimarlık örneği yapılara ait değerli taşlar gelir elde etmek için satılmıştır. Günümüzde 19. yy. şehir dokusunun yitirilmeden geleceğe taşınabilmesi için koruma amaçlı imar planı yaptırılmıştır. Mustafapaşa Koruma Amaçlı İmar Planı, Nevşehir Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu'nun 15.04.2004 tarih ve 2620 sayılı kararıyla onaylanmıştır (Çiftçi, 2017:14-18).

Turizm için büyük öneme sahip Mustafapaşa'da Aios Vasilios Kilisesi, Konstantin-Eleni Kilisesi, Manastır Vadisi Kiliseleri, Alakara Kilisesi Aziz Basel Şapeli bulunmaktadır. Bu sayılan kilise ve manastırların haricinde Haralambos evinin karşısında Şakir Paşa Medresesi yer almaktadır. Burası Mısırlı Şakir Paşa tarafından 19. yy'da yaptırılmıştır (Keskin ve Çontu, 2011:38).

Mustafapaşa / Sinasos (1924 Öncesi Sinasos)

Köyün, 1924 öncesi ilginç bir sosyal yapısı var: Osmanlı yönetiminde %80 Rum, %20 Müslüman'ın yaşadığı 5000 nüfuslu Sinasos'un ekonomisi, İstanbul'da 13. yüzyıldan beri havyar ticareti yaparak zengin olmuş tüccarlar tarafından döndürülmekteydi. Çalışan erkek nüfus, yılın 8-10 ayını İstanbul'da geçirirken; kadınlar, çocuklar ve yaşlılar köyde sürekli yaşamaktaydılar. Yunan-Rum kaynaklarda, Müslüman cemaatin çoğunlukla zengin Rumlara ev hizmetleri, rençberlik, hayvancılık gibi konularda hizmet verdiği; az sayıda kasaplık, kahvehane işletmecisi ve memurun da olduğu ve iki kesimin asırlarca barış içinde yaşamışlardır.

Sinasos'un Rum halkı, eğitime büyük önem vermekteydi: 1821 yılında eğitime başlayan ilkokulda, dil (eski Yunanca, Türkçe, Fransızca), matematik, din, tarih ve sanat (güzel yazı, resim, müzik) dersleri verilmekteydi. 1840'da ise, içinde bir toplantı salonu ve 1.500 kitaplık bir kütüphanesi olan özel bir okul inşa edilmiştir. Bir Laz ustanın yaptığı bilinen bu yapı, ne yazık ki 20. yüzyılın ilk yarısında yıkılmıştır. 1870'den sonra, kızlar da zorunlu eğitim programına alınıyorlardı. Eğitime destek için, Avrupa'dan ressam ve müzisyenler getirilmiştir. Bugün evlerin duvarlarında gördüğümüz resimler, bu sanatçılar tarafından yapılmıştır.

Din konusu, Sinasos'da en önemli kültürel bileşenlerin başında geliyordu. Rumlar köyde, 2 cemaat kilisesi, 30 civarında şapel ve köy çevresinde yine aynı sayıda kaya-oyma

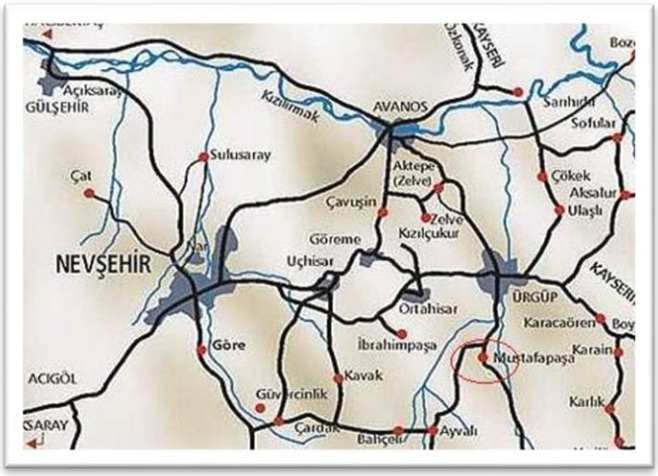
ibadet yeri inşa ediyorlardı. Cemaat kiliselerinden Aziz Konstantin ve Helena Kilisesi (1829), bugün de köy meydanının en önemli öğelerinden biri olmayı sürdürüyor. Bundan daha gösterişli olan 1840 tarihli Taxiarhes (Başmelekler) Kilisesi ise 20. yüzyılda yıkılmıştır. Müslümanların yaptığı üç caminin en eskisi, 1601 tarihli Cami-i Kebirdir'. Tam karşısına, 1890'da yapılan Mehmet Şakir Paşa Medresesi aslında bir imarettir. Kapadokya bölgesindeki yegâne yerleşim içi-tipoloji dışı anıt örneği olan ve 1982'de onarılan yapı, bugün yeni ekleriyle birlikte kültürel-ticari bir merkez olarak kullanılıyordu. 1800'lerin başında köye su getiren (ve bu nedenle 1920'lerin ikinci yarısında köye adı verilen) Mustafa Paşa'nın adıyla anılan Cami-i Kebir altındaki mütevazi taş çeşmenin, onarım sırasında yeri değişmiştir. Sipahi Cami (1834) ve Şeyh Ali Cami (1802)'nin çevresindeki konut dokusu incelendiğinde ise özellikle iç mekân bezemelerinde, İslam kültürünün izleri okunabilir (http://www.mimarlikdergisi.com/).

Mübadele Dönemi Sinasos

Kapadokya'da peribacaları diyarı eski, şirin mi şirin sessiz, sakin bir kasabadır. Eski adı Sinasos olarak bilinen günümüz Mustafapaşa'sı. Bir zamanlar henüz köy olduğu yıllarda Rumlarla Türklerin bir arada yaşadığı bu kasabada kilisenin çan sesleri ve camii minaresinden yükselen ezan sesleri birbirine karışmıştır. 1924 yılında yapılmış olan nüfus değişimine (mübadele) kadar kasabada 600 Rum ve 150 Türk aile yaşıyordu. On yıla yakın bir süredir, yakın tarihimizin önemli konularından biri olan ve çeşitli yayınlarda Göç, Büyük Göç, Mübadele veya Nüfus Mübadelesi olarak adlandırılan olay sıklıkla dile getirilmekte, bilimsel çalışmalara konu oluşturmaktadır. 30 Ocak 1923 yılında, İsviçre'nin Lozan kentinde Türkiye ile Yunanistan arasında imzalanan sözleşme ve protokol başlıklı hukuki düzenleme ile Batı Trakya doğduğu, büyüdüğü ve vatan bellediği toprakları bırakarak başka diyarlara göç ettirilmişlerdir. Yanlarına, taşıyabilecekleri kadar eşya alan mübadiller taşınmaz mallarını geride bırakmak zorunda kalmışlardır. Giden Rumların yerine Yunanistan`ın Kastorya kentinin Jerveni köyünden gelen mübadiller yerleştirilmiştir. Yunanistan'dan gelen mübadillerle Mustafapaşa halkı her yıl geleneksel olarak mübadeleyi dostluk geceleriyle folklarlarını ve kültürlerini yansıtarak kutlamaktadırlar.

Coğrafi Özellikleri

Kapadokya Bölgesi'nde bulunan Sinasos (Mustafapaşa), Ürgüp-Damsa yolu üzerinde, Ürgüp'ün 6 km. güneydoğusunda, Toros Dağları'nın kollarıyla çevrili ve Kızılırmak Nehri'ne akan dere kollarıyla sulanan bir vadinin ortasında yer almaktadır.



Şekil 29: Sinasos'un (Mustafapaşa) bölgedeki konumu

Sinasos birçok küçük tepe üzerinde ve bu tepelerin arasındaki derin vadilerde, doğal çevre verileri ile şekillenmiş bir yerleşim merkezidir. Değişken olan eğim yolları, merdivenli sokakları ve bina biçimlerini oluşturmakta etkili olmuştur. Sinasos'un zemini volkanik tüf tabakası ile kaplıdır. Türkiye'de 4. deprem kuşağında yer alan bölgede günümüze kadar belirlenen en şiddetli deprem Richter ölçeğiyle 7 kuvvetindedir. Erozyon önemli bir sorun olarak günümüze kadar gelmiştir. Bölgede termal kaynaklar bulunmamaktadır ve genel zemin su düzeyi oldukça düşük bir seviyededir. Sinasos'ta karasal iklim hakimdir ancak etrafındaki dağ zincirleri ve akarsular, nispeten yumuşak bir iklime sahip olmasını sağlamıştır (Yıldırım, 2003: 22).

Toplumsal ve Ekonomik Yapı

Sinasos, 1924 yılında Lausanne Antlaşması uyarınca, yörede yaşayan Rumların "iki yönlü göç" sonucunda Yunanistan'a göç etmesinden önce Kapadokya'nın en gelişmiş ve en önemli yerleşim merkezlerinden birisi olarak kabul edilmiştir. İlk adı kesin olarak bilinmeyen kasabanın çeşitli dönemlerde "Sasima", "Sasime"," Levidis"","" Assuma"," Mortman"," Sunasyun"," Sinason", "Sinassus" ve "Asos" adlarını taşıdığı düşünülmektedir (Texier,1862:461).

Sinasos, Roma İmparatorluğu'nun Hıristiyanlığı resmi dinlerinden biri olarak kabul ettiği dönemden başlayarak bir Hıristiyan yerleşimi olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu yönetiminde iken de Kapadokya'da tamamen Rum kültürünü yansıtan az sayıda yerleşmeden biri olma özelliğini korumuştur. Nüfusunun büyük çoğunluğu Rum olan Sinasos, İstanbul'daki ticaret etkinlikleriyle zenginleşmiş, 19. yy'da Ortodoksluğun canlandırılması çalışmalarında, özellikle etkinlik göstermiştir (Kostof, 1972:31). 1924 yılında yapılan mübadele öncesinde Sinasos, Anadolu'da ağırlıklı olarak Rumca konuşulan birkaç yerleşim bölgesinden biridir (Augustinos, 1997:268). Rum nüfus 19. yy içinde hızla azalmıştır. 1890 yılında 4500'den 3000'e, 1924 yılına kadar 1200'den 878'e düşmüştür. 1890 yılında Türk nüfusu 600'dür (Stamatopoulos, 1924:14).

Ele alınan dönemde, Anadolu'da nüfusun büyük kısmı tarım faaliyetleriyle geçinmekteydi. Sinasos halkının geçimi tarımdan ve şehir dışında çalışanların gelirlerinden sağlanmaktaydı. Sinasos'ta ayrıca küçük çapta sanayi kolları, atölyeler, terziler, kunduracılar, hırdavatçılar, bakkaliyeler ve bakırcılar ve kasaplar bulunmaktaydı. Her aile bütün yıl yetecek kadar ürün almak üzere tarım yapmaktaydı. Tarım olanaklarının elverişsizliği kent merkezlerine göçe neden olmaktaydı. Kayseri Ortodoks Rum Metropolitliği'nin kayıtlarına göre, 1834'te çalışabilir durumdaki erkeklerin yaklaşık yüzde 60'ı İstanbul başta olmak üzere Niğde, Antalya, İzmir, Mersin ve Adana'ya çalışmaya gitmekteydi (Augustinos, 1997, s: 39 v.d.).

Sinasos Konakları

Rum nüfusun çoğunlukta olduğu diğer Anadolu köyleri gibi Sinasos'da da ciddi bir zenginlik göze çarpıyordu. Ancak Sinasos'un zenginliği biraz daha fazlaymış; çünkü burada oturan Rumların çoğu İstanbul'da ticaretle uğraşan büyük iş adamlarından oluşuyordu. Osmanlı Devleti döneminde bizim kapitülasyon adını verdiğimiz yabancılara tanınan hakların, azınlıkların ticarete yönlenmelerini ve kısa sürede zenginleşmelerini sağladığı bir gerçektir. Her şeyden önce zenginlik, bununla birlikte hayata bakış ve yaşamı algılayışla paralel olarak gelişen iyi inşa edilmiş evler, görkemli kamu yapıları, daha organize bir sosyal yaşam. İşte tüm bunlar Sinasos'u diğerlerinden daha farklı kılan özelliklerdir. Bu konaklar; Asmalı Konak, Kapadokya Meslek Yüksek Okulu İdare Binası, Ali Süer Evi, Cansever Konağı, Fevzibaşoğlu Konağı, Topakoğlu Konağı, Sarı Konak, Nuri Arı Konağı, Mehmet Ali Orhan Konağı, Mustafa Savaş Konağı, Yaşar Esen Konağı, Zeki Yaman Konağı, Gökalp Konağı, Bingo Evi, Murat Tüzen Konağı, Mehmet Şakir Paşa Medresesi.

Asmalı Konak: Başrollerinde Özcan Deniz ve Nurgül Yeşilçay'ın oynadıkları Asmalı Konak dizisinin ilk bölümlerinin çekildiği bu ev, 1938 yılından bu yana Öztürk ailesinin evi olarak biliniyor. Şu anda ev, Old Greek House adıyla sahipleri tarafından restoran ve otel olarak işletiliyor.

Şekil 30: Asmalı Konak

Gomeda Vadisi

Mustafapaşa`nın kuzeybatısındaki Gomeda Vadisi, jeomorfolojik açıdan Ihlara Vadisi'ne benzemektedir. Vadinin içinden bir dere geçmekte ve yamaçlarında Santavros Kilisesi ve Kapadokya'nın en eski fresklerinin bulunduğu Aziz Basil Şapeli, kiliseler, manastırlar, güvercinlikler, kayalara oyulmuş yüzlerce barınak, ayrıca yeraltı şehri bulunmaktadır.

Mustafapaşa Nerede, Nasıl Gidilir

Soğanlı (Kayseri) yolu üzerindeki Mustafapaşa Ürgüp'e 6 km, Nevşehir'e 26 km uzaklıktadır. Ürgüp-Mustafapaşa arasında düzenli araç seferleri bulunmaktadır. Mustafapaşa; Kayseri Havaalanı'na 70 km, Nevşehir Havaalanı'na 50 km uzaklıktadır.

3.4. Kurulu Kapasitede Yıllık Üretim Miktarı

Tablo Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı

	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
A1- Kurulu Kapasite	Kişi	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B1- Üretim Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otomobil												
A2- Kurulu Kapasite	adet	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00
B2- Üretim Miktarı	adet	87.600,00	87.600,00	96.360,00	105.996,00	116.950,00	128.645,00	141.509,00	155.690,00	163.474,00	167.550,00	175.200,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,50%	66,75%	73,43%	80,77%	88,86%	93,31%	95,63%	100,00%

Otopark Kullanımı - Otobüs												
A3- Kurulu Kapasite	adet	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00
B3- Üretim Miktarı	adet	17.520,00	17.520,00	19.272,00	21.199,00	23.318,00	25.650,00	28.215,00	31.036,00	34.254,00	38.250,00	47.500,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO3=% [(B3/A3)*100])	-	33,33%	33,33%	36,67%	40,33%	44,36%	48,80%	53,68%	59,05%	65,17%	72,77%	90,37%
Yöresel Ürün- Örgü/bez bebek												
A4- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B4- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO4=% [(B4/A4)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün- Çömlek												
A5- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B5- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO5=% [(B5/A5)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün- Pomza Taşı												
A6- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B6- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO6=% [(B6/A6)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün- Şarap												
A7- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B7- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO7=% [(B7/A7)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün- Kabak Çekirdeği												
A8- Kurulu Kapasite	kg	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00
B8- Üretim Miktarı	kg	9.125,00	9.125,00	10.250,00	12.875,00	15.775,00	18.250,00	21.250,00	27.500,00	30.750,00	34.250,00	36.500,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO8=% [(B8/A8)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün- Patates												
A9- Kurulu Kapasite	kg	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B9- Üretim Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO9=% [(B9/A9)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün- Üzüm												
A10- Kurulu Kapasite	kg	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B10- Üretim Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO10=% [(B10/A10)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün- Sera Ürünleri												

A11- Kurulu Kapasite	kg	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00
B11- Üretim Miktarı	kg	10.950,00	10.950,00	137.500,00	16.000,00	19.500,00	21.900,00	25.000,00	29.500,00	34.750,00	39.750,00	43.800,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO11=% [(B11/A11)*100])	-	50,00%	50,00%	627,85%	73,06%	89,04%	100,00%	57,08%	67,35%	79,34%	90,75%	100,00%
Amfi Tiyatro-Festival-Konser												
A12- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B12- Üretim Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO12=% [(B12/A12)*100])	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%
Amfi Tiyatro-Tiyatro-Gösteri-Pandomim												
A13- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B13- Üretim Miktarı	Kişi	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO13=% [(B13/A13)*100])	-	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%
Amfi Tiyatro-Mapping												
A14- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B14- Üretim Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO14=% [(B14/A14)*100])	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%
At Çiftliği - At biniş hafta içi												
A15- Kurulu Kapasite	Kişi	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00
B15- Üretim Miktarı	Kişi	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO15=% [(B15/A15)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
At Çiftliği - At biniş gafta sonu												
A16- Kurulu Kapasite	Kişi	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
B16- Üretim Miktarı	Kişi	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO16=% [(B16/A16)*100])	-	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%
Balon Binişi												
A17- Kurulu Kapasite	Kişi	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00
B17- Üretim Miktarı	Kişi	28.800,00	28.800,00	32.400,00	36.000,00	39.600,00	43.200,00	46.800,00	50.400,00	54.000,00	57.600,00	61.200,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO17=% [(B17/A17)*100])	-	32,88%	32,88%	36,99%	41,10%	45,21%	49,32%	53,42%	57,53%	61,64%	65,75%	69,86%
Restoran-Yemek&İçecek												
A18- Kurulu Kapasite	Kişi	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00
B18- Üretim Miktarı	Kişi	109.500,00	109.500,00	120.450,00	131.400,00	142.350,00	153.300,00	175.200,00	186.150,00	197.100,00	212.430,00	214.620,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO18=% [(B18/A18)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,00%	65,00%	70,00%	80,00%	85,00%	90,00%	97,00%	98,00%
Halı Satışı												
A19- Kurulu Kapasite	adet	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
B19- Üretim Miktarı	adet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00

Kapasite Kullanım Oranı KKO19=% [(B19/A19)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
A20- Kurulu Kapasite	Kişi	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B20- Üretim Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO20=% [(B20/A20)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			46,57%	56,49%	54,22%	59,17%	63,74%	65,44%	71,20%	75,54%	80,49%	83,82%

Yukarıdaki tabloda kurulu kapasitede yıllık üretim miktarları ve kapasite kullanım oranları verilmiştir. Mini Kapadokya giriş bileti, otobüs ve otomobil için otopark kullanımı, örgü/bez bebek, çömlek, pomza taşı, şarap, kabak çekirdeği, patates, üzüm, sera ürünleri gibi yöresel ürün üretimi, festival konser, tiyatro, gösteri, pandomim, mapping için amfi tiyatro kullanımı, at çiftliği kullanımı, balon binişi, restoran ürün üretimi, halı üretimi, fotoğrafçılık için kurulu üretim miktarı değerlendirilmiştir.

Kurulu kapasite oluşturma ve kurulu kapasiteye göre üretim, satış miktarlarının belirlenmesi, talep tahmini bölümünde de belirtildiği üzere bölgeye gelen inanç ve kültür turisti ve balon turisti tahminlemesi üzerine kurgulanmıştır. Talep tahmini bölümünde de görüleceği üzere, hedeflenen Pazar olarak Mini Kapadokya'ya gelebilecek İnanç ve Kültür turistleri sayısı göz önüne alınmıştır. 2014-2018 yılı içerisinde ay bazlı 5 yıllık tüm bölgeye gelen inanç ve kültür turisti sayısına göre talep tahmini modellenmiştir.

Mini Kapadokya ziyaretçi sayısı kapasite oluşturulurken, talep tahmininde oluşan rakamlar analiz edilmiştir. 2014-2018 yılında toplam 12.109.023 kişi müze ve ören yerlerini ziyaret etmiş ve yıllık ortalama 2.421.805 kişi inanç ve kültür turisti olarak Kapadokya bölgesinde yer almıştır. Mini Kapadokya olarak ziyaretçi kapasitesini bu ortalamanın %10'luk kısmını hedefleyerek yapılmıştır. Amacımız sadece Mustafapaşa'ya gelen inanç ve kültür turistleri değil aynı zamanda bölgeye gelen inanç ve kültür turistleri için yeni bir destinasyon olarak fizibilite yer alan destinasyon pazarlama çalışmaları ile hedeflenen ve realist bir tahmin olan 240.000 yıllık inanç ve kültür turistini Mini Kapadokya'ya çekmektir.

Üretim miktarı otoparka bağlı olarak hesaplanmamış tamamen talep tahminindeki rakamlara göre; günlük 500 turist 365 gün açık olacağı varsayımı ile toplamda ilk yıl için 182.500 turist hedeflenmiştir.

Araç otoparkımız mimarı olarak 30 otomobil ve 4 otobüs için planlamış buna göre; günlük 240 otomobil ve 48 otobüs tahmini 12 saatlik çalışma periyotu için düşünülmüş, her gün 1 saat kalacak otobüs ve 1,5 saat kalacak otomobil tahmini üzerinden otopark planlaması yapılmıştır.

Bez bebek gibi hediyelik eşya üretim/satış tahmini ise saha çalışmaları sırasında hediyelik eşya satan esnaflar ile yapılan görüşmelerde ortalama gelen turistlerin %10'luk kısmı

hediyelik eşya satın aldığı belirtilmiş ve buna göre 500 turist/gün tahmini üzerinden 50 bez bebek tahminlemesi yapılmıştır.

3.5. Proje çıktıları

Sunulacak ürün ve hizmetlerin genel özellikleri;

Otopark hizmeti; Mini Kapadokya girişinde mevcut otopark hizmeti

Mini Kapadokya giriş bedeli: Mustafapaşa mahallesini gezen yerli ve yabancı turistler Mini Kapadokya'ya girmek için ödeyecekleri ücret

Restoran hizmeti; Yöresel yemekler, Türk Mutfağı, alkollü ve alkolsüz içecekler

Dükkanlar: Alışveriş amaçlı kullanılan dükkanlarda yöresel ürünler ve turistik ihtiyaçlar sunulacaktır.

Amfi tiyatro: Mevsime ve yoğunluğa göre etkinlik turizmi çerçevesinde etkinlik yapılacaktır. Bu etkinlikler, mapping, tiyatro gösterileri, pandomin, özel gün ve kutlamalar.

Fotoğrafçılık: Seyir terasında fotoğrafçılık.

Halıcılık; İpek böcekçiliği ve halıcılık bağlamında, halı satışı

At çiftliği: Ata binme

Balon: Fotoğraf çekimi ve görsel izleme amaçlı gösteri balonu.

Yöresel ürün satışı: Nevşehir yöresine ait ürünlerin satışı, örgü/bez bebek, çömlek, pomza taşı, şarap, kabak çekirdeği, patates, üzüm, sera ürünleri gibi yöresel ürün üretimi,

3.6. Proje Girdileri

Proje girdileri kapsamında ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli girdiler; Nevşehir hal fiyatları üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca Nevşehir Borsası toplam işlem hacmi, hammadde ve malzemeler ele alınmıştır.

Mini Kapadokya projesi restoran için gerekli olan hammadde, yardımcı madde, ambalaj ve işletme malzemeleri ve diğer girdiler aşağıdaki gibidir.

Tablo 14: Nevşehir İli Hal Fiyatları (2019)

Adı	En Düşük	En Yüksek
Ananas	6,00 TL	7,00 TL
Armut	1,00 TL	2,00 TL
Armut (Akça)	5,00 TL	8,00 TL
Armut (Santa Maria)	2,50 TL	4,50 TL
Avakado	4,00 TL	5,00 TL
Bakla	2,00 TL	3,00 TL
Bamya	6,00 TL	8,00 TL
Barbunya	2,00 TL	4,00 TL

Bezelye	1,50 TL	3,50 TL
Biber (Çarli Sera)	2,50 TL	4,00 TL
Biber (Dolma Sera)	3,00 TL	4,00 TL
Biber (Kırmızı)	1,00 TL	1,50 TL
Biber (Sivri Sera)	3,00 TL	4,00 TL
Biber Köy	3,00 TL	4,00 TL
Brokoli	2,50 TL	4,00 TL
Çilek	7,00 TL	9,00 TL
Dereotu	15,00 TL	17,00 TL
Domates	1,00 TL	2,00 TL
Domates (Antalya)	3,00 TL	5,50 TL
Domates (Çeri)	6,00 TL	10,00 TL
Domates (Kokteyl)	3,00 TL	5,00 TL
Domates (Salkım)	3,00 TL	6,00 TL
Elma (Bayramiç Golden)	2,50 TL	3,50 TL
Elma (Bayramiç Granny Smith)	6,00 TL	7,00 TL
Elma (Bayramiç Starking)	5,00 TL	6,00 TL
Elma (Golden)	2,50 TL	3,50 TL
Elma (Granny Smith)	5,00 TL	6,00 TL
Elma (Starking)	4,00 TL	5,00 TL
Enginar	1,50 TL	2,00 TL
Erik (Anjelika)	3,00 TL	4,00 TL
Erik (Can)	1,50 TL	3,00 TL
Erik (Papaz)	9,00 TL	10,00 TL
Fasulye (Çalı Sera)	7,00 TL	9,00 TL
Fasulye (Şeker)	3,00 TL	4,00 TL
Greyfurt	1,00 TL	1,50 TL
Havuç (Beypazarı)	1,30 TL	2,30 TL
Havuç (İkinci)	0,50 TL	0,70 TL
Hıyar	2,00 TL	3,50 TL
Hıyar (Silör)	4,00 TL	5,00 TL
Hindistan Cevizi	1,50 TL	2,50 TL
Ispanak	1,50 TL	2,00 TL
İncir (Beyaz)	3,00 TL	5,00 TL
Kabak (Bal)	1,00 TL	1,50 TL
Kabak (Sakız)	2,50 TL	4,50 TL
Karnabahar	3,00 TL	4,00 TL
Karpuz	1,30 TL	2,00 TL
Kavun	1,50 TL	2,00 TL
Kayısı	5,00 TL	7,00 TL
Kereviz	1,50 TL	2,00 TL
Kızılcık	4,00 TL	5,00 TL
Kiraz	8,00 TL	12,00 TL
Kivi	15,00 TL	20,00 TL

Kivi (Dökme)	4,00 TL	5,00 TL
Lahana (Beyaz)	0,80 TL	1,50 TL
Lahana (Kırmızı)	2,00 TL	3,00 TL
Limon	2,00 TL	5,00 TL
Limon (Enter)	50,00 TL	60,00 TL
Mandalina	3,50 TL	4,50 TL
Mango	4,00 TL	7,00 TL
Mantar	4,00 TL	5,00 TL
Marul	12,00 TL	16,00 TL
Marul (Kıvırcık)	10,00 TL	13,00 TL
Maydanoz	7,00 TL	15,00 TL
Mısır	0,50 TL	0,70 TL
Muz (1. Kalite)	100,00 TL	110,00 TL
Muz (Yerli)	3,00 TL	4,00 TL
Nane II.	6,00 TL	8,00 TL
Nektarin	3,00 TL	5,00 TL
Nektarin (Bayramiç Beyazı)	3,00 TL	4,00 TL
Pancar	2,00 TL	3,00 TL
Patates	1,20 TL	2,00 TL
Patates (Taze)	1,50 TL	3,00 TL
Patlıcan (Antalya Sera)	2,00 TL	3,00 TL
Patlıcan (Bostan)	2,50 TL	3,50 TL
Pazı	2,00 TL	3,00 TL
Pırasa	1,00 TL	1,50 TL
Portakal	1,00 TL	1,50 TL
Portakal (Sıkmalık)	1,50 TL	2,30 TL
Roka	10,00 TL	16,00 TL
Sarımsak (Kuru)	8,00 TL	12,00 TL
Sarımsak (Yeşil)	2,50 TL	3,50 TL
Semizotu	2,50 TL	4,00 TL
Soğan (Kuru)	1,00 TL	2,00 TL
Soğan (Taze)	2,50 TL	3,50 TL
Şeftali	2,50 TL	4,00 TL
Tere	10,00 TL	14,00 TL
Turp (Kırmızı)	1,00 TL	1,50 TL
Üzüm (Çekirdeksiz)	2,50 TL	3,50 TL
Üzüm (Siyah)	2,00 TL	4,00 TL
Vişne	2,50 TL	5,00 TL
Yaprak Taze	2,00 TL	6,00 TL

Kaynak: (https://www.halfiyatlari.net/).

Nevşehir İli Hammadde ve Enerji Kaynakları

Nevşehir ili metalik madenler yönünden önemli bir varlığa sahip değildir. Ancak bölge jeolojisi nedeniyle endüstriyel hammaddeler açısından büyük bir zenginliğe sahiptir. Bölgedeki yoğun volkanik faaliyetler sonucunda oluşan volkanik ürünler, Nevşehir'in önemli ekonomik zenginlikleri arasındadır. Bölgedeki yaygın volkanizma ilde önemli pomza, perlit, kaolen ve kum-çakıl yataklarının oluşumuna neden olmuştur. Perlit yatakları Acıgöl ilçesinde yer almakta olup, ilçedeki perlitlerin genleşme oranları 2.3 ile 16 arasında değişmektedir. Yatakların toplam rezervi 450 milyon ton civarındadır. Derinkuyu ilçesindeki sahalarındaki orta kaliteli perlitlerin genleşme oranı 3.2-4,5 arasında değişmekte olup, sahalarda toplam 320 milyon ton olarak jeolojik rezerv belirlenmiştir. Avanos ilçesi kaolen ve kum-çakıl yatakları bakımından önem arz etmektedir. İlçedeki kaolen oluşumları alunitli olup kâğıt sanayi hammaddesi olarak zaman zaman işletilmektedir. Yatakların toplam görünür rezervi 1.325.000 ton, muhtemel rezervi ise 2.325.000 olarak belirlenmiştir. İlçedeki kum-çakıl hammaddeleri ise orta kalitede olup, yaklaşık 20 milyon m3 mümkün rezerve sahiptir. İlde geçmiş yıllarda işletilen yataklar arasında Gülşehir ilçesindeki barit ve kaya tuzu yatakları sayılabilir. Gülşehir-Tuzköy sahasındaki %92 NaCl içerikli ve 75 milyon ton görünür, 96 milyon ton muhtemel ve 960 milyon ton mümkün rezerv belirlenmiş yatak geçmiş yıllarda Tekel tarafından işletilmiştir. Ayrıca sahada neojen yaşlı tüfler içerisinde zeolit minerallerinin varlığı da tespit edilmiştir. Gülşehir-Arafa sahasındaki %92,75 BaSO4 içerikli baritlerde ise 2.500 ton görünür rezerv vardır.

Ülkemizin önemli ve iyi kalitede pomza yataklarına sahip olan Nevşehir ilinde, İl merkezi ve Ürgüp ilçesinde çok sayıda halen işletilen ve işletilmiş pomza yatakları yer almaktadır. Bu yatakların toplam rezervi yaklaşık 450 milyon m^3 civarındadır. Ülkemizde tekstil sektöründe kullanılan iyi kalitedeki pomzaların büyük bir bölümü bu ilden karşılanmak ve ihraç edilmektedir.

Söz konusu yer altı kaynakları dışında ilde Gülşehir-Arafa yöresinde 5000 Kcal/kg ortalama alt ısıl değerine sahip linyit sahası bulunmakta olup, saha geçmişte işletilmiştir. Ayrıca, Genel Müdürlüğümüzün enerji hammaddelerine yönelik yaptığı çalışmaları sonucunda Kozaklı ilçesinde sıcaklığı 29ºC ve debisi 10 lt/sn olan jeotermal kaynak tespit edilmiştir. Bu alanda yapılan sondajlarda 80-93ºC arasında değişen sıcaklık, 275 lt/sn debi ve 63.3 MWt güce sahip akışkan görünür hale getirilmiş ve ülke ekonomisine kazandırılmıştır. Bunun dışında Acıgöl ve Avanos yörelerinde de sıcaklıkları 25ºC ile 27.5ºC arasında değişen jeotermal kaynaklar bulunmaktadır.

Acıgöl perlit yatakları: İlçede çok sayıda perlit sahaları bulunmakta olup bunların genleşme oranları 2.3 ile 16 arasında değişmektedir. İlçedeki perlit yataklarının toplam rezervi 450 milyon ton civarındadır. Derinkuyu-Kayışkıran, Büyük ve Küçük Göllüdağ ve Bozdağ perlit yatakları vardır.

Pomza (Pom) ve Zeolit (Zeo)

Ülkemizin önemli ve iyi kalitede pomza yataklarına sahip olan Nevşehir ilinde, İl merkezi ve Ürgüp ilçesinde çok sayıda işletilen ve işletilmiş pomza yatakları yer almaktadır. Bu yatakların toplam rezervi yaklaşık 450 milyon m3 civarındadır. Ülkemizde tekstil sektöründe kullanılan iyi kalitedeki pomzaların büyük bir bölümü bu ilden karşılanmaktadır. Tenör: Neojen yaşlı tüfler içerisinde zeolit mineralleri vardır (http://www.mta.gov.tr/).

Nevşehir ilinin sahip olduğu bu madenler günlük hayattaki birçok sektörde kullanılmaktadır. Dolayısıyla önce projemizin gerçekleşeceği Mustafapaşa yöresine daha sonra Nevşehir'e ekonomik katkı sağlayacaktır.

Bunlara örnek verecek olursak; özellikle inşaat ve tekstil alanında kullanılan Pomza taşı; inşaat sektöründe konut ihtiyacının karşılanabilmesi için günümüze kadar çok katlı binaların inşasında bazı problemlerle karşılaşılmıştır. Bunların en önemlisi beton kütleden dolayı binanın öz ağırlığının fazla olmasıdır. Bu ağırlığının azaltılması amacıyla betonda kullanılan normal agrega yerine alternatif olarak pomza taşı kullanılmaya baslanmıştır. Pomza taşı hafif agrega olarak kullanıldığında betonun özgül ağırlığını azaltır ayrıca gözenekli yapısından dolayı da ısı ve ses yalıtımını sağlar (Yazıcıoğlu vd., 2003: 118-123). Projemizde de inşaat birçok yerde yapılacaktır. Gerek restoran inşaatı gerek halı dükkânı vb. gibi birçok alanda inşaat olacaktır ve yörenin sahip olduğu pomza taşı sayesinde bu alanlarda ekstra bir maliyet yapılmayacaktır.

Zeolit'in kullanım alanları

Zeolitli tüfler, gübrelerin kötü kokusunu gidermek içeriğini kontrol etmek ve asit volkanik toprakların pH'nın yükseltilmesi amacıyla uzun yıllardan beri kullanılmaktadır. Doğal zeolitler gübreleme ve toprak hazırlanmasında gübre taşıyıcısı olarak, tarımsal mücadelede ilaç taşıyıcısı olarak yaygın şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca besicilikte hayvan yemi katkı maddesi olarak kullanılmaktadır (Gülen vd., 2012: 65). Projemizde de yapılacak olan at çiftliği ve Mini Kapadokya saha içerisinde bahçe, toprak düzeninde de, yörenin sahip olduğu maden zeolitten faydalanılacaktır.

Kaolin kullanım alanları

Kaolinler seramik ve kâğıt sanayilerinin en önemli hammaddesidir. Ayrıca, kaolinler kristalleşme derecesine, parlaklığına, beyazlığına, örtücülüğüne, film dayanımına, viskozitesine ve tane şekline göre (bu özellik düzgünlüğü, optik ve reolojik özellikleri kontrol eder) sanayide çeşitli alanlarda değerlendirilir. Özellikle Halloysitler, doğada, kaolinlere nazaran az bulunur ve seramik sanayinde özellikle sır malzemesinde kullanılır. Türkiye'de kullanılan kaolinlerin fiziksel ve kimyasal özelliklerine göre çeşitli ürün standartları reçeler halinde kullanıcılar tarafından hazırlanmıştır ve bu standartlar hemen hemen Dünya'da kullanıcıların standartlarına benzemektedir. Kaolin'in kâğıt, porselen, sıhhi tesisat gibi kullanım alanlarında beyazlık, serbest silis, aşındırıcılık gibi bazı fiziksel parametreleri, kimyasal bileşimleri kadar önemli olmaktadır (Ece vd:2). Kaolin projemizde

gerçekleştireceğimiz inşaatların camlarında, restoran tezgahlarında duvarlarında, halı dükkanının duvar süslemelerinde ve diğer dükkânların süslemeleri içinde kullanılacaktır.

Mini Kapadokya projesi at çiftliği için gerekli olan hammadde, yardımcı madde ve işletme malzemeleri ve diğer girdiler aşağıdaki gibidir. Bu girdiler Nevşehir yöresinden ve mevcut at çiftliklerinden temin edilecektir.

At çiftliği için alınacak ekipman ve malzeme

Koşum takımı, Ahır örtüsü, Bandaj, Eyer, Keçe, Relpet, Başlık, Getir, Blanket, Dizgin, Tımar, Göğüslükler, Üzengi, At tıraş makinesi, Gaiterler, Nal, Mıh, Mahmuz kayışı, Koruyucu yelek vb.

AYLIK(TL)*	1 at için (TL)	24 at için (TL)
Yulaf/Arpa	156	3.744
Kuru çayır	120	2.880
Yataklık	240	5.760
At bakımı	250	6.000
Veteriner	41,6	1.000
Personel gideri	419,1	10.060
İşletme gideri	62,5	1.500
Ekipman gideri	17,3	416
Toplam	**1.306,5**	**31.360**

*At ücreti dahildir.

3.7. Projenin hedef aldığı kitle ve/veya bölge

Nevşehir ilinde 2018 yılında Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri'nde konaklama gerçekleştiren turist sayısı toplam 1.018.744 kişidir. Bu işletmelerde konaklayan yabancı turist sayısı 576.428 kişi, bu turistlerin toplam geceleme sayısı 989.661 ve ortalama geceleme sayısı 1,71'dir. Yine bu işletmelerde konaklayan yerli turist sayısı 442.316 kişi olarak 774.121 geceleme yapmış ve ortalama geceleme sayısı 1,75'dir. Turizm İşletme Belgeli Tesisler 2018 yılında 12 aylık verilerde ortalama %48,58 doluluk oranı sağlanmıştır, %62,24 Nisan ayı, %60,97 Ekim ayı ve %58,35 ağustos ayı ile en yüksek doluluk oranına ulaşan aylardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Nevşehir ilinde 2018 yılında Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde konaklama gerçekleştiren turist sayısı toplam 757.439 kişidir. Bu işletmelere gelen yabancı turist sayısı 295.908 kişi, bu turistlerin toplam geceleme sayısı 519.359 ve ortalama geceleme sayısı ise 1,75'dir. Yine bu işletmelerde konaklayan yerli turist 461.531 kişi olarak toplam 888.284 geceleme ile ortalama 1,92 gece konaklama gerçekleştirmişlerdir. Turizm İşletme Belgeli Tesisler 2018 yılında 12 aylık verilerde ortalama %35,49 doluluk oranı sağlanmıştır, %51,4 ağustos ayı, %45,6 Ekim ayı ve %44,4 Temmuz ile en yüksek doluluk oranına ulaşan aylardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Turizm ve Kültür Bakanlığı'ndan elde edilen ziyaretçi verilerine göre 2018 yılında Nevşehir ilini toplamda 872.336 kişi yabancı turist ortalama 1,72 geceleme ve 903.847 kişi yerli turist olmak üzere toplamda 1.776.183 kişi ziyaret etmiştir.

2015 yılı Ağustos-Ekim ayları arasında yabancı turistler ile yapılan bir araştırmada, anket yöntemi uygulanmış ve katılımcılar kolayda örnekleme yöntemiyle seçilerek 521 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir (Çanakçı ve Birdir, 2018).

Elde edilen verilerde araştırmaya katılan yabancı turistlerin %58,7'sinin kadın ve %41,3'ünün erkek olduğu belirlenmiştir. Turistlerin çoğunlukla 25-35 yaş aralığında (%31,7), evli (%54,9), lisans mezunu (%45,3), özel sektörde çalışan (%43,6) ve artan gelir düzeyinde (%56,8) kişiler olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan yabancı turistlerin milliyetleri incelendiğinde %16,1'inin Amerikalı, %7,1'inin Alman, %6,7'sinin Avustralyalı, %5'inin Kanadalı, %4,8'inin İngiliz ve %60,3'ünün ise diğer milliyetlerden olduğu anlaşılmaktadır (Çanakçı ve Birdir, 2018).

Araştırmaya katılan yabancı turistlerin seyahat etme özellikleri olarak %70,4'ü seyahatlerini "bireysel" olarak organize ederken %29,6'sı "paket tur" ile organize etmektedirler. Katılımcıların %68,5'i Türkiye'yi daha önce ziyaret etmemişlerdir. Türkiye'yi daha önce ziyaret edenler çoğunlukla (%24,4) "1-3 kez arası" ziyaret etmişlerdir. Diğer taraftan araştırmaya katılan yabancı turistlerin Türkiye'deki seyahatlerinin toplam süreleri ise çoğunlukla (%55,9) "6-10 gün arasıdır" (Çanakçı ve Birdir, 2018).

Kapadokya Bölgesini ziyaret eden turist profili ülkemizi ziyaret eden turist profilinden farklılık göstermektedir. Ülkemizi ziyaret eden Alman ve Rus vatandaşlarının toplam turist sayısına oranı ülke genelinde %28 civarında iken Kapadokya Bölgesi'nde bu oran %9'a kadar düşmektedir. Ülkemizi ziyaret eden Japon turistlerin neredeyse tamamı Kapadokya'yı ziyaret amaçlı gelmektedir ve Kapadokya'yı ziyaret eden Japon turistin sayısı toplam turist sayısının %10'una tekabül etmektedir. Yukarıda bahsi geçen her iki gösterge Kapadokya'nın turist profilinin ülkemiz turist profilinden oldukça farklı olduğunu göstermektedir.

Kapadokya ile ülkemizin en fazla ziyaret edilen turizm destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin eğitim durumlarını incelediğimizde Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin eğitim durumlarının diğer destinasyonlara ve ülke ortalamasına kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Son yıllarda gerçekleştirilen tanıtım çalışmaları sonucunda başta Brezilya olmak üzere Hindistan, Güney Kore ve Çin'den bölgeyi ziyaret eden turistlerin sayısında önemli artışlar gözlemlenmektedir. Özellikle Brezilya'da yayına giren ve bazı sahnelerinin Kapadokya'da çekildiği pembe dizinin izlenmesiyle Brezilyalıların bölgeye olan ilgileri her geçen gün artmaktadır.

2020-2021 yılı için Nevşehir ilindeki inanç ve kültür turisti yönelik aylık turizm talebi tahminleri üretilmiş, aynı zamanda 2020-2021 için yıllık balon turisti talep tahminleri üretilmiştir. Elde edilen tahmin değerleri inanç turizmi için 2020 tahmini, 2.882.494, 2021

için2.861.286 turist, balon için; 2020 tahmini, 431.850, 2021 tahmini 449.469 turist hesaplanmıştır (5. bölümde ayrıntılı verilmiştir).

Mustafapaşa Çevre Destinasyonları

Cemil Köyü

Cemil Köyü Ürgüp ilçesinin güneyinde 15 km mesafede bulunmaktadır. Güneyinde Taşkınpaşa Köyü, kuzeyinde Mustafapaşa Kasabası, doğusunda Karlık Köyü, batısında küçük sıra dağlar bulunmaktadır. Köyün iklimi karasal iklimdir. Köyün geçimi ve gelir kaynağı, tarım ve hayvancılığa dayandığı gibi, köy halkının neredeyse yarısı çeşitli kurumlardan emeklidir. Köyün tarihi 700 yıl öncesine dayanmakta ve yakın tarihte köyde yaşayanların çoğunluğunu Rumlar'ın oluşturduğu bilinmektedir. 1924 yılındaki mübadelede ise Rum'ların yerine muhacir Türkler gelmiştir. Köyün girişinde 1990 yapımı Necip Paşa Camii, köyün içinde kökleri pek eskiye dayanmayan çan kulesi bulunan kilise ve keşlik mevkiinde yer alan 2 adet kilise bulunmaktadır. Bu kiliseler yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Köyde halk kütüphanesi bulunmaktadır(http://wowturkey.com). Mustafapaşa Kasabası'na yaklaşık uzaklığı 8 km'dir.

Taşkınpaşa Köyü

Taşkınpaşa Köyü Ürgüp ilçesinin 18 km Güneyinde olup güneyinde Şahinefendi kuzeyinde Cemil doğusunda Yeşilöz ve Akçaviran, batısında Mazı Köyü ile komşudur. Taşkınpaşa Köyü Damsa vadisinin ortasında yer almaktadır. Bu vadi yaklaşık olarak 15 Km kadardır. Ürgüp -Yeşilhisar yolu üzerinde yolun sağ tarafında yer alır. Köy adını Anadolu Selçuklu Beylerinden Emir Taşhunpaşa'nın buraya yerleşerek Bir cami bir medrese ve bir kümbet yaptırıp buraları ihya etmesi nedeni ile almıştır. Taşhun Paşa IV. Rukneddin Kılıçarslanın komutanlarından olup Ürgüp ve yöresinin İslamlaştırılmasına büyük emekleri olmuş bir zattır. Yaptırmış olduğu cami ve medresenin taş işçilikleri Selçuklu taş işçiliğinin nadide eserlerindendir. Caminin orijinal mihrap ve minberi İslami ahşap işçiliğinin en güzel örneklerindendir. Halen bu mihrap ve minber Ankara Etnografya müzesinde sergilenmektedir. Medrese ise Biltur Bakanlığı tarafından Restore edilerek şu anda Kütüphane olarak hizmet verilmektedir. Köyde bu tarihi eserlerin dışında Taşhun Paşanın çocuklarına ait bir kümbet ve Kendisine ait ayrı bir Kümbet vardır. Ayrıca eski mezarlık içerisinde Kesikbaş Türbesi bulunmaktadır. Köyün İçeribağlar Mevkiinde büyük bölümü yıkılmış kayadan oyma bir kilise bulunmaktadır. Taşkınpaşa Koyununu sınırları içerisinden doğarak Taşkınpaşa, Cemil, Mustafapaşa ve Ürgüp sınırları içerisinden geçerek Kızılırmak'a dökülen Damsa çayı geçtiği arazilere hayat vermekte bozkır ortasında Damsa vadisini yeşile bezemektedir. Damsa Baraj gölü bu çay üzerinde sulama amaçlı inşa edilmiş yörenin en güzel mesire yerlerindendir(http://wowturkey.com). Mustafapaşa'ya uzaklığı 13 km'dir.

Damsa Barajı, 38^0 32' Kuzey enlemi ve 34^0 55' Doğu boylamı üzerinde olup İç Anadolu Bölgesi'nde Nevşehir ilinin Ürgüp ilçesinde yer alır. Karasal iklime sahiptir ve ortalama su

yüksekliği 32.50 metredir. Damsa Barajı, Damsa Çayı üzerinde, sulama amacıyla 1965-1971 yılları arasında inşa edilmiştir. Nevşehir ilinin içme ve sulama ihtiyacını karşılamaktadır. Toprak gövde dolgu tipi olan barajın gövde hacmi 862000 m^3 , normal su kotunda göl hacmi 7.12 hm^3 , normal su kotunda göl alanı 0.82 km^2 'dir. Baraj 1390 hektarlık bir alanda sulama hizmeti vermekle birlikte yılda 1 hm^3 içme ve kullanma suyu sağlamaktadır. Aynı zamanda Damsa Barajı, görünümü ve ağaçlandırılmış çevresiyle piknik alanı olarak da kullanılmaktadır. İl merkezine uzaklığı 30 km, ilçe merkezine (Ürgüp) uzaklığı ise 9 km'dir. Nevşehir Damsa Barajı çevresinde küresel iklim değişikliğine bağlı olarak sıcaklıkların artış trendinde olduğu ve yağışların bölgede giderek azaldığı, bu durumun da Damsa Barajının su miktarındaki azalmayı tetiklediği ortaya konmuştur. Ayrıca barajda su ürünleri yetiştiriciliği yapılmaktadır ve baraj etrafında tarım alanları mevcuttur (Kalıpcı vd., 2017:313).

Damsa Barajı'nda sazan, ak levrek ve kadife aşılanması mevcuttur. Yılda yaklaşık 2.5 ton sazan balığı üretilmektedir. Göletin her tarafının su bitkileriyle kaplı olması balıkçılık açısından verimliliği yüksek bir gölet olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca baraj balık tutmayı sevenler için oldukça güzel bir mekân niteliğindedir. Barajın etrafında bulunan yeşil alan ise yerli ve yabancı turistlerin dinlenip piknik yapabileceği bir ortama zemin oluşturmaktadır (Saylar ve Şişman, 2011:198).

Şahinefendi Köyü ve Sobesos Antik Kenti

Şahinefendi Köyü Ürgüp ilçesinin 23 km güneyinde olup doğusunda Hodul Kavak Köyü batısında Mazı Köyü, güneyinde Güzelöz Köyü, kuzeyinde Mustafapaşa köyleri ile sınırlıdır. Köy geniş bir vadinin güney yamacında volkanik bir arazi üzerinde kurulmuştur. Bu vadinin yamaçları çok sayıda peri bacaları ile süslüdür. Peribacalarının içine oyulmuş Kırkharamiler ve Altıparmak kiliseleri yanında çok sayıda mağara da mevcuttur. Köyün Kiliseler mevkii sit alanı içindedir. Yine köyde şans eseri bulunan Kapadokya 'nın başkenti olarak düşünülen Sobesos adında yeni bir antik kent mevcuttur. 2002 yılı ilkbaharında kazı çalışmalarına başlanmış olup, kazı çalışmaları sonucunda paha biçilemeyen mozaik yer döşemeleri, kilise, hamam ve mezarlar bulunmuştur. Şu anda bir kitabeye rastlanmamış olup yaklaşık 1.650-1.700 yıllık olduğu tahmin edilmektedir. Köyün kuruluş tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte, Hristiyanlığın ilk yıllarında Roma ve Bizanslıların yaşadığı bilinmektedir. Köyde Türk yerleşimi Malazgirt savaşından sonra Battal Gazi tarafından gerçekleşmiştir. Köyün ilk adının Soveşe olduğu söylenmektedir, Rumcada orta alan anlamına geldiği rivayet edilmektedir. Köyün ekonomik yapısı tarıma, özellikle de patatese dayanmaktadır. Köyün eğitim seviyesi yüksektir(http://wowturkey.com). Mustafapaşa Beldesi'ne olan uzaklığı 17 km civarındadır.

Sobesos Antik Kenti'nde yapılan kurtarma kazısı çalışmalarından sonra kent mimarisine ait bazı temel kalıntılara ulaşılmıştır(http://kapadokyadagez.com).

Toplantı Salonu: Yaklaşık 400 metrekarelik bir alanı kaplayan toplantı salonunun biri mozaikli, diğerinde mezar bulunan iki odası, bir de sütunları destekli, tabanı mozaik döşeli, duvarları siyah ana salonu bulunmaktadır. Yapının, 4. yüzyılın ortalarına ve 5. yüzyıla ait olabileceği tahmin edilmektedir.

Mozaikli Oda: Tabanında mozaikler bulunan mekânın tamamı temizlenmiştir. Çeşitli renklerden oluşan taşlardan yapılmış geometrik motiflerle süslü zeminde saç örgülerinden oluşan Sivastika, Meander ve Haç motifleri dikkat çekicidir.

Kuzey Oda Mezarı: Mozaikli odanın kuzeyindeki, üzerinde haç kabartması bulunan mezarı doğu-batı yönündedir. Haç kabartmalı kapağın hemen altında kötü kokunun yayılmaması için ikinci bir kapak daha bulunmaktadır. Etrafı kireç harçla kapalı her iki kapak açıldıktan sonra 1,70 m uzunluğunda kefenle birlikte gömülü, elleri göbeğinin üzerinde, erişkin bir erkeğe ait iskelet açığa çıkarılmıştır. İskeletten doku örnekleri alınmış ve iskelet oldukça yıprandığı için kaldırılmadan yerinde muhafaza altına alınmıştır. Salondaki sonradan ilave edilmiş şapel ile hem zamanlıdır.

Şapel: Toplantı salonunun üzerine, doğu duvarına yakın biçimde sonradan salona ait malzeme ile yapılmıştır. Kaba bir işçilik gösteren şapel, kazı esnasında ele geçen sikkeye göre 6. yüzyılın ortasına tarihlenmektedir.

3.8. Proje sahibi kuruluş ve yasal statüsü, yürütücü kuruluş

Proje yürütücüsü Nevşehir valiliğine bağlı KAP-HİB-Kapadokya Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliğidir. Merkezi Nevşehir'dedir. Birlik üyeleri, Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişme bölgesi ve Kozaklı Termal Turizm Merkezi sınırları içinde kalan İl Özel İdaresi ile Belediye ve köylerdir. KAP-HİB amacı; Kapadokya Kültür, Turizm Koruma ve Geliştirme Alanını ve Nevşehir Kozaklı Termal Turizm Merkezini bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtım, turizmin çeşitlendirilmesi, konaklama süresinin artırılması, turizmin niteliğinin arttırılması ve kültür ve turizme ilişkin sosyal, teknik alt yapının gerçekleştirilmesi ve işletmesini sağlamaktır.

Nevşehir Valisinin onayından sonra yürürlüğe giren ve Birlik başkanı tarafından yürütülen KAP-HİB'in tüzüğü 39 maddeden oluşmaktadır.

Birlik yapısı Birlik Başkanı (Nevşehir valisi), Birlik encümeni (6 kişi), Birlik meclis üyeleri (41 kişi), Birlik müdürü, yazı işleri, mali işler ve teknik işler şeklinde organizasyonu yapılanmıştır.

4. PROJENİN ARKA PLANI

4.1. Sosyo-ekonomik Durum (genel, sektörel ve/veya bölgesel)

Türkiye'de yaratılan gayri safi toplam katma değerin %1,53'ü TR71 Düzey 2 Bölgesi tarafından yaratılmaktadır. Bu oranın %25,1'i sanayiden, %55,3'ü hizmetlerden ve %19,6'sı tarımdan elde edilmekte olup bölgede en önemli sektör hizmetler sektörü olarak görünmektedir. (Kaynak: TÜİK 2012) Türkiye genelinde sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında Bölge illeri orta seviyelerde yer almaktadır. Sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksine göre Aksaray 55, Kırıkkale 41, Kırşehir 40, Nevşehir 36 ve Niğde 56. sırada yer almaktadır (SEGE 2011). Bölge özellikle Türkiye ve Dünyada zengin tabiat ve kültür varlıkları ile bilinmekte ve tanınmaktadır. TR71 Düzey 2 Bölgesi, Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir ve Niğde illerini içeren, 31.823 km^2 lik yüzey alanı ile Türkiye yüzölçümünün %4,1'ini kaplayan ve 1.501.311 kişilik nüfusu ile Türkiye'nin %2'lik nüfusunu oluşturan bir Düzey 2 Bölgesi'dir (TÜİK, 2012).

Nevşehir ili toplam nüfusu 2017 verileri ile birlikte 292.365 olarak TÜİK verisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nüfus 144.219(%49,33) erkek ve 148.146(%50,67) kişi kadından oluşmaktadır.

Nevşehir ili 2017 TÜİK verisi 15-19 yaş iş görebilme yaşı başlangıcı 11.943 erkek ve 12.082 kişi kadın, 20-24 yaş aralığı 11.008 erkek ve 12.029 kadın, 25-29 yaş aralığı 9.951 erkek ve 9.790 kişi kadından oluşmaktadır. Nevşehir ili Ürgüp ilçesine bağlı Mustafapaşa Köyü toplam nüfusu 1.371 kişidir. Nüfusun 610 kişisi erkek ve 761 kişisi ise kadındır (TÜİK, 2017).

Nevşehir'de temel ekonomik faaliyetleri turizm sektörü ekseninde gelişmekte olup diğer öne çıkan sektörler bims blok üretimi (pomza sektörü), tarım makineleri imalatı, karoser ve ekipmanları imalatı, soğuk hava depoculuğu ve tarım sektörüdür. 2013 yılı itibarıyla Nevşehir'de işgücüne katılım oranı %50,5, işsizlik oranı %6 ve istihdam oranı %47,5'tir. Türkiye ortalamasının %9 olduğu işsizlik oranı bakımından %6'lık işsizlik oranı ile Nevşehir oldukça iyi bir durumda bulunmakta olup ülkemizde en düşük işsizlik oranına sahip 9. il konumundadır (TÜİK, 2016).

Nevşehir ilinde gerçekleştirilen alan çalışmasında Nevşehir Belediyesi hizmet alanında ikamet eden on sekiz ve üzeri yaştaki, tesadüfi yöntemle belirlenmiş 900 vatandaşa, 2012 yılının temmuz ayında çalışmanın anket soruları sorularak ilin demografik demografik verilere ulaşılmıştır (Alptürker, Şahin ve Taşpınar, 2016).

Ankete katılan 857 vatandaşın %41,3' ü kadınlardan, %58,7' si ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %20,2' si 25 yaş altında, %49' u 25-40 yaş aralığında, %30,3' ü 40 yaş üzerindedir. Katılımcıların %35,6' sı ilköğretim mezunu iken, %34,2' sinin lise mezunu, %30,2' sinin üniversite ve üstü mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %17,7' sinin herhangi bir gelire sahip olmadığı, %39,7' sinin 1000 TL' den daha az bir gelire sahip olduğu,

%38,4' ünün 1000 TL ile 3000 TL arasında bir gelire sahip olduğu ve %4,2' sinin 3000 TL'den daha fazla bir gelire sahip olduğu görülmektedir (Alptürker, Şahin ve Taşpınar, 2016).

Mustafapaşa kasabasında 2011 yılı ocak-şubat ayları arasında tesadüfi örneklem yöntemi ile anket çalışması yapılmış 410 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir. (Keskin ve Çontu, 2011).

Ankete katılan yerel halkın %68,6'sı erkek, %31,4'ü kadındır ve çoğunluk işçilerden oluşmaktadır. Yine anket sonucuna göre %42,8 ile eğitim durumu Lise olarak belirlenmiştir. Yerel halkın gelir dağılımı ise çoğunluk %37,4 ile 501-1000 TL aralığındadır (Keskin ve Çontu, 2011).

Veriler incelendiğinde %30,4'lük bir kesimin 21 yıl ve daha fazla süreyle kasabada yaşadıkları tespit edilmiştir ve bu oran bölgede yaşayan halkın bölgeye bağlı kaldıklarının ve bölgede yaşamlarını devam ettirdiklerinin bir göstergesidir (Keskin ve Çontu, 2011).

Mustafapaşa'nın elde edilen demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre turizm yatırımlarının bölgede yerli halkın katılımı da sağlanarak doğru bir planlamayla yapılandırılması için kurum ve kuruluşların katkısı büyük önem taşımaktadır. Turizmin ekonomik ve sosyolojik bazda önemli bir endüstri haline geldiği günümüzde Mustafapaşa'nın turizmden en yüksek payı almak kuşkusuz bütün bölgesel pay ve paydaşlar için önemlidir. Nüfus yapısı 1.301 kişi olan alanda turizm ile eğitim ve gelir artışı beklendiği gibi kalkınma beklentilerine göre de belirli oranda yapılacak yatırımların etkisi ile birlikte nüfus artış beklenmektedir. Yapılan proje ile çalışmada Kapadokya Bölgesi içerisinde yer alan ve turistik destinasyon olma yolunda hızla gelişme gösteren Mustafapaşa (Sinasos) Kasabasında yaşayan yerel halkın demografik özellikleri ve sosyo-ekonomik durumundaki gelişmeler proje süresince ve sonrasında da turistik çekim etkileriyle birlikte gözlemlenmeye devam edilecektir.

4.2. Sektörel ve/veya Bölgesel Politikalar ve Programlar

Nevşehir'in İl Olması: İlin tarihi M.Ö. 7000 yıllarına kadar uzanır. Nevşehir 'Güzel Atlar Ülkesi' anlamına gelen (Farsça Katpatuka) Kapadokya Bölgesinin merkezinde yer alır. Bölgeye sırası ile Hititler, Frigler, Asurlar, Persler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılar egemen olmuşlardır. Kapadokya Bölgesi M.S. 3. yüzyıldan itibaren Hristiyanlığın önemli merkezlerinden biri olmuştur. 11. ve 12. yüzyıllarda Selçukluların hizmetine girmiştir. 1071 Malazgirt Zaferinden sonra bölgede Türk köyleri kurulmaya başlayınca şehre Muşkara ismi verilmiştir. İlin adı 1725 tarihinde Nevşehir olarak değiştirilmiştir. Nevşehirli Sadrazam Damat İbrahim Paşa zamanında büyük bayındırlık hareketine girişilmiş; imaretler, camiler, medreseler ve çeşmeler yapılmıştır. Nevşehir; 6429 Sayılı Kanun ile 20 Temmuz 1954 tarihinde İl statüsüne kavuşmuştur (http://www.nevsehir.gov.tr/tarihce).

Özel Nitelikli Projeler-KOP Konya Ovası Projesi

Konya Ovası kapalı bir havza olup Konya, Karaman, Niğde ve Aksaray illerini kapsayan yaklaşık 65 bin kilometrekarelik bir alandan oluşmaktadır. KOP Bölgesi'nin gelecekteki temel kalkınma stratejileri de sorunlar ve potansiyeller üzerine kurulmuştur. Suyun evlerde, tarımda ve sanayide etkin ve verimli kullanılarak gelecek nesillere sağlıklı ve sürdürülebilir bir su rezervi bırakmak, yenilenebilir enerji kaynak potansiyelini harekete geçirerek yaygınlaştırmak ve ulaşım ağlarını geliştirerek lojistik bir üs olmak temel stratejik noktaları oluşturmaktadır.

Özel Çevre Koruma Alanları

TR71 Düzey 2 Bölgesi, Türkiye'nin Uluslararası Ramsar Sözleşmesi gereğince koruma altına aldığı Seyfe Gölü ve Özel Çevre Koruma alanı olarak tescil edilen Ihlara Vadisine ev sahipliği yapmaktadır.

Diğer Kalkınma Ajansları ile İş birliği

Kalkınma Ajanslarının üst bölge düzeyinde ortak ve birbirinin sorumluluk alanına giren uygulama uzantıları nedeniyle iş birliği yapması rasyonel bir yaklaşım olarak görünmektedir. Bu amaçla Ahiler, Ankara, Mevlâna ve Orta Anadolu Kalkınma Ajansları bir araya gelerek ortak bir iş birliği zemini oluşturmuşlardır. Bu iş birliği zemininden temel beklenti, ortak çalışma alanlarının belirlenmesi ve somut çalışmaların yapılmasıdır.

Yenilenebilir Enerji Projeleri

TR71 Düzey 2 Bölgesi yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına uygun bir yapıya sahiptir. Bölgede güneş enerjisi potansiyeli (özellikle Niğde) oldukça yüksektir. Bölgede hâlihazırda rüzgâr, jeotermal, çöp gazı ve biyoyakıtlardan enerji üretimi yapılmaktadır.

Sektör İlişkili Teşvikler

Kültür ve Turizm Bakanlığı

- Yurt Dışı Turizm Fuarlarına Katılımın ve Turizm Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Desteklenmesi (2010/9 Sayılı Yurt Dışı Turizm Fuarlarına Katılımın ve Turizm Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Tebliğ)
- Turizm Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvikler (2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu)
- Taşınmaz Kültür Varlıklarının Onarımının Desteklenmesi (2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu)
- Kültür Yatırımları ve Girişimlerinin Desteklenmesi
- Çevreye Duyarlı Konaklama Tesislerine Elektrik Enerjisi Desteği (2008/3 Sayılı Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ)

- Sinema Filmlerinin Desteklenmesi (5224 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun)

Ekonomi Bakanlığı

Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Destekleri

- Sağlık Turizmine Yönelik Destekler (2012/4 Sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ)
- Film Sektörüne Yönelik Destekler (2012/4 Sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ)

Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

- Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği (2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ)
- Rapor ve Danışmanlık Desteği (2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ)
- Yurt Dışı Tanıtım Desteği (2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ)

Ahiler Kalkınma Ajansı

- Bölgesel Yatırımlarda Nevşehir'in 4. Bölge Desteklerinden Faydalanması
- Konaklama Yatırımlarında Nevşehir'in 5. Bölge Desteklerinden Faydalanması

4.3. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat

Nevşehir ili kurumsal yapıları aşağıdaki gibidir:

- Nevşehir Valiliği
- Nevşehir İl Jandarma Komutanlığı
- Nevşehir Belediyesi
- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
- Nevşehir İl Emniyet Müdürlüğü
- Nevşehir İl Göç İdaresi Müdürlüğü
- Nevşehir İl Özel İdaresi
- Nevşehir İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü
- Nevşehir Müftülüğü
- Nevşehir Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü
- Nevşehir SGK İl Müdürlüğü
- Nevşehir Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü
- Nevşehir Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü

- Nevşehir İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
- Nevşehir Ticaret İl Müdürlüğü
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- Nevşehir Defterdarlığı
- Nevşehir İl Milli Eğitim Müdürlüğü
- Nevşehir İl Sağlık Müdürlüğü
- Nevşehir TKDK İl Koordinatörlüğü

(Kaynak: http://www.nevsehir.gov.tr/kamu-kurum-ve-kuruluslari)

4.4. Proje Fikrinin Kaynağı ve Uygunluğu

4.4.1. Projenin Sektörel ve/veya Bölgesel Kalkınma Amaçlarına (politika, plan ve programlar) Uygunluğu.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde; 2023 yılı hedefleri arasında; "Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulacaktır". Nevşehir'in marka kültür kenti olması hedeflenmektedir.

2023 turizm stratejisinde; KAPADOKYA Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, Kapadokya bölgesi zengin tarihi, kültürel, doğal zenginliklere sahip tarihi ve doğal yapı içerisinde gelişmiş özgün kentsel dokularını koruyabilmiş, Aksaray, Kayseri, Kırşehir ve Nevşehir illerini kapsamaktadır. Ayrıca, Kapadokya'nın trekking için son derece uygun peyzaj ve parkurlar sunan coğrafyası, zengin el sanatları (çömlekçilik, kilimcilik-halıcılık), yöre mutfağı ve bölgesel şarapçılık, temel turizm faaliyetlerini oluşturacaktır. Kapadokya'nın mistik atmosferi üstünde yapılan 1-2 saatlik balon turları, tarihi ve doğal yapı içerisinde gelişmiş özgün kentsel dokular, el sanatları ve gurme turizmi gibi potansiyelin sürdürülebilir turizm gelişmesi anlayışı çerçevesinde pazarlanması yapılacaktır.

Ayrıca; 2023 stratejisinde "Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması" Kapadokya için önem taşımaktadır.

Ahiler Kalkınma Ajansı TR71 Düzey2 Bölgesi Bölge planında (2014-2023)- Korunan ve Yaşatılan Doğal ve Kültürel Miras Doğal ve kültürel mirasa sahip çıkılması bir bölgenin zenginliğini artıran en önemli faktörlerden biridir. Böylelikle Bölge, eşsiz dokusuyla farklı kültürlerden insanları kendine çekecek bir odak, kültürlerin buluşup kaynaştığı bir bölge haline gelecek, bölge insanı kültürel donanımını güçlendirebilecek, topluma sağlıklı bir şekilde katılımı sağlanacak ve farklılıklar bölgede yeni değerler yaratabilecektir.

Öncelik 2.1. Kültürel mirasın korunması ve çağdaş yaşam ile bütünleştirilmesi. TR71 Düzey 2 Bölgesi illeri geçmişten günümüze binlerce uygarlığa ve kültüre ev sahipliği yapmıştır.

Hacı Bektaş-i Veli, Yunus Emre, Ahi Evran, Âşık Paşa, Cacabey, Somuncu Baba ve birçok halk ozanına ev sahipliği yapmış olan Bölge, Bektaşilik ve Ahilik kültürünün de merkezi olarak bilinmektedir. Tarihsel çevrenin korunması ve yenilenerek gelecek nesillere aktarılması TR71 Düzey 2 Bölgesi binlerce medeniyete ev sahipliği yapmış olmasından dolayı birçok tarihi değeri bünyesinde barındırmaktadır. TR71 Düzey 2 Bölgesi illerinde yer alan tarihi ve kültürel yapıların birçoğu atıl durumdadır. 10. Kalkınma Planı'nda tarihi mirasın korunmasına yönelik tedbirlere yer verilmiştir. Bu anlamda Bölgede yer alan tarihi ve kültürel varlıkların korunması ve tanıtılması amacıyla Bölge illeri tarafından Kültür Envanterleri hazırlanmış olup bu değerleri korumaya yönelik çalışmaların artırılması önem arz etmektedir. Ayrıca bu eserlerin gerekli restorasyon çalışmalarının yapılarak turizme kazandırılması gerekmektedir.

Ahiler Kalkınma Ajansı TR71 Düzey 2 bölgesi, Bölge planı (2014-2023); Bölgede NE1 Alt Bölgesi Nevşehir'de bulunmaktadır ve bölge turizminin ana merkezi konumundadır. NE1 Alt Bölgesinin, yoğun olarak sahip olduğu doğal ve kültürel değerler sayesinde gelecek on yıl boyunca cazibe merkezi olma özelliğinin korunması ve hatta büyümesi hedeflenmektedir. Bunun yanında turizmde katma değer artışının sağlanması ve markalaşmayı sağlayacak faaliyetler desteklenecektir. NE1 Alt Bölgesinde gelecek on yıl boyunca geliştirilmesi öngörülen alanlar kongre ve fuar turizmi, balon turizmi, doğa yürüyüşü, kırsal turizm, sağlık turizmi ve inanç turizmi olarak belirlenmiştir. Bölge planında turizmin ana merkezi konumunda olan NE1 Alt Bölgesi çevresindeki diğer Alt Bölgelerle de yoğun bir ilişki içerisindedir.

Konya Ovası Projesi bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı KOP bölgesi, entegre turizm master planı, nihai plan ve plan raporu (2018) içerisinde Proje fikrimiz desteklenmektedir.

Bu projede, KOP Bölgesini oluşturan iller; Konya, Karaman, Aksaray, Niğde, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir ve Yozgat'tır. Bu illerde genellikle inanç, kültür, doğa ve termal turizmi ön plana çıkmaktadır. Bahsi geçen 8 il incelendiğinde Nevşehir ve Aksaray doğa, kültür ve inanç turizmi (Hristiyanlık İnancı) faaliyetlerinde diğer illere göre daha fazla tercih edilmektedir. Milyonlarca yıl önce dünyada eşi benzeri olmayan bir oluşumla günümüze kadar gelmiş olan bu iki il Kapadokya turlarında en fazla ziyaret edilen illerdir. Nevşehir iline gelen ve en az 1-2 günlük konaklamalar yapan yerli ve yabancı turistler Göreme Açık Hava Müzesi başta olmak üzere, Zelve Açık Hava Müzesi, Vadiler, Avanos, Ürgüp, Uçhisar, Derinkuyu ve Hacı Bektaşi Veli Müze ve Türbesi'ni ziyaret etmektedirler. Daha sonra Niğde-Narlıgöl Krater Gölü üzerinden Ihlara Vadisine gelmektedirler.

Bu plan kapsamında Kapadokya Bölgesine gelen ziyaretçiler için iller arası tur programlarının yoğunlaştırılması önerilmektedir.

Bu kapsamda KOP bölgesini oluşturan illerin entegre edilmesi için atılacak somut adımlar şunlardır;

- KOP Bölgesini kapsayacak yeni gezi ve tur güzergahlarının oluşturulması

- KOP Bölgesini oluşturan iller bazında kültürel miras ve turizm envanteri hazırlanacak ve entegrasyonunu sağlayan gezi rehberlerinin oluşturulması bu gezi rehberlerinin farklı dillerde basılması
- İllerde bulunan yerel seyahat acentelerinin faaliyetlerinin artırılması için çalışmaların başlatılması gerekmektedir. Özellikle Nevşehir, Konya ve Aksaray illerinde bulunan seyahat acentelerinin KOP illeri arasında birbirini tamamlayan turlar düzenlemesi, paket turların yapımı ve pazarlaması konusunda birbirleri ile iş birliği içerisinde olması.

Nevşehir İli Yatırım Programına Alınması Öngörülen Projeler

Önerilen Proje Adı	Proje Yeri	Öngörülen Uygulayıcı Kuruluş	Açıklama
Göreme Tarihi Milli Parkı'nda aşağıdaki Vadi Projelerinin ve özellikle Yürüyüş Yollarının Gerçekleştirilmesi **Vadiler** • Güvercinlik Vadisi • Zindanönü Vadisi • Zemi Vadisi • Kılıçlar Vadisi • Güllüdere Vadisi • Kızılçukur Vadisi • Mısırören Deresi Vadisi • Çallıdere Vadisi • Paşabağı Vadisi • Devrent Vadisi • Meskendir Vadisi • Bağlıdere (Aşk) Vadisi	Nevşehir İli, Avanos ve Ürgüp İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje kapsamında Tarihi Milli Park içerisindeki vadiler için Ziyaretçi Yönetim Planı hazırlanması, vadiler ile ilgili bilgilendirme ve yönlendirme elemanlarının artırılması, uygun görülen vadilerde bakı terasları yapılması, vadilerde bulunan kiliselerde temizlik ve aydınlatma sistemlerinin yapılması, alan içinde bulunan ve yoğun kullanımdan zarar görmüş yapıların tespit edilerek restorasyon çalışmalarının yapılması amaçlanmaktadır. Ayrıca Göreme Tarihi Milli Park ve vadiler için markalaşma, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yapılması önerilmiştir.
Hacıbektaş Turizm Odağı	Nevşehir İli, Hacıbektaş İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje ile alan yönetim planı hazırlanması, çevre düzenlemesi yapılması, gerekli yapılarda iyileştirme yapılması amaçlanmaktadır. Bunların yanı sıra Hacıbektaş Veli ve Bektaşilik temalı etkinlik ve programların yapılarak alanın tanıtımının ulusal ölçekte yapılması önerilmektedir.
Nevşehir Merkez İlçe Turizm Odağı	Nevşehir İli, Merkez İlçe	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje kapsamında Çat, Nar ve Göre yerleşmelerinde bulunan tarihi alanların turizme açılması ve koruma planlarının yapılarak çevre düzenlemelerinin yapılması amaçlanmaktadır. Merkezde yer alan kale ve yeraltı şehrinin turizme açılması için fizibilite çalışmalarının yapılması önerilmektedir.
Ürgüp Turizm Odağı	Nevşehir İli, Ürgüp İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi	Proje ile Mustafapaşa ve İbrahimpaşa yerleşmelerini de kapsayan Ürgüp'teki mevcut doku

		İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	ve yapıların bakım ve onarımının yapılması, yerleşimlerde çevre düzenlemelerinin yapılması, altyapı ve ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ürgüp ilçe merkezi ve Mustafapaşa beldesinde Merkezi Otopark yapılması, ziyaretçiler için shuttle servisler ve gezi amaçlı taşımacılık sight seeing otobüs işletilmesi önerilmektedir. Ürgüp, Mustafapaşa ve İbrahimpaşada müzik dinletileri ile birlikte kültürel etkinliklerin düzenlendiği alan olarak düzenlemelerin yapılması önerilmektedir.
Avanos Turizm Odağı	Nevşehir İli, Avanos İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Avanos'un turizm odağı olması hedeflenen Proje kapsamında yeni yapılacak olan müzenin çevre düzenlemesi projesi ile alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması, ilçe genelinde "Bölgesel Otopark" alanlarının belirlenmesi ve yapılması, İlçe genelinde Shuttte Sistemi, Sight Seeing Hizmeti için hazırlıklar yapılması, durak yerlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.
Göreme, Zelve, Çavuşin ve Paşabağ Turizm Odağı	Nevşehir İli, Merkez İlçesi, Avanos İlçesi,	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje kapsamında alanlardaki yoğun trafiğin azaltılması için uygun yerlere merkezi otopark yapılması, ziyaretlerin Shuttle Sistemi ve Sight Seeing Hizmeti ile sağlanması için hazırlıklar yapılması önerilmektedir. İlgili idarelerin bunları yatırım ve faaliyet programlarına almaları gerekmektedir. Mevcut doku ve yapının korunarak bakım ve onarım çalışmalarının yapılması amaçlanmıştır.
Uçhisar ve Ortahisar Turizm Odakları	Nevşehir İli, Merkez İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje ile alanda bulunan tarihi yapıların bakım, onarım ve restorasyon çalışmalarının yapılması, taşıt trafiğinin minimuma inmesi için merkezi otopark alanlarının belirlenmesi ile Shuttle ve Sight Seeing Hizmetinin başlatılması amaçlanmaktadır. Meydan düzenlemeleri ile birlikte tanıtım, pazarlama faaliyetleri yapılarak Uçhisar' da Güvercin vadisini başlangıç noktasında, doğal bir dinleti alanı düzenlemesi hakkında çalışmaların başlatılması önerilmektedir.
Derinkuyu ve Kaymaklı Turizm Odağı	Nevşehir İli, Derinkuyu İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje ile Derinkuyu ve Kaymaklı 'da çevre düzenlemesi ile birlikte alanda bulunan yapıların bakım onarım çalışmalarının yapılması, ana ulaşım yollarının iyileştirilmesi ile otopark

			alanı düzenlemesi ve yönlendirme - bilgilendirme levhalarının artırılması amaçlanmaktadır.
Kurşunlu Cami ve İbrahim Paşa Hamamı Çevre Düzenlemesi Projesi	Nevşehir İli, Merkez İlçesi	Nevşehir Belediyesi İl Özel İdaresi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Proje kapsamında Cami için yapılmış olan restorasyona uygun bir şekilde hamam için de restorasyon çalışmalarının yapılması önerilmektedir. Ayrıca alanda çevre düzenlemesinin yapılarak ziyaretçilere yönelik günübirlik tesis ve otopark alanı yapılması amaçlanmaktadır.

Kaynak: KOP Bölgesi Entegre Turizm Master Planı Sentez ve Taslak Plan Raporu, 2018.

Yukarıdaki tabloda Nevşehir ili ile ilgili projeler ve projeksiyonlar görülmektedir.

4.4.2. Projenin Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi

TR71 bölgesinde yürütülen doğrudan turizm altyapı ve uygulamaları projeleri uygulanmışken, aynı zamanda yürütülen, tarım, sanayi, hayvancılık vb. projelerinin yöreye dolaylı turizm etkisi bulunmaktadır. Bu projeler başta Ahiler Kalkınma ajansı projeleri olmak üzere, aşağıdaki tabloda belirtilen diğer projelerde Mini Kapadokya projesi ile ilgilidir.

Ahiler Kalkınma Ajansı Projeleri

Tablo 15: Doğrudan Faaliyet Desteği Proje Listesi

YIL	PROJE NO	FAYDALANICI	PROJE SÜRESİ (Ay)	PROJE BÜTÇESİ (TL)	AJANS DESTEK MİKTARI(TL)	İL
2013	TR71/13/DFD/0002	Niğde İl Özel İdaresi	3	65.258,00	65.013,02	NİĞDE
2013	TR71/13/DFD/0005	Niğde Üniversitesi	3	43.660,00	43.660,00	NİĞDE
2013	TR71/13/DFD/0006	Kirikkale Ticaret Ve Sanayi Odası	3	69.000,00	69.000,00	KIRIKKALE
2013	TR71/13/DFD/0007	Aksaray Belediyesi	3	115.000,00	69.000,00	AKSARAY
2013	TR71/13/DFD/0008	Nevşehir Valiliği	3	60.040,00	60.040,00	NEVŞEHİR
2013	TR71/13/DFD/0009	Niğde Ticaret Ve Sanayi Odası	3	67.400,00	67.400,00	NİĞDE
2013	TR71/13/DFD/0010	Kırıkkale Üniversitesi	3	28.650,00	28.650,00	KIRIKKALE
2013	TR71/13/DFD/0011	Nevşehir Acigöl Organize Sanayi Bölgesi	2	80.000,00	60.000,00	NEVŞEHİR
2013	TR71/13/DFD/0013	Kırşehir Valiliği	3	62.000,00	62.000,00	KIRŞEHİR
2013	TR71/13/DFD/0016	Kırşehir Ticaret Ve Sanayi Odası	3	57.400,00	57.400,00	KIRŞEHİR
2013	TR71/13/DFD/0017	Kültür Turizm İl Müdürlüğü	3	54.500,00	54.500,00	AKSARAY
2013	TR71/13/DFD/0019	Müstakil Sanayici ve İşadamlari	3	61.700,00	53.241,74	KIRIKKALE

		Derneği Kırıkkale Şube				
2013	TR71/13/DFD/0021	Kırıkkale İl Gida, Tarim Ve Hayvancılık Müdürlüğü	3	25.760,00	25.760,00	KIRIKKALE
2013	TR71/13/DFD/0023	Kırşehir Belediyesi	3	57.250,00	57.250,00	KIRŞEHİR
2013	TR71/13/DFD/0033	Aksaray Ticaret ve Sanayi Odası	3	53.000,00	53.000,00	AKSARAY
2013	TR71/13/DFD/0034	Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası	2	75.000,00	56.250,00	NEVŞEHİR

Kaynak: (https://ahika.gov.tr/).

Yukarıdaki tabloda Ahiler Kalkınma Ajansının yapmış olduğu 16 tane Doğrudan Faaliyet Projesi bulunmaktadır. 3 tanesi Nevşehir'de yapılmış projelerdir.

Tablo 16: Güdümlü Proje Desteği Proje Listesi

YIL	PROJE NO	FAYDALANICI	PROJE SÜRESİ (Ay)	PROJE BÜTÇESİ (TL)	AJANS DESTEK MİKTARI (TL)	İL
2013	TR71/13/GPD/01	KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ	24	3.350.000,00	2.500.000,00	KIRIKKALE
2013	TR71/13/GPD/02	KIRŞEHİR İL ÖZEL İDARESİ	24	5.236.825,00	2.500.000,00	KIRŞEHİR
2014	TR71/14/GPD/01	NİĞDE İL ÖZEL İDARESİ	24	6.000.000,00	2.500.000,00	NİĞDE

Kaynak: (https://ahika.gov.tr/).

Yukarıdaki tabloda Ahiler Kalkınma Ajansının yapmış olduğu 3 tane Güdümlü Proje Desteği Projeleri bulunmaktadır.

Tablo 17: Teknik Destek Proje Listesi

S.No:	Teknik Destek Başvurusunun Konusu	Yararlanıcı	İl	Yıl-Dönem
1	Göreme Açık Havva Müzesi Tokalı Kilisesinin Restorasyonu ve Konservasyonu	Nevşehir Müze Müd.	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
2	Marka Kent Olmak Nedir ve Nasıl Marka Kent Olunur	Nevşehir Belediye	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
3	Mustafapaşa Manastır Vadisi Açık Hava Müzesi Aios Nikolas Kilisesinin Restorasyonu ve Konservasyonu	Mustafapaşa Belediyesi	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
4	KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Projesi	Madeni İşler ESOB	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
5	Kızılırmak Havzasında Sürdürülebilir Yem Bitkileri Üretiminin Yaygınlaştırılması	S.S. Abuuşağı Tarımsal Koop.	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
6	Girişimcilik eğitimi	Avanos Köylere Hiz. Götürme B.	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
7	Nevşehir Kadın Girişimciler ve Genç girişimciler stratejik yol haritası	Nevşehir TSO	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
8	Denver Gelişim Testi Kullanım Kursu Eğitimi	MEB. Reh. Araştırma Merkezi	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran

9	ISO 9001 Kalite yönetim sistemleri eğitici eğitimi	Nevşehir Valilik	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
10	Aile içi şiddete maruz kalmış kadın ve kız çocuklarına danışmanlık hizmati verme eğitimleri	Kapadokya Kadın Dayanışma D.	Nevşehir	2011 Mayıs-Haziran
11	Arkeoloji -Seramik Eğitimi	Avanos MYO	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
12	Tanıtım ve Fuar Org.	Ürgüp Kaymakamlığı	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
13	Kamu ve İhale Mevzuatı Mevzuat Uy.	Derinkuyu Kaymakamlığı	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
14	Flash ActionScript 3.0	Nevşehir Milli Eğitim Müd.	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
15	Ticaret Hukuku	Nevşehir SMMO	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
16	Uy. Girişimcilik Eğitimi	Ürgüp TSO	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
17	Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi	Avanos Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
18	Farklı Ölçeklerde Plan.ve Tasarım Proje.	Kaymaklı Belediye Başk.	Nevşehir	2011 Eylül-Ekim
19	Uzaktan Eğitime yönelik içerik geliştirme eğit. ve danışmanlığı	Nevşehir Ünv.Kapodokya Araş.ve Uyg.Merkezi(NEVKAM)	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
20	Nevşehir TSO 2012-2017 Stratejik Planı	Nevşehir TSO	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
21	Etkili Sunum ve İletişim Teknikleri	Nevşehir Valiliği	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
22	Üreten Beyinler Proje Hazırlıyor	Nevşehir Kurs ve Okul Talebelerine Yrd.Der.	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
23	Sosyal Girişimcilik ve Sosyal İşletme Kurma Konularında Eğt.	Nevşehir Zihinsel Engelliler Derneği	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
24	Geleceğe Yön Veren Gençler Proje Hazırlıyor	Nevşehir Eğitim Gençliğine Yrd.Derneği	Nevşehir	2012 Temmuz-Ağustos
25	Zor İnsanlarla başa çıkma ve takım çalış.	Nevşehir Ekoloji ve Sosyal Hayatı Geliştirme Der.	Nevşehir	2012 Eylül-Ekim
26	Güvenlik hizmetlerinde İKY anlayışının gelişt.	Nevşehir İl Emniyet Md.	Nevşehir	2012 Eylül-Ekim
27	Proaktif Polislik hiz.geliş.yönelik öfke ve stres kont.eğit.	Ürgüp İlçe Emniyet Md.	Nevşehir	2012 Eylül-Ekim
28	Eko Turizm Eylem Planı	Nevşehir Orman ve Su İşleri İl Md.	Nevşehir	2012 Eylül-Ekim
29	Oyun Terapisi Eğitici Eğitimi	Nevşehir RAM	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
30	Değişim İçin Gelişim Projesi	Nevşehir İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Md.	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
31	Derinkuyu İlçesi Garantina Alanlarında Fasulye Tarımının Yaygınlaş.	Derinkuyu Kaym.Köylere Hiz.Götürme Bir.	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
32	Süt Temizse Sağlıklıdır	Nevşehir İli Süt Üreticileri Birliği	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
33	Toplum Destekli Polislik Yaklaşımda İmaj Yönetimi ve 5S Kuralı	Avanos İlçe Emniyet Müdürlüğü	Nevşehir	2012 Kasım Aralık

34	Çevre Yönetim Sitemi Temel Eğitimi	Gülşehir Belediyesi	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
35	Eğiticilerin" Web Temelli Eğt.Yön. Mater.Geliş".Eğt.	Nevşehir Mesleki Eğitim Merkezi	Nevşehir	2012 Kasım Aralık
36	Oyun Terapisi Uygulama Eğitimi	Nevşehir Rehberlik ve Araştırma Merkezi	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
37	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Bütçeleme Eğitimi	Nevşehir Ekoloji ve Sosyal Hayatı Geliştirme Derneği	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
38	Web Temelli Öğrenime Yönelik Materyal Geliştirme Eğitimi	Nevşehir Mesleki Eğitim Merkezi	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
39	Süt Temizse Sağlıklıdır	Nevşehir Süt Üreticiler Birliği	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
40	Toplum Destekli Polislik Yaklaşımında İmaj Yönetimi	Avanos İlçe Emniyet Müdürlüğü	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
41	Polisin Toplumsal Olaylara Müdahale Farkındalığının Arttırılması İçin Psikodrama Eğitimi	Nevşehir İl Emniyet Müdürlüğü	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
42	Nevşehir Kamu Hastanelerinde İş Güvenliği Faaliyetleri	Nevşehir Kamu Hastaneleri Birliği	Nevşehir	2013 Temmuz-Ağustos
43	Sosyal Medyanın Ergenler Üzerindeki Etkisi Eğitimi	Nevşehir İl Emniyet Müd.	Nevşehir	2013 Eylül-Ekim
44	Eğitim Anlayışına Yenilikçi Bakış Kazandırma Eğitimi	Gülşehir İlçe Milli Eğitim Müd.	Nevşehir	2013 Eylül-Ekim
45	Montessori Eğitimi Uygulayıcı Eğitimi	Nevşehir Milli Eğitim Müdürlüğü	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
46	Kapadokya'da Atlı Turizmin Geliştirilmesi Yol Haritası	Kapadokya MYO	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
47	Özgül Öğrenme Güçlüğü Yaşayan Çocukların Eğitimleri ve Tanıları.	Rehberlik Araştırma Merkezi	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
48	Arkeolojide Kazı Çalışmalarını Fotoğraflama Teknikleri Eğitimi	Nevşehir Üniversitesi	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
49	Nevşehir Devlet Hastanesi Personeline Drama Eğitimi Verilmesi	Nevşehir Devlet Hastanesi	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
50	Protokol Davranış Modelleri, Kurumsal İmaj ve Halkla İlişkiler Eğitimleri	Nevşehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
51	Dış Ticaret Eğitimi	Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası	Nevşehir	2014 Temmuz-Ağustos
52	Çocuk Değerlendirme Testleri Eğitimi	Nevşehir Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos
53	Dünyanın En Büyük Yer Altı Şehrinin Turizme Kazandırılması Projesi 1. Etap Danışmanlık ve Fizibilite Raporu	Nevşehir Belediye Başkanlığı	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos
54	Nevşehir Kale Etrafı Arkeolojik Sit Alanında Rölöve Teknikleri Çalışmalarına Yönelik Danışmanlık	Nevşehir Ekoloji ve Sosyal Hayatı Geliştirme Derneği	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos
55	Kapadokya'da Otelcilik Sektörü Çalışanlarına Yönelik Protokol ve Sosyal Davranış Eğitimi	Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos

56	Süreç Yönetimi ve Süreçlerle Yönetim Uygulamalı Eğitimi	Nevşehir Milli Eğitim Müdürlüğü	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos
57	Gelecek Mesleki Eğitimde	Nevşehir Mesleki Eğitim Merkezi	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos
58	Defansif Sürüş Teknikleri ve İleri Sürüş Teknikleri Eğitimi	Nevşehir İl Emniyet Müdürlüğü	Nevşehir	2015 Temmuz-Ağustos

Kaynak: (https://ahika.gov.tr/).

Yukarıdaki tabloda Ahiler Kalkınma Ajansının, Teknik Destek Projeleri kapsamında Nevşehir'de yapmış olduğu 58 tane proje bulunmaktadır.

Tablo 18: Proje Teklif Çağrısı Proje Listesi

YIL	PROJE NO	FAYDALANICI	PROJE SÜRESİ (Ay)	PROJE BÜTÇESİ	AJANS DESTEK MİKTARI	İL
2010	TR71/10/KK01/049	KAPADOKYA TURİZM ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ	12	331.730,00 TL	298.557,00 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KK01/051	KAPADOKYA TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER DERNEĞİ	6	451.526,24 TL	249.468,25 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KK01/102	GÖREME BELEDİYE BAŞKANLIĞI	12	69.195,00 TL	58.815,75 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KK01/130	NEVŞEHİR İLİ DAMIZLIK SIĞIR YETİŞTİRİCİLERİ BİRLİĞİ	12	284.800,00 TL	134.340,16 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KK01/145	AVANOS KÖYLERİNE HİZMET GÖTÜRME BİRLİĞİ	12	150.773,24 TL	135.545,14 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KÖA01/005	NEVŞEHİR İL ÖZEL İDARESİ	12	671.175,87 TL	424.518,74 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/KÖA01/009	NEVŞEHİR TİCARET VE SANAYİ ODASI	12	613.269,03 TL	459.951,77 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/TDS01/007	ŞAHİNLER GIDA SANAYİ NAKLİYAT VE TİCARET A.Ş.	12	531.040,00 TL	265.520,00 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/TDS01/009	DOĞA TOHUMCULUK HAYVANCILIK PAZARLAMA İTH. İH. S. VE T. LİMİTED ŞİRKETİ	9	920.065,00 TL	355.421,11 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/TDS01/019	BAŞYAZICIOĞLU TARIM ENERJİ İNŞ. GIDA LTD.ŞTİ.	12	773.525,00 TL	379.568,72 TL	NEVŞEHİR
2010	TR71/10/TDS01/021	NEVPA NEVŞEHİR GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TARIM İMALAT VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ	12	665.244,34 TL	325.969,73 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/İS01/034	AVANOS ANADOLU ÇÖMLEKÇİLİK A.Ş.	12	627.739,49 TL	313.869,75 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/İS01/046	TEZCAN KIYMETLİ MADENLER KUYUMCULUK SAN. LTD. ŞTİ	6	229.428,57 TL	114.714,29 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/İS01/062	KROMSAN ISI SANAYİ TİCARET LTD. ŞTİ.	12	279.917,06 TL	139.958,53 TL	NEVŞEHİR

2011	TR71/11/KK01/036	AVANOS SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKFI	10	73.355,00 TL	55.016,25 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/T01/034	NEVŞEHİR İL ÖZEL İDARESİ	12	441.090,00 TL	330.817,00 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/T01/080	GÜRAY ÇÖMLEKÇİLİK SERAMİK İM. TUR.TİC. ALTIN VE İNŞ. SAN. LTD. ŞTİ.	12	386.660,00 TL	172.953,00 TL	NEVŞEHİR
2011	TR71/11/T01/088	ORTAHİSAR BELEDİYE BAŞKANLIĞI	12	762.850,00 TL	341.681,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/KÖA01/0007	KAPADOKYA İL ÖZEL İDARELERİ VE BELEDİYELER BİRLİĞİ	18	627,324.80	469.743,60 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/KÖA01/0006	MERKEZ KÖYLERE HİZMET GÖTÜRME BİRLİĞİ	18	458,694.66	343.271,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/KÖA01/0088	GÜLŞEHİR BELEDİYESİ	18	730,548.92	502.706,30 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/KÖA01/0014	GÜLŞEHİR KÖYLERE HİZMET GÖTÜRME BİRLİĞİ	18	337,052.04	252.039,03 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/KÖA01/0005	NEVŞEHİR EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜ	18	783,287.43	504.057,65 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0047	BLOKBİMS HAFİF YAPI ELEMANLARI	12	909.472,00 TL	450.000,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0160	ARGOS KÜLTÜR SANAT TANITIM ORGANİZASYON TİCARET A.Ş	12	474.671,00 TL	234.671,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0087	ÖZSEYHAN MAKİNE İTHALAT İHRACAT TEKSTİL GIDA TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	358.791,75 TL	178.895,88 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0188	AKYÜZLER KARASÖR MELZEMESİ VE EKİPMANLARI İMALAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	944.998,00 TL	450.000,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0043	TAŞANLAR MERMER İNŞAAT TARIM TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	755.083,00 TL	359.861,50 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0103	BOROPTİK MÜHENDİSLİK ARGE İMALAT VE TİC. LTD. ŞTİ.	12	199.047,00 TL	99.523,50 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0196	OMS MAKİNA İMALAT SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	920.133,06 TL	450.000,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0002	ARTIKLAR TARIM MAKİNALARI İÇ VE DIŞ TİCARET SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ	12	1.031.100,00 TL	449.999,99 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0153	NBA DANIŞMANLIK MÜMESSİLLİK TURİZM DIŞ TİCARET VE TAAHHÜT LİMİTED ŞİRKETİ	12	445.685,73 TL	220.306,86 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0141	ARMET TAVUKÇULUK YEM GIDA SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ	12	721.999,00 TL	357.999,50 TL	NEVŞEHİR

2012	TR71/12/SRE01/0092	EKREM YILDIRICI	12	409.474,00 TL	199.781,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0099	BEDİR TUR. TİC. İNŞ. SAN. İÇ VE DIŞ PAZ. LTD. ŞTİ.	12	145.190,44 TL	72.190,44 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0122	ACERLER İNŞAAT TAAHHÜT MADENCİLİK MÜHENDİSLİK NAKLİYAT VE SARRAFİYE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	637.765,00 TL	318.882,50 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0091	EDE PROFİL İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ NEVŞEHİR ŞUBESİ	12	667.253,84 TL	333.626,92 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0138	GALERİA GÖKÇEM PET TUR TİC AŞ	12	1.196.081,20 TL	448.871,31 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0191	AS PRESMAK METALPLASTİK İMALAT İTHALAT İHRACAT İNŞAAT NAKLİYE TURİZM GIDA OTO. SAN.TİC. L.Ş	12	762.570,00 TL	381.285,00 TL	NEVŞEHİR
2012	TR71/12/SRE01/0089	FEN PLASTİK MAKİNA AMBALAJ İNŞ. VE İNŞ. MALZ. VE SPOR TES. SAN.TİC.LTD.ŞTİ	12	87.750,00 TL	43.875,00 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0001	METREKARE MÜHENDİSLİK MİMARLIK HARİTA İNŞAAT TAAHHÜT TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	12	645.359,00 TL	322.679,50 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0005	METAŞ MADENCİLİK END. TİC.	9	707.880,00 TL	350.000,00 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0008	NEVBİTAŞ NEVŞEHİR BİMS TARIM TİCARET GIDA PETROL VE SANAYİ A.Ş.	9	789.031,65 TL	343.246,28 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0020	PEERLESS TURİZM ORG.VE TİC.LTD.ŞTİ.	9	383.897,00 TL	191.735,79 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0075	GÜLBİMS İNŞAAT TARIM ÜRÜNLERİ TİCARET VE SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ	9	693.700,00 TL	346.850,00 TL	NEVŞEHİR
2014	TR71/14/SRE/0104	CİVELEK OTOMOTİV NAKLİYE LASTİK SANAYİ TİCARET İTHALAT VE İHRACAT LTD. ŞTİ.	12	729.980,00 TL	338.410,29 TL	NEVŞEHİR
2015	TR71/15/SK/0082	NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ	12	105.000,00 TL	94.500,00 TL	NEVŞEHİR
2015	TR71/15/SK/0004	NEVŞEHİR DEVLET HASTANESİ	12	74.586,26 TL	67.127,63 TL	NEVŞEHİR
2015	TR71/15/EA/0002	NEVŞEHİR İL ÖZEL İDARESİ	18	469.675,00 TL	352.256,25 TL	NEVŞEHİR
2015	TR71/15/EA/0008	NEVŞEHİR ACIGÖL ORGANİZE SANYİ BÖLGESİ	15	448.385,00 TL	336.288,75 TL	NEVŞEHİR
2015	TR71/15/EA/0031	GÖREME BELEDİYESİ	12	593.574,00 TL	445.180,50 TL	NEVŞEHİR

2015	TR71/15/EA/0038	KOZAKLI KAYMAKAMLIĞI KÖYLERE HİZMET GÖTÜRME BİRLİĞİ	12	672.782, 04 TL	446.482 ,23 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0108	İNTER GRUP BİMS HAFİF YAPI ELEMANLARI İMALAT TAŞIMACILIK TİCARET VE SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ	9	678.340, 00 TL	337.759 ,85 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0104	TEKNOBİMS İZOLASYONLU HAFİF YAPI ELEMANLARI İNŞ. NAK. TİC. SAN. A.Ş.	9	705.625, 00 TL	348.091 ,51 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0040	ÜRGÜP MERTAŞ ISITMA SİSTEMLERİ TESİSAT ENERJİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	12	310.000, 00 TL	155.000 ,00 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0134	ALMERTAŞ MADENCİLİK İNŞAAT PVC SİSTEMLERİ TUR. VE MOBİLYACILIK SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	12	150.175, 00 TL	75.087, 50 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0042	DOKUZ KARDEŞLER MERMER İNŞAAT NAKLİYE SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.	9	555.150, 00 TL	277.575 ,00 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0057	ARGETEM REKLAM ELK.ELKT. GIDA İNŞ.TAAH.TURZ.TEM.İTH. İHR.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	12	289.600, 00 TL	144.800 ,00 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0086	MVS SAC METAL İNŞ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	9	235.510, 00 TL	117.755 ,00 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0065	ALİ TÜRKCÜ - TÜRKCÜ KİMYA	12	160.770, 00 TL	80.385, 00 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0053	ÖZÇELİK GERİ DÖNÜŞÜM NAK. OTO. PET. ÜRÜN. ASAN. İNŞ. TAAH. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	12	184.189, 00 TL	92.094, 50 TL	NEVŞE HİR
2016	TR71/16/KG/0136	NEV-BETON SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	9	649.525, 00 TL	324.762 ,50 TL	NEVŞE HİR

Kaynak: (https://ahika.gov.tr/).

Yukarıdaki tabloda Ahiler Kalkınma Ajansının, Proje Teklif Çağrısı Projeleri kapsamında Nevşehir'de yapmış olduğu 62 tane proje bulunmaktadır.

Nevşehir Ticaret Borsası Tarafından Tamamlanmış Projeler

Programın Adı: Kosgeb İş birliği-Güçbirliği Destek Programı

Projenin Adı: Un Sektöründe İhracatta Güçbirliği

Proje Alanı: Ortak Tedarik, Ortak Üretim, Ortak Pazarlama, Ortak Tasarım

Projenin Tanımı Ve Amacı: Projemiz Nevşehir ilinde un sektöründe atıl kapasitede faaliyet gösteren altı adet küçük ve ota ölçekli işletmenin işbirliği ve güç birliği anlayışıyla Nevşehir Ticaret Borsası öncülüğünde bir araya gelerek, rekabetçi yapıya kavuşmaları ve genişleyen un ihracat pazarlarında yer alabilme, artan maliyetlerle mücadele ve atıl kapasitelerini kullanmak için hammadde tedarikinde, laboratuvar kullanımında, ürün

pazarlama, markalaşma ve lojistik alanında işbirliği-güçbirliği yapmaya yönelik bir projedir (http://www.ntb.org.tr/tr/projeler).

Nevşehir Ticaret Borsası Tarafından Devam Eden Projeler

Projenin Adı: "Nevşehir Kabak Çekirdeği" İçin Coğrafi İşaret Alınması

Projenin Amacı: Yöresel ürün üretim tekniklerinin kuşaktan kuşağa aktarılması, üretimin sürdürülmesi ve coğrafi işaret tescilinin teşvik edilmesi, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için gerekli unsurlar arasında yer almaktadır. Coğrafi işaretler, özellikle yerel üreticilerin pazara yönelik üretim yapmaları konusunda cesaretlendirilmesi, daha kaliteli üretimde bulunmaları için teşvik aracı olarak kullanılması ve yerel dinamiklerin canlandırılması bakımından ayrı bir önem taşımaktadır.

Proje Başvurusu: 28.04.2014'de Türk Patent Enstitüsüne başvurulmuştur.

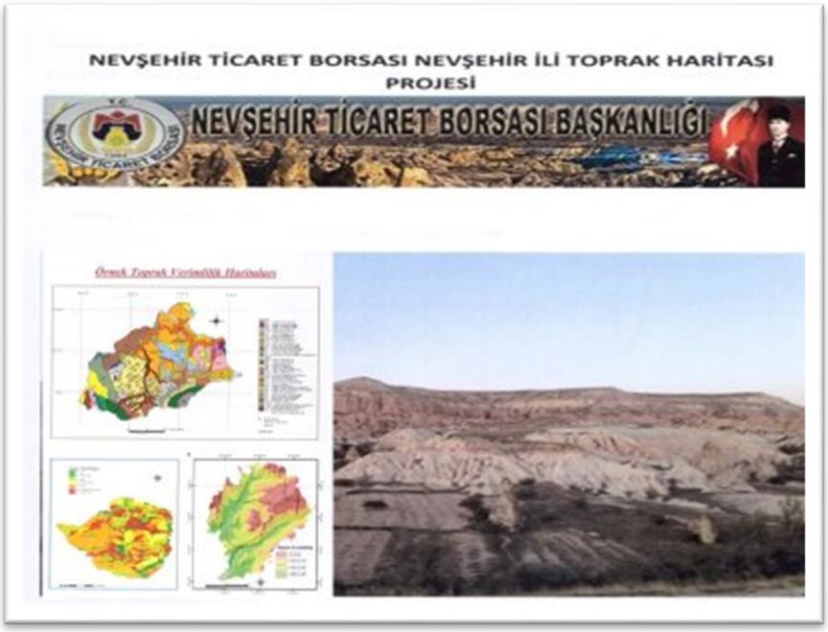
Şekil 31: **"Nevşehir Kabak Çekirdeği" İçin Coğrafi İşaret Alınması**

Kaynak: (http://www.ntb.org.tr/tr/projeler).

Projenin Adı: Bölgeye Ait Toprak Haritası Çıkarılması

Proje Ortakları: Nevşehir Ticaret Borsası, Nevşehir Ziraat Odası Başkanlığı, Nevşehir Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Nevşehir Gıda Tahlil ve Tarım Turizm Sanayi A.Ş

Projenin Tanımı ve Amacı: Nevşehir il sınırları içinde bulunan tarım arazilerinin, arazi kullanım kabiliyetinin belirlenerek toprak haritasının oluşturulması. Bölgeye ait hangi ürünlerin hangi topraklarda yetiştirilmesi ve verim alınması ile ilgili bir çalışma olup, Nevşehir Ticaret Borsası öncülüğün de Nevşehir Ziraat Odası Başkanlığı ve Nevşehir Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Nevşehir Gıda Tahlil ve Tarım Turizm Sanayi A.Ş.' nin katılımlarıyla yapılan bir çalışmadır (http://www.ntb.org.tr/tr/projeler).



Şekil 32: Bölgeye Ait Toprak Haritası Çıkarılması

Kaynak: (http://www.ntb.org.tr/tr/projeler).

Mini Kapadokya projesi Nevşehir teşvik ve destekleri ile yakından ilgilidir. Aşağıda genel olarak teşvik ve destek veren kurum kuruluşlar verilmiştir.

Nevşehir Bölgesi Teşvik ve Destekler

- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri
- Ekonomi Bakanlığı Destekleri
- KOSGEB Destekleri
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Destekleri
- TKDK (Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu) Destekleri
- TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) Destekleri
- TÜBİTAK Destekleri
- Nevşehir Yatırım Destek Ofisi Destekleri
- Teşvik Sistemi
- Ahiler Kalkınma Ajansı Destekleri
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Destekleri (http://investinnevsehir.com/tesvik-ve-destekler/).

4.4.3. Projenin İdarenin Stratejik Planı ve Performans Programına Uygunluğu

Proje KAP-HİB'in diğer projeleri değerlendirildiğinde stratejik planlara ve performanslara uygun olduğu görülmektedir. İdare turizm projelerine alt yapı imkânı

sağlayacak ve turizme doğrudan hizmet edecek projeler üretmiştir. KAP-HİB projeleri değerlendirildiğinde;

Kozaklı jeotermal su dağıtım hattı projesi: Projenin amacı, Kozaklı Termal Turizm Merkezinde merkezi bir hat üzerinden su dağıtımı ve Reenjeksiyonu yapılarak jeotermal su israfını önlemek ve yani kuyu açılması mümkün olmayan alanda yeni yatırımcılara jeotermal su temin etme imkânı sağlamak. Jeotermal kaynaklar korunarak Kozaklı turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak ve yeni yatırımların önünü açmak.

Kapadokya turistik yolları bakım ve onarım projesi: Proje amacı, Turistik yol güzergahlarının bakım ve onarım çalışmaları ile yolun standardının yükseltilerek ulaşımın daha rahat sağlanması ayrıca trafik güvenliğinin daha sağlıklı olması amaçlanmıştır. Karayolları Genel Müdürlüğü yol ağından çıkartılan Kapadokya Bölgesi içerisindeki turistik yolların iyileştirilmesi.

İbrahimpaşa kanalizasyon projesi: Proje amacı, Doğa yürüyüş parkuru olarak tercih edilen vadi içerisinde yapılacak olan kanalizasyon şebekesi ile hem görsel hem de sağlık açısından rahatsızlık verici durumların ortadan kaldırılarak vadi turizminin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Vadi içerisinde açıktan akan kanalizasyon atıklarının ıslah edilerek insan sağlığının ve çevrenin korunması.

Avanos-Ürgüp arası Dervent vadi yol projesi: Proje amacı, Turistler ve bölge insanı tarafından yoğun olarak kullanılan bu yol aynı zamanda bölgenin önemli turizm noktaları olan Zelve Açık Hava Müzesi ve Devrent vadisi güzergahı üzerinde bulunması nedeni ile bu yolun standartları yükseltilerek trafik yoğunluğunu azaltmak ve ulaşımda güvenilir ve rahat bir yol trafiği haline getirmek. Bölgenin önemli turizm merkezlerinden olan Ürgüp ve Avanos ilçeleri arsındaki yol güzergâhının standardı yükseltilerek turizmin gelişimine katkı sağlamak.

Avanos-Özkonak-Topaklı yol projesi: Projenin amacı, İlimiz ve yanı sıra 5 ilçenin kozaklı ilçesine ulaşım açısından en kısa yol güzergahıdır. Kapadokya bölgesine gelen turistin Kozaklı Termal turizmi ile bütünleştirilmesi ve Kozaklı termal turizmin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Öz konak yer altı şehrine ve Kozaklı termal turizm merkezine ulaşımın kolaylaştırılarak turizmin gelişimine katkı sağlamak.

İşkur Ortaklı Vadi ve Örenyerlerin Temizlik-Düzenleme Projesi

Bu Proje kapsamında çalışma yapılan alanlar.

- Gülşehir Açıksaray –Çat vadisi Temizlik ve düzenleme işleri.
- Ayvalı köyü Çağlak vadisi, Gomeda ve üzengi Vadilerinin Temizlik ve düzenleme işleri.
- SOBESOS Antik Kenti ve Kırk Şehitler manastırı Temizlik ve düzenleme işleri.
- Cemil köyü Keşlik Manastırı Temizlik ve düzenleme işleri.

- Mustafapaşa Aya Nikola Manastırı ve Beydere vadisi Temizlik ve düzenleme işleri.
- Çavuşin, Zelve, Paşabağlar ve Derbent vadisi Temizlik ve düzenleme işleri.
- Göreme açık hava müzesi ve vadileri (Zemi, Aşk vadisi vb.) Temizlik ve düzenleme işleri.
- Ortahisar Halaç Manastırı, Kızılçukur vadileri Temizlik ve düzenleme işleri.
- Uçhisar Cevizlibağ ve Güvercinlik vadisi Temizlik ve düzenleme işleri.
- Mustafapaşa Golgoli örenyeri Temizlik ve düzenleme işleri.

4.4.4. Proje Fikrinin Ortaya Çıkışı

Projenin arka planı ve gerekçesi

Mustafapaşa 1924 yılına kadar Türklerin ve Rumların beraber yaşadığı bir köydür. Lozan mübadelesi sonucunda mübadeleye ev sahipliği yapmış ve bünyesinde 400 adet tescilli tarihi konak, 27 kilise ve şapel, medrese, tarihi hamam vb. zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Tüm bu kültürel ve turistik varlıklarına rağmen turizm potansiyeli bölgenin diğer turizm alanlarına göre oldukça düşüktür.

Mustafapaşa Asmalı Konak, Aşk Mavi, Yılanların Öcü, Son Ağa gibi dizi ve sinema filmleri ev sahipliği yapmıştır. Bu proje sinema ve dizi sektörü ile bütünleşerek ulusal ve uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yaparak Kapadokya bölgesinin tanıtımı yapılarak örnek gösterilecek bir turizm cazibe merkezi haline getirmektir.

Kapadokya bölgesi yıllık 3,5 milyon yerli ve yabancı ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır. Bölgeye gelen turistler bölgede 3 gün kalmakta ve Kapadokya'nın belli güzergâhlarını ziyaret etmektedir. Bu durum bölgede belli noktalarda yığılmalara ve turistlerin saatlerce sıra beklemelerine sebep olmaktadır. Ayrıca tescilli bu yapıların haddinden fazla ziyaretçi tarafından ziyaret edildiği için bu yapılar zarar görmektedir. Yani bölgeye gelen turist bölgenin belli kısımlarını yüksek fiyatlarda kalabalık bir şekilde gezmekte ve bazı memnuniyetsizlikler ile karşı karşıya kalınmaktadır.

Sonuç olarak: Yukarda anlatılan sorunların giderilmesi ve Dünyada eşi benzeri olmayan, birçok medeniyete ev sahipliği yapış olan Kapadokya bölgesinin bütün güzelliklerini ortaya çıkararak Dünya turizmine sunmak ve bölgemizi hak ettiği yere getirmektir.

Projenin amaçları:

1-Yeni turizm destinasyonu oluşturulması,

2-Bölgede belli noktalardaki turist yoğunlaşmalarını minimize ederek, turizm aktivitelerinin bölge geneline yayılması,

3-Kapadokya MYO ve Mustafapaşa turizm geliştirme derneği ile koordineli hareket ederek kadınlara ve gençlere yönelik yeni istihdam alanlarının oluşturulması,

4- Yeni tur programlarının ve güzergâhlarının oluşturulması,

5- Turist kalış-konaklama sürelerinin artırılması,

6-Mustafapaşa köyünde Kapadokya Üniversitesinin yaklaşık 3.500 kişi ile hizmet vermesi sebebi ile öğrenci potansiyelinin daha aktif değerlendirilmesi,

7-Sokak sağlıklaştırması ile sürdürülebilir turizm sağlanmış olacaktır.

8-Bizlere emanet edilen tarihi ve kültürel mirasa koruma ve yaşatma bilinciyle sahip çıkmak. Bu alan koruma amaçlı imar planı içerisinde tanımlıdır.

Sonuç olarak proje tamamlandığında birçok aktiviteye ev sahipliği yapacak ve Kapadokya bölgesinin daha iyi tanıtılması ve anlaşılması adına faaliyetler gerçekleştirilecektir ve en önemlisi bu çalışmaların tamamının kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği çerçevesinde yapılması hedeflenmektedir.

4.4.5. Projeyle İlgili Geçmişte Yapılmış Etüt, Araştırma ve Diğer Çalışmalar

Projeyle ilgili aynı çapta yapılmış etüt ve araştırma bulunmamaktadır. Mini Kapadokya projesi Kapadokya bölgesinin sahip olduğu önemli kaynak değerlerimizi Kamu-özel ve sivil toplum kuruluşları iş birliğince Kapadokya turizmine kazandırmak ve bunun sonucunda oluşacak istihdam alanları ile bölge ve ülke ekonomisine katkı sağlamak amacıyla yapılmaktadır.

Projeyle; 1800'lü yılarda orta Anadolu'da ipek böcekçi liginin merkezi olan bu alan Kapadokya bölgesin vazgeçilme sektörü olan halıcılık sektörünü hareketlendirecektir. Proje alanı aynı zamanda Saint Nikola manastırını da kapsadığı için bu bölge önemli dini merkez olup inanç turizmini ve bunun yan sektörlerini hareketlendirecektir. Sonuç olarak bu proje kapsamında yukarıda örnekleri verilen sektörlere benzer atçılık, el sanatları, yöresel ürünlerin satışları, ulusal ve uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmak, gastronomi, spor turizmi vb. faaliyetler birçok sektörü etkilediği gibi çarpan etkisi de geniş çaplı olacaktır.

Proje tamamlandıktan sonra 2.etap olarak Mustafapaşa köyü sınırları içerisinde olan 10.000 yataklı termal turizm merkezinin ve bu alan ile entegrasyonu sağlanarak turizm merkezindeki yatırımları daha cazip hale getirerek, mevcut konaklama tesislerin pazar payını artıracaktır.

4.5. Manastır Vadisi'nde Bulunan Bazı Kiliselerin Mevcut Durumları, İnanç ve Kültür Turizmi Açısından Turizme Katkıları

4.5.1. Kültür Turizmi

Genel olarak kültür turizmi kavramı, kültürel faaliyetleri temel alan turizm deneyimlerini ifade eden, turizmin kültürle bağlantılı değişik açılımlarını birleştiren genel bir kavram olarak kullanılmaktadır. Kültür turizmi, "Kişilerin kültürel gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yeni bilgiler edinmek ve deneyimler yaşamak üzere, yaşadıkları yer dışında kültürel çekiciliklere sahip yerlere yaptıkları turizm hareketleri" olarak tanımlanmaktadır.

Kültürel turizm uluslararası turizm pazarında deniz-kum-güneş pazarına yönelik tatil turizminin doyuma ulaşması, çevre ve ekolojik denge konusunda yapılan tartışmalar, doğal güzellikler ve kaynaklardan yoksun olmak ve bireylerin tarihi değerler hakkında bilinçlenmeye başlamaları sonucu önem kazanmıştır (Sezer, 2010:37-38).

Kültürel anlamda turizmin gelişmesi için ziyaretçilerin bölgenin kültürü veya tarihiyle ilgili bilgi sahibi olması veya öğrenme konusunda duyarlı olması gerekmektedir. Ayrıca hem somut hem de somut olmayan kültürel mirasımızın UNESCO tarafından korunması da bu bağlamda önem arz etmektedir (Whyte vd., 2012:5).

4.5.1.1. Dünyada Kültür Turizmi

Geçmişten günümüze insanlar kendi kültürleri dışında farklı kültürlerin bırakmış olduğu izlere ve eserlere hep ilgi duymakta ve bunun sonucunda da dünyada, kültür turizmi alternatif turizm türleri arasında yerini almaya başlamıştır.

UNESCO verilerine göre günümüzde kültür turizminin genel miras haritasına bakıldığında, birçok medeniyete ev sahipliği yapan ve tarihi geçmişi oldukça köklü olan milletlerin topraklarında yoğunlaştığı görülmektedir. Toplamda mevcut olan 1007 kültürel mirasın 779 tanesi ziyaretçilere açıkken, 197 tanesi doğal tahribata hiç uğramamıştır. 46 tanesi ise yok olma riskiyle karşı karşıyadır.

Küreselleşme ile birlikte dünyada hızlı bir değişim fonksiyonunun gerçekleşmekte olduğunu ve bunun sonucunda çağın getirmiş olduğu bazı sorunlara karşı çözümler üretmek zorunluluğunun bulunduğunu belirtmiştir. Coğrafi bölgelerin zorlukları ve mesafelerin koordineli bir şekilde en aza indirilmesi, gelişen ileri teknolojinin turizme kontrollü yansıması ile mümkün hale gelmiştir. Küreselleşmenin turizme birçok olumlu katkısı bulunmaktadır. Bunlar; turizm ulaşımları için sınır serbestlikleri, çevre yasalarıyla ticaretin kolaylaştırılması, ülkeler arasında değişen politikalar ve turistik arz için yapılan yatırımlara esnekliğin sağlanmasıdır. Modern turizmde, turistin destinasyon seçiminde ve gezilerinde özgürlük gereklidir ve sınır tanımaz. Kültür turizmi gelişiminde bazı önemli eğilimler oluşmaktadır.

Olgun kapitalist sistemin en belirgin özelliği ekonomileri yeniden yaratmasıdır. Kültürün sembolik değeri; kültürü temsil eden siyasal roller, ulusal ideolojileri ve belirli iktidar hiyerarşilerini uygulamak ve toplumsal roller üzerinde entelektüel birleştirici görevi üstlenir. Bir bütün olarak kültür, giderek metalaşmaya maruz kalmaktadır. Başka bir deyişle giderek genişleyen bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmiştir (Robinson ve Smith, 2005:4).

Kültür turizmi, ekonomik kazancı ve değerlerin korunmasını birleştirmeyi amaçlamaktadır. Kültür turizmi, geçmişin değerlerini korumanın ne kadar önemli olduğunun ve kültürel mirasın doğal çevreye karşı saygının, kimliği nasıl güçlendirebileceğinin farkındalığını artırmayı amaçlayan, bağımsız bir turizm ürününü temsil etmektedir. Geniş bir bağlamda, kültür turizmi, entelektüel taleplerin memnuniyetine vurgu yaparak, benzersizliği, sürdürülebilirliği ve pazarlamanın önemini göz önüne alan bir turizm ürünüdür (Arat, 2017:370-371).

4.5.1.2. Türkiye'de Kültür Turizmi

Her yıl milyarlarca insanın yaşadıkları yerler dışında, katıldıkları turizm faaliyetleri ve turizm olayının gerçekleştiği destinasyonda, büyük sosyo-ekonomik gelişmeler yaşanmaktadır. Bu dinamiklik çeşitli bölgelerde farklı turizm türleriyle gerçekleştirilmektedir ve kültür turizmi bu hareketlilik içinde ön plana çıkmaktadır. Bireylerin artan eğitim ve refah seviyeleri ile birlikte kültür bilincinin farkına varılması, kültür turizminde rekabetçi bir ortamın oluşmasını sağlamıştır. Bu rekabetçi ortamda kırsal göç azalmıştır. Ayrıca iş fırsatları oluşmuş, sürdürülebilir turizm yatırımları planlanmış ve toplumlar arası iletişim etkin bir şekilde artmıştır. Geçmişte birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan ülkemizin çok çeşitli kültürel değerleri vardır. El sanatları, mimari yapı, resim, gastronomi, müzik, tarih, örf - adet, din, kültürel değerlerimiz içerisinde yer almaktadır.

İlk kez 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Merkezi'ne iletilen Geçici Liste 2000, 2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarında güncellenmiştir. Türkiye'den, Kültür ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nce yürütülen çalışmalar neticesinde toplamda 2 karma (kültürel/doğal), 2 doğal ve 67 kültürel olmak üzere toplam 71 adet varlık bulunmaktadır. Bu evrensel kültürel ve doğal değerlerin dünyaya tanıtılması, korunması ve gelecek kuşaklara en iyi şekilde aktarılması amacıyla Kültür Bakanlığı çalışmalarını yürütmektedir.

İnsanın doğasında seyahat etmeye yönelik birtakım güdüler doğuştan bulunmaktadır. Başka toplumlara uyum sağlamak, tarihi yerleri gezmek, sosyolojik motifler, ilgi çekici kültürel varlıkları yerinde görmek, diğer ülke insanlarının nasıl yaşadığını ve nerede eğlendiğini, çalıştığını görmek bizi seyahat etmeye iten çekici unsurlar arasında yer almaktadır. Çünkü yapılan araştırmalar sonucunda, ziyaretçileri turizme yönelten 18 güdünün 6'sı doğrudan kültür turizmini etkilemektedir. Bu yüzdendir ki Türkiye için, kültür turizmi ve çeşitli kültür ürünlerinin kullanılması çok önemli bir yere sahiptir. Ülkemizde kültürel zenginliğin turizmin

bir çeşidi olarak ele alınması, yerel ekonomiyi kalkındırma ve yerel kimliği korumada etkili bir çözüm olmaya başlamıştır (Arat, 2017:371-372).

4.5.2. İnanç Turizmi

Uygarlıkların var olmasını sağlayan kültürdür, kültürün temeli ise dindir. İnsanoğlu var olduğu tarihten beri hak veya bazı batıl inanışlara mensup olmuştur. İnanç kavramı ile meydana gelen din olgusu insanlara emirler ve telkinler vererek sosyal yaşamı düzenlemektedir. Emirlerden en önemlilerinden biri olan kutsal yerleri ziyaret etme gereği insanların tarih boyunca kitleler halinde kutsal mekânlara ziyaret etmelerine neden olmuştur ve bu sayede inanç seyahat ile ilişkili bir kavram halini gelmiştir.

Dünya'daki tüm toplumlar inancın ticaret ile karıştırılamayacak kadar kutsal bir olgu olduğunu tarih boyunca benimsemiş olmalarına rağmen, insanların inançları gereği kutsal yerleri ziyaret etmek gibi manevi tatmin ihtiyaçlarının oldukları da bilinmektedir. Bu neden ile inanç gereği seyahatlerin yapılmasının ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarının incelenmesi gereği doğmuş ve birçok araştırmacı tarafından bu alan önemli bir inceleme konusu halini gelmiştir.

İnanç nedeniyle yapılmakta bulunan seyahatlerin sosyal ve ekonomik boyutlarıyla incelenmesi, yapılan bu dini seyahatlerin giderek turizm ile ilişkili bir hal almasına sebep olmuştur. Ekonomik bakımdan incelendiğinde, inanç kapsamında yapılan bu seyahatler, gidilen bölgeye gelir kaynağı oluşturmaktadır. Sosyal açıdan bakıldığında ise, aynı amaçlarla farklı milliyetlere sahip insanların ortak bir kültürde empati yolu ile buluştukları görülmektedir. Bu durumun neticesinde farklı dilleri konuşan insanlar arasında toplumsal açıdan yakınlaşmalar sağlanmakta ve birlik duygusu ön plana çıkarak Dünya barışına katkı sağlanmaktadır.

İnsanların tarih boyunca inançları gereği kutsal yerlere seyahatler gerçekleştirmiş olmaları bugün çeşitli inançlara mensup diğer insanlar tarafından da bu gibi mekânların merak nedeni ile ziyaret edilmesine sebep olmuştur. Meraklı ve entelektüel bir amaç ile seyahatlerde bulunan bu bireylerin seyahat planları çeşitli turistik tur programlarına uyarlanarak son yıllarda rağbet görmeye başlamıştır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre ise inanç turizmi; İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zaman ki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Çifçi,2014:3-5).

Bunların yanı sıra, inançlar ve dinler açısından bir mekânın kutsal sayılabilmesi için ise aşağıda sıralanan hususların genel kabul görmesi gerektiği ortak bir fikir noktası içermektedir (Çifçi,2014:6):

- Kutsal kabul edilen mekânın tanrı tarafından işaret edilmesi gerekmektedir. Bunun örneği olarak Kudüs'teki Süleyman Mabedi verilebilir. Mabedin yeri Davut peygambere melekler vasıtasıyla işaret edilmiştir. Kâbe'nin yeri ise İbrahim peygambere gösterilmiştir.
- Mekânın kutsal gösterilmesi ile ilgili diğer bir durum ise tanrının o mekânda gücünü ve kerametini göstermesidir. Musa peygamber ile tanrının Sina dağında bir konuşması bunun için verilebilecek bir örnektir.
- Son olarak bir mekânın kutsal sayılmasında insanların fikir birliği gerekmektedir. Bir âlimin yaşadığı ve dini faaliyetler gösterdiği mekânlar ya da âlimlerin eşyalarının sergilendiği müzeler kutsal sayılabilmektedir. Bunun yanı sıra, birçok inanışta şehitlerin kabristanları da kutsal mekânlar olarak toplumlar tarafından benimsenmektedir.

4.5.2.1. Türkiye'de İnanç Turizminin Tarihsel Gelişimi

Yahudiler ve Hıristiyanların tarihte karşılaştıkları zulümler nedeniyle Anadolu topraklarına sığınmış olması birçok kilise, sinagog, mabet ve dinî eğitim veren okul, vakıflar ülkemizde kurulmasını sağlamıştır. Bunların arasında Yedi Kilise, Efes, Ayasofya, İstanbul, Hatay, İzmir ve İznik gibi destinasyonlar Hıristiyanlarca ve Yahudilerce kutsal kabul edilen mekânlar arasındadır. Ülkemizde gelişim imkânı bulan bu inançların kutsal kabul ettiği birçok mekânın Anadolu topraklarında bulunması bu mekânların hem Yahudiler hem de Hıristiyanlar için kutsal kabul edilmesine ayrıca Anadolu'nun Orta Doğu'nun merkezi ve İncil Ülkesi olarak nitelendirilmesine neden olmuştur.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bu kapsamda 1993 yılında ise üç semavi dinin günümüze kadar gelmiş bulunan eserlerini ve ibadet yerlerinin envanterini hazırlamış ve Türkiye genelinde Valilikler, Kültür Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli Üniversitelerin de görüşlerini alarak Türkiye'de yer alan eserlerin içerisinden bu proje kapsamında aşağıdaki hususlara istinaden belirli ve önemli inanç merkezlerini ülkemiz açısından değerlendirmiştir (Çifçi, 2014:22-24).

- Dini yönden önemi bulunan ve büyük oranda ziyaret edilen,
- Sanat Tarihi açısından önemli olan,
- Mimari özelliği nedeniyle türünün ilk ve ilginç örneği olan,
- Ulaşımı kolay bir noktada bulunan ve seyahat acenteleri tarafından tur programlarına dâhil edilen merkezlerdir.

Kiliselerin Restorasyonu ve İnanç Turizmi Noktasındaki Turizme Katkıları

Kapadokya'da Hristiyanlığın Gelişimi

Her yıl dünyanın dört bir tarafından milyonlarca turistin akın ettiği Kapadokya Bölgesi inanç turizmi açısından Hristiyanlık alemi için oldukça önemli bir yerdir. Kapadokya'da Hristiyanlık sinagogda kök salmaya başlamıştır. Çünkü ilk Hristiyanlar sinagoglarda ibadet etmekteydi. Kapadokya'da ilk kilisenin kurulmasına dair birçok farklı görüş mevcuttur. Kimi yazarlara göre Petrus'un Hristiyanlığı Anadolu'ya ilk getiren kişi olduğu düşünülmektedir. Petrus'un birinci mektubunda yer alan ifadede Kapadokya Bölgesi'nin onun sorumluluğunda olduğu anlaşılmaktadır. Başka bir görüşe göre ise Hristiyanlık, MS 45'te Anadolu'nun güney şehirlerinde daha sonra ise 50-53 yıllarında daha kuzeyde yer alan kentlerde Barnaba ile seyahatler gerçekleştiren Pavlus ile başlamıştır. Bu görüşe göre Kapadokya Pavlus'un misyonerlik bölgesinde yer almaktadır. Kaynaklardaki bilgiler ışığında bölge incelendiğinde Hristiyanlığın burada kimin tarafından kurulduğuna dair net bir bilgi yer almamaktadır.

Hristiyanların bu bölgeye yerleşmelerindeki en önemli sebeplerden biri Anadolu'nun tam merkezinde yer alıp ulaşım kolaylığı olmasıdır. Ayrıca tüflü yapısı sayesinde kolayca oyulan kayalar olması sebebiyle mimari yapı oluşturmak açısından oldukça kolay bir yapısı bulunmaktadır. Bu sayede hristiyanlar kolaylıkla kaya oyma yapılar oluşturup, hatta birçok sığınak inşa ederek savaş vb. durumlardan korunma amaçlı yapılar oluşturmuşlardır. Dini yönden ele alacak olursak, Hristiyan rahipler açısından bulunmaz bir manzara niteliğinde olup, öteki dünya özlemlerine cevap veren bir bölgedir ve kayıp bir ülke görünümü gibi çağrışımlar yapmaktadır. Hristiyanlık dünyasında aranan ütopik görüntünün karşılığını yansıtmaktadır.

Hristiyanlığa katkısı olan bir diğer olgu ise kilise babalarıdır. Kapadokya cemaatinin önde gelen ismi olması ve Kayseriya psikoposluğu görevi sayesinde elde ettiği erkten dolayı Aziz Basil kilise babaları arasında ön plandadır. Kıskançlıklar ve yanlış anlaşılmalar arasında yaşayan Aziz Basil, karakteri, dayanıklılığı, eğitimi ve konuşma yeteneğiyle piskoposlar için bir model olmuştur. Grek manastır hayatında en güçlü etkiye sahiptir. Bizans manastırcılığı da onu takip etmektedir. Öyle ki Aziz Basil'in kuralları Aziz Benediktus tarafından kullanılarak bu sayede Orta çağ Avrupa manastır hayatının temel kurallarını oluşturmuştur. Azizin Hristiyanlığa en önemli katkısı teslis inancının sağlamlaşmasına hizmet etmiş olmasıdır. Manastırlarını yerleşim yerlerine uzak olmayan yerlere inşa ettirmiştir. Cemaatle ibadet etmenin önemine inanan aziz, fakirleri de unutmayıp onlar için bina kompleksleri kurdurtmuştur. Ölümünden sonra ise manastır hayatı eski canlılığını kaybetmiş ve manastırlar yavaş yavaş terk edilmeye başlanmıştır (Bağır, 2017:9-18).

Farklı Milletler Açısından Kapadokya Kiliseleri

Gürcistan'a Hristiyanlık öğretilerini yaymaya çalışan, ülkede heykelleri dikilen Azize Nino'nun bir dönem Nevşehir'in Ürgüp ilçesine bağlı Ortahisar Beldesi'nde yaşadığı rivayet edilmektedir. MS 280 ile 332 yılları arasında yaşayan Gürcistan Ortodokslarının en büyük

azizesi kabul edilen Azize Nino'nun adını taşıyan kilisenin de Ortahisar'da olduğu kabul ediliyor. Kapadokya bölgesinde Ortahisar'da yaşayan Azize Nino, Kartli Kralı Mirian'a Hristiyanlığı tebliğ eder, kral da çok tanrılı inancı terk ederek Hristiyanlığı kabul eder. Ülkenin resmi dinini Hristiyanlık olarak ilan etmesiyle birlikte Anadolu'da Hristiyanlık inancı benimsenmeye başlar. Azize Nino kiliselerde fresk ve ikonların yasaklanmasıyla, İncil'i uzun saçlarının arasına saklayarak Ortahisar'dan ayrılır. Memleketi Gürcistan'a dönerek tevhid inancından uzaklaşan Gürcü halkını Hristiyanlığa davet eder. Böylelikle Gürcistan'ın büyük bölümünün Hristiyan olmasına vesile olur. MS 332'li yıllarda ise yaşamını yitirir. Azize Nino'nun yaşadığı topraklar olmasından dolayı Ortahisar Beldesi Gürcü'ler açısından oldukça önem arz etmektedir(http://www.gezidokya.com).

Aziz George, Kapadokya'da (Yeşilhisar Güzelöz Mahallesi) doğduğuna inanılan ve Hristiyanlığın yayılmasında önemli bir kişi olarak görülmektedir. Dağ üzerinde yer alan kilisenin Aziz George'un kilisesi olduğu tahmin edilmektedir. Dağın üzerine de bahsi geçen anıtın dikilmesi sonucu özellikle Brezilyalı ve Arjantinlilerin bölgeye çekilmesi amaçlanmaktadır. Brezilyalı ve Arjantinli Hristiyanların aziz olarak önem verdikleri ve onun doğduğu toprakları hac niyetiyle ziyaret etmek istedikleri ve bu bağlamda, Brezilya halkının özel önem atfettiği Hristiyanlık tarihinde saygın bir konumdadır (Kayseri İlçe Ziyaretleri Raporu,2016).

Aziz Basil 329 yılları sonlarında Kapadokya'nın başkenti Kayseri'de dünyaya gelmiştir. Zengin ve imanı kuvvetli bir aileye mensuptu. Zamanında göç ettikleri Kayseri'ye, tahsil görmek amacıyla tekrar dönüş yapmıştır. Babası burada Hristiyan din adamı ve öğretmeniydi. Daha sonra tahsilini tamamlamak için İstanbul'a gitti. Ve ilerleyen yıllarda yine tahsil görmek amacıyla Atina'ya gitti. Başarıları ve aldığı hitabet eğitimi nedeniyle bir çok kişiyi kendine hayran bırakmış ve bu vesileyle bir çok insana Hristiyan inancını benimsetmiştir. Birçok hayır işlediği bilinmektedir ve ilerleyen yıllarda Kayseri piskoposu seçilmiştir. Örnek yaşam tarzı ve benimsediği Ortodoks mezhebiyle ünü geniş bir coğrafyaya yayılmış olan Aziz Basil sayesinde bugün Kayseri birçok Ortodoks'un ziyaret noktası haline gelmiştir(http://www.oodegr.com). Ayrıca Rum Ortodoksların ziyaret ettiği bazı diğer destinasyonlar; Kaymaklı, Derinkuyu, Cemil Köyü ve Mustafapaşa olarak da bilinmektedir. Geçmişte Paganizm inancının var olduğu Rus toplumu da zamanla Hristiyanlığı kabul etmiş olup Ortodoks mezhebine mensuptur. Temsilcileri ise Baş Episkopos Voloholamsk'tır. Aynı şekilde tüm Ortodoksların ziyaret ettiği bölgelere Ruslar da ziyaret etmektedir. Bu destinasyonlar Rusların inanç turizmi hareketi konusunda oldukça önemlidir.

Bazı Kiliselerin Yapılış Amaçları

Dini açıdan saygın kişiler ve azizlere adanmış kiliseler farklı sorunlara deva olmak için ziyaret edilirdi. Hasta, bağlı olduğu kiliseye götürülür, 2-3 gece orada, kilisenin yakınındaki bir mekâna bırakılır, ailesi bu sürede oruç tutardı. Hasta kişi bu

süre içinde, rüyasında azizi görürse bu iyi olacağına işaret eder, yoksa bir başka kiliseye götürülürdü. Eğer hasta iyileşirse, yakınları o kilisenin yakınındaki mekanlarda günlerce kalıp azize dua ederlerdi. Bu kiliselerden bazıları ve şifa verdiğine inanılan özellikleri şöyleydi (Pekak,2008:206-207):

Meryem Ana Kilisesi: Gurbetçilerin Annesi

Azize Barbara Kilisesi: Büyüleri bozar, küçükleri kızamıktan korurdu

Eliya Peygamber ve Aziz Georgios Kilisesi: Yağmur yağdırırdı

Aziz Elefterios Kilisesi: Hamile kadınları korurdu

Aziz Basileis Kilisesi: Kocaları çalışmak için gurbette olan kadınları korurdu

Aziz Spyridon Kilisesi: Kırık-çıkıkları iyileştirirdi

Aziz Mamas Kilisesi: Hayvanların koruyucusuydu

4.5.2.2. Nevşehir'de Kültür ve İnanç Turizmi

Nevşehir'de inanç ve kültür turizmi kapsamında ziyaret edilen birçok seyahat noktası bulunmaktadır. Bunlardan bazıları:

- Aya Nikola Kilisesi
- Aziz Tefanos Kilisesi
- Aziz Theogolos Kilisesi
- Aya Varvara Kilisesi
- Aziz Yuannis Prodromos Kilisesi
- Hacı Bektaş Veli Türbesi
- Sobesos Antik Kenti
- Yeraltı Müzesi
- Bebek Müzesi
- Göreme Açık Hava Müzesi
- Örenyerleri

Mustafapaşa Beldesi'nde Yer Alan Bazı Önemli Kiliselerin Mevcut Durumları

Mustafapaşa Köyü, Manastır Vadisi'nde yer alan Aya Nikola, Ioannes Theologos, Aziz Ioannes Prodromos, Azize Varvara ve Aziz Stefanos kiliselerine en çok ziyaret gerçekleştiren millet Yunanlar'dır. Mübadele yıllarında, Yunanlılar tarafından inşa edilen söz konusu kiliseler, onların kültür ve inanç değerlerini barındırdığından dolayı Yunanlılar açısından büyük önem arz etmektedir. Kiliseler Ortodoks Hristiyanlara hitap etmektedir. Burayı ziyaret eden

Yunanlılar da Ortodoks mezhebine mensuptur. Geçmişte atalarının yaşadığı yerleri görmek ve kültürlerine, inanç değerlerine tanıklık etmiş yapıları yakından görmek amacıyla her yıl mayıs ayında destinasyona gruplar halinde ziyaret gerçekleştirirler ve mayıs ayının 3. pazar günü gerçekleştirilen ayine katılırlar. Bu ayine Ortodoks camiası açısından önemli din büyükleri de katılım gerçekleştirmektedir.

4.5.2.2.1. Aya Nikola Kilisesi

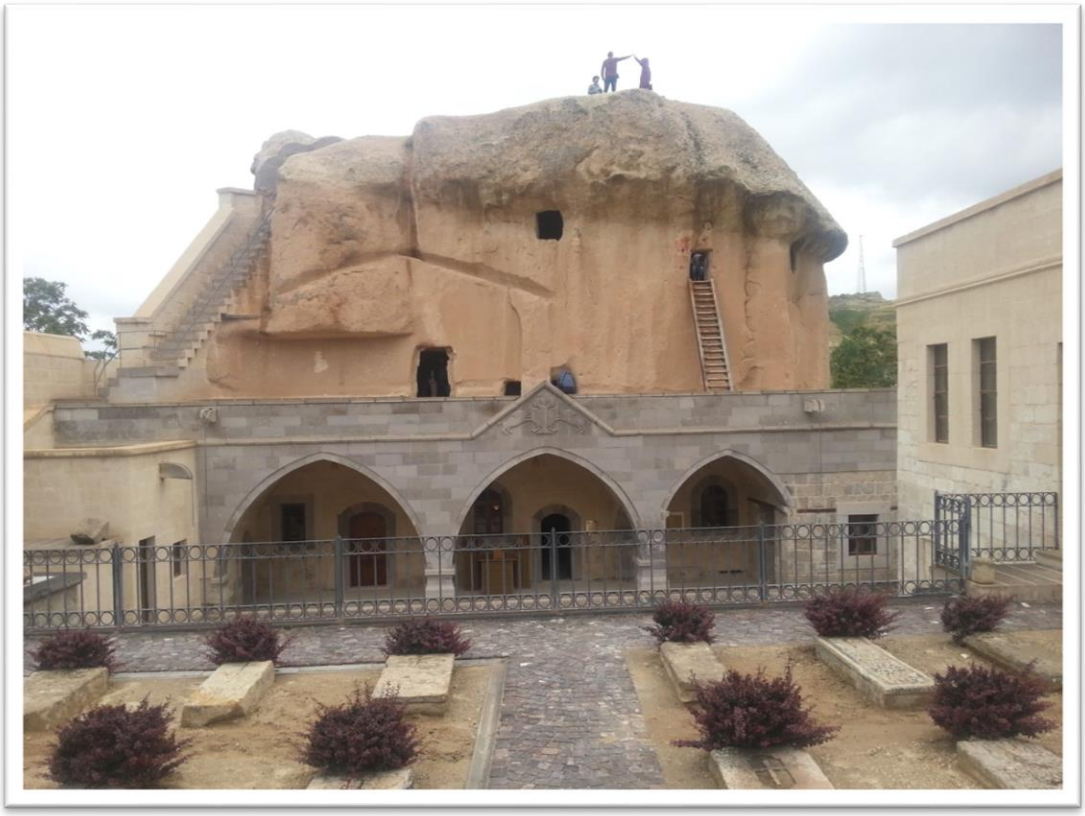
Mustafapaşa'nın hemen yakınında bulunan ve yerleşimin 19. Yüzyıldaki yaşamını derinden etkilemiş olan Aziz Nikolaos Manastırı kasabanın dini ayin ve hac merkezlerinden olan Aziz Nikolaos Manastırı, Sinasos halkının sosyal hayatında önemli bir yere sahiptir.

Birçok Ortodoks Rum cemaatinde olduğu gibi Mustafapaşa' da da her azizin ayrı bir kimliği ve kerameti bulunmaktadır. Bu yüzden de Aziz Nikolaos Manastırında çeşitli azizlere adanmış kiliseler oluşturulmuştur. Aziz Nikolaos, Azize Barbara ve Aziz Savvas'ın anma günleri aynı günlere denk geldiği için 3-8 Aralık günlerinde Aziz Nikolaos Manastırında özel kutlamalar yapılırdı. Cemaat kiliselerinin papazları, Rumlar ve Türkler kilise ayininde hazır bulunurlardı. Aziz Nikolaos'un yortu günü olan 6 Aralık günü öğleye kadar manastırda kalırlardı. Sonra kilise çanları çalmaya başlar ve Mustafapaşa halkı ikonalar taşıyarak toplu halde manastırdan çıkarlardı. Daha sonra yerleşimin en büyük iki kilisesinden biri olan Başmelekler Kilisesi ile Konstantin ve Helena kilisesindeki ayine katılırlardı. Aziz Nikolaos Manastırı'nda azizin ikonası önünde İstanbul, Kudüs ve Rusya'dan gönderilen dev mumlar yakılırdı. Türkler de manastıra yağ, balmumu, mücevherat, altın, hayvan gibi hediyeler gönderirlerdi. Göç eden Rumların anlattıklarına göre Türkler kiliseye girer, mum yakar ve hareketsiz durarak ayine sonuna kadar katılırlar ve bitmesini beklerlerdi. Mustafapaşa halkı bir hastalığa yakalandıkları zaman, bundan kurtulmak için manastır avlusunda yer alan ağaçlara elbiselerinden kestikleri parçaları ve paçavraları bağlarlardı. Böylelikle hastalığında, o paçavra gibi orda asılı kaldığına inanırlardı. 1870 yıllarında manastır büyük mali açığı yüzünden çökme tehlikesiyle karşı karşıya kalmış, fakat manastırlarını çok seven Sinasos halkı sayesinde kurtarılmıştır. 1877'de ortak bir çalışmayla yönetim sorununu üstlenmişler, İstanbul'da yaşayan Sinasoslular ile ortak bir komite oluşturmuşlar, Aziz Nikolaos Cemiyeti ve Hayırsever Kadınlar Cemiyeti yardımlaşarak, Sinasos'taki dul kadınları himayelerine almışlardır.

Manastır, kasabanın 1. km. güneyinde, üzüm bağlarının ve bahçelerinin arasında yeşil bir alanda, Mustafapaşa'nın merkezine yürüyerek on dakika mesafede bulunmaktadır. Manastır Vadisi'nde yer alan yapıya, Dere Sokak'tan geçilerek ulaşılır. Manastırın bulunduğu arazide çeşitli kaya oluşumları yer almaktadır. Yapının çevresinde Aziz Yahya, Vaftizci Yahya ve Azize Barbara kiliseleri bulunmaktadır. Manastırda yapının yapım tarihini kesin olarak belgeleyen herhangi bir kitabeye rastlanmamıştır.

Manastır zamanla ciddi boyutta zarara uğramış ve çökme tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. Yapıda bulunan açıklıklardan giren kar ve yağmur suları sebebiyle yıkılmaya sebep olacak çatlaklar oluşmuştur. Duvar resimleri de tahrip edilmiştir. Bütün bu sebeplerden dolayı kilisenin restore edilmesine karar verilmiştir (Pekak, 2008:208-209).

Şekil 33: **Aya Nikola Kilisesi Restorasyon Öncesi Hali**



Şekil 34: **Aya Nikola Kilisesi Restorasyon Sonrası Hali**

4.5.2.2.2. Ioannes Theologos Kilisesi

Atina Küçük Asya Merkezi'ndeki S.R.-444 no.lu el yazmasında, Aziz Nikolaos Manastırı hakkındaki bilgilerde, manastırın çevresindeki kayalara oyulmuş Aziz Ioannes Prodromos, Azize Varvara ve Aziz Ioannnes Thologos kiliselerinin bulunduğu belirtilmektedir. Metinde, Azize Varvara'nın çocukları hastalıklardan, özellikle kızıl ve kızamıktan koruduğu belirtilmektedir. Aziz Ioannes Prodromos (Vaftizci Yahya) kilisesinde azizin başının kesildiği 29 Ağustos'ta yortusunun kutlandığı, o gün civar köylerden de köylülerin geldiği, Aziz Nikolaos ve Aziz Ioannes Prodromos'un mübarek sularına ihtiyaç duyduklarında, imanlı Müslümanlar bile sularında yıkanabildikleri, kilisenin avlusuna seccadelerini serip Hazreti Muhammed'in tek peygamber olduğunu söyleyerek dua edebildikleri belirtilmektedir. Ancak, araştırmalarımızda, Aziz Nikolaos Manastırı'nın çok yakınında oldukları belirtilen bu iki kilise tespit edilememiştir.

Geçen zaman için de ya her ikisi de tamamen yıkılmış, ya da girişleri düşen kayalarla kapatılmış olmalıdır. El yazmasında adı geçen dördüncü kilise yani Aziz Ioannes Theologos (İncil Yazarı Yahya) Kilisesi ise, Nikolaos Manastırı'nın oyulduğu kaya kütlesinin güneydoğusunda konik bir kayaya oyulmuş olarak görülebilmektedir. Kilisenin güneyindeki giriş kapısının kemer alınlığında Rumca harflerle yazılmış Ioannes Teologos paraklesionu okunabilmektedir. Yazıtın altında kazıma tekniği ile yapılmış bir haç yer almaktadır.

Günümüzde terkedilmiş yapı bakımsız ve korumasızdır, kilisenin zemini kısmen çöken örtünün molozlarıyla dolmuştur.

Kilise, Kapadokya bölgesinde, Osmanlı döneminde inşa edilen kiliselerde çok az örneğini gördüğümüz serbest haç planlıdır. Naos ortada, kareye yakın dikdörtgen planlı kubbeli ile dik eksenlerinde haç kollarından ibarettir. Doğu haç kolunun doğusunda, haç kolu ile eş genişlikte merkezi içeride yuvarlak planlı bir apsis yer almaktadır. Kuzey, güney ve batı haç kolları eş derinlikte, Doğu haç kolu ise diğerlerinden daha az derinliğe sahiptir. Apsis naostan basit iki templon levhası ile ayrılır. Naosun orta bölümü pandantifli bir kubbe, eş boyutlardaki haç kolları beşik tonoz ile örtülüdür. Yapıya giriş, güney haç kolunun güney duvarında, eksendeki kapı ile sağlanır (Pekak, 2009:192-193).

Şekil 35: **Ioannes Theologos Kilisesi**

4.5.2.2.3. Aziz Ioannes Prodromos Kilisesi (Sinasos Manastırı)

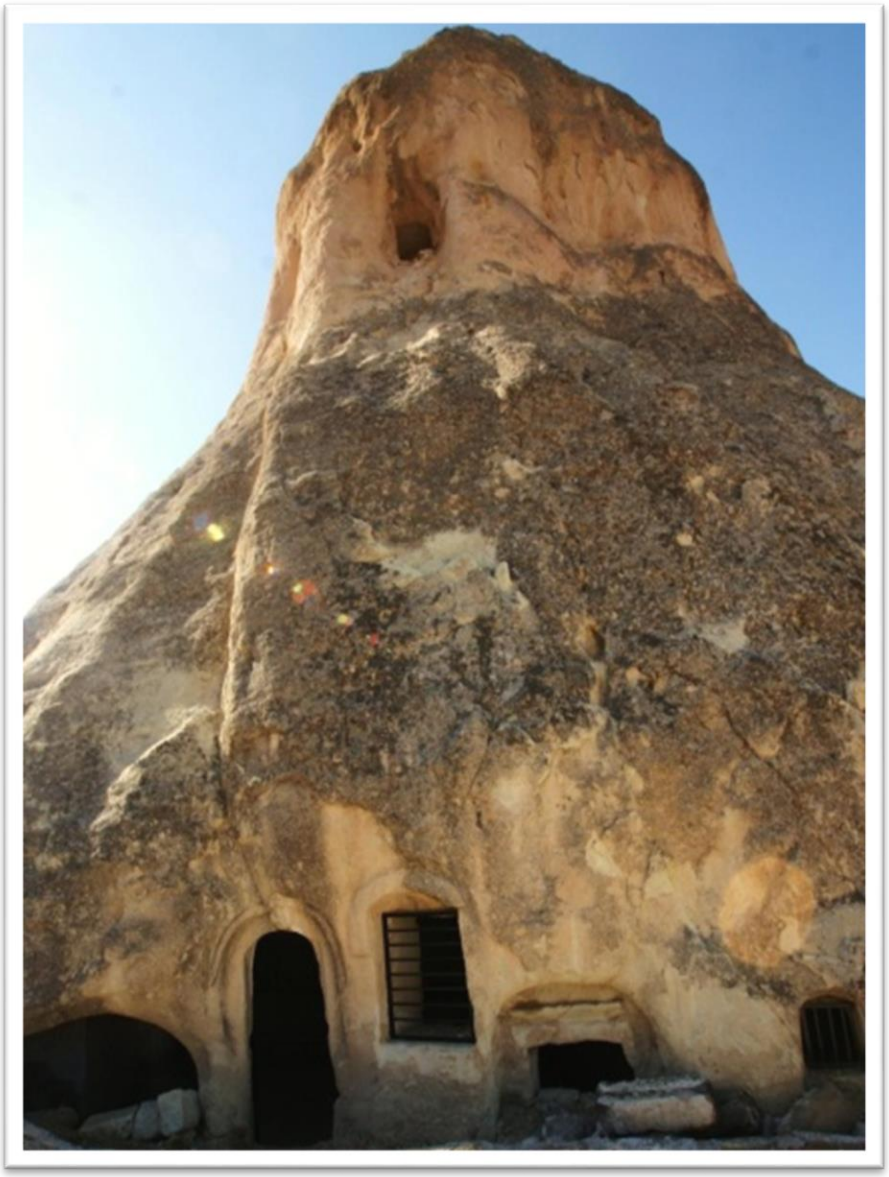
Yerleşimin güneydoğusunda, Manastır Vadisi olarak adlandırılan bölgede, Aziz Nikolaos Manastırı'nın yürüyerek beş dakika batısında, konik bir kaya kütlesine oyulan Aziz Ioannes Prodromos Kilisesi günümüzde terk edilmiş, büyük oranda yıkık ve her geçen gün doğa ve insan eli tahribatıyla karşı karşıyadır. Hemen doğusundaki Nikolaos Manastırı'ndan farklı olarak tümüyle kayaya oyulmuştur. Yapının orijinal girişinin önündeki kaya kütlesi yok olduğundan, bugünkü giriş kuzeydeki yıkılan bir bölümden sağlanmaktadır. Sinasos Manastırı, yan yana üç ayrı mekân ve tüf bloğunun farklı kotlarındaki işlevleri tam saptanamayan diğer

mekanlardan oluşmaktadır. Kilisenin de içinde yer aldığı üç mekân metin ve planda A mekânı (kilise), B mekânı (kuzeyden ilk mekân ve C mekânı (kuzeyden ikinci mekân) olarak adlandırılmıştır. A mekânı olarak tanımladığımız mekân, kuzey-güney doğrultusunda düzgün olmayan dikdörtgen planlı bir naos ve doğuda bir apsisten ibarettir. Naos, günümüzde mevcut olmasa da iki sıra sütun dizisiyle üç nefe ayrılmış olmalıdır. Beşik tonoz örtülü orta nef, yan neflerin yarısı genişliğindedir. Orta nefin doğusundaki iki basamakla merkezi içeride, neredeyse tam yuvarlak apsise çıkılmaktadır. Apsisin güney ve kuzey duvarlarında dikdörtgen kesitli iki niş, kuzeydeki nişin doğusunda bir koridora açılan açıklık yer almaktadır. Doğu duvarında nişler bulunan bu koridor, U biçiminde kıvrılarak kuzey nefe bağlanmaktadır. Liturjik nedenlerle açıklanabilecek bu koridorun, güney nefe açılan bir diğer simetriğinin bulunmaması ilginçtir. Orta nef batıda, kare planlı, üzeri pandantif geçişli kubbe ile örtülü bir 'giriş mekânı' ile sonlanmaktadır. Kubbeyi taşıyan kuzeydoğu desteğin sadece başlık kısmı görülebilmektedir. Bu mekânın batı duvarında, eksenin güneyinde yapının orijinal giriş kapısı yer almaktadır. Güney nef, örtü sistemi dikkate alındığında iki ayrı bölümde ele alınabilir. Orta nefe bitişik ve orta nefle eş uzunlukta, orta nefin yarısı genişliğindeki bölüm beşik tonoz örtülüdür; orta nef tonozundan daha alçak bir tonozla örtülü bu bölümün, daha sonraki bir dönemde doğu, güney ve batı yönlerinde genişletildiği tahmin edilmektedir. Düz tavanla örtülü bu bölümün, yapının kilise olarak kullanıldığı döneme ait olduğunu kanıtlayan bazı veriler bulunmaktadır: Bölümün zemininde, batı ve güney duvarlar boyunca ilerleyen bir seki, duvarın ekseninde, zeminden başlayan büyük bir niş ile bu nişin batısında üst seviyede yuvarlak kemerli üç küçük niş bulunmaktadır. Büyük nişin zeminindeki suyla ilgili olduğunu düşündüğümüz bir çukur, buranın vaftizle ilgili olabileceğini düşündürmektedir. Bölümün batı duvarında, eksenin güneyinde dikdörtgen bir pencere, pencerenin kuzeyinde üst seviyede yuvarlak kemerli bir niş bulunmaktadır. Bölümün duvarları yarı yüksekliğe kadar boya ile kesme taş imitasyonu yapılmıştır. Düz tavanla örtülü kuzey nefin doğu-batı doğrultusundaki uzunluğu, diğer iki neften fazla, örtü yüksekliği ise azdır. Doğudan batıya doğru daralan ve düzgün olmayan dikdörtgen planlı nefin doğu duvarında eksenin güneyindeki yuvarlak kemerli kapı apsisle bağlantıyı sağlayan koridora açılan kapıdır. Nefin güneybatı köşesinde dışa açılan bir pencere yer almaktadır. Nefin kuzeyinde dört sütun ve beş yuvarlak kemerli düzenleme 'B' mekanına açılmaktadır, fakat sadece batıdaki günümüze gelebilmiş sütunların yarı yüksekliğindeki bir duvar kilisenin kuzey nefi ile B mekânı arasındaki doğrudan geçişi engellemeye yönelik olmalıdır; sadece doğudaki ilk sütun ile nefin doğu duvarı arasında bir kapı geçişi sağlamaktadır. Nefin güneybatısındaki ambon, Sinasos Manastırı'nın en önemli özelliklerinden birini teşkil etmektedir(http://kapadokyadagez.com).

Şekil 36: Aziz Ioannes Prodromos Kilisesi'nden bir Görüntü

4.5.2.2.3. Azize Varvara Kilisesi

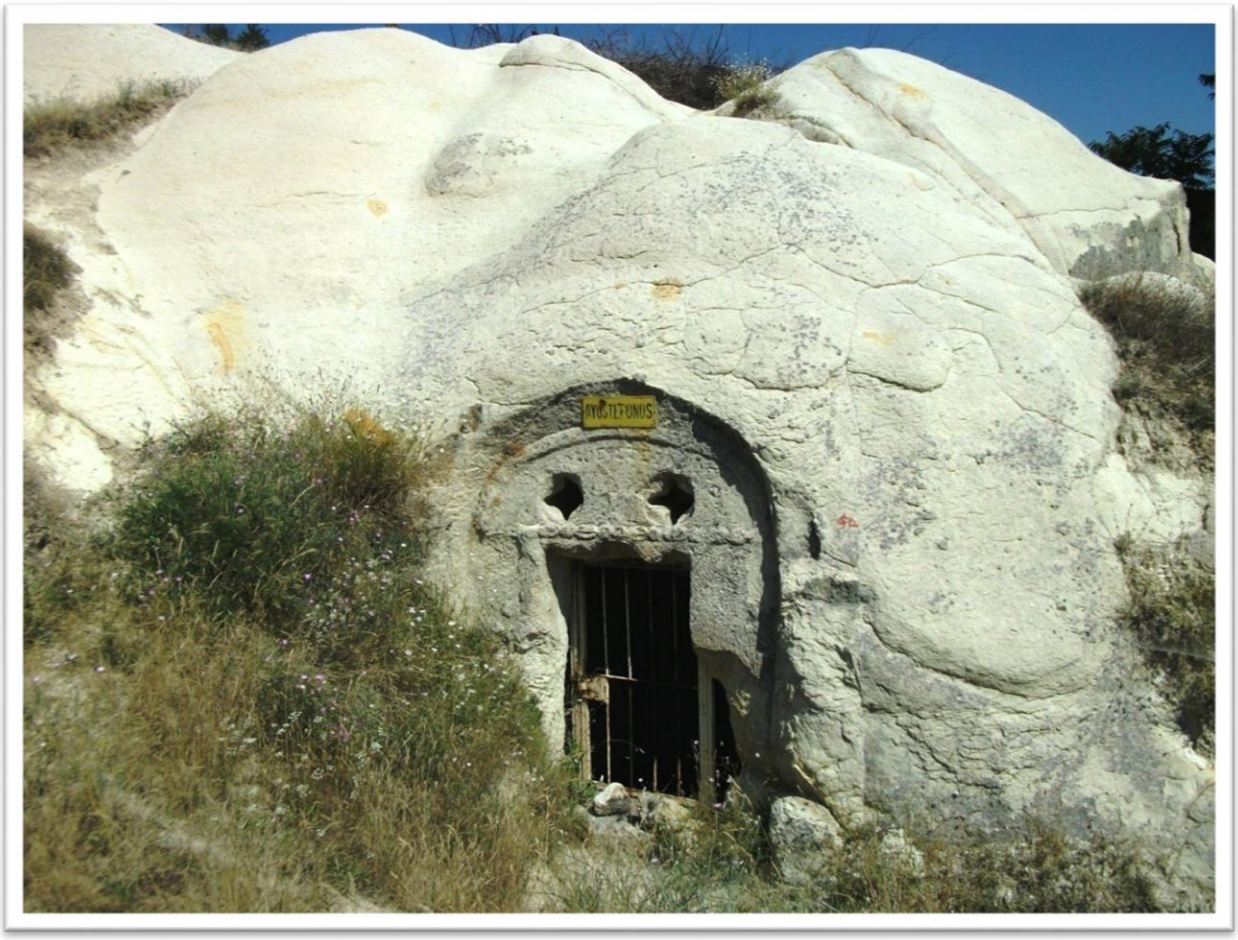
Aya Nikoladaki Aya Varvara salmasından birkaç metre mesafede Aziz İoannes Prodromos Kayasının Karşısındaki Üçgen Aya Varvara kayasındaki küçük bir kilisedir ve kilisesinin içerisinde bulunan ayazmanın kızamık hastalığına iyi geldiği söylenmektedir(http://kapadokyadagez.com).



Şekil 37: Azize Varvara Kilisesinden Bir Görüntü

4.5.2.2.4. Aziz Stefanos Kilisesi

Aziz Stephanos kilisesinde kayaya oyma ambon (skil bazilikalarda birkaç basamakla çıkılan, sahanın ön bölümünde yer alan vaaz yeri ya da kürsü) örneği bulunmaktadır. Kubbesindeki kalem işi bezemede 1907 tarihi bulunan Aziz Stephanos Kilisesi'ndeki ambon, üzerindeki kartal kabartması ile ayrı bir değer taşımaktadır. Aziz Stephanos kilisesi, Mustafapaşa Beldesindeki Manastır Açık Hava Müzesi içindedir(turizmindeksi.com). Manastır Vadisi'nin girişindeki bu yapı terk edilmiş ve korumasızdır. Kilisenin tek yapı ölçeğinde değerlendirilerek acil restore edilmesi gerekmektedir (Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Raporu, 2012).



Şekil 38: Aziz Stefanos Kilisesi

Kiliselerin Restorasyonu ve İnanç Turizmi Noktasındaki Turizme Katkıları

Mustafapaşa Beldesi'nde bulunan söz konusu kiliseler inanç turizmi açısından, özellikle de Ortodokslar açısından oldukça önem arz etmektedir. Beş kiliseden biri için 2011 yılında restorasyon sürecine başlanmış ve 2012 yılında restorasyon süreci tamamlanarak, ziyarete açılmıştır. Aziz Nikola Manastırı olarak bildiğimiz bu kilisenin restorasyonu Manastır Vadisi Açık Hava Müzesi Restorasyon İşi İhaleleri yapılarak ve Nevşehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü tarafından görevlendirilen uzman ekip sayesinde denetlenmesiyle süreç takip edilmiştir. Restorasyonu tamamlanan kilisenin açılışına Fener-Rum Patriği Bartholomoes de katılım gerçekleştirmiştir. Böylelikle bölgeye yapılacak Ortodoks ziyaretlerinin arttırılması amaçlanmıştır.

Diğer dört kilisenin de benzer şekilde restore edilmesiyle bölgeye gelen turist sayısında artış olacağı öngörülmektedir. Kapadokya'nın eşsiz mimari dokusunun inanç turizmi unsurlarıyla birleşmesi de diğer bölgelerdeki kiliselere nispeten farklı bir çekicilik unsuru yaratmaktadır. Hem doğanın eliyle oluşturulmuş bu kayalara insanlar aracılığıyla oyularak oluşturulan eşsiz yapılar göze hitap etmekte, hem de bazı azizlerin de yaşantısından izler taşıyan ve birçok Ortodoksa manevi yönde etki etmesi, inanç ve kültür anlamında haz ve doyum yaşatması sebebiyle tercih edileceği düşünülmektedir. Ayrıca restorasyon aşamasında veya

bitiminde; Fener-Rum patriği veya Rus Patrikhane Temsilcisi Baş Episkopos Voloholamsk'ın da bölgeyi ziyaret etmesi ve basında yer almasıyla bölgenin bir nevi tanıtımına da katkı sağlanacağı olasıdır. Dinine oldukça bağlı Rusların bu sayede bölgeden haberdar olup, sadece altı ay değil on iki ay ziyaret gerçekleştirmesiyle tüm yıla yayılan bir kültür ve inanç turizmine de katkı sağlanabilir. Deniz-kum-güneş turizmi gibi kısıtlı zamanda gerçekleştirilen bir ziyaret olmaktan çıkar ve on iki ay bölgeye getiri sağlanmasına katkı sağlanır. Ülkeye de ekonomik açıdan artı bir getiri sağlanabilir.

2016 yılında yaşanan uçak krizinden dolayı ülkemize az sayıda turist ziyareti gerçekleşmiştir ve dolaylı olarak Nevşehir'e gelen yabancı turist sayılarında da azalma görülmekteydi. Ancak daha sonra krizin aşılmasıyla birlikte ülkeye ve söz konusu destinasyona özellikle Ruslar olmakla birlikte gelen yabancı turist sayısında son yıllarda hatırı sayılır bir artış gözlenmiştir.

Zamanında yaşanan mübadeleden dolayı bu topraklarda yaşayan Hristiyanlar bu eserlere oldukça emek vermişlerdir. Zamanla tüflerin rüzgârdan aşınması veya açık yerlerden yağmur suları veya karların girmesi ve insan eliyle tahribatlar oluşturulması sebebiyle zarar gören kiliseler aynı zamanda geçmişte burada yaşayan Hristiyan halkın değerlerinin de giderek yok olmasına ve bu sebeple destinasyona ziyaret gerçekleştirmelerinin önünde engel oluşturmaktadır. Restorasyonla birlikte geçmişte önemli azizlerin yaşadığı ve Hristiyanlar açısından oldukça önemli olan topraklar buradaki eserlerin ziyaret edilebilecek duruma getirilmesiyle turizme kazandırılacaktır.

Oldukça maliyetli olan restorasyon süreci bu zamana kadar, mevcut yapıların korunmasının da gecikmesine yol açmıştır. Oldukça bakir kalan bölgede yapılar da bakımsızlıktan dolayı neredeyse yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Günümüz koşullarında restorasyon işlemleri yapının orijinalini fazla bozmadan neredeyse yapının ilk haliyle bire bir görüntü sergileyecek duruma getirilebilmektedir. Yapıların doğallığı da çok fazla bozulmadan restore işlemlerinin gerçekleştirilmesi mümkündür. Özellikle geçmişte burada yaşamını sürdürmüş olan Hristiyan halkın günümüzde yaşayan yakınları da kökenlerini merak edip vadideki kiliselere ziyaret gerçekleştirme isteğinde bulunabilirler. Ancak yapılar yok olduğu sürece ziyaretlerin gerçekleştirilmesi mümkün görünmemektedir. Bölgede bulunan kültür ve inanç noktasında turistik çekicilik barındıran kiliseler korunmalı ve restore edilmelidir. Böylelikle bölgeye ve aynı zamanda ülkeye de ekonomik anlamda getiri sağlanmış olur ve turistlerin bölgeye daha fazla ziyaret gerçekleştirmelerinin yolu açılmış olur.

4.6. Bölgedeki İpek Böceği Yetiştiriciliğinin ve Halıcılık Sektörünün Geçmişi, Mevcut Potansiyeli ve Pazar Durumunun Tespiti, Turizm Sektöründeki Durumu ve Etkileri, Bu Kapsamda İstihdam Edilebilecek Kişi Sayısı Tespiti

4.6.1. Kapadokya Yöresinde İpek Böceği Yetiştiriciliği ve Halıcılık

4.6.1.1. İpek Böceği Yetiştiriciliği

Dünyada ekonomik anlamda 15 kadar ülkede ipekböcekçiliği yapılmasına karşılık üretilen ipek, çok sayıda ülke tarafından tüketilmektedir. İpek, ilk önce 4000 yıl önce Çinliler tarafından üretilmiş, üretim tekniği uzun yıllar gizli tutulmuş, sonrasında önce Anadolu'da daha sonra Avrupa'da üretilmeye başlanmış olup, ülkemizde ipekböceği yetiştiriciliği yaklaşık 1500 yıldan beri yapılmaktadır.

İpek, ipekböceği larvalarının koza örmek için salgıladıkları, parlak ve çok ince bir teldir. Bu teller bir araya getirilerek ipek iplikleri elde edilir. İpek, kolay boyanabilen, yumuşak ve dayanıklı bir ip olması nedeniyle tarih boyunca çok kıymetli bir dokuma hammaddesi olmuştur. Üretimle ilgili aşamalar; dut ağacının yetiştirilmesi, ipekböceği tohumu ve yaş koza üretimi, kozadan iplik çekilmesidir.

Ülkemizde ipekböceği yetiştiriciliği; arazilerin diğer tarım dallarına elverişli olmadığı yörelerde, gelir kaynakları çok kısıtlı aileler tarafından küçük ölçekte yapılan, çok fazla yatırım gerektirmeyen ve kırsal alanda gizli işsizliğin önlenmesi ve tarımsal gelirin daha dengeli dağılmasında önemli derecede etkili yardımcı bir tarım faaliyeti olarak yürütülmektedir.

İpekböceğinin tek besin kaynağı olan dut yaprağının sağlanmasıyla başlayan ve kozadan ipek ipliğine işleninceye kadar süren bir tarımsal faaliyet olarak sürdürülmektedir. Yaş koza üretimini genellikle yaşlılar ve kadınlar gerçekleştirmekte olup, tüm aile fertlerinin emeklerinin değerlendirilmesinde, kırsal alanda gizli işsizliğin önlenmesi ve tarımsal gelirin daha dengeli dağılmasında önemli derecede etkiye sahiptir.

Türkiye'de üretilen ham ipeğin tamamına yakını ipek halı dokumacılığında, bir bölümü de giyim-kuşam, ev eşyaları, nakış-dikiş, ameliyat ipliği olmak üzere iç piyasada tüketilmektedir. İpekböcekçiliği sektöründe yaş koza üretiminden ipek halı pazarlamasına kadarki üretim işlemlerinde yaklaşık 500.000 kişiye istihdam imkânı sağlanmaktadır. Ayrıca aynı üretim aşamaları esnasında yaş kozanın ipek halıya dönüştürülmesi sonucu yaklaşık 14 misli katma değer ortaya çıkmaktadır.

İpekböceği yetiştiriciliğinde, 35- 40 günlük çok kısa bir üretim döneminden sonra, kutu başına 26-30 kg arasında yaş koza elde edilebilmektedir. Ülkemizde ipekböceği yetiştiriciliği yapan birçok aile, yılda 4-5 kutu ipekböceği yetiştirerek geçimini sağlamaya çalışmaktadır.

Türkiye'de ipekböceği yetiştiriciliği 35 ilde yapılmasına karşın toplam yaş koza üretiminin %80'i Antalya, Ankara, Bursa, Bilecik, Diyarbakır, Eskişehir, Hatay, İzmir, Muğla

ve Sakarya illerinde gerçekleştirilmektedir. İpekböceklerinin, Ege ve Akdeniz bölgesinde Nisan, diğer bölgelerde mayıs aylarında beslemesi yapılır.

İpekböceğinin hayatında dört değişik dönem vardır. Bunlar sırası ile yumurta- larva (tırtıl)- krizalit ve kelebek dönemleridir. Besleme yönünden önemli olan dönem larva (tırtıl) dönemidir. Bu devre uygun şartlarda 2627 gün sürer. İpekböcekleri bu devrede dört kez deri değiştirerek beslenir ve büyürler. Deri değiştirme safhası (uyku) yaşa göre 24 ila 48 saat kadar sürer. Bu safhada ipekböcekleri yaprak yemez ve hareketsiz kalırlar. İpekböceğinin uyku safhaları arasında kalan yem yediği sürelere yaş denir.

İpekböceği yetiştiriciliği dut yaprağının temin edilebildiği her yerde yapılabilmekte ve ülkemizin büyük bir bölümünün dut yetiştiriciliği açısından uygun bir iklime sahip olması da avantajımızdır. Ancak, kentleşmenin yoğun olduğu yerler ve ekstansif tarım alanlarında ilaçlama nedeniyle toplu ölümler görülmektedir.

Üreticiler 2002-2005 yılları arasında Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca DFİF'ten, 2006 yılından İtibaren ise "Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname" kapsamında Bakanlığımızca ürün bazında desteklenmekte olup, 2015 yılı dahil Bakanlığımızca sektöre 23 Milyon TL destekleme ödemesi yapılmıştır.

2015 Yılında; ücretsiz dağıtılan 4.674 kutu tohum için tohum üreticisi kuruluş olan Kozabirliğe 40TL/kutu, üreticiye ise ürettiği yaş koza için 30 TL/Kg olmak üzere toplam 3.630.495 TL destekleme ödemesi yapılmıştır.

İpekböceği desteklemesinde amaç yaş koza üretiminin artırılması olarak görülse de asıl hedef sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır (https://www.tarimorman.gov.tr/).

Tablo 19: 2002 – 2015 yılları arasında koza üretimi ve yapılan destekleme ödemeleri

Yıllar	Aile Sayısı	Tohum (Kutu)	Yaş Koza Üretimi (Kg)	Destekleme Ödemesi (TL)
2002	2.356	3.885	99.254	560.494
2003	2.758	5.094	168.740	1.234.524
2004	2.888	6.070	145.173	1.181.209
2005	2.677	5.669	160.174	1.436.535
2006	2.553	5.698	128.945	1.325.278
2007	2.274	5.273	127.146	1.300.701
2008	2.193	5.564	126.614	1.373.437
2009	2.295	5.683	139.599	1.737.206
2010	2.134	5.476	128.960	2.047.626
2011	2.623	5.808	150.646	3.187.173
2012	2.572	5.576	133.707	2.841.422
2013	2.134	5.476	128.960	2.047.626

2014	2.623	5.808	150.646	3.187.173
2015	2.572	5.576	133.707	2.841.422

Kaynak: *(https://www.tarimorman.gov.tr/).*

4.6.1.2. İpek Böceği Evreleri

4.6.1.2.1. İpek Böceği Tohumlarının Temini

İpekböceği tohumunu Ülkemizde üreten tek kuruluş KOZABİRLİK olup, ipekböceği beslemesi yapmak isteyen bütün üreticilere ipekböceği tohumlarını hayvancılık desteklemesi kapsamında ücretsiz olarak vermektedir.

İpekböceği beslemek isteyen; Ege ve Akdeniz bölgesindeki (İzmir, Muğla, Antalya, Hatay vb.) üreticilerin en geç mart ayı sonuna kadar, diğer bölgelerdeki üreticilerin ise Nisan ayı sonuna kadar tohum talebinde bulunmaları gerekmektedir. İpekböceği tohum talepleri, Kozabirlik veya Kozabirliğe bağlı Kooperatiflere, Tarım İlçe Müdürlüklerine yapılabilir. Üretimin yoğun olduğu bölgelerde ipekböceği tohumları inficar etmiş (böcek) olarak üreticilere teslim edilmekte olup, üretimin çok az olduğu yani birkaç üreticinin bulunduğu bölgelerde ipekböceği tohumları, kutu içinde tohum olarak üreticilere teslim edilmektedir.

Şekil 39: Kutulanmış İpekböceği Tohumu

4.6.1.2.2. İpekböceği Tohumlarının Kuluçkası (İnficar)

Kuluçka, ipekböceği yetiştiriciliğinin ilk ve en önemli olan safhasıdır. Toplu iğne başı büyüklüğündeki ipekböceği yumurtalarının 20.000 tanesi yaklaşık 12-13 gram ağırlığındadır.

Bu dönemde hata yapılırsa çıkan ipekböcekleri zayıf, hastalıklara dayanıksız ve miktarı az olur. Sonuç olarak verim de düşük olur. Uygun yapılan bir inficarda istenilen günde, kısa sürede çıkışını tamamlamış, çok sayıda, sağlıklı ve yeknesak ipekböcekleri elde edilir. Bu nedenle, İnficardan kaynaklanabilecek kayıpları en aza indirebilmek amacıyla üretimin yoğun olarak yapıldığı bölgelerde ipekböceği tohumları inficar ettirilmiş olarak üreticilere verilmektedir.

İnficara başlamadan bir hafta önce inficar odasının temizliği ve dezenfeksiyonu tamamlanmalıdır. İnficar odasının temizlik ve dezenfeksiyonunda da besleme odası için yapılanlar aynen yapılır.

İnficar odasının sıcaklık ve nemini kontrol edebilmek için termometre ve nemölçer bulundurulmalıdır. Ayrıca ısıtma gerektiğinden odada uygun bir yerde ısıtıcı olmalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta mangal, borusuz soba gibi ortama zehirli gaz verebilecek ısıtıcılar kullanılmamalıdır. İnficar odalarında yeni boyanmış eşya, boya, ilaç kutuları gibi koku veren şeyler olmamalıdır. İpekböceği tohumları zehirli gazlara karşı çok hassastır. Tohumların bulunduğu yerlerde sigara içilmemelidir.

Ülkemizde üretilen tohumlar üretimlerinin her kademesinde kontrolden geçmektedir. Tohum kutuları arasında miktar ve kalite yönünden herhangi bir fark yoktur.

Şekil 40: İncifar etmiş ipekböcekleri

İnficarda istenen çevre şartları:

Sıcaklık: İnficarda en önemli unsur sıcaklıktır. İnficar boyunca sıcaklık devamlı 25-26 derece civarında olmalı ve sıcaklıkta ani değişmeler olmamalıdır.

Nem: Çıkış ve çıkan ipekböceklerinin sağlığı açısından çok önemlidir. İnficar boyunca nem'in %75-85 civarında olması istenir. Bu nemi sağlamak için inficar odasında yerler ıslatılabilir, tohum kutuları yakınına ıslak çarşaf vs. asılabilir, soba üzerinde açık bir kap içinde su bulundurulabilir.

Işık: İnficarda normal gün ışığı yeterlidir ancak güneş ışığı doğrudan tohumların üzerine gelmemelidir. Tohumların renklerinin ağarmaya başladığı devreden itibaren 18 saat aydınlıkta kalması yeknesak bir çıkış için faydalı olur.

İnficar başlangıcında tohumlar varsa inficar çerçevelerine, yoksa tohum kutusunun üst bezi yırtılarak kendi kutuları içine muntazam olarak yayılır. İnficar çerçevesi kullanılırsa tohumların üzerine kanaviçe ve ince bir kâğıt konarak hem çıkan larvaların dağılmaması hem de ipekböcekleri ile tohum kabuklarının karışmaması sağlanır. Bu şekilde inficara konan tohumlardan 9-10 gün içinde ipekböcekleri çıkmaya başlar. (Kışlak çıkış tarihi ile inficara konuş tarihi arasındaki farka göre bu süre daha kısa olabilir.)

4.6.1.2.3. Genç İpekböceklerinin Bakım ve Beslenmesi

1,2 ve 3'üncü yaşlardaki ipekböcekleri, genç ipekböcekleri diye adlandırılırlar. Bu dönemde ipekböcekleri 25-26 derece sıcaklık ve %80-85 nem isterler. Özellikle bu dönemde ipekböceklerine yumuşak ve kaliteli yaprak verilmeli havalandırmaya özen göstermelidir.

İnficar kısmında bahsedildiği gibi iyi bir inficarda çıkış üç gün içinde tamamlanır. Ancak beslemeye üçüncü gün başlanır. Yeni çıkan ipekböcekleri açlığa karşı dayanıklı olduğundan ilk çıkanların bir iki gün aç kalması zararlı değildir. Üçüncü gün hepsini birden beslemeye alarak yeknesak bir besleme yapılır. Ancak çıkış üç günden fazla sürerse ilk üç günde çıkanlar beslemeye alınır. Daha sonra çıkanlar ise ayrı bir yerde günde bir öğün fazla yem verilerek diğerlerine yetiştirilir. Uyku dönemine birlikte girmeleri sağlanır.

İlk üç yaşta ipekböcekleri kare şeklinde ince kıyılmış yapraklarla beslenirler. Yaprak kıymada ölçü her yaş için ipekböceği büyüklüğünün iki- üç katı kadar olmalıdır. 1. yaşta yaprak verirken dalın en ucundaki ilk 4 yaprağın verilmemesi yararlı olur. Çünkü bu yapraklar çok taze olduğundan bunların alt kısımlarındaki yaprakların verilmesi daha uygundur.

4.6.1.2.4. İpekböceklerinin Üzerinin Örtülmesi

Genç ipekböcekleri için en uygun besleme şekli parafinli kâğıt (genellikle kasapların kullandığı mumlu kâğıt) altında beslemedir. Parafinli kâğıt altında nem muhafaza edilerek yaprakların kuruması önlenir. Böylece ipekböceklerine verilen dut yaprağının taze kalması sağlanarak ipekböceklerinin daha iyi beslenmesi sağlanmış olur. Her yemden yarım saat önce parafinli kâğıt kaldırılarak besleme yatağının havalandırılması sağlanmalıdır.

Uyku döneminde ise parafinli kâğıt kaldırılmalıdır. Besleme yatağına kireç tozu serpilir ve besleme odası kuru tutulur. Uyku döneminde nemin fazla olması ipekböceklerinin deri değiştirmesini güçleştirir. Kireç, böcekler uyanmaya başladığında yaprak verilmeden önce yapılmalıdır.

4.6.1.2.5. İpekböceklerinde Uyku (Deri Değiştirme)

Uykuya giden ipekböceği özellikle ağız kısmından belli olur. Son yaşlar dediğimiz 4 ve 5. yaşlarda küçülerek adeta bir nokta haline gelen ağız kısmından uykuya giden ipekböceğini tanımak çok kolaydır. İlk yaşlarda ise deri renginin değişmesi, baş kısmının irileşmesi ve şeffaflaşması, ağzın küçülmesi uykuya gidişin belirtileridir. Her uyku dönemi sonunda bir kez alt değiştirme (küne alma) yapılmalıdır.

Küne almak için ipekböceklerinin geçeceği büyüklükte (0.5-1 cm^2) delikleri olan ağlar besleme yatağı üzerine atılır ve ağ üzerine yem verilir. İpekböcekleri taze yapraklara çıkınca ağ ile birlikte kaldırılarak alttaki kurumuş yapraklar vs. temizlenir. Alt değiştirme ile birlikte seyreltme de yapılır. İpekböcekleri uykudan uyandığında yaprak verilmeden 1 saat önce ortamda olabilecek mikroplara karşı kireç uygulaması yapılmalı daha sonra yaprak verilerek seyreltme ve alt değiştirme yapılmalıdır.

4.6.1.2.6. Yetişkin İpekböceklerinin Bakım ve Beslenmesi

4. ve 5 inci yaşlardaki ipekböceklerine yetişkin ipekböcekleri denilmektedir. Bu dönem ipekböcekçiliğinde yaprak tüketiminin ve işçiliğin en fazla olduğu dönemdir. İlk yaşların aksine bu yaşlarda yüksek sıcaklık ve nem çok fazla istenmez. Bu dönemde en uygun sıcaklık. 23-24 derece en uygun nem ise %70-75 dir.

İlkbahar beslemesinde bu dönem Mayıs ve haziran aylarına rastlar. Dolayısıyla hava sıcaklığı istenen sıcaklığın üzerindedir. Bu nedenle bu yaşlarda besleme yeri olarak kuzeye bakan serin yerlerin tercih edilmesi gerekir. Ayrıca güneye bakan pencerelerin kalın perdelerle kapatılması, kapıların hava cereyanı olmayacak şekilde açık tutulması yararlı olur.

Bu dönemde ipekböcekleri için yaprak kıyılmasına gerek yoktur. 4. yaşta tam yaprak ve filiz, 5 inci yaşta ise şimal verilebilir. 4. yaşta iki veya üç kez 5. yaşta ise günaşırı alt değiştirme ve her alt değiştirmede uygun şekilde seyreltme yapmak iyi ve kaliteli ürün alınması amacıyla faydalı olur. Özetle yaprak temini, alt değiştirme, seyreltme vb. işler, yetişkin ipekböceklerinde yoğun bir çalışmayı gerektirmektedir.

4.6.1.2.7. Askı, Koza Hasadı, Pazarlama ve Kurutma

Askı: Beşinci yaş sonunda ipekböcekleri yem yemeyi keserek kendilerine koza örecekleri uygun yerler aramaya başlarlar. Bu hale gelmiş olan ipekböceklerine olgun ipekböceği denir. Olgun ipekböceklerinin vücutları kısalır. Renkleri hafifçe sararır. Işığa karşı tutulup bırakıldıklarında şeffaflaşmış gibidir.

İpekböcekleri olgunlaşmadan önce askı dediğimiz ipekböceklerinin üzerinde koza öreceği materyal hazır olmalıdır. Yurdumuzda genellikle bitkilerden yapılan askılar kullanılmaktadır: Bu askılar bazen koza örmeye elverişli olmayan miktarda nem ihtiva ederler. İyi bir askıda bulunması gereken özellikleri şöyle sıralayabiliriz. Askı üzerinde sıkışıklığa meydan vermeyecek şekilde geniş yüzey ihtiva etmeli. Askı içinde serbest hava dolaşabilmeli ve nem oluşturmamalıdır.

Şekil 41: Olgunlaşmış İpekböceği

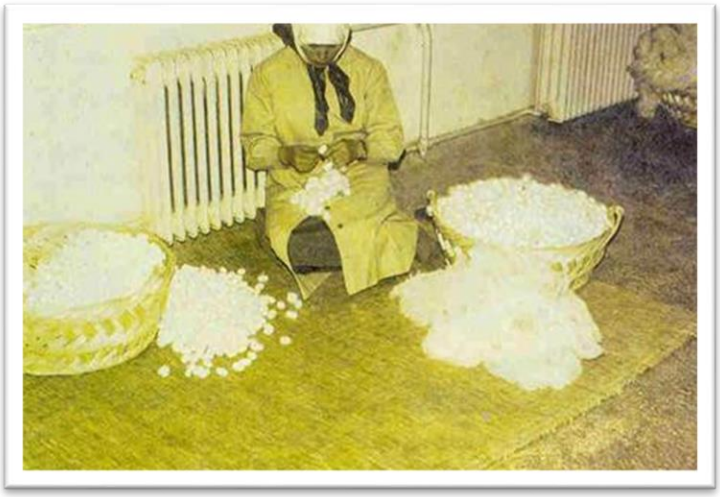
4.6.1.2.8. Kozaların Askıdan Sökülme Zamanı

Kozaların hasadı için en uygun zaman askı başlangıcından itibaren 8 ve 9'ncu günlerdir. Sıcak bölgelerde bu süre biraz daha kısaltılabilir. Ancak hasattan sonra pazara götürülüp satılması 10-11 günden geriye bırakılırsa kozaların ağırlık kaybedeceği unutulmamalıdır.

Koza hasadında öncelikle askı üzerinde (varsa) koza örmeden ölmüş olan hasta böcekler bir küçük maşa yardımı ile diğer kozaları lekelemesine fırsat vermeden toplanmalı ondan sonra kozalar askıdan sökülmelidir. Kozalar askıdan söküldükten sonra yapılacak ilk iş kozalar üzerindeki koza pamuğu adını verdiğimiz gevşek örgülü kısmın tamamen alınması ve hatalı kozaların ayrılması işlemidir.

Bu ayırımda lekeli kozalar, zayıf yani kolayca ezilebilen kozalar, sallandığında içinden krizalit sesi gelmeyen sağır kozalar, uç kısımları sivri ve yumuşak olan kozalar ile anormal şekilli kozalar bir grup, çifte kozalar diğer bir grup, Alâ kozalar da bir grup olmak üzere kozalar en az üç gruba ayrılmalıdır. Gereğinden çok lekeli ve ezik olanlar, irilik bakımından farklı olan ala kozalarda ayrı gruplar haline getirilebilirler.

Seçim işi bittikten sonra kozalar fazla bekletilmeden ve mümkün olduğunca sabah erken ve serin saatlerde kızışmayacak ve kozaların ezilmesine sebep olmayacak ambalajlar içerisinde pazara götürülerek satılmalıdır. Unutulmamalıdır ki askı başlangıcından itibaren 15-17 gün sonra kozaların içindeki krizalitler kelebek haline gelerek kozayı delip dışarı çıkarak kozaların ticari değerlerini düşüreceklerdir.



Şekil 42: Koza Pamuğunun Alınması ve Tasnif

Türkiye Üretimi

Ülkemizde ipekböcekçiliği ilkbahar ve sonbahar dönemlerinde olmak üzere yılda 2 kez yapılabilmekle beraber, ekonomik olarak daha verimli olduğu için sadece ilkbahar beslemesi gerçekleştirilmektedir. İnficar (kuluçka) ettirilen ipekböcekleri, havaların daha erken ısındığı Ege ve Akdeniz bölgelerinde Nisan ayı başında, diğer bölgelerde Nisan ayı sonu ile mayıs ayı başında üreticilere teslim edilerek beslemeye alınmaktadır. Üreticiler yaklaşık 1 aylık besleme

dönemi ve 10 günlük koza örme dönemi olmak üzere toplam 40 günlük dönem sonunda ürünlerini Birliğe teslim etmektedir. İpekböceği yumurtaları, tam ve yarım kutu olarak satışa sunulmaktadır. Tam kutu içinde 20.000, yarım kutu içerisinde ise 10.000 canlı yumurta bulunacak şekilde kutulanmaktadır. 1 kutu ipekböceğinden 40 kg'a kadar ürün alınabilmektedir. Bölgelere ve üreticilerin deneyimine göre farklılıklar olmakla birlikte ülkemiz ortalaması 25-30 kg'dır.

Son iki yıldır Ülkemizde üretilen yaklaşık 100-120 ton yaş kozanın, yaklaşık 60-70 tonu Kozabirlik tarafından, 40-50 tonu da Diyarbakır bölgesinde faaliyet gösteren Kulp Ziraat Odası Kulp İpek Üretim Merkezi İktisadi İşletmesince satın alınmaktadır. Satın alınan toplam kozanın kurutulması sonucunda yaklaşık 45-50 ton kuru koza elde edilmektedir.

2002-2017 yılları arası ipekböcekçiliğinin durumu ve yaş koza üretim miktarları Tablo3'te verilmiştir. Tablo incelendiğinde yıllar itibarıyla yaş koza üretiminin yaygınlaştığı görülmektedir. 2002 yılında 21 olan ipekböceği besleyen il sayısı 2017 yılına gelindiğinde 52'ye; 327 olan köy sayısı ise 2017 yılında 660'a yükselmiştir.

İpekböceği besleyen aile sayısı 2002 yılında 2356 iken 2017 yılında 2128 olmuştur. Açılan kutu sayısı da 2002 yılında 3.885 iken 2017 yılında 5.685,5'e yükselmiştir.

Tablo 20: Türkiye ipekböcekçiliği ve yaş koza üretimi (damızlık dâhil)

İpekböceği besleyen				Açılan Kutu Sayısı	Alınan Yaş Koza Miktarı (Polihibrit+ Damızlık) (kg)
	İlsayısı	Köy sayısı	Aile sayısı		
2002	21	327	2.356	3.885	100.013,70
2003	24	280	2.758	5.094	169.221,10
2004	24	272	2.919	5.161	145.173,00
2005	23	278	2.729	5.669	160.173,50
2006	22	246	2.597	5.698	128.944,90
2007	25	215	2.318	5.263	127.146,20
2008	26	199	2.238	5.564	126.614,20
2009	28	211	2.358	5.683	139.599,60
2010	26	193	2.183	5.476	128.960,08
2011	35	299	2.623	5.808	150.646,65
2012	29	342	2.572	5.576	133.707,10
2013	36	328	2.348	5.266	121.494,70
2014	37	342	1.760	3.738	80.054,40
2015	36	358	1.956	4.550	114.784,50
2016	42	459	2.001	5.302	102.833,00
2017	52	660	2.128	5.685,5	101.820,90

Kaynak: (Kozabirlik).

Not: 2017 yılı güz besleme döneminde, deneme amacıyla yapılan üretim sonucunda, toplam 5 üreticimizden 27,0 kg yaş koza elde edilmiştir.

4.6.1.2.9. Türkiye İhracatı

TÜİK ihracat verileri incelendiğinde Türkiye'nin net kuru koza ihracatçısı konumunda olduğu görülmektedir. 2008 – 2017 yılları arasında yıllık ortalama 28 ton kuru koza ihracatı gerçekleşmiştir. Kuru koza ihracat rakamları oldukça değişken olup ürün esnekliğinin yüksek olmasından dolayı kriz yıllarında ihracatta büyük düşüşler yaşanmıştır.

Tablo 21: Türkiye kuru koza ihracat miktar ve değerleri (2008-2017)

Yıllar	Miktar (kg)	Değer ($)
2008	0	0
2009	30.675	154.182
2010	67.568	381.820
2011	7.884	31.343
2012	80.238	666.287
2013	30.445	361.335
2014	11	921
2015	5.350	64.200
2016	31.081	307.189
2017	35.315	531.295

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri).

Tablo 22: Yıllar bazında ipek ipliği ihracat miktar ve değerleri (2008-2017)

Yıllar	Miktar (kg)	Değer ($)
2008	50.423	864.930
2009	18.295	325.607
2010	21.937	388.769
2011	21.334	196.898
2012	22.446	341.166
2013	16.094	445.650
2014	22.295	446.674
2015	22.615	520.411
2016	29.229	283.506
2017	23.174	141.104

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri).

Tablo 23: Ülkeler bazında 2017 yılı toplam ipek ipliği ihracatı

Ülkeler	**2016**		**2017**	
	Miktar (Kg)	**Değer ($)**	**Miktar (Kg)**	**Değer ($)**
Mısır	7.919	36.285	-	-
Lübnan	5.810	16.600	-	-
Irak	2.350	9.662	10.115	42.937
Polonya	1.358	8.922	-	-
Türkmenistan	-	-	2.627	13.402
Tacikistan	1.746	10.391	1.171	4.802
İran	582	12.347	1.072	7.073
Ürdün	3.539	13.745	1.019	3.225
Azerbaycan	73	321	1.004	3.875
Almanya	797	21.059	953	3.202
Tunus	78	685	832	6.817
Fas	-	-	720	1.570
Afganistan	-	-	534	4.653
Hindistan	110	1.004	529	2.323
Belçika	-	-	501	2.21
Özbekistan	514	34.939	304	19.114
Kazakistan	1.100	5.064	245	880
İtalya	205	10.467	147	6.707
Diğer	3.048	102.015	1.401	18.503
Toplam	29.229	283.506	23.174	141.104

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri)

4.6.1.2.10. Türkiye İthalatı

İpek ipliği ithalatı, ülkemiz piyasası ve halı ihracatına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Çin menşeli ipek ipliği fiyatının Özbek ipeğine göre daha pahalı olması nedeniyle halı sektöründe çok fazla kullanılmamakta olup, daha çok dokumada (fular, şal, eşarp

vb.) kullanılmaktadır. Çin'den son beş yılda (2013-2017) ülkemize yaklaşık 40 ton (ortalama yıllık) iplik ithal edilmiştir. Ülkemiz ipek halıcılığı her geçen gün kan kaybetmekte olup, halıcılıkla ismi özdeşleşen Hereke'de halen faaliyet gösteren firma sayısı 5'in altına düşmüştür. Ülkemizin diğer bölgelerindeki firmalar da azalmakta ayrıca mevcut firmaların bir kısmı da ülkemiz yerine işçiliğin ucuz olduğu Çin ve Özbekistan'da halı dokutarak ülkemize ithal etmektedir (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü).

Tablo 24: Yıllar bazında ham ipek ithalat miktar ve değerleri (2008-2017)

Yıllar	Miktar (kg)	Değer ($)
2008	96.571	1.924.232
2009	54.572	1.145.832
2010	92.422	2.205.181
2011	113.991	3.358.819
2012	47.957	1.575.124
2013	58.300	2.424.858
2014	57.947	2.291.283
2015	36.499	1.523.632
2016	26.496	1.013.688
2017	14.571	614.222

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri).

Tablo 25: Yıllar bazında ipek ipliği ithalat miktar ve değerleri (2008-2017)

Yıllar	Miktar (kg)	Değer ($)
2008	200.815	7.726.040
2009	115.015	4.424.941
2010	89.457	4.121.647
2011	54.101	2.305.366
2012	47.067	2.015.059
2013	66.821	3.883.426
2014	69.319	4.053.657
2015	59.987	3.410.839
2016	36.263	2.063.777
2017	52.505	2.196.881

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri).

Tablo 26: Ülkeler bazında 2017 yılı ipek ipliği ithalatı

Ülkeler	Miktar (Kg)	Değer ($)
Çin	33.729	1.136.765
İtalya	10.120	612.235
Tayland	6.446	290.388
Brezilya	1.816	133.051
Hindistan	178	2.465
Japonya	95	9.624
Almanya	76	3.024
Tayvan	45	9.329
Toplam	52.505	2.196.881

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri).

4.6.2. Nevşehir'de Halıcılığın Gelişimi

1202 yılında Selçuklu Hükümdarı Alaaddin Keykubat, İpek Yolu üzerinde ki güvenliği sağlamak ve ticaret kaynaklarını canlandırmak amacıyla çeşitli boylardan Türkmenleri Orta Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde iskân ederek o bölgeleri Türkleştirmiştir. Yerleşik hayata geçirilmeden önce de karakteristik halı özellikleri olan Türkmenler, yerleşik hayata geçmeleriyle birlikte bu faaliyetlerini sürdürmeye devam etmişlerdir (Bayındır, 2007).

Anadolu halıları, zengin kompozisyonları ve bölgelere ait özellikleri göz önüne alınarak, Batı, Orta ve Doğu Anadolu halıları olarak üç geniş gruba ayrılabilmektedir. Nevşehir, Niğde ve Konya yöresi halılarının adı, tanınmış halı merkezleri arasında geçmemektedir. Buna rağmen Orta Anadolu'nun Nevşehir, Niğde ve Konya'ya kadar inen alan içinde, yörenin özgün, tabii ve arkeolojik yapısına paralel olarak, diğer halı bölgelerinden farklı renk, boyut, kompozisyon ve desen özellikleri ile geometrik üslubun en güzel çeşitlemelerinin dokunduğu halılar olarak karşımıza çıkmaktadır (Çiloğlu, 1999: 95).

Konya halıları yapıları itibarı ile Kapadokya bölgesindeki bir grup halı ile büyük benzerlikler göstermektedir. Buna rağmen Konya halıları kadar tanınmamıştır. Bu nedenle iki bölgenin halılarını bir arada ele almak ve yapısal özelliklerini birlikte incelemek daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Konya Kapadokya grubu diye adlandırılan halılar yapıları, tasarımları, şekil, motif ve renkleri incelendiğinde çok belirgin ortak özellikleri ortaya çıkmaktadır. Çoğunun, "yol halısı" denilen şekilde, boylarının uzun, enlerinin dar olması, sedir üstü kullanım amacıyla dokundukları fikrini vermektedir. Fakat göçer tezgahlarının dar olması, kolay sökülüp taşınması gibi özelliklerini de hesaba katmak gerekmektedir (Gülgönen, 1997: 4-5).

Nevşehir, Niğde, Konya yöresi halılarına kompozisyon ve desen özellikleri açısından bakıldığında, geometrik bir üslup görülmektedir. Bu üslup günümüzün bile çağdaş estetik anlayışına oldukça uymaktadır. Genelde halılarda orta zemin kare veya dikdörtgenlere bölünerek içlerine ana motif, zeminde kalan boşluklara da yine geometrik motif ya da motifler

birbiri ardı sıra gelecek şekilde yerleştirilmiştir. Genelde halıların yüzeyine bakıldığında, orta zemini çevreleyen kalın tek bir bordürde bile sonsuzluk prensibi göze çarpar. Bu özellik, Selçuklulardan gelen bir geleneğin yaşatılması niteliğindedir. Bordürlerin içlerinde yine geometrik motifler yer almaktadır. Nevşehir, Niğde ve Konya yöresi halılarında genelde rastlanmakta olan en karakteristik özellik, halıların başlangıç ve bitiş kısımlarında, orta zemini çevreleyen ana bordürün haricinde bir bordürün daha yer almasıdır. Bu bordürlerinde içlerinde yine geometrik motifler bulunmaktadır (Çiloğlu, 1999: 96).

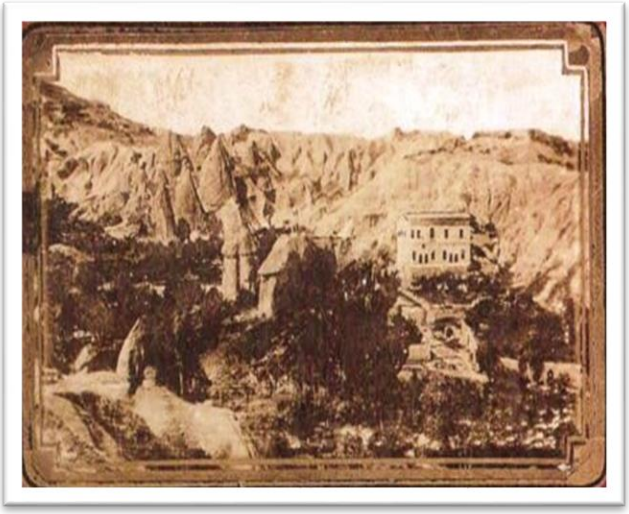
Avanos'un erkekleri çanak ve çömlekçilikle uğraşırken, kadın ve kızları halı ve kilim dokumuşlardır. Avanos'un bütün kızları istisnasız bu el sanatını bilirler. Her evde bulunan "istar" adı verilen tezgahlarda, el emeği göz nuruyla, halılar, kilimler, seccadeler, yastıklar, minderler, heybeler çuvallar ve yolluklar dokumuşlardır. Dokunan halıların bütünü; cehri, ceviz kabuğu, serkile, gümüş süpürge, ayva yaprağı, zerdali kökü, narpuz, güvelek, üzüm çekirdeği gibi tabi kök boyalarla boyanmış iplerden dokunur. Halı desenleri olarak, Havva başlı, arabelli, çubuk suyu, mihraplı, dersin göbeği, yılanlı bahçe, zambaklı gibi Avanos' a özgü desende halılar üretilir (Avanos Belediyesi,2019).

Şekil 43: **Avanos Halısı Örneği**

Kaynak: http://www.cappadociaexplorer.com/

4.6.2.1. İpek Böceği Üretim Çitliği

Alan içinde yer alan İpek Böceği Üretim Çiftliği ne ait temel kalıntıları günümüze kadar ulaşmıştır. Proje kapsamında bu binanın bulunduğu alanda arkeolojik kazı yapılarak, yapının mevcut fotoğraflarından da yararlanılarak tekrar inşası (Rekonstrüksiyon) önerilmiştir. Sinosis ticari hayatının önemli bir parçası olan bu yapının tekrar ayağa kaldırılması ve ziyarete açılması proje kapsamında önerilmiştir (Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Raporu).



Şekil 44: İpek Böceği Üretim Çiftliği

Kaynak: Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Raporu

4.6.3. Nevşehir'de İpek Halı Üretimi

Nevşehir-Avanos'da çanakçılık kadar önemli olan diğer ekonomik alt sektör halı- kilim dokumacılığıdır. Dokumacılık, çanak-çömlek üretimi gibi, evlerde daha çok kadınların geleneksel yöntemlerle çalıştıkları bir el sanatı olarak başlamış olsa da günümüzde bazı halı dokuma atölyeleri aynı zamanda dokuma eğitiminin de verildiği kurslara dönüşmüştür. Avanos yerleşmesinde dokumalarda genellikle kök boya kullanılmakta, kök boya yerleşmenin yakın çevresindeki dağlardan toplanan muhtelif otların kaynatılmasıyla elde edilmektedir. Bu bitkilerin en önemlisi Çehri'dir. Bitkinin meyvesinden elde edilen renk sarı olduğu için dokunan halı ve kilimlerde sarı ve tonları özellikle Selçuklu motiflerinde kullanılmaktadır. Çehri bitkisinin boya olarak kullanılması 19.yüzyıldan sonra yaygınlık kazanmış, özellikle Nevşehir ve Kayseri'de yetişen bitki başta İngiltere olmak üzere tekstil endüstrisinin gelişmiş olduğu ülkelere uzun süre ihraç edilmiştir (Berkmen, 2015: 605).

Şekil 45: **Nevşehir İpek Halı Örneği**

Kaynak: http://www.antikaalanlar.biz/

Türklerde halı sadece yer yaygısı olarak üretilmez. Sedir halısı, yastık halısı, beşik halısı, heybe halısı, eğer halısı, torba halısı duvar halısı, seccade ve çadır içinde perde olarak kullanılmak üzere değişik halı tipleri bulunur. Avanos'ta geleneksel halı dokumacılığında en çok rastlanan halı tipleri, evde oda içlerinde ve sofalarda kullanılan geniş ve uzun olarak dokunan taban halıları, ince uzun olarak üretilen ve daha çok sedirler üzerinde yaygı olarak kullanılan sedir halısı ve üzerinde namaz kılmak üzere düşünülen seccade dediğimiz küçük ebatlı halılardır. Avanos'ta yaygın olmamakla birlikte düz dokumalar arasında sınıflandırılan kilim dokumaları da görülmektedir. Avanos kilimleri, düz, çubuklu ve serpme motifli (çalma) kilimlerdir. Serpme motifli olanlarda desenin dokuma özelliğinden kaynaklanan küçük yarıklar bulunur. Düz ve çubuklu kilimlerin renkli ipliklerle işlenmiş olanlarına cicim adı verilmektedir (http://www.cappadociaexplorer.com/).

Şekil 46: **Avanos Kilimi Örneği**

Kaynak: https://www.tripadvisor.com

4.6.4. İpek Böcekçiliğinin Bölge Turizmine Katkısı

İpek böcekçiliği ülkemizde yapılan hayvancılık türlerinden biridir. Ticari bir geçim kaynağı oluşturmak için yapılmaktadır. İpek böcekçiliği sayesinde iç ve dış piyasada tekstil endüstrisi ciddi anlamda beslenmektedir. İpek böcekçiliği oldukça zor şartlar altında yapılmasına rağmen getirisi çok olan bir ticari faaliyet olarak bilinmektedir. Ayrıca tekstil alanında da endüstriyel olarak kalkınmalar ve büyümeler yaşanmaktadır. Kalitenin artması ithalat ve ihracatın da gerçekleşmesini sağlar. İpek Böceği yetiştiriciliği birçok şehirde yapıldığı gibi Nevşehir ilinde de çok eski yıllardan bu yana yapılmaktadır.

Türkiye'de üretilen ham ipeğin tamamına yakını ipek halı dokumacılığında, bir bölümü de giyim-kuşam, ev eşyaları, nakış-dikiş, ameliyat ipliği olmak üzere iç piyasada tüketilmektedir. İpekböcekçiliği sektöründe yaş koza üretiminden ipek halı pazarlamasına kadarki üretim işlemlerinde yaklaşık 500.000 kişiye istihdam imkânı sağlanmaktadır. Ayrıca aynı üretim aşamaları esnasında yaş kozanın ipek halıya dönüştürülmesi sonucu yaklaşık 14 misli katma değer ortaya çıkmaktadır. Devletin desteklediği üretim bölgesinde yapılan ipek böcekçiliği işinin kazancı bir hayli yüksektir. Devlet desteği ile temin edilen ipek böceklerinin kilogram başına 35-45 TL kazanç sağlanabilmektedir. 40 gün içinde hasadın tamamlandığı düşünülürse ayda ortalama 26-30 kilo kadar ipek üretilebilmektedir. Bu da aylık 1 bin ile 2 bin TL arasında değişen bir kazanç olacağını göstermektedir. Bu kazanca sahip olmak için hatırı sayılır miktarda dut ağacının ve birkaç yardım edecek kişinin de olması gerekmektedir. Kapadokya yöresinde volkanik dağ sonucunda oluşan toprak yapısından dolayı dut ağacı bakımından oldukça zengindir. Sonuç olarak dut yaprağının dünyanın en güzel kumaşlarından biri haline gelmesine bire bir şahit olmak bile bu işi özel ve güzel kılmaya yeterli olmaktadır(https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Hayvancilik/Ipek-Bocekciligi).

Türkiye yaş koza üretiminde ve ham ipek üretiminde dünya sıralamasında ilk 10 ülke içinde yer almaktadır. TÜİK verilerine göre 2017 yılında Türkiye kuru koza ihracat miktarı (kg) 35.315, değeri ise 531.295 dolardır. Yine 2017 TÜİK verilerine göre ipek ipliği ihracat miktarı (kg) 23.174, değeri ise 141.104 dolardır.

Mini Kapadokya projemizde de yapılacak olan halı dükkânı için deneyimli 3/5(yoğun sezonda) tane satış elemanı çalışacaktır. İpek böcekçiliği işinde4 kişi, halı dokuma işinde 4 kişi istihdam edilebilir. Dükkâna gelen müşterilere halıları tanıtmak, özelliklerini ve kalitesini anlatmak için bir kişi çalışacaktır. İmalatçılarla ve toptancılarla görüşmek için bir personel çalışacaktır. Son olarak muhasebe işleri ve dükkânının temizlik ve düzeninden sorumlu bir personel çalışacaktır. Ortalama üç günde 1 halı ortalama 10 bin TL'den satılabilir.

4.7. Sıcak Hava Balonu Sabit Kalkış Alanı Tespiti, Uygulama ve Potansiyel Faaliyeti Konusunda ve Bölgede Aktif Halde Uçan Sıcak Hava Balon Firmalarının Bölge Turizmine Katkıları ve Sabit Balon Kalkış Alanı Uygulaması İle Etkileşimi

4.7.1. Balon Turizmi

Balon turizmi Özellikle doğal güzellikleri bünyesinde barındıran ve uçuş şartlarının sağlandığı destinasyonlarda balonla yapılan kısa seyahatler turistler için ilgi çeken aktiviteler haline gelmiştir. Balon turlarıyla turistler hem ulaşılamayan noktalara ulaşabilmekte hem de destinasyonun doğal manzarasına geniş perspektiften bakma imkânı yakalamaktadır. Balon turları seyahat acenteleri için turistlere sunulan farklı ve cazip bir turistik ürünü ifade ederken, konaklama işletmeleri içinse artan konaklama süresini ifade etmektedir (Doğan, 2015: 200).

Balon turları incelendiğinde pahalı bir aktivite olduğunu gözlemlemek mümkündür. Bu turlardan bazı örnekler aşağıdaki gibidir.

Gstaad-İsviçre: Her yılın ocak ayında yapılan Chateaud'oex Uluslararası Balon Festivali kapsamında katılımcılar kişi başı saatlik 600 dolar ile İsviçre Alplerine doğru yolculuk yapmaktadır.

Şekil 47: Chateaud'oex Uluslararası Balon Festivali

Kaynak: https://www.chateau-doex.ch/fr

Serengeti-Tanzanya: UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Serengeti Milli Parkı'nda balon safarisi denilebilecek bir deneyime kişi başı saatlik 500 dolar vererek katılmak mümkündür.

Şekil 48: **Serengeti'de Balonla Safari**

Kaynak: http://www.milliyet.com.tr

Masai Mara-Kenya: Düzenlenen balon turlarıyla Kenya'daki yaban hayatını gözlemlemenin bedeli kişi başı saatlik 450 dolardır.

Şekil 49: **Masai Mara Kenya'da Balon Turu**

Kaynak: http://www.ceyms.com

Loire Valley-Fransa: Loire Valley'de bulunan kaleleri, üzüm bağlarını, Nivernais Kanalı'nı havadan kişi başı saatlik 400 dolar karşılığında izlemek mümkün olmaktadır (Genç vd., 2016: 883-884).

Şekil 50: **Loire Valley Fransa'da Balon Turu**

Kaynak: https://www.tripadvisor.com.tr

Dünya Miras Listesi'nde yer alan Kapadokya'yı balon turlarıyla yüksekten seyretmek hem yerli hem yabancı turistler arasında gün geçtikçe daha da popüler hale gelmektedir. Bir araştırmanın sonuçlarına göre Nevşehir'e gelen turistlerin katıldığı veya katılmayı düşündüğü aktiviteler arasında balon turu %70,6 ile birinci sırada gelmektedir (Belber, 2010: 96). Kapadokya'da 2014 yılı verilerine göre 424 bin turistin katıldığı balon turlarından 85 milyon Avro gelir elde edilmiştir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Nevşehir temsilcisi Sinan Çetinkaya bir röportajında "Eskiden turistler Kapadokya'yı gezmeye gelir, balona binerdi. Şimdi ise balona binmeye gelip, Kapadokya'yı geziyor" sözleriyle balon turizminin Kapadokya'da geldiği noktayı göstermeye çalışmıştır (www.turizmguncel.com).

4.7.2. Kapadokya Yöresinde Balon Turizmi

Kapadokya Bölgesinde balon turizmi 1991 yılında Türk Hava Kurumu ile başlamıştır. Ancak 2006 yılından itibaren diğer balon işletmelerinin açılması ile aktif hale gelmiştir. 10 yıldan fazla olmak üzere balon turizmi Kapadokya'nın simgesi haline gelmiştir.

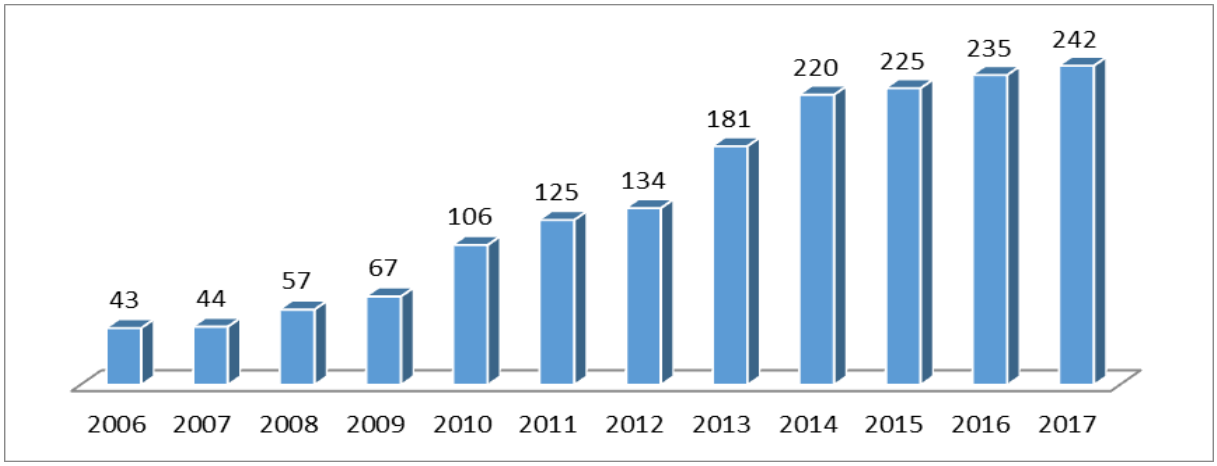
Günümüzde Kapadokya Bölgesindeki balon uçuşları Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün denetimleri altında yapılmaktadır. Sürekli denetim halinde olan balon

işletmelerinin kurallara uyması ve denetim puanlamasından geçmesi ile birlikte uçuşlarına izin verilmektedir. Uçuş sırasında her bir balon sepetinde kontrol pilotunun olması zorunludur. Kontrol Pilotu Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünün eğitimleri sonucunda belirlenen ve başarılı olan pilotlardan oluşmaktadır.

Kapadokya bölgesinde günümüzde 27 balon işletmesi balon turizmine katkı sağlamaktadır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Nevşehir Temsilcileri ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda resmi olmayan rakamlara göre balon sektöründe yaklaşık 3.000 kişinin istihdam ettiği bilgisine ulaşılmıştır.

Bölgede balon işletmelerinin sayıları ile balon sayıları yıllar itibariyle artmaktadır. Kapadokya bölgesinde, 2006 yılında 43, 2010 yılında 106, 2015 yılında 225, 2017 yılında ise 242 balon uçuş için uygun görülmüştür. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nden alınan balon sayıları grafiği aşağıda verilmiştir.

Grafik 1: Kapadokya Bölgesi Balon Sayıları



Kaynak: Kaynak: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Erişim tarihi 2018

Türkiye'de üretimi olmayan ve yurt dışından alınan balonların sepet büyüklükleri farklılık göstermektedir. Balonlar 1-32 kişilik arasında değişen kapasitelere sahiptir. Sepetlerde isteğe bağlı ziyaretçilere özel ikramlar bulunmaktadır.

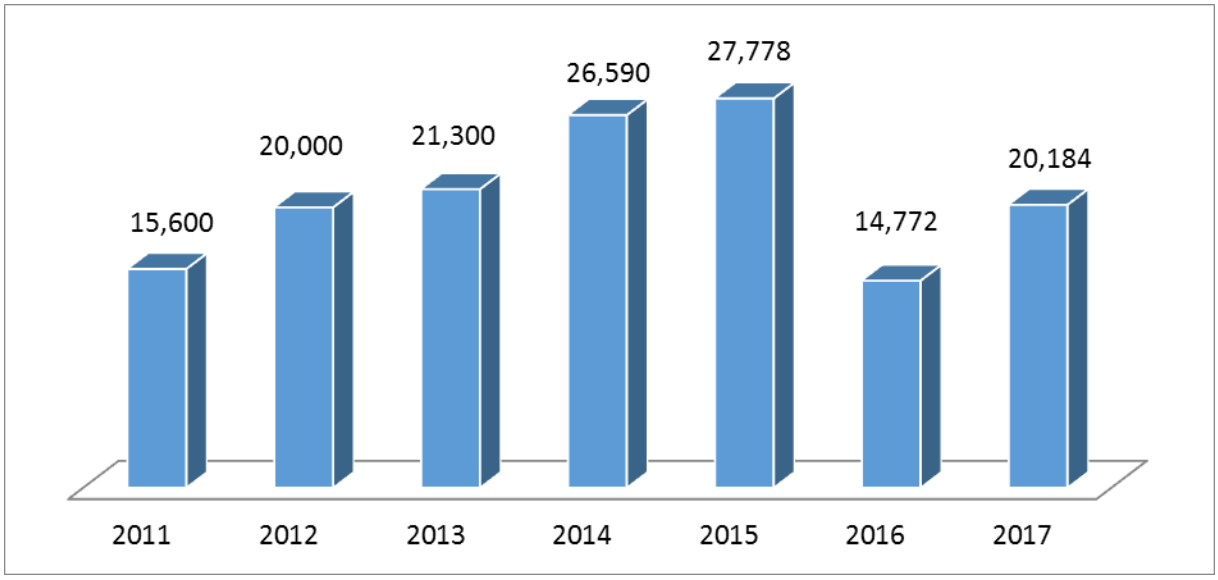
Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre 2011-2017 yılları arasında toplam 128.224 balon uçuşu gerçekleşmiştir. Yıl içindeki balon uçuşları her mevsimde gerçekleştirilmektedir. Ancak yoğun olduğu dönemler Nisan-Mayıs-Haziran ve Ağustos – Eylül – Ekim – Kasım aylarıdır.

4.7.3. Sıcak Hava Balonunun Bölge Turizmine Katkıları

Kapadokya denilince akla ilk gelenlerden biri olan sıcak hava balonu, bölgeye birçok katkı sağlayacaktır. Projemiz kapsamında olacak sıcak hava balonları alanın kısıtlılığından dolayı iplerle bağlı olacak şekilde yerden 30 metre yüksekliğe kadar çıkacaktır. Sıcak hava

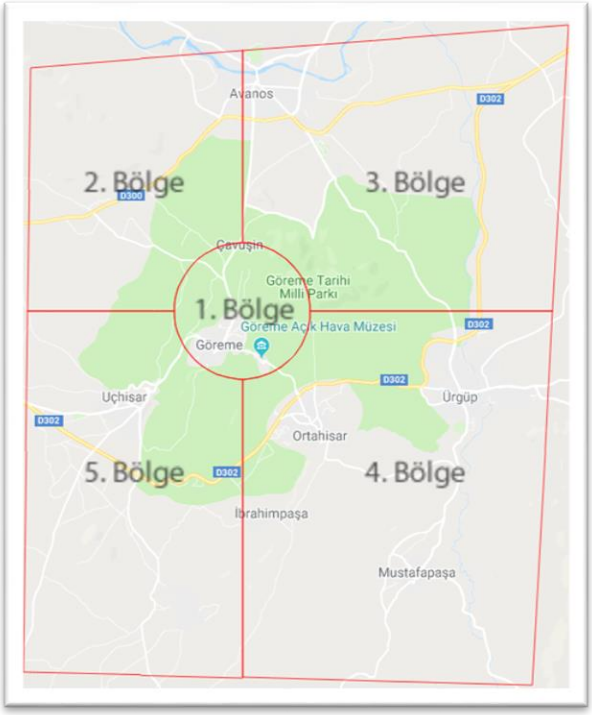
balonuna binen turistler Mustapaşa bölgesini fotoğraflayıp eşsiz manzaranın tadını çıkaracaklardır ve turistlere görsel şov sunulmuş olacaktır. Son zamanlarda bir alternatif haline gelen düğün fotoğrafçılığı için yeni bir destinasyon merkezi haline gelecektir. Sıcak hava balonu sadece gündüz değil gece turizmi içinde alternatif haline gelecektir. Gece gezmeyi seven turistler için bu balonlar vazgeçilmez olacaktır. Bu balonlar Mustafapaşa'nın tanıtımı için önem arz etmektedir. Nevşehir'e gelen turistlerin uğrak yeri konumuna gelecektir. Bölge turizmine ivme kazandıracaktır. Yeni bir varış noktası arayan yerli ve yabancı turistlerin ilk tercihleri arasında yer alacaktır.

Grafik 2: Yıllara Göre Balon Uçuş Sayısı



Kaynak: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Erişim tarihi 2018

Balon uçuşları Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün belirlediği 5 bölge üzerinden gerçekleşmektedir. Bölgeler aşağıdaki görselde sunulmuştur.



Şekil 51: **Balon Uçuş Bölgeleri**

Kaynak: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü

Birinci Bölge olarak belirlenen alanda gün içinde aynı anda en fazla 100 adet balon kalkış gerçekleştirmektedir. Bu kalkış ortalama 1 saat sürmektedir. Birincil uçuşlardan sonra en az 30 dk. sonra ikincil uçuşlar gerçekleşmektedir. İkincil uçuşlar 2., 3., 4. ve 5. Bölgelerden en fazla 50 balon ile sağlanmaktadır. Bunun nedeni 1. Bölgeden hareket eden balonlar ile karşılaşılmasının engellenmesidir.

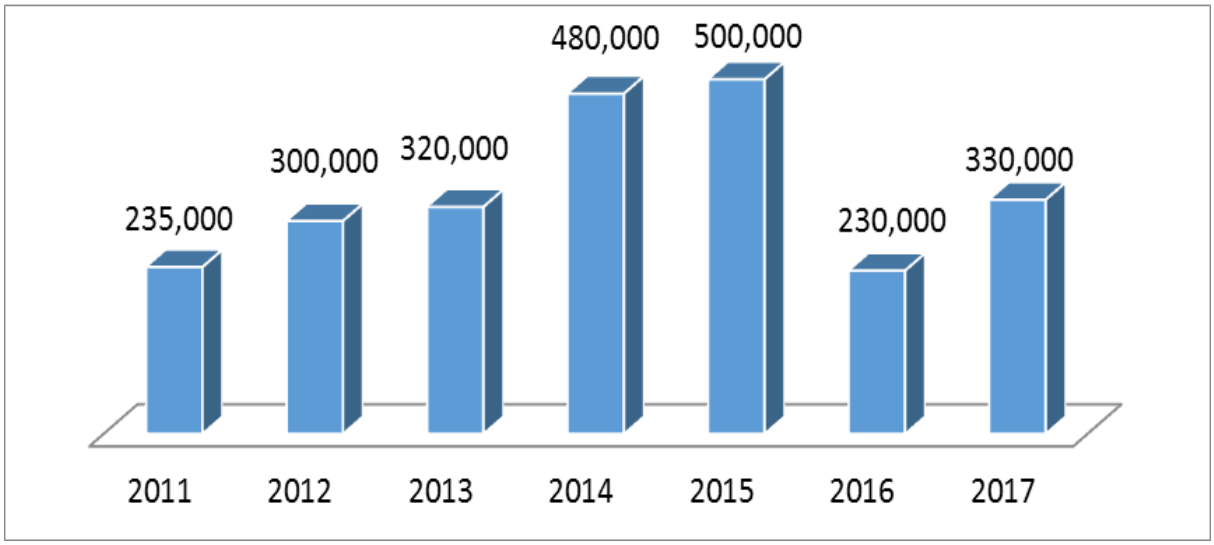
İkincil uçuşlara müsaade durumu diğer balonların hareketinden sonra "Süpürülme esası" çerçevesince kontrol pilotunun ve/veya Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü personelinin izni ile verilmektedir.

Uçuşlar her gün sabah erken saatlerde yapılan meteorolojik değerlendirme sonucu belirlenmektedir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından denetlenen hava hareketleri uçuşlara dair bağlayıcı niteliktedir. Müdürlük tarafından belirlenen 3 çeşit yönlendirme bayrakları bulunmaktadır. Kırmızı ve sarı bayrak durumlarında kalkış uygunluğu verilmemektedir. Yeşil bayrak durumunda nihai uçma kararı pilot ve işletme sorumluluğundadır.

Hava hareketlerine göre kırmızı ve/veya sarı bayrağın ilan edildiği durumlarda yalnızca öğretmen pilot ile beraber yapılacak eğitim uçuşları (çift kumanda) için Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü yetkilileri ile irtibata geçilerek eğitim uçuşları gerçekleştirilebilmektedir (http://shm.kapadokya.edu.tr/).

2011-2017 yılları arasında gerçekleştirilen uçuşlara toplam 2.395.000 yolcu katılım sağlamıştır. Aşağıdaki grafiklerde yıllara göre uçuş yapan balon ve yolcu sayıları verilmektedir.

Grafik 3: 2011-2017 Yılları Arası Uçuş Gerçekleştiren Yolcu Sayısı



Kaynak: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Erişim tarihi 2018

Balon uçuş sayısı ve yolcu sayısı 2011-2015 yılları arasında sürekli artış yaşanırken, 2016 yılında bir önceki yıllara göre ani bir düşüş yaşanmıştır. Bu düşüş ülke içinde yaşanan çeşitli sorunlardan kaynaklanmaktadır. 2016 yılından itibaren tekrar artışa geçen ve 2018 yılı başlarından itibaren tekrar canlanan turizm ile balon turizminde de artışlar yaşanmaktadır (KOP Bölgesi Entegre Turizm Master Planı).

Bölgenin turizm potansiyeline zenginlik katan balon turları, aynı zamanda ekonomik anlamda da önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Kişi başı 120 ile 180 Euro arasında fiyatlar değişmektedir. Klasik Balon Turu 120 Euro kişi başı, Konfor Balon Turu 150 Euro kişi başı, Delüks Balon Turu 180 Euro kişi başı fiyatlarıdır (https://www.kapadokyabalonturufiyati.com/).

Mini Kapadokya projesi kapsamında ki sıcak hava balonları 4.uçuş bölgesinde olsa da, projenin gerçekleştirileceği alanın sıcak hava balonuna ayrılan sahanın kısıtlılığından dolayı balonlar uçurulmayacaktır. Sadece gelen turistlerin fotoğraf çekebilmeleri için 1 sıcak hava balonu olacaktır. Eğitmenler eşliğinde belli bir güzergahta havalandırılıp geri indirilecektir. Fiyatı 50 TL olacak balonumuz en çok Nisan, Mayıs, Haziran, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım aylarında yoğun olarak havalanmaktadır. Bu yoğun dönemlerde ise aylık 2 bin kişinin balonlara binmesi beklenmektedir.

4.8. Alanda İşsiz Kadınlar ve Gençlerin El Sanatları, Yöresel ve Hediyelik Eşya Üretimi ve Pazarlamaları Amacıyla Yapılacak İş Merkezine Yönelik Araştırma

4.8.1. Nevşehir'de Yöresel Ürünler

Nevşehir ili nüfusunun (292.365 kişi) %40,23'ü kırsal kesimde yaşamaktadır. 2017 yılında Nevşehir Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) kayıtlı 21.280 çiftçi ailesi vardır. 2017 yılı ÇKS kayıtlarının sonucunda çiftçi ailesi başına 111.39 dekar arazi düşmektedir. İlimiz çayır mera

alanı: 71.624 hektar olup, toplam arazi varlığının %13,3'ünü teşkil eder. İlimizin 538.630 hektarlık yüzölçümünün %2,5 ü orman, %65,4'ü ekilebilir arazi, %18,8 'si tarıma elverişsiz ve %13,3'ü çayır-meradır. Nevşehir genelinde tarımsal üretim arazi kullanımının %67 sini tahıllar oluşturur. Diğer önemli ürünleri üzüm başta olmak üzere çekirdeklik kabak, patates, pancar ve baklagillerdir.

Tablo 27: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), Nevşehir İl Koordinatörlüğü 2018 Yılı Yerel Gıda Ürünleri Listesi

No	Yerel Gıda Ürünü Adı
1	Kaymak
2	Tarhana
3	Kabak Çekirdeği
4	Patates ve Ürünleri (cips, kumpir, parmak patates, püre vb.)
5	Parmak Üzümü, Çavuş Üzümü, Buludu Üzümü, Diğer Yöresel Üzümler
6	Üzüm Ürünleri (Üzüm Pekmezi, Kuru Üzüm, Pestil, Köftür, Pekmez Sucuğu, Şıra, Sirke, Üzüm Çekirdeği ve Tozu, Şarap)
7	Salamura Asma Yaprağı
8	Pekmezler (şeker pancarı, armut, erik, ayva, dut vb.)
9	Domates, Domates Salçası
10	Cevizli Sucuk, Bademli Sucuk
11	Kapari Ürünleri
12	Ceviz Ezmesi
13	Ceviz
14	Badem
15	Turşu
16	Mantı
17	Soğan
18	Erişte
19	Hedik (Kaynatılmış Buğday)
20	Reçel
21	Marmelat
22	Meyve Sebze Kurusu
23	Yöresel Peynir (Tulum Peyniri, Çökelek vb.)
24	Yöresel Yoğurt (Süzme Yoğurt, Torba Yoğurt vb.)
25	Tereyağı
26	Bulgur
27	Nohut
28	Fasulye
29	Yarma
30	Çömlek Fasulyesi
31	Sulu Köfte
32	Lokum
33	Yerli Alaca Karpuz
34	Yufka Ekmek, Kuru Yufka
35	Tahinli Pide, Tahinli Simit, Nevşehir Tahinlisi
36	Tandır Ekmeği
37	Patatesli Çörek

38	Bazlama
39	Buğday Unu Mamulleri
40	Çerezlik Ayçiçeği
41	Kavurga
42	Bal Kabağı, Kabak Tatlısı
43	Elma
44	Meyve Suyu/Konsantresi/Tozu
45	Alıç
46	Kuşburnu
47	Girebolu Suyu
48	Altın Çilek
49	Trüf Mantarı (Keme)
50	Kete
51	Testi Kebabı
52	Mineralli Su

Kaynak: https://nevsehir.tkdk.gov.tr/

4.8.1.1. Nevşehir'de Tarımsal Yatırım için Uygun Sektörler ve Alanlar

4.8.1.1.1. Kabak Çekirdeği

Nevşehir İlinde 2016 yılında 172.969 dekar alanda çerezlik kabak çekirdeği ekilişi yapılarak karşılığında 13.513 ton üretim gerçekleştirilmiştir. Üretilen kabak çekirdeği Türkiye üretiminin %32 sinden fazlasını oluşturmaktadır. Üretilen bu kabak çekirdeğinin işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması için uygun işletmelere ihtiyaç bulunmaktadır. Bu alanda yatırım yapacak küçük ve orta boy işletmelere Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programından destek verilmektedir. Yatırım için yeterli hammadde bulunmaktadır (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

4.8.1.1.2. Patates

Nevşehir İlinde 2016 yılında 58.856 dekar alanda patates ekilişi yapılarak karşılığında 255.773 ton üretim yapılmıştır. Üretilen bu patates ürününün yerinde işlenmesi amacıyla cips üretimi, patates unu, parmak patates ve diğer gıda maddelerine yönelik üretim tesisleri kurulması için yeterli bir imkân ve ham madde bulunmaktadır. Ayrıca başka vilayetlerde üretilen ve ilimizde üretilen patates ürününün depolanması için de çok büyük ve kapasiteli yer altı depoları mevcuttur (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

4.8.1.1.3. Üzüm

Nevşehir İlinde 2016 yılında 181.598 dekar alanda bağ üretim alanı bulunmakta olup bunun karşılığında 100.317 ton üretim elde edilmektedir. Üretilen ürünlerden üzüm suyu, pekmez, sirke, şarap ve diğer ürünler elde edilmek üzere değerlendirilmektedir. Üzümün değerlendirilmesi için pekmez, sirke ve şarap tesisleri bulunmakta olup ancak yeterli düzeyde değildir. Bu ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi, şişelenmesi amacıyla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programından

değişik desteklemeler verilmektedir. Ayrıca Bölgemizde üretilen üzüm kaliteli ve organik denecek seviyede sağlıklı ürünlerdir. Üretici bilinçli üretim yapmaktadır. Kimyasal ilaç kullanımı yok denecek kadar azdır (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

4.8.1.1.4. Seracılık

Nevşehir İlinde özellikle Kozaklı İlçemizde Jeotermal alanda ısıtılan sera alanları bulunmaktadır. Halen Örtü Altı Kayıt Sistemi kapsamında 73 dekar alanda domates üretimine sahip, iyi tarım uygulamaları desteğinden yararlanan özel teşebbüs modern bilgisayar kontrollü ve topraksız tarım yapılan seralar mevcuttur. Ayrıca Nevşehir Merkezde 15,5 da sera alanı bulunmakta ve karışık sebze üretimi yapılmaktadır. Bölge su rezervlerinin yeterli olup olmadığının ciddi bir fizibilite sonucunda araştırılması neticesinde bu bölgede yeni örtü altı sera yatırımları için uygun fırsatlar bulunmaktadır. Ayrıca Akdeniz ve Eğe bölgesinde seralarda görülen hastalık ve zararlı durumu İlimizde görülmemekte ve üretim aşamasında hemen hemen hiç kimyasal ilaç kullanılmamaktadır. Bu da üretim ve yatırım yapmayı düşünen girişimcilere uygun bir fırsat sunmaktadır (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

4.8.1.1.5. Pomza (Bims)

Avanos-Ürgüp İlçesinde 404.412.834 m^3 ve Derinkuyu ilçesinde ise 48.660.500 m^3 Pomza (Bims) Madeni rezervi bulunmaktadır. Bu rezervin topraktan çıkartılması, işlenmesi inşaat malzemesi ve tarımsal üretim materyali olarak kullanılması için uygun firmalar ve tesisler bulunmaktadır. Ancak yeterli değildir. Bu madenin değerlendirilmesi için daha fazla yatırım ve istihdama ihtiyaç bulunmaktadır (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

4.8.1.1.6. Meyvecilik

Nevşehir İlinde 2016 yılında 38.680 dekar kayısı, elma, ceviz, kiraz vs. üretim alanı bulunmakta olup, bunun karşılığında 17.883 ton ürün elde edilmiştir. Bölgemizde Kızılırmak Havzası, Misli Ovası ve Ürgüp İlçemizin uygun meyve plantasyonu kurmaya elverişli değişik rakımlara sahip tarım arazileri bulunmaktadır. Bu arazilerin değerlendirilerek üretim yapılması, üretilen ürünlerin İlimize yakın olan Ankara ve Kayseri İllerine pazarlanması ve bölgemizde üretilen kaliteli meyve ürünlerinin değerlendirilmesi için meyve suyu işleme tesislerinin kurulması yatırımcılar açısından kârlı olacaktır (https://nevsehir.tkdk.gov.tr/).

2016 Yılı İstatistiki Rakamlarla Nevşehir'de Tarımsal Yapı

Tablo 28: **Nevşehir İli 2016 Yılı Genel Arazi Varlığı**

ARAZİ VARLIĞI	ALAN (ha)	Yüzde (%)
Ekilebilir Arazi	352.217,8	65,4
Orman Arazisi	13.664,6	2,5
Çayır Mera	71.624,3	13,3
Tarıma Elverişli Olmayan Arazi	101.123,3	18,8
Toplam Arazi	538.630,0	100,0

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/

Tablo 29: Nevşehir İli 2016 Yılı Ekilebilir Arazi Dağılımı

Ürünler	Alan(da)	Yüzde (%)
Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Ekilen Alanı	2.227.436	67
Nadas Alanı	688.558	21
Sebze Alanı	191.826	6
Meyve, İçecek ve Baharat Bitkilerin Alanı	220.278	6
Toplam	3.328.098	100

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/

Tablo 30: Nevşehir'de Önemli Tarım Ürünleri

Cinsi	Ekiliş Alanı (da)	Üretim (Ton)	Ort. Verim (kg/da)
Buğday	1.071.122	226.034	**211**
Patates	58.856	255.773	**4.346**
Bağ (Meyve vermeyen bağ: 11.800 da.)	181.598	100.317	**610**
Şeker Pancarı	53.792	336.770	**6.270**
Çerezlik Kabak	172.969	13.513	
Bakliyat	**101.581**	**24.946**	

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/

Tablo 31: Nevşehir İli 2016 Yılı Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünler

Grup Adı	Ürün Adı	Ekilen Alan (Dekar)	Hasat Edilen Alan (Dekar)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/Da)
Parfümeri-Eczacılık vb. Bitkiler-Sekerpancarı ve Yem Bitkileri Tohumları	Fiğ (Adi) (Dane)	85	85	8	**94**
	Fiğ (Macar) (Dane)	145	145	13	**90**
Patates-Kuru Baklagiller-Yenilebilir Kök Ve Yumrular	Patates (Diğer)	58.856	58.856	255.773	**4.346**
	Nohut	40.891	40.891	4.574	**112**
	Fasulye (Kuru)	74.827	74.827	28.551	**382**
	Mercimek (Kırmızı)	2.000	2.000	286	**143**
	Mercimek (Yeşil)	1.244	1.244	149	**120**
	Yerelması	4	4	4	**1.000**
Saman Ve Ot	Yonca (Yeşil Ot)	18.601	18.601	73.765	**3.966**
	Korunga (Yeşil Ot)	4.198	4.198	4.356	**1.038**
	Yulaf (Yeşil Ot)	1.700	1.700	1.105	**650**
	Sorgum (Yeşil Ot)	40	40	180	**4.500**
	Tritikale (Yeşil Ot)	93	93	91	**978**
	Mürdümük (Yeşil Ot)	2.190	2.190	1.569	**716**
	Mısır (Silajlık)	14.857	14.857	71.036	**4.781**
	Hayvan Pancarı	40	40	198	**4.950**
	Fiğ (Adi) (Yeşil Ot)	6.220	6.220	5.198	**836**
	Fiğ (Macar) (Yeşil Ot)	1.685	1.685	1.333	**791**
Şeker İmalatında Kullanılan Bitkiler	Şekerpancarı	53.792	53.710	336.770	**6.270**
Tahıllar	Buğday (Durum)	63.714	63.714	16.471	**259**
	Buğday (Diğer)	1.071.122	1.071.122	226.034	**211**
	Arpa (Diğer)	623.985	623.985	156.179	**250**
	Çavdar	112.170	112.170	30.698	**274**
	Yulaf (Dane)	57.646	57.646	12.521	**217**
	Tritikale (Dane)	3.360	3.360	876	**261**
Yağlı Tohumlar	Ayçiçeği (Yağlık)	1.215	1.215	245	**202**

	Ayçiçeği (Çerezlik)	570	570	66	**116**
	Aspir	**12.186**	**12.186**	**1.669**	**137**

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/

Tablo 32: Nevşehir İli 2016 Yılı Sebze Ürünleri

Grup Adı	Ürün Adı	Ekilen Alan (Dekar)	Üretim (Ton)
Kök ve Yumru Sebzeler	Soğan (Taze)	430	**377**
	Soğan (Kuru)	775	**890**
	Sarımsak (Taze)	57	**40**
	Sarımsak (Kuru)	1.780	**952**
	Pırasa	63	**70**
	Havuç	19	**23**
	Turp (Bayır)	14	**27**
	Turp (Kırmızı)	10	**15**
Meyvesi için Yetiştirilen Sebzeler	Domates (Sofralık)	5.501	**24.650**
	Domates (Salçalık)	5.295	**31.321**
	Hıyar (Sofralık)	665	**1.748**
	Hıyar (Turşuluk)	60	**120**
	Biber (Dolmalık)	387	**720**
	Biber (Sivri)	835	**1.613**
	Bamya	15	**4**
	Patlıcan	855	**2.074**
	Kabak (Çerezlik)	172.969	**13.513**
	Fasulye (Taze)	845	**678**
	Kavun	295	**542**
	Karpuz	584	**1.151**
Diğer Sebzeler (Başka Yerde Sınıflandırılmamış)	Karnıbahar	63	**124**
	Brokoli	12	**22**
	Lahana (Beyaz)	33	**79**
	Lahana (Kırmızı)	16	**30**
	Marul (Kıvırcık)	20	**30**
	Marul (Göbekli)	60	**105**
	Ispanak	138	**140**
	Maydonoz	20	**14**
	Nane	**10**	**5**

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr

Tablo 33: Nevşehir İli 2016 Yılı Meyveler, İçecek ve Baharat Bitkileri

Grup Adı	Ürün Adı	Toplu Meyveliklerin Alanı(dekar)	Üretim(ton)	Ağaç Başına Ortalama Verim(kg)	Meyve Veren Yaşta Ağaç Sayısı(adet)
Üzüm	Üzüm (Sofralık-Çekirdekli)	55.969	23.372	418	**55.969**
	Üzüm (Kurutmalık-Çekirdekli)	49.059	27.518	561	**49.059**
	Üzüm (Şaraplık)	76.570	49.427	646	**76.570**
Diğer Meyveler- Taş Çekirdekliler Ve Yumuşak Çekirdekliler	Elma (Golden)	1.217	1.613	23	**71.022**
	Elma (Starking)	1.811	2.083	22	**95.664**
	Elma (Amasya)	2.763	3.570	26	**138.917**
	Elma (Grannysmith)	207	228	21	**10.775**
	Elma (Diğer)	2.808	1.686	18	**94.394**
	Armut	782	2.607	24	**106.633**
	Ayva	256	623	22	**28.305**
	Muşmula	0	5	17	**300**
	Şeftali (Diğer)	79	101	11	**9.465**
	Erik	166	304	7	**40.545**
	Kayısı	10.695	1.002	4	**238.977**
	Zerdali	4.320	928	6	**145.100**
	Kiraz	867	226	7	**30.220**
	Vişne	447	183	11	**17.416**
	İğde	41	134	10	**12.850**
	Çilek	336	650	1.935	**336**
	Dut	0	172	28	**6.091**
Zeytin Ve Diğer Sert Kabuklular	Badem	5.107	1.222	9	**129.190**
	Ceviz	6.725	537	10	**52.756**
	Antep Fıstığı	10	5	15	**330**
Baharat Bitkileri (İşlenmemiş)	Kimyon	23	2	87	**23**
	Çörekotu	**20**	**2**	**100**	**20**

Kaynak: https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/

Nevşehir ilinde en fazla tahıl üretimi gerçekleştirilirken bunu üzüm, çerezlik kabak, patates ve şekerpancarı izlemektedir. 2016 yılında Türkiye'de yetiştirilen çerezlik kabağın %32,5'i, şaraplık üzümün %10,45'i, kurutmalık üzümün %1,76'sı, patatesin %5,38'i ilimizde üretilmektedir. Patates en önemli gelir kaynağı olmasına karşın son dönemde yaşanan patates siğili hastalığı nedeniyle ekili alanlarda karantina uygulaması sebebiyle daralma görülmüştür. İlimizdeki patates üretimi azalırken ülke üretimi artmış, Türkiye üretiminin yaklaşık %25 'ini ilimiz karşılarken bu oran %5,2'ye kadar düşmüştür.

4.8.1.2. El Sanatları

Kültürel turizmdeki ürünlerin temelini kültürel çekicilikler oluşturmaktadır. Bir kültür ögesi olan el sanatları da önemli bir turistik çekicilik unsurudur. El sanatları, bir toplumun kendine özgü kültürel özelliklerinin, yaşam tarzının, üretim-tüketim aşamalarının ve beğenilerinin somut olarak gözlemlenebildiği alanlardan birisidir (Emekli, 2006:56). Halkbilim çalışmalarının en iyi açılım noktalarından biri olan el sanatları sosyal bilimciler tarafından disiplinler arası bir çalışma alanı olarak ele alınmaktadır (Oğuz, 2000:6-7). Geleneksel el sanatları, yüzyıllardır büyük bir çeşitlilik içinde toplumların duygularını ve sanatsal begenilerini aktarma aracı olmuştur. Üretildikleri dönemin değer yargıları, toplumdaki politik eğilimler, ekonomik durum, din, kişilerarası örgütlenme ve ilişkiler, kişilerin davranış ve tutumları, teknik araç-gereç, beceri, estetik bakış açısı, dünya görüşü, tasarım ürünlerine verilen biçim gibi etkenler el sanatlarının oluşumunu etkilemiştir (Kahveci, 1998:387).

El sanatı turizm endüstrisi ile yoğun etkileşime girmekte ve turistlerin alışverişlerinde özel bir yer tutmaktadır. Turistin gittiği yerde otantik mallar satın almasına sebep olan güdüler normal satın alma davranışıyla ilgili güdülerden çok farklıdır. Turistin yanında götürdüğü hediyelik eşyalar, adeta geçirdiği kültürel tecrübenin bir delili veya sertifikası anlamına gelmektedir (Çalışkan, 2009:16). Turistik alışveriş el sanatları ürünlerinin çeşitli boyutlardaki satış mekânlarında (atölye, stant, perakende satış mağazası, toptancı mağaza vb.) yerli veya yabancı turistlere hediyelik eşya veya başka kapsamlarda satışıyla ilgilidir. Türkiye'de turistik alışverişe konu olan el sanatları çoğunlukla geleneksel ve dekoratif niteliklidir. Örneğin halı dokumacılığı, kuyumculuk, seramikçilik, çömlekçilik, taş süslemeciliği, ağaç oymacılığı, ebru, hat, minyatür, tezhip sanatları gibi (Öter,2010:77). Turistlerin geleneksel el sanatlarını satın almaya yönelmeleri Türkiye gibi turizm endüstrisi büyüyen ülkeler için potansiyel oluşturmaktadır.

Şekil 52: Göreme İlinde Çömlekçilik Atölyesi

Kaynak: https://blog.prontotour.com/

El sanatları etkinlikleriyle turistin deneyimine kültürel motifler eklenmiş olmaktadır. Böylece, ekonomik sonuçlar hem el sanatçılarını hem de yerel kalkınma unsurlarını olumlu etkileyebilmektedir. Turizm ve el sanatları olumlu sonuçlar doğurabilecek işbirliği potansiyeli taşımaktadır. El sanatları topluma çeşitli şekillerde katkı sağlar. Örneğin; işgücü niteliğinin artmasına yol açar, istihdama katkı sağlar, kırsal bölgelerden kentlere göçü yavaşlatır ve bulundukları bölgede turistik bir çekicilik unsuru olurlar (Öter, 2010).

4.8.1.2.1. Kapadokya'da El Sanatları

Kapadokya'nın doğal ve kültürel varlıkları yörede el sanatlarının gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Özellikle Avanos ilçesi bölgenin el sanatları merkezi olarak tanınırken başta çömlekçilik ve halı-kilim dokumacılığı olmak üzere el yapımı bebek üretimi ile oniks taş işlemeciliği bölgedeki el sanatlarını oluşturur. Özellikle turistlere satılan halı-kilim aracılığı ile gerçekleştirilen ihracat miktarı 2013 yılında 14 milyon $ seviyesine ulaşmış ve bölgenin toplam ihracatının %25'ine denk gelmektedir (Ahika, 2014). Ancak ihracat gerçekleştiren işletmelerin birçoğu ihracatlarını İstanbul, İzmir ve Mersin üzerinden gerçekleştirdiği için halı ihracatı ile ilgili bu miktar aslında gerçekleşen değerden daha düşüktür.

Toplum yaşantısı içerisinde, kullanım alanları bakımından fonksiyonları olan; anonim özellikleri, estetik ve içsel duygulara Halk Sanatları deniliyor. Nevşehir ve çevresinde bu tanımlamayla nitelenen türde ürünlere çeşitli alanlarda rastlamak mümkündür.

Yöreye özgü karakter taşıyan belli başlı sanat dalları: Dokuma sanatı (Halı, kilim, culfacılık) Örgü sanatı (Çorap, oya örgüsü), Toprak kap sanatı (Çanak- çömlekçilik). Yörede bu sanat dalı ile ilgili, meydana getirilmiş çokça ürün bulmak mümkündür. Ürgüp, Avanos ilçelerinde dokuma sanatının bir türü olan halıcılık oldukça gelişmiş. Buraya halıları Türk halıcılığı içerisinde özel bir yere sahip. Bölge halıları "Istar" tezgâhında dokunmaktadır. Yöre

halılarında çözgü ipleri önceleri yünden oluşmasına karşın bugün eriş iplerde oluşmaktadır. Geleneksel tarz halılarda üç boy halı tipi görülmektedir. Bunlar: Sedir Halısı (İnce uzun), Taban Halısı (Uzun ve geniş), Seccadelik Halı (Küçük boy) dan oluşmaktadır. Halılar renkler bakımından çevrede bulunan doğal (kök) boyalardaki renklerle paralellik gösterir. En çok bulunan renkler yeşilin tonları, siyah, kahverengi, sarı ve vişne rengidir. Motifler olarak daha çok geometrik üç madalyonlu kompozisyonlar ağırlıklıdır. Motifine göre belli başlı halı adları olarak: Göbekli, harikli, Yılan Bahçesi gibi çeşitlerini boyayabilir. Bu teknikle ürünler daha çok Kozaklı ve Gülşehir ilçelerinde bulunmaktadır. Kilimlerin çözgü ve atkı ipleri yünden oluşmaktadır. Motifler daha çok geometrik şekillerden oluşmaktadır. Kilim tekniğinde, ev içi sergi amaçlı ürünler yanında, heybe, yolluk, denk çuvalları gibi ürünlerde dokunmaktadır. Modern kumaş dokuma tarzının prototipi olarak düşünülebilecek culfa tezgahlarında, kaba kumaşlar dokunmuştur. Motifleri ise renkli iplerle dokuma anında verilmiştir. Culfalıklarda üretilen kumaşları halk, kadın, erkek şalvarları yapımı ile bele sarılan şal kuşak için kullanılmıştır. Şu an üretim yapılmayan bu tezgahların, yoğunluk merkezlerinin Ürgüp ve Göreme olduğu tespit edilmiştir. Bu teknikle yörede yünden çoraplar üretilmekte. Çorap örülürken beş mil kullanılmaktadır. İpler beyaz renk olabildiği gibi değişik renk kombinezonlarından da oluşabilmektedir.

4.8.1.2.1.1. Yeraltı Zenginlikleri

Kayalık Kapadokya Bölgesi'nin ve Avanos'un en önemli yeraltı kaynakları oniks ve "Nevşehir Taşı" ya da "Kepez" ve pomza çıkarılan taş ocaklarıdır. Bu taş jeotermal kaynakların ürünü olup geleneksel yapı malzemesi olarak kullanılmaktadır (Kapita, 2008). Taş, volkanik yapı nedeniyle, ocaktan çıktığında yumuşak olduğundan çok rahat işlenebilmekte, hava ile temas ettikten sonra sertleşerek dayanıklı bir yapı malzemesine dönüşmektedir.

Taş ocaklarına bağlı olarak Nevşehir İli'ndeki 10 adet tuğla fabrikasının altısı Avanos'da olup tuğla fabrikalarının fırınlarının bir bölümü yerleşmede yaygın olan çanak-çömlek atölyeleri tarafından da kullanılmaktadır. Pomza ise inşaat sektöründe kullanılan bir taş olmakla birlikte bölgedeki ocakların kalitesinin iyi olması nedeniyle inşaat sektörü dışında da kullanılabilecek niteliktedir.

Nevşehir Taşı ve pomzadan sonra bölgenin en fazla oniks rezervine sahip yerleşmesi olan Avanos'da bulunan üç adet oniks atölyesi turizm açısından önemli bir potansiyeldir. Halk arasında oniks veya damarlı akik olarak bilinen yarı değerli bu taşın adı bölgenin tarihinde yer almış Asurlular zamanına dayanmakta olup Asur dilinde yüzük, halka anlamına gelen sözcükten türetilmiştir. 13. yüzyıldan sonra Hacı Bektaş-ı Veli dergâhına bağlı olanların taşıdıkları kolyelerin yapımında kullanılmaya başlanan bu taş günümüzde hediyelik süs eşyası yapımında kullanılmaktadır.

Dünya üzerinde Brezilya, Hindistan, Arabistan ve Türkiye'de Bulunan onyx taşının 12 çeşidinden 7 tanesi Kapadokya Bölgesinde çıkarılmakta ve işlendikten sonra birçok çeşitte hediyelik eşya olarak satışa sunulmaktadır.

4.8.1.2.1.2. Çömlekçilik

Avanos'un Kayalık Kapadokya Bölgesi içindeki diğer yerleşmelerden en önemli farklılığı Hititler döneminden itibaren var olan çanak-çömlek imalatıdır. Bunun en önemli nedeni ise çömleğin hammaddesi olan kil ve özellikle Kızılırmak kilinin nitelikleridir. Kil oluşumunda tektonik olaylar, havza oluşumu, jeolojik yapı etkilidir. Çanak-çömlek, seramik yapımında kullanılabilmesi için kil malzemesinin su tutma kapasitesinin yüksek, hacim ağırlığının düşük ve içindeki kil oranının %40'lardan fazla olması gerekmektedir (Akıncı, 2009). Kızılırmak'tan alınan çamurun kil oranı %68 hatta ırmağın bazı yerlerinde %75 olup, geçirgenlik düzeyi düşüktür (Dengiz, Ceyhun, Ekberli, Özdemir, 2009). Kızılırmak kilinin bu özel yapısı nedeniyle yerleşmenin tarihsel sürecinde çömlekçilik her dönem öne çıkan ve Anadolu'nun diğer yerleşmelerinde üretilen çanak-çömlekten farklılaşan bir ekonomik alt sektör olmuştur. Avanos'da çanak-çömleğinin Kızılırmak kili kullanılmasından öte farklılıkları %50'sinin geleneksel yöntemlerle yapılması ve yerinden pazarlanmasıdır.

Üretim biçiminin yanı sıra Avanos'da çömlek atölyelerini farklılaştıran bir başka unsur da depolama, sergileme hatta ulusal ve uluslararası pazarlara yapılan toptan satışlar ile perakende satışların, üretimin yapıldığı mekânlarda yapılmasıdır. Bunun bir nedeni Avanos'da çömlek atölyelerinin ilk olarak yerleşme merkezinde kayadan oyma hacimlerde başlamış olmasıdır. Bu kayadan oyma odaların bir ya da birkaçında geleneksel yöntemlerle ve babadan oğula geçen, usta-çırak ilişkisi içindeki üretim yıllar içinde süreklilik kazanmış ve aile işletmesi olarak gelişmiştir. Geleneksel yöntemle yapılan üretimin sergi ve satışlarının özellikle bu ev atölyelerde yapılması turizm açısından daha özgün bir fizik mekân yapısı oluşturduğundan farklı bir yere taşınma gereği duyulmamıştır. Üretimin artması ve yeni alanlara ihtiyaç duyulması halinde kayadan oyma mekanlarda tüf malzemesinin kazılmasıyla oda sayıları arttırılabildiğinden üretim yerleri ailelerin yaşadıkları evlerin önemli bir parçası haline gelmiştir.

Günümüzde özellikle Avanos'un merkezinde yer alan bu konut atölyeler aynı zamanda sergi niteliği taşımakta ve neredeyse haftanın yedi günü çanak-çömlek üretimi, yerleşmeyi ziyaret edenlerin izleyebildikleri bir gösteriye dönüşerek devam etmektedir.

4.8.1.2.1.3. Kapadokya Bölgesi'nde Şarapçılık

Orta Anadolu'da şarapçılık denildiğinde akla gelen önemli merkezlerden biri Kapadokya'dır. Çok köklü şarapçılık geleneğine sahip olan bölge, yöreye özgü emir üzümlerinden üretilen beyaz şarapların kalitesi ile ünlenmiştir. Kapadokya'da şarap üreten firmalar arasında ilk akla gelenler Turasan ve Kocabağ'dır. Bunların dışında irili ufaklı işletmeler de bulunmaktadır. (İşcen, 2004).

Kapadokya Bölgesi sahip olduğu iklim özellikleri ile birlikte uzum yetiştiriciliğinde önemli bir merkez konumundadır. Bununla birlikte Kapadokya kalitesi ve lezzeti bakımından şarap üzümleri üretiminin yapıldığı ender yörelerden biridir. Bölge toprağının önemli bir bolumu tüf adı verilen volkanik külden oluşmaktadır ve tarım acısından oldukça fakirdir. Ancak bölgenin toprak yapısı, güvercin gübresiyle birleştiğinde olumlu sonuçlar verir. Ayrıca Kapadokya'da bağcılığın gelişmesinin ardındaki en önemli neden, Kızılırmak'ın varlığıdır. Kapadokya'da şarabın ne zaman ortaya çıktığı bilinmemekle birlikte, üzüm yetiştiriciliği ve üzümden şarap elde etmenin bölge tarihi kadar eski olduğu düşünülmektedir (Hatipoğlu vd., 2011: 336).

Şekil 53: Emir Şarabı

Kaynak: https://www.tripadvisor.in/

Günümüzde ise bölge; yıllık üretim kapasitesi 1 milyon litrenin üzerinde altı, 1 milyon litreye kadar üretim kapasitesi olan ise beş işletme ile Türkiye'deki şarap üretiminde önemli bir yere sahiptir (Hatipoğlu vd., 2011: 336).

Kapadokya yöresinde erkenci, ara ve geççi olmak üzere yaklaşık 30 çeşit yerel üzüm yetiştirilmektedir. Bunlardan 18'zi beyaz,12'si de kırmızı üzümdür. Kapadokya Bölgesi'nin başlıca üzüm türleri Emir, Kara ve Ak olmak üzere Dimrit, Nevşehir Karası, Çavuş üzümü, Parmak üzümü, Mor Hevenk Razakı, Yediveren ve Ketengömlek'tir (Hatipoğlu vd., 2011: 337).

Şekil 54: Emir Üzümü

Kaynak: http://www.okutanziraat.com/

Ancak Emir ve Akdimrit'ten beyaz; Karadimrit'ten ise kırmızı şarap yapılmaktadır. Bunun dışındaki üzümler sofralıktır ve sadece Emir'den yıllandırılmaya uygun kaliteli şarap elde edilir. Dimrit'ten elde edilen şarap yıllandırılamaz çabuk tüketilmesi gerekir. Kapadokya Bölgesi'nin yıllandırılmaya müsait kaliteli kırmızı şaraplık üzümü bulunmamaktadır. Ancak üretilen üzümler kupaj şaraplarda kullanılabilir. Kupaj, farklı üzüm çeşitlerinden yapılan şarapların şişelenmeden önce birbirleriyle harmanlanması işlemidir. Kapadokya'da yetiştirilen ve en çok tanınan uzum olan Emir; ince uzun taneli ve etli bir üzümdür. Asiditesi yüksek olan sek şaraplar ve birkaç yıl bekletilmek için uygundur. Köpüklü şarap yapımında da kullanılır (Hatipoğlu vd., 2011: 337).

4.8.1.2.1.4. Halı ve Kilim Dokumacılığı

Orta Asya'nın Altay Dağları zirvelerinde bir grup arkeolog tarafından bulunan buz mezar açıldığında Dünyanın en ünlü dokuma halısı olan Pazırık Halısı bulunmuştur. Dünya'nın en eski dokuma halısı olan bu halı (M.Ö. 3.yy) Türklere aittir.

Türklerin geleneksel sanatı olan halı dokumacılığı Kapadokya'da evlerde bulunan halı dokuma tezgahlarında halı, kilim, yastık, minder, heybe gibi birçok ürün el emeği ile dokunur. İpler ceviz kabuğu, gümüş süpürge, ayva yaprağı, zerdali kökü, üzüm çekirdeği gibi doğal kök boyalar le boyanır.

Avanos'da çanakçılık kadar önemli olan diğer ekonomik alt sektör halı- kilim dokumacılığıdır. Dokumacılık, çanak-çömlek üretimi gibi, evlerde daha çok kadınların geleneksel yöntemlerle çalıştıkları bir el sanatı olarak başlamış olsa da günümüzde bazı halı dokuma atölyeleri aynı zamanda dokuma eğitiminin de verildiği kurslara dönüşmüştür. Avanos yerleşmesinde dokumalarda genellikle kök boya kullanılmakta, kök boya yerleşmenin yakın çevresindeki dağlardan toplanan muhtelif otların kaynatılmasıyla elde edilmektedir. Bu bitkilerin en önemlisi Çehri'dir (Somuncu, 2004). Bitkinin meyvesinden elde edilen renk sarı olduğu için dokunan halı ve kilimlerde sarı ve tonları özellikle Selçuklu motiflerinde kullanılmaktadır. Çehri bitkisinin boya olarak kullanılması 19.yüzyıldan sonra yaygınlık kazanmış, özellikle Nevşehir ve Kayseri'de yetişen bitki başta İngiltere olmak üzere tekstil endüstrisinin gelişmiş olduğu ülkelere uzun süre ihraç edilmiştir (Somuncu, 2004).

Şekil 55: Nevşehir ve Çevresi Hediye Örgü Bebek Örneği

Kaynak: http://www.fibhaber.com/

Yörede söz konusu alandaki ürünler meydana getirilirken üç ana teknik uygulanmakta. Bunlar Tığ işi oyalar, İğne oyaları ve Mekik oyalarıdır. Üç teknikle meydana getirilen oyalar kadın başı süsleme öğesi olarak kullanılmakta. Yörede oyaların yaygınlık alanı geniş. Kızların çeyizinde önemli bir yer tutar. Gelin olacak bir kız ortalama 50-60 oyalı yemeni hazırlayarak yeni yuvasına götürür. Yemeniler kendisine özgü bir sandıkta muhafaza edilir. Bu sanat dalı ile ilgili geleneksel anlamda, Nevşehir'e bağlı birçok yerleşim biriminde ürünler meydana getirilmiştir. Kısa bir zaman dilimi öncesinde uygun bir toprak rezervine sahip olan yerlerde, tandır, ekecik çeşitli kapların kapağı, ocaklık gibi eşyalar halkın kendi imkanları ile üretilmiş. Ancak bu sanat dalı seri imalat tarzında bir meslek gurubu olarak ürünlerini Avanos ilçesinde vermiştir. Çanak-Çömlek atölyeleri uzun yıllar Avanos halkı için geçim kaynağı olmuştur. Geçmiş dönemlerde söz konusu atölyelerde, su künkleri, bu testileri, çömlek ve büyük küpler üretilmiştir. Günümüzde toprak eşyanın mutfaklardaki kullanım alanlarının azalmasından dolayı Avanos atölyelerinde ürünlerin fonksiyonlarında değişiklik yaparak Turizm ağırlıklı hediyelik eşya yapımına yönelmişlerdir. Yeni üretim çeşitleri içerisinde vazolar, isimlikler, kadeh bardakları gibi ürünler meydana getirilmiştir.

4.8.1.3. İşsizlik

İşsizlik sorunu üzerinde ilk çalışmalar 1930'larda Büyük Bunalım'ın yaşandığı yıllarda gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde yapılan incelemeler daha çok özgüven ve moral konusu ile sınırlı kalmıştır. İşsiz kalınan dönemde, bireyin sağlığının kötüye gittiği kabul edilmiş, ancak altında yatan psikolojik, fizyolojik ve davranışsal durum değişikliklerinin etkisi tam anlamıyla belirlenememiştir. Daha sonraları yapılan çalışmalarda, bireyin kendi isteği dışında işsiz kalmasının stres ile ilişkili olarak daha karmaşık psikofizyolojik etkileri tartışılmaya başlanmıştır (Baum vd., 1986: 509-510).

İşsizlik hakkında çok önemli çalışmaları bulunan ve konuyu 1930'lu ve 80'li dönemlerde karşılaştırmalı olarak inceleyen Jahoda'ya göre iş bir kimlik, yaratıcılık ve üstünlük kaynağıdır. Dolayısıyla iş, çalışan bireye sosyal etkileşim için fırsatlar yaratır, bireyin zamanını yapılandırır, ayarlar ve bireye amaç duygusu kazandırır. Böylece, insanları aktif kılarak onlara toplumun önemli üyeleri olduğuna dair bir duygu yaşatır ve bireylere sosyal katkılar sağlar. Jahoda, vermiş olduğu işin tanımsal özelliklerine bağlı olarak işsizliği, işin bireye sağlamış olduğu sosyal katkılardan bir veya birkaçının elinden alınması durumu olarak ifade etmektedir (Furnham, 2000: 249-250). Konuyu psikososyal açıdan ele alan bu görüşe göre, bireyin işsiz kalmasına bağlı olarak yaşayacağı psikolojik gerginlik bu sözü edilen sosyal katkılardan yoksun kalma ile doğrudan ilişkili olarak görülmektedir.

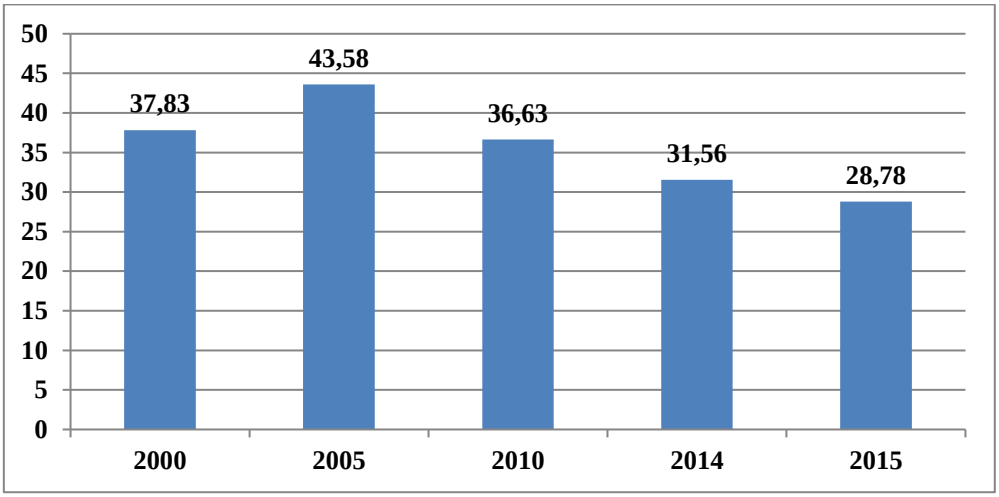
4.8.1.3.1. Genç İşsizlik

Birleşmiş Milletler (BM), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO) ve Dünya Bankası tanımlarına göre 15-24 yaş arasındaki nüfus genç olarak sınıflandırılmıştır. Referans dönemi içinde ekonomik mal ve hizmetlerin üretimi için emek arzında bulunan çalışma çağındaki nüfusa işgücü denir. İşgücü, istihdamda olanlar ile işsizlerin toplamı olarak ifade edilmektedir. İstihdam edilen nüfus, işbaşında olanlar ve işbaşında olmayanlar grubuna dahil olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki nüfustan oluşmaktadır (TÜİK, 2016). Referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan (kâr karşılığı, yevmiyeli, ücretli ya da ücretsiz olarak hiçbir işte çalışmamış ve böyle bir iş ile bağlantısı da olmayan) kişilerden iş aramak için son dört hafta içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve iki hafta içinde işbaşı yapabilecek durumda olan 15 ve daha yukarı yaştaki fertler işsiz nüfusa dahildirler. Ayrıca, üç ay içinde başlayabileceği bir iş bulmuş ya da kendi işini kurmuş ancak işe başlamak ya da işbaşı yapmak için çeşitli eksikliklerini tamamlamak amacıyla bekleyenler de işsiz nüfus kapsamına dahildirler. 15-24 yaş grubundaki işsizlik genç işsizlik olarak adlandırılmaktadır 15-24 yaş arası işsiz kişilerin sayısını bu yaş aralığındaki iş gücüne bölerek elde edilen genç işsizlik oranı en önemli genç işsizlik göstergesidir.

Genç işsizliği oranları, birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede hem genel hem de yetişkin işsizlik oranlarının üzerinde seyretmektedir. Gençlerin işgücü piyasasındaki dezavantajlı konumları genç işsizlik oranlarının yüksek olmasında önemli bir etkendir. Diğer yandan, ekonomik kriz dönemlerinde gençler, krizin sonuçlarından yetişkinlere göre daha fazla etkilenmektedirler. İşgücü piyasasında deneyim sahibi olmamaları, işverenler açısından işe alınması daha maliyetli bir çalışan grubunu temsil etmeleri, okuldan işe geçişte yaşanan sorunlar gibi birçok faktör özellikle toplam talebin azaldığı ve ekonominin daraldığı dönemlerde gençlerin işgücü piyasalarında ciddi sıkıntılarla karşılaşmalarında etkili olmaktadır. Yüksek genç işsizliği oranları, birçok ülkede gençlerin potansiyelinden tam olarak yararlanmama anlamında önemli bir ekonomik kayba işaret etmektedir (Taş, Küçükoğlu ve Demirdöğmez, 2018).

4.8.1.3.1.1.Türkiye'de Genç İşsizlik

Grafik 4: Türkiye 2015 Yılı, Yıllara Göre 15-29 Yaş Grubundaki Genç İşsizlik Oranları (Yüzde)



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Grafik incelendiğinde Türkiye'de genç işsizlik oranında 2005 yılından sonra düşme yaşandığı görülmektedir. 2000, 2005 ve 2010 yıllarında beş yıllık dönemde izlenen bu oran 2014 ve 2015 yılında ise yıllık olarak yayımlanmaya başlamıştır. Ayrıca 2010-2014 arasında yüzde 5,07 azalarak yüzde 31,56 olarak gerçekleşen genç işsizlik oranında bir yıllık zaman zarfında 2,78 puan düşüş yaşanmıştır. Oranı bilmenin yanı sıra geleceğe dair çıkarsamalar yapabilmek için oranın düşmesini sağlayan nedenlerin araştırılarak ortaya konulması da önemlidir. Ancak 15-29 yaş aralığında hiçbir eğitim/öğrenim faaliyetinde bulunmayan veya çalışmayan grup cinsiyete göre değerlendirildiğinde kadınların erkeklere göre oldukça yüksek oranda genç işsizlik grubunda olduğu görülmektedir. 2000 yılında hiçbir eğitim, öğrenim veya iş sürecinde bulunmayan 15-29 yaş aralığındaki kadınların oranı yüzde 59,66 iken 2015 yılında bu oran yüzde 42,86 olarak gerçekleşmiştir. 2000 yılında kadınların genç işsizlik oranı ve erkeklerin genç işsizlik oranı arasındaki fark yüzde 41,82 iken, 2015 yılında bu fark yüzde 26,76'ya düşmüştür. Olumlu yönde bir iyileşme görülürken yine de kadın ve erkek arasındaki oransal fark oldukça yüksektir.

Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2018 yılı Nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 201 bin kişi azalarak 3 milyon 86 bin kişi oldu. İşsizlik oranı 0,9 puanlık azalış ile %9,6 seviyesinde gerçekleşti. Aynı dönemde; tarım dışı işsizlik oranı 1 puanlık azalış ile %11,4 olarak tahmin edildi. Genç nüfusta (15-24 yaş) işsizlik oranı 2,9 puanlık azalış ile %16,9 olurken,15-64 yaş grubunda bu oran 0,9 puanlık azalış ile %9,8 olarak gerçekleşti.

İstihdam oranı %47,9 oldu. İstihdam edilenlerin sayısı 2018 yılı Nisan döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre 852 bin kişi artarak 29 milyon 9 bin kişi, istihdam oranı ise 0,7 puanlık artış ile %47,9 oldu. Bu dönemde, tarım sektöründe çalışan sayısı 15 bin kişi azalırken, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı 868 bin kişi arttı. İstihdam edilenlerin %18,3'ü

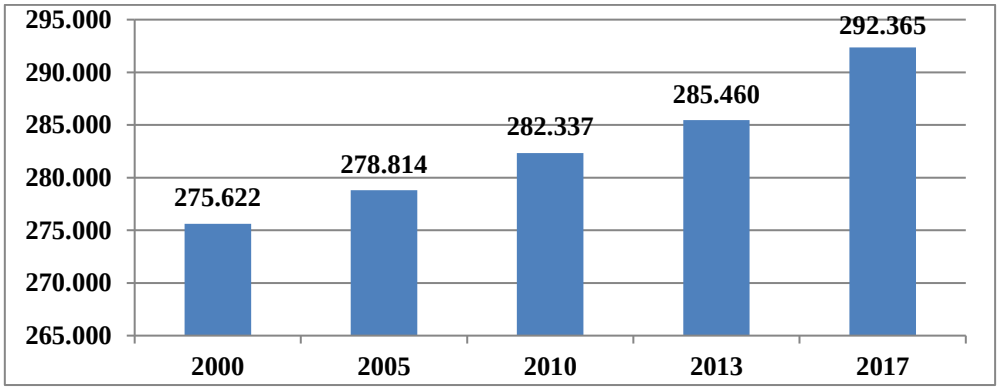
tarım, %19,5'i sanayi, %7,4'ü inşaat, %54,8'i ise hizmetler sektöründe yer aldı. Önceki yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında tarım sektörünün istihdam edilenler içindeki payı 0,6 puan, inşaat sektörünün payı 0,4 puan azalırken, sanayi sektörünün payı 0,4 puan, hizmet sektörünün payı 0,5 puan artmıştır.

İş gücüne katılma oranı %53 olarak gerçekleşti. İş gücü 2018 yılı Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre 651 bin kişi artarak 32 milyon 95bin kişi, iş gücüne katılma oranı ise 0,3 puan artarak %53 olarak gerçekleşti. Aynı dönemler için yapılan kıyaslamalara göre; erkeklerde iş gücüne katılma oranı 0,1 puanlık artışla %72,4, kadınlarda ise 0,6 puanlık artışla %34 olarak gerçekleşti. Kayıt dışı çalışanların oranı %33,3 olarak gerçekleşti. Mevsim etkilerinden arındırılmış istihdam azaldı, işsizlik artmıştır (TÜİK, 2018).

4.8.1.3.1.2. Nevşehir İli ve Genç Nüfusu

Nevşehir ili toplam nüfusu 2017 verileri ile birlikte 292.365 olarak TÜİK verisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nüfus 144.219(%49,33) erkek ve 148.146(%50,67) kişi kadından oluşmaktadır.

Grafik 5: Nevşehir İli 2017 Yılı, Yıllara Göre Toplam Nüfus Sayısı (Kişi)



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Tablo 34: Nevşehir İli 2017 Yılı Nüfusu Cinsiyete Göre Kır-Kent Dağılımı

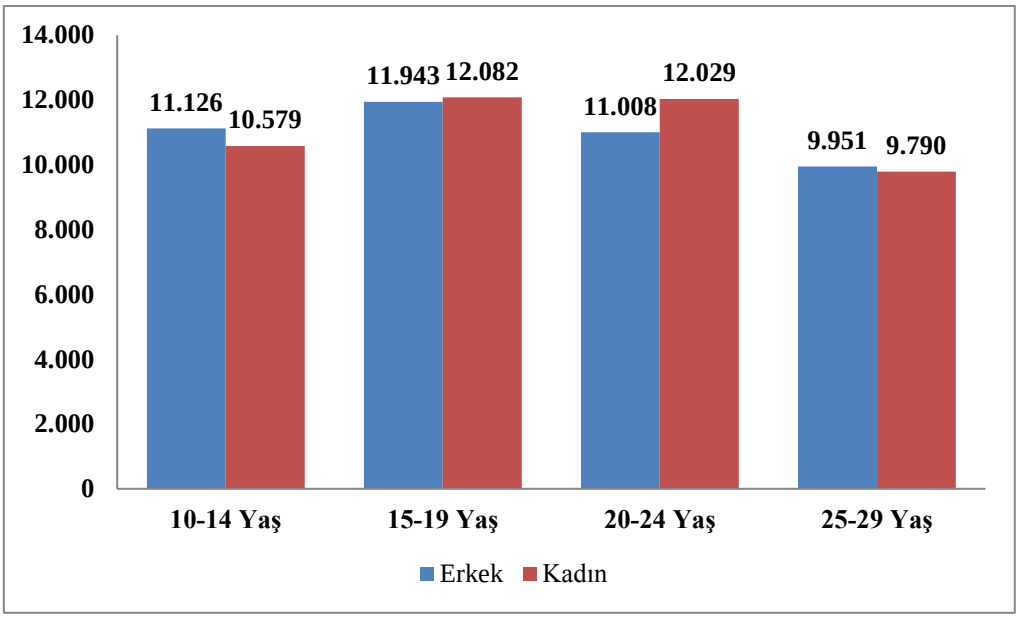
İlin Adı	Kır Nüfusu			Kent Nüfusu			Toplam Nüfus		
Nevşehir	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
	82.058	81.908	163.966	66.088	62.311	128.399	148.146	144.219	292.365

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Kentsel Kesim: Nüfusu 20.001 ve daha fazla nüfuslu yerleşim yerleri olarak tanımlanmıştır

Kırsal Kesim: Nüfusu 20.000 ve daha az nüfuslu yerleşim yerleri olarak tanımlanmıştır.

Tablo 35: Nevşehir İli 2017 Yılı Genç Nüfusun Cinsiyete Göre Dağılımı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Nevşehir ili 2017 TÜİK verisi 15-19 yaş iş görebilme yaşı başlangıcı 11.943 erkek ve 12.082 kişi kadın, 20-24 yaş aralığı 11.008 erkek ve 12.029 kadın, 25-29 yaş aralığı 9.951 erkek ve 9.790 kişi kadından oluşmaktadır. Nevşehir ili Ürgüp ilçesine bağlı Mustafapaşa Köyü toplam nüfusu 1.371 kişidir. Nüfusun 610 kişisi erkek ve 761 kişisi ise kadındır (TÜİK, 2017).

4.8.1.3.1.3. Nevşehir İlinde İş Gücü

Nevşehir'de temel ekonomik faaliyetleri turizm sektörü ekseninde gelişmekte olup diğer öne çıkan sektörler bims blok üretimi (pomza sektörü), tarım makineleri imalatı, karoser ve ekipmanları imalatı, soğuk hava depoculuğu ve tarım sektörüdür. 2013 yılı itibarıyla Nevşehir'de işgücüne katılım oranı %50,5, işsizlik oranı %6 ve istihdam oranı %47,5'tir. Türkiye ortalamasının %9 olduğu işsizlik oranı bakımından %6'lık işsizlik oranı ile Nevşehir oldukça iyi bir durumda bulunmakta olup ülkemizde en düşük işsizlik oranına sahip 9. il konumundadır (TÜİK, 2016).

Tablo 36: Nevşehir İli 2017 Yılı İş Gücü Temel Göstergeler

İlin Adı	İş Gücüne Katılım Oranı (Yüzde)	İşsizlik Oranı (Yüzde)	İstihdam Oranı (Yüzde)
Nevşehir	50,5	6,0	47,5

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Tablo 37: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Toplam (işi)	15-19 Yaş Grubu (Kişi)	20-24 Yaş Grubu (Kişi)	25-29 Yaş Grubu (Kişi)	30-34 Yaş Grubu (Kişi)	35-39 Yaş Grubu (Kişi)	40-44 Yaş Grubu (Kişi)	45-64 Yaş Grubu (Kişi)	65+ (Kişi)

Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**
4.261	4.442	**8.703**	229	390	**619**	1.069	1.291	**2.360**	687	747	**1.434**	607	496	**1.103**	583	438	**1.021**	495	363	**858**	580	703	**1.283**	11	14	**25**

Kaynak: https://media.iskur.gov.tr/

Tablo 38: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Eğitim ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Toplam (Kişi)			Okur Yazar Olmayan (Kişi)			Okur Yazar (Kişi)			İlköğretim (Kişi)			Ortaöğretim (Lise Dengi) (Kişi)			Ön Lisans (Kişi)			Lisans (Kişi)			Yüksek Lisans (Kişi)			Doktora (Kişi)		
Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**	Kadın	Erkek	**Toplam**
4.261	4.442	**8.703**	43	42	**85**	42	42	**84**	1.990	2.261	**4.251**	1.122	1.310	**2.432**	539	393	**932**	515	380	**895**	10	13	**23**	0	1	**1**

Kaynak: https://media.iskur.gov.tr/

Tablo 39: Nevşehir İli 2017 Yılı Kayıtlı İşsizlerin Meslek ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Meslek Adı	Kayıtlı İşsizler (Kişi)		
	Kadın	**Erkek**	**Toplam**
Beden İşçisi (Genel)	692	1.123	1.815
Temizlik Görevlisi	438	140	578
Satış Danışmanı/Uzmanı	248	191	439
Garson (Servis Elemanı)	73	206	279
Sekreter	214	1	215
Büro Memuru (Genel)	134	77	211
Reyon Görevlisi	85	77	162
Ön Muhasebeci	85	71	156
Beden İşçisi (Temizlik)	106	49	155
Aşçı	72	73	145
Aşçı Yardımcısı	120	19	139
Çaycı	114	17	131
Kasiyer	74	32	106
Resepsiyon Görevlisi (Ön Büro Elemanı)	38	51	89
Hemşire	57	15	72
Şoför-Yük Taşıma	0	70	70
Büro İşçisi	40	25	65
Bulaşıkçı (Stevard)	42	18	60
Şoför (Yolcu Taşıma)	0	55	55
Güvenlik Görevlisi	20	34	54

Çocuk Bakıcısı/Çocuk Bakım Elemanı	53	0	53
Mutfak Görevlisi	37	13	50
Akaryakıt Satış Elemanı (Pompacı)	0	48	48
Çocuk Gelişim Elemanı	47	0	47
Diğer Meslekler	1.653	1.856	3.509
Toplam	**4.442**	**4.261**	**8.703**

Kaynak: https://media.iskur.gov.tr/

4.8.1.3.1.4. Kadın İşgücü

Dünyanın hemen her ülkesinde nüfusun önemli bir kısmını oluşturan kadınların-emek piyasaları dışında vazgeçilmez bir üretim unsuru olmalarına rağmen- emek piyasalarındaki varlıkları gerek geçmişte gerekse günümüzde erkeklerin gerisinde, "ikincil işgücü" statüsü ile sınırlı kalmıştır. Kadınların emek piyasalarındaki ikincil rolleri büyük ölçüde geleneksel iş bölümü ile ilgilidir. Cinsiyete dayanan bu iş bölümü her toplumda farklı düzeylerde olsa da temelde; çocuk doğurmak ve büyütmek, ev işlerini yapmak gibi işler fizyolojik ve sosyolojik açılardan kadınların temel görevleri arasında yer alırken, piyasada çalışarak para kazanma işi erkeklerin esas görevi olarak kabul edilmiştir (Özer ve Biçerli, 2004:57).

Son yıllarda, gelişmiş ülkelerde, kadınların işgücüne katılım oranları büyük ölçüde artmasına rağmen, gelişmekte olan birçok ülkede ve Türkiye'de azalma eğilimi göstermektedir. Türkiye'de kadınların işgücüne katılım oranlarındaki düşüş eğiliminin birkaç nedeni vardır. Birincisi, genç nüfusun öğrenimde geçirdiği sürenin son zamanlarda uzamış olmasıdır. Gerçekten de, hem geçmiş yıllara göre üniversitede okuyan kişi sayısındaki artış hem de zorunlu eğitim süresinin 5 yıldan 8 yıla çıkarılması ile birlikte, kadınların işgücü piyasasına girişi gecikmektedir. İşgücüne katılımda görülen düşüş eğiliminin bir diğer nedeni, işgücünün yapısında görülen, tarımsal etkinliklerden tarım dışı etkinliklere kayıştır. Kırsal alanda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadın, kente göç ile birlikte eğitimsiz ve de deneyimsiz olmaları nedeniyle işgücü piyasasına hemen katılamamakta, bu da işgücüne katılım oranını olumsuz etkilemektedir (Tansel, 2002).

Tablo 40: Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir Bölgesi 2017 Yılı Cinsiyete Göre İşsizlik Oranı Tablosu

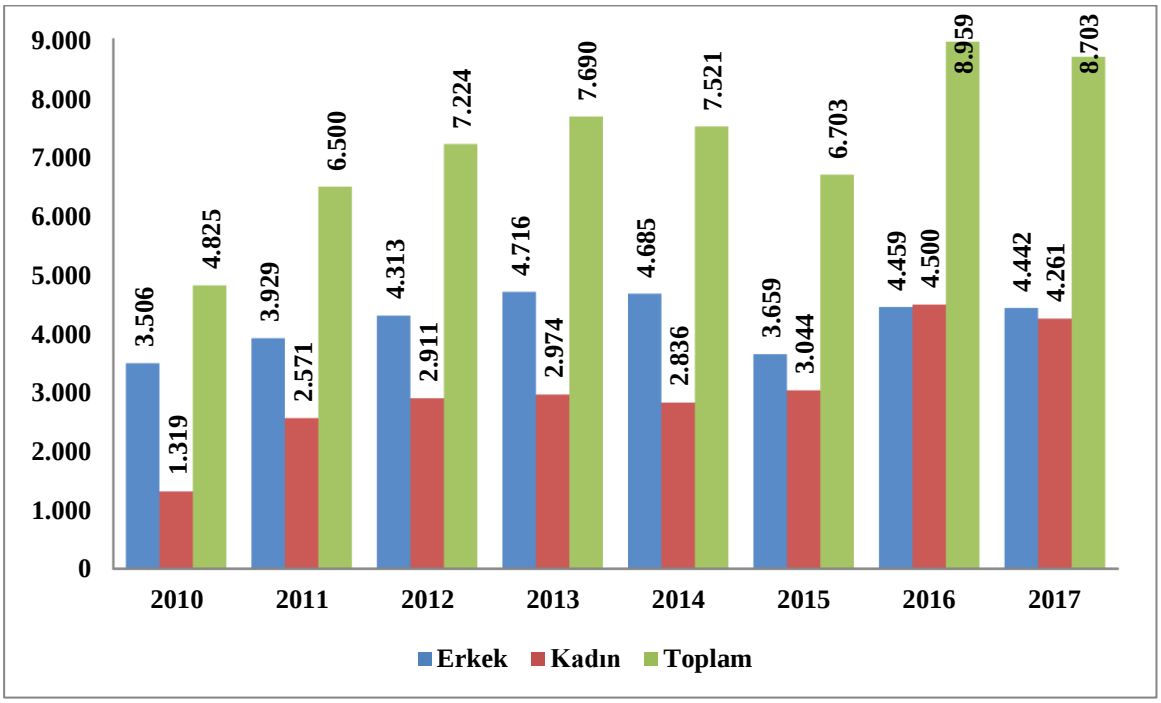
Cinsiyet Grubu	2014 (Yüzde)	2015 (Yüzde)	2016 (Yüzde)	2017 (Yüzde)
Erkek (15-64 Yaş)	8	8,6	10,7	8,5
Kadın (15-64 Yaş)	7,7	14,1	20,5	19,2

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir Bölgesinde son 4 yılın işsizlik oranlarına bakıldığında 15-64 yaş aralığı 2017 verileri 8,5 ile erkek işsizlik oranı, 19,2 ile kadın işsizlik oranı bulunmaktadır. Erkek işsizlik oranı 2014 yılından 2016 yılına 2,7 puanlık bir artış oluşmuştur. Ancak 2017 yılında 2,2 puanlık bir azalma ile istihdamda istikrarlılık tekrar

kazanılarak sürdüğü görülmüştür. Kadın işsizlik oranlarına bakıldığında 2014 yılından 2016 yılına 12,8 puanlık bir artış olduğu ve ardından 2017 yılında 1,7 puanlık bir azalma gerçekleşse de istikrarsızlık oluşturarak yüksek bir oranda seyretmektedir.

Grafik 6: 2010-2017 Yıllar İtibariyle Nevşehir İli Kayıtlı İşsiz Sayısı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr

2010 yılında Nevşehir ilinde İŞKUR'a kayıtlı 4 bin 825 işsiz bulunmaktadır. Kayıtların 3 bin 506'sı erkek, bin 319'u ise kadınlardan oluşmaktadır. 2017 yılında ise toplam 8 bin 703 kişi işsiz olarak kayıtlarda yerini almıştır. Yıllar itibariyle toplam kayıtlı işsiz sayısında artış eğilimi dikkati çekmektedir. 2015 yılındaki düşüşün nedeni ise 2015 yılı içinde kayıtlı işsiz sorgulamalarında SGK kayıtlarının baz alınması yöntemine geçilmesidir. Bu gelişme, sayesinde İŞKUR olarak işsizlerin işgücündeki durumlarını anlık olarak takip edilebilme imkanına erişmiştir. Yıllar itibariyle kadın ve erkek dağılımları incelendiğinde dikkati çeken nokta kadınların kayıtlı işsiz olarak İŞKUR kayıtlarındaki önemli artışıdır. 2010 yılında Nevşehir'de bin 319 kayıtlı işsiz kadın bulunmakta iken bu sayı 2017 yılında önemli ölçüde artarak 4 bin 261'e yükselmiştir. Bu artışta İŞKUR'un sunmuş olduğu hizmetleri hem nitelik hem de nicelik olarak iyileştirmesi çok önemli bir faktördür. Nevşehir ilinde mesleklere göre kayıtlı işsiz sayıları incelendiğinde en fazla kayıtlı işsizin olduğu İlk 10 meslek içerisinde ilk sırada Beden İşçisi (Genel) mesleği yer almakta olup bu meslekte Nevşehir ilinde Kuruma kayıtlı bin 815 işsiz bulunmaktadır. Bu rakam Nevşehir ilindeki toplam kayıtlı işsiz sayısının yüzde 20,8'ini oluşturmaktadır. Bu mesleği Temizlik Görevlisi ve Satış Danışmanı/Uzmanı meslekleri takip etmiştir. Kadın kayıtlı işsizlerde de aynı durum söz konusudur. Kadınlarda en çok Beden İşçisi, Temizlik Görevlisi, Satış Danışmanı/Uzmanı gibi mesleklerin yanı sıra Büro Memuru (Genel), Sekreter gibi mesleklerde de kayıtlı işsiz bulunmaktadır (İŞKUR, 2017).

4.8.1.3.1.5. Manastır Vadisi'nde Yer Alan Mekanlarda İşsiz Kadınlar ve Gençlerin İstihdamı

Kapadokya Bölgesi'nin kanıtlanmış niş atmosferinde turistik ögelerin dağılımı, bölge ilçe ve kasabalarda keşfedilmiş ve halen keşfedilmekte olan yeni turistik yapılar alanda turist çekici unsurları karşılamaktadır. Mustafapaşa'da yer alan Manastır Vadisi'nin planlanan özellikleri ve mekânsal unsurlarıyla birlikte oluşacak talebin yaratacağı istihdam mikro ve makro ölçeklerde tahmin ön değerlendirilmesi yapılabilmektedir. Mikro boyutta vadideki restoran, kafeterya, el sanatları, yöresel ve hediyelik eşya satış, sıcak hava balonu, at çiftliği ve manej alanlarının asıl istihdamı oluşturması ve makro boyutta ise turizmin çarpan etkisiyle vadide turistik üretim, hammadde ve kaynakların etkileşim içerisinde birçok sanayi, tarım, taşımacılık, gıda, inşaat vb. sektörlerde de yaratacağı istihdam olanakları bulunmaktadır.

İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artmaktadır. Turizmin gelişmesine bağlı olarak turistik yatırımların artması, işgücü talebini artırdığı gibi, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde, turistik işletmelerin de işgücü talebi artar. Nevşehir'de ise yer alan 4.442'si kadın 4.261'i erkek olmak üzere toplamda 8.703 kişi kayıtlı işsizin emek-yoğun yapısal özelliğe sahip turizmde üç farklı istihdam türünden söz edilebilir.

a. Doğrudan İstihdam: Otel, motel, restoran, seyahat acenteleri vb. turizm sektörüne doğrudan hizmet veren işletmeler ile bu işletmelere bağlı olarak hizmet veren işletmelerde ortaya çıkan istihdamdır. Mini Kapadokya projesi ile Manastır Vadisi'nde oluşturulacak turistik çekiciliğin talep tahmin projeksiyonuna göre değerlendirilmesiyle Mustafapaşa'da yer alan işletmelerde doğrudan istihdam yoğunluğu artırması beklenmektedir. İçerisinde restoran, kafeterya, el sanatları satış merkezi gibi bölümlerinin yer alacak olması Manastır Vadisi'nde doğrudan bir istihdam sağlayacağı gibi çeşitli yöresel ürünlerinin satışında yer alacak istihdamın yine üretilecek olan yöresel ürünlerin üretiminde de yer alması iki yönlü istihdamı da sağlayacaktır.

b. Dolaylı İstihdam: Turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmet girdilerini sağlayan sektörlerde ve turizm işletmelerinin yapmış oldukları harcamalar sayesinde birtakım gelirler elde eden iş alanlarında oluşturulan istihdamdır. Manastır Vadisi'ndeki mekanlarda sağlanacak olan hizmetlerin turistik üretimin gerçekleşmesi ve nihai tüketiciyle etkileşimine ulaşmasına kadar etkileşim sağlanacak yan sektörlerde temel gıda, inşaat, ulaşım, altyapı ve diğer sektörlerdeki istihdamı da doğrudan etkileyecektir.

c.Uyarılmış İstihdam: Turizmden doğrudan ve dolaylı yollardan elde edilen gelirlerin yeniden harcanması ile ekonomide ortaya çıkan ve ek istihdam olarak da adlandırılan istihdamdır. Turizmin çarpan etkisinin bu istihdamın oluşmasında yaygınlaşmasında etkisi büyüktür. Mustafapaşa'da yer alacak olan mekanların çevre ve bölge istihdamı üzerinde olumlu etkisi kaçınılmaz bir gerçek olduğu gibi uyarılmış istihdamda turizm gelirlerinin çarpan etkisi

de yüksek olacaktır. Peri bacalarının yarattığı turistik atmosferden Manastır Vadisi'ne kazandırılacak turist potansiyeli göz önüne bulundurulduğunda elde edilen gelirin Mustafapaşa'da yerel kalkınmaya döviz girdileriyle pozitif etki yaratacaktır. Bu gelirin Mustafapaşa için yine yapılacak yatırımlarda harcanması yeni istihdam olanakları ortaya çıkaracağı gibi mahalli yerel halkın hem turizm gelirlerinden hem de elde edilen çeşitli çarpan etkisindeki istihdam olanaklarından doğrudan yararlanabilecektir.

Son yıllarda turizm ve seyahat sektörlerinde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 1,4 milyon artmış, toplam olarak 4,7 milyon yeni iş olanağı oluşturulmuştur. Türkiye ekonomisinde turizm sektörünün istihdama katkısının son 10 yılda giderek arttığı gözlemlenmiştir. Bu katkılardan en önemlisi sektörün toplam istihdama sağladığı doğrudan katkıdır. Türkiye'de turizm sektörünün doğrudan istihdam rakamları söz konusu dönemde %29 oranında artarak 474 bin kişiden 614 bin kişiye ulaşmıştır. Turizm sektöründe artan toplam istihdam rakamlarına paralel olarak konaklama ve kültür eğlence tesislerinde de istihdam edilen kişi sayısı yıllar itibariyle her yıl ortalama %6 civarında artış göstermiştir. Çalışma sonucunda turizm sektörünün Ürgüp'teki etkilerinden doğrudan Mustafapaşa'nın da faydalanması ve ziyaret edilmesi öngörülen turistlerin yaratacağı döviz geliri etkisiyle beldedeki hemen hemen her alanda sigortalı çalışan sayısının da artacağı ön görülmüştür. 12 ay süresince turist kazanım potansiyeli olan Kapadokya Bölgesi'nin istikrarlı bir istihdam sürecinden Mustafapaşa'nın da olumlu yönde etkileneceği sonucuna ulaşılabilir.

4.8.1.3.1.6.1. Alanda Yöresel Ürün, El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Pazarlanması

4.8.1.3.1.6.2. Hediyelik Eşya Sektörünün Analizi ve Kazanımları

Son yıllarda alışveriş, turistlerin seyahatleri sırasında gerçekleştirilen ek etkinlik olma özelliğini kaybederek, temel seyahat motivasyonları arasına girmiştir. Önemli bir turizm etkinliği olarak alışveriş, seyahatin önemli bir deneyimi ve ziyaretçi harcamalarının büyük bir bileşenidir. Bir destinasyonda alışveriş olanaklarının bulunması, turistlerin seyahatlerini etkileyen destinasyon imajı unsurlarından biridir. Günümüzde özellikle alışveriş kavramı içerisinde yer alan hediyelik eşya satın alma davranışı turizm destinasyonlarında yer alan popüler etkinliklerden biri haline gelmekle birlikte temel bir oluşum hali göstermiştir. Hediyelik eşya satın alma davranışı; eğlence ve heyecan kaynağı (Wagner & Rudolph, 2010); bir seyahat gezisi sırasında memnuniyeti ve seyahat deneyimlerini şekillendirmede yardımcı olan önemli bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır (Hu & Yu, 2007).

Ülkemizde klasik anlayış ile hediyelik eşya denildiğinde tablo, gümüş çerçeve, ahşap eşya, seramik, çini, gümüş mücevher, el halısı ve kilim, bakır eşya, imitasyon mücevher, yapma çiçek gibi çok farklı ürünler akla gelmektedir. Günün gereklerine göre; hediyelik eşya sektöründe faaliyet gösteren firmalardan kurumsallaşma, marka üretimi ve ihracata ağırlık verenler ön plana çıkmakta olup; Profesyonel yönetim eşliğinde atölye tarzından fabrika

üretimine geçilmesi, Şirket sayısının ve rekabetin artması, Küçük bir dükkan ve arabası olsa dahi Anadolu'ya servis yaparak büyük cirolar yapan firmaların sayısının giderek artması vb. faktörler Hediyelik Eşya Sektörünün büyük ivme kazanmasını, sektörün ihracat imkanlarının da artmasını sağlamıştır.

Armonize Sisteme göre Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları (G.T.İ.P) esas alınarak oluşturulan Hediyelik Eşya Ürün tanımları aşağıdaki verilmiştir (T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2012).

GTİP Kodu – Ürün Tanımı;

- 4414: Ahşap Çerçeveler
- 4420: Ahşap Eşyalar
- 4601: Örülebilen Maddelerden Mamuller (hasır, paspas, paravan)
- 5701: El Halıları
- 570210: Kilimler
- 6702: Yapma Çiçekler
- 68029134: Heykeltraşlık Sanatına Göre Yontulmuş Mermerden Salon Süs Eşyası
- 6913: Seramik Dekoratif Eşya ve Heykelcikler
- 70132111/70132119: El İmalatı Kurşun Kristalden Cam Eşya
- 70133110/70139110: El İmalatı Kurşun Kristalden Sofra Eşyası
- 711311: Gümüş Mücevher
- 7114: Kıymetli Metaller ve Kaplamalarından Kuyumcu Eşyası
- 7117: İmitasyon Mücevher
- 7418/7419: Bakır Sofra ve Dekoratif Eşya
- 8306: Adi Metallerden Elektrikli Olmayan Zil, Çan, Heykelcik, Süs Eşyası
- 9601: İşlenmiş Fildişi, Kemik, Boynuz, Sedef ve Mamulleri
- 9602: Doğal Mum, Parafin ve Benzerlerinden Eşyalar
- 9614: Pipolar, Puro ve Sigara Ağızlıkları
- 961511: Saç-Süs Tarakları
- 9701: Elle Yapılmış Tablo ve Resimler, Dekoratif levhalar

Görüldüğü gibi; ülkemizde çok çeşitli hediyelik eşya üretilmekte olup yurt içi piyasanın yanı sıra bu hediyelikler ihraç da edilmektedir. Türkiye'de hemen her bölgenin kendisi ile özdeşleşmiş orijinal hediyelik eşyaları bulunmaktadır. Nevşehir turistik simgeleri ve onun

etrafında şekillenen ürün çeşitliliği ile birlikte ikonik hediyeler, yiyecek ve içecek, dokuma el sanatları gibi potansiyelini kanıtlamış hediyelik ürünleri olan bir destinasyondur.

Türkiye'nin el sanatları ve hediyelik eşya ihracatı 288 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracat içinde en önemli ürün grubu, 139 milyon dolarlık ihracatla el halıları olup; ABD, Japonya ve Fransa en önemli ihraç pazarlarımızdır. Hediyelik eşya ihracatında ikinci önemli ihraç kalemi gümüş mücevherdir. 2010 yılında 84 milyon dolarlık ihracat vardır. Başlıca ihraç pazarları ABD, Almanya ve BAE'dir. Türkiye'nin el sanatları ve hediyelik eşya ihracatı, 2011 yılında ise 335,3 milyon dolar seviyesine çıkmıştır. İhracat içinde en önemli ürün grubu, 166 milyon dolarlık ihracatla el halıları oluşturmuştur. El halısında ABD, Japonya ve Fransa en önemli ihraç pazarlarımızdır. Hediyelik eşya ihracatında ikinci önemli ihraç kalemi gümüş mücevherattır. 2011 yılı ihracatı 103 milyon dolar olup; başlıca ihraç pazarlarımız ABD, Almanya ve Birleşik Arap Emirlikleridir (T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2012).

Araştırma sonuçlarına göre; Türkiye'de hediye pazarı 4 farklı alanda yoğunlaşmaktadır. Bunlardan;

Birincisi; Klasik duvar saati ve çerçeve gibi alışılagelmiş hediyeler,

İkincisi; Gadget ve gizmo tarzı hiçbir yerde bulunmayan ilginç hediyelikler,

Üçüncüsü; Kişiye özel hediyeler,

Dördüncüsü ise; Aktivite Hediyeciliği pazarıdır. (Aktivite hediyeciliği kapsamında Bungee Jumpingten, Boğaz'da tekne turunda evlenme teklif etmeye, vinç sürmekten rafting yapmaya kadar çok farklı hediye çeşitleri fikirsel olarak üretilip organizasyonlar ile hayata geçirilmektedir.)

Kültür taşıma aracı olarak nitelendirebileceğimiz hatıra ve hediyelik objelerle seyahatlerini tamamlayan kişiler, bir nevi kültürler arası kaynaştırma görevi görürler. Toplumsal değişmeler ve ekonomik nedenler arasında yer alan dar gelirlilik problemi hediyeleşme miktarını kısıtlamaktadır. Fakat hediye alışverişinin karşılıklılık ilkesini bu değişimler etkilememektedir. Hediye alışverişlerinin olmaması yerine daha ekonomik, kolay taşınabilir ve çok yer kaplamayan olan hediyelikler tercih edilmektedir.

4.8.1.3.1.6.3. Alanda El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Pazarlanması

Turistik ürünlerin pazarlama stratejisinin ana unsurları tüketiciyi doğru analiz etmenin dışında etnik kökenli yapı ve unsurların da bu alanda değerlendirilmesi yöresel ve bölgesel pay ve paydaşların ortak çalışmaları sonucu varılan bütüncül faaliyetlerle oluşmaktadır.

- Nevşehir genelinde uygulanan stratejilerin Mustafapaşa ile entegre edilmesi ve turizm endüstrisinin aktif bir biçimde stratejik yönetim sürecine bütün saflarda yöresel imaj entegrasyonunun benimsenmesi büyük önem arz etmektedir.

- Satış bazında gerçekleşen tüm aktivitelerde en az talep unsurları kadar arz unsurlarının da Mustafapaşa için geçerli olması ve ön planda tutulması, ayrıca alanda gerçekleşen satış stratejilerinin kurum ve kuruluşlarca desteklenmesi gerekmektedir.
- Günümüzde tanıtım stratejilerinin geleneksel pazarlama stratejilerinden faydalanmasında düşük talep fonksiyonuna girmesinin önüne geçilmeli, modern ve dijital yönelimde dünyadaki rakip destinasyonların uygulandığı tanıtım anlayışı benimsenmeli ve ürünün faydasından çok tüketicinin ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır.
- Turistik ürünün Nevşehir'de ikonik simgeleri tamamlaması bir ihtiyaç karşılığı olduğu gibi tüketicinin beklentilerini karşılayan bir özellik göstermesi ile birlikte ortaya çıkarılacak geleneksel yönlü yeni ürün çeşitliliği de sağlanmalıdır.
- Mustafapaşa'da arz unsurlarının bütünlüğü KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmalı ve stratejinin arz yönlü temelinde stratejik faaliyetler örgütlenmelidir.

4.8.1.3.1.6.4. Alanda El Sanatları ve Hediyelik Eşyaların Tanıtımı

Turistik ürünlerin pazarlama faaliyetlerinde geleneksel çaba ve stratejinin yanında teknolojik algıların ve gelişimin fonksiyonel kullanılması ve Mustafapaşa'da Manastır Vadisi'nin de bu amaçlar doğrultusunda tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmesi için gerekli potansiyeli ön görülmektedir.

Manastır Vadisi Mini Kapadokya'da yer alan yöresel ürün satış alanlarının pazarlama faaliyetlerinde stratejik eylem bazında tanıtımda yönelim sağlayan ve önerilen amaçlar:

- Hediyelik eşya envanterinin doğru ve bütüncül bir şekilde tanıtımı.
- Alanda hızlı üretimi yapılabilen hediyelik eşya ürünlerinin doğru marka imajı ile buluşturulması.
- Hediyelik eşyaların milliyete ve kültürlere göre pazar bölümlendirilmesinin yapılması ve hangi milliyetten olan turistin hangi hediyelik eşya üzerinde satın alma davranışı olduğunun gözlemlenmesi.
- Milliyetlere göre yapılan hediyelik eşya pazarlama stratejisinde İngilizce, Rusça, Almanca, Çince vb. alanda potansiyel turist eğilimi olan milliyetlerin dillerinde hediyelik eşya ürünlerin açıklama ve yazılarının ürünlerin üzerinde bulundurulması.
- Ürünlerin tarihsel süreci ve yapılış amaçlarını, organik, el yapımı (hand craft/made) gibi özellik belirten ibarelerin ürünlerin üzerinde standardize edilmiş logo ve açıklamasıyla birlikte en az iki dille birlikte Türkçe ve İngilizce olarak yer alması.
- Son 5 yılda büyük atılım gerçekleştiren yeni teknolojik pazarlama araçlarından olan sosyal medya pazarlama araçlarının uluslararası tanıtımlarda kullanılması, Influencer Marketing adı verilen pazarlama prensibinde, sosyal medyada büyük kitlelere hitap eden kişilerin ve medya kurumlarına bağlı ünlü kişilerin internet bloglarında, vlog(video

blog, youtube), instagram ve twitter gibi sosyal paylaşım platformlarında Manastır Vadisi'nin turistik yapılarının yanında hediyelik ürünlerin de tanıtımında işbirliği yapılması.

- Züccaciye ve hediyelik eşya sektörünün turizmle iş birliği yapısının oluşturulması tanıtım faaliyetlerinde ortak bir amaç ve çabanın belirlenerek destek stratejisi ile el sanatları ve hediyelik eşya ürünlerinin tanıtım çalışmalarına katılımının sağlanması.
- Türkiye 2023 Turizm Eylem planında da belirtilen ülkemizdeki turistik destinasyonların tanıtım çalışmalarına önem verilmesi "Turkey Home" gibi tek marka içerisinde konumlandırılan bölgelerimizin tanıtımında Mustafapaşa ve Manastır Vadisi'ne de yer verilmesi, medya ve kuruluşlarca tanıtım filmi ve Mini Kapadokya projesinde yapılması öngörülen aktivite alanları ve hâlihazırda restorasyonu tamamlanmış ve tamamlanmakta olan eski yapıların da tanıtım faaliyetlerinde bulunması önerilmektedir.

4.8.2. Kültür ve Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramları

Kültür kelimesinin kökeni, Latincedeki "Cultura" ya da "Colere" kelimelerine dayanmaktadır. Klasik latincede bu kelime, "Bakmak" ya da "Yetiştirmek" anlamlarına gelmektedir. Kavramın tarım literatüründe de ekip biçmek, sürmek ve ürün yetiştirmek gibi anlamlara geldiği görülmektedir. İnsan deneyimi ve insanın yaşama tarzı olarak anlam kazanması ise ilk defa Almanya'da, 1750'li yıllarda görülmeye başlanmıştır. 18. yüzyılın sonlarında, insanın zihinsel kapasitesinin yarattığı bir değer olarak kullanılmaya başlanan kavramın 1843 yılında Gustav Klemn'in "İnsanlığın Genel Kültür Tarihi" adlı kitabında insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekûn yaşama tarzı şeklinde anlam kazandığı gözlemlenmektir (Uygur ve Baykan, 2007:33).

Günümüzde kültürün farklı sınıflandırmaları bulunmakla birlikte en genel sınıflandırmalardan birinin maddi kültür ve manevi kültür şeklinde olduğu ifade etmek mümkündür. Bir toplumun sahip olduğu binalar, araç-gereçler, giysiler vb. somut varlıklar maddi kültür başlığı altında ele alınırken; toplumun inançları, gelenekleri, normları, düşünce biçimleri gibi kavramlar manevi kültür unsurları başlığı altında ele alınmaktadır. Bu sınıflandırmaya paralel olarak somut kültür ve soyut kültür sınıflandırılmasının da literatürde yer aldığı gözlemlenmektedir.

Resim 1: UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Logo

Kimi kaynaklarda maddi kültür yerine "Somut", manevi kültür yerine ise "Soyut" ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. UNESCO ise 2003 yılında Paris'te düzenlenen 32. genel konferansında imzalanan "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" ile kültür sınıflandırmalarına farklı bir boyut kazandırmıştır. Her ne kadar somut kelimesinin karşılığı olarak soyut kelimesinin kullanılması gerektiği akla gelse de UNESCO'nun bu ifadeyi tercih etmediği görülmektedir. Bu nedenle kavramın daha net anlaşılabilmesi için biraz daha yakından incelenmesi gerekmektedir. Somut; elle tutulan, gözle görülen, açık seçik özellikleri algılanabilen olarak tanımlanırken, soyut ise; somut kelimesinin karşılığı ve zıt anlamlısı olarak, elle tutulmayan, gözle görülmeyen, ancak düşünce dünyamızda var olan nesne dünyası dışındaki ve daha çok algılamaya ve kavramaya yönelik söylem ve olguları ifade etmektedir (Ekici, 2004). Örnek vermek gerekirse, kıyafet, yemek, yapılar gibi eserler somut kültür unsurlarını oluştururken inanç, gelenekler, tarihi değerler, toplumsal değerler, el işçiliği, maniler, şarkılar gibi unsurlar soyut kültür unsurlarını oluşturmaktadır. Dikkat edilirse soyut kültür unsurlarında inanç ve manevi değerler gibi unsurların yanında maniler, şarkılar, el işçiliği gibi unsurların da yer aldığı gözlemlenmektedir. Soyut kelimesinin bu unsurların tamamını ifade etmesi ve UNESCO'nun ise ikinci grup örneği tanımlamak istemesi nedeniyle soyut kelimesinin kullanılması doğru bulunmamıştır. UNESCO soyut kavramı yerine "Somut olmayan" ifadesini tercih etmiştir. Dolayısıyla söz konusu ifadenin somut kelimesinin zıt anlamlısı olduğunu düşünmek yanlış olacaktır. UNESCO bu tercihle, somut olmayan ifadesinin İngilizcedeki karşılığı olan "Intangible" kelimesini ifade etmek istemiştir. İngilizcede bu kelimenin halk bilgisi yaratmalarının tamamını kapadığı görülmektedir. Sözlü, görsel, uygulamaya yönelik, işitsel (müziksel) bütün halk bilgisi yaratmaları somut olmayan kavramının içerisinde yer almaktadır (Ekici, 2004).

UNESCO sözleşmede somut olmayan kültürel mirası; toplulukların ve kimi durumlarda bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar olarak tanımlamıştır. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve

grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılmakta ve onlara kimlik ve devamlılık duygusu verilmektedir (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 2003: madde 2). Bu bağlamda somut olmayan kültürel miras kapsamında;

• Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar (destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar, fıkralar vb.),

• Gösteri sanatları (karagöz, meddah, kukla, halk tiyatrosu vb.),

• Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler (nişan, düğün, doğum, nevruz, vb. kutlamalar),

• Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.),

• El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkari, bakırcılık, halk mimarisi) sıralanmaktadır.

Somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesinin temel amacı; adından da anlaşılacağı gibi yukarıda sıralanan maddeler kapsamına giren kültürel miras unsurlarının korunması için gerekli önlemlerin alınmasıdır. Bunu sağlayabilmek için; somut olmayan kültürel mirasın önemi konusunda yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyarlılığı arttırmak ve karşılıklı değer birliği ağlamak; uluslararası iş birliği ve yardımlaşmayı sağlamak, ilgili toplulukların, grupların ve bireylerin somut olmayan kültürel mirasına saygı göstermek sözleşmenin diğer amaçları içerisinde sıralanmaktadır (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 2003: madde 1).

Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras Süreci ve Unsurları

Türkiye, 2006 yılında 5448 sayılı "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin Uygun Bulunduğuna Dair Kanun" ile UNESCO'nun bu sürecine dahil olmuş ve 27 Mart 2006 tarihinde resmen taraf devlet olmuştur (www.aregem.kulturturizm.gov.tr). Bu tarihten itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, 4848 Sayılı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanununun 13. maddesine göre Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü icracı birim olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, il müdürlükleri aracılığıyla ülkemizde yer alan potansiyel Somut Olmayan Kültürel Miras unsurlarının listesini hazırlamakta ve her yıl bu listelerden Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğünün incelemeleri sonucu seçilen kültürel miras unsurlarını korunması amacıyla UNESCO'ya sunmaktadır (http://www.unesco.org.tr).

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Intangible Cultural Heritage

Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage

The Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage has inscribed

Traditional craftsmanship of Çini-making

on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity upon the proposal of Turkey

Inscription on this List contributes to ensuring better visibility of the intangible cultural heritage and awareness of its significance, and to encouraging dialogue which respects cultural diversity

Date of inscription
1 December 2016

Director-General of UNESCO
Irina Bokova

Resim 2: Türkiye'de Geleneksel Çini Yapımı, UNESCO Tarafından Verilen Somut Olmayan Kültürel Miras Sertifikası

Türkiye'nin ilk yazımları Hükümetlerarası Komite'nin 2008 yılında İstanbul'da gerçekleşen Üçüncü Olağan Toplantısı'nda daha önce ilan edilen Başyapıtların 16. Madde kapsamındaki Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesine alınmasıyla gerçekleşmiştir.

Kasım 2018 tarihi itibariyle Türkiye'nin İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesine kayıtlı 16 adet unsuru bulunmaktadır:

1. Meddahlık Geleneği (2008)
2. Mevlevi Sema Törenleri (2008)
3. Âşıklık Geleneği (2009)
4. Karagöz (2009)
5. Nevruz (Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya (2009) (2016 yılında dosya Afganistan, Azerbaycan, Hindistan, Irak, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan katılımı ile genişletilmiştir)
6. Geleneksel Sohbet Toplantıları (Yaren, Barana, Sıra Geceleri ve diğer, 2010)
7. Alevi-Bektaşi Ritüeli Semah (2010)
8. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)
9. Geleneksel Tören Keşkeği (2011)
10. Mesir Macunu Festivali (2012)

11. Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)
12. Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014)
13. İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katrıma, Jupka, Yufka (Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye ile ortak dosya) (2016)
14. Geleneksel Çini Sanatı (2016)
15. Bahar Bayramı Hıdırellez (Makedonya ile ortak dosya) (2017)
16. Dede Korkut-Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği (Azerbaycan ve Kazakistan ile Ortak Dosya, 2018)

Türkiye'nin 17. Madde kapsamındaki Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine ise Islık Dili 2017 yılında kaydedilmiştir (http://www.unesco.org.tr).

Hediyelik Eşyaların ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi

Mustafapaşa'daki eski yaşam, 1900'lü yıllarda Türk-Rum ilişiklerinin dostluk ve ortak yaşamın izlerinde temel kalıcılığını yakalamıştır. Mübadele yıllarından günümüze ise bölgede kalan Türk halkının gelenekleriyle harmanlanmış ve Rum geleneklerinin izleri bulunmaktadır. Bu yaşantı, efsaneler ve hikayeler somut olmayan mirasımız olarak gelecek nesillere de aktarılmaktadır. Bölgede turizm potansiyelinin doğması, eski yerli Rum kökenli ziyaretçilerin bölgeye olan seyahatleri ve çeşitli tarih bilimciler tarafından alan bir turistik çekim özelliği kazanmış ve ülkemiz açısından da kültürlerin kaynaşması için bir alan sunmuştur. Bölgede el sanatlarından çinicilik, halı dokuma, ipek böcekçiliği gibi geleneksel yöre unsurlarının turizmde yer bulması da bölge ziyaretçileri tarafından ilgi görmesi her destinasyon gibi Mustafapaşa içinde turistik bir ürün olarak yer almaktadır.

Ülkemizde birçok alandan UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras olarak kabul edilen çok çeşitli turistik ürünler yer almaktadır. Bu kapsamda koruma altına alınan bu mirasın turistik kazanımları da bölge halkına ve ülkeye tanıtım, pazarlama ve çekicilikler konusunda olumlu yönde yansımaktadır. Mustafapaşa'da yer alan çinicilik, ipek böcekçiliği, el dokuma halıları, el yapımı bez bebek çeşitleri vb. ürünlerde bu alanda geliştirilebilir ürünler olarak yer almaktadır. Bu ürünlerin yapımı, yöreye katkısı ve ulusal gelenek çerçevesinde değerlendirildiğinde bölgede turistlere sunulan hediyelik geleneksel yeni ürünlerde ortaya konmaktadır. Mustafapaşa'ya özgü anonim hikayeler ve bu hikayelerin derlemesi yine somut olmayan kültürel mirasla değerlendirilebileceği gibi bölgede bu unsurların turistik ürün anlamında turistlere sunulması ve uluslararası koruma altına alınması bölgede sürdürülebilir ürün konumuna getirecektir.

4.9. Ağırlıklı Olarak Yöresel Yemeklerin İkram Edileceği Restoran Alanının Önemi ve Gastronomi Turizmin Bölge Turizmindeki Önemine Yönelik Araştırma

4.9.1. Kapadokya'nın Yöresel Yemekleri

Kapadokya yöresi yemeklerinin malzemeleri fazla olmamakla birlikte bölgesel sayılabilecek yemekleri bulunmaktadır. İlde sebzeciliğe önem verildiği için yöredekiler birçok sebzeyi kendileri yetiştirmekte ve yemeklerinde kullanmaktadır. Et tüketimi fazladır. Bölge şarapları ile de ünlü olup yörede kaliteli şarap üretimi yapılmaktadır (KOP Bölgesi Entegre Turizm Master Planı).

Çorbalar: Börek çorbası, bulgur çorbası, bulgurlu aş, düğü çorbası, katıklı aş, katma çorbası, kesme çorbası, pancar çorbası, patates çorbası, sütlü çorbası, tandır çorbası, tanna (tarhana) çorbası, yeşil mercimek çorbası.

Yumurtalar: Çılbır, dönderme, ferfene, kaygana, yumurtalı patates.

Etler-Kümes ve av hayvanları: Biryan, sulu et köftesi.

Balıklar: En ünlü balığı yayındır. Yayın şiş olarak hazırlanır (Çayır, 2002: 15).

Kuru Baklagiller: Nohutlu yahni, tandırda kuru fasulye (ağpakla).

Sebzeler (Etli/Etsiz sebze yemekleri): Bamya, çanak, çiçek cacığı, çiçek dolması, dıvıl, firek cacığı, güveçte patlıcan, naneli kabak, pancar yemeği, pancarlı aş, patates köftesi, patlıcan cacığı, pezik (pancar yaprağı) sarması, sütlü kabak, tandır fasulyesi, tıkırdatma kabak, yaz türlüsü, yeşil domates dolması (göyönü).

Yenebilen Yabani Bitkiler: Madımak, semizotu yemeği.

Salata çeşitleri: Çoban salata, söğüş patlıcan salatası.

Meyve ile yapılan yemekler: Ayva boranisi, bitirgen kayısı yahnisi, kayısı yahnisi, pekmezli ayva dolması.

Pilavlar: Bulgur pilavı, mercimekli pilav, patatesli pilav, pıt pıt pilavı, sanayi pilavı.

Makarnalar: Dolma mantı, erişte, etli mantı, peynirli erişte, samsa mantı.

Börekler: Bazlama, çığırtma/cığıtma, göre ekmeği, ıspanaklı tandır böreği, işleme, kömbe, patatesli, soğanlama, şekerli.

Hamur tatlısı: Aside, baklava, bulamaç, dolaz, dolma, irmik tatlısı, kıvırma, un helvası.

Sütlü ve Hafif Tatlılar: Aşure (şire çorbası), sütlaç.

Sebze ve Meyve Tatlıları: Ayva tatlısı, hoşaf, kabak tatlısı, kayısı dolması (genellikle bitirgen denilen tatlı kayısıdan yapılır), kayısı tatlısı, köftür, pekmezli karışık hoşaf, yemiş tatlısı.

Muhtelif Yemek ve Tatlılar: Beyaz bulamaç, diş buğdayı, gendirme, hamur köftesi, yeşil mercimek yemeği.

Ekmek ve ekmekten yapılan yemekler: Bazlama yağlaması, bazlama, hamursuz. (Güldemir vd., 2011: 169-174).

Kapadokya Yerel Mutfağına ait bazı yöresel yemeklerin reçeteleri aşağıdaki gibidir:

4.9.1.1. Nevşehir Tava

Malzemeler:

1.500 gram kuzu eti, 50 gram kuyruk yağı, 4 diş sarımsak, 6 adet domates, 6 adet yeşil biber, 6 adet patlıcan, Tuz, Karabiber, Pul biber

Yapılışı:

Domates, biber**,** patlıcan ve sarımsak doğranıp bir tepsiye alınır. Kuşbaşı doğranmış et, kuyruk yağı, tuz ve baharatı ilave edilir. Orta ısılı fırında sebzeler ve et iyice pişene kadar pişirilir, sıcak servis yapılır (İlhan vd., 2016: 756).

Şekil 56: Nevşehir tava

Kaynak: https://gastromanya.com

4.9.1.2. Ağ pakla (Kuru Fasulye)

Malzemeler:

2 su bardağı kuru fasulye, 2 adet kuru soğan, 1 yemek kaşığı salça, 1 yemek kaşığı tereyağı, kaburga, pul biber, tuz

Yapılışı:

Bir tür kuru fasulye yemeğidir. Yöre halkı "ak bakla" adı verilen fasulyeye ağ pakla şeklinde telaffuz eder ve yemek ismini buradan alır. Ağ pahla haşlanır. Daha sonra domates, biber ve kuru soğan ilave edilir. Ardından güneşte kurutulan kaburga eklenerek pişirilir. Toprak kaplarda ve tandır ateşinde yaklaşık 4 saat kadar pişen yemek servise hazır hale gelir (İlhan vd., 2016: 756).

Şekil 57: Ağ pakla (Kuru Fasulye)
Kaynak: http://www.fibhaber.com

4.9.1.3. Çömlek Kebabı

Malzemeler:

1 adet çömlek, 3 kg. Kuşbaşı et, 1,250 gr. Domates, 300 gr. Sarımsak, 200 gr. sivri biber, 1 tatlı kaşığı karabiber

Yapılışı:

Etler kuşbaşından daha küçük parçalar halinde kesilir. Domates, biber, sarımsak ince ince doğranır. Etler altta kalacak şekilde testi malzemelerle doldurulur. Aralara tereyağı yerleştirilir. Testinin ağzı kapatılır. Fırında ortalama 2 saat pişirilir. Testinin baş kısmı fazla parçalanmadan kırılarak servis yapılır (İlhan vd., 2016: 756).

Şekil 58: Çömlek kebabı
Kaynak: https://www.kebap.gen.tr

4.9.1.4. Tandır Çorbası

Yapılışı:

1/3 su bardağı nohut bir gece önceden ıslanır, iki su bardağı su eklenip düdüklü tencerede kırk dakika pişirilir. Patatesler kaynar suda haşlanır, soyulur ve rendelenir. İnce doğranmış bir soğan yağ içerisinde öldürülür, salça eklenir ve çevrilir. Su ile birlikte nohut, tuz ve iki su bardağı su eklenir, kaynatılır. 1/3 su bardağı bulgur eklenir, yirmi dakika pişirilir.

Patates rendesi çorba suyu ile ılıştırılır ve ardından çorbaya eklenir. Altı yedi dakika daha pişirilir. Tavada tereyağında nane kızdırılır, çorbaya eklenir (İlhan vd., 2016: 757).

Şekil 59: Tandır Çorbası

Kaynak: https://www.tripadvisor.com.tr

4.9.1.5. Aside (Pekmezli Helva)

Yapılışı:

Tencerede su, un, tereyağı ve bir çay bardağı pekmez, önce içinde topak kalmayana dek iyice karıştırılır sonra ocağın altı açılır ve sürekli karıştırılır. Koyulaşan ve kaynamaya yakın olan karışıma bir çay bardağı daha pekmez yavaş yavaş ilave edilir. Pişen tatlı, tepsiye boşaltılıp yayılır. Soğuyunca dilimlenir ve üzeri ceviz ile süslenerek servis edilir (İlhan vd. 2016: 757).

Şekil 60: Aside tatlısı

Kaynak: http://www.tariflerdefteri.com

4.9.1.6. Dolaz (Şekerli Helva)

Yapılışı:

Yumurta, un, su ile bulamaç yapılır. Yağ içerisinde pembeleşene kadar karıştırılır. Servis yapılacak kaba alınıp, üzerine pekmez konulur (İlhan vd. 2016:757).

Şekil 61: Dolaz tatlısı

Kaynak: http://www.tariflerdefteri.com

4.9.1.7. Gendime

Yapılışı:

Bir tavanın içerisine tereyağı konur. Soğan ve salça eklenerek kavrulur. Bu karışımın içerisine yarma katılarak biraz daha kavurmaya devam edilir. Diğer yanda kurutulmuş kemik çömleğin altına konur. Kavrulmuş yarma da eklenip, üstünü örtecek şekilde su ilave edilir. Çömleğin ağzı kapatılarak tandırda pişirilir (İlhan vd. 2016: 757).

Şekil 62: Gendime

Kaynak: http://www.tariflerdefteri.com

4.9.1.8. Kuru Kaymak

Yapılışı:

Nevşehir'e ait tescilli yiyecektir. Ortalama yedi kilogram süt kendi özel tepsisinde yaklaşık on saat odun ateşinde kaynatılarak yapılır. Yöre halkı tarafından genellikle yaylalarda taze sütten üretilmektedir. Genellikle balla tercih edilen kuru kaymak, kahvaltıların vazgeçilmez tadıdır. Kaynatılmış süt, iyice ısıtılmış tandırın üstüne yerleştirilen bir tepsinin içine köpürtülerek dökülür. Tandırda kor halindeki ateşin üzerinde bir iki saat kadar bekletildikten sonra, tepsinin üzerinde biriken sütün kaymağı bir bıçak yardımıyla kenarlarından kesilir. Kesilen kaymak ince bir oklava yardımıyla ikiye katlanarak kaldırılır ve kalbur üzerine konularak gölgede kurutulur (İlhan vd. , 2016: 758).

Şekil 63: Kuru kaymak

Kaynak: http://www.selimselimoglu.com.tr

4.9.1.9. Kulaklı Mantı

Yapılışı:

Un, tuz ve yumurta yoğurulur ve dinlendirilir. Ardından açılıp kare kare kesilir. Kıyma, soğan, maydanoz, karabiber ve tuz ile iç malzemesi hazırlanır. Kare biçiminde kesilen hamurun içine hazırlanan iç malzeme konulup üçgen şeklinde hamurlar kapatılır. Kaynayan su içinde pişirilir. Sarımsaklı yoğurt, üzerine de tereyağı salça ile kavrulup, tabaklara konulan mantının üzerine dökülerek servis edilir (İlhan vd,. 2016: 758).

Şekil 64: Kulaklı mantı

Kaynak: https://www.nefisyemektarifleri.com

4.9.1.10. Bulamaç

Yapılışı:

Su ile un topak kalmayacak şekilde karıştırılır. Üzerine pekmez ilave edilir. Muhallebi kıvamına gelinciye kadar pişirilir. Ocak kapatıldıktan sonra tereyağı katılıp çırparak tereyağının erimesi sağlanır. Üzerine çekilmiş ceviz dökülür (Örgün vd., 2016: 433).

Şekil 65: Bulamaç

Kaynak: http://www.ugurlulezzetler.com

4.9.1.11. Salatalık dolması

Yapılışı:

Tohumluk salatalıklar yıkanır ve içleri oyularak kış için kurutulur. Yemek yapılacağı zaman soğan, sarımsak, bulgur, kıyma, salça ve yağ karıştırıp dolma içi hazırlanır. Kurtulmuş salatalıkların içini hazırlanan iç malzeme ile doldurup tandırda pişirilir. Sarımsaklı yoğurt ile servis edilir (Örgün vd., 2016: 433).

Şekil 66: Salatalık dolması

Kaynak: http://www.yemekmutfak.com

4.9.1.12. Un çorbası (Kesme Çorba)

Yapılışı:

Un, tuz ve suyla yapılan hamur iyice yoğurulur. Daha sonra ince ince açılıp kesilir. Yeşil mercimek tencerede kavrulur. Yeşil mercimeğe su ilave edilip ince ince kesilen hamur eklenir. Kısık ateşte pişirilir. Salça, nane, yağ ile başka bir yerde kavrulur ve tabaklara konan çorbanın üzerine lezzet katması için eklenerek servis edilir (Örgün vd., 2016: 434).

Şekil 67: Kesme çorbası

Kaynak: https://gastromanya.com

4.9.1.13. Kabak bulgurlaması

Yapılışı:

Kabaklar soyulur ve küp küp doğranır. Yağ, salça ve tuz çömleğe konulur. Ardından kabaklar ilave edilir. Tandır ateşinde pişirilir. Sarımsaklı yoğurt ile servis edilir (Örgün vd., 2016: 434).

Şekil 68: Kabak bulgurlaması

Kaynak: http://gelinciksurubu.blogspot.com

4.9.1.14. Üzüm turşusu

Yapılışı:

Sirke, soyulmuş sarımsak, limon suyu ve tuz birlikte karıştırılır. Toprak bir küpün içerisine üzümler dağılmadan salkım şeklinde konulur ve üzerine hazırlanan sirkeli karışım dökülür. Küpün ağzı kapatılır ve 1 ay kadar bekletilir. Ardından üzüm turşusu küpten çıkarılarak servis edilir (Örgün vd., 2016: 434).

Şekil 69: Üzüm turşusu

Kaynak: http://kekikkokusu.com

4.9.1.15. Hamursuz ekmeği

Yapılışı:

Un, tuz, yumurta ve yoğurt ile hamur hazırlanır. Hamurdan yumurta büyüklüğünde parçalar alınır ve oklavayla açılır. Daha sonra bu hamurlar rulo haline getirilir ve yağlanıp üzerine un serpilmiş tepsiye daire şeklinde sarılarak yerleştirilir. Üzerine yumurta sürülüp çörek otu serpilerek fırına verilir (Örgün vd., 2016: 435).

Şekil 70: Hamursuz ekmeği
Kaynak: https://www.nefisyemektarifleri.com

4.9.1.16. Düğün pilavı

Yapılışı

Yörenin düğünlerinin geleneksel yemeğidir. Salça, soğan, domates ve biber tereyağında kavrulur. Üzerine bulgur ve su ilave edilir. Başka bir yerde haşlanan nohut, tavuk eti ve kırmızı et sırayla yemeğe ilave edilir. Pişen pilav, tepsilere konulur ve tepsilerde servis edilir (Örgün vd., 2016: 435).

Şekil 71: Düğün pilavı
Kaynak: https://gastromanya.com

4.9.1.17. Mimbar dolması

Malzemeler:

2 adet mimbar, 250 gr. Kıyma, Yarım kilo bulgur, Yarım kilo soğan, 1 yemek kaşığı biber salçası, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı karabiber

Yapılışı:

Mimbar'ın bir ucu hafifçe içeri kıvrılır, kabak oyacağının iç kısmına harç konur ve Mimbar'ın içi çok sıkı olmayacak şekilde ve arada boşluklar bırakılarak doldurulur (Çok sıkı doldurulduğunda pişirim esnasında Mimbar yırtılmaktadır). Doldurma işlemi bitince, iki ucu birleştirilerek iple bağlanmaktadır. Mimbarlar, Osbar adı verilen tandırlara konularak ve üzerini

3cm geçecek kadar su ve tuz eklenmektedir. Bir şiş ya da çatal yardımı ile üzerine delikler açılır. Kaynadıktan sonra, ağır ateşte pirinçler yumuşayıncaya kadar yaklaşık olarak 40 dakika pişirilmektedir. Ayrıca pirinçler şiştikçe zaman zaman Mimbarda çatal ile yeni delikler açılmalıdır. Piştikten sonra bir kevgire alınır ve suyu süzdürülür. (Bu şekilde buzlukta uzun süre saklanabilmektedir) (Cihangir vd., 2017: 1379).

Şekil 72: Mimbar dolması
Kaynak: http://annekofte.blogcu.com

4.9.2. Mustafapaşa Beldesi Yöresel Yemekleri

4.9.2.1. Mileçnik (Sütlü Tatlı)

Malzemeler:

8 kahve fincanı un, 8 kahve fincanı şeker, 8 yumurta, 8 kahve fincanı süt

Yapılışı:

Tüm malzemeler iyice karıştırılarak yağlanmış tepsiye dökülür. 200°C sıcaklıktaki fırında pişirilir. Tatlı olarak ikram edilen Mileçnik, sıcak olarak servis edilir (Ardıç vd., 2015: 18).

Şekil 73: Mileçnik
Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.2. Fasulnik (Fasulyeli Börek)

Malzemeler:

1 kg yufka, 2 yemek kaşığı sıvı yağ, 250 gr Kuru fasulye, 2 adet soğan

Yapılışı:

Soğan ve önceden ıslatılmış kuru fasulye kavrulur. Daha sonra pişmiş olan kuru fasulye yemeği her yufkanın arasına sulandırılarak konulur. Böreğin üstü yağlanarak önceden ısıtılmış fırında 250 C'de pişirilir. Fırından çıkarılan böreğin üzeri bir bardak ılık su ile ıslatılır. Üzeri örtülerek dinlendirilir. Sıcak servis edilir (Ardıç vd., 2015: 14).

Şekil 74: Fasulnik

Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.3. Nohutlu Ekmek

Malzemeler:

2 su bardağı nohut, ½ çay bardağı mısır, 3 kg patates, Tuz, 3 su bardağı un, Su

Yapılışı:

Nohut ve mısır iyice ezilir. Un ve biraz tuz eklenerek kaynar su ile karıştırılarak hamur haline getirilir. Hazırlanan hamur bir beze sarılarak oda sıcaklığında 3-4 saat kadar dinlendirilir. Daha sonra hamura tekrar kaynar su ve un ilave edilerek maya hazırlanır. Kek hamuru kıvamında hazırlanan maya sıcak bir ortamda 1-2 saat bekletilir. Haşlanmış olan patatesler süzülür. Unun ortası havuz şeklinde açılarak hazırlanan maya ile tuz ve patates eklenerek 40-45 C sıcaklığında su ile hamur kıvamına gelene kadar yoğurulur. Hamur bir saat kadar dinlenmeye bırakılır. Hamur tekrar yoğurularak 10 dakika kadar tekrar dinlendirilir ve bezelere ayrılır. Odun fırını yakılır. Fırının ağzı beyazlayıncaya kadar fırın içinde ateş yakılır. Közü alınarak fırın suda ıslatılmış bezlerle silinir. Silme esnasında hem fırın ısısı düşürülür hem de fırın içindeki küllere temizlenir. Özel fırın ekmek küreği ile ekmekler fırına sürülür. Fırının kapağı kapatılır ve bir saat süreyle pişirilir. Ekmeklerin içerisine ilave edilen patatesler ile ekmeklerin on kadar tazeliğini korumasını sağlanmaktadır. Mayasının hazırlanması zor olduğu için nohutlu ekmek özellikle bayramlarda yapılır (Aytaş, 2007: 25).

Şekil 75: Nohutlu ekmek
Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.4. Muhacir böreği

Malzemeler:

8 su bardağı un, 1 kibrit kutusu yaş maya, 4 su bardağı ılık su, 1 yemek kaşığı silme tuz

İç Harcı İçin:

250 g peynir, 3 yemek kaşığı tereyağı, 2 yemek kaşığı yoğurt

Yapılışı:

Ortası havuz şeklinde açılan unun içine maya ve tuz konulur. Ilık su ile kulak memesi kıvamında bir hamur elde edilir. Hazırlanan hamur bir saat dinlendirilir. Hamur iki eşit parçaya bölünür. Parçalardan her biri yedi eşit parçaya bölünerek küçük küçük açılmaya başlanır. Açılan yufkaların üzerleri yağlanır ve yedi parça üst üste konularak oklava yardımı ile yarım santim kalınlığında tepsi büyüklüğünde açılır. Yağlanmış tepsiye yerleştirilerek üzerine ufalanmış peynir serpilir. Geriye kalan hamur içinde aynı işlem uygulanır. Peynirin üzeri açılan yufkalarla kapatılır. En üstteki hamura yoğurt ve yağ sürülerek önceden ısıtılmış 250 ^{0}C sıcaklıktaki fırında 45 dakika pişirilir. Fırından çıkarıldığı anda üzerine bir bardak ılık su serpilerek ıslatılır. Üzeri bez veya tepsi ile örtülür. Biraz bekletildikten sonra sıcak servis yapılır. Muhacir böreğinin lahanalı, pırasalı, cevizli malzemelerle birçok çeşidi yapılmaktadır (Aytaş, 2007: 18).

Şekil 76: Muhacir böreği
Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.5. Muhacir Mantısı

Malzemeler:

8 su bardağı un, 1 kibrit kutusu kadar yaş maya, 4 su bardağı ılık su, 1 yemek kaşığı silme tuz

İç Harcı İçin:

5 adet soğan, 2 yemek kaşığı salça, 3 yemek kaşığı tereyağı, Baharatlar

Üzeri İçin:

2 yemek kaşığı salça, 3 diş sarımsak, ½ kg yoğurt, Karabiber, Kırmızıbiber

Yapılışı:

Ortası havuz şeklinde açılan unun içine maya ve tuz konulur. Ilık su ilave edilerek kulak memesi kıvamına gelene kadar hamur yoğurulur. Hazırlanan hamur mayalanması için 1-1,5 saat bekletilir. Bu arada soğanlar ince ince doğranır, kızgın yağda pembeleşene kadar kavrulur ve içine salça, tuz ve baharatlar eklenerek soğumaya bırakılır. Mayalanan hamur iki eşit parçaya bölünür. Parçalardan her biri yedi eşit parçaya bölünerek tepsi büyüklüğünde açılır. Açılan hamuru kesmeden iç harç sıra boyu sürülür ve bir sıra çevrildikten sonra kesilir. Elde edilen hamur ruloları isteğe göre minik minik kesilir ve yağlanmış tepsiye aralarında boşluk kalmayacak şekilde dizilir. İşlem hamur bitene kadar devam ettirilir. Önceden 250 C sıcaklığa ısıtılmış fırında 45 dakika pişirilir. Fırından çıkarıldığı anda üzerine bir bardak ılık su serpiştirilerek ıslatılır. Üzeri bir bez ya da tepsi ile kapatılarak bekletilir. Sıcak olarak tabaklara bölünür. Sarımsaklı yoğurt ve salçalı sos ile sıcak olarak servis edilir (Aytaş, 2007: 26).

Şekil 77: Muhacir mantısı
Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.6. Koripopareni (Tavuklu Yufka)

Malzemeler:

1 kg açma yufka, 1 kg tavuk, 1 su bardağı ezilmiş ceviz, 2 yemek kaşığı tereyağı, 1 yemek kaşığı toz biber

Yapılışı:

Yufkalar saç üzerinde pişirilir. Pişirilen yufkalar parçalara ayrılarak yayvan bir tepsiye dizilir. Diğer taraftan tavuk bol suda haşlanır. Cevizler iki su bardağı tavuk suyu ile bir süre kaynatılır. Tavuk suyu kaynarken yufkalar bu tavuk suyu ile yavaş yavaş ıslatılır. Yufkaların üzerine cevizler serpiştirilir. Daha sonra pişmiş tavuk parçaları yufkaların üzerine serpilir. Son olarak tereyağı eritilerek içine toz biber katılır ve yufkaların üzerine gezdirilir. Sıcak olarak servis edilir. Özel günler ve aile bireylerinin bir arada olduğu günlerde mutlaka yapılan bir yemektir (Ardıç vd., 2015: 16).

Şekil 78: Koripopareni
Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.7. Mart Yumurtası

Malzemeler:

6 Yumurta, 250 g kuru soğanın kabuğu

Yapılışı:

Tencereye soyduğumuz soğan kabukları konularak üzerine yumurtalar eklenir. Yumurtaların üzerine tekrar soğan kabuğu konulur. Yumurtanın üzeri örtülene kadar su eklenir, 20 dakika kadar kaynatılır. Yumurtalar kırmızı rengi alınca çıkartılır. Özellikle mart ayında baharın müjdecisi olarak kabul edilen Hıdırellez'de yapılır ve çocuklara dağıtılır.

Şekil 79: Mart Yumurtası

Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.2.8. Tandır Fasulyesi

Malzemeler:

½ kg kuru fasulye, 250 g kemikli et, 2 adet soğan, 2 yemek kaşığı tereyağı, 1 adet yeşil biber, 1 adet domates, 1 yemek kaşığı salça

Yapılışı:

Fasulyeler bol suda haşlanır ve suyu dökülür. Pişirmek için çömlek veya güveç tenceresi kullanılır. Güveç tenceresine fasulye, et ve yemeklik soğanlar kat kat dizilir. İyice yumuşayıncaya kadar pişirilir. Daha sonra içerisine yağ, salça, yeşil biber ve domatesten hazırlana sos eklenir. 15 dakika kadar pişirildikten sonra servis edilir (Ardıç vd., 2015: 16).

Şekil 80: Tandır Fasulyesi

Kaynak: Ardıç vd., 2015: 18

4.9.3. Gastronomi Turizmi

Alternatif turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlar, öznesini yiyecek tüketimine yönelik turizm hareketlerinin oluşturması açısından birbirleriyle ilişkili olma eğilimindedirler (Hall & Sharples, 2003: 11). Gastronomi, damak tadı ve iştah gibi zevkler amacı ile denemeyanılmanın, tarihsel bilginin, kültürün, alışkanlığın, yeteneğin, emeğin, ihtişamın, kazanılmış beğenilerimize uygun olarak, ahenkli bir şekilde, bir araya getirilmesidir (Hatipoğlu, 2010: 6). Bu anlamda gastronomi turizmi, insanların yiyecekler ve bu yiyeceklerle ilgili deneyimlerinin aktarılması olarak tanımlanabilmektedir (Karim & Chi, 2010: 532). Yeni olan bu kavram, ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri yiyecek aracılığıyla ifade etmek amacıyla literatüre kazandırılmıştır (Wolf, 2006: 1, Karim & Chi, 2010: 532).

Destinasyon seçimi ve oraya gelen turistlerin yaşadıkları tatil deneyiminde bölgenin yemekleri önemli bir etkiye sahiptir. Farklı yemekleri tatma ve deneme duygusu, seyahat deneyiminin temel motivasyon faktörü olabileceği gibi toplam deneyimin diğer bir amacı olmasını da sağlamaktadır. Çünkü yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Bu açıdan gastronomi turizmi, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanmasından ziyade yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla turistlerin seyahat etmesini kapsamaktadır (Yüncü, 2010).

Gastronomi turizmi tarım, turizm ve kültür unsurlarından oluşmaktadır. İlk insanla başlayan yeme içme olgusu, tarımsal ve coğrafi farklılıklarla birlikte yemek kültürüne dönüşmüştür. Zaman içerisinde gelişen bu kültür ise yöresel mutfakların oluşmasına ve günümüzdeki son halini almasına katkı sağlamıştır. Dolayısıyla kültüre özgü olan yöresel mutfaklar artık turizmin bir parçası olmuştur. İnsanlar yöreye özgü bir yemeği yerinde tatmak, yapılışını öğrenmek ve bu ürünü geliştiren kişilerle tanışmak için gastronomik turlara katılmaktadır (Deveci vd., 2013: 31).

Turistler bir destinasyona ne amaçla seyahat ederse etsin eşsiz bir yemek deneyimi yaşamayı istemektedir. Destinasyonda bulunan yerel pazarlar, yerel peynir üreticileri, üzüm bağları, zeytinyağı üreticileri, yiyecek festivalleri, arıcılık, keme gibi bölgelere özgü birçok yer mantarı çeşidi gibi hemen hemen her kasabanın kendine özgü yemek kültürünün olması turistlerin destinasyon yemek kültürünü deneyimlemesi ve bu deneyimi çevresindekilerle paylaşmasını sağlamaktadır. Yerel girişimcilere düşen görev eldeki değerleri iyi yöneterek her turiste aradığı benzersiz yemek deneyimini yaşatabilmektir. Çünkü gastronomi turizmi, insanların yeme-içmeden vazgeçmediği ve bundan keyif aldığı sürece devam ettirilebilecek alternatif bir turizm çeşididir. Bu doğrultuda Kapadokya Bölgesi'nin kültürel ve doğal güzelliklerinin yanı sıra bölgenin yemek kültürünün de tanıtılması ile bölge turizminin çekiciliğini arttırabilecektir.

4.9.4. Kapadokya Yöresinde Şarapçılık

Nevşehir İli'nde tahıl ve patates üretiminden sonra gelen üzüm üretimi-bağcılık, aynı zamanda bölgenin kimliğini oluşturan önemli öğelerden biridir. Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde toplam ekilebilir alan 352.217 ha olup, bunun %10'unu bağ alanları oluşturmakta ve bu bağ alanlarının da %4'ü Avanos'da bulunmaktadır. Üretilen yaş üzümün bir kısmı yerleşmede bulunan tarım kredi kooperatifleri tarafından ülke bütünündeki büyük özel şarap fabrikaları, sirke ve pekmez imalathanelerine satılmakta, bir kısmı da iç piyasada tüketilmektedir. Bölgede üzüm yetiştiriciliği ve şarabın ortaya çıkması yerleşmenin tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Bölgedeki şarap üretimi sadece 13.yy. ortalarında Moğol saldırıları sırasında kesintiye uğramış ve bağcılık olumsuz anlamda etkilenmiştir. Bölgenin bağcılık ve şarapçılık üretiminin Türklerin yerleşmesiyle gerilediği düşünülmekle beraber, Kapadokya aynı zamanda Alevi- Bektaşiliğin merkezi olduğundan, şaraba hoşgörüyle yaklaşılmış ve bağcılık ilerleme göstermiştir Avanos'ta bağcılıktan söz edilmesinin en önemli nedeni arazi yapısına bağlı olarak toprağının volkanik özellikler taşımasının yanı sıra iklim koşulları dışında bölge ve toprağının daha verimli olması için gerek Hristiyanlar gerekse müslümanlar tarafından tarih boyunca güvercin gübresi kullanılmasıdır. Güvercin gübresi oldukça değerli bir verim artırıcı gübre olup, bileşiminde yaklaşık %25 organik madde, %2 azot, %1 fosforik asit bulunmaktadır. Bu nedenle güvercin gübresi kullanılan topraklarda ürünlerin olumsuz koşullara dayanıklılıkları yüksek düzeyde ve gelişimleri de hızlı olduğundan kaliteleri de artmaktadır. Kapadokya Bölgesi ve Avanos'ta güvercinliklerin fazla olmalarının bir nedeni de bölgedeki su kaynaklarıdır. Anadolu'da inşa edilen tüm güvercinliklerin / güvercin evlerinin su kaynaklarına yakınlıkları bilinmektedir (KOP Entegre Turizm Master Planı).

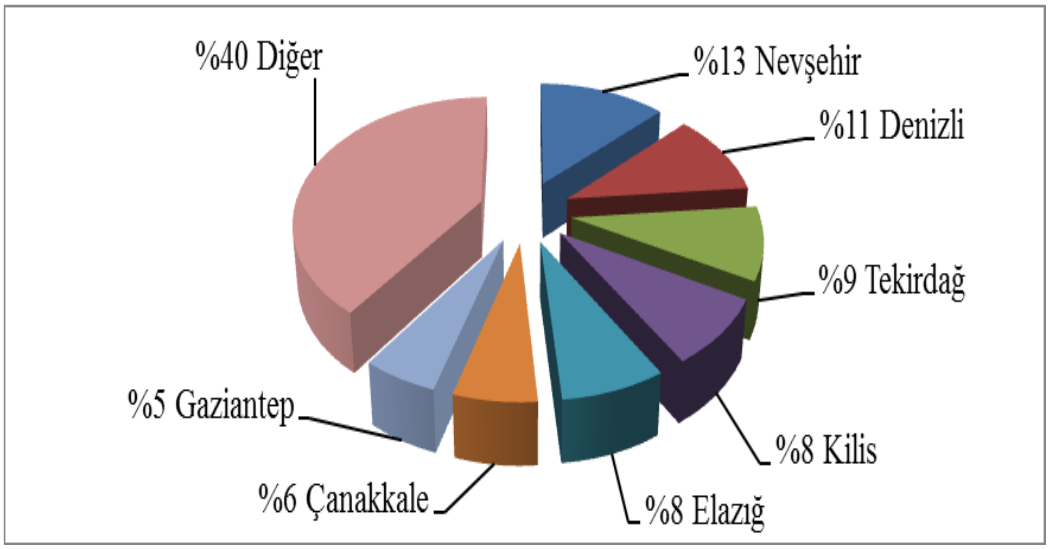
Kapadokya Bölgesi sahip olduğu iklim özellikleri ile birlikte uzum yetiştiriciliğinde önemli bir merkez konumundadır. Bununla birlikte Kapadokya kalitesi ve lezzeti bakımından şarap üzümleri üretiminin yapıldığı ender yörelerden biridir. Bölge toprağının önemli bir bolumu tüf adı verilen volkanik külden oluşmaktadır ve tarım acısından oldukça fakirdir. Ancak bölgenin toprak yapısı, güvercin gübresiyle birleştiğinde olumlu sonuçlar verir. Ayrıca Kapadokya'da bağcılığın gelişmesinin ardındaki en önemli neden, Kızılırmak'ın varlığıdır. (Kapadokya'da şarabın ne zaman ortaya çıktığı bilinmemekle birlikte, üzüm yetiştiriciliği ve üzümden şarap elde etmenin bölge tarihi kadar eski olduğu düşünülmektedir (Hatipoğlu vd., 2011: 336).

Şekil 81: Emir Şarabı

Kaynak: https://www.tripadvisor.com.tr

2004-2011 yılları ortalamasına göre illere göre şaraplık üzüm üretimi dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir. Buna göre, Türkiye'de şaraplık üzüm en çok Nevşehir ilinde üretilmektedir. 2004-2011 yılları ortalamasına göre, Nevşehir, şaraplık üzüm üretiminin %13'ünü karşılamıştır. Nevşehir'i sırasıyla, Denizli (%11) ve Tekirdağ (%9) illeri izlemektedir.

Grafik 7: (2004-2011) Yılları Ortalamasına Göre Şaraplık Üzüm Üretiminde İllerin Payları



Kaynak: TÜİK (http://www.tuik.gov.tr), Çeşitli Yıllar

Kapadokya yöresinde erkenci, ara ve geççi olmak üzere yaklaşık 30 çeşit yerel üzüm yetiştirilmektedir. Bunlardan 18'zi beyaz,12'si de kırmızı üzümdür. Kapadokya Bölgesi'nin başlıca üzüm türleri Emir, Kara ve Ak olmak üzere Dimrit, Nevşehir Karası, Çavuş üzümü, Parmak üzümü, Mor Hevenk Razakı, Yediveren ve Ketengömlek'tir (Hatipoğlu vd., 2011: 337).

Şekil 82: Emir Üzümü

Kaynak: http://www.okutanziraat.com

Ancak Emir ve Akdimrit'ten beyaz; Karadimrit'ten ise kırmızı şarap yapılmaktadır. Bunun dışındaki üzümler sofralıktır ve sadece Emir'den yıllandırılmaya uygun kaliteli şarap elde edilir. Dimrit'ten elde edilen şarap yıllandırılamaz çabuk tüketilmesi gerekir. Kapadokya Bölgesi'nin yıllandırılmaya müsait kaliteli kırmızı şaraplık üzümü bulunmamaktadır. Ancak üretilen üzümler kupaj şaraplarda kullanılabilir. Kupaj, farklı üzüm çeşitlerinden yapılan şarapların şişelenmeden önce birbirleriyle harmanlanması işlemidir. Kapadokya'da yetiştirilen ve en çok tanınan uzum olan Emir; ince uzun taneli ve etli bir üzümdür. Asiditesi yüksek olan sek şaraplar ve birkaç yıl bekletilmek için uygundur. Köpüklü şarap yapımında da kullanılır (Hatipoğlu vd., 2011: 337).

Şekil 83: Dimrit Üzümü

Kaynak: http://www.hakgazetesi.net

Nevşehir İlinde şarap üretimi yapan ve paketleme yaparak sevkiyatını gerçekleştiren bazı önemli firmalar ile yerinde yapılan tespitler özetlenmiştir. Bu çerçevede firmalarda yapılan çevresel envanter çalışmaları sonucunda bir temiz üretim uygulama öngörüsü çalışması yapılmıştır. Böylelikle firmalarda, çevre mevzuatlarına uygun standartlarda çevreye duyarlı bir üretim yapılması öngörülmektedir.

4.9.4.1. Anatolia Şarapçılık

Anatolia Şarapçılık, Kapadokya Şarapçılık olarak da bilinir. Ürgüp'ün Mustafapaşa kasabasında bulunan küçük bir şarap üretim tesisidir. Tesis sadece yaz aylarında 150 bin şişe üretim yapmaktadır. Yıllık ortalama olarak 50- 60 ton su kullanılıp, kullanılan tüm su kanalizasyon sistemine deşarj edilmektedir. Çıkan ambalaj atıkları çöpe atılırken, üzüm posaları hayvan yemi olarak kullanılmak üzere yöre halkına verilmektedir.

4.9.4.2. Turasan Şarapçılık

Turasan Nevşehir ilinin Ürgüp ilçesinde bulunur. Yörenin en önemli şarap üretim tesislerinden birisidir. Tesisin üretim kapasitesi hakkında net bir bilgi verilmemiş olup (İnternet sitesinden alınan bilgi kullanılabilir: Yıllık 2 milyon litre, yaklaşık 285 bin şişe ve bunun yaklaşık %76'sı ihraç ediliyor), çıkan ambalaj atıkları geri dönüşüm firmalarına verilmektedir. Üzüm posaları ise hayvan yemi olarak kullanılmaktadır. Çıkan atık sular doğrudan kanalizasyon hattına verilmektedir.

4.9.4.3. Kocabağ Şarapçılık

Kocabağ Bağcılık ve Şarapçılık İşletmesi, Kapadokya bölgesi, Nevşehir ili, Uçhisar kasabasında merkezi bulunan ve Gülşehir ilçesi Yeşilyurt (Sığırlı) Köyü'nde şarap imalatı yapan ve bağcılıkla uğraşan, depolarıyla birlikte yıllık toplam 300 ton kapasiteye sahip bir firmadır. Çıkan ambalaj atıkları anlaşmalı bir geri dönüşüm firmasına, üzüm posaları ise hayvan yemi olarak kullanılmak üzere halka verilmektedir. Oluşan atık sular ve atıklar 100 tonluk bir foseptikte biriktirilerek, tesisin 2 km uzağında bulunan Kavaklıdere Şarapçılık'ın atıksu arıtma tesisine verilmek üzere biriktirilmektedir.

4.9.4.4. Kavaklıdere Şarapçılık

Kavaklıdere Şarapçılık, Türkiye genelinde en çok şarap üretimi gerçekleştiren firmalardan birisidir. Firma 3 farklı ilde üretim gerçekleştirmektedir. Nevşehir ilinde atık su arıtma tesisi olan tek şarap üretim firmasıdır. Firmanın yıllık üretim kapasitesi 5 milyon litre Manisa, 8 milyon litre Ankara, 5 milyon litre Nevşehir'de olmak üzere toplam 18 milyon litredir. Tesiste üretimden çıkan üzüm posalarını ihale ile hayvan yemi olarak kullanımı için satışı gerçekleştirilmektedir. Üzümlerin sapları da gübre olarak kullanılmaktadır. Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK), Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı firmayı denetlemek için gelmektedirler. Bu denetleme yılda iki defa gerçekleşmektedir. Bağlarında kendi üzümlerini yetiştirmekte, ayrıca farklı köy ve illerden üzüm alımı yapmaktadırlar. Kendi bağlarında yılda 8,000 işçi çalıştırmaktadırlar. Atık su arıtma tesisleri için anlaşmalı oldukları firma her ay numune alarak kontrolünü sağlamaktadır (Cüce vd., 2017: 163-171).

4.9.5. Gastronomi Turizminin Bölge Turizmine Katkısı

Bir turist tatile çıkmaya karar verdiğinde dikkat ettiği konulardan biri de bölge kültürüdür. Yemek kültürü hiç şüphesiz bölge kültürünü oluşturan öğelerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Türk mutfağının çeşit zenginliği ve kültürel değişiklikleri yansıtması bakımından köklü dünya mutfakları arasında yer aldığı düşünüldüğünde, ülkemizin de gastronomi turizminde önemli bir pay elde edebileceği söylenebilir. Gastronomi turizmi bölgede veya yörede sürdürülebilir bir turizm anlayışının oluşmasına, yöresel olarak üretiminin yapılabildiği ürünlerin korunmasına, bu ürünlerin kayıt altına alınabilmesine ve dolayısıyla yöresel değerlerin korunması ve geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu sayede bölgenin yemek mirası korunarak hem yerel ekonominin kalkınmasına katkı sağlanmakta hem de kültürel tatların tanıtımı ile bölgenin turistik çekiciliği arttırılabilmektedir.

Günümüzde gastronomi turizminin artması ile birlikte pek çok turistin seyahat nedenleri arasında, destinasyonların sahip olduğu mutfak kültürünü keşif seyahatlerin ana amaçları arasında yer almaktadır. İnsanlar yeni lezzetler peşine düşmüşlerdir. Pek çok destinasyon da sahip oldukları mutfağı, turist çekim gücü olarak kullanmakta ve bu alanla ilgili niş pazar olarak faaliyet göstermektedirler. Kapadokya yöresi de bu konudan payını fazlasıyla almaktadır ve her yıl yöresel yemekleri için birçok yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadır. Yöreye özgü olan Nevşehir tava, dolaz, aside, fasulnik, mileçnik mart yumurtası vb. gibi yiyecekler çok talep görmektedir. Bu durumda güçlü ve aktif imajlar oluşturarak ve kültürel temalar yaratarak destinasyon markalaşmasına yardımcı olmaktadır. Markalaşan destinasyon sayesinde yöreye turist akışı hızlanacak ve yöreye gelir sağlayacaktır. Yöresel yemekler ayrıca bir toplumun tanıtım aracıdır. Ne kadar iyi tanıtırsak bir o kadarda farklı milletleri bir araya getirmiş oluruz.

Turistik destinasyonlardaki yiyecek ve pişirme yöntemleri kısacası mutfak kültürü, bölgenin kültürel karakteristiklerini ve özelliklerini barındıran görünmeyen miras olarak, destinasyonları uluslararası noktada geliştirebilmektedir. Bu sebeple mutfak turizmi, bölgesel açıdan turizm pazarını temsil etmekte ve bölgelere rekabetçi üstünlük sağlamaktadır. Gastronomi turizminin bölgeye bir diğer katkıları ise, turizmi çeşitlendirir, bölgeye yeni gelir kaynağı yaratır, destinasyonun çekiciliğini ve farkındalığını artırır, tek bir seyahatin yeterli olduğunu düşünen insanları, tekrar ziyaretler için teşvik eder.

Orta Anadolu'da şarapçılık denildiğinde akla gelen önemli merkezlerden biri de Kapadokya'dır. Çok köklü bir şarapçılık geleneğine sahip olan bölge, yöreye özgü Emir üzümlerinden üretilen beyaz şarapların kalitesi ile ünlenmiştir. Kapadokya bölgesinin en eski şarap işletmesi olan Turasan Şarapçılık, 1943 yılında kurulmuştur. Bölgede özel girişimle kurulan ilk şarap işletmesi olan Turasan Şarapçılık, Kapadokya bölgesinde modern teknoloji ile ürettiği şarapları yurt dışına ihraç eden tek işletmedir. Dolayısıyla bu durumun bölgeye olumlu katkısı olmuştur. Her yıl yurt içi ve yurt dışından olmak üzere birçok turist şarap tadımı için yöreye gelmektedir. Nevşehir tek başına Türkiye'nin şarap ihtiyacının %13'ü gibi

azımsanamayacak miktarda üretim yapmaktadır. Bu durumda Nevşehir'e ekonomik anlamda girdi sağlamaktadır. Şarapçılık başlı başına bir kültür olması sebebiyle yerli ve yabancı ziyaretçiler düzenli olarak bu yöreye gelip şarap satın almaktadırlar.

4.10. Amfi Tiyatro Alanında Yapılacak Etkinliklerin Tanıtım ve Turizm Noktasında Bölgeye Katkılarının Belirlenmesi

4.10.1.Ürgüp'te Yapılan Etkinlikler

4.10.1.1. Yerel Etkinlikler

4.10.1.1.1. Akasular Kiraz Bayramı

Ürgüp' ün Aksalur Kasabası'nda her yıl 20 Haziran tarihinde, yapılan törenler bir gün sürer. Bu etkinliklerle kasabadaki kiraz üretiminin geliştirilmesi ve tanıtılması amaçlanmaktadır.

Şekil 84: Akasular Kiraz Bayramı

Kaynak: www.haberler.com. Erişim Tarihi: 18.01.2019.

4.10.1.1.2. Refik Başaran Kültür ve Sanat Şenliği

Ürgüp'ün yetiştirdiği değerli sanatçı Refik Başaran'ın anılması adına her yıl 10 Ağustosta çeşitli etkinlikler yapılır, konserler verilir (Metin, 2010:188).

4.10.1.2. Uluslararası Etkinlikler

4.10.1.2.1. Bağbozumu Festivali ve Şarap Yarışması

Her yıl bağ bozumunun yapıldığı zamana rastlatılan 3 günde üzümcülük ve şarapçılığı tanıtmaya yönelik etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler içerisinde yarışmalar ve müzik gösterileri yer almaktadır. Ürgüp'te bağcılık ve ona bağlı olarak şarap üretimi antik çağdan bugüne kadar, ekonomik ve kültürel açıdan önemli bir yer tutmaktadır. Eylül ayı üzüm bağlarında hasat zamanıdır. Antik çağda yörede yaşayan insanların hasat mevsimini kutlamak

amacıyla düzenledikleri eğlenceler günümüze kadar gelmiş ve geleneksel boyutunun yanı sıra uluslararası boyuta da ulaştırılmıştır. Her yıl ekim ayında geleneksel olarak düzenlenen Uluslararası Bağbozumu Festivali yerli ve yabancı birçok ziyaretçiyi ağırlamış ve yine dünya markası olmuş birçok üretici firmaya kendini ve yeni ürünlerini tanıtma fırsatı vermiştir. Festivalin temel amacı Ürgüp'te ki tarih ve kültür mirasını daha iyi şekilde tanıtmak, bunun yanında festivale katılacak yerli ve yabancı içki ve yan sektör üreticilerinin ürünlerini festival ziyaretçilerine ve sektörle ilgili kurum-kuruluşlara tanıtmalarına imkân sağlamaktır (Metin, 2010:189-190).

Şekil 85: Bağbozumu Festivali

Kaynak: www.kapadokyadayim.com. Erişim Tarihi: 18.01.2019.

4.10.1.2.2. Uluslararası Turizm ve El Sanatları Festivali

Uluslararası Turizm ve El Sanatları Festivali'nde yöreye özgü toprak kap sanatı dokumacılık ve taş işlemeciliği ile ilgili eserler yerli ve yabancı turistlere sergilenir. Her yıl 7-9 Eylül tarihleri arasında yapılan festivalde amaç yine Ürgüp'te ki tarihi ve kültürel mirasın daha iyi şekilde tanıtılabilmesine imkân sağlamaktır (Metin, 2010:191).

Şekil 86: Yöreye Ait El Sanatlarından Bir Görüntü

Kaynak: www.kapadokyadayim.com. Erişim Tarihi: 18.01.2019.

4.10.2 Manastır Vadisinde Yer Alacak Amfi Tiyatronun Özellikleri

Doğal eğilim kullanılarak tasarlanan amfide konser, tiyatro vb. kültür-sanat faaliyetlerinin yapılmasına olanak tanınmıştır. Yöresel yapı malzemesi ve yapım tekniğiyle tasarlanması önerilmektedir.

Ürgüp ilçesinde yapılan konser, festival, sanat şenliği gibi etkinliklerin buradaki minyatür amfi tiyatro aracılığıyla tanıtılması katılım sayısının arttırılıp turizme katkı sağlanması açısından olanak sağlamaktadır.

Şekil 87: Yapılması planlanan amfi tiyatro

Amfi Tiyatro Alanında Yapılacak Etkinliklerin Turizm Noktasında Bölgeye Katkısı/Amfi Tiyatroda Yapılabilecek Etkinlikler

İlk çağlardan bu yana çeşitli etkinliklerin, gösterilerin, sanatsal faaliyetlerin gerçekleştirilmesi amacıyla inşa edilen genellikle Roma geleneklerini yansıtan amfi tiyatrolar günümüzde de modern versiyonlarıyla kendine yer edinmiştir. Ses, eğim, yükseklik vs. gibi birçok teknik özellik gözetilerek inşa edilen amfi tiyatrolar bu alanda birçok etkinliğin yapılmasına da olanak sunmaktadır. Bu etkinliklerden bazıları şunlardır;

Festival ve Konserler: Eğlence amacıyla gerçekleştirilen festivaller, zaman zaman ait olduğu bölgenin yerel özelliklerini yansıtan ürünlerin tanıtılmasını içeren, bu tanıtımlar vesilesiyle çeşitli organizasyon ve yarışmaların düzenlendiği, kermesler düzenlenerek yöresel ürün satışına katkı sağlandığı, çeşitli sanatçılar davet edilerek konserlerin verildiği, kitleleri eğlendirmek ve bölgeye canlılık kazandırmak amacıyla genellikle her yıl belirli dönemlerde düzenlenen etkinlikler olarak tanımlanabilir.

Tiyatro ve Gösteriler: Belediyeler ve kültür sanat merkezleri aracılığıyla bu işin eğitimini almış çeşitli oyuncuların seyirciler önünde canlı bir şekilde sergilediği tiyatro skeçleri, tek kişilik sahne gösterileri, orta oyunu, meddah gibi gösteriler veya sihirbazlık, cambazlık gibi gösterilerin yer aldığı etkinliklerdir.

Pandomim: Pandomim ya da mim sanatı olarak da bilinen ve sanatçının kendini sözsüz olarak mimikleriyle, el kol hareketleriyle ve ifadeleriyle anlattığı bir sanat dalıdır. Mim sözcüğü Grekçe'de yer alan mimeisthai kelimesinden gelir ve anlamı temsil etmektir. Pantomime sözcüğü ise Fransızca'dan Türkçe'ye geçmiş ve taklit etmek anlamındaki sözcüktür. Müziksiz ve sözsüz olarak doğayı taklit etme eylemi şeklinde icra edilmektedir. Kadın ya da erkek oyuncunun öncelikli hedefi izleyiciyi eğlendirmektir. Pandomim yalnızca kendi tanımı çerçevesinde icra edilen bir sanat olmayıp akıcı bir şekilde dansa ve akrobasiye de dönüşebilme özelliğine sahiptir. İletişimin en temel unsuru dili, gönüllü olarak kullanmadan kendini ifade etme sanatı olan pandomim, şüphesiz ki çok güçlü mimikler ve ifade yeteneği gerektirmektedir. Durmaksızın yaratma eylemini içinde bulunduran bu sanat, bedenin kimi zaman bir nesneye kimi zaman ise bir duyguya hayat vermesiyle ve temelleri tiyatrodan çok daha eskiye dayandığı için insanlığın sahnesel anlamda gelişiminin izlerini de üstünde taşımaktadır(www.wannart.com).

Mapping: Doğal dokuya uygun hazırlanan içerik, film ve animasyonların, dokuya tam olarak oturtulması işlemine mapping adı verilir. Hazırlanan içerik öncelikle mapping yazılımının yüklü olduğu bilgisayarlara gelir, işlemden geçen bu görüntüler projeksiyon cihazları aracılığıyla dokuya yansıtılır. Işık gücü yüksek bir veya birden fazla profesyonel projeksiyon cihazı kullanılarak yapılan video mapping uygulamaları ile düzensiz şekle sahip tüm yüzeyler birer ekrana dönüşebilmektedir. Hazırlanan yaratıcı içerikler mapping teknolojisinin zengin renkleri ve benzersiz 3 Boyut deneyimi ile bir araya getirilir, bu sayede

izleyicilere etkileyici bir gösteri sunulur. Son derece karmaşık bir işlem olan mapping, yansımanın yapılacağı peri bacalarından yaklaşık 150 mt uzakta konumlanmış 14 projeksiyon cihazı ve bir kontrol odasının senkronize çalışması sonucu izlenebilmektedir(http://www.zelvemapping.com). Burada yapılacak mapping uygulaması amfi tiyatro alanının karşısında bulunan peri bacalarına yansıtılarak oluşturulacaktır.

Amfi Tiyatro Etkinliklerinin Bölge Turizmine Katkısı

Etkinlikler; insanları eğlendirmek, boş zamanları değerlendirmek, insan ilişkilerini kuvvetlendirmek ve sosyalleşmek açısından oldukça önemli faaliyetlerdir. Yapılan etkinliğe göre karşılayacağı sosyal ihtiyaç ve amacı da değişiklik göstermektedir. Örneğin, festivaller bölgedeki yöresel değerlerin tanıtılmasına, ev hanımlarının el emeklerinin sergilenmesine, konserlerle sanatçıların destinasyonlara gelişinin sağlanmasıyla birçok ziyaretçiyi de destinasyonlara çekmek ve basın aracılığıyla bölgenin tanıtımının yapılması gibi faydalar sağlayabilmektedir. Aynı zamanda sanata ilgi duyan insanların bazı sanatsal etkinliklerde bulunmaktan haz almasından dolayı onları da cezbedebilmektedir.

İnsanlar festival amacıyla ziyaret ettikleri bölgelerde hem eğlenip hem de yanında sunulan satış vs. gibi farklı hizmetlerden yararlanarak o bölgeye ait ürünlerden hatıra vs. amaçlı satın alırken, bölge insanının da bu ziyaretten gelir elde etmesine vesile olmaktadır. Sanatsal etkinlikler, sanatsal ve kültürel anlamda bölgenin gelişmesine katkı sağlarken, ziyaretçiler ve bölge halkı arasındaki kültürel etkileşime de katkıda bulunmaktadır. Kimi ziyaretçilerin özel ilgi alanları olmasından dolayı ve tamamen keşif, merak gibi duygularla uzak bölgelerden sırf bu etkinliklere katılmak amacıyla geldikleri de gözlemlenebilmektedir. Bölgeye farklı amaçlarla gelen kişilerin de etkinliklere katılmak amacıyla konaklama sürelerini uzatabilmeleri mümkündür. Ayrıca etkinliklerin ücretli olması da mevcut ziyaretlerden ek gelirler elde edilmesine de sebep olmaktadır.

Tiyatro, festival, konser, pandomim, mapping gibi gösteriler amfi tiyatroda uygulanabilirse hem etkinlik potansiyelinde yükselme yaşanır. Hem de daha fazla seçenek sunulmasıyla ziyaretçilerin ilgisini çekmek konusunda oldukça büyük adımlar atılmış olur. Bölgede klasik etkinliklerden ziyade Dünyanın birçok yerinde kabul görmüş ve ilgi çeken pandomim sanatının cazibesiyle seçici turistlerin de ilgilerinin çekilmesi sağlanabilir. Aynı şekilde mapping uygulaması da oldukça ilgi çekici bir uygulamadır. Kapadokya'da bazı bölgelerde uygulanmaktır. Mini Kapadokya'da da uygulanabilmesi için oldukça elverişli bir ortam mevcuttur. Mevcut potansiyeli geliştirerek amfi tiyatronun geliştirilmesine ağırlık verilmesi hem de mapping uygulamasının yapılması için gerekli olan teknik donanımların sağlanması ve konu hakkında bilgi sahibi, tecrübeli personellerin istihdam edilmesiyle Zelve'de uygulandığı gibi geçmişten bugüne kadar Kapadokya'nın tüm tarihini izleyicilerle buluşturarak; sorumluluk sahibi, kültür, gelenek, görenek, inançlara ilgi duyan turistleri

bölgede ağırlamak ve destinasyonu tekrar ziyaret etme düşüncesini oluşturabilmek mümkündür.

Sadece söz konusu destinasyona fayda sağlamakla kalmayıp, mapping uygulamasında gördüğü birçok oluşumu merak eden, kısacası geniş bir Kapadokya tanıtımının da gerçekleştirilmiş olduğu uygulama aracılığıyla bölgede bulunmayan ancak, Kapadokya içerisinde yer alan başka doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri de gezme isteği turistin kafasında yer edebilmekle birlikte, sadece Mustafapaşa'da değil Kapadokya'nın diğer bölgelerinde de turizmin gelişmesine katkı sağlanması mümkündür.

4.11. Kapadokya Atlar Ülkesinde Spor Turizminde Önemli Yere Sahip Atlı Turizmin Geliştirilmesi İçin, At Çiftliği ve Manej Yapımı İçin Yer Tespitinin Yapılması, At Binme Güzergâhının Hazırlanması

4.11.1. Kapadokya Yöresi Spor Turizmi ve Atçılık

4.11.1.1. Spor Turizmi

Spor turizmi kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak seyahat etmeleridir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere spor turizminde üç faktör ön plana çıkmaktadır. Bunlar; oyunlara aktif olarak katılmak, faaliyetlere katılanları desteklemek ve bu aktivitelerin gerçekleştirildiği mekanları ziyaret etmektir. Buna göre; spor turizmine yönelik faaliyetler de üç şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi, aktif olarak faaliyetlere katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, ikincisi, doğrudan faaliyetlere katılmayıp seyirci olarak katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, üçüncüsü ise aktif sporcu olmayıp, sportif faaliyetlerde bulunmak isteyenlere yönelik turizm faaliyetleridir (Öztürk vd, 5).

Mustafapaşa beldesinde trekking-hiking(doğa yürüyüşü), horse riding(at biniciliği), cycling(bisiklet) ve oryantiring gibi spor türleri yapılmaktadır.

Şekil 88: Mustafapaşa spor haritası

4.11.1.1.1. Nevşehir'de Yapılan Doğa Turizmi Sporları

4.11.1.1.1.1. Bisiklet Turları

Bölgede düzenlenen bisiklet yarışları, uluslararası düzeyde olup ilk kez 2012 yılında resmi olarak UCI Dünya Kupaları programına giren eliminator (XCE) yarışları Ürgüp'te düzenlenmiştir. Nevşehir ilinde yapılan bisiklet turları için güzergâh bilgileri aşağıdaki tabloda verilmiştir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Tablo 41: Nevşehir İlinde Yapılan Bisiklet Turları İçin Güzergah Bilgileri

Bisiklet Turları Güzergahları	Bisiklet Turlarının Uzunluğu (km)	Turların Zorluk Derecelikleri
Cemilköy	90,66 km	Orta zorlukta
Avanos	109,09 km	Orta zorlukta
Avanos	45,02 km	Orta zorlukta
Ürgüp	106,48 km	Orta zorlukta
Derinkuyu	55,32 km	Orta zorlukta
Göreme Tarihi Milli Parkı	40,56 km	Orta zorlukta
Ürgüp	52,8 km	Orta zorlukta

Kaynak: Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Bisiklet turizmi hem ulaşım hem de rekreasyon deneyimlerini içeren olumlu bir aktivite olarak tanımlanabilir (Chang vd., 2003: 1676). Turizmde rekreasyon faaliyetlerinin ve ulaşımın önemi düşünüldüğünde bisiklet turizmindeki gelişmeleri anlamak daha kolay hale gelmektedir. Bisiklet turizmine yönelik talebin artmasıyla talebe yönelik hizmetlerde de gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmeler içerisinde bisiklet yolu projelerini, bisiklet festivallerini, bisiklet kafelerini, bisiklet otellerini ve adı bisiklet turizmiyle özdeşleşmeye başlamış destinasyonları saymak mümkündür (Genç vd., 885).

Şekil 89: Bisiklet Turu Yapan Turistler

Kaynak: http://www.fibhaber.com

4.11.1.1.1.2. Kış Sporları

Raket Turu (Hedikle Yürüyüş) olarak isimlendirilen bu spor ile kış mevsiminde Kapadokya'nın karlarla kaplı ve sakin doğasında raketlerle kar yürüyüşleri düzenlenmekte, bölgenin zenginliklerinin kışın da keşfedilmesi imkânı da sağlanmaktadır (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 90: Hedikle Yürüyüş Yapan Turistler

Kaynak: http://montis.com.tr

4.11.1.1.1.3. Golf

Turizmle ilgilenen küçükten büyüğe her destinasyon için ürün çeşitliliğini sağlamak, turizm sezonunu uzatmak ve yüksek gelirli turist çekmek amacına yönelik akla gelen turizm türleri arasında kuşkusuz golf turizmi önemli bir yer tutmaktadır. Bu önem golf turistlerinin profilleri incelendiğinde net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Türkiye'ye golf turizmi kapsamında gelen turistler üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre golf turistlerinin %28,1'i 3000 Avro ve üzerinde harcama yapmakta ve %54'ü 3000 Avro ve üzeri aylık gelire sahiptir (Artuğer vd., 2008: 669).

Uluslararası golf pazarı, 27,4 milyon Amerikalı, 5,5 milyon Avrupalı, 14 milyon Japon ve 5,95 milyon Kanadalı olmak üzere yaklaşık 57 milyonun üzerinde golfçüden oluşmaktadır (Hennessey vd., 2008: 6). Dünyada golf amaçlı seyahatler millet olarak en çok Japonlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Japonya'da golf sahası yapımına uygun arazi kıtlığından dolayı talebin karşılanamaması Japon turistleri uluslararası golf turizmi içerisinde önemli bir noktaya getirmektedir (Çetin, 2008: 20).

Yukarıda bahsettiğimiz gibi uluslararası golf turizmi pazarında en önemli payın Japonlardan oluştuğu bilgisi ile TÜİK 2014 verilerinde yer alan Türkiye'yi ziyaret eden 880 Japon turistlerin neredeyse tamamı Kapadokya'yı ziyaret amaçlı gelmekte ve Kapadokya'yı ziyaret eden toplam turist sayısının içerisinde Japon turistler %10'a tekabül etmektedir (Ahiler Kalkınma Ajansı) bilgisi Kapadokya bölgesinde golf turizmine yönelmek için geçerli bir neden olarak karşımıza çıkmaktadır. Kapadokya bölgesi için gerekli yatırımların yapılması durumunda sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerinin de desteğiyle dünyanın her yerinden golf turistlerinin ilgisini çekebileceğini söylemek mümkündür. Bu düşünceye paralel bir düşünce Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013'de de yer almıştır ve golf alanları ile bölgenin cazibesinin artırılması amacıyla 18 delikli 5 golf turizmi tesisi yapımı önerilmiştir. Ayrıca Türkiye Golf Federasyonu tarafından golf sahası yapımı için önerilen yatırım bölgeleri arasında Kapadokya 4 saha ile yer almaktadır (Türkiye Golf Federasyonu). Bunlar; Avanos, Çat, Mustafapaşa, Uçhisar'dır.

Avanos golf sahası: Avanos Çavuşin Köyü sınırları içindeki 1.000.000 m2'lik alan, Kültür ve Turizm Bakanlığı 2005/1 numaralı Kamu Arazisi Tahsis Duyurusu ile golf sahası olarak ilan edilmiştir.

Musatafapaşa golf sahası: Özel turizm yatırımcıları tarafından Mustafapaşa'da golf sahaları yapımı için girişimler bulunmaktadır.

Çat golf sahası: Çat kasabasında da büyük bir alanda golf sahası yapımı için kamulaştırma çalışmaları tamamlanmış ve 534 yatak kapasiteli 5 yıldızlı otel ve golf tesisi yapımı yatırım aşamasına gelmiştir.

Uçhisar golf sahası: Acıgöl'e bağlı Tatlarin Kasabasında golf sahası yapılması için bazı tarım arazilerinin turizm alanı ilan edilmesi çalışmaları devam etmektedir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 91: Golf Oynayan Turistler

Kaynak: http://www.kapadokya.gov.tr

4.11.1.1.1.4. At Biniciliği

Nevşehir'de doğa yürüyüşü yapılan alanların çoğunda atlı doğa yürüyüşü yapmak mümkündür. İlde turizm amaçlı at biniciliği Avanos, Mustafapaşa, Gomeda Vadisi, Zelve, Paşabağları, Sarıhan, Zemi Deresi, Kılıçlar Vadisi, Çat Vadisi, Devrent vadisi ile Aksaray Güzelyurt (Gelveri)'a kadar uzanan güzergâhlarda yapılmaktadır. Ayrıca bölgede binicilik dersleri de verilmektedir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 92: Atlı Gezi Yapan Turistler

Kaynak: http://www.gezidokya.com

4.11.1.1.1.5. Yamaç Paraşütü

Nevşehir ili hava sporlarının turizm faaliyetlerine yansıması adına en öne çıkmış illerinden biridir. Yamaç paraşütünün, ilgili birimler tarafından öğrenildiği kadarıyla Ürgüp, Uçhisar ve Göreme'de yapıldığı bilinmektedir. Otel işletmelerinin kazançlarının en önemli bileşeninin balon turu satışları olduğu bilinen bölgede irili ufaklı onlarca balon firması bulunmaktadır. Bunun yanı sıra son zamanlarda ilde yamaç paraşütünü geliştirmek için de çalışmalar devam etmekte olup yapılması planlanan nazım imar planında Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün uzman görüşleri alınarak uygun alanlarda yamaç paraşütünün yapılması önerilmektedir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 93: Kapadokya'da Yamaç Paraşütü Yapan Turistler

Kaynak: http://www.radikal.com.tr

4.11.1.1.1.6.Kamp ve Karavan

Kamp karavan faaliyetleri için Nevşehir'deki en uygun alanlardan biri Göreme olup bu alanda hizmet veren firmalar bulunmaktadır. Kamp karavan alanlarında turistlerin her türlü ihtiyaçlarını karşılayacakları alanlar bulunmaktadır. Buralarda konaklayan turistlerin genel anlamıyla memnun oldukları görülmektedir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 94: Kapadokya'da Kamp Yapan Turistler

Kaynak: https://tr.pinterest.com

4.11.1.1.1.7.Balon Turizmi

Kapadokya Bölgesinde balon turizmi 1991 yılında Türk Hava Kurumu ile başlamıştır. Ancak 2006 yılından itibaren diğer balon işletmelerinin açılması ile aktif hale gelmiştir. 10 yıldan fazla olmak üzere balon turizmi Kapadokya'nın simgesi haline gelmiştir.

Günümüzde Kapadokya Bölgesindeki balon uçuşları Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün denetimleri altında yapılmaktadır. Sürekli denetim halinde olan balon işletmelerinin kurallara uyması ve denetim puanlamasından geçmesi ile birlikte uçuşlarına izin verilmektedir. Uçuş sırasında her bir balon sepetinde kontrol pilotunun olması zorunludur. Kontrol Pilotu Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünün eğitimleri sonucunda belirlenen ve başarılı olan pilotlardan oluşmaktadır (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Şekil 95: Balon Turizmine Katılan Turistler

Kaynak https://www.yenisafak.com

4.11.1.1.1.8. Oryantiring

Oryantiring doğal ve kültürel mekânlarda, çıkış, kontrol noktaları (hedefler) ve varış arasındaki en uygun rotayı seçerek, özel olarak hazırlanmış harita ve pusula yardımı ile koşarak, yürüyerek veya kayak, bisiklet, kano gibi çeşitli araçlarla harita üzerine çizilmiş rotayı en kısa zamanda geçme ve yolculuk etme etkinliğidir (Özaltın vd., 2006). Uluslararası Oryantiring Federasyonu'nun kabul ettiği dört oryantiring disiplini vardır. Bunlar (İnternational Orienteering Federation, 2015):

a-Koşarak veya yürüyerek yapılan (Foot) oryantiring

b-Kar kayağıile (Ski) oryantiring

c-Dağ bisikleti ile (Mountain Bike) oryantiring

d-Bedensel engelliler için (Trail) oryantiring (Zamana karşı yapılmaz)

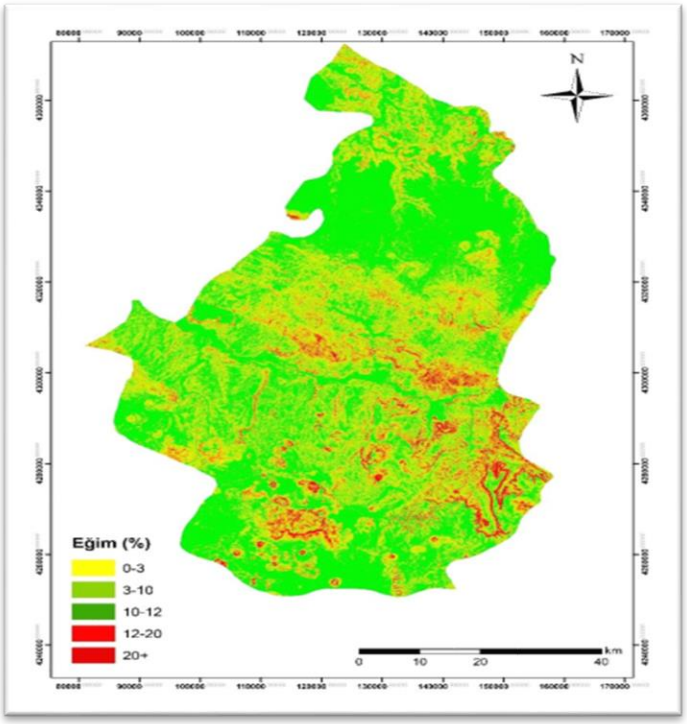
Bunlar dışında yapıldığı araziye, kurallarına ve zamana göre skor oryantiringi, bayrak oryantiringi, gece oryantiringi, park oryantiringi, macera yarışları, dağ maratonu ve atlı oryantiring gibi pek çok oryantiring türü vardır. Atlı oryantiring ise belirlenen parkurda

yarışmaya katılan sporcuların atları ile hedefleri bulunması şeklinde gerçekleştirilmektedir (Güngör, 2016: 84-85).

Oryantiring sporunun Nevşehir ilinde yapılmaya başlanması profesyonel anlamda birkaç yıllık bir geçmişe sahiptir. Oryantiring sporunda genellikle ormanlık arazilerin tercih edilmektedir. Nevşehir'de ise peri bacalarının yaygın olduğu alanlarda oryantiring yapılmaya başlanmış ve taş orman deyimi ortaya çıkmıştır. Nevşehir'de oryantiring faaliyetlerinin arttırılması amacıyla yaklaşık 25 km^2 alanın haritası üretilmiştir. Mustafapaşa ve Göreme ilçelerinde yaklaşık 10 km^2, Gülşehir ilçesinde ise yaklaşık 5km^2 'lik sahanın haritaları mevcuttur. Bu alanlarda federasyon tarafından düzenlenen yarışmalar tertip edilmiş ulusal ve uluslararası faaliyetler yürütülmüştür. Nevşehir'de yörenin ve Oryantiring faaliyetlerinin tanıtımı amacıyla dünyada ilk olma özelliğine sahip atlı Oryantiring yarışması gerçekleştirilmiştir. Nevşehir'de alternatif turizm etkinliği ve ürün çeşitliliği oluşturmada, Kapadokya ile tarihsel bir bağı bulunan atın kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır (Güngör, 2016). Bu anlamda atlı oryantiring faaliyetinin sahanın turistik değerini arttıracağı araştırmacı tarafından ortaya konulmuştur (İmamoğlu vd., 2018: 223).

4.11.1.1.1.8.1. Oryantiringe Uygun Sahalar

Nevşehir ulaşım ve konaklama ihtiyaçlarının rahatlıkla karşılanabileceği bir coğrafyadır. Ayrıca belirlenen müsabaka alanlarına ulaşım, kısa süreli ve kolay olacaktır. Bu yönleri ile Nevşehir'in müsabakalara uygun olduğu düşünülmektedir. Koruma alanları içerisinde yer alan sahalarda uygun alanların belirlenmesi de mümkündür. Kayalık Kapadokya diye adlandırılan koruma alanı içerisinde oryantiring haritası yapılmış ve daha önce müsabaka düzenlenmiş alanlar bulunmaktadır. Fakat bu sahalar ile ilgili izinlerin kapsamlı bir şekilde alınması ayrıca oryantiringin sahadaki negatif etkileri konusunda detaylı çalışmaların yapılması gerekmektedir. Nevşehir ili genelinde haritası yapılan sahaların toplam alanını çok daha yükseğe taşımak hedeflenmektedir. Bu amaçla uygun eğim ve topoğrafyaya sahip alanlar incelenmeli ve bu alanların haritalanmasına ilişkin çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmada özellikle yüksek eğimli sahaların haritası çıkartılarak oryantiringe uygun olmayan sahaların kapladığı alan tespit edilmiştir. Elde edilen haritaya göre Nevşehir ilinde yüksek eğim değerlerine sahip alanlar bulunmaktadır. Eğimin yüksek olduğu alanlar genellikle badlands arazilere denk gelmektedir. Bu araziler parkur düzenleyenler için de yarışçılar için de doğal topografik engel teşkil etmektedir (İmamoğlu vd., 2018: 223).



Şekil 96: Nevşehir İli Eğim Haritası

Kaynak: İmamoğlu vd., 2018: 223

Ülkemizde oryantiring sahalarının haritalandırılması konusunda az sayıda insan bilgi ve tecrübe sahibidir. Bu kişilerin sayısının artması Nevşehir'in yanı sıra başka yerlerinde haritalanması ve oryantiring sporunun gelişmesi açısından önemlidir.

Şekil 97: Oryantiring Yapan Sporcular

Kaynak: https://www.aksam.com.tr

4.11.1.1.1.9. Doğa Yürüyüşü / Trekking

Türkçe'de doğa yürüyüşü olarak adlandırılan trekking faaliyeti doğa sporlarının en hafif kollarından birisidir (www.antalyabugun.com, Ardahan, 2011). Trekking faaliyeti belirli bir mesafedeki yürüyüş dâhilinde yerel alanları ziyaret etmeyi, akarsulardan geçmek gibi macera

faaliyetlerini, doğal ve manzarası güzel görüntülerin keyfinin çıkarılmasını kapsamaktadır (Weaver, 2001: 75).

Trekking rotalarının zorluk dereceleri olmakla beraber süreleri üzerine tartışmalar söz konusudur. Trekking rotalarının bir günlükten bir aya kadar uzunlukta olabileceği (Erdoğan, 2003: 131) düşüncesine karşın trekking faaliyetinin gün içerisinde tamamlanan bir aktivite olduğunu, gece kamp yapmayı içermeyen bir aktivite (www.antalyabugun.com, Ardahan, 2011) olduğunu belirten düşüncelerde mevcuttur. Burada önemli olan zorlu bir rota seçildiği takdirde tüm ekipmanların eksiksiz bir şekilde bulundurulması ve rotayı ayrıntılarıyla bilen bir rehberin kafileye katılımının sağlanmasıdır.

Türkiye'de yerli ve yabancı olmak üzere doğa yürüyüşçüsü/trekçi sayısında artış gözükmektedir ve en çok tercih edilen programlar arkeolojik ve kültürel konularla bağlantılı olanlardır (Erdoğan, 2003: 132). Bu bilgi doğrultusunda arkeolojik ve kültürel çekicilikleri bünyesinde barındıran vadileriyle Kapadokya bölgesinin doğa yürüyüşçülerinin/trekçilerin ilgisini çekmesinin normal olduğunu söylemek mümkündür. Kapadokya'da seyahat acenteleri tarafından sıklıkla kullanılan rotalar şu şekildedir: Bağlıdere Vadisi, Zemi Vadisi, Kızılçukur Vadisi, Güvercinlik Vadisi, Görkündere Vadisi, Gomeda ve Üzengi Vadileri, Güllüdere-1 ve Güllüdere-2 Vadileri, Meskendir Vadisi, Çat ve Fırınasma Vadisileri, Balkandere Vadisi, Ihlara Vadisi, Manastırlar Vadisi (www.kaphib.org).

Şekil 98: Doğa Yürüyüşü (Trekking) Yapan Turistler
Kaynak: http://www.fibhaber.com

4.11.2. Kapadokya Yöresi Atçılık, At Çiftlikleri

Nevşehir'de alternatif turizm etkinliği ve ürün çeşitliliği oluşturmada, Kapadokya ile tarihsel bir bağı bulunan atın kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Sahada son yıllarda hızlı bir gelişme gösteren alternatif turizm etkinliklerinden biri atlı doğa yürüyüşleridir. Atlı doğa yürüyüşleri tarihi ve doğal güzelliklerin bulunduğu sahalarda düzenlenen günübirlik veya birkaç günlük gezi programları ile gerçekleştirilmektedir. Bu etkinlik at üstünde safari (grup lideri gözetiminde, temposu hızlı, gerektiğinde dik iniş ve çıkışları içeren binişler), oryantiring (arazi tecrübesi olan binicilerin, her ay yenilenen parkurlarda yerleştirilen hedefleri, kroki ve pusula yardımı ile bulmalarından oluşan eğlenceli yarışlar) veya birkaç günlük konaklamalı turlar şeklinde yapılmaktadır (Akpınar vd., 2010: 1587).

Şekil 99: Atlı Gezi Yapan Turistler

Kaynak: http://kirkitadventure.com

Pers dilinde Katpatuka (Güzel Atlar Ülkesi) olarak bilinen Kapadokya'da, Kapadokya ile tarihsel bir bağı bulunan atın alternatif turizm ürünü oluşturmada vitrine çıkarılması giderek yaygınlaşmaktadır (Güngör, 2016: 81). Artan talebe bakılarak; bu girişimin Kapadokya adına isabetli bir karar olduğunu söylemek mümkündür. Saatlik, günlük veya haftalık olmak üzere düzenlenen turlar sayesinde turistler Kapadokya'nın doğal, tarihi ve kültürel değerlerine ve özellikle araçla ulaşılamayan vadilerine zevkli bir yolculuk yapmış olmaktadırlar. Birkaç gün süren turlarda konaklamalar isteğe bağlı olarak kamplarda, köy evlerinde veya butik otellerde yapılabilmektedir. Nevşehir il sınırları içerisinde turizme hizmet eden at çiftlikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 42: Nevşehir'deki At Çiftlikleri, Yeri ve Çiftliklerde Bulunan At Sayıları

At Çiftliğinin Adı	Yeri	Çiftlikte Bulunan At Sayısı
Kirkit Voyage	Avanos İlçesi	40
Akhal-Teke Horse Riding Center	Avanos İlçesi	40
Cemal Ranch	Ortahisar Beldesi	16
Sinosos Ranch Kapadokya	Mustafa Paşa Köyü	14
Rainbow Ranch	Göreme Beldesi	15
Dalton Brothers Çiftliği	Göreme Beldesi	25
Kadost	Göreme Beldesi	12

Kaynak: (Güngör, 2016: 88)

4.11.2.1. At Çiftliği Kavramı ve Özellikleri

4.11.2.1.1. At Çiftliği Kavramı

Atların yetiştirilerek, bakımlarının yapıldığı ve hayvanların rahat bir şekilde hareket etmelerinin sağlandığı alanların yerleşmiş olduğu tesisler, at çiftliği ya da hara olarak adlandırılmaktadır. At çiftliği açmak günümüzde özellik ile binicilik olarak adlandırılan sportif

faaliyetlere duyulan ihtiyaca cevap vermek maksadı ile kurulabilecek işletmelerin genel tanımıdır. Böyle bir çiftlik tesis etmek için, uyulması gereken belli kaideler bulunmaktadır.

4.11.2.1.2. At Çiftliğinin Özellikleri

At çiftliği açmak için gerekenler listesinin başında, en az 5000 m^2'lik bir alan gelmektedir. Atların dolaşabileceği, eğitimlerinin verilebileceği ve serbest bir şekilde otlayacağı alanlara ait zeminlerin hazırlanması ile ahırların uygun teknikler ile inşa edilmesi, gereken diğer hususların arasında yer almaktadır. Ayrıca, aşağıda belirtilen hususlarda, uygun bir at çiftliği kurulmasının değişmez ilkeleri arasında yer almaktadır.

• Ahırların zemin kısımları, her zaman kuru kalmayı sağlayacak şekilde geçirgen bir malzeme kullanılarak inşa edilmelidir.

• Atın gerek yıkama suyu gerek ise idrarı, bu geçirgen malzemeden drene edilmeli ve neticesinde zemin hız ile kurumalıdır.

• Atların eğitim alanlarının aynı niteliğe sahip malzeme ile yapılması, hayvanların çamurdan ve dolayısı ile bakterilerden korunmasına fayda sağlayacaktır.

• Atların serbest olarak dolandığı ve otlandığı alanlardaki bitkilerin sulama işlemlerinin, itina ile yapılması, aşırı nemlenmeyi engelleyecek ve bu sayede atlara mantar, küf ve zararlı bakteriler bulaşmayacaktır.

4.11.2.2. At Çiftliği ve Manej Alanı

1. Çiftlikte Arap, İngiliz, Avrupa, Pony ve Shetland ırkı olmak üzere 24 adet at bulunmaktadır.
2. Atlar kaba (yonca, çayır otu) ve keşif (arpa, yulaf, kepek) yem yerler. İçecek olarak su içerler. Kaba ve keşif yem sabah – akşam olmak üzere günde iki öğün verilmektedir. Su ise sürekli içebilmesi için otomatik musluk bulunmaktadır. İstedikleri an içebilmektedirler.
3. Atların bakımına tımar denilmektedir. Tımar sabah yemden sonra yapılmaktadır. Kaşağı denilen demir ekipmanla atın vücudu oval şekilde hafif bastırılarak yapılmaktadır. Daha sonra yumuşak fırça ile yüzeye çıkan toz ve ölü deri temizlenmektedir. Bu işlem ata sabah ve akşam olmak üzere günde iki kez yapılmaktadır.
4. Atların aşıları ise atlar gençken uygulanmaktadır. Daha sonra altı ayda bir parazit ilaçları oral yolla verilir.
5. Çiftlikte 3 seyis, 1 antrenör olmak üzere toplam 4 kişi çalışmaktadır. Seyis at bakıcısı demektir. Atların günlük, haftalık, aylık bakımlarını yapmaktadırlar. Antrenörler ise çiftliğe gelenlere ata nasıl binecekleri konusunda yardımcı olmaktadırlar.

6. Çiftlikte toplam beş bölüm vardır. Bunlar; tavla (atların kaldığı alan-ahır), yem-ot deposu, açık manej, kapalı manej ve padoktur.

   Tavla; atların vaktinin çoğunu geçirdiği yerdir. Yem ve su ihtiyacını da karşıladığı yerdir evi de diyebiliriz.

   Yem-ot deposu; yem ve otların muhafaza edildiği zarar görmemesi için tutulduğu kapalı alandır.

   Açık ve kapalı manej; atların ve binicilerin eğitimlerinin yapıldığı yerlerdir.

   Padok; atın serbest dolaşması için bırakılan yerdir.
7. Çiftliğe gelen ziyaretçilere ilk önce çiftlik hakkında ve atlar hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra at ile kısa bir tur yapmak isterse gezinti şeklinde tur binişleri yapabilmektedirler. Daha sonra profesyonelce ata binmek isterlerse özel ders alabilmektedirler.
8. Ortalama biniş süresi yarım saattir ve fiyatı 125 TL'dir.
9. 24 atın olduğu bir çiftlikte yaklaşık olarak satın alınacak atın maliyeti yaz – kış olmak üzere atların maliyeti değişmektedir. Atların sağlığına, kalitesine göre minimum at fiyatları 2 bin ile 7 bin TL arasında değişmektedir. Ortalama 5.000 TL'dir.
10. İşletmede; işletme giderleri, personel giderleri ve at giderleri olmak üzere üç gider vardır. İşletme giderleri; elektrik, su, tamir-tadilat giderleridir. Personel giderleri; konaklama, yeme-içme giderleridir. Atların giderleri, su gideri, altının kuru kalması için talaş gideri, kaba ve keşif yem gideri, 45 günde bir kesilen tırnak ve çakılan nal gideri, periyodik şekilde verilen parazit giderleridir. (Hastalık, yaralanma, kaza durumlarında çıkacak veteriner masrafları vardır.)
11. İşletme giderleri, personel giderleri ve atların giderlerini düşünürsek aylık ortalama 40 bin ile 50 bin arası masraf gideri vardır.
12. Ortalama hafta içi 250, hafta sonu 200 kişi katılımı, aylık ortalama 1900 ziyaretçi beklenmektedir. Bu da yaklaşık günlük 63 kişi etmektedir.
13. At çiftliklerinin çevreye verdiği zarar vermesi ile ilgili bir rapor bulunmamaktadır.

4.10.2.3. Mini Kapadokya Atçılık ve Antrenörlük

Atlarının eğitimleri ve çalışmaları yasal zorunluluk nedeniyle ancak yüksekokul mezunu bir antrenör gözetiminde yapılabilmektedir, yarışmalarda da ancak antrenör eşliğinde çıkmalarına izin verilmektedir.

At antrenörlüğü konusunda çok yönlü bir eğitim alan öğrencilerimiz, yüksekokula ait açık ve kapalı manejde biniciliği de ileri derecede öğrenmektedirler. Mezun olduklarında hipodromlar, binicilik kulüpleri, haralar, turistik tesisler, at çiftlikleri, kısacası sektörün her alanında aranılan elemanlar haline gelmektedirler (https://www.kapadokya.edu.tr).

Mini Kapadokya projesi kapsamındaki at çiftliğimiz, Kapadokya Üniversitesi Atçılık ve Antrenörlüğü bölümü ile işletilecektir.

4.12. Yöresel Tarım Ürünlerinin Değerlendirileceği Bir Kafeterya Kurulması Amacıyla Yer Tespitinin Yapılması ve İşletme Modeli

4.12.1. Yöresel Tarım Ürünü ve Nevşehir

Yerel tarımsal ürün; yaşadığınız il, ülke ya da bölgeye yakın yerlerde yetiştirilmiş yiyecek anlamına gelmektedir. Tüm dünyada gelişmeye başlayan yerel gıda hareketi hem lokal ekonomiyi desteklemekte hem de çevresel sürdürebilirlik anlamında önemlidir. Bu noktada yerel tarım ürünleri ve bu ürünlerin özellikle üretildiği ilde yoğun olarak tercih edilmesi, çiftçinin kalkınmasından başlamak üzere, taşıma masraflarının azalmasına, istihdam olanaklarının yerel olarak artmasına, çiftçi gelirlerinin artmasına bağlı olarak yere bazda üretilen tarım ürünleri çeşidini artmasına ve hatta ülke kalkınmasına yol açmaktadır (Şahin, Miran ve Çiftçi, 2016).

Nevşehir'de turizm ile birlikte en fazla istihdamın sağlandığı sektör tarımdır. Nevşehir'de hâlihazırda 352.218 hektar alan tarıma elverişlidir. Nevşehir genelinde tarımsal üretim arazi kullanımının %58,7'sini tahıllar oluşturur. Diğer önemli ürünler üzüm başta olmak üzere patates, çekirdeklik kabak, pancar, ay çekirdeği ve baklagillerdir. Nevşehir, 2015 yılı sonu itibarıyla kabak çekirdeği ve şaraplık üzüm üretimi bakımından ülkemizde ikinci sırada, çavdar ve kuru fasulye üretimi bakımından ise ülkemizde üçüncü sırada yer almaktadır (TÜİK, 2016).

Tablo 43: Nevşehir İli 2015 Yılı, Yıllara Göre İl Genelinde Yoğun Olarak Üretilen Tarım Ürünleri

Ürün Adı	2012 (Ton)	2013 (Ton)	2014 (Ton)	2015 (Ton)
Şekerpancarı	316.461	297.883	299.329	322.299
Patates	323.200	177.620	218.952	301.039
Arpa	149.357	195.324	113.257	191.447
Üzüm (Şaraplık)	28.253	51.599	54.748	53.101
Çavdar	39.801	42.035	29.891	36.224
Üzüm (Kurutmalık)	17.873	32.155	31.117	25.663
Üzüm (Sofralık)	39.966	33.957	66.874	24.861
Fasülye (Kuru)	9.660	14.780	18.239	21.424
Yulaf	14.826	13.429	11.520	15.344
Kabak (Çerezlik)	10.423	11.810	11.752	12.746
Elma	5.683	5.880	2.046	6.053
Zerdali	5.110	2.455	0	122

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/

Nevşehir'de 2015 yılı itibariyle tarımsal üretim istatistikleri incelendiğinde 322.999 ton ile ilk sırayı şekerpancarı almaktadır. İkinci sırada ise İç Anadolu'nun verimli topraklarında

yetişen patates 301.039 ton ile yer almaktadır, ardından arpa 191.447 ton, Üzüm(şaraplık) 53.101 ton ve 36.224 ton ile tarımsal üretim sağlanan ilk 5'i oluşturmaktadır.

Tablo 44: Nevşehir İli 2017 Yılı Bitkisel ve Hayvansal Üretim Miktarı ve Değeri

Yıl	Bitkisel üretim değeri (bin TL)	Hayvansal ürünler değeri (bin TL)	Tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin üretim miktarı (ton)	Örtü altı sebze ve meyve üretim miktarı (ton)
2017	1.071.603	101.692	1.263.590	1.927
2016	964.251	100.195	1.338.077	2.142
2015	1.181.644	106.904	1.348.462	2.086
2014	906.865	137.801	1.039.992	2.107
2013	857.236	78.276	1.209.740	2.133

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/

Nevşehir ilinde 2017 yılı için tarımsal üretim değer miktarı verileri incelendiğinde bitkisel üretim değeri 1.071.603 bin TL'lik bir değer içerisinde yer alan 1.263.590 tonluk bir üretim söz konusu olmuştur. Örtü altı sebze ve meyve üretim miktarı yine aynı yılda 1.927 ton ve hayvansal üretim değeri 101.692 bin TL olarak gerçekleşmiştir.

4.12.2. Organik Tarım

Son yıllarda ülkemizde organik tarıma olan ilgi giderek artmakta ve bu konu çok konuşulmaktadır. Ancak, organik tarım kavramının içeriği tam olarak doldurulamamakta ve kavram kargaşası yaşanmaktadır.

Öncelikle, organik tarım, dil farklılıkları nedeniyle farklı ülkelerde farklı isimlerle anılmaktadır. Örneğin, İngiltere'de organik (organic), Almanya'da ekolojik (ökologish) ve Fransa'da biyolojik (bioloque) kelimeleri kullanılmaktadır. Ancak organik tarımla ilgili Avrupa Birliği organik tarım yönetmeliği (2092/91 sayılı Konsey Tüzüğü)'nde de açıkça belirtildiği gibi bunlar birbirleriyle eşanlamlıdır (Anonim, 1991).

Organik tarım kavramı hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Ancak herkes tarafından kabul edilmiş, ortak bir tanım bulunmadığı için bu tanımlar bazı tartışmaları ve görüş ayrılıklarını da beraberinde getirmektedir. Burada öncelikle Amerika Birleşik Devletleri Tarım Dairesi (USDA) tarafından teknik olarak çerçevesi çizilmiş bir tanım verilecektir. Buna göre: "Organik tarım, sentetik içerikli gübre, tarım ilaçları, büyüme düzenleyiciler ve hayvan yem katkıları kullanımını yasaklayan veya büyük ölçüde kaçınan bir üretim sistemidir. Mümkün olduğu ölçüde organik tarım sistemleri toprağı işlemek ve verimliliğini korumak, bitki besin maddeleri sağlamak, zararlı böcek, yabancı ot ve hastalıkları kontrol etmek için ürün münavebesi, bitki artıkları, hayvan gübresi, baklagiller, yeşil gübreleme, organik çiftlik artıkları ve biyolojik zararlı kontrolü işlemlerine dayanır" (USDA, 1980). Ancak, Lampkin (1990) organik tarımın sürdürülebilirlik avantajlarına daha fazla vurgu yapmış ve organik tarımı, çevresel, sosyal ve ekonomik olarak sürdürülebilir, entegre bir tarım sistemi oluşturma amacını

güden bir tarım yaklaşımı olarak tanımlamaktadır. Kimyasal veya organik kökenli olsun, çiftlik dışı tarımsal girdilere olan bağımlılığın mümkün olduğunca azaltılması gerektiğini vurgulamıştır.

4.12.3. Coğrafi İşaret

Türk Patent Enstitüsü'nün "kalitesi veya ününü belirli bir coğrafi yöreye borçlu olan ürünleri adlandırmak için kullanılan işaretler" (Türk Patent Enstitüsü, 2017) olarak tanımladığı coğrafi işaret kavramı, ürünlerin katma değeri açısından oldukça önemlidir. Fikri mülkiyet hukuku kuralları çerçevesinde değerlendirildiği görülen coğrafi işaretler, ürünün meydana geldiği coğrafyadan bağımsız olarak değerlendirilemezler. Bu oluşumda coğrafi işaretlerin serüveni Avrupa'da 13. yüzyıla kadar uzanmaktadır.

Coğrafi işaret ile tescil etmede en gelişmiş ülkelerin, Fransa ve İtalya olduğu bilinmektedir (Tekelioğlu ve Demirer, 2008). Doğan'a (2015) göre coğrafi işaretleri, belirgin bir niteliği olan, ünü ya da diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünleri gösteren işaretler olarak tanımlamak mümkündür (Doğan, 2015).Coğrafi işaretlerin belirgin bir niteliğinin, ününün veya diğer özellikleri itibariyle kökeninin bulunduğu bir yöre, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü nitelemesi gerekmektedir (Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013).

Yöresel ürünler taklitlerine karşı korunabilmek ve haksız rekabete maruz kalmamak için ulusal ve uluslararası düzeyde coğrafi işaretler ile korunma altına alınmışlardır. Coğrafi işaretler tüketiciler için bir kalite güvencesidir. Coğrafi işaretler, yöresel ürüne önemli katkılar sağlamaktadır. Üreticinin gelir artışına, kırsal turizme, kırsal nüfusun farklı iş alanlarına yönelmesine katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretler ürün kalitesini garanti etmek, ürünün tanınmışlığını ve katma değeri arttırmaları bunun yanında o yöreye ekonomik katkı sağlamaları açısından oldukça önemlidir. Üreticileri korumanın yanında tüketicileri de korumaktadır.

Türkiye' de mevzuatta coğrafi işaret tanımının geniş olması nedeniyle gıda ürünlerinin yanı sıra halı, kilim, çini gibi el sanatları ürünleri ve bazı hayvan ırkları da coğrafi işaretli ürün olarak kabul edilmektedir.

Coğrafi işaretli ürünler destinasyon pazarlama stratejileri kapsamında marka imajı ve marka kimliği ile ilişkilendirilerek destinasyonların üzerinde önemle durduğu konular arasında yer almaktadır. Destinasyon pazarlaması; bir coğrafi alanın kendine has özellikleri ve çekiciliklerine uygun olarak oluşturulan destinasyon marka ve kimliğinin, o destinasyonu tercih etmesi beklenen potansiyel hedef kitlelere yönelik olarak etkin iletişim çalışmaları ile daha çekici hale getirilmesini amaçlayan faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Bardakoğlu ve Pala, 2009: 322). Risklerin azaltılması ve daha etkin destinasyon pazarlaması için bir ülkenin tek destinasyon ve tek turistik ürün olarak pazarlanması anlayışı terk edilerek, ülkelerin çeşitli bölgeleri ve belli destinasyonlarının turistik ürün kimlikleri ön plana çıkarılarak bölgesel ve destinasyon temelli turistik tanıtım ve pazarlama anlayışı gittikçe artmaktadır. Bu bağlamda

coğrafi işaretli ürünlerin etkin bir iletişim aracı olarak destinasyon pazarlama faaliyetlerinde önemi giderek artmaktadır.

4.12.3.1. Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler

Türkiye'de 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'ye göre coğrafi işaret belirgin bir niteliği, ün ya da diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşlemiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Coğrafi işaretler menşe ve mahreç işareti olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bir ürünün menşe adını taşıması için aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir:

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge ya da çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması,
- Tüm özelliklerini veya esas niteliğini veya özeliklerinin bu yöre, alan veya bölgeye özgü coğrafi unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması,
- Üretimi, işlenmesi ve diğer tüm işlemlerinin tamamıyla bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması
- Menşe adını taşıyan ürünler sadece ait oldukları bölgede üretilmektedirler. Başka bir ifadeyle, ürünün üretim süreçlerinin tümü o bölgede gerçekleşiyorsa menşe adı ile tescil edilebilir. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge aşağıdaki şartların sağlanması mahreç işaretini belirtir.
- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması,
- Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması,
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması,
- Coğrafi işaretlerin tescili için yetkili mercii Türk Patent Enstitüsü'dür ve yurt içinden veya yurt dışından yapılan tüm başvurular Türk Patent Enstitüsü' ne ya da onun yetkili kıldığı makama yapılır (TPE, 2018).

Mahreç işaretinde dikkat edilmesi gereken nokta ürün kalitesinin aynı olması ve o bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynısının kullanılması gerektiğidir (Gökovalı, 2007). Mersin cezeryesi, zile pekmezi mahreç adı ile korunan ürünlere örnek teşkil ederken Maraş dondurması, gemlik zeytini de menşe adı ile korunan ürünlere örnektir (Türk Patent Enstitüsü, 2014).

Türkiye'de 1995 yılından günümüze kadar olan süreçte 111 menşei adı ve 225 mahreç işareti olmak üzere tescil edilen toplam coğrafi işaretli ürün sayısı 336 adet, başvuru aşamasındaki ürün sayısı ise 421 adettir. Coğrafi işaretli ürün tescili başvuru sayısındaki artış; Türkiye'de kendine has özellikler taşıyan yöresel ürün zenginliği ve coğrafi işaretlemenin ürünün tescillenmesi açısından öneminin idrak edilmesinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Coğrafi işaretli ürünler kültürel miras niteliği taşıyan geleneksel ürünler olduğu için, üretildiği bölgede yaşayan insanların yaşam tarzları ve geçmişleri hakkında merak uyandırarak, tüketicileri ürünün ait olduğu bölgeye çekmekte ve bu sayede destinasyonların tanıtımına katkı sağlamaktadır.

Coğrafi işaretli ürünler, destinasyon imajını güçlendirerek, markalaşmayı ve bölgesel turizmin güçlendirilmesine de hizmet etmektedir. Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlere ait tescil belgeleri incelendiğinde en fazla coğrafi işaret tescili bulunan illerin başında sahip olduğu zengin mutfak kültürü, misafirperverliği ve geleneksel ürünleri ile gastronomi turizminin önemli merkezlerinden Şanlıurfa ve Gaziantep illerinin başı çektiği, bu illeri de doğal ve tarım ürünleri ile ön plana çıkan İzmir'in takip ettiği görülmektedir. Bu durum özellikle yöresel mutfaklara merak duyan ilgililer açısından büyük önem taşımaktadır. Destinasyondaki geleneksel ve yöresel ürün potansiyelinin zenginliği bölgesel kalkınmaya katkı sağlayarak yöre insanının da refah seviyesinin artmasına yol açmaktadır (Acar, 2018).

Belirgin bir niteliği, ünü veya özelliği itibariyle, bulunduğu yöre, bölge veya ülkeyle özdeşleşmiş ürünü temsil eden ad veya işaretlere coğrafi işaret denir (http://www.tesk.org.tr/). Coğrafi işaret bölgelerin tanıtımında önemli rol oynar. Nevşehir ilinde tescillenen veya başvuru aşamasındaki geleneksel ürünler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 45: Nevşehir İli 2018 Yılı Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Adları Başvuru Durumu

Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Adı	Başvuru Tarihi	Başvuru İli	Başvuru Durumu
Avanos Çömleği	2017	Nevşehir	Tescilli
Ayhan Patlıcanı	2018	Nevşehir	Başvuru
Nevşehir Kabak Çekirdeği	2017	Nevşehir	Başvuru

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr/

2018 yılında Türk Patent Enstitüsü verileri incelendiğinde 2017 yılında Avanos Çömleği Nevşehir İline tescillenmiş bir ürün olduğu görülmektedir. Yine Nevşehir için Ayhan Patlıcanı ve Nevşehir Kabak Çekirdeği ise başvuru durumlarının henüz tecillenmek üzere başvuru durumunda olduğu görülmüştür.

Tablo 46: Nevşehir İli 2018 Yılı Tescilli Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi

Tescilli Coğrafi İşaret	Tescil Tarihi
AVANOS ÇÖMLEĞİ	25.12.2017

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr/

2017 yılında tescil kazanan Avanos Çömleği Nevşehir ilinin inceleme tarihinde tek tescil kazanmış ürün bilgisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.12.3.1.1. Helal Gıda

Helal (mahzursuz) gıda, çiftlikten çatala tümüyle İslâmî kurallara uygun olarak hazırlanan gıdayı ifade eder. Daha geniş bir açıklamayla Helal Gıda, bitkisel, hayvansal, kimyasal ya da mikrobiyal kaynaklı, gıda ürünlerinin hammadde, işlem yardımcı maddeleri, bileşenleri, katkı maddeleri, işleme yöntemleri, işletme koşulları ve ek olarak ambalajlarının İslâmî kurallara uygunluğunun ifadesidir (Yıldırım, 2011). Mahsursuz gıdaları tüketmek insan sağlığı bakımından çok önemlidir. Helal, aynı zamanda dini, hijyenik ve sağlık bakımından mahzursuz anlamına da gelmektedir. Helal, bir Müslümanın hayat standardının olmazsa olmazıdır. Müslüman ve dindar olduğunu kabul eden bir insan yediği içtiği her bir gıdanın kaynağını, üretim yöntemini, hangi bileşenler ve katkı maddelerinden oluştuğunu mutlaka bilmek ister. Ayrıca, maddi ve manevi hayatının sağlıklı bir şekilde devam edebileceğinin en önemli güvencesi olarak bilinçli ve helal dairede yiyip içmek olduğuna inanmaktadır. İslâm'dan önceki İlahî dinlerin bozulmamış hallerinde de izin verilen gıdaların tüketilmesi böylece helal gıda konusu söz konusudur. Musevi'lerin tizlikle uyguladığı Koşer standartları ve sertifikasyonu, tahrif olmuş Tevrat'ta da helal gıda konusunun önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Helal gıda kavramı ilk insan ile birlikte var olmuştur. İlk insan ve insanlığın ilk peygamberi Hz. Âdem (a.s.) ve eşi Havva'nın Allah tarafından kendilerine yasaklanmış ağacın meyvesini şeytanın aldatması ile yemeleri sonucu cennetten çıkartılmalarına neden olmuştur. Bu da Allah (c.c.)'ın izin verdiği şeyleri Helal dairesinde yiyip içmenin insanlar için ne kadar önemli olduğu sonucunu vermektedir. Ayrıca Helal Gıda kavramı Osmanlı İmparatorluğu döneminde de tüketilen gıdaların üzerine "Tahirdir" damgası vurularak "Bu gıdanın tüketilmesinde mahzur yoktur" anlamında kullanılıyordu. Bu da Helal Gıda anlayışının Osmanlı İmparatorluğu döneminde bile var olduğunu göstermektedir. Bu ise somut örnekleri ile ilgili bilgi olmasa dahi Türk tarihinde sertifikalandırma bağlamındaki uygulamaların ilki olarak değerlendirilebilir. Osmanlı'daki bu çalışmaların temelinin Peygamber Efendimiz zamanında da var olan ancak Hz. Ömer tarafından kurulan "Hisbe Teşkilatı"na dayandığı belirtilmektedir. Buradan anlaşılacağı üzere helal gıda, yeni doğmuş bir kavram olmaktan ziyade ilk insandan günümüze kadar çeşitli şekillerde adlandırılıp uygulanan sistemlerin bugünkü karşılığıdır (Yıldırım, 2011).

4.12.3.1.2. HACCP VE ISO 22000

HACCP, "Hazard Analysis of Critical Control Points" (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) teriminin ilk harflerinden oluşan bir kavramdır ve günümüzde gıda güvenliği ile eş anlamda kullanılır hale gelmiştir. Son ürün muayenesi yerine biyolojik, kimyasal ve fiziksel riskler üzerinde yoğunlaşan, gıda güvenlik risklerinin tanımlanması,

değerlendirilmesi ve kontrolü için geliştirilmiş, dünya çapında kabul görmüş sistematik ve önleyici bir yaklaşımdır. Diğer bir deyişle HACCP, yiyecek işletmesi yöneticilerinin potansiyel problemleri ortaya çıkmadan önce belirlemesine ve kontrol altına almasına yardımcı olan bir sistemdir. Gıda kaynaklı hastalıkları kontrol etme ve önleme amacıyla geliştirilen bu sistem gıdalarda mikrobiyolojik (küf, bakteri vb.), kimyasal (ilaç kalıntıları, ağır metaller vb.) ve fiziksel (cam parçası, metal parçası, saç vb.) tehlikeleri kalite ve gıda güvenliği beklentileri doğrultusunda ortadan kaldırmayı amaçlamakta ve "Gıda Güvenliği Sistemi" olarak da adlandırılmaktadır.

HACCP sisteminin uygulanabilmesi için işletmelerde ilk olarak, önkoşul programlarının kurulması ve yönetilmesi gerekmektedir. Önkoşul programlarının varlığı ve etkinliğinin, HACCP planının tasarımı ve uygulanması sürecinde değerlendirilmesi gerekirken, HACCP Standartlarında önkoşul programları, bunların izlenmesi ve değerlendirilmesi konuları yer almamıştır. Gerçekte işletmenin etkin bir gıda güvenliği yönetimi için HACCP'in temel ilkeleri ile işletmenin önkoşul programlarını oluşturan standart operasyon prosedürlerini (SOP), birleştiren bir sistemi yürütmesi gerekmektedir. Buna göre; HACCP sistemi zaman ve sıcaklık ile birleştirilen risk faktörlerini kontrol ederken, SOP, personel hijyeni, temizlik ve sanitasyon ve haşere yönetimi ile birleştirilen risk faktörlerini kontrol edecektir. Bu iki gıda güvenliği stratejisinin birleştirilmesiyle, potansiyel gıda güvenliği problemleri ortaya çıkmadan tanımlanabilmekte ve etkin bir şekilde kontrol edilebilmektedir.

4.12.4. Turistik Destinasyonlarda Restoran ve Kafe İşletmeciliği

Bir kültürü oluşturan en önemli unsurlardan birisi, gastronomik çeşitlilik içerisinde bulunan yemektir. Bir bölgeye ya da yöreye has yemekler, bölge ya da yöre için bir farkındalık unsuru olabilmektedir. Yaşamak için yemek yeme olgusunun, yemek için yaşamak durumuna dönüşmesiyle birlikte son yıllarda yemek yeme anlayışı değişmiş ve insanlarda evlerinin dışında yemek yeme alışkanlığı oluşmuştur. Böylelikle yemek yemenin fizyolojik bir ihtiyaçtan öte sosyal bir amaç taşıyan ihtiyaç haline dönüştüğü söylenebilir. Kırsal alanlara gerçekleştirilen turizm hareketi ve buralarda tüketilen gastronomik ürünler birbirini tamamlayabilmektedirler. Yeni, farklı ve yöreye özgü lezzetlerin tadımının gerçekleştirilmesi, yöreye ait farkındalıkların yaratılması ve bunların turistler tarafından fark edilip deneyimlenmesi bazı turist profilleri için bölge ya da yörenin tercihinde önemli rol üstlenmektedir.

Günümüzde insanların dışarıda yeme içme alışkanlıklarının yaygınlaşması, yeme-içmenin ihtiyacın ötesinde haz amaçlı bir aktiviteye dönüşmesi, piyasaya giriş engellerinin azlığı ve zincir işletmelerin yaygınlaşması gibi faktörler, restoran işletmeleri arasındaki rekabeti her geçen gün artırmaktadır. Restoran işletmeleri, tüketici davranışları ve piyasa yapılarında yaşanan değişimlerin baskısıyla artan rekabete karşı koyabilmek ve karlılıklarını devam

ettirebilmek için müşteri memnuniyetini ve kalıcılığını artırmaya yönelik çalışmalar yürütmektedirler (Barber vd., 2011).

Hizmet sunan işletmeler olarak restoran işletmelerini rakiplerinden farklı kılan önemli faktörlerden birisi de müşterilere daha üstün kalitede hizmet sunmaktır (Bucak ve Turan, 2016). Hizmet kalitesinin işletmeler için taşıdığı değer, müşteri memnuniyetine ve müşterilerin gelecekteki davranışlarına yapmış olduğu etkiden kaynaklanmaktadır (Ha ve Jang, 2010). Restoranlarda sunulan hizmet kalitesi düzeyi arttıkça müşteri memnuniyeti (Tan vd., 2014), müşterilerin işletmeyi tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri artmaktadır (Stevens vd., 1995). Böylece müşteri sürekliliği sağlanmakta ve satış gelirleri daha üst seviyelere çıkmaktadır (Chow vd., 2007). Bu bakımdan hizmet kalitesi, hizmet sektöründe ayırt edici yetkinliğin önemli bir kaynağı ve rekabet avantajının sürdürülebilirliğinde kritik bir unsur olarak kabul edilmektedir (Palmer, 2001, 227).

4.12.4.1. Alanda Yer Alacak Olan Restoran/Kafeterya İşletmesi İşletme Modeli ve Organizasyon Yapısı

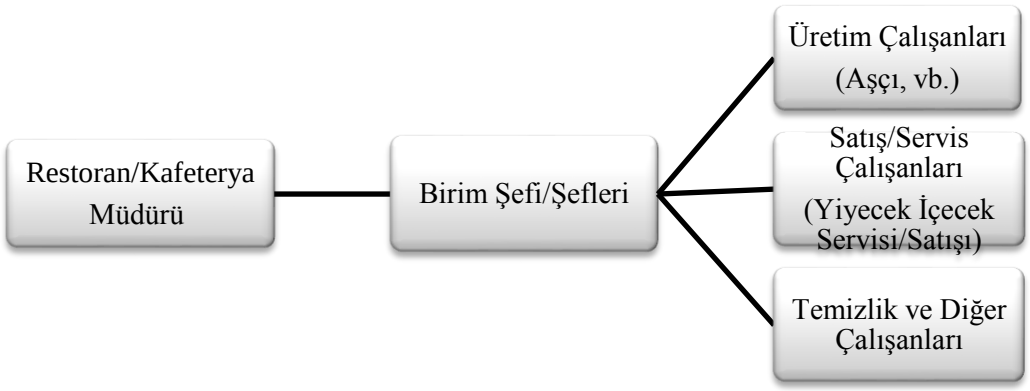
Yiyecek içecek işletmelerinde örgütlenme çalışmalarının amacı, gerekli iş ve mevkilere iş gören seçimi ve bu iş görenler arasında çalışma düzeni ve yetki sorumluluğu ilişkilerinin düzenlenmesidir. Manastır Vadisi'nde yer alması beklenen restoran/kafeteryanın işletme oluşan talebi karşılayabilmesi için temel unsurları işletme yapısı unsurlarını taşıması beklenmektedir. Bu nedenle amaca ulaşmak için gerekli olan işler ve faaliyetler daha ayrıntılı bir şekilde belirlenip benzerliklerine göre gruplara ve bölümlere ayrılır. Mini Kapadokya'da yer alacak olan bu bölümlerden biri de ziyaretçilere yiyecek içecek hizmetlerinin verileceği bölümüdür.

İşletmeler büyüdükçe iş bölümü ve uzmanlaşma gereksiniminin artması yetki ve sorumluluk alanlarının açık ve kesin olarak tanımlanmasını zorunlu kıldığından bütün diğer bölümlerde olduğu gibi yiyecek ve içecek bölümünde örgütsel yapının kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Yiyecek-içecek hizmeti endüstrisi emek-yoğundur. Teknoloji ne kadar gelişmiş olursa olsun, çok sayıda insan çalışmasını gerektirir. Bu yüzden iyi bir yönetim gerekmekte bu da yönetici ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

Yiyecek içecek yönetiminin sorumlulukları ve amaçları bulunmaktadır. Bunlar;

- Tanımlanmış bir pazar olması,
- Yiyecek içeceklerin satın alınması, teslim alınması, depolanması ve hazırlanması,
- Yiyecek içecek işletmesinin etkin bir kontrol sisteminin oluşturulması,
- Tüm departmanların eğitimi, motivasyonu ve kontrolünün sağlanması olarak sıralanabilir (Koçak, 2012: 19-20-21).



Tablo 47: Önerilen Organizasyon Yapısı

Manastır Vadisi, Mini Kapadokya'da gerçekleşmesi planlanan restoran-kafe alanında önerilen organizasyon türü temel altyapı ve üst alanların tamamlanmasıyla birlikte bir bütünü temsil etmesi ön görülmektedir. Satışı yapılacak yiyecek-içecek türlerinin belirlenmesi menülerin ve hizmetlerin hazırlanması gibi temel restoran birimlerinin oluşturulması itibariyle mekanın atmosfer özelliklerinin mobilya/dekor dekorasyonu ve yerleşim düzenin belirlenmesi önem kazanmaktadır. Temelde organizasyonun yukarıda önerilen yatay örgüt projeksiyonuna göre yönetici, alt assistan/şef kişisi ve asil birim çalışanlarından oluşması beklenmektedir. 100 kişilik bir kapasite de öngörülen 1 kişi yönetim birimi temsilcisi yani restoran/kafeterya müdürü, 1 kişiden oluşan müdür asistanı, 3-4 kişi birim şefleri ve 20 kişilik bir alt birim çalışanları ile başlangıç ortamında talebi karşılayacak ve öngörülen istihdamın gerek duyulacak personel çerçevesinde sayılarının belirlenmesi için temel oluşturacaktır.

4.12.4.2. Kuruluş Yerinin Seçimini Etkileyen Faktörler

Her mevsim turizm kazanımı olan Mustafapaşa Manastır Vadisi'nde alanda yapılması planlanan restoran-kafeteryanın en önemli özelliği ve işlevselliği alanda ki konumudur. Çünkü gidiş-dönüş için ayrılan zaman arttıkça gidilen yerdeki restoran-kafeteryada bulunma süresi kısalır. Belli bir yerde yapılan üretim (veya pazarlama) faaliyetine üstünlük sağlayan (özellikle maliyet üstünlükleri sağlayan) her şey kuruluş yeri faktörü olarak nitelendirilebilir. Kuruluş yeri faktörleri genel olarak dört ana bölümde ele alınmaktadırlar.

a. Ekonomik Faktörler: İşletmenin materyal kaynaklarına uzaklığı dikkatle değerlendirilmelidir Hammadde, enerji, işçilik vb. gibi faktörler bu grupta ele alınmaktadırlar. Ulaştırma olanakları, arazi ve inşaat maliyetleri, pazara yakınlık, iş gören sağlama kolaylıkları, altyapı ve hizmetlerin varlığı.

b. Doğal Faktörler: İklim ve arazinin durumu kuruluş yeri seçimini etkileyebilir. Arazi yapısı, yüksekliği, ısı farklılıkları, yerin deprem kuşağında olup olmaması, nemlilik derecesi, hatta rüzgâr durumu, karar verilme sırasında etkin olan noktalarındandır.

c. Sosyal Faktörler Bu nedenle çalışanların arzu ettikleri bir yaşam biçimi çerçevesinde görev yapmaları hem kendileri hem de firma açısından sonsuz yararlıdır. Yetkililer, yeri seçerken bu konuyu göz ardı etmemelidirler. Konuya ilişkin şekilde, yöneticiler tarafından işletmenin beşerî ögesi(personel) ile ilgili olarak, personelin seçimi, işe yerleştirilmesi ve özellikle güçlendirilmesi gibi temel işlevlerin gereği gibi yerine getirilmesine yardım edecek. Psikolojik, toplumsal ve antropolojik nitelikte bilgiye de ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, gürültü yapacağı. Havayı kirleteceği veya suya zarar vereceği gerekçesi ile toplumun direnişi, işletmenin yerinin seçimini etkileyebilir. Toplumun sağlığını, şehirlerin kuruluşunu ve gelişmelerini göz önüne tutarak Devlet ve Belediyeler, işletmenin kuruluş yerlerine ilişkin türlü sınırlayıcı yasalar veya yönetmelikler koymaktadırlar. Kuruluş yeri seçilirken, bu yasa ve yönetmeliklere uyma zorunluluğu dikkate alınmalıdır.

d. Psikolojik. Fizyolojik ve Politik Faktörler: Kuruluş yeri faktörlerinin bölümlenmesinin son aşamasını teşkil eden psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler, müteşebbisin kişisel durumunun ve devlet yönetiminde yer alanların politikalarına ilişkindir. Konuyu örnekleyerek açıklamanın daha doğru bir saptama yapacağı düşüncesindeyiz. Müteşebbisin, bir ülkenin belirli bir bölgesinde yaşayan insanlara karşı duyduğu yakınlığın da kuruluş yerinin seçiminde rolü olabilir veya müteşebbis, kür yeri, banyo veya plaj kasabası gibi sağlığına yararlı olacak bir yeri kuruluş yeri olarak seçebilir. Devlet de, iktisadi ve sosyal yararlar sağlayacağı düşüncesiyle, işletmelerin belirli yerlerde kurulmasını öngörebilir veya işletmecilik bakımından kurulmaması gereken yerlerde işletmelerde kurulabilir.

Hizmette başarıyı getiren temel unsur; iyi bir mutfak planlaması, araç ve gereçlerin temini ve hizmet verecek ekibin uyum içinde çalışması ile mümkündür. Alanda yer alacak işletmenin de yukarıda açıklanan faktörlerin ışığında değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

4.12.4.3. Alanda Yiyecek ve İçecek İşletmesinin Önemi

Restoran-kafeterya bölümünde yöresel ürünlerin satışı gerçekleştirilebileceği gibi aynı zamanda etnik tadımlar ve yöresel gıdaların tüketimi de söz konusu olacaktır. Yöresel ürünlerin tadımı ve satın alması bu kısımdan gerçekleştirilmesi ön görülerek turistlerin tadım ve deneyim kazanması için restoran-kafeteryada bulundurulan ürünlerin tadılabilmesi ve satın alınması için doğru tanıtım koşullarının da oluşturulması gerekmektedir.

Turist Yönünden Önemi: Turistler alanda beslenme, dinlenme gibi nedenlerle restoran-kafe işletmelerini tercih ederler. Yiyecek ve içecek servisi bölümü konukların olumlu ya da olumsuz etkilendikleri önemli bölümlerden biridir. Bu bölümde konukların memnun ayrılmasını sağlamak için dinlendirici, eğlenceli ve kaliteli hizmet sunulmalı, değişik program ve aktiviteler yapılmalıdır. Menüde çıkarılacak olan yöresel tatların detaylı analizi yapılmalı ve yerel gastronomik ögeler ön planda tutularak sunulacak yiyeceklerin ve içeceklerin doğru servis şekliyle tüketiciye mekân içerisinde buluşturulması önem kazanmaktadır.

Personel Yönünden Önemi: Yiyecek ve içecek servisi görevlileri meslek ile ilgili temel bilgi ve teknikleri çok iyi bilmelidirler. Güler yüz, nazik karşılama, kibar bir sunuş tarzı başarı için gerekli ilk adımlardır. İşinin gerektirdiği disiplin ve sorumlulukları bilen, takım ruhu ve iyi ilişkiler içinde çalışan servis görevlisi, işletme tarafından takdir edilmeli ve ödüllendirilmelidir. Turist ile temasta olacak ilk kişi servis elemanları ve karşılama hostesleri olduğundan çalışan personelin yabancı dil bilmesi turizmde misafir beklentilerini karşılama açısından önemlidir. Yine çalışanlar menüye ve sunulacak hizmetlere hâkim olmalı ve turisti tatmin edebilecek cevapları sunacak bilgiye sahip olmalıdır. Deneyim elde eden personel her dönem üzerine koyarak kendi becerilerini geliştirebilecek ve aynı zamanda kalifiye personel ihtiyacını da karşılayacaktır.

İşletme Yönünden Önemi: İşletmeler kâr amacıyla çalışan müesseselerdir. Alanda yapılaması planlanan restoran-kafe işletmesinin döviz geliri yaratması beklenmektedir. Turistin memnuniyeti ve devamlılığı satışları artırır. Sunulan hizmetin zamanında ve istenilen kalitede olması için servis görevlilerinin takım ruhu ve iyi ilişkiler içinde çalışmaları gerekmektedir. Bu çalışma sistemi işletmenin olumlu yönde tanıtımını ve karlılığını sağlayacaktır. Yapımı planlanan işletmede Manastır Vadisi'nin özelliklerini tamamlayan bir mekân olmasının yanında Mustafapaşa'da istihdamı sağlayacağından dolayı yönetim de yer alacak kişilerin turizm geçmişinin olması misafir ilişkisi yönetiminde deneyim sahibi olması beklenmektedir.

Tüm bu unsurlar göz önüne alındığında alanda üretim ve bağlı olduğu istihdam etkisiyle birlikte Mustafapaşa'daki gelişimi pozitif yönde etkileyeceği, alanda planlanan restoran-kafe işletmesinin işletme modeli temel hizmet unsurlarını barındıracak şekilde öngörülmüştür. Turist beklentilerini doğru karşılayacak bir menü ve yiyecek-içecek servis hizmeti sunulması beklenmektedir.

Alandaki turizmin gelişmesi buraya gelecek turistlerin ağırlanması için yeme-içme ve konaklama imkanlarının geliştirilmesidir. Mustafapaşa'ya gelen ziyaretçilerin daha çok günübirlik olarak alanı ziyaret ettiği, ilçedeki tesislerin giriş, geceleme ve doluluk oranlarının Nevşehir ilindeki ilçeler içerisinde istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Ayrıca nitelikli ve turistlerin ağırlanabileceği yeme-içme mekanlarının da yeterli sayıda ve nitelikte olmadığı görülmektedir. Bir destinasyondaki turizmin gelişmesi için en temel gereksinimler olarak kabul edilen turistik altyapı ve konaklama olanaklarının iyileştirilmesi oldukça önem taşımaktadır. Böylelikle Mustafapaşa'ya gelen ziyaretçilerin alanı günübirlik gezme yerine konaklama yapmalarının sağlanması ve ilçe ekonomisine turizmin daha fazla katkı yapması söz konusu olabilecektir.

4.13. Bölge İçerisinde Seyir Terasları, Fotoğraf Çekme Noktaları ve Rehberlerin Bilgi Vereceği Alanların Belirlenmesi

4.13.1. Alanda Yer Alması Planlanan Seyir Terası

Seyir terası insan medeniyetlerinin haritalandırma ve kuşbakışı görünüm elde etmelerini sağlayan yüzyıllar boyunca stratejik planlama noktası olarak görülmüştür. Günümüzde ise turizm bölgelerinde çekicilik kazandırmak fotoğraflama ve manzara deneyimi elde edebilmek için bölgenin ve mekanların yükseltiye bağlı olarak inşaa ve mimarı taşıma kapasitesine uygun olarak yapılandırılan noktalardır. Turistik bölgelerde kurulan seyir terasları turistlerin fotoğraflama amaçlarına uygun olarak, müsait ve doğal dokuyu bozmayan malzemelerle yapımı gerçekleşen seyir terasları bölgenin çekici kazanımlarını bütünsel görünümünün izlenmesini ve fotoğraflanmasını sağlar.

Şekil 100: Yapımı Planlanan Seyir Terası Uygulaması

Manastır Vadisi'nde planlanan seyir terası alanın en yüksek noktalarından biri olarak yerleşimi için Ürgüp ilçesinin bir bölümü ve vadinin tümünü izlence altına alan bir konumdadır. Fotoğrafçılık ve çeşitli manzara deneyimi elde edilebilir bir bölümde yer alması Manastır Vadisi'nin aktivite çeşitliliğini sağlamakta birlikte turist kazanımı öngörülmektedir.

Şekil 101: Yapımı Planlanan Seyir Terasından Ürgüp'e Bakış

Mustafapaşa ve Manastır Vadisine kuşbakışı bir görünüm kazandıran seyir terası sayesinde büyüklü küçüklü peri bacası oluşumu ve arazinin topografik yapısı çıplak gözle görülebilir özelliğe sahip olacaktır. Alandaki seyir terası, alanda yer alan 5 kilisenin, balon kalkış alanının aynı anda görülebilmesi, güvercinlikler kaya oyma mezarlar ve yapımı planlanan mekanların tümünün tek bir noktadan görünmesini sağlayacaktır. Alan içerisindeki mekanların bu noktadan ferah bir görünüm kazanmasıyla birlikte turistler için paylaşılabilir bir seyir alanı oluşturması tanıtım ve pazarlama amacıyla da güzel görüntülerin keşfedilmesini ve dijital fotoğraflama amacıyla da uygun görülmektedir. Paylaşılan fotoğrafların dijital ortama taşınmasıyla tanıtım çerçevesinde alandaki seyir terası projenin yerli ve yabancı turistlere olan pazarlama yönünü güçlendirecektir.

4.13.2. Alanda Rehberlerin Bilgi Vereceği Konumlar

Bir ülkeden turistin memnun olarak ayrılmasında rol oynayan faktörlerden biri de rehberler tarafından doğru ve yeterince bilgilendirilmesidir. Turistin olumsuz ön yargılarının değişmesinde, yanlışların düzeltilmesinde ve eksik bilgilerin tamamlanmasında rehberin sözlü sunumu, alandaki tarihi yaşamın hissedilebilir atmosferde sunumu, ilgili kurumlara atıfta bulunması ve sıcak diyalog kurması kendisine güvenirliliği arttıracağı gibi doğa ve kültürel mirasın korunmasında ülkemizin ne yönde tedbirlerinin olduğu ve potansiyelinin farkındalığını turiste kazandırılmasını sağlamaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı profesyonel turist rehberini, "Yönetmelikte belirlenen usul ve esaslara uygun olarak rehberlik mesleğini icra etme yetkisini kazanmış olup, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartlarında belirtilen dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, gezi programının; tur operatörü veya seyahat işletmesinin yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan ve gezi programını seyahat işletmesi adına yöneten kişi", olarak tanımlar. Tanıma göre rehberin temel

işlevi tur programını seyahat işletmesi adına uygulamak ve turistlere bilgi vermektir (Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği, 2005).

Turist rehberleri, destinasyonun tanıtımında, turist deneyimlerinin kalitesini, kalış sürelerini etkilemede ve yerel halka ekonomik katkı sağlamada stratejik bir öneme sahiptir. Rehberlerin bilgi aktarmasında, açıklamalar yapmasında ve hikayeler geliştirmesi destinasyonun kalıcı bir izlenim uyandırması konusunda önemli rol oynamaktadırlar. Mustafapaşa Manastır Vadisi'nde yer alan tarihi mekanların doğru tanıtımı alanda önemli bir tanıtım ve pazarlama rolünü de aynı zamanda üstlenmektedir.

Mustafapaşa Manastır Vadisi'nde turistlere eşlik edecek rehberler için düşünülen güzergahlar alanın doğru anlatımı ve ilgi çekici tüm unsurların gözlemlenmesi için önem taşımaktadır. Alanda yer alan mevcut tarihi yapıların ve yer alması planlanan aktivite mekanlarının tümünü kapsayacak şekilde başlangıç noktası ve bitiş noktası aynı nokta olmak üzere oval bir rota tercih edilmiştir.

Şekil 102: Manastır Vadisi Girişinde Yer Alması Planlanan İlk Toplanma Noktası

Alandaki ilk toplanma noktasında rehberin turistle ilk temasta bulunacağı nokta olan giriş kapısında bulunmaktadır. Burada tarihi peri bacalarının oluşum evrelerinin gözlenebileceği bir yapı unsuru da arka planda yer almaktadır. Turistin Manastır Vadisi'ndeki atmosferi ilk deneyimleyeceği nokta olduğundan yapısı ve doğru yerleşimi açısından önemlidir. Alan içerisinde diğer noktalar alanın merkezindeki noktalar olabileceği gibi aynı zamanda tarihsel kurgunun ve hikâye anlatımının doğru yapılabilmesi için tarihi yapıların merkez noktası belirlenerek 5 kilisenin görünebileceği seyir terası noktasında olması beklenmektedir. Diğer bir nokta olan tekerlek formatında ve içerisinde kaçış güzergâhı bulunan yer altı şehri içerisinde rehberin anlatım noktası olması öngörülmektedir. Turistin deneyimleyebileceği bir noktanın olması dolayısıyla orada yaşanan hikâyenin rehber tarafından hikayeleştirilmesi ve yer altından kaçış tünelinin deneyimlenmesi doğru çekici anlatımın sağlanmasında önem kazanmaktadır.

4.13.3. Fotoğrafçılık ve Turizm

Fotoğraf bir iletişim aracı olarak kabul edilebilir. İnsanlar, bir anın kalıcı olması için o anın fotoğrafını çekmektedir. Çekilen fotoğraflar, bazen doğadaki bir durumun fotoğrafı, bazen de bir canlının, binanın, yaratılmış bir olayın, olgunun fotoğrafı olabilmektedir (Günay, 2016). Dolayısıyla, burada insanın o anın kalıcı olmasına yüklediği anlamlar da değişebilmektedir. Özellikle simgesel anlamları olan göstergeler olarak fotoğraflar bireyin içinde bulunduğu kültürün özelliklerine göre farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Buna ek olarak, aynı kültürden insanların yaş ve cinsiyetine göre, fotoğraflara farklı anlamlar yüklenebilmektedir (Bodur, 2006).

Turistik tüketimin temelinde yaşanılan deneyimler bulunmaktadır. Turistik deneyimler özellikle bir mekân ile özdeşleştirilmektedir (Ek vd., 2008). Dolayısıyla, turistik deneyime ilişkin yaşadığı bir anın kalıcı olmasını isteyen bir turist o deneyimin bir parçası olan anıyı kalıcılaştırmak için fotoğraflaması olasıdır. Rekreasyonel veya turistik amaçlarla yapılan seyahatler ile fotoğrafçılık arasında neredeyse ayrılmaz bir bağ bulunmaktadır (Markwell, 1997). Teymur'a göre (1993) turizm ile fotoğraf/fotoğrafçılık neredeyse aynı geçmişi paylaşmaktadır. Hatta turistin aynı zamanda bir fotoğrafçı olduğu da belirtilmektedir (Markwell, 1997).

Turistlerin fotoğraf çekme alışkanlıkları, turizm açısından oldukça önemlidir. Şöyle ki; Sontag (1977: 9) fotoğraflar, seyahatin yapıldığına, seyahat sürecinde seyahat programında yer alan aktivitelerin yapıldığına ve seyahat sürecince yaşanılan deneyimlere ilişkin tartışılmaz kanıtlar sunmaktadır (Markwell, 1997). Buna ek olarak, fotoğraf çekimleri, turistlerin gittiği destinasyona ilişkin algıladığı görüntünün ve imajın en önemli bir unsuru, bir nevi gittikleri yerin simgesel süreçlerini anlama yolu olarak kabul edilebilir. Turistin, gittiği destinasyonda çektiği her fotoğraf, fotoğraflanan unsura verdiği değeri de açıkça ifade etmektedir (Donaire vd., 2014).

4.13.3.1. Turist Fotoğraflarının Turizm Pazarlaması Açısından Önemi

Fotoğrafçılık ve kitle turizmi neredeyse aynı zamanda ortaya çıkmış ve bu ikili günümüzde gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Urry (1990), turizmin modern yaşam deneyimlerini şekillendirmede önemli rol oynadığını ve fotoğrafın aynı zamanda dünya deneyimlerini şekillendirmede eşit derecede güçlü bir rol oynadığını belirtmektedir (Lo vd., 2011).

Fotoğraf ve seyahat doğal olarak bağlantılıdırlar. Fotoğraflar, seyahat deneyimini belgelemekte, şekillendirmekte ve ayrıca turistlerin deneyimlerini başkaları ile paylaşmaları için bir fırsat sağlamaktadır (Lo vd., 2011). Bununla birlikte, alan yazında, turistlerin fotoğraf paylaşımı ve fotoğraf paylaşımı davranışlarını inceleyen bir dizi çalışma bulunmaktadır (Caton ve Santos, 2008; aktaran Lo vd., 2011). Seyahat fotoğraflarını paylaşmada sosyal medyada önemli rol oynamaktadır. İnternet temelde seyahat bilgi arama ve varış yeri seçim sürecinde de

etkili olduğundan, turistlerce paylaşılan seyahat fotoğrafları, olası turist adaylarının bilgi arayışı ve destinasyon seçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir (Morosan ve Jeong, 2008; aktaran Lo vd., 2011).

Seyahat esnasında çekilen fotoğrafların turizmde birçok işlevi bulunmaktadır. Örneğin, bir kişinin fiziksel olarak bir yeri ziyaret ettiğini ve bireyin yaşadığı otantik, egzotik, öteki hayata ilişkin deneyimi kanıtlamaktadır. Ayrıca, fotoğraflar, seyahat anıları belgelemek ve bu anıları öykülere ya da hikâyelere dönüştürmek için çok daha derin bir sembolik rol oynamaktadırlar. Turizmin mekanlar ve hikayeler arasındaki karşılıklı etkileşimde var olduğunu ve deneyimlerin çoğu zaman "Belirli bir turist olmanın" bir anlamda hikayelere dayalı deneyimler üzerine şekillendiği kabul edildiğinde, fotoğraflar somut olmayan bir deneyimleri elle tutulur bir hale getirmektedir. Fotoğraflar, turistlerin eşsiz deneyimlerin sahiplenilmesi ve bu deneyimleri yönlendirmelerini, yapılandırmalarını ve ölçmelerini sağlamaktadır (Lo vd., 2011). Özellikle akılı telefonların kullanımı ile turistlerin seyahatleri esnasında fotoğraf çekmeleri daha kolay hale gelmiştir. Bu durumun, sosyal ve kültürel hayat üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Agrawal, 2017).

Şekil 103: Kapadokya'da Sıcak Hava Balonu Etkinliğinde Bir Turist Tarafından Çekilen Günbatımı Fotoğrafı

Kaynak: https://www.birhayalinpesinde.com

Günümüz çağdaş toplumunda turizm olayını anlamak için öncelikle, turist bakışını anlamak oldukça önemlidir. Urry (1990), bir üretim sistemi olarak turizm ile turist pratiği olarak fotoğrafçılık arasındaki yoğun bir ilişki olduğunu belirtmektedir. (Garrod, 2009). Turist bakışı; turistlerin uyguladığı ve turizm endüstrisi tarafından turizm destinasyonlarında yaratılan imgelere dayalı olarak, dünyayı belirli bir görme şekli olarak tanımlanabilir (Garrod, 2009). Turistik destinasyonlara seyahat eden turistlerin temel motivasyonu, daha önce turizm reklamlarında yapılan görsel sunumlara maruz kaldıkları, panoramaları, manzaraları, binaları,

insanları ve diğer yerlerin tezahürlerini görmek, televizyon yayınları, filmler, broşürler, seyahat kitapları ve bu yazı açısından önemli ölçüde resim kartpostalları görmektedir (Garrod, 2009). Turist gittiği destinasyonda o destinasyona temsil etme yeteneğine sahip olan imgeleri; örneğin Parlamento Evleri ve İngiltere'deki kırmızı telefon kutusu; Uluru ve Avustralya'daki kırmızı kanguru, Özgürlük Heykeli ve Birleşik Devletler 'deki kovboylar fotoğraflanmaktadır (Garrod, 2009). Bu imgeler fotoğraflandığında, artık o destinasyonların ikonik simgeleri haline geldiği söylenebilir. Turistik fotoğrafçılığın bir diğer işlevi, gezi için bir nevi hatıra/anı sağlamaktır (Belk ve Yeh, 2011).

Turist fotoğrafçılığı, kendi içinde bir hedef olmaktan öteye, seyahat faaliyetinde bulunan ritüelleştirilmiş bir etkinlik olarak da kabul edilebilir (Cederholm, 2004). Fotoğraf, doğum günleri, mezuniyetler ve yeni doğan ile ilkyaz tatili gibi, olağandışı seyahat olayını çerçevelemek/belgelemek için kullanılan bir araçtır (Chalfen, 1987, 1998; Rose, 2003; aktaran Cederholm, 2004). Ritüelleşmiş olayların turist tarafından amatör olarak fotoğraflanması çoğunlukla, sanatsal ya da belgesel yönlere odaklanmaktan ziyade, turistik deneyimin belgelenmesini sağlayan bir enstantane niteliğindedir (Walker ve Moulton, 1989; aktaran Cederholm, 2004). Fotoğraf çekmek kimi turistler için temel seyahat motivasyonu haline de gelebilmektedir. Her yıl insanlar, onları mutlu eden belirli fotoğrafları çekmek için uzak yerlere seyahat edebilmektedirler (Gogoi, 2014). Fotoğrafçılık turizminin, özel ilgi turizminin popüler bir formu olarak ortaya çıkmasına rağmen, bu konuda çok az sayıda araştırma bulunmaktadır (Gogoi, 2014).

Şekil 104 Kapadokya'da Sıcak Hava Balonu Etkinliği Turist Fotoğrafı

Kaynak: https://www.tour4arabs.com

Bir turistik destinasyonun görsel imajı, uzaktaki yerlere seyahat etmeyi planlayanlar için çekici bir güç olmakla beraber, turizm pazarlamacıları tarafından iyi şekilde kullanılmıştır. Ayrıca, turist fotoğrafları turist davranışlarını anlamak içinde oldukça önemlidir. Örneğin kimi,

zaman, turist fotoğraflarında bulunan bir kare, binlerce kelimelik bir pazarlama kampanyasının yarattığı etkiden daha vurucu olabilmektedir. Görsel imgeler, turizm pazarlamasının güçlü bir bileşenidir. Bu görsel imgeler; manzara fotoğrafları, turistik tanıtmanın her biçimindeki imge ve semboller, seyahat broşürleri ve televizyon reklamlarından internet reklamlarına kadar birçok unsuru kapsamaktadır (Jenkins, 2003).

Belli görsel imgelerin, turisti bir destinasyona çekme konusunda muazzam güçleri bulunabilmektedir. Örneğin, tur otobüsleri, turistik açıdan ünlü alanların yakınlarında yoğunlaşmaktadır ki bu alanların görsel imgeleri turistler arasında oldukça meşhurdur. Eyfel kulesi veya Büyük Kanyona seyahat eden biri, yalnızca oranın fotoğrafını çekmekle kalmaz, çektiği fotoğraflar sürekli yaşadığı yere döndüğünde, seyahati esnasında yaşadığı deneyimin bir kanıtı niteliğindedir (Carpenter 1972, Chalfen 1979, aktaran Jenkins, 2003).

Belli görsel imgeler, bir kültür içinde dolaşmakta ve belirli anlamlarla bezenmektedir. Dolayısıyla bu noktada, turistlerin çektikleri belirli görsel imgelerin turistlerin paylaştıkları/yaratmış oldukları belirli bir ortak turist kültürünün bir sonucu olduğu da söylenebilir. Örneğin, Paris'teki Louvre Müzesinin Piramidini parmak uçlarında gösterildiği fotoğraflar veya yan yatmış Pizza Kulesi'nin eller veya ayaklar ile desteklendiği fotoğrafların tamamı, aynı ortak turist kültürünün eseridir. Bu gibi görsel imgelerin artık sembolik hale geldiği turistik destinasyonlara henüz gitmemiş olası turist adayları, bu imgelerden etkilenmektedirler (Butler ve Hall, 1998; aktaran Jenkins, 2003). Seyahat broşürleri, turizm endüstrisinde turistlerle iletişim kurabilmenin standart bir parçasıdır (Getz ve Sailor 1993; aktaran Jenkins, 2003). Seyahat broşürünün rolünün, aslına bakılacak olursa destinasyonların, potansiyel turistler açısından farkındalığını arttırmak olduğu söylenebilir. Urry'nin teorisi, turistlerin kişisel fotoğraflarındaki varış yerlerindeki imajın ikonik görüntülerini çoğalttığını ortaya koymaktadır.

Turist fotoğrafları, turistlerin gittikleri destinasyonda, orijinal veya otantik gördükleri deneyim bileşenlerini, sürekli yaşadıkları yere geri döndüklerinde çağırım yapmak için kullanılmaktadır. Bir turistin bir varış noktasına dair sahip olduğu imajı varış noktasını ziyaret etmeden önce oluşturulmuştur, böylece insanlar ön deneyim imgesinin ideal temsillerine bakmaktadırlar (Gillet vd., 2016). Garrod (2009), turistlerin fotoğraflarının, endüstri tarafından yaratılan turistik imajı güçlendirdiğini ve hedef kitleler için çekici bir imajın korunmasına yardım ettiğini belirtmektedir. Urry'nin kuramsallaştırdığı üzere turistler, bir turist destinasyonunun tanıtımında ve korunmasında aktif oyunculardır (Gillet vd., 2016).

Urry (1990), turist ve fotoğraf fenomenlerini birbirine bağlamakta ve turist fotoğraflarının destinasyonun hedef kitlelerin zihnindeki imajını yansıttığını ileri sürmektedir. Markwell (1997) göre, seyahat ve fotoğrafçılık arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır (Garrod, 2009). Turistik destinasyonların imajının oluşturulmasında görsel imgelerin önceliği sıklıkla belirtilmektedir. Yazarlar, turistik alanların ticarileştirilmesinde ve çekici hale gelmesinde turist

fotoğraflarının önemini vurgulamaktadırlar. Ancak uzun vadede fotoğraflar aracılığıyla hedef kitlerinin zihninde oluşan imaj ile destinasyonun gerçek özellikleri arasında makul bir uyumun olması gerekmektedir. Aksi takdirde turistlerin tatmini söz konusu olmayacak destinasyonu başkalarına tavsiye etmeyecek ve kendileri daha sonra ki bir tarihte o destinasyonu tekrar ziyaret etmeyeceklerdir (Markwell 1997).

Turist fotoğraflarında objektifin arkasındaki turist bakışları, turizm endüstrisi tarafından turizm destinasyonlarında yaratılan imajlarla şartlandırılan, dünyayı belirli bir görme şekli olarak özetlenebilir. Bu nedenle, bir turistik destinasyona seyahat eden turistlerin temel motivasyonunun, turizm reklamlarında, televizyonda yapılan görsel sunumlara maruz kaldıkları, panoramalarla, manzaralarla, binalarla, insanlarla ve diğer yerlerle karşılaşmayı beklemek olduğu söylenebilir. Balomenou vd., (2017), turist fotoğraflarının, turistlerin destinasyona yönelik algıları ve tutumlarının incelenmesinde önemli bir veri kaynağı olduğunu belirtmektedirler.

4.13.3.2. Düğün Fotoğrafçılığı

Düğün fotoğrafçılığı geleneği olan bir fotoğraf türüdür. Bu fotoğraf türü, teknik ve estetik boyutta belgesel fotoğrafçılık ve portre fotoğrafçılığı türlerinin özelliklerinden de beslenmektedir. Ayrıca, düğün fotoğrafları, röportaj, gazete fotoğrafçılığı, hikâye kitabı yaklaşımıyla çekilebilmektedir (Hewlett, 2014). Bu durum, düğün fotoğraflarının üslup anlamında sınıflandırılabilir olduğunu göstermektedir.

Düğün fotoğrafları, aynı zamanda fotoğraf çekimi, işlenmesi, kurgulanması gibi çeşitli müdahalelerle dönüştürülmüş fotoğraflardır. Düğün fotoğrafları, ticari karşılığı bulunduğu için profesyonel bir iş anlayışının sonuçlarıdırlar. Ayrıca bu fotoğraflar, her toplum açısından sosyolojik verilerle yüklü kayıtlardır. Farklı disiplinler itibarı ile incelenip değerlendirilebilecek sonuçlara ulaşmak mümkündür. Düğünlerimiz, kültürümüzün zenginliğini yansıtan törenlerdendir. Kültürün, geleneğin pek çok bileşenini bu düğünlerde bulmak mümkündür. İçinde yaşadığımız süreçte, düğünlerimizin kayıtlarından biri olan fotoğraflarda, popüler kültürün karşılıkları bulunmaktadır. “Bir toplumda yaygın biçimde paylaşılan inançlar pratikler ve nesneler, daha politik tanımıyla kitlelerin ya da bağımlı sınıfların kültürünü dile getirmekte kullanılan bir deyimdir popüler kültür” (Yengin, 1996, s. 191).

4.13.3.2.1. Düğün Fotoğrafında Hikâye Anlatımı

Düğün fotoğrafçılığı ile ilgili analizler bu yapıyı meydana getiren, düğün albümleri, düğün fotoğrafçılarıyla yapılan röportajlar ve gözlemler, fotoğraf albümlerinden örneklemeler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Düğünde gerçekliğin bütünselliğini oluşturan popüler uygulamanın nesnel karşılığı, bir fotoğraf albümünün hazırlanması şeklindedir. Yani, yapının bütünselliği albümle sağlanmaktadır.

Şekil 105: Kapadokya'da Çekilen Bir Düğün Fotoğrafı

Kaynak: https://atillaoral.com

Düğün fotoğrafı albümünün oluşumunu sağlayan farklı bileşenler söz konusudur. Konu evlilikle ilgili olduğu için evlenecek çiftler bu faaliyetin merkezindedirler. Onların performansı ve hazırlıkları başarılı bir fotoğraf albümü için şarttır. Bunun dışında, düğün fotoğrafçısı ve onun performansı sonucu etkileyen bir diğer husustur. Ayrıca, düğünün nesnel gerçekliğinin karşılığı olan fotoğraf albümleri düğün hikâyesinin finalidir. Çünkü, düğünün imajının belirleyicileridirler. Bu bileşenler çerçevesinde bakıldığında İzmir'de düğün fotoğrafları günümüzde bir prodüksiyondur. Müşterinin beklentilerine uygun olarak düğün fotoğrafı çekimleri genelde düğün töreni hazırlıklarını da kapsayan, içinde nikâh töreninin fotoğraflarıyla neticelenen fotografik hikâyelerdir. Buradaki bir başka önemli bileşen, düğün fotoğraflarına ayrılan bütçe ile ilgilidir. Bütçe, bu prodüksiyonun bütün güne yayılması veya belli bir kesitte yapılmasını veya farklı bir boyuta taşınmasını olanaklı hale getirir. Yani düğün fotoğrafı albümünün senaryosunu belirleyen, fotoğraf çekimine ayrılmış olan bütçedir (Tumay, 2018).

4.13.3.3.Yiyecek ve İçecek Fotoğrafçılığı

İnsanoğlunun ilk çağlarda yiyecek resimlerini mağara duvarlarına çizmesi ile başlayan yiyecek ve içecek fotoğrafçılığı, manzara ve portre fotoğrafçılığı kadar popüler olmasa da görsellik ve dikkat çekicilik açısından günümüzün aranılan, avantajlı mesleklerinden biri haline gelmiştir (Özdoğan, 2014:168). En etkileyici görsel sanatlardan biri olan fotoğrafın birçok duyuyu harekete geçirdiği düşünüldüğünde, başarılı yiyecek ve içecek fotoğraflarının insanlar üzerindeki etkisi bu mesleğe olan ilginin artmasını sağlamıştır.

Şekil 106: Gastronomi Fotoğrafçılığı Alanında Çekilen Fotoğraf
Kaynak: http://www.foodinlife.com.tr

Yiyecek ve içecek işletmelerinin ürünlerinin tanıtılması için en etkili yöntemlerden biri yiyecek ve içeceğin fotoğraflandırılmasıdır (Custer, 2010:334). Yiyecek ve içecek stilistliği ile yiyecek ve içecek fotoğrafçılığı birbirini tamamlayan mesleklerdir. Dergilerde, kitaplarda veya broşürlerde kullanılan yiyecek ve içecek fotoğraflarının birçoğu stilistler tarafından düzenlenmektedir (Vivaldo, 2010:10). Fotoğraftaki her şeyin düzenli bir şekilde görünmesi için sahne çalışmaları farklı gıdalar ile desteklenmektedir. Örneğin, bir yiyeceği garnitür ile birlikte, portakal suyunu birkaç portakal ile birlikte fotoğraflamak resmi daha zengin hale getirmektedir (Hobday ve Denbury, 2010:80). Yiyecekler ve içecekler fotoğraflanırken ürün ile ilgili dikkat edilecek önemli noktalar bulunmaktadır (Custer, 2010:80). Ürünler kamera önüne konulduğunda ilk bakışta fotoğrafçının fark edemeyip, diğer insanların fark edebileceği hatalar ortaya çıkmaktadır. Meyve, sebze gibi yiyecekler eğer herhangi bir işleme tabi tutulmadan fotoğraflanacak ise düzgün lekesiz, morluk veya çürüğü olmayan, taze, olgun ve mümkün olduğu kadar doğal görünenler tercih edilmektedir.

4.14. Alan İçerisinde Bulunan Yer Altı Şehri, Kaya Oyma Mekanlar, Kaya Mezarlar, Sarnıçlar, Güvercinlikler Kapadokya Bölgesindeki Eski Yaşantısını Anlatan Bu Mekanların Turizme Etkisi

4.14.1. Kapadokya ve Peri Bacalarının Oluşumu

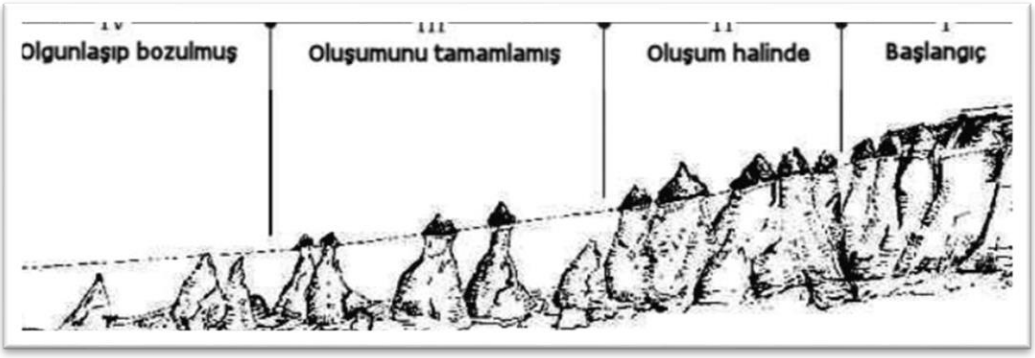
4.14.1.1. Kapadokya'nın Konumu

Roma İmparatoru Augustus zamanında Antik Dönem yazarlarından Strabon, Kapadokya Bölgesi'nin sınırlarını güneyde Toros Dağları, batıda Aksaray, doğuda Malatya ve kuzeyde Doğu Karadeniz kıyılarına kadar uzanan geniş bir bölge olarak belirtir. Bugünkü Kapadokya bölgesi Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerinin kapladığı alanlardır. Daha dar bir alan olan kayalık Kapadokya Bölgesi ise Uçhisar, Göreme Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinden ibarettir.

4.14.1.2. Volkanik Patlamalar ve Jeolojik Oluşum

Kaya Yapısı: Kapadokya Bölgesi'ndeki Erciyes, Hasan Dağı ve Göllüdağ jeolojik devirlerde aktif birer volkandı. Bu volkanla birlikte diğer çok sayıdaki volkanların püskürmeleri Üst Miyosen'de (10 milyon yıl önce) başlayıp, holosen'e (Günümüze) kadar sürmüştür. Neojen gölleri altındaki yanardağlardan çıkan lavlar, platoda, göller ve akarsular üzerinde 100-150m. kalınlığında farklı sertlikte tüf tabakasını oluşturmuştur. Bu tabakanın bünyesinde tüften başka tüffit, ignimbirit tüf, lahar, volkan külü, kil, kumtaşı, marn aglomera ve bazalt gibi jeolojik kayaçlar bulunmaktadır. Ana volkanlardan püsküren maddelerle şekillenen plato, şiddeti daha az küçük volkanların püskürmeleriyle sürekli değişime uğramıştır. Üst Pliosen'den başlayarak başta Kızılırmak olmak üzere akarsu ve göllerin bu tüf tabakasını aşındırmaları nedeniyle bölge bugünkü halini almıştır.

Peri Bacaları Oluşum Evresi: Vadi yamaçlarından inen sel suşarının ve rüzgârın, tüflerden oluşan yapıyı aşındırmasıyla "***Peribacası***" adı verilen ilginç oluşumlar ortaya çıkmıştır.



Şekil 107: Peri Bacalarının Oluşum Evreleri

Kaynak: http://avanosevi.com

Sel sularının dik yamaçlarda kendine yol bulması, sert kayaların çatlamasına ve kopmasına neden olmuştur. Alt kısımlarda bulunan ve daha kolay aşınan malzemenin derin bir şekilde oyulması ile yamaç gerilemiş, böylece üst kısımlarda yer alan şapka ile aşınmadan korunan konik biçimli gövdeler ortaya çıkmıştır. Bu durum, peri bacalarının oluşumunda, rüzgâr etkisinden çok yağmur sularının yüzeydeki akışının daha önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Yağmur sularının bu denli etkili ve güçlü yüzey akıntısı olarak gelişmesine ise en önemli etken bitki örtüsünün azlığı ve tüflerin geçirimsiz olmasıdır.

Daha çok Paşabağı civarında bulunan şapkalı peribacaları konik gövdeli olup, tepe kısımlarında bir kaya bloku bulunmaktadır. Gövde tüf, tüffit ve volkan külünden oluşmuş kayaçtan; şapka kısmı ise lahar ve ignimbirit gibi sert kayaçlardan oluşmaktadır. Yani şapkayı oluşturan kaya türü, gövdeyi oluşturan kaya topluluğuna oranla daha dayanıklıdır. Bu peribacasının oluşumu için ilk koşuldur. Şapkadaki kayanın direncine bağlı olarak, peribacaları

uzun veya kısa ömürlü olmaktadır. Ayrıca şapka kaya, zayıf tüfün erozyonunu geciktirerek peri bacalarının yüksekliğini kontrol eder.

Peri bacalarının çapları ise 1 m ile 15 m arasında değişmektedir. Çatlak aralığının 1 m'den küçük olması veya 15 m'den büyük olması durumunda ise peri bacası gelişimi gözlenmemektedir.

Şekil 108: Manastır Vadisi'nde Gözlenen Yeni Peri Bacaları Oluşumu

Kapadokya Bölgesi'nde erozyonun oluşturduğu peribacası tipleri; şapkalı, konili, mantar biçimli, sütunlu ve sivri kayalardır. Peribacaları en yoğun şekilde Avanos- Uçhisar- Ürgüp üçgeni arasında kalan vadilerde, Ürgüp Şahinefendi arasındaki bölgede Nevşehir Çat kasabası civarında, Kayseri Soğanlı vadisinde ve Aksaray Selime köyü civarında bulunmaktadır. Peribacalarının dışında vadi yamaçlarında yağmur sularının oluşturduğu ilginç kıvrımlar bölgeye ayrı bir özellik katmaktadır. Bazı yamaçlarda görülen renk armonisi lav tabakalarının ısı farkından dolayıdır. Bu oluşumlar Uçhisar, Çavuşin, Güllüdere, Göreme, Meskendir, Ortahisar Kızılçukur ve Pancarlı vadilerinde gözlenir (www.avanosevi.com).

4.14.2. Sinasos, Eski Yaşam ve Mübadele Dönemi

Ülkemiz, tarihi kültürel varlıklara sahip en önemli ülkelerden biridir. Özellikle Kapadokya bölgesi Hıristiyanlığın ilk yayıldığı ve geliştiği İç Anadolu'da yer alan Nevşehir, Niğde ile Kayseri illerini kapsayan bir bölgedir. Bu bölgede, farklı dönemlerde yapılan çok sayıda tarihi eser bulunmaktadır. Bunlar arasında Hıristiyanlığın yayılma döneminde yapılan

çok sayıda kilise ve bu yapıların içerisinde yer alan freskler dikkat çekicidir. Doğal zenginlikleri de barındıran bu bölgede doğal sit alanları da bulunmaktadır. Kısaca, Gülyaz (2004)'de belirtildiği gibi Kapadokya, bu bölgede yaşamış olan Proto Hititler (M.Ö. 3000-1750), Geç Hitit Krallığı (M.Ö.1200-700), Persler (M.Ö. 585-332), Kapadokya Krallığı (M.Ö.332-M.S.17), Roma Dönemi (17-395), Bizans Dönemi (397-1071), Selçuklu Dönemi (1071-1299), Osmanlı Dönemi (1299-1923), Cumhuriyet Dönemine (1923-) ait paha biçilmez tarihi ve kültürel zenginliklere sahiptir. Bu zenginlikler doğal sit alanları, yeraltı şehirleri, mağaralar, kiliseler, manastırlar, camiler, freskler, antik eşyalar, heykeller, müzeler, tarihi evler, köşkler, kervansaraylar, külliyeler, kümbetler, türbeler ve anıt mezarlar olarak sıralanabilir. Bu tarihi ve kültürel varlıklar taşıdıkları manevi değer dışında, bölgeyi turizm açısından bir çekim merkezi haline getirmeleri yönüyle de ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadırlar (Demirkesen, Özlüdemir ve Demir, 2005).

1925 yılından önce Mustafapaşa eski adıyla Sinasos, yerli halk çevre köylerden gelip buraya yerleşenlerden oluşmaktaydı. Kasabanın tarihi geçmişi çok eskiye dayanmakla beraber kesin ve net bilgilere ulaşılamamaktadır. Yakın tarihini ise sınırlı olan birkaç kaynaktan öğrenme şansımız vardır.

Sinasos 12 mahalleden oluşmaktadır bunlar; Kapalos, Lulas, Gavras, Dergos, Mahatur, Yeni Mahalle, Mezgit, Kipos, Mesohori, Dolamaçia, Miskin Mahallesi'dir. Mahallelerin 4'ü Rum mahallesidir: Gavras, Yeni Mahalle, Kipos ve Lulas. Bu mahalleler birbrinden doğal sınırlarla ayrılmaktadır (Balta, 2005).

Kapalos: Kuzeydoğuda, yüksek bir tepeye kurulmuş, en güzel ve en avrupai evlere sahip, köyün en sosyetik mahallesidir. Ortaokul, yönetim merkezi ve kütüphane orada bulunurdu. Mahalledeki son evlerin duvarlarla çevrili bahçeleri vardı.

Lulas: Kapalos'tan hemen sonraki zengin mahalleydi. Cami ve Türk okulu(medrese) sayesinde, mahalle her zaman kalabalık olurdu. Lulas, Ay Amilianos ve Lofi(tepe) tepelerin eteklerinde amfi tiyatro şeklinde uzanmıştır.

Gavras: Mezarlığın bulunduğu Lofi tepesinin arkaları Lulas mahallesiyle komşuydu. Köyün hayırseverlerinn bağışlarıyla kurulan hamam da vardır.

Dergos: Bu mahallede, surları hiç tükenmeyen meşhur çeşmeler, Kız Okulu ve Dergos Çayı'nın çağlayanı vardır.

Mahatur: Sadece Hristiyanların yaşadığı bir mahalleydi. Bu yörenin doğal gizli sığınakları vardır.

Yeni Mahalle: Köy ahalisinin yarısının gittiği Arhangelos (baş melek) Mikail Kilisesi buradaydı. Köyün diğer yarısı, köy merkezinde bulunan Mesohori'deki (köy ortası) Ayios Konstandinos Kilisesine gitmiştir.

Mezgit: Türklerle Rumların karışık yaşadığı kaya üstüne kurulmuş bir mahalleydi. Buradan köy merkezindeki Mesohori'ye gitmek için 79-80 basamak iniliyordu.

Kipos(bahçe): Sadece Hristiyanların yaşadığı, evleri bahçeli olan bir mahalleydi. Burada üstü taşlarla örülü bir kubbeyle korunan bir çeşme vardı. Bu çeşmenin suyu göz hastalıkları ve trahom için birebirdi.

Mesohori (köy ortası): Pazaryeri, dükkanlar, Belediye Binası, buğday pazarı ve han vardır.

Dolamaçia: Kayalık zemin üzerine kurulmuş, köyün aynı adlı biricik şelalesinin bulunduğu Türk mahallesi.

Miskin Mahallesi: Adını çok pis oluşuna borçlu, yoğun nüfuslu Türk mahallesi.

Galasies: Gavras'ın bitişiğindeki Türk mahallesi. Buranın halkı Rumlarla çok iyi anlaşır, Rumların bağlarıyla tarlalarında yarıcı olarak çalışırdı (Çokona, 2007).

Eski zaman Sinasos'ta köylerde şimdiki okul ilkokul, ortaokul ve lise gibi nitelikleri iyice belirlenmiş okul tipleri yoktu. Her köy, çocuklarının Yunanca, özellikle Katharevusa denilen aydınlarla kilisenin kullandığı, antik Yunancaya öykünen ağdalı dil ve ardından antik Yunanca öğrenmelerini ister halk Türkçesi ister yörenin halk Yunancası olsun kendi konuştukları dili unutmalarını stiyordu. Köy Sinasos'ta Yunancadan başka, yabancı dil olmalarına karşın İstanbul'daki işlerimize yerel halka çok yararlı olduğu düşünülen Türkçe ile Fransızca da öğretiliyordu (Çokona, 2007).

Kasabada, Türkler ve Rumlar tarih boyunca iç içe yaşamışlar ve iki toplumun birbirine bağlayan ortak yanlarının oldukça fazla olması nedeniyle dostane ilişkiler geliştirmişlerdi. Hepsinden önemlisi, ortak kültürel özelliklerdi. Çok ender olarak bir Türk ile Rum kavga ettiklerinde, hemen karma bir meclis kurulurdu ve bu her iki halkı temsil eden, eşit sayıda kişiden oluşurdu. Konu tartışıldıktan sonra her iki taraf için hiçbir art niyet olmaksızın karara varılırdı.

Eldeki kaynaklara göre, Sinasos'un 1800'lü yıllarda Kapadokya bölgesinin büyük bir kültür, ticaret ve alışveriş merkezi olduğu söylenmektedir. Çevre ilçelerden ve köylerden gelen satıcılar getirdikleri mallan pazarda satmadan ayrılmıyor, malını satamayan tüccarların malını ise kasabada yaşayan Rum zenginleri satın alarak ticari memnuniyet sağlamaktadır. Ayrıca bu tarihlerde Sinasos'un bir eğitim merkezi olduğu da görülmektedir. Kasabada, bir erkek okulu, Rum Halkı'nın gençlerinin yetiştirilmesi ve dini eğitim alması için kullandığı bir din koleji, bir kızlar okulu ve 1500 kitabı içeren bir kütüphane bulunmaktadır.

Erkekler okulunun binası 1840 yılında yapılmıştır. Okulda on dershane, geniş bir toplantı odası, bir şapel ve kütüphane bulunmaktaydı. Sinasos erkekler okulunun sekiz sınıfı vardı. 6-14 yaşındaki erkekler burada eğitim almaktaydı. Mezun olan Öğrencilerin öğretmen olarak atanma, Sinasos'da kalma veya Kapadokya'nın başka kasabalarında çalışma imkanı

vardı. Okulda beş temel ders olarak, sanat eğitimi, tarih, din bilgisi, matematik dersleri, Rum öğrencilere Eski ve Yeni Rumca, Türk öğrencilere ise Türkçe dersleri verilmektedir. 1870'li yıllarda kızların eğitimi de halkı ilgilendirmeye başladı. O zamana kadar kasaba meclisinin ücretle görevlendirdiği bir rahip, kızlara yeterli olmayan bilgisiyle okuma-yazma öğretmeye çalışıyordu. Zaman içerisinde bu bilgiler yetersiz kalmaya başlamıştı. Bunun üzerine kasaba halkının çabalarıyla kız öğrencilere daha iyi bir eğitim verebilmek amacıyla kızlar okulu kurulmuştur.

Sinasos'da, kasabanın geçiminin yarısı tarımdan, diğer yarısı ise dışarıda çalışanların gelirleriyle oluşmaktaydı. Bağcılık, şarap üretimi, hayvancılık ve taş işçiliği kasabanın geçmişten günümüze kadar süregelen ekonomik faaliyetlerinin başında gelmektedir. Kasabada yaşayan Rumların temel ekonomik faaliyetini ise ticaret oluşturmaktadır. Bu nedenle kasabada yaşayan Rumlar sürekli kasaba dışına çıkmakta, en çok da İstanbul'da çalışmaktadır. Sinasos'un iktisadi konumu, ihtiyaçların yalnızca bir kısmını karşılamaya yetiyordu. Bu yüzden kasabanın hemen hemen bütün erkekleri çalışmaya kasaba dışına giderlerdi. Aylarca Niğde, Mersin ve Adana'da çalışırlardı. Çalışmaya, genellikle ilkbaharda gidilir ve sonbaharın ortalarında dönülmektedir.

Yönetim açısından Sinasos'un basit bir kasaba meclisi vardı. Bağlı olduğu yerler, Ürgüp Kaymakamlığı ve Konya Valiliği idi. Kilise açısından da Kapadokya'nın eski başkenti Kayseri Metropolü'ne bağlıydı. Zamanında Sinasos'un büyük bir yerleşim yeri olduğu, kasabaya gelenlerin kalabileceği büyük bir otelin, iki adet eczanenin, bir doktorun, bir hamamın yanı sıra çok büyük köprülerin olmasından da anlaşılmaktadır.

1923 yılında gerçekleşen mübadeleden önce, mübadele komitesinin net istatistiklerine göre 1890 yılında 4500 olan Rum nüfusu 3000'e, 1924 yılına kadar da 878'e düşmüştür. Buna karşın Türk nüfusu 1890 yılında 600 iken 1925 yılında 1000 kişiye ulaşmıştır. Türk ve Rum nüfuslarında görülen artış ve azalmanın nedeni 1923 yılında gerçekleşen nüfus mübadelesidir. Mübadeleyle beraber, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nde, İstanbul dışında yaşayan Rumlar ile Batı Trakya dışında Yunanistan sınırları içerisinde yaşayan Türk nüfus karşılıklı olarak yer değiştirmiştir.

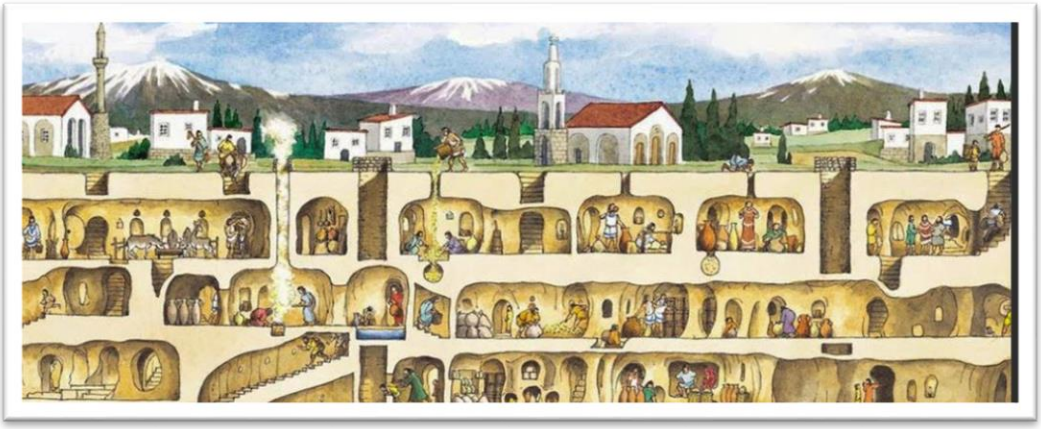
Sinasos'a mübadele ile gelen Türk nüfusu, Yunanistan'da Selanik sınırlan içerisinde kalan Jerveni ve Kastoria (Kesriye) köylerinde yaşamaktaydı. Yunanistan'daki bu köylerden yola çıkan Türk nüfusu deniz yoluyla İzmir, Mersin şehirlerine ulaştıktan sonra karayoluyla Sinasos'a gelmişlerdir. Mübadele sırasında Sinasos'dan ayrılan Rum nüfusu karayolu ile Mersin'e buradan da Yunanistan'a ulaşmıştır. İlk dönemde (Mübadele sonrası) nereye yerleştikleri araştırma şuasında öğrenilememiştir; fakat daha sonraki dönemlerde Yunanistan'da Nea-Sinasos (Yeni Sinasos) adında bir yerleşim yeri kurmuşlardır."

1924 yılında yapılmış olan nüfus değişimine (mübadele) kadar kasabada 600 Rum ve 150 Türk aile yaşıyormuş. On yıla yakın bir süredir, yakın tarihimizin önemli konularından biri

olan ve çeşitli yayınlarda Göç, Büyük Göç, Mübadele veya Nüfus Mübadelesi olarak adlandırılan olay sıklıkla dile getirilmekte, bilimsel çalışmalara konu oluşturmaktadır (Balta, 2005).

4.14.3. Kapadokya Yer Altı Şehirleri

Kapadokya'nın yer altı şehirleri binlerce yıl öncesinde insanlar kendilerini korumak için oyularak yapılmış, saldırılara karşı kullanılmıştır. Bugüne kadar tespit edilen üç yüze yakın yeraltı şehri arasında en büyükleri Derinkuyu ve Kaymaklı Yeraltı Şehirleridir. Sadece yüzde onu gezilebilen yeraltı şehirleri yaklaşık otuz bin kişiyi barındırabilecek kapasitededir. Bu yeraltı şehirleri bir uygarlığa ait olmayıp Kapadokya'da yaşamış tüm uygarlıklar tarafından geliştirilerek bugünkü haline kavuşturulmuştur. Araştırmacılar, her ne kadar yeraltı şehirlerinde arkeolojik veri bulamamış olsa da buralarda tarih öncesi yaşam olduğu görüşündedir.



Şekil 109: Yeraltı Şehri Canlandırması

Kaynak: http://www.milliyet.com.tr/

Kapadokya Bölgesindeki en önemli kültürel zenginliklerinden birisi de yeraltı yerleşmeleridir. Aksaray, Niğde, Kayseri, Kırşehir ve Nevşehir illerinde küçüklü büyüklü sayıları 150-200'e ulaşan yeraltı şehirleri bulunmaktadır. Ancak günümüzde bu şehirlerin hepsi gezilememektedir. Girişleri dışardan fark edilmeyen yeraltı şehirleri daha çok vadi ve plato yamaçlarına, yumuşak tüfün oyulmasıyla inşa edilmiştir.

Yeraltı şehirlerinin yapıldığı kayanın jeolojik özelliği gereği, kolayca yontulan kayanın yüzeyi hava ile temas ettikten yaklaşık 48 saat sonra oksidasyonun etkisiyle sertleşerek zamanla 6 cm'ye varan sert, kabuksu bir koruyucu tabaka oluşmaktadır. Böylelikle kolayca oyulan kaya kullanmaya elverişli hale gelmektedir (Lamec, 2006).

Kapadokya bölgesinde, oyulmaya ve işlenmeye müsait kayalar ve arazi, insanlara yerin altında ve üstünde hem gizli hem de özel yaşam alanı oluşturmaları için imkân sağlamıştır. Bölgede erken dönemlerden itibaren sürdürülen bu uğraş, duvar inşasına veya bilinen manadaki tüm inşa faaliyetlerine göre daha az teknik kabiliyet ve bilgi gerektirdiği için de tercih edilmiştir.

Bölgede bulunan volkanik tüf açmaları ve bunların kullanım sebepleri şöyledir:

- Bölgedeki günlük ve mevsimlik ani ısı değişiklikleri,
- Volkanik tüflerin ısı yalıtımı özelliğine sahip olması,
- Tüflerin yapı malzemesi olarak kullanılması,
- Tüfün kolayca oyulabilmesi,
- Olağanüstü durumlarda (savaş, saldırı vs.) saklanma ve korunma imkânı sağlanması,
- Yeraltı yerleşimlerinin deprem veya volkanik patlamalar gibi doğal felaketlere karşı dayanıklı olması ve koruma sağlamasıdır.

Kapadokya bölgesindeki yeraltı şehirlerine ve kaya oyma mekânlara Ürgüp, Uçhisar, Orta Hisar, Zelve, Gülşehir, Soğanlı, Erdemli, Ihlara, Aksaray, Tavlusun, Himmetdede, Gesi, Süleymanlı, Mimar Sinan, Bünyan, Talas, Karaman-Manazan' da rastlanmaktadır.

R. Bixio ve V. Castellani yeraltı yapılarını iki gruba ayırmaktadır.

1. Doğal oyuklar.

2. Yapay oyuklar. Bu grup kendi içinde 2'ye ayrılmaktadır.

a- Yeryüzündeki oyuk yerleşimler. (Peri bacaları, kaya kiliseleri, kaya mezarları, güvercinlikler)

b-Yeraltı yapıları. (Yeraltı şehirleri, su tünelleri)

Yeraltı şehirlerinin sayısı hakkında çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Bazı kaynaklar Nevşehir'de 30 kadar yeraltı şehri olduğunu belirtirken, İtalyan araştırmacılardan oluşan ekip ise Nevşehir'de 60, Aksaray'da 46, Niğde'de 35, Kayseri'de 22, Kırşehir'de 5, Yozgat'ta 4 ve yeri tam olarak tespit edilememiş 3 olmak üzere toplam 175 yeraltı şehri olduğunu ifade etmektedir (Bixio, 2002). Martin Urban bu sayıyı 41 olarak vermiştir. Ancak yeraltı şehirlerinin sayısını belirlerken ve onları dağlık bölgelerde ki kaya oyma yerleşimlerinden ayırırken hangi verilerin kullanıldığı pek açık değildir. Derinkuyu ve Kaymaklı boyutlarındaki 41 yeraltı şehri tüm Kapadokya bölgesi ve çevresindeki yerleşimlerin toplam nüfusunun 3 katını barındırma kapasitesine sahiptir. Bu sebepten dolayı bu sayı Zelve, Soğanlı, Selime, Uçhisar, Ortahisar ve Göreme'de bulunan dağlık yerleşimler de katılarak elde edilmiş olmalıdır. Bunlara ilaveten Kapadokya Bölgesi'nde farklı boyutlarda 150–200 yeraltı şehri olduğu da belirtilmektedir.

Yöre halkına göre yeraltı şehirleri birbirlerine uzun galerilerle bağlanmış ve böylece bir "Yeraltı yerleşimi ağı" kurulmuştur. Fakat bu yerleşimlerin sayısı altıdan fazla olamaz. Bu oldukça yorucu ve zaman alıcı yapı etkinliği için ne yeterli iş gücü ne de zaman vardır. Derinkuyu ve Kaymaklı gibi yaklaşık 3000 kişiyi barındırabilecek bir yeraltı şehri için en az

30.000 m^3 alan kazılmalıdır. Günümüzde bir insan 100 m^3 alanı 30 günde kazabilmektedir ki bir günde yaklaşık 3 m^3 alan kazılabilir. Bölgenin nüfusu göz önünde bulundurulduğunda altı veya sekizden fazla yeraltı şehrine ihtiyaç yoktur. 4000 veya 5000 kişi barındırabilecek kapasitede olan Derinkuyu boyutlarında altı veya sekiz yeraltı şehri tüm Kapadokya bölgesi halkını barındırabilir.

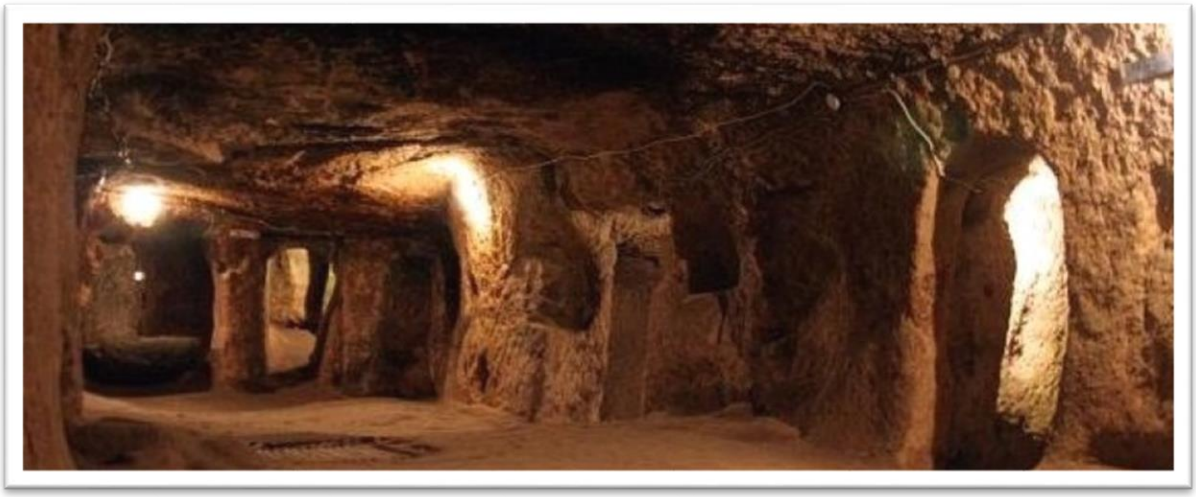
Kapadokya içindeki kayadan oyma mağaralar, yeraltı şehirleri Anadolu Selçuklularının dağılma döneminde bir kez daha sığınma, saklanma işlevi görmüş ve Selçuklu Sultanları arasında çıkan anlaşmazlıklarda sultanların sığınma yerleri olarak kullanılmıştır. Bu sürece kadar Kapadokya Bölgesi tarihin önemli çağlarının her birine ait izleri üzerinde taşırken üst üste gelenler ya da yeni gelenle eskinin karşılaştığı dönemlerde kültürler birbirini yok etmeden ya da birbiri içinde yok olmadan devamlılıklarını sağlayabilmişlerdir (Berkmen, 2015).

4.14.4. Alana Yakın Yeraltı Şehirleri

4.14.4.1. Derinkuyu Yeraltı Şehri

Kapadokya Bölgesi'nin bütün yerleşmelerinde büyüklü küçüklü yeraltı şehirleri bulunmaktadır. Yeraltı şehirlerinin su ile olan ilişkileri ya da başka bir deyişle su kaynaklarının yeraltı şehir ve depoları için önemini bu yeraltı şehirlerinin içinde bulunan özellikle ibadet bölümlerindeki vaftiz havuzları ile uzun süre insanların ve hayvanların buralarda saklanmalarını sağlayan su kuyularından anlamak mümkündür. Kapadokya Bölgesi'nin en büyük (8 katlı) yeraltı şehrine, bulunduğu yerleşme ve çevresinde herhangi bir su kaynağı olmamasına karşın yeraltında sahip olduğu yaklaşık 20 metre derinliğindeki büyük kuyu nedeniyle Derinkuyu ismi verilmiştir (Bixio, Burri, Castellini, Pensabene, 1995).

Derinkuyu Yeraltı Şehri 8 katı temizlenerek turizme açılan şehrin bazı kaynaklarda, 18-20 kat olduğu düşünülmekte ancak temizlik çalışmalarının tam anlamıyla tamamlanmamış olması nedeniyle bu konuda kesin bilgi verilememektedir. Derinkuyu Yeraltı şehri 1500m^2'lik alanı kaplamakta olup 85 m derinlikli olarak tanımlanmaktadır (Birant, 1992). Derinkuyu Yeraltı şehri, aynı anda 100.000 kişilik bir topluluğu barındırabilecek kapasiteye sahiptir (Fetih Dergisi, 2007).



Şekil 110: Derinkuyu Yeraltı Şehri Koridoru
Kaynak: https://www.kapadokyabalonturu.com.tr

Derinkuyu Yeraltı Şehri Yapısal Özellikleri: Birinci katta hayvan yemliklerinin bulunması nedeniyle bu katın ahır olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Birkaç odadan ibaret olan bu bölümde hayvanların yem yiyebileceği ve su içebileceği, kabaca oyulmuş küçük oyuklar bulunmaktadır. Ahırın uzantısında ise iki bölümden oluşan çırahane yer almaktadır. Ahırdan uzanan, sağında ve solunda küçük nişler bulunan bir koridor aracılığı ile rahiplerin okuluna geçilmektedir. Geniş bir alanı kapsayan okulun tavanı, yeraltı kentlerinde pek rastlanmayan beşik tonozla örtülüdür. Salonun solundaki mekânların öğrencilerin çalışma odaları olduğu sanılmaktadır. Merdivenle çıkılabilen yüksek platformsa üst yüzey bir din görevlisinin insanlara rahatça seslenebilmesi için yapılmıştır. Bu yeraltı şehirlerinde kilise ve okul bulunması, yerleşimin savunma amacının yanı sıra dinsel niteliğinin de bulunduğunu göstermektedir.

İkinci kata giden koridorun sağında ve solunda yer alan mekânların oturma odaları olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Bu katta yer alan mutfağın ortasında tandır, duvarlardaysa erzak ya da mutfak malzemesi koymaya yarayan kayadan oyma derin nişler yer almaktadır. Şırahane mutfağın hemen yanında bulunmaktadır. Üzüm ezme yeri, küçük bir odacıktan ibaret olup, üzüm suyunun akışını sağlayan taştan bir oyuk mevcuttur.

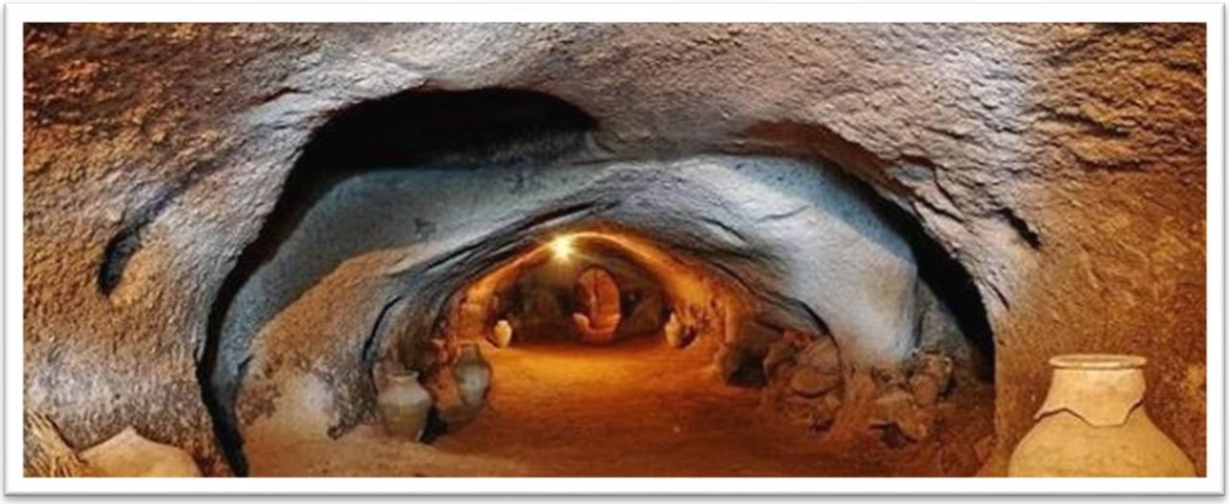
Mutfak ve şırahanenin arasındaki geçit, günlük yaşama ayrılmış oturma odalarına geçişi sağlamaktadır. Ayrıca bu katta bulunan okul, vaftiz havuzları, katın Roma Dönemine ait olduğunu göstermektedir (Gülyaz ve ark.1992). Birinci kat yeraltı şehrinin erzak depolarının en bol olduğu yerdir. Burada ayrıca su kuyusuna giden bir tünel bulunmaktadır.

Üçüncü kat çıkış güzergâhındadır ve oturma odalarıyla erzak odalarından oluşmaktadır. Üçüncü kattan başlayan dar, yüksek, uzun ve kavisli galeri doğrudan beşinci kata gitmekte, ortası delik bir sürgü taşı bu galerinin girişini kapatmaktadır. Beş ve altıncı katlarda da erzak odaları ve mutfaklar yer almaktadır. Yedinci katta; haç planlı bir kilise, toplantı mahalli, bir de kuyu bulunmaktadır. Ayrıca bu katta cenaze ve mezarlık odası da yer almaktadır. Ufak ibadet

mekânları, odalar ve yemek salonu bu katın diğer bölümlerini oluşturmaktadır. Sekizinci katta; havalandırma bacasıyla son bulan bir koridor bulunmaktadır.

4.14.4.2. Kaymaklı Yeraltı Şehri

Yeraltı Şehri Kaymaklı Kasabasının ortasında "Kale" olarak adlandırılan bir yükseltinin altında yer almaktadır. Kaymaklı Beldesinde yerleşme yeraltı şehrinin bulunduğu alandan dışa doğru yayılmıştır. 1964 yılında bulunan şehir, temizleme ve ışıklandırma çalışması sonucu 1974 turizme açılmıştır.



Şekil 111: Kaymaklı Yeraltı Şehri Koridoru

Kaynak: https://uzungoltur.net/

Kaymaklı Yeraltı şehrinde pasajlar dar, alçak ve eğimlidir. Halen 4 katı açık olan yerleşmede mekânlar havalandırma bacası etrafında toplanmıştır. Birinci katta ahır bulunmakta olup, bu mekânlar küçüktür. Dolayısıyla yeraltı şehrinin henüz temizlenmeyen kısımlarında da ahır olma olasılığı yüksektir. Ancak hayvanların şehir içinde dolaşımı ve oluşacak koku nedeniyle ahırlar yeraltı şehrinin alt katlarında değil etrafında olduğu düşünülmektedir. Yeraltı şehrinin ikinci katında kilise bulunmaktadır. Ayrıca kilisede vaftiz taşı kenarlarda oturmaya yarayan platformlar bulunmaktadır. Yeraltı şehri içinde bulunan kilisede bir de mezarlık alanı yer almakta olup, burada bulunan mezarların dini özellikleri olan kişilere ait olduğu sanılmaktadır.

Yeraltı şehrinin en önemli mekânları üçüncü katta bulunmaktadır. Bu katta depolar, mutfak mekânı, şırahaneler yer almaktadır. Ayrıca bu katta andezit taşı da bulunmakta olup taş üzerinde ihtiyaca göre açılan 57 çukur bulunmaktadır. Söz konusu taşın baharatların inceltilmesinde kullanıldığı düşünülmekte idi. Ancak M.T.A Enstitüsünün yaptığı araştırmalara göre bu taşın bakır cevherinin öğütülmesinde kullanıldığı belirlenmiştir.

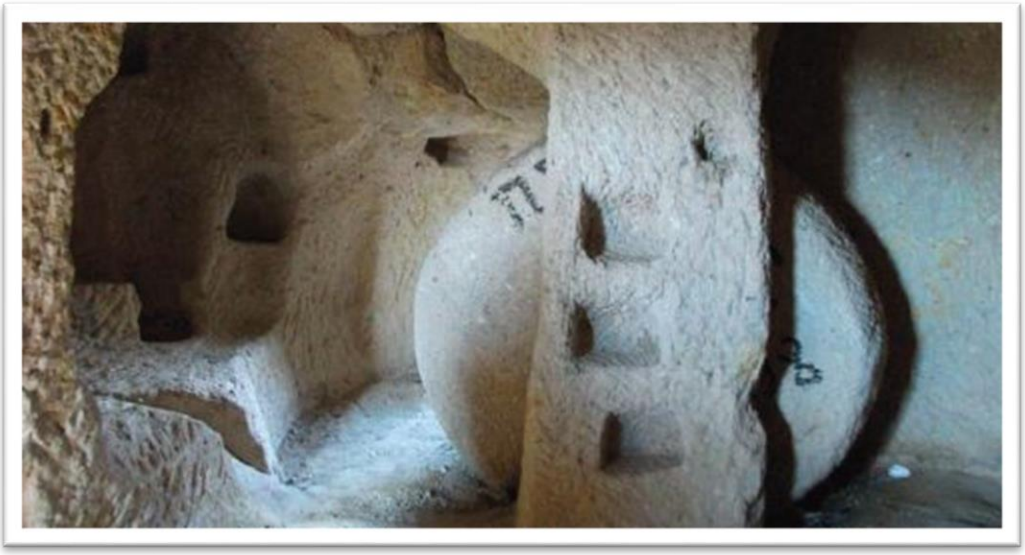
10 cm boyutundaki bakır cevheri çukurların içine koyularak kırma çubuğu ile eritmeye hazır hale getirilir. Bu teknik prehistorik devirlerden beri bilinen bir yöntemdir. Kaymaklı Yeraltı şehrine getirilen bakırın Aksaray- Nevşehir arası bir ocaktan getirildiği ve bu ocağın

Kapadokya Bölgesindeki en eski yerleşim olan Aşıklı halkınca da kullanıldığı belirtilmektedir (Gülyaz, 2006).

Dördüncü katta ise depolar bulunmaktadır. Bu kadar çok deponun bulunması yeraltı şehrinin hem daha büyük olduğunu hem de dönemin ekonomisinin düzenli olduğunu göstermektedir (Gülyaz, 2006).

Nevşehir iline bağlı diğer yeraltı şehirleri ise; Özlüce, Özkonak, Tatlarin, Mazı'dır.

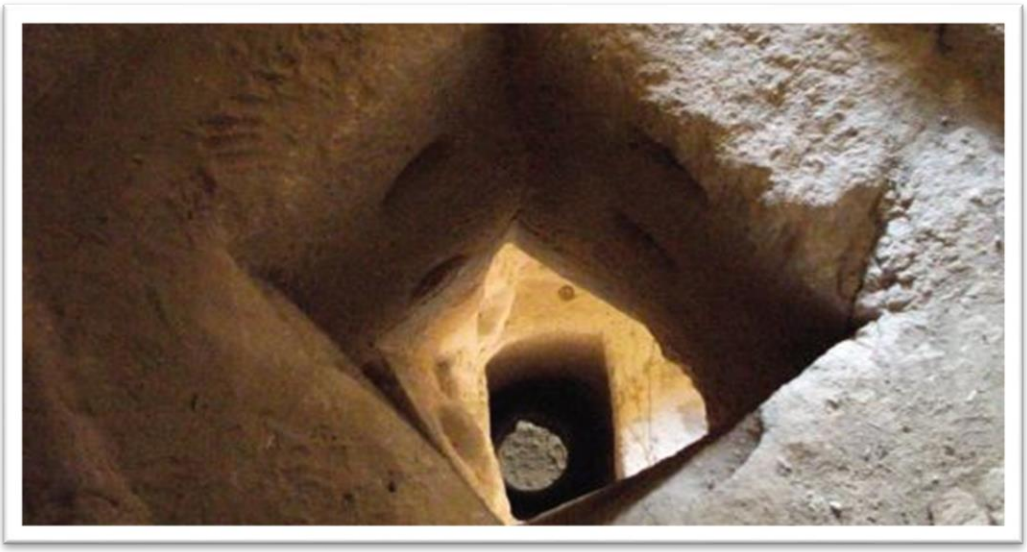
4.14.4.2. Manastır Vadisi'nde Yer Alan Yeraltı Şehri



Şekil 112: Yer Altı Şehri Giriş Kapısını Engellemek Amacıyla Yapılan Tekerlek Biçimindeki Yapı

Mustafapaşa Manastır Vadisinde yer alan peri bacalarında oyma kaya evlerin içerisinde farklı tarzda değişik yapılar keşfetmek mümkün. Bölgede yaşayan ilk hristiyanların dönemin savaşlarından kendilerini koruma amaçlı yerleştiği peri bacaları mimarı özün de kaynağı olmuştur. Manastır Vadisi'ndeki eski yaşamda bu kaya oyma evlerde yaşayan insanların evlerinin içerisinde benzer yapıda güvercinliklere de rastlanmaktadır. Kendilerine bir yer altı şehri tüneli de yapan bu insanlar herhangi bir tehlike veya savaş durumunda kaçış güzergahlarını da belirlemişlerdir.

Evlerin giriş kapısında yer alan bu tekerlek formundaki yapılar tehlike anında giriş kapısını kapatma amacıyla yapıldığı bilinirken aynı zamanda kaçış yolundaki alt kata açılan bir tünelde bulunmaktadır. Bu tünel veya oyma geçit olarak adlandırılan yapıda güvenli bir iniş ve çıkış sağlamak için geçit duvarlarına büyüklü küçüklü destek sağlamak için oyuklar bulunmaktadır.



Şekil 113: Yeraltı Şehri Kaçış Güzergahı

Manastır Vadisi'nde yer alan bu yapı turistlerin ilgisi ile birlikte rehber eşliğinde gerçekleşecek gezilerde doğru bir anlatım noktası olabileceği gibi bu yapı içerisinden gerekli iniş çıkış güvenliği sağlandıktan sonra turistlerin deneyimleyebilecekleri bir çekim noktası olacaktır.

4.14.4.2.1. Yeraltı Şehirlerinin Planlamaya Etkisi

Tarihi ve kültürel değere sahip yerleşmelerin bulunduğu bölgeye sağladığı en önemli fayda, turizm sektörünün canlanmasına katkıda bulunmasıdır. Tespit edilmesinden sonra başlayan temizlik çalışmaları, gerekli tanıtım kampanyaları ile ziyaretçi sayısındaki artış, yöre halkının da turizm faaliyetlerine yönelmesine sebep olmuştur. Turizm sektöründeki bu artış, farklı iş kollarının oluşmasını, iş kollarının kalitesinin arttırılması ziyaretçi sayısını da etkilemektedir. Tarihi dokular onarılmakta, gerekirse restore edilerek kullanıma açılmaktadır. Dolayısıyla gerek yerel yönetim gerekse yerli halk koruma kavramıyla iç içe yaşamaya başlamaktadır. Nevşehir İline bağlı Uçhisar Kasabası'nda bu yaklaşım açıkça görülmektedir. Kalesiyle ünlü olan Uçhisar Kasabası, kentsel sit alanı olarak tespit edilmiş, kaleyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için farklı seçenekler sunulmuştur. Hala yörede bulunan ve yıkılmaya yüz tutmuş yapılar restore edilerek ayağa kaldırılmaya çalışılmakta, halk koruma olgusunun içinde yaşamaktadır. Ancak yeraltı şehirlerinin bulunduğu yerleşimler için bunu söylemek doğru olamamaktadır. Buna etken olarak bu yerleşimlerin kent merkezlerine yakın olduğu da söylenebilir. Ancak en önemli etken yeryüzünde tarihi dokunun algılanamaması, önemli olan kısmın sadece yeraltında bulunduğunun düşünülmesidir. Dolayısıyla bu yaklaşım ile yeraltı şehirleri sadece zemin altındaki boşluklardan ibaret bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

Kapadokya Bölgesi genelinde yeraltı şehrine sahip bulunan yerleşmelerde yapılaşma yeraltı şehri odaklı gelişip etrafa dağılmıştır. Odak noktasını oluşturan yeraltı şehri hem ticaret hem de turizm merkezi konumuna gelmiştir. Yeraltı şehirlerinin yakın çevresine yapılan

organik düzende yerleşim olup, yeraltı şehrinden uzaklaştıkça düzenli yapı adaları ortaya çıkmıştır. Ancak; tarihi merkez olan yeraltı şehirlerinin etrafında bulunan evler harap olmasından dolayı terk edilmektedir. Ayrıca sit alanı olarak tespit edilen bu alanlar ilgili kuruluşların bilinmemesi ya da yanlış tanınmış olması nedeniyle, onarım, bakım, yeni yapı faaliyetlerine gidilmemekte, eskiyen yapılar terk edilmekte, bunun sonucu olarak köhnemiş bir yerleşim ve turizm merkezi ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşım ise çevresindeki evlere bir bütünlük arz eden yeraltı şehrinin bir özelliğini kaybetmesine dolayısıyla öneminin azalmasına neden olmaktadır. Çünkü önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere yeraltı Çehirlerinin etrafında bulunan evlerin avlusundan bu şehirlere inildiği, savunma durumunda sığınak olarak, diğer durumlarda ise depo olarak kullanıldığı belirtilmiştir. Ancak yeraltı şehri etrafındaki evlerin boşaltılarak köhnemeye bırakılması yeraltı şehrini gezenler için sadece ilginç bir tünelde gezme hissinden başka hiçbir duygu hissettiremeyecektir.

Bu gibi yerlerde yapılması gerekenin; tarihi kültür varlığı ne olursa olsun etrafını yalınlaştırılmasından çok, mümkün olduğunca o zamanı yaşatacak özellikte olmasına özen gösterilmesi gerektiği kanısına ulaşılmıştır. Gerekirse bu gibi yerlerde yaşayan yerli halkın evlerini terk etmesinden çok onarımının yaptırarak orada yaşaması sağlanmalıdır. Böylece yeraltı şehrinin etrafıyla soyutlanması yerine yerleşmenin bir bütünü olarak devamlılığı sağlanarak, halkın da bu gibi yerlerden çekinmesi engellenmiş olacaktır.

4.14.5. Sarnıçlar

İnsanlığın en önemli ihtiyaçlarından biri olan su ve suyun temini, medeniyetin ilk dönemlerinden beri insanoğlunun çözmek zorunda olduğu sorunların başında gelmektedir. Tarih devirleri boyunca şehirler, genellikle su yakınlarına kurulmuştur. Sonraki dönemlerde ise verimli topraklarda yer alan ancak su kaynaklarına uzak kurulan şehirlerde, suya kolaylıkla ulaşılabilmek adına su kemeri, suyolu ve suyun depolandığı açık veya kapalı tasarlanmış sarnıçlar mimari elemanlar olarak vücut bulmuştur (Güngör, 2017).

Sarnıç kelimesi “Küçük havuz” anlamında Arapça kökenli “Şahrınç” dan gelmektedir. Yeraltında, yerüstünde veya kısmen yerüstünde olan sarnıç yapıları; yağmur sularının toplanıp, biriktirilmesi amacıyla taş malzemeden yapılan su depolama alanlarıdır. Kentin çok önemli olan su ihtiyacının karşılanması için inşa edilen gerek açık gerekse kapalı sarnıçlar, tarihte zaman zaman savaş tehdidi altında kalabilmekteydi. Bu sebeple sarnıçlar, kentin dağılım ve yerleşim alanlarının belirlenmesinde önemli veriler ortaya koymaktadır (Güngör, 2017). Sarnıçlar, yağmur sularını biriktirmek için genellikle toprak altına yapılan, duvarları özel harçlarla sıvalı, su depolarıdır. İnsanlığın tarih boyunca baş etmek zorunda kaldığı problemlerin başında gelen susuzluk veya suya erişim zorluğu dünyanın muhtelif yerlerinde ve farklı tekniklerde sarnıçların yapılmasını zorunlu kılmıştır (Güngör, 2017).

4.15.6. Güvercinlikler

4.15.6.1. Güvercinliklerin Tanımı ve Konumu

Özgün bir vadi formasyonu içinde doğal ortamla bütünleşmiş olan güvercinlik yapıları, ilk görenler için gizemli bir mimari form oluşturmaktadır. Belli bir dönemde belli bir amaca hizmet etmek üzere özel olarak tasarlanarak oluşturulmuş olan bu yapılar; Osmanlı Devleti döneminde, tarım için vazgeçilmez bir malzeme olan güvercin gübresinin düzenli ve sistematik bir şekilde toplanabilmesi amacıyla yapılmış özgün örneklerdir. Halk mimarisinin temsilcisi olarak yerel yapılaşma modelleri içinde özgün form ve fonksiyonları ile önemli bir yere sahip olan güvercinlikler, doğa ile uyumlu, insana saygılı yapıları ile mimarlıktan şehirciliğe, ekolojik tarımdan küreselleşmeye kadar genişleyen bir çerçevede ele alınarak değerlendirilmesi gereken önemli bir konudur (Büyükmıhçı, 2006).

Şekil 114: Kaya Oyma Güvercinlikler, Ürgüp

Kaynak: https://tr.wikiloc.com/

4.15.6.2. Güvercinliklerin Mimari Yapısı

Dönemin sosyo-ekonomik şartları içinde önemli bir yan sanayi yapısı olarak yapılandırılan güvercinlikler, mimari anlamda değerlendirildiğinde, aynı amaca hizmet eden iki farklı tip güvercinlik yapısı ile karşılaşılmaktadır. Bunlardan birisi kaya oyma güvercinlikler, diğeri ise baca şeklinde uzantıları ile dikkat çeken bacalı güvercinliklerdir.

4.15.6.3. Kapadokya'da Kaya Oyma Güvercinlikler

Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde peribacası, kırgıbayırı gibi doğal oluşumlar yanında bölge içinde yer alan ve "Güvercinlikler", "Güvercinlik vadileri" olarak tanınan alanlar da bulunmaktadır. Bölgenin doğal malzemesi olan tüfün kolayca kazılması ve biçimlenmesi nedeniyle 18. yüzyıldan beri yapılan güvercinliklerin günümüze kadar gelenleri 19. yüzyıl sonu ile 20. yüzyıl başlarına aittir (Dirik, 2009). Soğanlı ve Çat güvercinlikleri Kapadokya'nın en bilinenleri olup, güvercinlikler genellikle 7–8 katlıdır. Kapadokya Bölgesi'nde güvercinliklerin

yapılma nedenleri arasında gübresinin bölge halkının kısıtlı tarım topraklarında, bağ-bahçelerinde verimliliği arttırmak için kullanmaları gayreti de yer almaktadır.

Şekil 115: Kaya Oyma Güvercinlikler, Mustafapaşa
Kaynak: Mustafapaşa Muhtarlığı

Avanos'ta bağcılıktan söz edilmesinin en önemli nedeni arazi yapısına bağlı olarak toprağının volkanik özellikler taşımasının yanısıra iklim koşulları dışında bölge ve toprağının daha verimli olması için gerek hristiyanlar gerekse müslümanlar tarafından tarih boyunca güvercin gübresi kullanılmasıdır. Güvercin gübresi oldukça değerli bir verim artırıcı gübre olup, bileşiminde yaklaşık %25 organik madde, %2 azot, %1 fosforik asit bulunmaktadır. Bu nedenle güvercin gübresi kullanılan topraklarda ürünlerin olumsuz koşullara dayanıklılıkları yüksek düzeyde ve gelişimleri de hızlı olduğundan kaliteleri de artmaktadır. Kapadokya Bölgesi ve Avanos'ta güvercinliklerin fazla olmalarının bir nedeni de bölgedeki su kaynaklarıdır. Anadolu'da inşa edilen tüm güvercinliklerin / güvercin evlerinin su kaynaklarına yakınlıkları bilinmektedir (Dengiz, Ceyhun, Ekberli ve Özdemir, 2009).

Yörenin, Hıristiyanlığın ilk yıllarına uzanan tarihi yapısı içinde bol miktarda var olan kaya oyma kiliselerin mevcut yapılarının değerlendirilmeleri ile oluşturulmuş örneklerdir. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan Kapadokya Bölgesi, jeolojik devirlerde aktif birer volkan olan Erciyes Dağı ve Hasan Dağından bölgeye yayılan lavların oluşturduğu tüf tabakasının, vadi yamaçlarından akan yağmur sularının, soğuk ve sıcak havanın ve rüzgârın etkisi altında aşınmasıyla bugünkü halini alıştır. Oyulmaya ve şekillendirilmeye uygun, yumuşak dokulu tüf tabakaları; peri bacaları, kaya oyma evler, kiliseler gibi birçok ilginç mimari elemanın şekillenmesine olanak sağlamıştır. Topoğrafik yapısına bağlı olarak, yüzlerce yıl önce yaşamış insanların oluşturduğu uygarlıktan kalan izler üzerinde yapılanan kaya oyma güvercinlikler, bugün yarı yıkık yapıları, insansızlığı ve zamana direnen özgün mimarisi ile, esrarlı bir manzara sunmaktadır (Büyükmıhçı, 2006).

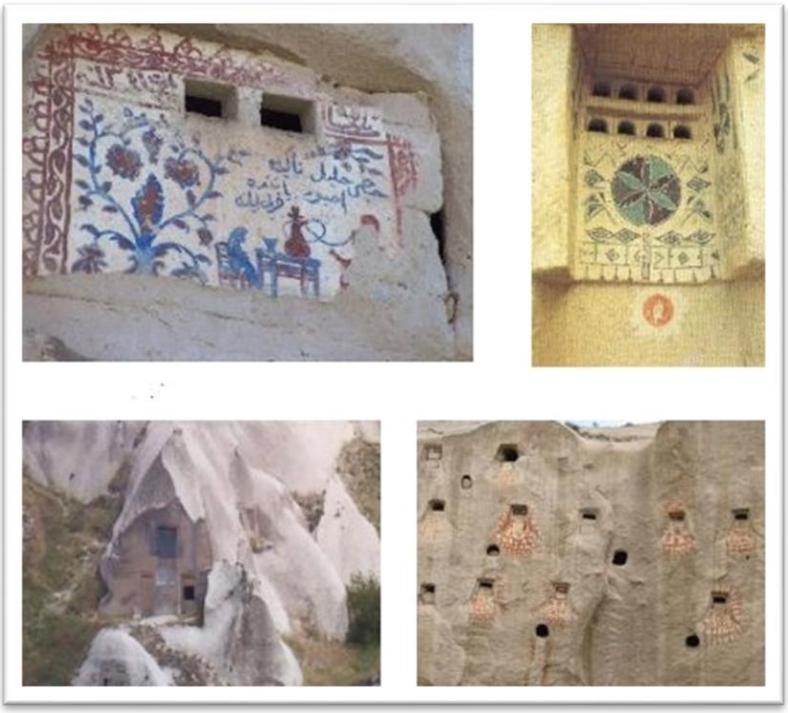
Rivayete göre, 9.Yüzyılda başlayan güvercin yetiştiriciliği ile beraber burada yaşayanların dikkatini çeken üzüm yetiştiriciliğinde güvercin gübresinin çok faydalı olduğudur. Bu nedenle bugün de göze çarpan kayadan oyma yuvalar, tarım işçilerinin verimini artırabilmek adına, evler yerine vadiyi seçmesiyle oluşur.

Sadece tarımda değil, aynı zamanda kilise duvarlarını renklendiren çizimlerin ve desenlerin renklerini koruyabilmek, fresklerin sağlam kalmasını sağlayabilmek adına da güvercin gübrelerinin verimli olduğu için kullanıldığı söylenir. Günümüzde de hala çeşit çeşit güvercinlerin vadide bulundukça son derece keyifli bir manzara oluşturdukları görülür. Bu nedenle Kapadokya'da bulunan Güvercinlik Vadisi, eşsiz manzara ve tarihi ile turizme da katkı sağlayan en önemli bölgelerden birisidir.

Şekil 116: Kaya Oyma Güvercinlikler

Kaynak: https://tr.wikiloc.com/

Bizans döneminde manastır veya kilise olarak kullanılmış olan kaya oyma yapıların girişleri ve pencere boşlukları kapatılarak mekân içi güvercinlik haline getirilmiştir. Çavuşin kasabası yakınlarındaki, Nicophorus Phocas Kilisesi ve Vaftizci Yahya Kilisesi, Göreme'de Meryem Ana Kilisesi, Ortahisar'da Hallaç Manastırı güvercinlikleri bunlara en iyi örneklerdir (Büyükmıhçı, 2006).



Şekil 117: Peri Bacaları Üzerinde Yer Alan Güvercinlik Motifleri

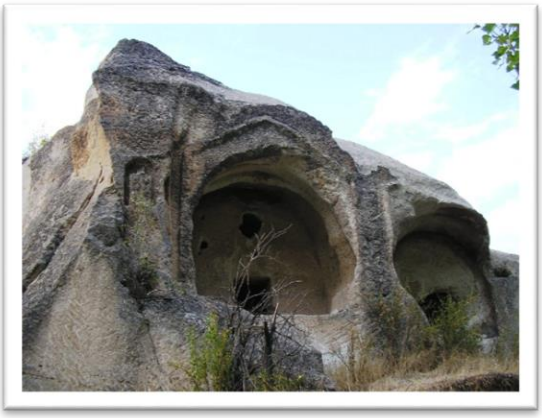
Kaynak: Büyükmıhçı, 2006

Bu tip güvercinliklerin dış cephelerine; güvercinler için giriş kapısı görevi gören, oldukça dar delikler açılmış ve bu deliklerin çevresi yöresel sanatçılar tarafından zamanın geleneğine uygun olarak bezenerek kuşların dikkati çekilmek istenmiştir (Büyükmıhçı, 2006).

Özellikle Kapadokya bölgesinde güvercinlik vadisi olarak adlandırılan vadide yaygın olarak konumlandırılan bu tip güvercinliklerin yüzeyi, yöresel sanatçılar tarafından zengin bezemeler ve kitabeler ile süslenmiştir. Mustafapaşa Mastır Vadisi'nde sıkça görülen güvercinliklerde, çok renkli boya kullanımı ile yapılandırılan ve Türk-İslam halk resim sanatının öncü örneklerinin sergilendiği güvercinlik süslemelerinde genellikle bölgedeki sosyal yaşantıyı yansıtan figürler, bitki ve hayvan motifleri, halı, kilim motifleri, geometrik desenler ve simetrik kompozisyonlara rastlanmaktadır. İç mekânda ise duvar yüzeylerine kuşların yumurtlaması ve yuvalamaları için uygun büyüklükte oyuklar ve nişler yapılmıştır (Büyükmıhçı, 2006).

4.15.7. Kaya Mezarlar

Kapadokya'da en yaygın kullanılan Roma dönemi mezar mimarisi kaya mezarlardır. Bunda Kapadokya kayalarının kolay işlenebilmelerinin yanı sıra ölümden sonraki hayata dair inanışlar önemli bir yer tutar. Roma döneminde ölümden sonra ruhun bir melek tarafından sorgulanmak üzere önce gökyüzüne ardından da yeraltına götürüleceğine inanılırdı. Bu bakımdan yüksek kaya blokları üzerine oyularak yapılan mezarlar hem gökyüzüne yakın olmak açısından hem de mezarın korunması açısından önemliydi.



Şekil 118: Kaya Mezarlar Dış ve İç Görüntüsü, Mustafapaşa

Kaynak: Mustafapaşa Muhtarlığı

Kaya mezar hazırlanırken önce kaya oyularak mezar odası hazırlanırdı. Mezar odası bir ya da birkaç odalı olurdu. Oda içinde ölünün yatırılacağı yer ayrı bir platform olarak düzenlenir, sevdiği eşyalar, giyecekler ve yiyecekler ise ölünün yakınına bırakılırdı. Mezar odasının tek bir girişi olurdu. Bu giriş kaya ile kapatılarak mezar korunmaya çalışılırdı. Kaya mezarın dış cephesinde kayanın yüzeyi düzleştirilir ve anıtsal bir görünüm kazandırılırdı. Bazen de üçgen alınlıklar ve sütunlar kullanılarak bir mabet etkisi oluşturulurdu. Kaya mezarların dış cephe süslemelerinde bazen kabartma rölyeflerin de kullanıldığı görülmektedir. Rölyeflerin konusu genellikle ölenin sağlığındaki yaşantısı ve görevi ile ilgili olarak seçilirdi.

4.15.7.1. Göreme'deki Roma Kaya Mezarları

Burada ele alacağımız kaya mezarları bugün Göreme belde merkezinde yer alan 5 mezardan oluşmaktadır. Hepsini 1-2 saat zaman ayırarak görebilirsiniz. Mezarların tamamı büyük kaya konileri içine oyulmuş, iki sütunlu ön cepheleriyle mabet görünümü verilmiş mezarlardır. Mezarların aynı tarz olmaları eş zamanlı yapıldıklarını düşündürmektedir.

Roma Mezarı (Terminalin arka tarafında): Göreme'nin merkezinde terminalin arka tarafında bulunmaktadır. Yüksek bir kaya konisi üzerine yapılmış olan mezar odasının dışarı bakan bölümüne, alınlıklı kare bir çerçeve yapılarak ortasına iki tane sütun yerleştirilmiş ve anıtsal bir görüntü kazandırılmıştır. Bugün mezarın alt bölümleri tahrip olmuş, sütunlar ise kırılmış durumdadır. Geceleri ışıklandırılan bu mezar Göreme'nin sembolü gibidir.

Roma Mezarı (Paradise Cave Hotel'in içinde): Bugün Paradise Cave Hotel'in içinde bulunan kaya mezarı iki sütunlu olarak yapılmıştır. Sütunlardan biri kırık durumdadır. Eskiden kırık sütunun olduğu tarafta yandan çıkılan bir merdivenle mezar odasına ulaşılabiliyordu. Bugün otelin terasından mezar odasına girilebilmektedir.

Roma Mezarı (Kelebek Hotel tarafında): Kelebek Hotel'e çıkan yokuşu otele dönmeden biraz daha devam ederseniz Roma mezarının altına kadar gelirsiniz. Sütunlarının arası taş döşenerek kapatılmış olan bu mezar da yapı olarak diğerleriyle aynı özellikleri göstermektedir.

Eskiden ön tarafta bulunan merdivenler aracılığı ile mezar odasına çıkılabiliyordu. Bugün merdivenlerin pek işlevsel oldukları söylenemez.

Roma Mezarı (Belediyenin arka tarafında): Arka sokaklarda bir tarlanın içinde kaldığı için fazla dikkat çekmeyen bu mezar, iki sütunun ayırdığı üç kemerli görünümü ile diğerlerinden farklı bir tarza sahiptir. Sütunlarının ikisi şu anda ayaktadır ancak bir tanesinin doğal aşınma sonucu alt kısmı iyice incelmiş ve kırılma noktasına gelmiştir. Mezar odası bugün tahminen depo gibi kullanıldığından ağzı kapı ile kapatılmış durumdadır.

Roma Mezarı (Cappadocia Cave Suites içinde): Bugün Cappadocia Cave Suits'in odalarından biri haline gelmiş olan kaya mezarı, oldukça belirgin üçgen alınlığı ve iki sütunu ile dikkati çekmektedir. Sütunlarından biri kırılmış durumdadır. Otel odası haline getirilmesi sırasında sütunlarının arası duvar biçiminde örülerek kapatılmıştır. Örülü bölümden iki pencere açılarak odanın dışarıya açılımı sağlanmıştır. Pencerelerin önüne ise ahşaptan balkon tarzı bir platform yerleştirilmiştir (cappadociaexplorer.com, 2009).

Şekil 119: Manastır Vadisi'nde Yer Alan Kaya Oyma Mezarlar

Mustafapaşa Manastır Vadisi'nde de kaya oyma mezarlıklara rastlanmaktadır. Kaya oyma mezarlıkların turistik kazanımı olduğu gibi tarihi unsurları da içerisinde barındırmaktadır. Kimlerin defnedildiği eski yaşantıda neler gerçekleştirdiği turizmde ilgi çekici imaj ögesini tamamlamasıyla beraber tarihçilere de keşfedilmek için yeni bir ufuk açmaktadır.

Mustafapaşa'da Alandaki Tarihi Dokunun Hikayeleştirilmesi ve Turizmde Pazarlanması

Hikâye Anlatımı

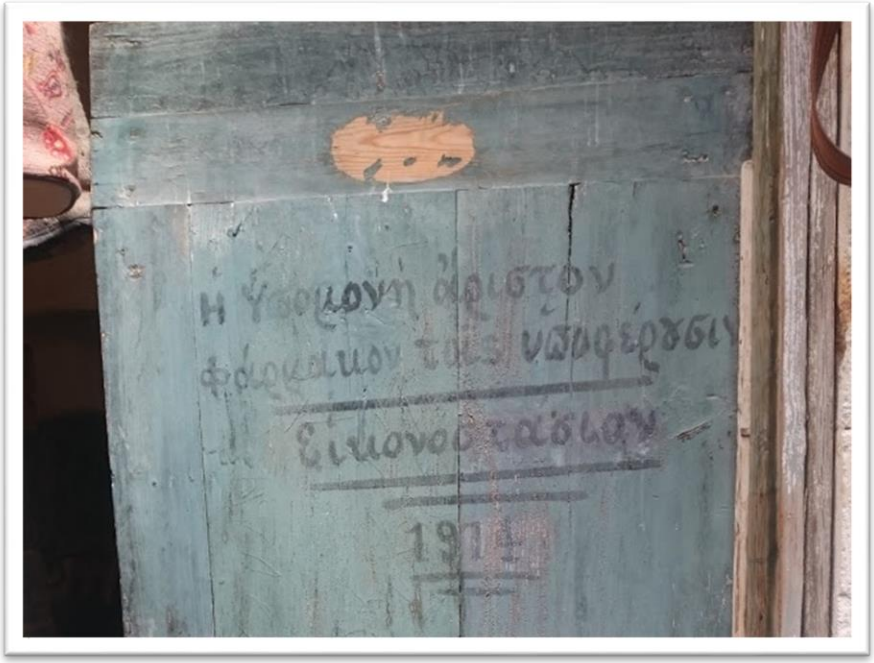
Hikâye anlatımı, geçmişten günümüze var olan efsaneleri, kahramanları ağızdan ağıza toplumlar içerisinde yayılmasını sağlayan bir anlatı yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Hikâye kavramı insanoğlunun yaşamı boyunca her zaman var olmuş ve ilgi çeker nitelikte paylaşılmaya ve anlatılmaya değer bir kavram olarak görülmüştür. Günümüzde de varlığını koruyan hikâye anlatımı artık yeni iletişim teknolojilerini de içerisinde barındıran yöntemlerle

aktarılmaktadır. Özellikle yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte hikâye anlatımı daha hızlı ve anlatıcı katkısıyla birlikte genişleyen bir evren durumuna gelmiştir.

Sinasos'ta Marika'nın Mübadele ve Aşk Hikayesi

Mübadele Antlaşmasının imzalanması ile inanılmasında güçlük çekilen göç kapıya dayanmıştır. 1918 öncesi İstanbul doğumlu Sinesonluların "Etabli" sayılarak mübadele dışı bırakılması öncesinde Köyde doğmuş olsalar da mübadeleden muaf tutulmayı isteyen Sinesonlular bunun imkansızlığını anlayarak göç hazırlıklarına başlarlar. Varlıklı olanların öncülüğünde köyün genel durumunu fotoğraflayıp gelenekleri, adetleri, ilahileri, köyün tarihçesine dair bilgileri içeren bir kitap hazırlayıp Yunanistan'da yayınlamışlardır. Köye ve köylülerin yaşantısına ait bilgilerin detaylı olarak anlatıldığı bu kitap, Sineson köyünün günümüze ulaşan önemli belgesi niteliğindedir.

Mübadele haberleri üzerine diğer yerlerde olduğu gibi Sineson gayrimüslimlerinden birçok kişi Türk Ortodoks oldukları için mübadele edilmemeyi umut etmişlerdir. Mübadele antlaşmasının esası dine dayalı değiştirme olduğu için istekler ve uyarılar dikkate alınmamış sadece Müslümanlarla evli gayrimüslim kadınların kalmalarına izin verilmiştir. Bunlar arasında mübadele harici evlilik yoluyla kalan kadınlardır.



Resim 3: 1914 Yılında Marika'nın El Yazısıyla Yazılan Kapı Üzerinde Yer Alan Söz

Kaynak: *http://nextdestination.net/*

Gayrimüslim kadınlardan biri de uzun burunlu, uzun yüzlü, beyaz saçlı ve uzun entarili Rum kızı olan Marika (Maria)'dır. Marika evlerinin yakınlarında oturan Hanife ile evli olan Seyit'e aşıktır. Resim 1'de görülen 1914 yılında kapı üzerinde yer alan ve çevirisi "Sabır büyük

bir ilaçtır, kullanmasını bilene" yazısı Marika tarafından yazılmıştır. Marika bu yazıyı babasının bir Türk ile evlenmesine izin vermeyeceğini düşündüğünden yazdığı söylenmektedir. Mübadele ilanından 3-4 ay önce bağcılık ile uğraşan babası Vasili'ye gayrimüslim kadınların Türk erkekleri ile evlenerek Sinasos'ta yaşamaya devam edebileceğinden bahsetmiştir. Babası ise kızının sözlerine karşılık olarak "Eğer sen evlenmek istersen ve seni de isteyen birisi olursa ben veririm" diye cevaplamıştır. Marika babasının bu cevabı üzerine Seyit'e "Babam beni verecek, ben sana aşığım beni al burada kalayım ne olur." demiştir. Seyit ise "Biz komşuyuz, siz aşağıdasınız biz yukarıda oturuyoruz ve biliyorsun ben Hanife ile evliyim bunu birde ona sormalıyım, eğer evet derse olur." demiştir. Seyit eve vardığında Marika'nın onunla evlenmek istediğini Hanife'ye söylemiştir. Hanife ise "Müsaade ediyorum, git o kızı al." demiştir. Daha sonra Seyit ile Marika evlenmiş ve mübadele sonrası Marika Sinasos'ta yaşamaya devam etmiştir.

Resim 4: Marika'nın Girişinde 90 Yıllık Asma ve 15 Odası Bulunan Evi

Marika son yıllarında hastalandığı zaman vasiyet olarak kendisinin Hristiyan geleneklerine göre gömülmesini bunu da bir papazın yapmasını istemiştir. Öldükten sonra köyden Kayseri'ye at arabasıyla giden ve oradan getirilen papaz tarafından defnedilen Marika'nın cesedi bir hafta süreyle yağ ve mumla ovulup göz, kulak, burun ve ayak parmakları pamuklara kapatılarak saklandığı bilinmektedir.

Alternatif Turizm ve Hikayeleştirme

Klasik turizm anlayışının dışında hareket etmek isteyenler bugün, uluslararası turizm hareketlerinde alternatif turizm çeşitlerine olan ilginin giderek artmasına yol açmıştır (Özkul, Demirer ve İpar, 2012: 2). Hikâye ise bu doğrultuda, alternatif turizm anlayışını teşvik edebilecek bir araç olarak tüm gelişen sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de post modern çağın gereklerine göre yeniden şekillenerek önemli bir yer edinmiştir.

Hikâye anlatmak ile örnek vermek arasındaki temel fark, duygusal içerik ve anlatım sırasında hikâyeye eklenen ayrıntılarda görülebilir. Bir hikâye gerçek ya da kurgu olabilen bu ayrıntıları, bir bütün haline gelecek şekilde birleştirmekte ve dinleyicilerin zihninde büyüyüp gelişmesine olanak vermektedir. İnsan ve atların resmi bir örnektir, Picasso'nun Guernicca tablosu hikâye; Kral'ın aç gözlülüğü yüzünden zor anlar yaşaması bir örnektir, dokunduğu her şeyi altına dönüştürme yazgısıyla baş başa kalan Midas ise bir hikayedir (Simmons, 2012: 28-31).

Hikâye anlatımı, insan doğasının önemli bir parçasıdır ve hikayeler insanları kim oldukları ve nasıl davranmaları gerektiği konusunda bilgilendirmektedir (McCabe ve Foster, 2006: 194). Hikayeler, insanlara ne yapmaları gerektiğini direkt söylemez, seçimlerini yaparken düşünme şekillerini etkiler ve böylece onları yönlendirir (Simmons, 2012: 39). Hikayeler dinleyici tarafından algılandığı ölçüde etkili olabilecektir.

Hikâye ve pazarlama ilişkisi kadar, pazarlamayı bir hikâye üretme ve anlatma işi olarak görmek de pazarlamada yeni ilhamlar üretilmesini sağlamaktadır. (Kaya, 2014: 330). Hikayelerle öğrenen insanlar etkileyici hikayesi olan markaları sever ve konuşur. Ağızdan ağza pazarlama burada bir "Hikâye pazarlaması" olarak marka oluşumuna katkıda bulunmaktadır (Kaya, 2014: 331). Ayrıca İnternet teknolojisi de bu pazarlama çeşidinin daha fazla kişiye ulaşmasına imkân vermektedir. Örneğin; 2012 yılında, Güneydoğu Edebiyat Turizm Girişimi öncülüğünde, İnteraktif Turizm Baskısında yer alması sağlanan F. Scott Fitzgerald'ın Cennetin Bu Yanı (This Side of Paradise) adlı romanı, turizm kurgu teknolojisinin avantajlarından yararlanılarak basılan ilk klasik roman olmuştur. Bu interaktif turizm baskısı, hikâyenin geçtiği yerlere ait bağlantılar sunmaktadır (Özkul ve diğ., 2012: 6-7). Kişiler bu bağlantılar sayesinde hikâyeyi gerçek ortamda yaşayabilme imkanına sahip olabilmektedir.

Hikâyenin Turizm Pazarlamasında Kullanımı

Hikayeler, edebiyat ve film etkili turizm (Da Vinci Şifresi, Sherlock Holmes, Harry Potter, Alacakaranlık…) faaliyetlerinin odak noktası olarak okuyucu ve izleyiciler üzerinde 'hikâye ile ilişkili yerlere gitme isteği' uyandırmakta ve böylece turizmde hikâye pazarlama;

- Hikâyede geçen yerlere (Harry Potter Turu, Sherlock Holmes Turu, Tanpınar'ın İzinde Beş Şehir Turu),
- Hikâyenin yazıldığı yerlere (Bleak House),
- Hikâyeye ilham veren yerlere (The Stanley Hotel),
- Hikâyenin ilham verdiği yerlere (The Hobbit Motel, The Wizarding World of Harry Potter) yapılan seyahatleri içerebilmektedir.

Bugün turizm sektöründe tüketiciler, hayali karakterlerle restoranlarda (Joe Farelli'nin Restoranı-Göteborg), yolculuklarda (Arn'ın Västergötland yolculuğu) ve otellerde (Kapten Klassen-Stora Hotellet) karşılaşabilmekte; destan ve çizgi roman hikayeleri çerçevesinde oluşturulmuş birçok tema parkını ziyaret edebilmektedir (Mossberg, 2008: 196). Norveç'teki "Kardemomme Köyü", İsveç'teki "Astrid Lindgren Dünyası" ve Finlandiya'daki "Moomin Dünyası" bu tema parklarına örnek olarak gösterilebilir (Mossberg, 2008: 196).

Hikâyelerin kullanım alanının gün geçtikçe artması ve daha önemli hale gelmesi ise, hikâyenin turizmde de birçok çalışmaya konu olmasını sağlamıştır. Mossberg, Therkelsen, Huijbens, Björk ve Olsson 2010 yılında yapmış oldukları çalışmada hikâye pazarlamanın turizm destinasyonunu geliştirmek için de kullanılabileceğini ileri sürmüş, hikayelerin destinasyon pazarlamasının ve gelişiminin kurucu parçası olabileceğini gösteren bir model geliştirmiştir.

Tablo 48: Teorik Model: Hikâye Anlatımı ve Destinasyon Gelişim Modeli

Paydaşlar (yerel/yerel olmayan) (kamu/özel)	**Hikaye Anlatma Süreci**	**Hikaye Anlatım Sürecinin Çıktıları**	**Destinasyon Geliştirmenin Boyutları**
A. *Paydaşlar* Girişimciler Karar vericiler Sahipler	A. *Gündem Ayarlamaları* Tema Hikaye ve katılımcıların seçimi Hedef grupların seçimi Finansman Sahiplik	*Konsept Geliştirmenin Ötesi* Hikaye ve iletişim stratejileri Hizmet ortamının dizaynı Hikaye anlatıcıları/yer sağlayıcılarının sayısı ve çeşitleri Paketleme *Pazarlama Çıktıları* Kazanç Misafir sayısı ve türleri Medya dikkat çekme *Örgüt İçi Çıktıları* İşbirliği (oluşturma, geliştirme, yok etme) Bilgi ve beceriler (kaynakları kullanmanın yeni yolları)	*Ekonomik* Yeni girişimler Sezonun uzatılması Destinasyon markalaşması *Sosyo-kültürel* İstihdam Eğitim Altyapı İmaj ve kimlik *Çevresel* Güçlendirmek Zayıflatmak, Değiştirmemek
B. *Yönetim Kurulu* A ve C'nin (Paydaşlar ve Aktörlerin) kombinasyonu	B. *Hikaye Anlatma Konseptinin Tasarımı* Hikayenin konusu Hizmet ortamı tasarımı Program & paketleme İç & dış iletişim Hediyelik eşya		
C. *Aktörler* Hikaye anlatıcıları Hikaye anlatım yeri/konumu sağlayıcıları Hizmet sağlayıcılar	C. *Uygulama* Ne? Nasıl? Nerede? Ne zaman? Neden?		

Kaynak: Mossberg ve diğ. (2010: 6). Storytelling and Destination Development.

Tabloda görülen bu model, hikâye geliştirme sürecinin farklı aşamalarına farklı paydaşları dahil ederek destinasyonları geliştirmek için bir yol gösterici niteliğindedir. Hikayelerle bezenmiş destinasyonların anlaşılmasını sağlayan ve hikayelerin destinasyon pazarlaması ile gelişiminin önemli parçalarını nasıl tamamladığını gösterebilmek adına oluşturulan bu teorik model aracılığıyla tüm paydaşların ve bu paydaşların faaliyet alanlarının hikâye konusu dahilinde yeri belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, hikâye anlatımının yerel toplumların kurulmasına olanak sağladığı, böylece destinasyon gelişimi için önemli olduğu vurgulanmaktadır (Mossberg vd., 2010; V).

Pera Palace Hotel Örneği: 1895 yılında açılan, tasarımını Osmanlı-Fransız mimar Alexandre Vallaury'nin yaptığı bu otel 19. yüzyıl özelliklerini yansımaktadır. Ernest Hemingway, Agatha Christie ve Alfred Hitchcock gibi birçok önemli kişiyi ağırlayan otel (Jumeirah.com) hakkında çeşitli hikayeler de rivayet edilmektedir. Bunlardan en önemlisi, otelin tanıtımında da büyük rol oynayan, İngiliz polisiye yazarı Agatha Christie ile ilgili olanıdır. 1979'da Christie'nin kayıp 11 gününü filme almak isteyen Warner Brothers Şirketi'nin tuttuğu bir medyum, Christie'nin bu 11 günlük kayıp dönemine ışık tutacak bir anahtarın, Pera Palas'taki 411 numaralı odada bulunduğunu iddia etmiştir (Radikal, 2014). Bu olay hala gizemini korumaktadır.

Tablo 49: Turistik Mekanlarda/Ürünlerde Hikâye Pazarlama Örnekleri

Turistik Mekanlar/Ürünler	Bulunduğu Yer	Tema
Kız Kulesi	İstanbul/Türkiye	Aşk/Gizem
Balıklı Göl	Şanlıurfa/Türkiye	Gizem/Din
Tac Mahal	Agra/Hindistan	Aşk
Piramitler	Mısır	Gizem
Bran Şatosu	Transilvanya/Romanya	Gizem/Korku
Elvey Çiftliği	Pluckey/İngiltere	Korku
Şeytan Sofrası	Ayvalık/Balıkesir	Gizem
Juliet'in Evi	Verona/İtalya	Aşk
Jet d'Eau Su Fıskiyesi	Cenevre Gölü/İsviçre	Tarih
Notre Dame Katedrali	Paris/Fransa	Entelektüel (Victor Hugo)
Slavya Kahvehanesi	Prag/Çek Cumhuriyeti	Entelektüel (Yazarlar Kahvesi)
Alcatraz Hapishanesi	San Francisco/ABD	Tarih/Gizem
Edinburgh Kalesi	İskoçya	Tarih/Gizem/Korku
Çığlık Tüneli	Niagara Şelelesi/Ontario	Korku
Ayasofya	İstanbul/Türkiye	Gizem/Tarih
Meryem Ana Evi	Selçuk/İzmir/Türkiye	Din/Gizem
Aşk Heykeli (Ali ile Nino)	Gürcistan/Batum	Aşk
Terrakotta Ordusu/Toprak Askerler	Shaanxi, Çin Halk Cumhuriyeti	Gizem/Tarih

Yazarlar tarafından güncel alanyazın ve internet incelenerek oluşturulmuştur.

Turizmde hikayelerin pazarlamadaki önemi tabloda verilen destinasyon örnekleriyle de desteklenmektedir ve turizmde hikayelerin alternatif bir pazarlama aracı olarak nasıl kullanıldığı dünyadaki örnekleriyle beraber ön plana çıkarılmıştır. Kültürün sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, yeni rotalar oluşturulmasında ve benzersiz bir rekabet avantajı elde edilmesinde alternatif bir araç olarak hikâye pazarlamanın turizmde kullanılabilmektedir.

Mustafapaşa'da Eski Yaşamın Hikayeleştirilmesi

Mustafapaşa'da yer alan tarihi kalıntılar ve izlerin tarihin belli bir döneminden günümüze kadar alandaki insanların yaşam biçimlerinden kültürel varlıklarına kadar bir hikâye bütününde birleştirilebileceği de öngörülmüştür. Manastır Vadisi yaşamı ve alandaki tarihi mekanların hikayelerinin insanları büyük ölçüde ikna ederek etkileyebilme gücüne sahip olması, pazarlama iletişim sürecinin önemli bir unsuru olacağı düşünülmektedir. Tüketicilere klasik turizm anlayışı dışında, seyahat dönüşü anlatabilecekleri farklı ve eğlenceli bir deneyim

sunmaları ise bugün turizm pazarlanmasında da hikayelerin gücünden yararlanılmasını sağlamakta, "hikâye anlatımını" günümüzün en önemli pazarlama trendi haline getirmektedir.

Hikayelerin bu kadar aktif olduğu turizm pazarında tüketiciler, hikâyede geçen yerlere ilgi duyabilmekte benzer şekilde, hikayelerin geçtiği yerlere giderek hikâyeyi bizzat yaşama isteğinde olabilmektedir. Bu "Hikâyede geçen yere gitme isteği" pazarlamacıları, hikâyenin geçtiği yerlerin korunması ve sürdürülebilir olması için, yerel halkla birlikte çalışmaya teşvik etmektedir. Peri bacalarının oluşumdan yer altı şehri hikayelerinin rehberler tarafından turistlere anlatımı Ürgüp ve Göreme'de olduğu gibi Mustafapaşa'da da benzer örneklerin ve hikayelerin kullanılması, Sinasos tarihinin ve yerel halk yaşamının ilk yaşam izlerinden mübadele öncesine uzanan Ortodoks yaşayış biçiminin anlatımı sunulmalıdır. Sinasos yaşamından Manastır Vadisi'nin önemine alanda yer alan mekanların ve kiliselerin yapım amaçlarının vb. gibi tarihi bilgilerden esinlenilerek hikayeleştirilmesi bu hikayelerin Mustafapaşa'ın görsel tanıtımında da kullanılması gerekmektedir. Ayrıca yerel halkın potansiyel hikayelerinin de bilinmesi ve alan araştırmasının yerel halkla yapılması ve bu bilgiler ışında mübadele sonrası dönemden günümüze değin geçen zamanı hikayeleştirmek Mini Kapadokya projesinin pazarlama gücünü de arttıracaktır. Böylece hem hikayeler ekonomik bir pazarlama aracı olacak hem de alanda turizmin sürdürülebilirliği sağlanabilecektir.

Hikayelerin, turizm pazarlamasında alternatif bir araç olarak kullanılmasına ilişkin Mustafapaşa için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır;

- Uluslararası bilinirliğe sahip yazarlar ülkemiz hikayelerini konu alan ve Mustafapaşa ile ilgili kitaplar yazmaya teşvik edilebilir.
- Uluslararası bilinirliği olan hikayelerimiz geçtiği destinasyonlarda film olarak görselleştirilmesinin yanısıra Mini Kapadokya'nın tanıtımında eski yaşamın harmanlanarak aktarılabilir.
- Eski yaşam alanları, tarh izleri ve hikayeleri de özetleyen Mini Kapadokya projesini gösteren kapsamlı bir web sitesi hazırlanabilir.
- Rehberli hikâye turları düzenlenebilir.
- Alanda hikayelere yönelik festivaller yapılabilir.
- Hikayelere ait, onları hatırlatacak hediyelik eşyalar satılabilir.
- Hikayelere ilişkin yarışmalar düzenlenebilir.

5. PROJENİN GEREKÇESİ

5.1 Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Talep Analizi:

Ulusal Talep Analizi

2018 yılında ülkemizi 40 milyondan fazla turistin ziyaret etmiş ve bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 25 artış gerçekleşmiştir. 2019 yılı için 48 milyon turist ağırlamayı hedeflendiği bakanlıkça bildirilmiştir; 2008 yılında tarafımızca yapılan ekonometrik analizi ile tek değişkenli doğrusal regresyon öngörü modeline göre 2023 yılı turizm hedefi için mücbir sebep olmaksızın kötümser 60,5 milyon olağan 80,5 milyon ve iyimser 110 milyon turistin geleceği yönündeki projeksiyon sonuçlarını doğrulamaktadır. Türkiye'nin son 20 yıl içerisinde uluslararası turizm endüstrisindeki konumuna bakıldığında ülkemize gelen turist sayıları dünya sıralamasında 2005-2010 yıllarında 16. sıradayken, 2011-2015 yılları arasında mukayeseli üstünlük sağlayarak 6. sırada yer almıştır. 2016 yılında yaşanan olumsuz olaylar sonucunda turist sayısında bir önceki yıla göre %30 düşüş yaşanmış ve ülkemiz ilk 10'a girememiştir. 2017 yılına gelindiğinde ülkemiz 8. sırada yer almış, 2018' de ise gerçekleşen bu sayı ile yeniden 6. sırada yer alınması beklenmektedir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2017 verilerine göre, uluslararası turist gelişlerinde 76,9 milyon turist ile 3. sırada yer alan ABD; 210,7 milyar dolar turizm geliriyle 1. sırada yer almıştır. İspanya'yı 81,8 milyon turist ziyaret etmiş ve 78 milyar dolar turizm geliri elde edilmiştir. Tayland 35,4 milyon turist ile 10. sırada yer alırken, 57,5 milyar dolar girdisi ile 4. sırada yer almıştır. ABD'nin kişi başı elde ettiği turizm geliri 3000 doların üstündedir. Diğer marka ülkelerin turizm gelirleri ise kişi başına 1000-1300 dolar arasında değişmektedir. Türkiye'nin uluslararası turizm gelirleri açısından ilk 10 ülke arasına girememesi ve kişi başına düşen turist harcamaları 650 – 750 Dolar arasında olması atıl kapasiteyle bağlıdır, bundan dolayı fiyatların artması ve kapasitenin tamamen kullanılması markalaşmayla bağlantılı olmaktadır.

Turizmin sahip olduğu ekonomik etkiler gelecekte çok daha önemli bir yere sahip olacaktır. Tabi ki söz konusu olumlu etkilerin devam edebilmesi için birtakım faktörlerin varlığını sürdürmesi gerekmektedir. Pazarların liberalizasyonu, seyahat formalitelerinin azalması ve dünya barışının devamlılığı gibi faktörler, turizmin gelişimi üzerinde doğrudan etki göstermekle birlikte turizmin, geleceğin en önemli endüstrilerinden biri haline gelmesinde belirleyici konumdaki en önemli değişkenlerdir. Uluslararası turizmin gelişimini olumlu etkileyen faktörlerin yanında, bu gelişimi yavaşlatabilecek veya durdurabilecek bazı risk faktörleri de mevcuttur. Bu faktörlerden en önemlisi uluslararası güvenliği tehdit eden terör

olaylarıdır. İnsanlar can güvenliklerinin tehlikede olabileceği bölgeleri ziyaret etmek istememekte, seyahatlerini daha güvenli bölgelere yönlendirmekte ya da tamamen erteleyebilmektedir. Salgın hastalıklar, doğal felaketler, iç savaş ve siyasi gerginlikler gibi durumlarda uluslararası turizm talebinde yönlendirici ve engelleyici bir rol oynamaktadır. Ayrıca, turist pazarlarındaki ve destinasyonlardaki ekonomik durgunluklar insanların seyahat harcamalarını azaltmalarına sebep olmakta ve turizm iş hacmini azaltabilmektedir. Gelişen ulaşım olanaklarıyla bağlantılı olarak ulaşımı zor olan turistik çekiciliklere sahip birçok bölge turizm pazarından pay almaya başlamıştır. Turistik kaynakları aşırı kullanımdan dolayı çekiciliğini yitirmiş birçok destinasyonla kıyaslandığında, bu yeni destinasyonların yıpranmamış turistik kaynakları ile gelecekte ülkemizin turizm faaliyetlerinden daha fazla pay alması ön görülmektedir. Turizm arz potansiyelinin yüksek olduğu, yıpranmamış doğal, tarihi ve sosyo-kültürel çekiciliklere sahip ülkeler, kaynaklarını planlı ve koruma kullanma ilkelerine bağlı kalarak kullanmalı, bu turistik arz kaynaklarına ek olarak turizmde ürün çeşitliliğini sağlayacak alternatif turizm aktiviteleri geliştirilmelidir. Bu ülkeler, etkili uluslararası tanıtım ve imaj oluşturma çalışmaları yürüterek gelecekte, gelişen turizm sektöründen daha büyük bir pay alma olanağına sahip olacaktır (Çeken ve diğerleri, 2008).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023

Vizyon: Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktasıdır.

Vizyona Yönelik İlkeler

- Bölgeler arasındaki gelişme farklılarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,
- Turizmde rekabetin ucuz ürün yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak sağlanması,
- Var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulması,
- Turizm gelişiminin hükümetlerin sosyo-ekonomik hedeflerini desteklemesi,
- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Uluslararası iş birliğinin güçlendirilmesi,

- Sektörel gelişme politikaları ve hedeflerinin genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleri ile uyumlu olması,
- Küresel eğilim taleplerinin izlenmesi ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapılması,
- Turizmin varış noktası odaklı ve çok fonksiyonlu olarak geliştirilmesi,
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi,
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlamanın etkin kılınması,
- Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunu sağlayarak çok çeşitli turizm imkanlarını sağlık, eğitim, vb. farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, doğa turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulması,
- Turist profili odaklı turizm ürünü oluşturulması,
- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması,
- Turizmin geri kalmış bölgeler ve özellikle dezavantajlı grupların sosyo-ekonomik konumlarının güçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılması,
- Turizmle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğinin özendirilerek kamunun yükünün hafifletilmesi,
- Turizm sektöründeki karar verme süreçlerinde merkezi-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve iş birliği içinde olmasının sağlandığı yönetişim mekanizmalarının işler kılınması,
- Turizm planlamasının bütüncül planlama yaklaşımı ile merkezi-yerel yönetimlerin eşgüdümü sağlanarak, yönetsel organizasyonun ve finans olanaklarının birlikte ele alınması,
- Turizm eğitimi ile işgücü kalitesinin artırılması ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanması,

- Turizmin yoğunlaştığı yerlerde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunlarının yerel yönetimlerin ve özel sektörün de katkılarıyla çözümlenmesi,
- Yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama ünitelerinin desteklenmesi,

Bölgesel Talep Analizi

Nevşehir, İç Anadolu Bölgesi'nde Kayseri, Aksaray, Niğde Kırşehir illeri arasında kalan Kapadokya'nın merkezinde yer almaktadır. Ege, Akdeniz ve Karadeniz'deki turistik yörelerden farklı özelliklere sahiptir. Çok sayıda yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği Nevşehir'in en önemli üç özelliği doğa, tarih ve kültürdür. Doğal mağaralar, antik şehir harabeleri, eski kaleler, kayalara oyulmuş yer altı şehirleri, kaya kiliseleri, camiler, kervansaraylar, kütüphaneler, hamamlar ve eski kent dokusu turistlerin ilgi gösterdikleri yapıların başında gelmektedir. Ayrıca Avanos'taki çanak-çömlek ile yöredeki halı-kilim atölyeleri onyx (damarlı akik taş) işçiliği gibi yöresel el sanatları ürünleri de bölgeyi ziyaret eden turistlerin ilgisini çekmektedir. Nevşehir'i ziyaret eden turistlerin temel ziyaret amacı doğal, tarihi ve kültürel değeri olan yerleri ziyarettir. Yani Nevşehir'e daha ziyade doğa ve kültür turizmi amacıyla seyahatler gerçekleşmektedir. Nevşehir ve yöresi tarihi hazineleri ve turistik değerleri yönünden dünyada hiçbir ülkede olmayan bir zenginliğe sahiptir. Hitit, Bizans, Selçuk ve Osmanlı devirlerine ait kıymetli eserleri bünyesinde saklayan çok yönlü bir bölgedir (Atila, 2009:33).

Tablo 50: Yıllara Göre Nevşehir Gelen Turist Sayıları (Kişi)

2009	**1.277.700**
2010	1.872.777
2011	1.291.415
2012	1.198.667
2013	1.322.556
2014	1.657.389
2015	1.444.723
2016	955.066
2017	1.392.733

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr. *Erişim Tarihi:06.03.2019.*

Yukarıdaki tabloya göre Nevşehir'e gelen turist sayıları sürekli bir dalgalanma yaşamış bulunmaktadır. Sayıların bazı yıllarda arttığı gözlemlenirken, bazı yıllarda ise düştüğü görülmektedir.

Turizm Paydaşları

Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerin korunmasında turizmin önemli katkısı vardır. Bu kaynakların değerleri artmakta ve milli gelire ekonomik bir katkı

sağlayacak duruma gelebilmektedir. Bu anlamda ekonomik olarak geri kalan bölgeler; otel ve yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri ve sektörü doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren diğer işletmeler aracılığıyla turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik gelişmelerini destekleyebilmektedirler.

Otel İşletmeleri

Oteller, aslî fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir (http://www.resmigazete.gov.tr).

Türkiye'de otelcilik sektörünün modern anlamdaki ilk oteli, 1841 yılında Beyoğlu'nda açılan "Hotel d'Angletterre' dir." Avrupa'daki otellerle benzer standartta olduğu düşünülmektedir. 1892 yılında, Wagon Lits -120 odalı, 200 yataklı – misafirlerinin ağırlanması için Tepebaşı'nda Pera Palas ve Büyük Londra Oteli açılmıştır. 1914 yılına açılan Tokatlıyan Oteli ile diğerleri, o dönemde çok sayıda ticaret ve siyaset insanlarını ağırlayarak, Avrupa ve Ortadoğu'nun en lüks otelleri olarak tarihe geçmiştir. Park Otel ise, Cumhuriyet döneminde yerli tüccarlarına hizmet vermek amacıyla faaliyete geçmiştir.

Nevşehir'de, özellikle otelciler bölgenin sahip olduğu doğal turizm arzını, altyapı ve üstyapı hizmetleriyle destekleyerek, turizm sektöründe hizmet vermektedirler. Şehir genelinde konaklama işletmesi olarak faaliyet gösteren çok sayıda otel, butik otel, motel, pansiyon bulunmaktadır. Bölgedeki yıldızlı oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi bölgenin merkezi yerlerinde iken, küçük ölçekte ve yıldızsız oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi merkezlerin yanında daha küçük yerleşim yerleri olan Ortahisar, Göreme ilçelerindedir (Yılmaz, 2017:84-87).

Tablo 51: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017)

Yıllar	Bakanlık İşletme Belgeli Oteller (Adet)	Belediye Belgeli Oteller (Adet)	Bakanlık Yatırım Belgeli Oteller (Adet)	Toplam (Adet)
2009	41	204	13	**258**
2010	43	207	12	**262**
2011	46	227	10	**283**
2012	49	238	11	**298**
2013	55	242	20	**317**
2014	59	222	21	**302**
2015	66	317	26	**409**
2016	89	351	19	**459**
2017	90	350	15	**455**

Kaynak: http://www.nevsehir.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda yıllara göre değişen tesis sayıları verilmiştir. Buna göre Bakanlık işletme belgeli ve belediye belgeli otel sayısı yıllara göre artarken; Bakanlık yatırım belgeli otel sayısında ise yıllara göre inişli çıkışlı bir tablo gözlemlenmektedir.

Tablo 52: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları (2016-2018)

NEVŞEHİR'DE BULUNAN KONAKLAMA TESİS VE YATIRIMLARI İSTATİSTİĞİ						
YIL	**BAKANLIKTAN TURİZM İŞLETMESİ VE KISMİ TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**BAKANLIKTAN TURİZM YATIRIMI BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**YEREL YÖNETİMLERDEN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**	
	TESİS SAYISI(Adet)	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYISI (Adet)**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYISI (Adet)**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**
2016	89	8.796	19	4.225	346	14.418
2017	92	9.684	15	3.293	349	16.301
2018	98	11.025	14	1.785	355	14.189

Kaynak: http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Bu tabloda ise işletme ve yatırım belgeli otellerin yıllara göre ayrıntılı yatak kapasitesini de içeren sayıları verilmiştir.

Tablo 53: Nevşehir Müze ve Ören Yerleri ve Ziyaretçi Durumu (Adet) (2014-2018)

MÜZE / ÖRENYERİ ADI	2014	2015	2016	2017	2018
NEVŞEHİR MERKEZ MÜZE	6.616	5.945	5.273	6.414	8.626
ÇAVUŞİN KİLİSE	24.847	27.351	31.685	31.129	1.493
DERİNKUYU YER ALTI ŞEHRİ	420.690	421.456	285.885	299.282	381.826
GÖREME AÇIK HAVA MÜZESİ	1.080.763	978.723	510.115	688.989	1.105.693
KARANLIK KİLİSE	166.063	128.580	58.120	59.091	116.659
EL NAZAR KİLİSE	6.169	6.948	6.272	7.914	9.646
GÜLŞEHİR AÇIK SARAY	18.910	12.523	10.136	10.471	11.825
GÜLŞEHİR ST. JEAN KİLİSE	12.846	10.238	7.966	13.503	15.524
KAYMAKLI YER ALTI ŞEHRİ	466.228	413.278	43.115	318.030	532.396
ÖZKONAK YER ALTI ŞEHRİ	96.918	87.271	53.282	79.393	136.896
TATLARİN YER ALTI ŞEHRİ	8.349	5.681	6.509	6.611	8.296
ZELVE ÖREN YERİ	114.880	102.847	96.570	102.165	112.230
HACIBEKTAŞ VELİ MÜZESİ	394.257	6.205	8.370	15.579	28.513
HACIBEKTAŞ ARK. VE ETN. MÜZESİ	12.618	365.601	334.093	523.273	443.160
HACIBEKTAŞ ATATÜRK EVİ	7.214	10.473	10.345	17.609	10.487
ÜRGÜP MÜZESİ	14.175	6.705	12.224	11.306	11.461
VASİLİOS VE ELENİ KİLİSELERİ		18.248	13.533	15.613	14.811
GENEL TOPLAM	**2.851.543**	**2.608.073**	**1.493.493**	**2.206.372**	**2.949.542**

Kaynak: http://www.nevsehir.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda Nevşehir'de yer alan müzelerin yıllara göre ziyaretçi sayıları verilmiştir. Buna göre genel anlamda ziyaretçi sayılarında yıllara göre artış gözlemlenmiştir.

Tablo 54: Nevşehir ve İlçelerinde Turizm İşletme Belgeli Tesislerde; Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları (2017)

	TESİSE GELİŞ SAYISI(Adet)			GECELEME SAYILARI(Adet)			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ(Gün)			DOLULUK ORANI (%)	
İLÇELER	**Yabancı**	**Yerli**	**Toplam**	**Yabancı**	**Yerli**	**Toplam**	**Yabancı**	**Yerli**	**Toplam**	**Yabancı**	**Yerli**
Avanos	28 795	53 253	82 048	51 900	93 118	145 018	1,80	1,75	1,77	17,33	31,09
Kozaklı	140	80 446	80 586	261	169 824	170 085	1,86	2,11	2,11	0,05	31,66
Merkez	92 703	124 664	217 367	125 159	189 850	315 009	1,35	1,52	1,45	13,58	20,59
Ürgüp	78 407	150 190	228 597	145 065	265 067	410 132	1,85	1,76	1,79	11,57	21,15
Genel Toplam	**200 045**	**408 553**	**608 598**	**322 385**	**717 859**	**1 040 244**	**1,61**	**1,76**	**1,71**	**10,71**	**23,84**

Kaynak: ***http://yigm.kulturturizm.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019***

Yukarıdaki tabloya göre 2017 yılında Nevşehir ve ilçelerinde turizm işletme belgeli tesislere; 408.553 kişi olmak üzere en çok yerli turist gelmiştir. En çok geceleme yapan turist sayısı 717.859 kişiyle yerli turistlerdir. Ortalama kalış süresi 1,76 ile en uzun yerli turistler kalmış olup, yine en çok doluluk oranına sahip olanlar da %23,84 ile yerli turistler olmuştur.

Tablo 55: Yıllara Göre Bakanlık İşletme Belgeli Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017)

		Tesise Geliş Sayısı(Adet)	Geceleme Sayısı(Adet)	Ortalama Kalış Süresi(Gün)	Doluluk Oranı (%)
Yıl	**İlçeler**				
2017	Merkez	217.367	315.009	1,45	34,17
	Ürgüp	228.597	410.132	1,79	32,72
2016	Merkez	141.216	251.178	1,8	20,21
	Ürgüp	147.869	269.538	1,8	22,43
2015	Merkez	269.086	533.738	1,8	41,74
	Ürgüp	332.535	593.143	1,8	45,03
2014	Merkez	380.629	682.984	1,8	53,65
	Ürgüp	338.258	660.870	2,0	49,66
2013	Merkez	355.269	712.448	2,0	53,92
	Ürgüp	243.363	569.581	2,4	45,44
2012	Merkez	328.568	621.602	1,9	53,55
	Ürgüp	241.410	559.415	2,3	47,11
2011	Merkez	330.841	586.012	1,8	54,94
	Ürgüp	279.638	549.771	2,0	56,07
2010	Merkez	356.197	600.096	1,7	58,27
	Ürgüp	286.878	564.682	2,0	59,40
2009	Merkez	329.349	538.386	1,6	46,99
	Ürgüp	230.521	448.228	1,9	51,65

Kaynak: ***http://yigm.kulturturizm.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019***

Yukarıdaki tabloda 2009/2017 arasında Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Nevşehir ili ve Ürgüp ilçesinde geceleyen turistler, ortalama kalış süreleri ve tesis doluluk oranları verilmiştir.

Tablo 56: Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Tesislerde Turistlerin Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı (Merkez/Ürgüp-2009/2017)

		Tesise Geliş Sayısı (Adet)	Geceleme Sayısı (Adet)	Ortalama Kalış Süresi (Gün)	Doluluk Oranı (%)
Yıl	**İlçeler**				

2017	Merkez	202.712	340.185	1,68	28,43
	Ürgüp	175.704	295,731	1,68	28,88
2016	Merkez	63.658	121.773	1,9	9,30
	Ürgüp	233.893	363.633	1,6	35,68
2015	Merkez	257.303	442.502	1,7	33,76
	Ürgüp	272.886	439.534	1,6	42,58
2014	Merkez	179.237	440.590	2,5	33,62
	Ürgüp	362.590	686.745	1,9	65,95
2013	Merkez	258.847	419.828	1,6	31,69
	Ürgüp	238.877	365.026	1,5	34,60
2012	Merkez	197.903	291.748	1,5	21,04
	Ürgüp	167.724	295.527	1,8	18,92
2011	Merkez	274.244	434.757	1,6	31,43
	Ürgüp	174.179	318.769	1,8	21,18
2010	Merkez	258.535	367.778	1,4	25,12
	Ürgüp	756.289	790.645	1,0	54,69
2009	Merkez	198.456	241.875	1,2	16,44
	Ürgüp	367.359	502.331	1,4	32,42

Kaynak: ***http://yigm.kulturturizm.gov.tr*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019***

Yukarıdaki tabloya göre son yıllarda Belediye Belgeli Tesislerin geceleme sayıları ve doluluk oranları genel olarak artış göstermiştir.

5.2. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Gelecekteki Talebin Tahmini

Ulusal İnanç ve Kültür Turizmi Talep Tahmini

Tablo 57 2000-2017 Yılları Arasında Müze ve Örenyerlerimizin Ziyaretçi Sayıları

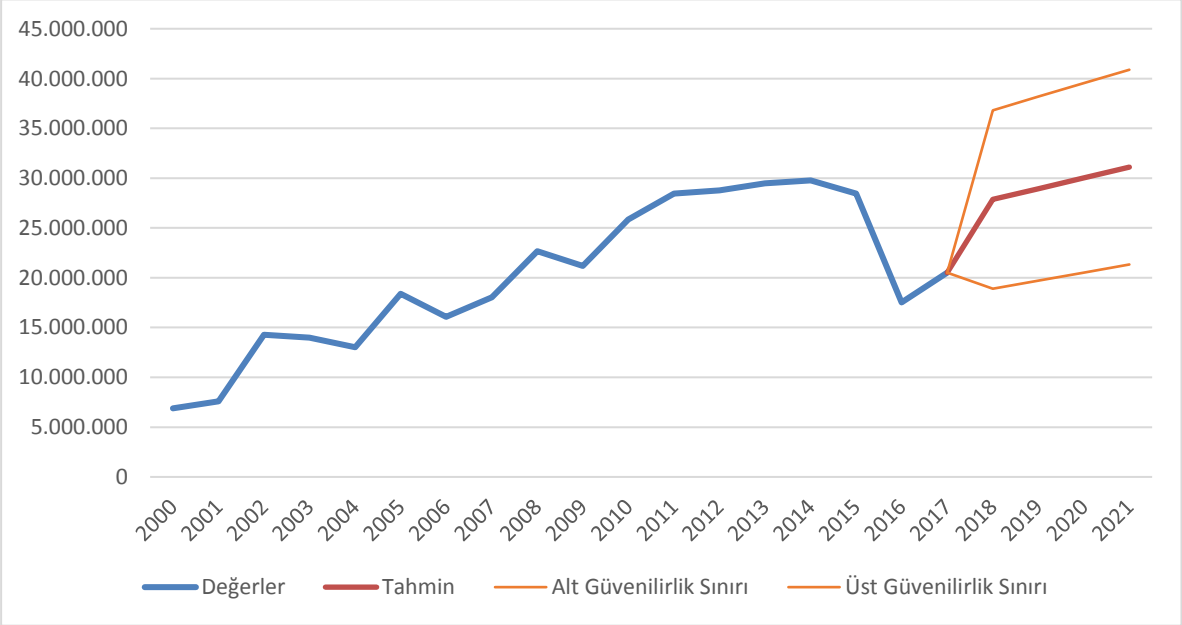
2000	6.887.344
2001	7.590.138
2002	14.268.186
2003	13.987.747
2004	13.015.486
2005	18.384.865
2006	16.086.050
2007	18.048.674
2008	22.662.590
2009	21.193.627
2010	25.854.341
2011	28.462.893
2012	28.781.308
2013	29.481.005
2014	29.774.390
2015	28.454.284
2016	17.521.316
2017	20.509.746

Kaynak*: http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html, Erişim: 28.03.2019.*

Zaman Çizelgesi	Değerler	Tahmin	Alt Güvenilirlik Sınırı	Üst Güvenilirlik Sınırı
2000	6.887.344			
2001	7.590.138			
2002	14.268.186			
2003	13.987.747			

2004	13.015.486			
2005	18.384.865			
2006	16.086.050			
2007	18.048.674			
2008	22.662.590			
2009	21.193.627			
2010	25.854.341			
2011	28.462.893			
2012	28.781.308			
2013	29.481.005			
2014	29.774.390			
2015	28.454.284			
2016	17.521.316			
2017	20.509.746	20.509.746	20.509.746	20.509.746
2018		27.860.616	18.899.222	36.822.011
2019		28.942.713	19.703.341	38.182.084
2020		30.024.809	20.513.459	39.536.159
2021		31.106.905	21.329.067	40.884.743

İstatistik	Değer
Alpha	0,25
Beta	0,00
Gamma	0,00
MASE	1,63
SMAPE	0,19
MAE	4.724.357,51
RMSE	6.441.467,47



Yukarıdaki talep hesaplarında görüldüğü gibi, Türkiye için 2020 ve 2021 yılları için bir turist artışı söz konusudur.

Bölgesel Talep Tahmini

Turizm sektöründe talep tahminleri, alt ve üst yapı yatırımlarının planlanması; turizm bölgelerinin taşıma kapasitelerinin belirlenmesi, bu sayede ekonomik, toplumsal ve çevresel yönlerden turizmin olumsuz etkilerinin giderilmesinde büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'nin önde gelen turizm çekim merkezlerinden biri olan Nevşehir ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren müze ve ören yeri ziyaretçileri yani inanç turizmi ile balon turizmine yönelik turizm talebinin muhtelif Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemleri ile modellenmesi, tahmini ve tahmin performanslarının karşılaştırılarak en yüksek doğruluğu sağlayan model yardımı ile 2019 yıldan itibaren 2021 yılına kadar için Mustafapaşa'da yapılacak olan Mini Kapadokya yönelik aylık inanç ve balon turizmi talebi tahminlerinin üretilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, turizm talebinin ölçüsü olarak Ocak 2014'ten tarihinden Aralık 2018 tarihine kadar olan Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müze ve ören yeri istatistikleri ile 2011-2018 Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünün Sıcak Hava Balon uçuş sayılarından yararlanılmıştır. Araştırma da kullanılan istatistikler, Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün internet sitelerinden temin edilmiştir. Uygulanan yöntemlerden elde edilen tahmin sonuçlarının değerlendirilmesi neticesinde en yüksek tahmin doğruluğunu sağlayan model kullanılarak, 2020-2021 yılı için Mustafapaşa Mini Kapadokya için İnanç ve kültür turizmi ve balon turizmine yönelik turizm talebi tahminleri üretilmiştir. Kullanılan yöntem ve modellerin tahmin başarıları, "Ortalama Mutlak Yüzde Hata (MAPE)" istatistiği yardımıyla değerlendirilmiştir.

Müze ve ören yeri ziyaretçi sayısında aylık verilerin tercih edilmesinin nedeni, mevsim, trend ve konjonktür gibi seriyi etkileyen bileşenlerin ele alınarak daha detaylı incelemeler yapılabilmesidir. Verilerin yapısına uygun yöntemlerinin belirlenebilmesi amacıyla verilerin zaman serisi özellikleri analiz edilerek seriyi etkileyen temel bileşenler incelenmiştir. Verilerin bileşenlerinin incelenmesinden sonra, muhtelif Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemlerinden, verilerin yapısına uygun modeller ile aylık turist sayısı tahminleri yapılmıştır. Modellerin ürettikleri tahmin değerleri, gerçekleşmiş olan turist sayıları ile karşılaştırılarak hangi modelin daha yüksek tahmin doğruluğuna sahip olduğu belirlenmiştir. Yapılan değerlendirmeler neticesinde en yüksek tahmin doğruluğuna sahip model kullanılarak, 2020-2021 yılı için Mustafapaşa Mini Kapadokya için İnanç ve kültür turizmi ve balon turizmine yönelik turizm talebi tahminleri üretilmiştir. En uygun modelin belirlenmesi sürecinde, üstel düzleştirme modelleri için hata kareleri ortalamasını minimum yapan düzleştirme sabitleri, Box-Jenkins modelleri için, Otokorelasyon (ACF) ve Kısmi Otokorelasyon fonksiyonları (PACF) Akaike's Information Criterion (AIC) ile Shwarz's Bayesian Criterion (BIC) dikkate alınmıştır. Analizler, Excel 2016 ofis programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan tüm modellerin tahmin doğrulukları "Ortalama Mutlak Yüzde Hata" (MAPE)

istatistiği yardımıyla değerlendirilmiştir. MAPE istatistiğinin, tahmin hatalarını yüzde olarak ifade etmesi nedeni ile farklı birim değerlere sahip modellerin karşılaştırılmasında ortaya çıkabilecek dezavantajları ortadan kaldırması ve tek başına da bir anlamının olması, diğer değerlendirme istatistiklerine göre üstünlüğü olarak kabul edilmektedir (Akgül, 2003: 138). MAPE istatistiğinin matematiksel ifadesi aşağıdaki gibidir.

$$MAPE = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{|e_t|}{y_t}}{n} 100(\%)$$

Bu formülde;

$e_t = y_t - \hat{y}_t$

y_t = t döneminde gerçekleşen değer,

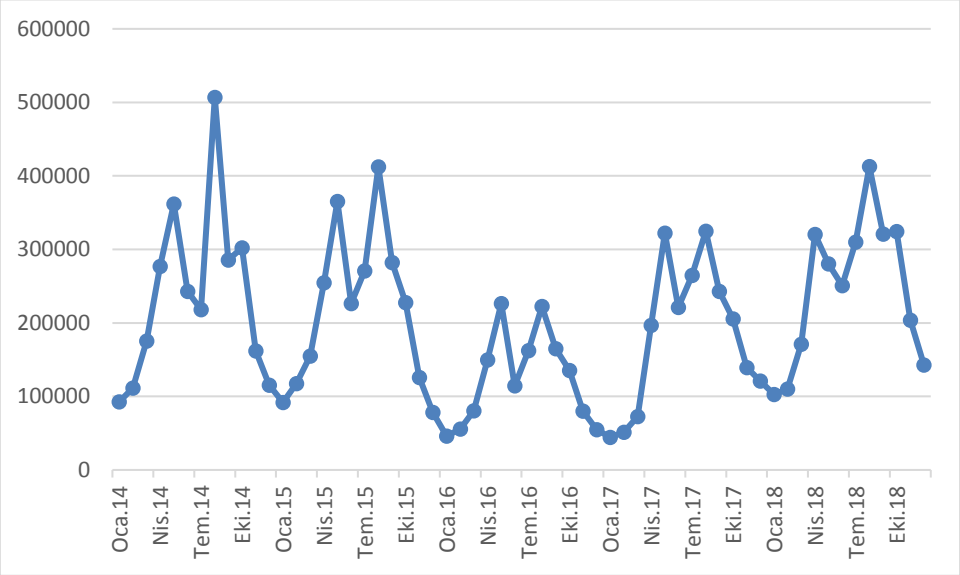
$\hat{y}_t$ = t dönemi için hesaplanan tahmin değeri,

n = tahmin yapılan dönem sayısı,

e_t = t dönemindeki tahmin hatasını ifade etmektedir.

5.3. Verilerin Zaman Serisi Bileşenlerinin Analizi

Ocak 2014'ten tarihinden Aralık 2018 tarihine kadar olan Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müze ve ören yeri istatistikleri turist sayılarına ait zaman grafiği



Seriye ait zaman grafiğinde, verilerin, azalan yönlü bir trend, mevsimsel bileşen ve bazı yıllarda düzensiz dalgalanmaların etkisinde olduğu gözlenmektedir. Mevsimsel hareketler, birbirini izleyen yılların temmuz aylarında inanç turizmi en yüksek, ocak ayında ise en düşük değerlere ulaşması seklinde meydana gelmektedir.

Verilere uygulanan trend analizi neticesinde, serinin çok düşük de olsa, azalan yönlü polinom trend yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Trend denkleminin geçerliliğini test etmek için yapılan F testi ve denklem katsayılarının t testleri, 0.05 önem seviyesinde anlamlı

bulunmuştur. Verilerdeki mevsimsel faktörleri tespit etmek için hareketli ortalamaya oran yöntemi kullanılarak mevsimsel ayrıştırma işlemi uygulanmıştır. Mevsimsel ayrıştırma işlemi Excel 2016 ofis programı yardımıyla yapılmış, hareketli ortalama ağırlıkları "Periyot+1 (Enpoints Weighted by 0.5)" aralığı ile hesaplanmıştır. Analiz neticesinde elde edilen mevsim faktör değerleri, serinin 12 ayda bir tekrar eden periyodik mevsimsel dalgalanmaların etkisinde olduğunu göstermiştir. Analiz neticesinde elde edilen mevsim faktör değerleri, Tablo 'da verilmiştir. Tablo incelendiğinde, mevsimsel etkilerin Nisan ve temmuz aylarında yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 58: Verilere Ait Mevsim Faktör Değerleri

Aylar	Mevsim faktör değerleri (%)	Aylar	Mevsim faktör değerleri (%)
Ocak	0,674	Temmuz	1,339
Şubat	0,791	Ağustos	1,049
Mart	0,897	Eylül	1,089
Nisan	1,321	Ekim	0,856
Mayıs	0,875	Kasım	0,726
Haziran	0,987	Aralık	0,652

5.4. Üstel Düzleştirme Yöntemlerinin Uygulanması

Kullanılan serinin azalan trend, mevsimsel bileşen ve düzensiz dalgalanmaların etkisinde olması nedeniyle farklı formlardaki (çarpımsal-toplamsal-doğrusal-üstel-sönümlü trend) mevsimsel üstel düzleştirme modelleri uygulanmıştır. Modelin oluşturulmasında, mevsimsel ayrıştırma yöntemi ile elde edilen faktör değerleri kullanılmıştır. Düzleştirme sabitlerinin, tahmin hatasını minimum yapacak şekilde belirlenebilmesi için α, β ve, γ değerlerine 0 ile 1 arasında değişen değerler verilmiş ve en küçük hata kareleri toplamının elde edildiği,

α = 0,40000

β = 0,00000

γ = 0,000000

değerleri modelin düzleştirme katsayıları olarak belirlenmiştir. Modelin başlangıç değerleri ise aşağıdaki gibi hesaplanmıştır:

L_0 = 119447,2091 (Seviye başlangıç değeri)

b_0 = -30708,42 (Trend başlangıç değeri)

5.5. Box-Jenkins Yönteminin Uygulanması

Box-Jenkins yönteminin uygulanmasında ise öncelikle Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testleri ile durağanlık analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda serinin ortalamada ve varyansta durağan olduğu tespit edilmiş olup, mevsimsel ve mevsimsel olmayan fark ve logaritmik dönüşüme gerek olmadığı görülmüştür. Seriye ait oto korelasyon (ACF) ve kısmi oto korelasyon (PACF) fonksiyonları incelenerek mevsimsel ve mevsimsel olmayan otoregresyon (AR) ve hareketli ortalama (MA) süreçlerinin dereceleri belirlenmiştir. Belirlenen modellerin parametre tahminlerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadıkları değerlendirilmiştir.

Yöntemlerin uygulaması, Excel 2016 ofis programı yardımı ile geçekleştirilmiştir. Box-Jenkins modellerinin otokorelasyon ve kısmi otokorelasyon fonksiyonları gerçekleştirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler neticesinde, modelin mevsimsel ve mevsimsel olmayan otoregresyon (AR) ve hareketli ortalama (MA) süreçlerinin dereceleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

Otoregresyon (AR) derecesi p = 0

Mevsimsel Otoregresyon (SAR) derecesi P = 1

Hareketli Ortalama (MA) derecesi q = 2

Mevsimsel Hareketli Ortalama (SMA) derecesi Q = 0

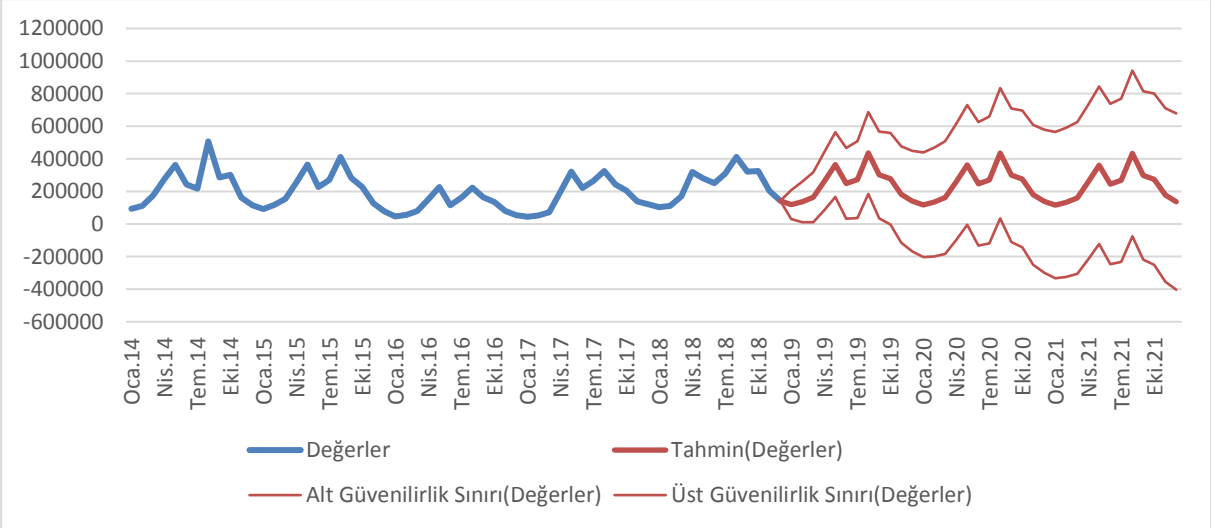
Belirlenen modelin sabiti dahil, parametre tahminlerine ait *t* değerlerinin tümünün 0,05 anlamlılık düzeyinde; ayrıca mevsimsel otoregresyon görülmektedir.

Tablo 59: İnanç Turizmi Talep Tahmini

İstatistik	Değer
Alpha	1,00
Beta	0,00
Gamma	0,00
MASE	0,48
SMAPE	0,17
MAE	37.013,82
RMSE	51.428,96

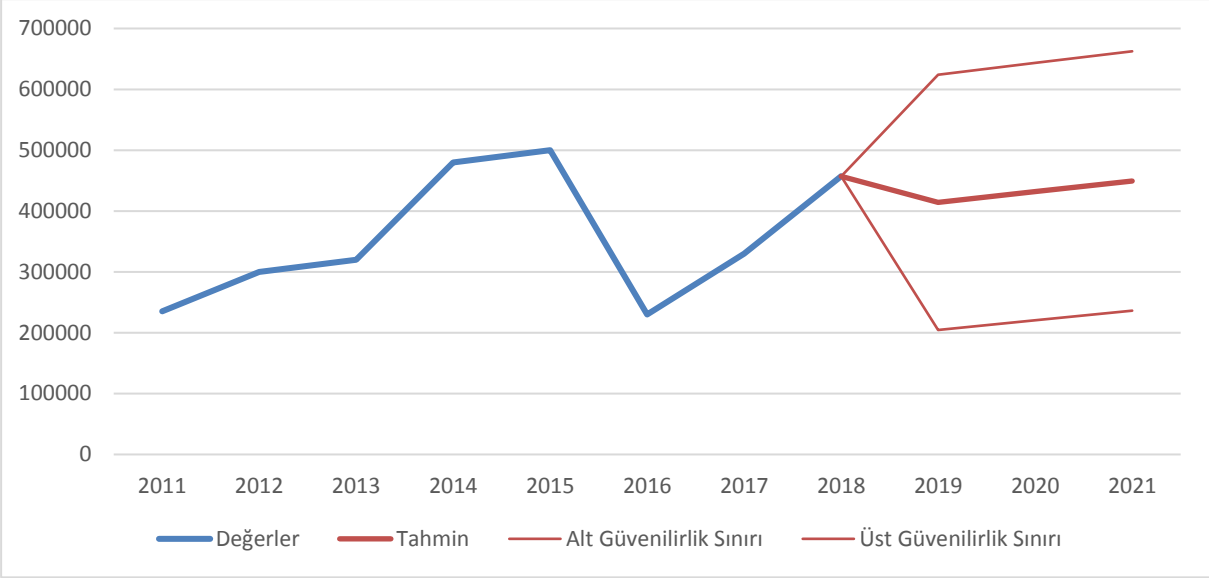
İnanç ve balon turizmi için gelen turist sayılarını gerçek değerlere yakın bir şekilde tahmin ettikleri söylenebilir. Literatürde, MAPE değeri %10'un altında olan modeller "çok iyi", %10 ile %20 arasında olan modeller "iyi", %20 ile %50 arasında olan modeller "kabul edilebilir" ve %50'nin üzerinde olan modeller ise "yanlış ve hatalı" olarak sınıflandırılmaktadır (Lewis 2002: 509; Hu vd., 2004: 88). MAPE istatistiğinin %10'un altında bir değer alması, elde edilen modelin gerçek değerlere yakın tahmin değerleri ürettiğini ve tahmin edilen değerler ile gerçekleşmiş değerler arasındaki sapmaların küçük olduğunu ifade etmektedir.

Şekil 120: İnanç Turizmi Talep Tahmini



Tablo 60: Balon Turizmi Talep Tahmini

İstatistik	Değer
Alpha	0,13
Beta	0,00
Gamma	0,00
MASE	0,80
SMAPE	0,24
MAE	87.079,72
RMSE	106.981,96



2020-2021 yılı için Nevşehir ilindeki inanç ve kültür turisti yönelik aylık turizm talebi tahminleri üretilmiş, aynı zamanda 2020-2021 için yıllık balon turisti talep tahminleri üretilmiştir. Elde edilen tahmin değerleri Tablo da verilmiştir.

Tablo 61: İnanç ve kültür Turisti Talep Tahmini

Zaman Çizelgesi	Tahmin (Değerler)	Alt Güvenilirlik Sınırı (Değerler)	Üst Güvenilirlik Sınırı (Değerler)
Oca.19	119447,2091	30708,42	208186,00
Şub.19	135917,8955	10485,03	261350,76
Mar.19	163650,1464	10001,28	317299,02
Nis.19	261256,3668	83778,75	438733,99
May.19	364241,1112	165735,68	562746,54
Haz.19	249221,8779	31675,80	466767,96
Tem.19	272112,9166	37029,97	507195,86
Ağu.19	436132,7793	184701,86	687563,70
Eyl.19	301062,0863	34253,43	567870,74
Eki.19	278594,4708	-2780,83	559969,77
Kas.19	181030,2628	-114220,70	476281,22
Ara.19	141034,7032	-167494,20	449563,60
Oca.20	117679,9123	-203628,11	438987,94
Şub.20	134150,5987	-199447,38	467748,58
Mar.20	161882,8496	-183591,19	507356,89
Nis.20	259489,07	-97488,45	616466,59
May.20	362473,8144	-5669,58	730617,20
Haz.20	247454,5811	-131546,92	626456,08
Tem.20	270345,6198	-119231,99	659923,23
Ağu.20	434365,4825	34471,38	834259,59
Eyl.20	299294,7895	-110675,82	709265,40
Eki.20	276827,174	-142997,26	696651,60
Kas.20	179262,966	-250207,94	608733,87
Ara.20	139267,4064	-299656,32	578191,13

Oca.21	115912,6155	-332300,51	564125,74
Şub.21	132383,3019	-324930,56	589697,17
Mar.21	160115,5529	-306138,73	626369,84
Nis.21	257721,7732	-217321,68	732765,22
May.21	360706,5176	-122983,11	844396,14
Haz.21	245687,2844	-246513,07	737887,64
Tem.21	268578,3231	-232004,25	769160,90
Ağu.21	432598,1857	-76244,46	941440,83
Eyl.21	297527,4927	-219458,94	814513,92
Eki.21	275059,8772	-249959,49	800079,24
Kas.21	177495,6692	-355450,80	710442,14
Ara.21	137500,1096	-403272,31	678272,53

Tablo 62: Balon Turisti Talep Tahmini

Zaman Çizelgesi	Değerler	Tahmin	Alt Güvenilirlik Sınırı	Üst Güvenilirlik Sınırı
2011	235000			
2012	300000			
2013	320000			
2014	480000			
2015	500000			
2016	230000			
2017	330000			
2018	457000	457000	457000,00	457000,00
2019		414230,6	204549,76	623911,35
2020		431850,1	220485,15	643215,15
2021		449469,7	236407,54	662531,95

5.6. Turistik Yatırım Kararlarını Etkileyen Çeşitli Faktörlerin Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi

Aşağıda, yörenin incelenen durumu ve turizm potansiyeli de düşünülerek ve yatırım kararını etkileyebilecek bu faktörler incelenip, bazı başlıklar altında toplanıp değerlendirilecektir.

5.6.1. Arz ve Talep Açısından Değerlendirme:

Türkiye için yapılan turizm talep tahmininde en önemli bulgulardan biri şudur: Türkiye'deki yatak kapasitelerindeki değişmelerin Türkiye dış turizm talebi üzerinde etkisi önemsizdir. Bunun nedenlerden biri Türkiye'ye farklı dönemlerde farklı ülkelerden yabancılar gelmekte ve ülkedeki yatak kapasitesinin sadece belirli bir kısmını kullanmaktadırlar. İkinci neden; verilen dönemde Türkiye'de turizm talebindeki değişmenin dikkatle gözden geçirilmesi yerine, hükümet tarafından finansal ve yatırımları harekete geçirici teşviklerin bir sonucu turizm talebinden bağımsız olarak, turizm yatırımlarının artmasıdır.

Turizm, arzın büyük ölçüde kendi talebini yarattığı bir sektör olması nedeni ile, arz kapasitesinin artırılması yeterli değildir. Bunun yanı sıra turizm sanayinin çağdaş işletmecilik ve diğer faktörlerle yatak kapasitesinin artırılması önem arz etmektedir.

5.6.2. Turistik Fonksiyon Oranı ile Değerlendirme:

Turistik fonksiyon oranı, herhangi bir yörenin (T) zamanında turistlerin emrine sunabileceği, toplam konaklama potansiyeli ile yörenin nüfusu arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Turistik fonksiyon oranı, konaklama potansiyeline katkıda bulunacak yatırım kararının önemli kriterlerinden birisidir. Çünkü bu kriter turizm ile demografik koşullar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bir yörenin nüfusunun az veya çok olması gelen turistleri etkiler.

Turistik fonksiyon oranının alabileceği değerler şunlardır:

- T_f (t)=0: Hiçbir konaklama potansiyelinin olmadığı yer,
- T_f (t)=1'den az: Turistik fonksiyonun rüşeyn durumunu ve turistlerin ekonomik hayata hemen hemen hiç etki göstermediğini,
- T_f (t)=10'dan az: Zayıf bir turistik fonksiyonu,
- T_f (t)=35: Bir turistik istasyonun sınıflamaya girebilmesi için, kampingler hariç taşıması gereken koşulu,
- T_f (t)=40: Otellerde bulunması gereken yer sayısından oluşan turistik fonksiyon oranını,
- T_f (t)=100: Canlı bir turistik istasyonu,
- T_f (t)=100'den büyük: Eski bir turistik istasyon veya büyük av, kış, termal turizmi istasyonlarını,
- T_f (t)= ∞ :Hiçbir konaklama potansiyelinin olmadığı yeri, ifade etmektedir.

$$T_f(t)=\frac{L.100}{P}$$

T_f (t): Turistik fonksiyon oranını,

L: Toplam konaklama potansiyelini (yatak sayısı),

P: Sürekli nüfusu ifade etmektedir.

5.6.3. Otelcilik Fonksiyonu ile Değerlendirme:

Turistik fonksiyon oranı, sadece turistik oteller açısından hesaplandığında otelcilik fonksiyon oranı bulunur ve T_f (H) ile ifade edilir.

$$T_f(H) = \frac{NL \,.\, 100}{P}$$

NL: Turistik otellerdeki yatak sayısını ifade etmektedir.

Metropol bölgelerde bu oran, 1,78 kabul edilir.

5.6.3.1. Nevşehir İli Turistik Fonksiyon Oranı

Nevşehir ilindeki turistik fonksiyon oranını bulabilmek için öncelikle bazı veriler gereklidir. Bu veriler şunlardır;

L (Toplam konaklama potansiyeli; yani toplam yatak sayısı/2019): 24.227 adet (http://yigm.kulturturizm.gov.tr, 2019)

P: Sürekli nüfus (2018): 298.339 kişi (tuik.gov.tr, 2019)

$$T_f(t) = \frac{L.100}{P}$$

$$= \frac{24.227 \text{ X } 100}{298.339}$$

$T_f(t)$ = 8,12 olarak çıkmaktadır. Oran 10'dan az olduğundan dolayı yörenin, zayıf bir turistik istasyon olduğunu söylemek doğru olur. Turistik fonksiyon yanında otelcilik fonksiyon oranıyla da değerlendirme yapmak gerekmektedir.

5.6.3.2. Nevşehir İlinin Otelcilik Fonksiyon Oranı

NL (Turistik otellerdeki yatak sayısı/2019): 13.036 adet (http://yigm.kulturturizm.gov.tr, 2019)

P: Sürekli nüfus (2018): 298.339 kişi (tuik.gov.tr, 2019)

$$T_f(H) = \frac{NL \,.\, 100}{P}$$

$$T_f(H) = \frac{13.036 \, x \, 100}{298.339}$$

= 4,36 bulunmaktadır. Buna göre Nevşehir ilinin otelcilik fonksiyonu 1,78'ten yüksek olduğu için yörenin otel odası kapasitesi yüksektir.

5.6.3.3. Ürgüp İlçesinin Turistik Fonksiyon Oranı

L (Toplam konaklama potansiyeli; yani toplam yatak sayısı/2016 itibariyle): 7787 adet (http://yigm.kulturturizm.gov.tr, 2019)

P: Sürekli nüfus (2018): 35.352 (İlçe merkezi, belde ve köylerin toplamı) (tuik.gov.tr, 2019)

$$T_f(t) = \frac{L.100}{P}$$

$$= \frac{7787\ x\ 100}{35.352}$$

= 22,02 olduğuna göre orta seviyede bir turistik fonksiyona sahip bir yöredir. Bunun yanında otelcilik fonksiyonunun da hesaplanması gerekir.

5.6.3.4. Ürgüp İlçesinin Otelcilik Fonksiyon Oranı

NL (Turistik otellerdeki yatak sayısı/2016 itibariyle): 4529 adet (http://yigm.kulturturizm.gov.tr, 2019)

P: Sürekli nüfus (2018): 35.352 (İlçe merkezi, belde ve köylerin toplamı) (tuik.gov.tr, 2019)

$$T_f(H) = \frac{NL\ .\ 100}{P}$$

$$= \frac{4529\ X\ 100}{35.352}$$

= 12,81 çıkmaktadır. Bu oran 1,78'den yüksek olduğu için Ürgüp ilçesi otel odası kapasitesi oldukça yüksek kabul edilmektedir.

6. EKONOMİK DEĞERLENDİRME

6.1. Sektörün ve Ürünün Tanımı

Sektör turizm sektörü yatırımıdır. Turizmi diğer sektörlerden ayıran özelliği onun fiziksel varlığının bir maldan çok, bir hizmet olmasıdır. Genellikle üretildikleri anda tüketilme özelliğinin var olması, onun fiziksel varlığının olmaması gibi nedenler turizm pazarlaması konusunda bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu ürünün pazarlanması tavsiyeye, alıcının güvenine ve ürünün kalitesine bağlıdır. Turizmde ürününün en önemli özelliği, arzının sabit ya da kısıtlı olması, talebin ise çok duyarlı özellikle mevsimler itibariyle değişken olmasıdır. Bu sektörde girişimciler; ilgili sektöre yapılan kamu harcamalarıyla ve alt yapı çalışmalarıyla çok yakından ilişki içindedirler. Bu nedenle kaliteli bir turizm hizmeti kamu ve özel sektörün birlikte oluşturacakları turizm bilincinde sağlanabilecektir.

Sunulacak ürün ve hizmetlerin genel özellikleri;

Otopark hizmeti; Mini Kapadokya girişinde mevcut otopark hizmeti

Mini Kapadokya giriş bedeli: Mustafapaşa mahallesini gezen yerli ve yabancı turistler mini Kapadokya'ya girmek için ödeyecekleri ücret

Restoran hizmeti; Yöresel yemekler, Türk Mutfağı, alkollü ve alkolsüz içecekler

Dükkanlar: Alışveriş amaçlı kullanılan dükkanlarda yöresel ürünler ve turistik ihtiyaçlar sunulacaktır.

Amfi tiyatro: Mevsime ve yoğunluğa göre etkinlik turizmi çerçevesinde etkinlik yapılacaktır. Bu etkinlikler, mapping, tiyatro gösterileri, pandomin, özel gün ve kutlamalar.

Fotoğrafçılık: Seyir terasında fotoğrafçılık.

Halıcılık; İpek böcekçiliği ve halıcılık bağlamında, halı satışı

At çiftliği: Ata binme

Balon: Fotoğraf çekimi ve görsel izleme amaçlı gösteri balonu.

Yöresel ürün satışı: Nevşehir yöresine ait ürünlerin satışı, örgü/bez bebek, çömlek, pomza taşı, şarap, kabak çekirdeği, patates, üzüm, sera ürünleri gibi yöresel ürün üretimi,

Mini Kapadokya projesinde kurulacak işletmeler ve NACE faaliyet kodları aşağıdaki şekildedir:

941103 Esnaf ve Sanatkar Odaları, Birlikleri Ve Üst Kuruluşlarının Faaliyetleri

522107 Otopark ve Garaj İşletmeciliği (Bisiklet Parkları ve Karavanların Kışın Saklanması Dahil)

561008 Diğer Lokanta ve Restoranların (İçkili ve İçkisiz) Faaliyetleri (Garson Servisi Sunanlar ile Self Servis Sunanlar Dahil, İmalatçıların ve Al Götür Tesislerin Faaliyetleri İle Seyyar Olanlar Hariç)

841316 Turizm ile İlgili Kamu Yönetimi Hizmetleri

799090 Bys. Diğer Rezervasyon Hizmetleri ve İlgili Faaliyetler (Devre Mülk Takas Faaliyetleri, Turizmi Arttırma Faaliyetleri, Vb. Dahil, Seyahat Acentelerinin ve Tur Operatörlerinin Faaliyetleri Hariç)

900190 Bys. Diğer Gösteri Sanatları

900212 Gösteri Sanatlarına Yönelik Diğer Destekleyici Faaliyetler (Sahne Tasarımcıları, Dekoratörleri ve Kostüm Tasarımcılarının Faaliyetleri ile Gösteri İçin Dekor ve Arka Perdenin, Işıklandırma ve Ses Ekipmanlarının İşletilmesi)

931101 Spor Tesislerinin İşletilmesi (Futbol, Hokey, Paten, Golf, Vb. Sahaları, Yarış Pistleri, Stadyumlar, Yüzme Havuzları, Tenis Kortları, Bovling Alanları, Boks Arenaları, Vb. Tesisler)

931201 Atıcılık ve Okçuluk Kulüplerinin Faaliyetleri

931901 Kendi Hesabına Bireysel Çalışan Atlet, Hakem, Zaman Tutucu, Antrenör, Spor Eğitmeni Vb. Sporcuların Faaliyetleri

931902 Spor ve Eğlence Amaçlı Spor Etkinliği ve Karşılaşması Düzenleyicilerinin ve Organizatörlerin Faaliyetleri

139202 Yorgan, Kuştüyü Yorgan, Minder, Puf, Yastık, Halı Yastık, Uyku Tulumu ve Benzerlerinin İmalatı

139301 Halı (Duvar Halısı Dahil) ve Kilim İmalatı (Paspas, Yolluk ve Benzeri Tekstil Yer Kaplamaları Dahil)

139302 Halı, Kilim Vb. İçin Çözgücülük, Halı Oymacılığı Vb. Faaliyetler

462105 İpek Böceği Kozası Toptan Ticareti

014902 İpekböceği Yetiştiriciliği ve Koza Üretimi

467601 Tekstil Elyafı Toptan Ticareti (Bükülmemiş Ham İpek, Yün, Hayvan Kılı, Kardelenmiş veya Taranmış Pamuk, Vb.)

477804 Belirli Bir Mala Tahsis Edilmiş Mağazalarda Hediyelik Eşyaların, Elişi Ürünlerin ve İmitasyon Takıların Perakende Ticareti (Sanat Eserleri Hariç)

478908 Tezgahlar ve Pazar Yerleri Vasıtasıyla İmitasyon Takı, Süs Eşyası, Turistik ve Hediyelik Eşya Perakende Ticareti (Seyyar Satıcılar Hariç)

464912 Hediyelik Eşya Toptan Ticareti (Pipo, Tespih, Bakır Süs Eşyaları, İmitasyon Takılar Dahil)

773501 Hava Taşımacılığı Araçlarının Operatörsüz Olarak Kiralanması ve Leasingi (Uçak, Helikopter, Balon, Vb.)

464310 Fotoğrafçılıkla İlgili Ürünlerin Toptan Ticareti (Flaş Lambaları, Fotoğrafçılık Emülsiyonları, Polarizan Maddeler, Fotografik Levha ve Filmler Vb.)

477822 Belirli Bir Mala Tahsis Edilmiş Mağazalarda Fotoğrafçılık Malzemeleri ve Aletlerinin Perakende Ticareti

772101 Eğlence ve Spor Amaçlı Olarak At, Midilli, Deve Vb. Kiralanması ve Leasingi

773913 Hayvanların Kiralanması Faaliyetleri (Hayvan Sürüleri, Yarış Atları Vb.) (Eğlence ve Spor Amaçlı Olanlar Hariç)

799002 Spor, Müzik, Tiyatro ve Diğer Eğlence Etkinlikleri İçin Yer Ayırma (Rezervasyon) ve Bilet Satılması Faaliyeti

855103 Spor ve Eğlence Eğitim Kursları (Futbol, Dövüş Sanatları, Jimnastik, Binicilik, Yüzme, Dalgıçlık, Paraşüt, Briç, Yoga, Vb. Eğitimi ile Profesyonel Spor Eğitimcilerinin Faaliyetleri Dahil, Temel, Orta ve Yükseköğretim Düzeyinde Verilen Eğitim Hariç)

931902 Spor ve Eğlence Amaçlı Spor Etkinliği ve Karşılaşması Düzenleyicilerinin ve Organizatörlerin Faaliyetleri

932910 Dinlence (Rekreasyon) Parklarının Faaliyetleri (Konaklamalı Olanlar ile Eğlence Parkları ve Lunaparkların İşletilmesi Hariç)

429901 Açık Havada Yapılan Sporlara Uygun Tesislerin ve Eğlence Alanları Yapılarının İnşaatı (Golf Sahaları, Açık Stadyumlar, Tenis Kortları, Atletizm Sahaları, Plaj Tesisi, Dağ Barınakları, Eğlence Parkları Vb.)

6.2. Teşvik Durumu

Sağlık turizmi kapsamında yaşlı ve/veya engelli bakım köyleri ve esenlik tesisi yatırımları 5.bölge seviyesinde teşvik var.

(Değişik: RG-9/5/2014-28995) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya termal turizm konusunda bölgesel desteklerden yararlanabilecek nitelikteki turizm konaklama yatırımları. 4.bölge seviyesinde teşvik var.

Ta/tb/tm/ktkgb adı	Tm/ktkgb	İl	İlçe	Tema	Alan (ha)	Resmi gazete tarih	Resmi gazete sayı
Nevşehir Kapadokya KTKGB	KTKGB	Nevşehir	Nevşehir, Avanos, Ürgüp, Gülşehir	Kültür+ Doğa	48000	6.1.2005	25692

Teşvik Belgesi kapsamında gerçekleştirilebilecek yatırım cinsleri şunlardır:

Komple Yeni Yatırım: Mal ve hizmet üretimine yönelik olarak ana makine ve teçhizat ile yardımcı tesisleri içeren, gerektiğinde arazi-arsa ve bina-inşaat harcamalarını da ihtiva eden, yatırımın yapılacağı yerde aynı üretim konusunda mevcut tesisi veya mevcut tesisi ile altyapı bütünlüğü bulunmayan yatırımları kapsar.

Tevsi: Mevcut bir yatırıma üretim hattı veya makine ve teçhizat ilavesiyle kapasitenin artırılmasına yönelik olan ve mevcut tesis ile alt yapı müşterekliği oluşturarak bir bütün teşkil eden yatırımları kapsar.

Modernizasyon: Mevcut tesislerin üretim hatlarında teknik ve/veya ekonomik ömrünü tamamlamış makine ve teçhizata uygun parçaların eklenmesini veya mevcut makine ve teçhizatın yenileri ile değiştirilmesini, tesiste eksik kalmış bölümlerin tamamlanmasını, nihai ürünün doğrudan kalitesinin yükseltilmesini veya modelinin değiştirilmesini içeren yatırımları kapsar.

Ürün Çeşitlendirmesi: Mevcut tesisler ile altyapı müşterekliği olan, aynı işletmede mevcut makine ve teçhizata yapılacak ilave yatırımla farklı bir nihai ürün elde edilmesine yönelik yatırımları kapsar.

Entegrasyon: Mal ve hizmet üreten tesislerin mevcut üretim hatlarında elde edilen nihai ürüne bütünleyici nitelikte ara malı verecek ve/veya üretilmekte olan nihai ürünü ara malı olarak kullanabilecek şekilde, mevcut tesise ileri ve/veya geriye doğru entegre olan, yatırımın konusu ve projenin özelliği dikkate alınarak kaideten aynı il sınırları içinde veya aynı yerde ve aynı tesis bünyesinde olan yatırımları kapsar.

Nevşehir'de Gerçekleştirilecek Yatırımlara Sağlanacak Teşvikler

Nevşehir'de toplam yatırım tutarı 5 milyon TL üzeri bir yatırım gerçekleştirilmesi durumunda bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında devletin yatırıma sağlayacağı destekler neler ve ne kadar olacaktır? Bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında Nevşehir'e gerçekleştirilecek bir yatırıma uygulanabilecek destekler;

- Vergi indirimi,
- Sigorta primi işveren hissesi desteği,
- Yatırım yeri tahsisi,
- Faiz Desteği,
- KDV muafiyeti,
- Gümrük vergisi muafiyetidir.

Vergi İndirimi:

BÖLGESEL TEŞVİK UYGULAMALARI				
Bölgeler	Yatırıma katkı oranı (%)	Kurumlar vergisi veya gelir vergisi indirim oranı (%)	İşletme / Yatırım Döneminde Uygulanacak Yatırıma Katkı Oranı (%)	
			Yatırım Dönemi	İşletme Dönemi
1	15	50	0	100
2	20	55	10	90
3	25	60	20	80
4	30	70	30	70
5	40	80	50	50
6	50	90	80	20

Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği:

Bölgeler	31/12/2013 tarihine kadar (bu tarih dahil) başlanılan yatırımlar	01/01/2014 tarihinden itibaren başlanılan yatırımlar	Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteğinin Sabit Yatırım Tutarına Oranı (%)
1	2 yıl	-	10
2	3 yıl	-	15
3	5 yıl	3 yıl	20
4	6 yıl	5 yıl	25
5	7 yıl	6 yıl	35
6	10 yıl	7 yıl	50

Faiz Desteği

Bölgeler	Destek Oranı		Azami Destek Tutarı (Bin TL)
	TL Cinsi Kredi	Döviz Cinsi Kredi	
I	-	-	-
II	-	-	-
III	3	1	500
IV	4	1	600
V	5	2	700
VI	7	2	900

Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde gerçekleştirilecek turizm yatırımları Yeni Teşvik Sisteminde öncelikli yatırım konuları içerisinde yer almasından ötürü hangi bölgede gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin 5. Bölgede uygulanan bölgesel desteklerden faydalanabilecektir. Nevşehir ili de Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi içerisinde yer almakta olup gerçekleştirilecek turizm yatırımları 5. Bölgede gerçekleştirilmiş gibi kabul edilecek ve 5. Bölgede uygulanan bölgesel desteklerden faydalanılabilecektir.

Vergi İndirimi:

Nevşehir'e gerçekleştirilecek turizm yatırımları 5. Bölge desteklerinden faydalanacak olmasından ötürü bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında devletin sağlayacağı yatırıma katkı oranı %40, kurumlar veya gelir vergisi indirimi oranı ise %80 olarak gerçekleşecektir.

Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği:

Nevşehir'de gerçekleştirilecek turizm yatırımları 5. Bölge desteklerinden faydalanacak olmasından dolayı yatırım ile istihdam edilecek her bir personelin 7 yıl boyunca sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmı devlet tarafından karşılanacaktır.

Yatırım Yeri Tahsisi

Gerçekleştirilecek yatırımda yatırım yeri tahsisi talebinde bulunulması halinde yatırımcıya 29/06/2001 tarihli ve 4706 sayılı Kanunun ek 3. maddesi çerçevesinde belirlenen usul ve esaslara göre yatırım yeri tahsis edilebilir.

KDV İstisnası

25/10/1984 tarihli ve 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu gereğince gerçekleştirilecek yatırım kapsamında yapılacak makine ve teçhizat ithal ve yerli teslimleri KDV'den istisna edilebilecektir.

NEVŞEHİR İLİ BÖLGESEL DESTEKLERDEN FAYDALANABİLECEK SEKTÖRLER VE BÖLGELER İTİBARİYLE ASGARİ YATIRIM TUTARLARI VEYA KAPASİTELERİ

Sektör Kodu	US-97 Kodu	Bölgesel Teşviklerden Yararlanacak Sektörler	4. Bölge	5. Bölge
1	0121	Entegre damızlık hayvancılık yatırımları dahil olmak üzere entegre hayvancılık yatırımları (dipnot 5'te belirtilen asgari kapasite şartlarına uymayan yatırımlar hariç)	500 Bin TL	500 Bin TL
2	0500.0.04	Su ürünleri yetiştiriciliği (balık yavrusu ve yumurtası üretimi dahil)	500 Bin TL	500 Bin TL
3	15	Gıda ürünleri ve içecek imalatı (dip not 6'da belirtilen yatırım konuları hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
4	17	Tekstil ürünleri imalatı (dip not 8'de belirtilen şartları sağlamayan iplik ve dokuma yatırımları hariç)	Tekstilin aprelenmesi yatırımları için 10 Milyon TL, diğer yatırım konularında 1 Milyon TL	Tekstilin aprelenmesi yatırımları için 10 Milyon TL, diğer yatırım konularında 1 Milyon TL
5	18	Giyim eşyası imalatı	1 Milyon TL'nin üzerindeki tevsi ve modernizasyon yatırımları	500 Bin TL
6	19	Derinin tabaklanması ve işlenmesi	500 Bin TL	500 Bin TL
7	1911	Derinin tabaklanması, işlenmesi (sadece İstanbul Deri İhtisas OSB ve Tuzla OSB'de yapılacak yatırımlar)	-	-
8	1912 ve 1920	Bavul, el çantası, saraciye, ayakkabı vb imalatı	500 Bin TL	500 Bin TL
9	20	Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç), hasır ve buna benzer örülerek yapılan maddelerin imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
10	21	Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı	10 Milyon TL	10 Milyon TL
11	24	Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
12	2412	Kimyasal Gübre ve Azotlu Bileşenlerin İmalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL

13	2421	Pestisit (haşarat ilacı) ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
14	2423	İlaç/eczacılıkta ve tıpta kullanılan kimyasal ve bitkisel kaynaklı ürünlerin imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
15	2424	Parfüm ile kozmetik ve tuvalet malzemeleri imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
16	2429.1	Patlayıcı madde imalatı	1 Milyon TL	500 Bin TL
17	2511	İç ve dış lastik imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
18	26 (261, 2693.2, 2694.1, 2695.3 ve 2695.4 hariç)	Metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı (cam ve cam ürünleri, fırınlanmış kilden kiremit, briket, tuğla ve inşaat malzemeleri, çimento, hazır beton ve harç hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
19	26 (2610.2.03.01, 2693.2, 2694.1, 2695.3, 2695.4 hariç)	Metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı (çok katlı yalıtım camları, kiremit, briket, tuğla, çimento, hazır beton ve harç hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
20	26 (2693.2, 2694.1, 2695.1, 2695.3, 2695.4, 2610.2.03.01 hariç)	Metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı (fırınlanmış kilden, kiremit, biriket, tuğla ve inşaat malzemeleri, çimento, inşaat amaçlı beton ürünleri, hazır beton, harç, çok katlı yalıtım camları hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
21	2610.1, 2610.2 (2610.2.03.01 hariç), 2610.3, 2610.4	Düz cam, düz camın şekillendirilmesi ve işlenmesi (çok katlı yalıtım camları hariç) çukur cam ve cam elyafı imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
22	2610.1, 2610.2 (2610.2.03.01 hariç), 2610.3, 2610.4, 2610.5.07, 2691.3	Düz cam, düz camın şekillendirilmesi ve işlenmesi (çok katlı yalıtım camları hariç) çukur cam, cam elyaf ve camdan elektrik izolatörleri ve seramik yalıtım malzemeleri imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
23	2691.2, 2691.3, 2693.1	Seramikten yapılan sıhhi ürünler, seramik yalıtım malzemeleri, seramik karo ve kalıdırım taşı imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
24	2695.1	İnşaat amaçlı beton ürünleri imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
25	2695.1, 2694.2.01, 2694.3.01	Metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı; inşaat amaçlı beton ürünleri imalatı, kireç, alçı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
26	2695.1, 2699.2.06.30	İnşaat amaçlı beton ürünleri imalatı ve ısı veya ses izole edici eşya ve karışımlar	1 Milyon TL	1 Milyon TL
27	2720, 273	Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi, metal döküm sanayi	1 Milyon TL	1 Milyon TL
28	28	Metal eşya	1 Milyon TL	1 Milyon TL
29	2812.2, 2813	Merkezi ısıtma radyatörleri ve kazanlarının imalatı, buhar kazanı imalatı (merkezi kalorifer kazanları hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
30	29	Makine ve teçhizat imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
31	2929	Sınai kalıp	1 Milyon TL	1 Milyon TL
32	30	Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
33	31	Elektrikli makine ve cihazları imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
34	32	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı	1 Milyon TL	1 Milyon TL
35	33	Tıbbi aletler hassas ve optik aletler imalatı	500 Bin TL	500 Bin TL
36	34	Motorlu kara taşıtı ve yan sanayi	Motorlu kara taşıtlarında yatırım tutarı 50 Milyon TL; motorlu kara taşıtları yan sanayinde yatırım tutarı 1 Milyon TL	Motorlu kara taşıtlarında yatırım tutarı 50 Milyon TL; motorlu kara taşıtları yan sanayinde yatırım tutarı 1 Milyon TL
37	3530.0.15	Hava taşıtları ve motorlarının bakım ve onarımı	1 Milyon TL	1 Milyon TL

38	3591 ve 3592	Motosiklet ve bisiklet üretimi	1 Milyon TL	1 Milyon TL
39	361	Mobilya imalatı (sadece metal ve plastikten imal edilenler hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
40	361	Mobilya imalatı (sadece plastikten imal edilenler hariç)	1 Milyon TL	1 Milyon TL
41	5510.1.01, 5510.2.01,5510.3.02, 5510.5.02, 5510.5.04	Oteller	3 yıldız ve üzeri	3 yıldız ve üzeri
42	5510.3.01	Öğrenci yurtları	100 öğrenci	100 öğrenci
43	6302.0.01	Soğuk hava deposu hizmetleri	500 metrekare	500 metrekare
44	6302.0.03	Lisanslı depoculuk	1 Milyon TL	1 Milyon TL
45	80 (809 hariç)	Eğitim hizmetleri (okul öncesi eğitim hizmetleri dahil, yetişkinlerin eğitilmesi ve diğer eğitim faaliyetleri hariç)	500 Bin TL	500 Bin TL
46	8511.0.01-05, 8511.0.99, 8531.0.01-03	Hastane yatırımı, huzurevi	Hastane: 500 Bin TL Huzurevi: 100 kişi	Hastane: 500 Bin TL Huzurevi: 100 kişi
47		Akıllı çok fonksiyonlu teknik tekstil	500 Bin TL	500 Bin TL
48		Atık geri kazanım veya bertaraf tesisleri	500 Bin TL	500 Bin TL
49		Kömür gazı üretimi (sentez gazı)	50 Milyon TL	50 Milyon TL
50		Seracılık	10 dekar	10 dekar

6.3. Arz ve Talep Analizi

Kapadokya ve Turizm

Bir bölgenin turizm faaliyetleri açısından cezbedici olabilmesi için doğal güzelliklere, insan yapımı sıra dışı yapılara, sosyokültürel değerlere ve çeşitli faaliyetlere sahip olması gerekmektedir. Anadolu topraklarını doğu-batı ve güney-kuzey yönlerinde kesen, en kısa yolların Kapadokya Bölgesi'nden geçmesi, birçok medeniyetin bölgeyi farklı nedenlerle ziyaret etmesine neden olmuştur. Neolitik Dönem'den beri yerleşim yeri olarak kullanılan Kapadokya Bölgesi'nde hüküm sürmüş medeniyetlerin bıraktığı tarihi birikimler ile bölgenin doğal güzellikleri ve jeolojik yapısının birleşmesi bölgeyi evrensel açıdan turizm merkezi haline getirmiştir.

Şekil 121: Kapadokya'dan Bir Görüntü

Kaynak: ***www.travelandleisure.com*** ***Erişim Tarihi: 18.01.2019.***

Turizm sektörü için önemli bir değer olan Dünya Miras Alanları, doğal ve kültürel değerlerinin "Dünya Miras Konvansiyonu" tarafından korunduğu alanlardır. Her yıl farklı ülkelerden milyonlarca turistin ziyaret ettiği bu alanlar, bulundukları ülkenin ekonomisine katkı sağlamaktadır. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü verilerine göre UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) tarafından oluşturulan Dünya Mirası Listesi'nde Türkiye'den 17 kültür ve tabiat varlığı yer almaktadır. Pamukkale ile Göreme Milli Parkı ve Kapadokya hem kültürel hem doğal miras alanı olarak bu listeye dâhil edilmiştir. Kapadokya, coğrafi konumu itibariyle Nevşehir, Kayseri, Niğde, Aksaray ve Kırşehir illeri arasındaki bölgeyi temsil etmesine karşın turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun Nevşehir ilinde gerçekleşmesi bölgeyi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Marka Kültür Turizm Kenti" ilan edilen Nevşehir ili ile özdeşleştirmiştir. 121 arkeolojik sit alanı, 15 kentsel sit alanı, 12 karma sit alanı ve 1302 kültür varlığı ile Nevşehir ili yılda üç milyona yakın turistin ziyaret ettiği ve Türkiye'de il bazında en çok geceleme gerçekleşen şehirlerden biridir. Bölgede öne çıkan turizm çeşitleri; doğa ve kültür, balon, termal ve sağlık, inanç, kongre turizmi, el sanatları, binicilik ve şarapçılıktır (Erdal, 2018:42-43).

Tablo 63: Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapıları Sayısı (1967)

Yerleşim Bölgesi	Belediye Belgeli (Adet)	Turizm Belgeli (Adet)	Lokantası Bulunanlar (Adet)	Umumi Banyosu Bulunanlar (Adet)
Nevşehir(Merkez)	5		1	1
Avanos	1			
Ürgüp	8	1	2	5
Kozaklı	3		1	1
Gülşehir	1			
Ortahisar	1			1
Derinkuyu	1			
Hacıbektaş	1			1
Toplam	**21**	**1**	**4**	**9**

Kaynak: Erdal, T., (2018). Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapılarının Kullanıcı Performans Değerlendirmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Yukarıdaki tabloya göre bölgedeki turizm modern anlamda 1950'li yıllarda ilk kâşif olarak adlandırılabilecek turistlerin bölgeyi ziyaretiyle başlamış ve yabancı ziyaretçi sayısı 1960'larda artmıştır. Yoğun kültürel ve doğal mirasa sahip Kapadokya Bölgesi'ndeki turist profilinin çoğunluğunu 1950-1965 yılları arasında yerli turistler oluşturmaktadır. 1964 yılında bölgeyi toplam 29.609 turist ziyaret ederken bunların %58'ini yerli turistler oluşturmaktadır. 8 tanesi Ürgüp İlçesi, 5 tanesi Nevşehir il merkezi, 3 tanesi Kozaklı İlçesi ve 5 tanesi çeşitli kasabalarda yer alan konaklama yapıları içerisinde turizm işletme belgeli tek otel Ürgüp'te yer alan Tusan Otel'dir. O yıllarda; 22 konaklama yapısı içerisinde yiyecek içecek hizmeti veren 4 yapı ve umumi banyosu bulunan 9 yapı mevcuttu. (Erdal,2018:48).

Tablo 64: Kapadokya Bölgesinde Yer Alan Tesis Sayıları ve Kapasiteleri (2019)

	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis (Adet)	**Oda (Adet)**	**Yatak (Adet)**	**Tesis (Adet)**	**Oda (Adet)**	**Yatak (Adet)**
Aksaray	3	199	400	15	749	1 510
Kayseri	5	384	797	23	1 859	3 760
Kırşehir				5	446	925
Nevşehir	14	1 570	3 149	90	4 287	9 171
Niğde	3	462	1 113	4	227	467
Toplam	34	3 707	7 666	158	8 740	18 269

Kaynak:** http://yigm.kulturturizm.gov.tr **Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda 2017 yılı itibariyle Kapadokya Bölgesinde bulunan turizm yatırım belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerin sayıları, oda sayıları ve yatak kapasiteleri verilmiştir. Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 34 iken, turizm işletme belgeli tesis sayısı toplamı 158'dir.

Nevşehir İli Hakkında Genel Bilgi

Tarihi: İlk yerleşme izleri M.Ö. 3000 yıllarına ait olup Hitit Egemenliği'ne kadar geçen çağlarda yörede küçük, bağımsız, yerli topluluklar oluşturmuşlardır. Nevşehir, Asurlular çağında Katpatuka, klasik çağlarda Kapadokya diye adlandırılan bölge (Kayseri-Niğde-Aksaray üçgeni) içinde yer alıyordu. İlk çağlardan beri bilinen en eski adı Nissa (Nyssa)'dır. Nissa'nın Romalıların, İranlıların, VII. Yy. da Arapların ve Alparslan'ın Malazgirt Zaferi'nden sonra da Türklerin eline geçtiği bilinmektedir. Nissa sonradan bugünkü Nevşehir'in bulunduğu yere nakledilmiş ve adı da Muşkara olarak değiştirilmiştir. Gerek Küçük Asya ulaşımındaki yol üstü konumu, gerekse verimli toprakları dolayısıyla tarih öncesi ve tarih çağlarında yerleşme yeri olan Nevşehir bölgesi, yakınında bulunan kaya kiliseleri, gelişmiş bağcılık ve şarapçılığa rağmen uzun süre, köylerden oluşan bir yöre olarak kalmıştır. Selçuklu, Danişmentli, Moğol, Eretna, Karamanlı, Dulkadirli dönemlerini Kayseri ve Niğde'ye göre oldukça sönük yaşayan bölge, Yavuz Sultan Selim döneminde (1515) Osmanlı topraklarına katılır. Nevşehir'in kimler tarafından ve hangi tarihte kurulduğu kesin olarak bilinmiyor. Fakat; Nevşehir, Osmanlılar devrinde yeni baştan ve hemen hemen bütün eserleriyle Nevşehirli Damat İbrahim Paşa tarafından kurulmuş ve kuranın adına kıyasla da Nevşehir adını almıştır. 1071'de Malazgirt Savaşı'nın Türkler tarafından kazanılması ile Anadolu kapıları Türklere açılmış ve Nevşehir dolayları bu tarihte Türklerin eline geçmiştir. Nevşehir, Selçuklular zamanında önem kazanmamış, onun gerçek adı ancak Osmanlılar zamanında, 23. padişah olan III. Ahmet zamanında ortaya çıkmıştır. III. Ahmet'in damadı ve o zamanın sadrazamı Damat İbrahim Paşa, Nevşehirliydi. Kendisi sadrazam ve padişahın da damadı olunca doğduğu beldeyi hatırladı. Bu kıyıda kalmış, unutulmuş eski kasabayı yeniden ele aldı ve çok güzel Türk eserleriyle süsledi. Şehre de kendi adını verdi. İbrahim Paşa'nın şehre en büyük iyiliği ve yardımı, imar plânının devam ettirilmesini sağlamak için zengin vakıflar bırakması olmuştur. Böylelikle onun zamanında yapılan eserler ayakta kalabilmiş ve devamlı onarılmışlardır. Damat İbrahim Paşa,

Nevşehir'i kültür ve eğitim açısından bir İslâmlık merkezi haline getirdi. Aşıklı Dağı'ndan kasabaya kadar su kanalı projesi gerçekleştirdi. Bir medrese, hastane ve kervansaray yaptırdı. Damat İbrahim Paşa zamanında Nevşehir'in nüfusu 17.000 idi. 1730'da Damat İbrahim Paşa'nın öldürülmesiyle Nevşehir eski önemini yitirdi. 1870'de sancak haline getirilen Kırşehir'in, 1902'de Ankara iline bağlı olan beş sancaktan birinin bucağı oldu. Niğde Mutasarrıflığı içinde yer alan Nevşehir, Cumhuriyet Devri'nde Niğde'nin il olması ile buraya bağlandı. 20 Temmuz 1954 tarihine kadar Niğde iline bağlı bir kaza olan Nevşehir, bu tarihte il olmuştur. Nevşehir, Orta Kızılırmak'a dökülen Güvercinlik Dağı'ndan çıkan ufak bir çayın üzerindedir ve genişçe bir düzlük ortasında yükselen Kahveci Dağı'nın yamacında kurulmuştur (Atila, 2009:23-24).

Şekil 122: Nevşehir'den Bir Görüntü

Kaynak: www.emlakkulisi.com Erişim Tarihi : 18.01.2019.

Coğrafi Özellikleri

Nevşehir, Orta Anadolu Bölgesi'nin Kızılırmak vadisinde kurulmuş, 38- 39° enlemleri, 34-35° boylamları arasında bulunmaktadır. Doğusu Kayseri, batısı Niğde (Aksaray), güneyi Niğde, kuzeyi Yozgat ve Kırşehir illeri ile çevrilmiş, hemen hemen İç Anadolu yöresinin çanak çukuru içerisindedir. Denizden yüksekliği 1150 metredir. Nevşehir ili genel olarak az engebeli bir bölgedir. İl topraklarının genel görünüşü yüksek yayla karakterindedir ve bir İç Anadolu yaylasıdır. İl toprakları içinde önemli yükseklikler rastlanmaz. Nevşehir, aslında Niğde ve Kayseri topraklarında yükselen önemli dağların siperi içine girer. Nevşehir; Erciyes, Hasan Dağı ve Melendiz Dağları arasındaki volkanik bir saha içerisinde yer alır. Bu saha Kızılırmak Platosu ve Kızılırmak'ın güney ve kuzeyinde devam eder. Yöre arazisi eski zamanlarda Erciyes, Melendiz ve Hasan Dağı'ndan püsküren tüflerden oluşmuştur. Tüf; kül, yanardağ çakılı ve çamurdan meydana gelen ve hava ile karşılaşınca sertleşen yumuşak taş oluşumudur. Tabakalar halinde de oluşabilmektedir. Bu tüf formasyonu, yanardağların faaliyetlerinin kesilmesinden

sonraki dönemlerde yağışların, yamaçlardan inen sellerin, rüzgâr, çöküntü vs. doğa etkenlerinin oyma ve aşındırmasına uğrayarak; bir başka deyişle tabiatın elleriyle kazınarak Kızılırmak Vadisi'ne doğru meyil alır biçimde erozyona uğramıştır. Bu vadiler zamanla gitgide genişleyerek yamaçları geriletmiş, gerileyen yamaçlar arkalarında erozyondan etkilenmeyen ve böylece aşınmaktan kurtulabilen değişik biçim ve yükseklikte kaya blokları bırakmışlardır. Bu haliyle bölge, jeoloji-doğa iş birliğinin ve coğrafi şartlarla yapısal özelliklerin bütünleşmesinin dünyadaki özgün örneklerinden birini oluşturmuştur.

İç Anadolu Bölgesi'nin stepler yöresinde Nevşehir ili yer alır. Bu stepler arasında çeşitli bitki türlerine rastlanır. Stepler genellikle ilkbaharda açan kır çiçekleri ve kısa ömürlü efemer adlı otlarla kaplıdır. Buralarda ormanlara ancak dağ yamaçlarında rastlanır. Küçük lekeler halindedir. Ayrıca meyve ağaçları ve üzüm bağları ilin büyük bir kısmını kaplar. Nevşehir ve yöresi karasal iklim bölgesi içerisine girmektedir. Yazları sıcak ve kurak, kışları sert ve soğuk geçer. Yağmurlar daha çok ilkbahar ve sonbaharda yağar. Soğuk ve karlı mevsim güz sonundan mart ayının ortalarına kadar sürer. En sıcak ay ağustos, en soğuk ay ocak ayıdır. Karasal olan bu iklimde yaz ve kış mevsimleri arasında önemli sıcaklık farkları görülür. Bölgeye kuzey yönlü rüzgârlar hâkimdir. Nevşehir ve çevresinde hâkim rüzgâr, poyraz ve lodostur (Atila, 2009:25-27).

Nevşehir'in Turizm Paydaşları

Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerin korunmasında turizmin önemli katkısı vardır. Bu kaynakların değerleri artmakta ve milli gelire ekonomik bir katkı sağlayacak duruma gelebilmektedir. Bu anlamda ekonomik olarak geri kalan bölgeler; otel ve yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri ve sektörü doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren diğer işletmeler aracılığıyla turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik gelişmelerini destekleyebilmektedirler.

Otel İşletmeleri

Nevşehir'de, özellikle otelciler bölgenin sahip olduğu doğal turizm arzını, altyapı ve üstyapı hizmetleriyle destekleyerek, turizm sektöründe hizmet vermektedirler. Şehir genelinde konaklama işletmesi olarak faaliyet gösteren çok sayıda otel, butik otel, motel, pansiyon bulunmaktadır. Bölgedeki yıldızlı oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi bölgenin merkezi yerlerinde iken, küçük ölçekte ve yıldızsız oteller Nevşehir, Ürgüp, Avanos gibi merkezlerin yanında daha küçük yerleşim yerleri olan Ortahisar, Göreme ilçelerindedir (Yılmaz, 2017:84-87).

Tablo 65: Nevşehir İli Belge Türüne Göre Sınıflandırılmış Tesis Sayıları (2009-2017)

Yıllar	Bakanlık İşletme Belgeli Oteller (Adet)	Belediye Belgeli Oteller (Adet)	Bakanlık Yatırım Belgeli Oteller (Adet)	Toplam (Adet)
2009	41	204	13	**258**
2010	43	207	12	**262**
2011	46	227	10	**283**
2012	49	238	11	**298**
2013	55	242	20	**317**
2014	59	222	21	**302**
2015	66	317	26	**409**
2016	89	351	19	**459**
2017	90	350	15	**455**

Kaynak: http://www.nevsehir.gov.tr Erişim Tarihi: 19.01.2019

Yukarıdaki tabloda yıllara göre değişen tesis sayıları verilmiştir. Buna göre Bakanlık işletme belgeli ve belediye belgeli otel sayısı yıllara göre artarken; Bakanlık yatırım belgeli otel sayısında ise yıllara göre inişli çıkışlı bir tablo gözlemlenmektedir.

Tablo 66: Nevşehir Konaklama Tesis ve Yatırımları (2016-2018)

NEVŞEHİR'DE BULUNAN KONAKLAMA TESİS VE YATIRIMLARI İSTATİSTİĞİ						
YIL	**BAKANLIKTAN TURİZM İŞLETMESİ VE KISMİ TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**BAKANLIKTAN TURİZM YATIRIMI BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**YEREL YÖNETİMLERDEN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**	
	TESİS SAYISI (Adet)	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYISI (Adet)**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYIS I (Adet)**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**
2016	89	8.796	19	4.225	346	14.418
2017	92	9.684	15	3.293	349	16.301
2018	98	11.025	14	1.785	355	14.189

Kaynak: : http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Bu tabloda ise işletme ve yatırım belgeli otellerin yıllara göre ayrıntılı yatak kapasitesini de içeren sayıları verilmiştir.

Müze ve Ören Yerleri

Müzeler geçmişe ilişkin her türlü bilgi, belge ve yapıtı saklamak, korumak, sergilemek ve tanıtmak amacıyla oluşturulmuş bilimsel kuruluşlar olmakla birlikte bu kuruluşlar ziyaretçilerini bilinçlendirmenin yanı sıra yapmış oldukları bilimsel çalışmalarla da evrensel kültürün önemli unsurları olarak dikkat çekmektedirler. İnsanlarda artan ilgi, merak ve boş zamanın yanında dünya üzerinde artan turizm aktiviteleri, gelişen iletişim ve ulaşım teknolojilerinin de yardımı müzelerin tek bir yapı içerisinde çok işlevli bir hal almasına yardımcı olmuştur (Sezer, 2010:44). Nevşehir'de yer alan bazı müze ve ören yerleri aşağıda yer almaktadır(www.muze.gov.tr).

Çavuşin Örenyeri (Çavuşin Kilisesi)

Göreme-Avanos yolu kenarında, Göreme'ye 2.5 km. uzaklıktadır. Tek nefli, beşik tonozlu, 3 apsisli olup narteksi yıkılmıştır. İmparator Nicephorus Phocas adına yapılan Çavuşin Kilisesi 964-965 yıllarına tarihlenmektedir. Kilisede işlenen konular diğer kaya kiliselerinde olduğu gibi İncil ve Hz. İsa'nın hayatından alınmıştır.

Şekil 123: Çavuşin Kilisesi,

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

El Nazar Kilisesi

Göreme-Müze yolunun sağındaki vadide, yoldan yaklaşık 800m. uzaklıkta El Nazar vadisindedir. Bir peribacası içine oyulmuş El Nazar Kilisesi, 'T' planlı, haç kolları beşik tonozludur. Doğu kolunda mezarlar yer alır. Ana apsis haç kollarının birleştiği merkez mekâna açılır. Zeminin tamamı ve apsisin bir kısmı tahrip olmuştur. Sahneler kronolojik olarak birbirini takip etmektedir. İki sanatçı tarafından arkaik stilde boyanan kilisede, İsa'nın çocukluğu, gençliği ve mucizeleri resmedilmiştir. El Nazar Kilisesi, 10. yüzyıla tarihlenmektedir.

Şekil 124: El Nazar Kilisesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Gülşehir- St. Jean Kilisesi

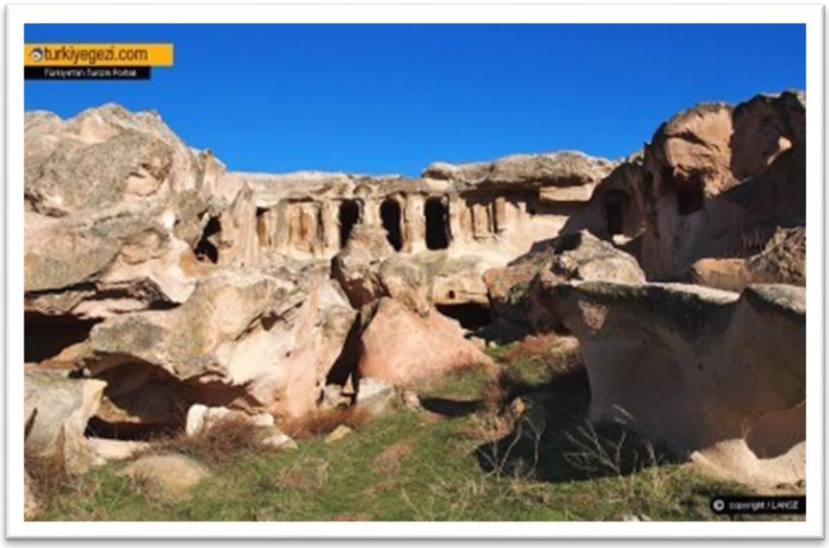
Nevşehir'e 20 km. uzaklıkta, Kızılırmak'ın güney kenarında yer alan antik adı Zoropassos olan Gülşehir´in eski adı ise Arapsundur. Damat İbrahim Paşa'nın Nevşehir'e yaptığı imarı, bir başka Osmanlı Sadrazamı Karavezir Mehmet Seyyid Paşa da Gülşehir'e yapmış 30 haneli Gülşehir'i bir külliye ile donatmıştır. Külliye cami, medrese ve çeşmeden oluşmaktadır. Açıksaray örenyeri Nevşehir-Gülşehir yolu üzerinde, Gülşehir'e 3 km uzaklıktaki Açıksaray örenyeri, tüf kayalar içine oyulmuş sayısız mekanları, Roma Dönemi kaya mezarları, 9. ve 10. yüzyıla tarihlenen kaya kiliseleri ile önemli bir piskoposluk merkeziydi. Halk arasında Hacı Bektaş Veli Mescidi olarak adlandırılan mekânın mihrabının günümüze kadar korunmuş bir İslami yapı olması açısından dikkat çekmektedir. Kareye yakın planlı mescidin batı kesiminde yüksekçe nişler yer almaktadır. Bu ören yerinde bulunan mantar biçimindeki peribacalarının benzeri yoktur.

Şekil 125: Gülşehir- St. Jean Kilisesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Gülşehir Açık Saray Örenyeri

Gülşehir’e 3 km uzaklıktaki Açıksaray Harabeleri, tüf kayalar içine oyulmuş Roma Dönemi kaya mezarları, IX. ve X. yüzyıla ait kaya kiliseleri ile önemli bir piskoposluk merkezidir. Gülşehir’in simgesi olan “mantarkaya” oluşumları da bu bölgede bulunuyor. İlk çağlardan kalma çok katlı yeraltı şehirleri ve mağaralarla birlikte Boğalı Kilise, Manastır, Tavla (At Damı), Küçük Saray (Çok Katlı Yerleşim Alanı), Dört Sütunlu Manastır, Beşik Tonozlu Yapı, On iki Sütunlu Kilise ve Merdivenli Mesken mutlaka görülmesi gereken yerler arasında. Açıksaray Ören Yeri günümüzde daha çok trekking için tercih ediliyor. Ayrıca Çat Vadisi’ni de içine alan 7 km uzunluğundaki parkuru ile kültür ve spor merkezi konumundadır.



Şekil 126: Gülşehir Açık Saray Örenyeri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

Nevşehir İli, Hacıbektaş İlçesi Merkezinde bulunan ve Bakanlığımız mülkiyetinde olan Müze 1988 yılında ziyarete açılmış olup 2009 yılına kadar faaliyetini sürdürmüştür. Müzenin yeniden düzenlenmesine ihtiyaç duyulduğundan teşhir tanzim projeleri Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmıştır. Arkeoloji ve Etnografya seksiyonu olmak üzere kurgulanan Müze planı birbirine geçmeli üç ana bölümden oluşmaktadır. Müzede sergilenmesi planlanan eserlerin nitelikleri ve sergileme düzenleriyle ile ilgili bilgiler konusunda Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Öğretim Üyelerinden Prof.Dr. Fikri Kulakoğlu ile görüşülerek planlama yapılmaktadır. Girişte ziyaretçiyi bilgilendirmek amacıyla, Hacıbektaş ve yöresini anlatan belgesel/film sunulması planlanan tanıtım odasına yer verilmiştir. Girişten sonraki, ilk iki bölüm Arkeolojik eserlere ayrılmış ve bu bölümlerde, ağırlıklı olarak 1967-1976 yıllarında Prof.Dr. Kemal Balkan başkanlığında kazısı yapılan Suluca-Karahöyük kazısına ait eserler sergilenecektir. Eski Tunç Çağından, Roma Dönemine değin kesintisiz iskân gören Suluca-Karahöyük'e ait tanıtım panolarıyla destekli, kronolojik sergilemenin yanı sıra bir plato üzerinde Höyüğün kesit/ canlandırma yapılması hususu projede öngörülmüş ve uygulamalara ait çalışmalar sürdürülmektedir. Arkeoloji Bölümü ile Etnografya Bölümü arasında, tanıtım panolarıyla destekli yöreye ait şehir sikkeleri koleksiyonun sergilenmesi planlanmıştır. Üçüncü bölümde Etnografik eserlerin yer aldığı salonda, yöreye ilişkin Osmanlı Dönemine ait halı ve kilim sergilemesi, taş işçiliği kültürü ve bakır kap-kacak sergilemesi ile kadın ve erkeğe yönelik giysi ve aksesuarlar, tanıtım panolarıyla destekli olarak teşhir edilmesi kurgulanmıştır.

Şekil 127: Hacı Bektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi

İlçe merkezinde bulunan evde, Gazi Mustafa Kemal Paşa 'Sivas Kongresi' sonrasında Ankara'ya dönerken 22-23 Aralık 1919 tarihinde Hacıbektaş'a gelmiş ve söz konusu evde bir gece konaklamıştır. Atatürk Evi, 19. yüzyılda kerpiç arasına hatıl atılarak inşa edilmiş olup, kamulaştırılma işleminin ardından, 2001 yılı içinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeniden inşası sağlanarak müze olarak hizmete açılmıştır. Müzede etnografik eserler sergilenmektedir. Müze, pazartesi günü dışında her gün açık olup, ücretsiz olarak hizmet vermektedir.

Şekil 128: Hacı Bektaş Atatürk Evi Müzesi,

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019

Mazı Yer altı Şehri

Antik adı "Mataza" olan Mazı köyü, Ürgüp'ün 18 km. güneyinde, Kaymaklı yeraltı şehrinin ise 10 km. doğusundadır. Değişik yerlerde 4 girişi tespit edilebilmiştir; asıl girişi düzensiz taşlarla örülmüş koridor sağlamaktadır. Kısa koridordaki iri sürgü taşı, yeraltı şehrinin giriş çıkışını kontrol altına almaktadır. İç kısımdaki küçük oda, sürgü taşının rahat bir şekilde hareket etmesi için yapılmıştır. Yeraltı yerleşiminin geniş alanlarına yayılan ahırlar, diğerlerinden farksızdır. Ahırlardan kısa bir koridor vasıtasıyla yeraltı şehrinin kilisesine ulaşılmaktadır. Bu mekânın girişi sürgü taşı ile kapatılabilmektedir. Kilise apsisi, köşeye oyulmuştur ve cephesi kabartmalarla süslüdür.

Şekil 129: Mazı Yeraltı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri

Kayalara oyulmuş şehir, Kapadokya bölgesinin jeolojik oluşumu sayesinde inşa edilmiş sekiz katlı Derinkuyu Yeraltı Şehri, büyük bir topluluğu içinde barındıracak ve ihtiyaçlarını karşılayacak mekânlardan oluşuyor. Bölgede bulunan bir diğer örnek olan Kaymaklı Yeraltı Şehri'nden farklı olarak Derinkuyu'da bir misyonerler okulu, günah çıkartma yeri, vaftiz havuzu ve ilgi çekici bir kuyu da bulunuyor. Derinkuyu'nun ilk yerlileri Asur kolonilerine kadar uzanıyor. II. yüzyılda Roma İmparatorluğu'nun zulmünden kaçan ilk Hıristiyanlar Antakya ve Kayseri üzerinden Kapadokya'ya gelerek buraya yerleşmişler. Bölgedeki yeraltı şehirlerini kuran ilk Hıristiyanlar, girişleri kolayca fark edilemeyecek şekilde yapılmış bu şehirlerde saklanarak Romalı askerlerin zulmünden kurtulabilmişler. Yeraltı şehirlerinde uzun süre dışarı çıkmadan yaşamak zorunda kalabilecekleri için erzak depoları, havalandırma bacaları, şarap imalathaneleri, kiliseler, manastırlar, su kuyuları, tuvaletler ve toplantı odaları yaparak alanlarını genişletmişler. Birbirine bağlı odalardan oluşan bu şehirlerde bazı odalar ancak bir insanın geçebileceği kadar dar tünellerle birbirine bağlanıyor. Tünellerin giriş çıkışlarında güvenlik nedeniyle tüneli kapatmak için kullanılan büyük taş silindirler var.

Şekil 130: Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri
Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Göreme Örenyeri

Göreme Açıkhava Müzesi, M.S. IV. yüzyıldan XIII. yüzyıla kadar yoğun bir şekilde manastır hayatına ev sahipliği eden bir kaya yerleşim yeri. Bir vadi oluşturan alanda, kaya blokların içinde kiliseler, şapeller, yemekhaneler ve oturma mekânları oyulmuş. Göreme Vadisi, manastır eğitim sisteminin başlatıldığı yer olarak kabul ediliyor, aynı eğitim sistemi daha geç tarihlerde Soğanlı, Ihlara, Açıksaray'da da görülmüş. Kiliselerde Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde kullanılan geometrik süslemeler ortaya çıkarılan ilk boya katmanlarında görülebilirken, daha sonraki tarihlerde yapılan freskler İncil ve Hz. İsa'nın hayatından sahneleri betimliyor. Göreme Açık Hava Müzesi'nde Kızlar ve Erkekler Manastırı, Aziz Basileus Kilisesi, Elmalı Kilise, Aziz Barbara Kilisesi, Yılanlı Kilise, Karanlık Kilise, Çarıklı Kilise ve Tokalı Kilise gezilebiliyor. Göreme Açıkhava Müzesi 6 Aralık 1985 tarihinden bu yana doğal ve kültürel varlık olarak UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'nde yer alıyor.

Şekil 131: Nevşehir Göreme Ören Yeri
Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Karanlık Kilise (Göreme)

Kuzeydeki kavisli bir merdivenden kilisenin dikdörtgen, beşik tonozlu narteksine çıkılır. Narteksin güneyinde bir mezar bulunmaktadır. Kilise haç planlı, haç kolları çapraz tonozlu, merkezi kubbeli, dört sütunlu, üç apsislidir.

Şekil 132: Nevşehir Karanlık Kilise

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Kaymaklı Yeraltı Şehri

Kaymaklı'nın tarihi M.Ö. 3000 yılına kadar gidiyor. Hititler Dönemi'nde yapılmış bu şehir sekiz katlı. Roma ve Bizans dönemlerinde diğer alanların da oyulmasıyla genişletilerek yeraltı şehrine dönüştürülen Kaymaklı, tüf kayalara oyulmuş. Bir topluluğun geçici olarak yaşayabilmesi için gerekli barınma şartlarına uygun olan alanda, dar koridorlarla birbirlerine bağlanan oda ve salonlar, şarap depoları, su mahzenleri, mutfak ve erzak depoları, havalandırma bacaları, su kuyuları, kilise ve dışarıdan gelebilecek herhangi bir tehlikeyi önlemek için kapıyı içten kapatan büyük sürgü taşları yer alıyor. Günümüzde Kaymaklı Yeraltı Şehri, ziyaretçilerini dört katı ışıklandırılmış olarak ağırlıyor.

Şekil 133: Kaymaklı Yeraltı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Müzesi

Nevşehir'de müze kurulması 1967'de gerçekleşmiştir. Müzenin kurulması ile yıllar önce ihmal edilen ören yerlerinin çevre düzeni, kiliselerin restorasyon ve konservasyonu ile yer altı şehirlerinin temizlenmesi ve ışıklandırılması gündeme gelmiştir. Müze kurulma fikri, zamanın Merkez Kütüphane Müdürü Hamit Özalp tarafından ortaya atılmıştır. Özalp, 1963-1964 yıllarında çevreden topladığı tarihi eserleri kütüphanenin bir odasında muhafaza etmiştir. Özalp'ın çalışmaları sonuçsuz kalmamış, 1966 yılında Nevşehir' de bir müze açılması, Eski Eserler ve Müze Genel Müdürlüğü'nce kararlaştırılmıştır. Damat İbrahim Paşa Külliyesi'nin bir parçası olan Aşevi ve Sübyan Mektebi, müze olarak kullanılmak üzere restore edilmiştir. 1966 yılının sonlarında teşhir ve tanzim işleri bitirilerek 1967 yılında Damat İbrahim Paşa Arkeoloji ve Etnografya Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. 1987 yılında ise şimdiki Kültür Sitesi bünyesinde bulunan yerine taşınmıştır. Müzede arkeolojik ve etnografik olmak üzere iki teşhir salonu mevcuttur. Nevşehir Müzesi'nde 1997 yılı eser sayımına göre 2854 arkeolojik, 3210 adet etnografik, 6914 adet sikke, 2 tablet, 93 mühür ve mühür baskısı, 87 adet el yazması kitap olmak üzere toplam 13160 eser mevcuttur. Nevşehir İl sınırları içerisinde 2 adet askerî yapı, 69 adet dinsel ve kültürel yapı ve 287 adet sivil mimari olmak üzere toplam 358 adet tescilli yapı bulunmakta, ayrıca 33'ü arkeolojik, 3'ü kentsel, 4'ü tarihi, 8'i doğal olmak üzere toplam 48 sit alanı mevcuttur.

Şekil 134: Nevşehir Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Özkonak Yeraltı Şehri

Avanos'a 14 km. uzaklıktaki Özkonak Kasabası'nda bulanan yer altı şehri, İdiş Dağı'nın kuzey yamaçlarında volkanik, granit bünyeli tüf tabakalarının oldukça kalın olduğu bir yerde

yapılmıştır. Yer altı şehri henüz tam olarak temizlenmemiş olup temizlendiği kadarıyla geniş alanlara yayılan galeriler birbirlerine tünellerle bağlanmıştır.

Şekil 135: Nevşehir Özkonak Yer altı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Nevşehir Zelve-Paşabağlar Örenyeri

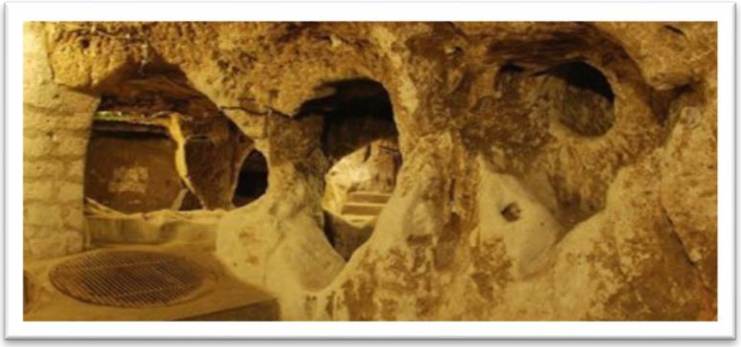
Üç vadiden oluşan Zelve örenyeri, Kapadokya bölgesinde peribacalarının en yoğun olduğu yer. Doğanın yarattığı güzelliklerden biri olan bu alan IX. ve XIII. yüzyıllarda Hıristiyanların önemli yerleşim ve dini merkezlerinden birisi oldu, papazlara verilen ilk dini seminerler bu yörede gerçekleşti. Vadideki en önemli kiliseler olan Balıklı, Üzümlü ve Geyikli kiliseleri İkonoklastik dönem (728-842) öncesine tarihleniyorlar. Burada ayrıca Aziz Simeon adına yapılmış şapel ve birçok kaya mekânı bulunuyor. 1952 yılına kadar iskân edilmiş vadide manastırlar, kiliseler, yerleşim yerlerinin yanı sıra tünel, değirmen, cam gibi yapılar görülebilir.

Şekil 136: Zelve-Paşabağlar Ören Yeri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Tatlarin Yeraltı Şehri

Nevşehir İli, Acıgöl İlçesi'ne 10 km. uzaklıktadır Tatlarin Kasabası'nın "Kale" olarak adlandırıldığı tepesinin yamacında yer alır. İki nefli, iki apsisli, beşik tonozlu olan kilisenin narteksi yıkılmıştır. Oldukça iyi korunmuş olan fresklerdeki sahneler bantlarla birbirinden ayrılmıştır. Zeminde koyu gri, tasvirlerde ise mor, hardal ve kırmızı renkler kullanılmıştır. 1991 yılında ziyarete açılan yeraltı şehri ise, mekânlarının büyüklüğü, erzak depolarının sayısının ve kiliselerin çokluğu nedeniyle askeri garnizon ya da manastır kompleksini akla getirir. Yeraltı şehri oldukça geniş alanlara yayılmış, ancak küçük bir kısmı temizlenebilmiştir. Halen iki katı gezilebilen yeraltı şehrinin en önemli özelliği diğer yeraltı şehirlerinde pek bulunamayan tuvalete sahip olmasıdır.



Şekil 137: Tatlarin Yeraltı Şehri

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Ürgüp Müzesi

Müzenin kurulması için ilk çalışmalara 1965 yılından itibaren Tahsinağa Kütüphanesi'nin bulunduğu yapıda müzelik eserlerin depolanmasıyla başlanmıştır. Bugünkü müze binasının inşaatına 1968'de başlanmış ve 1971 yılında bitirilerek ziyarete açılmıştır. Müze binası giriş ve bodrum kattan oluşmakta olup, giriş katta teşhir salonları bulunmaktadır. Teşhir salonlarında prehistorik dönemlerden Osmanlı dönemine kadar arkeolojik ve etnografik eserler sergilenmektedir.

Şekil 138: Ürgüp Müzesi

Kaynak: www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 18.01.2019.

Tablo 67: Nevşehir'e Gelen Turist Sayıları

2009	**1.277.700**
2010	1.872.777
2011	1.291.415
2012	1.198.667
2013	1.322.556
2014	1.657.389
2015	1.444.723
2016	955.066
2017	1.392.733

Kaynak: http://yigm.kulturturizm.gov.tr. *Erişim Tarihi:06.03.2019.*

Yukarıdaki tabloya göre Nevşehir iline gelen turist sayısı yıllar içerisinde istikrarsız bir gelişim göstermiştir.

Tablo 68: Nevşehir'de Bulunan Konaklama Tesis ve Yatırımları İstatistiği

NEVŞEHİR'DE BULUNAN KONAKLAMA TESİS VE YATIRIMLARI İSTATİSTİĞİ						
YIL	**BAKANLIKTAN TURİZM İŞLETMESİ VE KISMİ TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**BAKANLIKTAN TURİZM YATIRIMI BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**		**YEREL YÖNETİMLERDEN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ**	
	TESİS SAYISI	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYISI**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**	**TESİS SAYISI**	**TESİS KAPASİTESİ (Yatak)**
2018	98	11.025	14	1.785	355	14.189
2017	92	9.684	15	3.293	349	16.301
2016	89	8.796	19	4.225	346	14.418

Kaynak: http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 26.01.2019

Tablo 69: Ürgüp Konaklama Tesisleri Sayısı, Oda Sayısı, Yatak Sayısı (2016 itibariyle)

Konaklama Tesisi	Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
İşletme Belgeli	48	1713	3478
Yatırım Belgeli	22	516	1051
Belediye Belgeli	180	1494	3249
TOPLAM	**250**	**2723**	**7787**

Kaynak: http://www.urgup.gov.tr Erişim Tarihi: 26.01.2019.

Yukarıda yer alan iki tabloda ise Nevşehir ve Ürgüp'e ait tesis, oda ve yatak sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 70: Nevşehir 2016 Yılı Tahmini Turizm Gelirleri

İl	2016 Yılı Toplam Tesise Geliş Sayılarının Türkiye Toplamı Tesise Geliş Sayılarındaki Payı (%)	Tahmini Turizm Gelirleri (ABD Doları) *	İlin Nüfusu (2016)	İl Nufusu Essa Alındığında Kişi Başına Düşen Tahmini Turizm Geliri
Nevşehir	1,109	224.958.892	290.895	773

Kaynak: TÜİK Verileri, Erişim Tarihi: 26.01.2019.

Balon Turizminden Elde Edilen Gelirler

Balon turizmi, son yıllarda Nevşehir turizminin en önemli etkinliklerinden birisi olmuştur. İl turizminin en önemli gelir kaynağı olarak belirmektedir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü verilerine göre 2017 yılında 20.184 adet balon uçuşu yapılmış olup ortalama 330.000 yolcu katılım sağlamıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nce uçuşlara kota konulmuş ve günde 150 adet uçuşla sınırlandırılmıştır.

Nevşehir ili turizm gelirleri içerisinde, balon turizmi önemli bir yer kapsamaktadır. Saha çalışmalarından ve Ahiler Kalkınma Ajansı'nın yayınladığı "Kapadokya'da Turizm Yatırımı Olanakları" rapordan edinilen bilgiler ışığında, balon uçuşları bir kişi için ortalama fiyatı 170 Euro'dur. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün yayınladığı uçuş sayıları ve ortalama fiyata göre, Balon turizminden 2017 yılında yaklaşık olarak 56.100.000 Euro gelir elde edilmiştir. Bu değer günümüz dolar Euro paritesine göre Nevşehir ilinin tesise geliş sayılarına göre yapılan tahmini turizm gelirlerinin yaklaşık %29'unu oluşturmaktadır (Kop Entegre Turizm Master Planı).

Ürün ve Hizmetin Tanımlanması: Mini Kapadokya

Kapadokya Bölgesi'ndeki turizm talebinde oluşan yığılmayı azaltmak veya önlemek, aynı zamanda turistin bölgede daha çok yer görmesi ve bu sebeple kalış süresini de uzatmak amacıyla Manastır Vadisi Düzenleme Projesi hayata geçirilerek, Manastır Vadisi üzerinde Mini Kapadokya tasarlanmasına karar verilmiştir.

Düzenlemeye konu olan Manastır Vadisi, Mustafapaşa kasaba merkezinin yaklaşık 500 metre güneyinde yer almaktadır. Kuzey-Doğu yönünde konumlanan vadinin, sadece kuzey yönünden girişi bulunmaktadır. Vadi, batıda Oylu, doğuda ise Avra dağları ile çevrelenmektedir. Kuzey- güney yönünde yaklaşık 450 metre, doğu batı yönünde ise 200 metrelik bir uzunluğa sahip olan vadi yaklaşık 10 hektarlık alanı kapsamaktadır.

Şekil 139: Vadinin kuzeybatı ucundan görünümü

Şekil 140: Vadinin orta noktasından kuzey-güney doğrultusunda görünümü

Alanın içinde yer alan kültür ve doğal varlıkların önemi dikkate alınarak, ziyaretçilerin alanı iyi bir şekilde tanıması ve ihtiyaçlarının karşılanması doğrultusunda hazırlanmıştır.

Vadinin izin verdiği doğal yollar korunmuş ve gezi parkuru optimum bir rota oluşturacak şekilde oluşturulmuştur.

Alanda mevcut bulunan, 1 manastır, 4 kilise, Yeraltı şehri, Kaya Mezarlıkları, İpek Böceği Atölyesi ve Kaya Oluşumlarının düzenlenen 3-4 km uzunluğunda gezi parkuru ile konukların optimum biçimde ziyaret etmeleri sağlanmıştır

Alanını gezecek ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla vadinin kuzey başlangıç noktasındaki 3727 no.lu parselde, restoran, tuvalet, bilgi ve satış ofisleri işlevlerini içeren yeni bir yapı planlanmıştır.

Alan içinde var olan bağlık tarım arazilerinin kullanılması ve bu alanlardan elde edilecek ürünlerin değerlendirileceği bir bağ evi 3841 no.lu parsel üzerinde planlanmıştır. Böylelikle Hıristiyanlar için kutsal ve önemli olan birçok kilisenin bulunduğu bu bölgede, şarap üretiminin, düzenleme alanına anlam katacağı düşünülmüştür.

Gezi parkurunun yaya olarak kat edilmesi planlanmıştır. Düzenleme alanının giriş noktası önünde planlanan otopark alanıyla, ziyaretçilerin otomobil veya otobüs gibi araçlarla alana girmesi kısıtlanmıştır. Ancak bu noktadan sonra, elektrik ile çalışan vasıtalarla, ihtiyacı olan ziyaretçilere hizmet verilmesi planlanmıştır.

Alanda tasarlanan seyir terasları ile ziyaretçilerin alandaki doğal ve tarihi değerleri rahat algılanması sağlanmıştır. Alandaki iki ayrı noktada planlanan toplanma-bilgi alma -dinlenme platformuyla ziyaretçilerin rehberlerinden daha uygun ortamda bilgi alması sağlanmıştır.

Düzenleme Alanın orta noktasındaki boş alanda, doğal eğim kullanılarak tasarlanan mini oditoryumla, alan da konser-tiyatro vb. gibi kültür-sanat faaliyetlerinin yapılmasına olanak tanınmıştır.

Alan içinde bulunan elektrik hatlarının yer altına alınması önerilmektedir. Ayrıca alanın bütününde yapılacak aydınlatma projesi ile, arazinin akşam şartlarında da başka açıdan görülmesi ve ziyaret edilmesi kuvvetle önerilmektedir.

Aziz Nikolaos Manastırı

Bu yapılardan en önemlisi Aziz Nikolaos Manastırıdır. Üzüm bağları ve bahçeler içinde yer alan Aziz Nikolas Manastırı, Azize Barbara, Mukaddes Yahya (Aziz Stefanos), Vaftizici Yahya (Sinassos) kiliselelerinin arasında yer alır. Aziz Nikolaos Manastırı kasabasının dini ayin ve hac merkezlerinden olan Aziz Nikolaos Manastırı, Sinasos halkının sosyal hayatında önemli bir yere sahipti. Restorasyon çalışmaları halen devam etmektedir.

Sinassos Kilisesi (Vaftizci Yahya)

Aziz Nikolas Kilisesinin 120 metre güneyinde yer alan kayalara oyulmuş bu kilisenin 19.yy`da yeniden resimlendiği sanılır. Yapı tahribatlara açık ve kötü durumdadır. Kilisenin tek yapı ölçeğinde projelendirilerek, acil olarak restore edilmesi gerekmektedir.

Ioannes Theologos Kilisesi

Aziz Nikolas Kilisesinin 40 metre güneydoğusunda yer alan kilise, Kapadokya bölgesinde, Osmanlı döneminde inşa edilen kiliselerde çok az örneğini gördüğümüz serbest haç planlıdır. Günümüzde terkedilmiş yapı bakımsız ve korumasızdır. Kilisenin tek yapı ölçeğinde projelendirilerek, acil olarak restore edilmesi gerekmektedir.

Aziz Varvara Kilisesi

Düzenleme alanının güney ucu noktasında bulunan kilisenin, proje kapsamında tescili önerilmektedir. Koruma İmar Planında ‘Çok işlevli dini ve kültürel özel planlama alanı (Ö-3)’ olarak tanımlanmış alanın dışında kalan bu yapının da alana dahil edilmesi önerilmektedir. Terkedilmiş yapı bakımsız ve korumasızdır. Kilisenin tek yapı ölçeğinde projelendirilerek, acil olarak restore edilmesi gerekmektedir.

İpek Böceği Üretim Çitliği

Alan içinde yer alan İpek Böceği Üretim Çiftliği ne ait temel kalıntıları günümüze kadar ulaşmıştır. Proje kapsamında bu binanın bulunduğu alanda arkeolojik kazı yapılarak, yapının mevcut fotoğraflarından da yararlanılarak tekrar inşası (Rekonstrüksiyon) önerilmiştir. Sinasos ticari hayatının önemli bir parçası olan bu yapının tekrar ayağa kaldırılması ve ziyarete açılması proje kapsamında önerilmiştir.

Aziz Stefanos Kilisesi

Düzenleme alanının girişinde yer alan terkedilmiş yapı bakımsız ve korumasızdır. Kilisenin tek yapı ölçeğinde projelendirilerek, acil olarak restore edilmesi gerekmektedir.

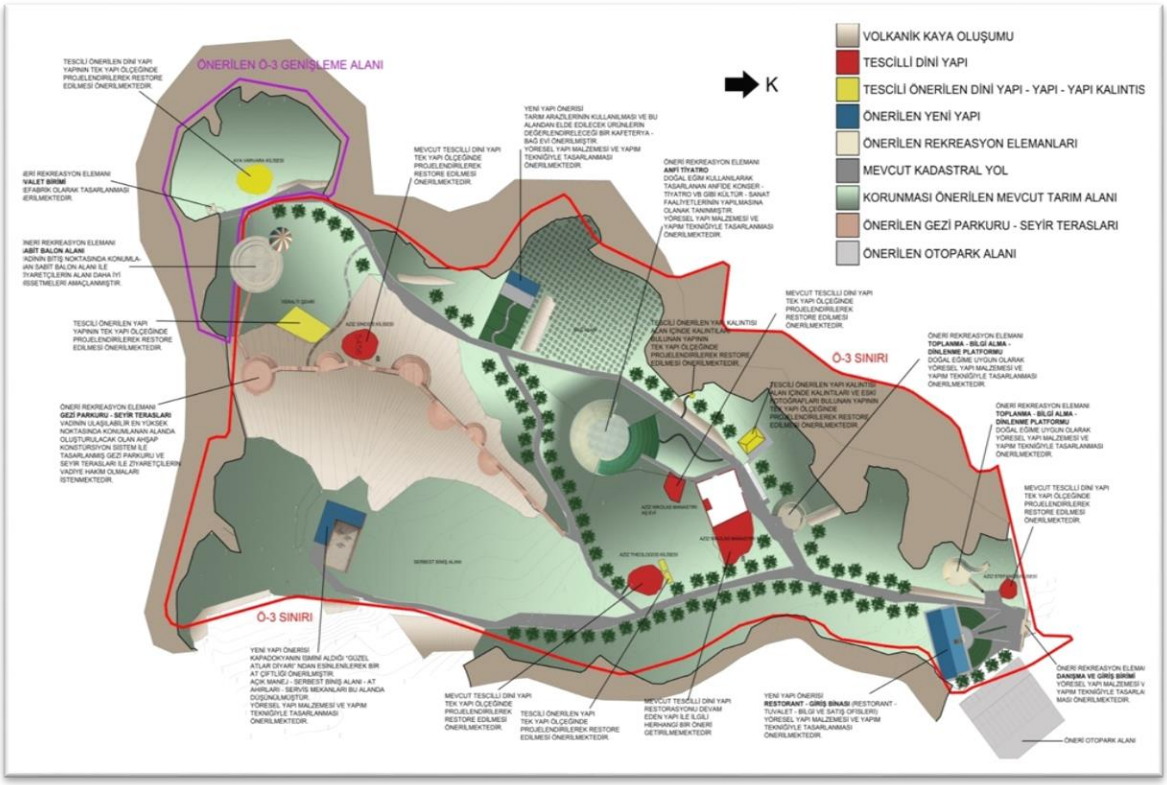
Yer altı Şehri

Sinassos Kilisesinin Bulunduğu Kayalık alanda var olan Yer altı şehrinin, proje kapsamında tescili önerilmektedir. Alanda planlanan seyir terasları ve yürüme yollarıyla bu mekanlara rahat bir biçimde ulaşılmasına olanak sağlanmıştır.

Ayazma

Düzenleme alanında bulunan Ayazmalar tekrar düzenlenerek, odak noktaları güçlendirilmiştir.

Bölgede bahsedilen özelliklerde olan yapıların restore edilerek Vadinin düzenlenmesi ve Şekil 3'te gösterilen planda olduğu gibi yeni yatırımlar yapılması kararlaştırılmıştır.

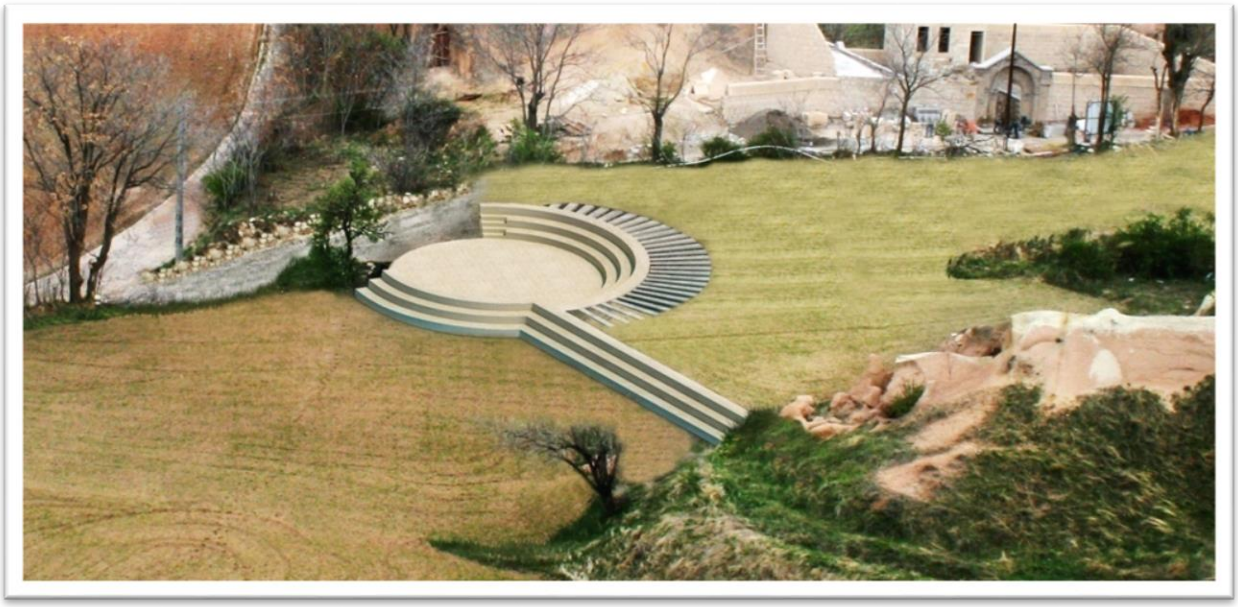


Şekil 141: Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Planı

Şekil 142: Amfi Tiyatro

Şekil 143: Ana Bina

Şekil 144: İpek Böceği Atölyesi



Şekil 145: Toplanma Alanı

Şekil 146: Seyir Terası

İpek Böceği Yetiştiriciliği

Besleme yönünden önemli olan dönem larva (tırtıl) dönemidir. Bu devre uygun şartlarda 26- 27 gün sürer. İpekböcekleri bu devrede dört kez deri değiştirerek beslenir ve büyürler. Deri değiştirme safhası (uyku) yaşa göre 24 ila 48 saat kadar sürer. Bu safhada ipekböcekleri yaprak yemez ve hareketsiz kalırlar. İpekböceğinin uyku safhaları arasında kalan yem yediği sürelere yaş denir. İpekböceklerini yeknesak beslemek yani hepsine aynı zamanda koza ördürebilmek için uyku ve yaşları iyi takip etmek gerekir. Aksi halde askıya çıkma dediğimiz koza örme devresi çok uzun bir zaman alır, buna bağlı olarak da hasat güçleşir (Kozabirlik,2018).

Tablo 71: Polihibrit ve Yaş Koza Toplam Alım Fiyatları (TL/KG)

		2013	2014	2015	2016	2017
Polihibrit	I	24,50	35,00	35,00	45,00	55,00
	II	24,00	34,00	34,00	44,00	54,00
	III	22,50	33,00	33,00	43,00	53,00
	Çipez	20,20	30,20	30,20	40,20	50,20
Damızlık	**I Sınıf (0-3 Fondü)**	42,00	55,00	55,00	65,00	85,00
	II Sınıf (4-7 Fondü)	36,50	49,00	49,00	59,00	79,00
	III Sınıf (8-10 Fondü)	31,00	44,00	44,00	54,00	74,00
	IV Sınıf (11-15 Fondü)	25,50	38,00	38,00	48,00	68,00
	V Sınıf (16 Fondü ve Yukarı)	20,20	30,20	30,20	40,20	50,20

Kaynak: Kozabirlik, Erişim Tarihi: 27.01.2019.

6.4. Girdi Fiyatları ve Girdi Koşulları

Girdi fiyatları ve girdi koşulları 3.6 da verilmiştir.

6.5. Satış Fiyatları ve Satış Koşulları

Tablo Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı												
	Birim (Ton, Kg, Lt, vb.)	**Mevcut Durum**	**1.Yıl**	**2.Yıl**	**3.Yıl**	**4.Yıl**	**5.Yıl**	**6.Yıl**	**7.Yıl**	**8.Yıl**	**9.Yıl**	**10.Yıl**
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
C1-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Otopark Kullanımı - Otomobil												
C2-Birim Satış Fiyatı	adet	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Otopark Kullanımı - Otobüs												
C3-Birim Satış Fiyatı	adet	20,00	20,00	20,00	20,00	24,00	24,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek												
C4-Birim Satış Fiyatı	adet	30,00	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	50,00	50,00	50,00	60,00
Yöresel Ürün-Çömlek												
C5-Birim Satış Fiyatı	adet	25,00	25,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	35,00	35,00	35,00	40,00
Yöresel Ürün-Pomza Taşı												

C6-Birim Satış Fiyatı	adet	13,00	13,00	13,00	13,00	15,00	15,00	15,00	17,00	17,00	17,00	20,00
Yöresel Ürün-Şarap												
C7-Birim Satış Fiyatı	adet	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği												
C8-Birim Satış Fiyatı	kg	12,00	12,00	12,00	12,00	15,00	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	25,00
Yöresel Ürün-Patates												
C9-Birim Satış Fiyatı	kg	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00
Yöresel Ürün-Üzüm												
C10-Birim Satış Fiyatı	kg	10,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	20,00
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri												
C11-Birim Satış Fiyatı	kg	20,00	20,00	20,00	20,00	22,00	22,00	22,00	25,00	25,00	25,00	30,00
Amfi Tiyatro-Festival-Konser												
C12-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Amfi Tiyatro-Tiyatro-Gösteri-Pandomim												
C13-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Amfi Tiyatro-Mapping												
C14-Birim Satış Fiyatı	Kişi	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	20,00	20,00	20,00	25,00
At Çiftliği - At biniş hafta içi												
C15-Birim Satış Fiyatı	Kişi	75,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	125,00	125,00	125,00	150,00
At Çiftliği - At biniş hafta sonu												
C16-Birim Satış Fiyatı	Kişi	125,00	125,00	125,00	125,00	150,00	150,00	150,00	175,00	175,00	175,00	200,00
Balon Binişi												
C17-Birim Satış Fiyatı	Kişi	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Restoran-Yemek&İçecek												
C18-Birim Satış Fiyatı	Kişi	55,00	55,00	55,00	55,00	75,00	75,00	75,00	85,00	85,00	85,00	100,00
Halı Satışı												
C19-Birim Satış Fiyatı	adet	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
C20-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00

Yukarıdaki tabloda satış fiyatları verilmiştir. Mini Kapadokya giriş bileti, otobüs ve otomobil için otopark kullanımı, örgü/bez bebek, çömlek, pomza taşı, şarap, kabak çekirdeği, patates, üzüm, sera ürünleri gibi yöresel ürün satışı, festival konser, tiyatro, gösteri, pandomim, mapping için amfi tiyatro kullanımı, at çiftliği kullanımı, balon binişi, restoran ürün satışı, halı üretimi, fotoğrafçılık için satış fiyatı değerlendirilmiştir. Satış koşulu peşin ve kredi kartıyla yapılabilecektir.

7. MAL ve/veya HİZMETLERİN SATIŞ-ÜRETİM PROGRAMI

7.1. Satış Programı

Satış, satıcı ile müşteri arasında gerçekleşen mal veya hizmetin satıcı tarafından müşteriye verilmesi ve bunun karşılığında bir bedel alması sürecidir. Tanımlamasında göründüğü üzere satış kolay bir süreçtir. Fakat devamlı olarak bir satış takvimi oluşturmak o kadar da kolay bir süreç değildir. Özellikle değişen dünya ve getirdikleri ile birlikte müşteri kavramı oldukça değişmiştir. Satış sadece mal ve hizmetin bedel karşılığında alınıp satılmasından çıkıp, müşteri ihtiyaç ve isteklerine göre yapılabilecek bir sürece evrildi. Bu sebeple satış sürecinin önemi ve zorluğu artmıştır.

Satış süreci özellikle işletmeler için hayati önem taşımaktadır. Satış sürecini belirli bir düzen içerisinde yürütemeyen işletmeler başarılı olamazlar. Sürecin doğru bir şekilde yönetilmesi gerekir. Başarılı bir satış süreci gerçekleştirmek için dikkat edilmesi gereken bazı önemli noktalar vardır.

- Öncelikle işletme potansiyel müşterilerini iyi tanımlaması gerekir. Müşterinin ihtiyaç ve istekleri net olarak bilinmelidir ki satış süreci ona göre yapılandırılabilsin. Satış sürecinin temeline eğer müşteri konulursa sürecin başarılı olması kaçınılmazdır. Projemizde yapılacak olan müşteri odaklı birçok işletme olacaktır. Bunlar; sıcak hava balonu, at çiftliği, restoran, hediyelik eşya dükkanları, halı dükkânı ve yöresel ürünlerin satılacağı dükkân. Gelen müşterilerin ne istediklerini önceden düşünüp onlar geldiğinde ise satışa hazır hale getirmeliyiz ki müşterinin aklında yer edinmeliyiz. Müşterinin tekrar geleceği ve başkalarına da tavsiye edeceği yer haline gelmeliyiz. Müşteriler için "biricik" işletme olmalıyız. Örnek verecek olursak visual merchandising (görsel mağazacılık) müşteri dükkâna gelmeden önce onun adına düşünüp üründen dükkanın atmosferi, kokusu, ürünlerin dizaynına kadar düşünülüp yerleştirilmesi gerekir. Amaç dikkat çekmek ve müşterinin ürünü satın alması için müşteriyi harekete geçirmektir. Buradan yola çıkarsak yöresel ürünlerin ve hediyelik eşyaların satılacağı dükkanların bu konu da çok hassas davranıp ilk önce ürünleri görünür şekilde raflara koyulması gerekir. Fiyatlarının belirtilmesi önemlidir ve satış personelinin ürün hakkında doğru ve fazla bilgiye sahip olması gerekir. Eğer ürünleri doğru şekilde dizayn edersek müşteriyi de dükkân içinde iyi yönlendirmiş oluruz. Bu şekilde müşteri ürünü satın almayacaksa dahi satın aldırabiliriz. İyi organize edilmiş bir işletme müşterinin aklında yer edinir ve imajını güçlendirir. Müşterilerin tekrar gelmesini sağlar bu sayede de gelir elde etmiş oluruz.
- Diğer bir nokta ise işletme çalışanlarıdır. Ürettiğiniz ürün veya hizmet üst düzey kalitede olsa dahi çalışanların yapabileceği hatalar hayati problemlere yol açabilir. Bu sebeple çalışanlar arasında iletişimin akıcı ve sürekli olması gerekir. Müşteri ile iletişim kuracak olan çalışan müşterinin bilgilerini görüntüleyebiliyor olmalıdır. Ancak bu hayati bilgiler ışığında doğru bir iletişim gerçekleştirilebilir ve bu son kertede satış sürecini olumlu etkileyecektir.

Pazarlama karmasının da yapı taşlarından biri olan tutundurma (iletişim) oldukça önem arz etmektedir. İşletme kendi çalışan personeliyle ve müşteriyle olan ilişkilerini en üst düzeyde tutmalıdır.

- Müşterinin doğru ve iyi bir tanımlamasına ulaşmak adına müşteri veri tabanları oluşturulmalıdır. Müşteri ile ilgili bir araya getirilebilecek ne kadar çok bilgi olursa satış süreci o kadar doğru şekilde ilerler. Daha önceden gelen müşterilerin bilgilerini kaydedip neyi sevip neyi sevmediklerini öğrenirsek tekrar geldikleri zaman onlar dile getirmeden işletme müşterinin isteklerini önüne sunmalı ki müşteri memnun kalsın. Önemsendiğini hisseden müşteri devamlı gelecektir ve başkalarına tavsiye ederek daha çok müşteri çekme imkânı sağlanacaktır.

Tablo 72:Mini Kapadokya Ürünleri Satış Programı

Mini Kapadokya Giriş Bileti	**Kişi**	**5,00**
Otopark Kullanımı - Otomobil	adet	5,00
Otopark Kullanımı - Otobüs	adet	20,00
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek	adet	30,00
Yöresel Ürün-Çömlek	adet	25,00
Yöresel Ürün-Pomza Taşı	adet	13,00
Yöresel Ürün-Şarap	adet	50,00
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği	kg	12,00
Yöresel Ürün-Patates	kg	5,00
Yöresel Ürün-Üzüm	kg	10,00
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri	kg	20,00
Amfi Tiyatro- Festival-Konser	Kişi	5,00
Amfi Tiyatro- Tiyatro-Gösteri-Pandomim	Kişi	5,00
Amfi Tiyatro- Mapping	Kişi	10,00
At Çiftliği - At biniş haftaiçi	Kişi	75,00
At Çiftliği - At biniş Haftasonu	Kişi	125,00
Balon Binişi	Kişi	50,00
Restoran- Yemek&İçecek	Kişi	55,00
Halı Satışı	adet	5.000,00
Seyir Terası Fotoğrafçılık	Kişi	5,00

Tüm bu önemli noktalar başarılı bir satış gerçekleşmesi için yapılan satış tekniklerdir. Bu önemli noktaları bir araya getirdikten sonra başarılı bir satış sürecine ulaşmak kaçınılmaz olacaktır. Projemizden örnek verecek olursak, sıcak hava balonu işletmesi için öncelikle çalışan personelin bilgisi yüksek olmalıdır. Diğer yörelerde gerçekleştirilen balon uçuşu gibi olmayacağı sadece yerden 30 metre yükseğe havalanıp sonra geri ineceğini ve fiyatının 50 TL olduğunu iyi bilmeli ki, balona binmek isteyen kişilere diğer balon uçuşlarından farkını aktarabilmeli. İlk defa balona binecek olan kişilere balonun güvenliğinden bahsedip onları rahatlamalı ki kişilerde güven duygusu olsun ve rahatça binsinler. Havalanınca onları bekleyen görsel şovdan bahsetmeli çalışan personel, fotoğraf çekme imkanlarının ve yöreyi izleyebileceklerini anlatmalıdır. At çiftliği için ise, öncelikle çiftlik hakkında bilgiler verilmeli, çiftlik gezdirilmeli, ekipmanlar gösterilmeli ve at binişi yapmak isteyenler için önce kısa bir tur yaptırılmalıdır. İletişim burada iyi olmalı ki müşteriler memnun kalıp profesyonelce at binişi

yapabilsinler. Ortalama biniş süresinin yarım saat ve fiyatının hafta içi 75 TL, hafta sonu 125 TL'dir. Doğru iletişim olunca müşteriler tereddüt etmeden atlara binmeyi isterler. İpek halı dükkanına gelenler içinde aynı şeyler söz konusudur. Öncelikle dükkâna gelen müşterilere yöredeki ipek böcekçiliğinden ipek halı yapımına kadar kısaca bahsedilmeli. Halının kalitesinden bahsedilmeli, müşterilerin fikirleri alınmalı bu sayede satış için uygun zemin hazırlamış oluruz.

7.2. Üretim Programı

Üretim kelimesi, Latincede el anlamına gelen "Manus" ve yapmak anlamına gelen "factus" kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Üretim kelimesinin tarihsel süreci oldukça eskiye dayanır. Üretim geçmişinin tarihsel boyutunun derinliği bizleri oldukça geçmişe götürmektedir. Örneğin; döküm, dövme ve öğütme gibi bazı proseslerin geçmişi 6000 yıl kadar geriye dayanmaktadır. Dolayısıyla üretim tarihindeki yolculuk ekonomik gelişmişliği de doğru orantılı olarak ileriye götürmüştür. Bir ülkenin ekonomik açıdan kalkınması ve insanların refah içerisinde yasaması, üretim faaliyetleri sonucu sağlanacak gelirin artırılması ile mümkün olabilmektedir. Üretim, gelir azlığı ve kaynak kıtlığının yaşandığı az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça büyük önem taşımaktadır. Küreselleşmenin hız kazandığı günümüz şartlarında ülkeler üretimlerini artırarak ekonomilerine büyük ölçüde katkı sağlamaktadırlar. Üretim faaliyetleri, gelişmiş ülkelerde modern fabrika ve tesislerde gerçekleştirilirken, az gelişmiş ve gelişmemiş ülkelerde ise ilkel yollarla ve ilkel makinelerle gerçekleştirilmektedir. Ama hangi koşullarda yapılırsa yapılsın üretimin ana amacı ülke ekonomisine katkı sağlamaktır. Ülke ekonomisine üretimle beraber sağlanan katkı refah düzeyini artırmaktadır. Artan refah düzeyiyle birlikte üretimin önemi hat safhada değer kazanmış olup teknolojik buluşlar ve gelişmeler üretim odaklı aşamalar kaydetmiştir.

Belirli girdilerin, birtakım işlemlerden geçirilerek mal ya da hizmet haline dönüştürülmesine üretim denir. Bu tanıma göre üretim faaliyetinin üç önemli unsuru bulunmaktadır. Bunlar; girdi, işlem ve çıktıdır. Üretim işlemleri belirli bir stratejik vizyon kapsamında girdileri çıktılara dönüştürür. Sonuç olarak üretim faaliyeti, öncelikle doğal kaynaklar, malzeme, para, işgücü, enerji ve bilgi gibi birtakım girdilerin ihtiyaçları giderebilecek mal ve hizmetlere dönüştürülmesi faaliyetlerini kapsamaktadır. Üretim sürecine katılan her girdi insanı esas alır ve beşerî ihtiyaçları tatmin etmek üzere üretim faaliyetlerine başlangıç yapar. Sonuç olarak ortaya konan her türlü mal ve hizmet üretimin amacını gerçekleştirmiş olur (Ceviz, 2017:2-3).

Şekil 147: Üretim Faaliyet Süreci

Kaynak: http://kulamyo.cbu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

Üretim; malların, şekil, mekân, zaman ve mülkiyet faydalarının artırılmasıdır. Söz konusu faydalar, şöyle tanımlanabilir(http://kulamyo.cbu.edu.tr):

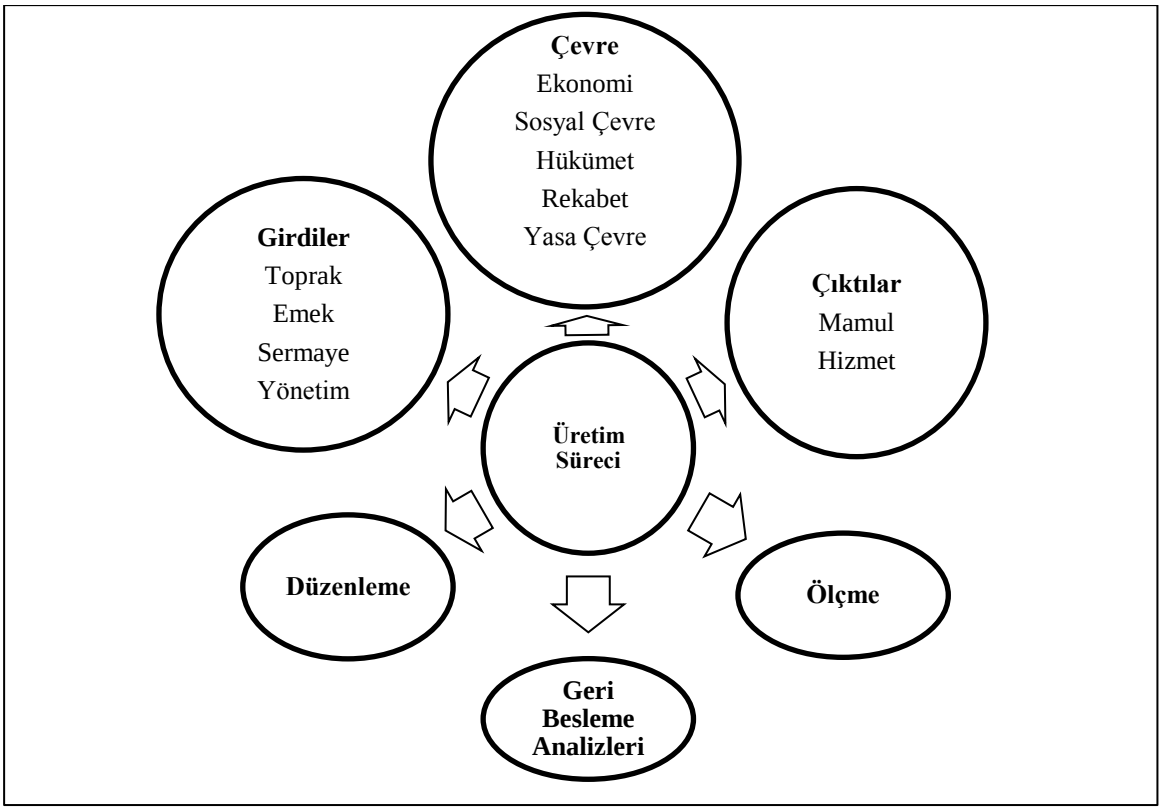
Şekil faydası: Bir malın fiziksel ve kimyasal yapısı üzerinde birtakım değişiklikler yapmak suretiyle insanlara yararlı hale getirmektir.

Mekân faydası: Bir malın daha çok ihtiyaç duyulan mekâna taşınması ve orada bulundurulması; kullanıma sunulmasıdır.

Zaman faydası: Bir malın ona ihtiyaç duyulan zamanda ortaya sürülmesidir.

Mülkiyet faydası: Bir malın, ihtiyacı olana aktarılması ve sahiplenilmesinin sağlanmasıdır.

Genel olarak sistem aralarında ilişkiler bulunan ve belli bir amacı gerçekleştirmek üzere bir araya getirilmiş elemanlardan oluşan bir bütün şeklinde tanımlanır. Her sistem daha büyük bir sistemin parçasıdır. Her sistem alt sistemlerden oluşur ve alt sistemler bir sinerji yaratarak sistemin verimli olmasını sağlar. Büyüklüğü ve cinsi ne olursa olsun her sistem 5 temel elemandan oluşur. Bir üretim sistemindeki girdiler, süreçler (proses), çıktılar, geri besleme ve çevre elemanları şekilde gösterilmiştir.



Şekil 148: İşletme Sisteminin Temel Elemanları

Kaynak: http://kulamyo.cbu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

Üretim süreci, sisteme giren unsurların bir fayda (katma değer) yaratacak şekilde mamule veya hizmete dönüştürülmesidir. Bu dönüştürme çeşitli şekillerde olur. Örneğin, bir hammaddenin fiziksel ve kimyasal yapısını değiştirmek, bir mamulü bir yerden diğerine taşımak, depolamak veya kalite kontrol amacı ile muayene etmek süreci olarak nitelenir. Bir üretim sürecini karakterize eden unsurlardan özellikle dört tanesi önemlidir:

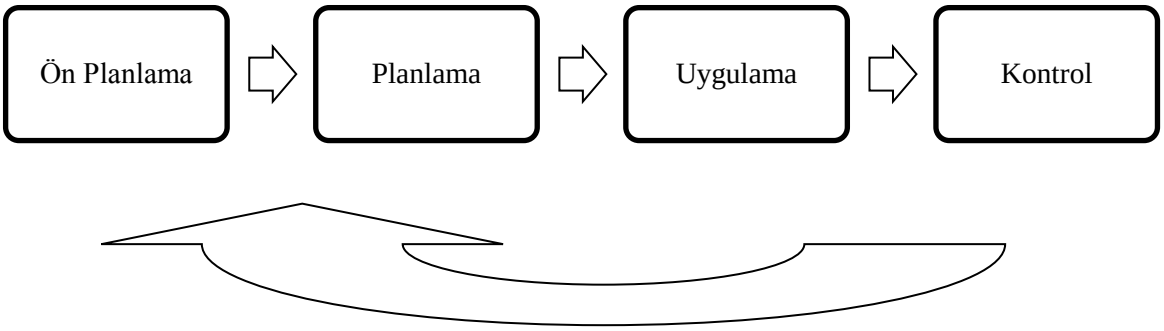
- *Verimlilik (Efficiency):* Genellikle birim girdi başına üretilen çıktı olarak ölçülür. Verimliliğin bu tanımı mühendislikteki teknik verim kavramından farklıdır. İşletmeciler bu tanımı aynı zamanda üretkenlik (prodüktivite) için kullanırlar.
- *Etkinlik (Effectiveness):* Üretim sisteminin amaçlarını gerçekleştirme derecesi olarak tanımlanır ve performans ile eş anlamlı kullanılır. Bir üretim sisteminin verimli fakat az etkin olması mümkündür. Fakat genellikle verimli sistemlerin aynı zamanda etkin olmaları beklenir.
- *Kapasite (Capacity):* Üretim sisteminin gerçekleştirebileceği üretim düzeyini gösterir. Yüzde olarak veya birim zamanda üretilen miktar cinsinden ifade edilir. Değişik kriterlere göre tanımlanan maksimum, gerçek ve etkin kapasite ölçüleri vardır. Bir fabrikaya alınan yeni makineler kapasiteyi arttırabilir. Fakat yatırım ve işletme masrafları yüksek ise işletme verimliliği düşer. Dolayısıyla verimlilik ile kapasite farklı ölçülerdir.
- *Esneklik (Flexibility):* Bir üretim sisteminin ani talep değişimlerine cevap verebilmesi veya yeni mamul üretimine kolay geçebilmesi olarak tanımlanır. Son yıllarda önem kazanan esneklik faktörünün belirli bir ölçüsü yoktur.

Geri besleme analizleri, çıktılar üzerinde ölçme ve gözlemlere dayanır. Analizler amaçlardan sapmalar olduğunu gösterirse düzeltici kararlar alınır. Üretim sisteminin son elemanı olan çevre, kontrol edilemeyen değişkenleri temsil eder. Bu değişkenlerin varlığı bilinir, ancak yöneticiler bunları tayin etmek veya değiştirmek gücüne sahip değildir. Bu nedenle çevre unsurları üretim analizlerinde belirsizlik (risk) olarak hesaba katılır(http://kulamyo.cbu.edu.tr).

Üretim yönetimi, işletmede mevcut olan üretime esas kaynakların, üretim için tespit edilen düzeydeki malı veya hizmeti talep edilen sürede ve nitelikte, asgari maliyetle üretilebilecek biçimde tasarruf edilmesi biçiminde ifade edilebilir. Üretim sürecine giren her girdi en asgari maliyetle insan ihtiyacını optimum düzeyde sağlayan çıktıyı oluşturmak amacıyla en verimli biçimde üretim sürecine dahil olmalıdır. Üretim yönetiminin başlıca amaçları: sermayenin azami kullanımı; minimum stok düzeyi, stok devrinin arttırılması; işgücü ve makinelerden en iyi şekilde yararlanılması; minimum malzeme kullanımı, müşteri isteklerinin fiyat, zaman, miktar ve kalite açısından en iyi şekilde karşılanması ile maksimum müşteri tatminin sağlanmasıdır. Maksimum düzeyde sağlanan her müşteri memnuniyeti doğru bir üretim yönetiminin gerçekleştiğini gösteren en temel faktördür (Ceviz, 2017:5).

Üretim Yönetiminin Fonksiyonları

Bir işletmede üretim yönetimi departmanının fonksiyonları, işletme büyüklüğü, yönetim politikası, organizasyon yapısı, üretim tipi, endüstri dalı, üretim miktarı vb. çeşitli faktörlere bağlı olarak belirlenir. Ancak yine de çoğu işletmenin üretin yönetimi fonksiyonu aşağıdaki gibidir:



Geri Besleme (Feedback)

Şekil 149: Üretim Yönetiminin Fonksiyonları

Kaynak: http://kulamyo.cbu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

Ön Planlama Fonksiyonu

- Tüketicinin istediği mamulün tipi, nitelikleri, fiyatı, miktarı ve ihtiyaç zamanına ait bilgiler toplanıp analiz edilir.
- Tüketicinin mamulden istedikleri, kalite ve dizayn spesifikasyonlarına dönüştürülerek imalâtın istediği bilgiler hazırlanır. Bu arada mevcut mamul üzerinde tüketici isteklerinin değişmesi, yeni buluşlar, rekâbet ve benzeri nedenlerle yapılması zorunlu hale gelen değişiklikler saptanır.
- Genel özellikleri ile beliren üretim hacminin gerçekleşmesini sağlayacak makine ve teçhizatın sağlanması için eldeki olanakların nasıl kullanılacağı saptanır. Mamulün parçalarının yan sanayi işletmelerine yaptırılması, yeni alınacak makinelerle üretimi veya mevcut tesislerin kapasitelerinin arttırılması konusunda, işletmenin yatırım stratejisine uygun kararların alınması gerekir.
- Üretim araç ve tesisleri belirlendikten sonra, makine ve teçhizatın iş akışı prensiplerine uygun olarak yerleştirileceği düzen saptanır. Değişen üretim koşulları ve teknoloji ile beraber iş yeri düzeninde zaman zaman yer değiştirme veya eklemeler yapılır.

Planlama Fonksiyonu

- Malzeme Gereksinim Planlaması: Üretim hedefleri ve stok politikalarına göre malzemelerin tedarik zamanını, miktarını ve kalite spesifikasyonlarını gösteren listeler (Malzeme gereksinimleri planı) hazırlanarak satın alma departmanına gönderilir.
- Kapasite Planlaması: Eldeki makine ve insan gücünün kapasite ve nitelik bakımından istenilen üretimi gerçekleştirecek düzeye getirilmesi planlanır.
- Metot Etüdü, üretimde kullanılacak makine tiplerini, takımları, işlemleri ve süreleri belirler. Malzeme gereksinim planları, kapasite planları ve metot etüdü ile elde edilen bilgilerden eldeki malzeme, makine ve iş gücünün istenilen üretim için yeterli olup olmadığı belirlenir. Yetersizlik durumunda, yetersizlikleri giderici önlemler planlanır.
- Rotalama veya iş seyrinin planlanması, üretim faaliyetlerinin hangi sıraya göre ve nasıl bir akış içinde yürütüleceğini belirler. Makinelerin ve iş istasyonlarının fabrika içindeki yerleşme düzeni, hammadde ve yarı mamuller için ayrılan ara depoların yerleri ve taşıma olanakları göz önüne alınarak, mamulün başlangıçtan depoya teslimine kadar izleyeceği yol, yani rotası saptanır.
- Programlama: Zaman ve metot etütleri ile saptanan standart makine ve işçilik süreleri ve eldeki iş yükü göz önüne alınarak, ayrıntılı üretim programları hazırlanır. Bir üretim programında, hangi işlerin hangi makinelerde, kim tarafından ve ne zaman yapılacağı kesin olarak belirlenir.

Kontrol Fonksiyonu

- Dağıtım: Programlardan yararlanarak; tarih, miktar, tezgâh, işçi ve diğer ayrıntılı bilgilerden oluşan iş emirleri (job orders) hazırlanır. Bunların belli bir zamanda, atölye şefi, ustabaşı ve benzeri kanallardan geçerek işçiye ulaşması sağlanır.

- Takip ve Kontrol: İş emirlerinin yerine getirilmesinde; makine arızaları, devamsızlık, verimsiz çalışma, ani ve önemli siparişlerin araya sıkıştırılması gibi önceden kestirilmesi güç nedenlerle aksamalar olur. Bunları anında tespit etmek ve ilgililere duyurarak gerekli önlemlerin alınmasını sağlamak takip ve kontrolün görevidir.
- Muayene: Kendine verilen iş emirlerine göre harekete geçerek gerekli ölçmeleri yapar ve bulgularını takip ve kontrole aktarır. Takip ve kontrol bunları kendi bulguları ile birleştirerek ilgili ünitelere gönderir.

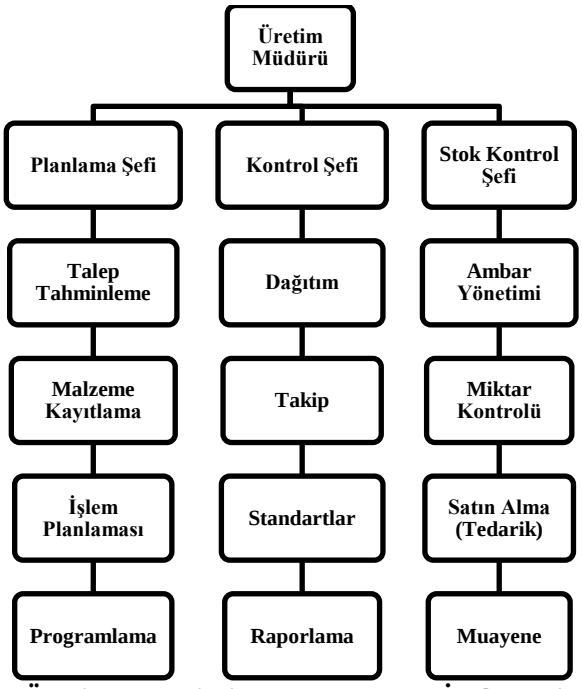
Üretim Yönetiminin Görevleri

Bir işletmede üretim yönetimi departmanına verilen görevler fonksiyonlarının ayrıntılarından oluşur. Dolayısıyla görevler de başta organizasyon yapısı olmak üzere çeşitli faktörlere bağlı olarak belirlenir. Bununla beraber üretim yönetiminden sorumlu yöneticilerin üstlendikleri tipik görevleri sınıflandırmak mümkündür.

- Mamul tasarımı
- Talep tahminlemesi
- Teknoloji seçimi
- Kuruluş yeri seçimi
- İşyeri düzenleme
- Lojistik yönetimi
- Kapasite planlaması
- Tamir – bakım planlaması
- Stok kontrolü
- İş analizleri (İş etüdü)
- Üretim planlama ve kontrolü
- Proje yönetimi
- Kalite yönetimi
- Ücret yönetimi

Üretim Yönetiminin Organizasyonu

Üretim yönetiminin işletme organizasyonu içindeki pozisyonu işletmenin büyüklüğüne göre farklılık gösterebilir. Ancak, kendi iç organizasyonu işletme büyüklüğü veya organizasyonuna göre değişiklik göstermez. Tipik bir üretim yönetimi organizasyon yapısı aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 150: Bir Üretim Yönetimi Departmanının İç Organizasyonu

Kaynak: http://kulamyo.cbu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

Tedarik Zinciri

Tedarik

Araştırıp bulma, sağlama, elde etme, işletme için gerekli kaynakların elde edilebilme olanaklarının araştırılması, bu kaynakları sağlayabilecek uygun seçeneklerin belirlenmesi ve kaynakların sağlanmasına tedarik denir(http://kisi.deu.edu.tr).

Tedarik Zinciri

Bir ürünün sorumluluğu ve rekabet edilebilirliği yalnızca bir işletmeye değil, bir bütün olarak o ürüne ait tedarik zincirine bağlıdır. Tedarik zincirleri temel olarak bir ürünün ilk hammadde aşamasından, son tüketiciye ulaşana kadar izlediği yolda, o ürünün üretimine katkı yapan tüm tarafları içine alan üretim sistemleri olarak düşünülmektedir(http://kisi.deu.edu.tr).

Bir ürünün hammadde halinden müşteriye teslimine kadar gerçekleştirilen tüm faaliyetler(http://kisi.deu.edu.tr);

- Hammadde ve bileşenlerin tedariki
- İmalat ve montaj
- Depolama ve stok kontrolü
- Sipariş verilmesi ve yönetimi
- Tüm dağıtım kanallarına dağıtım ve müşteriye teslim faaliyetleri
- Tüm bu faaliyetleri izlemek için gerekli bilgi sistemleri

Tedarik zincirinde dört temel süreç söz konusudur(http://kisi.deu.edu.tr):

- Müşteriden siparişin alınması
- Üretim için gerekli hammadde ve bileşenlerin tedarikçilerden temin edilmesi
- Ürünün üretimi
- Müşteri siparişinin yerine getirilmesi

Mini Kapadokya'nın düzenleneceği Manastır Vadisi'nde kurulacak olan işletmelerin üretim aşamaları ayrı ayrı maddeler halinde aşağıda yer almaktadır. Bu üretim aşamalarına konu olan işletmeler ise; at biniciliği, sıcak hava balonu işletmesi, restoran işletmesi, yöresel ürünlerin satışlarının yapılacağı dükkân, seyir terası, kilise ziyaret hizmeti ve amfi tiyatro etkinlik hizmeti işletmeleridir.

Balon Turu Hizmetinin Üretim Aşamaları

- Balon Uçuşu İçin Gerekli İzinlerin Alınması
- Teknik Personelin ve Ekipmanların Hazırlanması
- Uçuşa Katılacak Kişilerin Uçuş Alanına Ulaşımının Sağlanması
- Uçuşa Katılacak Kişilerin Hazırlanması ve Güvenlik Tedbirlerinin Oluşturulması
- Balonun Kalkış İçin Ateşlenmesi ve Kalkışın Gerçekleştirilmesi
- Belirlenen Rota İçerisinde Turun Gerçekleştirilmesi
- Turun Tamamlanması ve İniş İçin Hazırlıkların Yapılması
- İnişin Gerçekleştirilmesi ve Turun Sonlandırılması
- Misafirlere İkramlar ve Sertifikanın Takdim Edilmesiyle Hizmetin Sonlandırılması

Manej Hizmeti Üretim Aşamaları

- Binicilik merkezine müşterinin gelişi
- Turu gerçekleştirmek istediği atı seçmesi
- Gerekli ekipmanların ve atın hazırlanması
- Biniş için gerekli tedbirlerin alınması
- Eğitimli rehber eşliğinde tura başlanması
- Turun belli bir güzergâh içinde gerçekleştirilmesi
- Turun tamamlanması ve rehber eşliğinde atın çiftliğe götürülmesi

Restoran İşletmesi Hizmet Üretimi Aşamaları

- Müşteri Karşılama

- Sipariş Alınması
- Siparişin Hazırlanması
- Ürünün Sunumu
- Müşteriyi Uğurlama

Restoran İşletmesi Mal Üretimi Aşamaları

- Hammadde Temini
- Depolama
- Hazırlama
- Üretim İçin Hazırlama
- Pişirme
- Servis
- Bulaşık Servisi

Yöresel Ürün Üretim Aşamaları

- Hammadde Temini
- Depolama
- Üretim İçin Hazırlama
- İmalat
- Paketleme
- Dağıtım

Yöresel Ürün Satış Hizmeti Üretim Aşamaları

- Müşteriyi Karşılama
- Ürünler Hakkında Bilgi Verme ve Ürün Önerisi
- Satın Alınan Ürünü Paketleme
- Müşteriyi Uğurlama

Amfi Tiyatro Etkinlik Hizmeti Üretim Aşamaları

- Yapılacak etkinlik için gerekli ekipmanların hazırlanması
- Personelin hazırlanması
- Müşterilerin karşılanması

- Etkinliğin müşteriye sunulması
- Etkinliğin sonlandırılması

Kilise Ziyaretleri Hizmeti Üretimi Aşamaları

- Ziyaretçilerin karşılanması
- Güvenlik personelinin hazır bulundurulması
- Rehber eşliğinde kiliselerin gezilmesi ve kiliseler hakkında bilgi verilmesi
- Gezinin sonlandırılması
- Ziyaretçilerin uğurlanması

İpek Böcekçiliği ve Halıcılık Üretim Aşamaları

- Kozasından çıkarılan ipeklerin eritilip, pişirilmesi ve ardından boyanması
- Tezgahlara dizilen ipeklerin çözülmesi ve renk çalışmasının yapılması
- Dokunmak üzere atölyeye sevk edilmesi
- Dokunan halılara barkod verilmesi ve kalite kontrol işleminin yapılması
- Kırpım ve yıkama işleminden sonra sıkma, kurutma, dolaplama işleminin yapılması
- Kesimhaneye gönderilip en ve boy ölçümü yapılarak ebatların eşitlenmesi
- Ebatı korumak için ilaçlama yapılması
- Buharlama, kurutma ve kalite kontrol aşamalarının ardından satış noktalarına gönderilmesi

İpek Halı Satış Hizmeti Üretim Aşamaları

- Müşteriyi Karşılama
- Ürünler Hakkında Bilgi Verme ve Ürün Önerisi
- Satın Alınan Ürünü Paketleme
- Müşteriyi Uğurlama

Seyir Terası İşletmesi Hizmet Üretim Aşamaları

- Ziyaretçilerin rehberler eşliğinde seyir terasına çıkarılmaları
- Buradan bölgenin izlenmesi ve alanın gezilmesi
- İsteğe göre fotoğraf vb. hizmetlerin sunulması
- Seyir terasından ayrılış ve hizmetin sonlandırılması

7.3. Pazarlama Stratejisi

Turizm talebini doğrudan etkileyen önemli bir ekonomik faktör olan fiyat, pazarlama karmasının oluşturulmasında önemli karar alanlarından biridir. Turizm ürününün fiyatı, turist tercihleri etkilemenin yanında, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin gelirlerini doğrudan etkilemekte ve pazarın denetlenmesine imkân sağlamaktadır. Turizm işletmelerinde fiyatlandırma kararları alınırken, ürünün konumlandırılması ile ilgili amaçları göz önünde tutulmalıdır (Erol, 2003: 110-111; Altunışık vd., 2002: 188-190).

Bunlardan ilki işletmenin var olabilmesidir. Yoğun rekabet, düşük kapasite kullanımı, müşteri beklentilerinin değişmesi ve kötü ürün kalitesi gibi nedenlerle, öncelikle var olmak ve kısa dönemde ayakta kalabilmek önceliklidir. Olağandışı durumların söz konusu olduğu bu dönemlerde, işletmenin varlığını sürdürmesi, kar elde etmesinden daha önemlidir. Bu amaçla turizm işletmeleri, fiyatlarını aşağı çekerek nakit akışını sağlayıp, mevcut konumu sürdürme çabasındadırlar. Bu tür bir strateji kontrol edilemeyen değişkenlerden kaynaklanan kriz dönemlerinde tercih edilir, uzun dönemde devam ettirilmesi mümkün değildir.

Fiyat belirlemesinde dikkate alınan ikinci faktör işletmenin finansal amaçlarıdır. Turizm işletmeleri çeşitli fiyat alternatifleri altında talep yapısını ve maliyetleri inceleyerek, maksimum kar, yatırımın geri dönüşü ve nakit akışı sağlayacak fiyatı seçerler. Bu durumda, fiyatlandırma kararlarındaki temel amaç, kısa dönemde en yüksek karı sağlayacak, uygun bir fiyat seti oluşturulmasıdır.

Son olarak ise pazarlama amaçları göz önünde bulundurulur. Bazı turizm işletmeleri fiyatlandırma amacı olarak; pazar payını artırmak, satış hacmini artırmak veya pazardaki mevcut konumunu korumayı seçebilirler. Burada uzun dönem işletme performansının iyileştirilmesi ve pazardaki konumun korunması ön planda tutulmaktadır. Rekabetin şiddetli olduğu bir pazarda, pazar payını artırmak isteyen bir işletme, saldırgan bir düşük fiyat politikası izlemek zorundadır. Alternatif olarak, yüksek fiyat uygulaması, turistik ürünün, yüksek kaliteli ürün olarak konumlandırılmasına yardımcı olabilir.

Literatürde fiyatlandırmada üç yöntemin daha çok öne çıktığı görülmektedir. Bunlar, güçlü bir şekilde içe dönük olan ve maliyeti esas alan maliyete dayalı fiyatlandırma; tüketicinin ürüne yönelik talebini merkeze koyan talebe yönelik fiyatlandırma ve daha çok piyasadaki rakip işletmelerin fiyatını dikkate alan rekabete dayalı fiyatlandırmadır.

a. Maliyete Dayalı Fiyatlandırma: Maliyete göre fiyatlandırma yöntemi maliyetleri hesaplayıp, bunun üzerine belirli bir kâr marjı eklemek suretiyle kârlılığı sağlamak şeklinde özetlenebilir (Courcoubetis ve Weber, 2003: 164; Monyane, 2014: 21). Bu yöntemin günümüz firmalarınca diğerlerine nazaran en çok kullanılan yöntem olduğunu söylenilebilir (Govender, 2000: 48; Hall vd., 2000: 437; Karadaş vd., 2006: 34). Bu yöntemde firma fiyatını ortaya koyarken, değerlendirme kriterleri açısından, merkeze maliyetlerini yerleştirmektedir. Ancak bu, maliyetler dışındaki diğer faktörlerin ihmal edildiği anlamına gelmemektedir. Yani bu

yöntem üstü örtülü olarak ürüne yönelik talebi ve rakiplerin durumu gibi faktörleri de içermektedir. Rakip destinasyonların ve alana yakın çekim merkezlerinin fiyatları Mustafapaşa için de uygulanmalı ve maliyet yöntemlerinde artı unsurlar ön plana çıkarılarak alanda sunulacak mal ve hizmetlerin yerel ekonomik fayda unsurları göz önüne alınmasıyla düşük maliyet maksimum verim söz konusu açığa çıkartılmalıdır. Özellikle turistik birim maliyetin fiyat içerisindeki payının oldukça yüksek olduğu sektörlerde bu fiyatlandırma yönteminin daha çok geçerlilik kazanacağını söylemek mümkündür

Tüketici odaklı postmodern pazarlama anlayışının gelişmesiyle, bilgi toplumu dinamiklerinin de bir uzantısı olarak müşterinin yakından takip edilmesi ve onlarla sürekli iletişimde kalarak memnuniyetlerinin sağlanması ve sadakatlerinin kazanılması, rekabet üstünlüğünün en önemli gereklerinden biri haline gelmiştir. Böylelikle klasik pazarlama paradigmaları değişime uğrayarak, müşteri gereksinimlerine uyum sağlama anlayışıyla şekillenen yeni paradigmalara doğru evrimleşmiştir. Bu paradigmalar, gelişen internet teknolojileri ve elektronik (siber) pazarlama araçları ile birleşerek, hızla işletmelerin pazarlama süreçlerine etki etmiş ve çok farklı çeşitlerde pazarlama yaklaşımlarının ve uygulamalarının doğmasına neden olmuştur (Kotler vd. 2003: 631; Solomon ve Stuart 2003: 17-18; Bateman ve Snell 2004: 6-7; Tek 2008: 12-16). Genel olarak, yaşanan bu değişim ve dönüşümün ortaya çıkardığı en önemli pazarlama yaklaşımlardan biri de internet destekli doğrudan pazarlamadır. İnternet teknolojisinde görülen ilerlemeler, yeni bir doğrudan pazarlama seçeneği olarak, zaman ve mekân kısıtlarına bağlı kalmadan hedef kitleye ulaşma yollarını geliştirmiştir ki, bu yolların günümüzde en fazla kullanılanlarından biri de mobil pazarlamadır.

b. Talebe Göre Fiyatlandırma: Esasında bir müşteri bir ürün almaya karar verdiğinde, ürün ile ilgili bakacağı en öncelikli kıstaslardan birisi fiyattır. Eğer fiyat makul bir düzeyde ise tüketicinin ürünü alma isteği artabilir. Ek olarak, bir firmanın bir ürünü üretirken katlanmak zorunda olduğu maliyetlerin, müşterinin gözünde çok önemli bir anlam ifade etmediği de söylenebilir. Maliyete dayalı fiyatlandırmanın artık standart bir yaklaşım olması (Kotler, 2003: 139), tüketici tercihlerinde çok önemli bir tesirinin olmaması ve bu nedenlerle bir firmanın bir ürünün fiyatını belirlerken maliyetlerin yanında talebi de dikkate alması gerekmektedir (Badem ve Fırat, 2011: 88). Talebe dayalı fiyatlandırma yönteminde öncelikli olarak ürünün talebi göz önüne alınarak fiyat belirlenmektedir (Cemalcılar, 1999: 225; Kotler ve Armstrong, 2012: 291). Talep, ürün fiyatının düşük olmasını gerektirirken, üreticiler yüksek kâr marjı hedefleyerek ürüne yüksek bir fiyat koymak isterler. Bu noktada maliyete dayalı fiyatlandırma ile talebe dayalı fiyatlandırma sanki birbirinin zıddı gibi durmaktadır. Hâlbuki fiyat, maliyet odaklı oluşturulurken, talebe dayalı fiyatın da göz ardı edilmemesi gerektiği belirtilmiştir. Bu koşullar sağlandığında Manastır Vadisi'nde beklenen talebin fiyat unsurlarıyla örtüşmesi beklenmektedir. Düşük bir talep düzeyinde risk ve maliyet göz ardı edilmeden yüksek fiyatlandırma. Yüksek talep fonksiyonuna göre ise yine maliyetler göz ardı edilmeden düşük bir fiyat yöntemi uygulanabilir.

Tanıtım ve Mobil Pazarlama: İşletmenin ve tüm paydaşlarının yararına olacak şekilde, mobil telefonlar (akıllı telefon) aracılığıyla, mal / hizmet veya fikirlerin tutundurma faaliyetlerinde kullanılan etkileşimli bir pazarlama aracıdır (Scharl vd. 2005: 162). Yine benzer bir tanım da Pousttchi ve Wiedemann tarafından yapılmaktadır. Bu tanıma göre mobil pazarlama, ürün, hizmet ya da fikirlerin tutundurulması amacıyla gerçekleştirilen bir pazarlama iletişimidir (Pousttchi ve Wiedemann 2007: 1). Mobil pazarlamanın en önemli aracı akıllı telefonlardır. Bu cihazların kullanımının 2013 yılı sonunda dünya çapında bir milyar kişiyi bulacağı tahmin edilmektedir (Deloitte 2013). Yuan ve Cheng de mobil pazarlama anlayışının gelişen teknoloji ile olan birlikteliğine dikkat çekmekte ve mobil telefonların pazarlama faaliyetleri açısından önemini şu şekilde ortaya koymaktadırlar (Yuan ve Cheng 2004: 467):

- Mobil telefonlar daima tüketicinin yanındadır.
- Mobil telefonlar her zaman açıktır.
- Mobil telefonlar doğrudan nihai tüketiciye ulaşma olanağı sağlar.
- Mobil telefonlar aracılığıyla, sesli ve görüntülü iletişim kurma olanağı vardır.
- Kişiye özel algısı uyandıran ve bu nedenle tüketicilere daha cazip gelen, işletmeler için ise daha etkin bir pazarlama faaliyeti sürdürülebilmesini sağlayan bir pazarlama aracı olmasıdır.

Mobil internet ve mobil telefonlar aracılığıyla hem tüketiciler istedikleri mal veya hizmete anında ulaşabilmekte hem de işletmeler pazarlama ve satış odaklı mesajlarını doğrudan tüketicilere ulaştırarak onların satın alma davranışlarında bir etki yaratabilmektedirler. İşte tüm bu nedenler ışığında mobil telefonların, pazarlama ve satış faaliyetlerinde çok güçlü bir araç olduğu ifade edilmektedir (Howard 2003, Yuan ve Cheng 2004, Scharl vd. 2005).

İnternet destinasyon pazarlaması açısından çok çeşitli imkanlar sunabiliyorken, söz konusu imkanlardan bir tanesi de banner reklamlarıdır. Banner reklamları bir sitede yer alan reklam alanlarıdır. Eskiden web sayfasının üstünde ya da kenarlarında yer alan reklamlar şimdilerde teknolojinin de gelişmesiyle ve bu doğrultuda yaratıcılığın artmasıyla farklı uygulamalarla karsı karsıya kalmaktadır. Daha yaratıcı, renkli, canlı ve dikkat çeken reklamlar animasyonlu, görüntülü ve sesli olarak web sayfalarında yerlerini almaktadırlar. Banner reklamlarında önemli olan insanların ilgisini destinasyona çekmek, destinasyonla ilgili merak uyandırmak yönünde mesaj vermektir. Turizm sektöründen bağımsız bir web sitesinde dahi destinasyonla ilgili bir banner reklamına yer verilerek site ziyaretçisinin ilgisini çekmek mümkün olabilmektedir. Bununla beraber destinasyon pazarlamasında önemli bir role sahip etkinlik yönetimi internet ortamında yapılacak düzenleme ve uygulamalarla kolaylıkla organize edilip yönetilebilmektedir (Hoyle;2002,5). Dolayısıyla destinasyon çekiciliklerinden biri olan olay çekiciliği daha iyi yönetilerek güçlü bir destinasyon rekabet avantajı kazanılmakta ve internet aracılığı ile söz konusu etkinliğin de pazarlanması ile destinasyon imajı

güçlendirilebilmektedir. Turkey Home ile başlayan dijital turizm pazarlama temellerimiz aynı başlık altında çekici unsurlar barındıran ilerimizin de bu projeye dahil olmasıyla tek marka imajı ile çeşitli destinasyon cazibe merkezlerimizin internet ortamında da tanıtılması amaçlanmıştır. Mustafapaşa ve Manastır Vadisi'nin doğru tanıtımın reklam görsel ve işitsel unsurlarıyla birlikte internet ortamına aktarılması ve sosyal medya araçlarının da kullanılarak alanın doğru tanıtılması önem taşımaktadır.

Dağıtım

Genel olarak dağıtım, üretilen mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye akışını sağlayan faaliyetlerin bütünüdür. Dağıtım kanalı ise, malların ve hizmetlerin pazarlanmasını sağlayan işletme içi birimlerin ve işletme dışı pazarlama kurumlarının oluşturduğu bir yapıdır. Dağıtım kavramı içine üretici ile tüketici arasında yer alan kurumlar girmektedir. Bu kurumlar toptancı ve perakendeci düzeyinde faaliyet gösterirler (Çakıcı vd., 2002: 305).

Turizm ürünlerinin üretildiği yerde tüketilme zorunluluğundan dolayı, turizm pazarlamasında dağıtım kanalının tersine işleyip, tüketiciler üretim yerine götürülmektedir. Bu bağlamda, turizm ürününün dağıtımı, "turistik ürünün tüketilebilecek veya kullanılabilecek hale gelmesinden, tüketicilerin bu ürünü tüketmelerini veya kullanmalarını sağlamak üzere üretim yerine getirilmesine kadar yapılan işlem ve faaliyetler bütünü" olarak tanımlanabilir (Hayta, 2008: 38). Turizmde dağıtım kanalı ise, turistik ürünlerin kullanma haklarıyla birlikte üreticiden tüketiciye ulaştırmak için girişilen çabaları düzenleyen, işletme içi birimlerin veya işletme dışı pazarlama kurumlarının oluşturduğu bir yapıdır. Manastır Vadisi için alanda ele alınan tarihi yapı ve unsurları göz önüne alındığında turistlerin alana rahatça erişebilmeleri ve gerekli turistik tüketimin gerçekleşmesi için turistlerin doğru bir ulaşım rotası ile alana varışları sağlanmalıdır. Turistik dağıtım unsurları içerisinde yer alan seyahat acentelerinin Mustafapaşa için doğru bilgi ve Manastır Vadisi hakkında bütüncül tarihsel bir betimlemeye sahip olmalıdırlar. Turistik dağıtımın sağlıklı gerçekleşebilmesi için alanın aracı kurum ve kuruluşlar tarafından bilinç sahibi olunması ve turistlerin ulaşımlarında kara ve hava unsurları ile planlama yapılmalıdır.

Kapadokya Yöresi Pazarlama Stratejileri

Stratejik Konum

- Anadolu'nun merkezinde yer alması,
- Nevşehir Kapadokya ve Kayseri Erkilet Havalimanları ile havayolu ulaşımının sağlanması,
- Kuzey-güney ve doğu-batı karayollarının kesişim noktasında yer alması,
- Ankara, Konya ve Kayseri gibi metropol şehirlere yakın mesafede bulunması ve 8 milyon müşteriye kolay erişim imkânı,

- Limanlara yakın mesafede bulunması,

Turizm Potansiyeli

- Benzersiz peribacalarına, yeraltı şehirlerine ve vadilere ev sahipliği yapan Kapadokya'nın merkezinde yer alması,
- Kapadokya markasının bütün dünyada bilinirliği,
- Kapadokya'nın ülkemizin en fazla ziyaret edilen 4.turim destinasyonu olması ve her yıl 2 milyonun üzerinde yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlaması,
- Kapadokya'nın doğa, kültür, inanç, balon, termal, sağlık gibi birçok turizm çeşitliliğine sahip olması,
- Birçok otel zincirinin Kapadokya'da yatırım yapmış olması,

Teşvikler

- Ahiler Kalkınma Ajansı, TKDK ve KOSGEB gibi kurumların ildeki varlığı,
- Bölgesel yatırımlarda Nevşehir'in 4. Bilge desteklerinden faydalanması,
- Konaklama yatırımlarında Nevşehir'in 5. Bölge desteklerinden faydalanması,

Geniş Arazi Varlığı

- İlde sanayi yatırımlarına yönelik iki adet Organize Sanayi Bölgesinin bulunması,
- Yatırımlara uygun hazine ve belediye arazilerinin varlığı,

Yenilenebilir Enerji Kaynakları Potansiyeli

- Güneş enerjisi santrali kurulabilecek potansiyel alanların varlığı,
- Rüzgâr enerjisi santrali kurulabilecek potansiyel alanların varlığı,
- Jeotermal enerji kaynaklarının varlığı,

Genç ve Nitelikli İnsan Kaynağı

- AB ortalamasının oldukça üstünde genç nüfus,
- İlde öne çıkan sektörlere nitelikli personel yetiştiren 2 adet üniversite,
- Dinamik ve kültürlü genç nüfus,

Zengin ve Doğal Kaynakları

En kaliteli ponza olarak bilinen beyaz renkli ponzanın yüksek miktarlarda mevcudiyeti,

- Kozaklı ilçesinde sıcaklığı 27 ^{o}C ve 93 ^{o}C arasında değişen termal su kaynaklarının bulunması,

- 959 milyon tonluk kaya tuzu rezervinin mevcudiyeti,
- 450 milyon ton civarında perlit rezervinin mevcudiyeti,

Nitelikli Tarımsal Üretim Faaliyeti

- Üzüm, çekirdeklik kabak ve patatesin ülke genelinde en fazla yetiştirildiği illerden birisi olması,
- Özellikle Kozaklı ilçesinde jeotermal seracılık faaliyetlerinin her geçen gün artması,
- İlde 1.000 adetten fazla doğal soğuk hava deposu bulunması ve bu depolarda başta limon ve patates olmak üzere birçok ürünün depolanabilmesi,
- Geniş tarımsal arazi varlığı,

Yüksek Yaşam Kalitesi

- Kapadokya'nın varlığından dolayı sosyal aktivite imkanının oldukça fazla olması,
- Ülkemizdeki işsizlik oranının en düşük olduğu üç ilden birisi olması,
- Yüksek eğitim düzeyi ve okullaşma oranı,
- İki adet üniversitenin mevcudiyeti,
- Düşük suç oranı (http://investinnevsehir.com/).

Turistik Destinasyon Pazarlamasında Pazar Bölümlendirme ve Önemi

Ecer ve Canıtez, pazar bölümlendirmeyi, heterojen olan tüm pazarın homojen alt gruplara ayrılması olarak tanımlamaktadırlar (Ecer ve Canıtez, 2004: 146). Hacıoğlu, pazar bölümlendirme yapmanın amacını bütün tüketicilere aynı anda hizmet edilemeyeceğinden hareket edilerek, sınırlı kaynaklarla en uygun tüketici tipinin seçilmesi olarak açıklamaktadır (Hacıoğlu, 2010: 32). Bu anlamda pazarı bölümlere ayırma, pazarın aynı özellikleri taşıyan tüketici gruplarına göre bölümlere ayrılması olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu vd., 2006: 72). Pazar bölümlere ayrıldıktan sonra da bunlardan hangisine girileceğine karar verilmekte, seçilen pazar bölümüne ise hedef pazar denilmektedir (Özcan, 1996: 59). Turizm pazarında pazar bölümlendirme yapılması dört nedene dayandırılmaktadır (Coltman, 1989: 181):

- Turistler farklı pazar bölümleri içinde gruplandırılabilmektedirler ve bu grubun her üyesi diğer tüm üyelerle bazı ortak özelliklere sahiptir.
- İnsanlar, içinde bulundukları özellikli pazar bölümüne bağlı olarak değişen farklı tatil ve seyahat ihtiyaçlarına ve tercihlerine sahiplerdir.
- Belli bir çekim yeri, tüm pazar bölümlerinden ziyade bazı pazar bölümlerine diğerlerinden daha fazla ilgi duyacaktır. Örneğin, şehir otelleri muhtemelen iş amacıyla gelen turistlerin oluşturduğu pazar bölümüne, tatil amacıyla gelen turistlerin oluşturduğu pazar bölümünden daha fazla ilgi göstereceklerdir.

- Turizm tedarikçileri belli pazar bölümleri için çekici olan ürünlerini arttırma ve geliştirme yoluyla pazarlama çalışmalarını geliştirebilirler

Destinasyon Pazarlamasında Pazar Bölümlendirme

Skinner'in yapmış olduğu sınıflandırma araştırmacılar tarafından kabul edilerek ve kullanılmaktadır (Burke ve Resnick, 2000: 45) (Hacıoğlu, 2010: 32), (Mucuk, 2009: 93). Yapılmış olan sınıflandırmayı aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür:

Pazar bölümlendirme pek çok değişken temeline göre çeşitli şekillerde yapılmaktadır. Skinner, tüketici pazarını bölümlendirmede en çok temel alınan değişkenleri şu şekilde sıralanmaktadır (Skinner, 1990: 113):

- Bölge veya coğrafi alan.
- Demografik faktörler.
- Psikografik faktörler.
- Ürün ya da hizmete ilişkin faktörler

Destinasyon Pazarlamasında Hedef Pazar Belirleme Yöntemleri

Pazar bölümlendirmesi, pazarın farklı fırsatlar taşıyan bölümlerinin ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Rekabet, satış potansiyeli, karlılık bakımından elverişli pazar bölümleri belirlendikten sonra, bu bölümlere hangi politikalarla ulaşılması gerektiğine karar verilmesi gerekmektedir. Hedef pazar belirleme yöntemleri üçe ayrılmaktadır (Mucuk, 2008: 102), (Göksel ve Baytekin, 2005: 36).

- Tüm pazar yöntemi (Farklılaştırılmamış pazar yöntemi)
- Çok pazar yöntemi (Farklılaştırılmış pazar yöntemi)
- Tek pazar yöntemi (Yoğunlaştırılmış pazar yöntemi)

Destinasyon Pazar Bölümlerinin Değerlendirilmesi ve Hedef Pazar Seçimi

Bir süreç olarak hedef pazar seçimi, beş ana aşamadan oluşmaktadır (Ecer ve Canıtez, 2004:160).

- Bölümlerin çekiciliğinin ve rekabet kriterlerinin belirlenmesi.
- Çekiciliğin ve rekabet kriterlerinin ağırlıklandırması.
- Her bir pazar bölümünün puanlandırmasının yapılması.
- Her bir pazar bölümü için konum tahminini yapılması.
- Hedef pazar bölüm veya bölümlerinin seçiminin yapılması.

Destinasyon Markası

Park'a göre destinasyon markalaşmasına gidilmesinin temel nedeni, turistleri etkileyecek arzu edilen bir imaj yaratmak, bir destinasyonu rakiplerin destinasyonlarından farklılaştırarak daha fazla para harcayan turistleri çekecek bir konuma getirmek, imaj yaratmak ve turizmin artan ekonomik katılımı ile bir destinasyonu daha iyi yaşanacak bir yer haline getirmektir (Park, 2006:263). Diğer bir ifadeyle markalaşma çabalarının hedefi bir destinasyonu diğerlerinden bilişsel ve duygusal olarak imaj yaratma çabalarıyla ayırmak ve pazarda bütünlüklü bir kimlik yaratmaktır (Park ve Petrick, 2006).

Yavuz, markanın, destinasyonu sunduğu temel değerler yönüyle farklılaştırdığını ve bir değer vaadini temsil ettiğini vurgulamaktadır. Destinasyonun sahip olduğu üstyapı ve altyapı yatırımları, mimari vb. gibi fiziksel niteliklerle de farklılaştırılabileceğini ancak bu nitelikler kolaylıkla kopyalanabilir olduklarından tüketiciyi her zaman ve yeterince motive etmeyeceğini ifade etmektedir. Yavuz'a göre bu nedenle destinasyon markalaması, küresel rekabette saf tutan destinasyon pazarlamacılarının, en güçlü pazarlama silahı olarak görülmektedir (Yavuz, 2007: 46).

Destinasyon markalaşması, tüketici araştırma maliyetlerini ve algılanan risklerini düşürmektedir. Destinasyon markalaşması önemi her geçen gün artan bir konu olmasına rağmen, bu konudaki literatürün yakın bir tarihte oluştuğu görülmektedir. Pike makalesinde, ilk akademik konferans toplantısının 1996'da düzenlendiğini, ilk dergi makalelerinin 1990'ların sonunda belirdiğini ve ilk kitabın 2002'de yayınlandığını ifade etmektedir. Pike'ye göre literatürdeki eksiklik, pazarlamanın geleceğinin marka mücadelesi olacağı ve destinasyonların da seyahat endüstrisinin muhtemelen en büyük markaları olacağı önerisi ile tutarsızlık göstermektedir (Pike, 2005:258) Ateşoğlu ve Doğanlı destinasyon markası yaratmanın, yoğun rekabet içerisinde bulunan destinasyonlar nedeniyle her geçen gün daha önemli olduğunu söylemektedirler. Yazarlar destinasyon markası yaratmanın avantajlarını aşağıdaki gibi belirlemektedirler (Ateşoğlu ve Doğanlı, 2008:11):

- Turistin bölgeyi tanımasını ve benzer turistik bölgelerden ayırt etmesini sağlamaktadır.
- Turistik bölgenin kalitesinin sembolü işlevini görmektedir.
- Marka, bir bölgeye belirgin bir kimlik kazandırmaktadır ve bu sayede pazar bölümlemesini kolaylaştırmaktadır.
- Koordinasyon ve birleşme çabalarına yardım etmektedir.
- Turistin hem fiziksel hem de psikolojik olarak ürüne çekilmesini sağlamaktadır.
- Markanın dayanıklılık özelliği, ürünler veya hizmetler değişse de markanın yaşamının süreklilik göstermesini sağlamaktadır.

- Destinasyonlara tekrarlı gelişlere sebep olmakta, bunu da müşteri ile arasında duygusal bağ kurarak sağlamaktadır.
- Bölgenin ürünlerini istediği fiyata pazarlayabilmesini sağlamaktadır.

Destinasyon markası yaratmanın yararlarına rağmen destinasyon markalaşması diğer ürün ve hizmetlere göre çok daha karmaşık ve zor gerçekleştirilmektedir. Pike destinasyon markalaşmasının zorluklarını altı nedene bağlamaktadır. Bunlar; destinasyonların diğer tüketim ürünlerine ve diğer hizmet çeşitlerine göre çok boyutlu olmaları, çok katmanlı bir coğrafi pazara yönelmeleri, karar vericilerin kararlardan etkilenenler tarafından baskı altına alınmaya çalışılması, belirlenen marka stratejisine uygun davranılmaması, ziyaretçi izleme programlarının kurulmasının güçlüğü, destinasyon planlama örgütünün gelir elde etmemesi ve fon bulma güçlüğü çekmesi olarak belirlenmektedir (Pike, 2005).

Destinasyon İmajı

Seite turistlerin satın alma kararı vermeden önce turistik ürün hakkında bilgi toplama ve değerlendirme davranışı içerisinde bulunduklarını ifade etmektedir. Seite göre destinasyon turist tarafından daha önce denenmemiş ise bu durumda turist, yakın çevresinden, ticari olsun ya da olmasın çeşitli mesajlardan ve gitmeyi düsündüğü ülke ile ilgili medya kanalıyla sahip olduğu imajdan büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu nedenle imajı, bir dizi bilgilenme sürecinin sonunda ulaşılan imge olarak tanımlamaktadır (Seite, 1990: 25-26). Hunt (1975)'ın imajın turizm gelişiminde etkisini test ettiği, 4 şehrin imajlarının ölçüldüğü çalışmasında imajın tanımını "potansiyel ziyaretçilerin bölge hakkındaki algılamaları" olarak yapmakta, Baloğlu ve McClearly ise, genel olarak destinasyon imajını; "Bireyin bir yer ya da destinasyon hakkında sahip olduğu inançlar, düşünceler ve izlenimler grubudur." (Baloğlu ve McClearly, 1999:871) şeklinde tanımlamaktadırlar.

Pike (2002: 541-549), 1973 ve 2000 yılları arasında destinasyon imaj analiziyle ilgili yayınlanan 142 makaleyi inceleyen bir gözden geçirme çalışması yapmıştır. Yazar makalelerin 114 tanesinin destinasyon imaj yapısını kavramsal olarak tanımlama konusunda yapılandırılmış yöntemler kullandığını ifade etmektedir. Chon (1990) yaptığı 23 destinasyon imajını içeren gözden geçirme çalışmasında da en popüler temaların destinasyon imajının turist tüketici davranışının üzerindeki etkisi, rolü ve tatminkarlığı olduğunu ifade etmektedir.

Destinasyon Konumlandırma

Pike've ve Ryan'a (2004) göre etkili konumlandırma; kısa, öz, odaklanmış ve tutarlı bir mesaja ihtiyaç duymaktadır. Araştırmacılar konumlandırma analizinin, rekabetçi ortamda hedef açısından önemli kabul edilen niteliklere eğilmek için, bir destinasyonun nasıl algılandığını anlamayı gerektirdiğini ifade etmektedirler. Destinasyon pazarlamacısının cevaplaması gereken iki önemli soruyu ortaya koymaktadırlar. Bu sorulardan ilki, konumlandırma çalışmalarında hangi nitelikler öne çıkarılmalı ve hangileri dışarıda tutulmalıdır? İkincisi, kısa ve öz olan odaklanmış bir konumlandırma teması tüm hedef pazarların ihtiyaçlarını tutarlı olarak karşılayabilecek midir?

Destinasyonu uzun vade de en iyi sonuca götürecek konumlandırma stratejisini seçerken; göz önüne alınması gereken kriterler aşağıda sıralanmaktadır:

- Konumlandırmanın dikkat çekici olması gerekmektedir. Müşterilerin gerektiği gibi algılayamayacakları bir hususta, marka konumlandırması gerçekleştirmek yararsızdır.
- Konum, gerçek marka güçlerine dayandırılmalıdır. Eğer mesaj, verilmeyecek bir şeyi vaat ediyorsa tüketicinin ürünü satın alma ihtimali azalacak beklide duracaktır.
- Konumun, rekabete dayanan avantajı yansıtması gerekmektedir. Rakiplerin konumlandırdıkları alanlarda konumlandırma yapmamaya dikkat edilmesi gerekmektedir. Herhangi bir farklılık olmaksızın yapılacak konumlandırma, tüm ürünlerin aynı oldukları fikrini yaratacak ve satın alma fiyata dayanacaktır.
- Ulaşılmaya çalışılan hedef pazarı belirlenmek.
- Her hedef pazarda bulunan müşterilerin özel ihtiyaçlarını, isteklerini ve faydalarını belirlemek.
- Her hedef pazar bölümünde bulunan mevcut ve potansiyel rakiplerin niteliklerinin ve algılanan imajlarını analiz etmek.
- Destinasyonun, müşteriler tarafından tercih edilen her önemli ölçü üzerinde kendisinin ve rakiplerinin pozisyonu (konumunu) karşılaştırmak.
- Hedef pazar için tercih nedeni olan ve rakipler tarafından sunulmayan faydaların bir kombinasyonunu sunan tek bir konumu belirlemek.
- Konaklama işletmesinin müşterileri, şayet rakip işletmelerin ürünleri yerine kendi ürünlerini satın alırlarsa daha iyi sonuçlar elde edeceklerine dair ikna edecek bir pazarlama programı oluşturmak.
- Mevcut ve potansiyel hedef pazarlar ve rakipleri değerlendirmeyi sürdürmek ve ek olarak onlara ulaşmak için pazarlama çalışmalarını sürdürmek.
- Konaklama işletmesinin devamlı olarak müşterilerinin karşılanmayan ihtiyaçlarının olduğu pazar bölümlerini izlemeyi sürdürmesi gerekmektedir. Çünkü bu pazar bölümlerindeki değişiklikler, konaklama işletmesi için bir fırsat yaratabilmelidir.

Yani işletme, müşterinin karşılanmayan ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak rakiplerine kıyasla daha iyi sunumlar ortaya koyabilmektedir.

Pike ve Ryan (2004) çalışmalarında, Yeni Zellanda'da beş yerel kısa tatil destinasyonunun bilişsel ve duygusal konumlandırma tekniklerinin karşılaştırmasını yapmaktadırlar. Coromandel destinasyonu; "Her şeyden uzaklaşmak, yürüyüş/doğa yürüyüşü için bir yer, doğal güzellik, çok fazla turistik değil, okyanus plajları, dost yerli halk" ifadeleri ile ön plana çıkmakta ve beş destinasyon arasında "rahatlatıcı" olarak konumlandırılmaktadır. Rotorua destinasyonu "iyi yaşam ve alt yapı, güzel kafe ve restoranlar, uygun konaklama, sıcak su banyosu, uygun para değeri ve alışveriş imkanları" bilişsel özelliklerini sağlayan bir destinasyon olarak konumlandırılmaktadır.

Mini Kapadokya için önerilen pazarlama stratejileri arasında destinasyon pazarlama kimliğini ortaya koyacak logo çalışmaları şunlardır:

Logo Tip-1

Logo Tip-2

Logo Tip-3

Logo Tip-4

7.4. Tesis İçin Öngörülen Kapasite Kullanım Oranı

Tablo 73: Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı

	Birim (Ton, Kg, Lt, vb.)	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otomobil												
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,50%	66,75%	73,43%	80,77%	88,86%	93,31%	95,63%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otobüs												
Kapasite Kullanım Oranı KKO3=% [(B3/A3)*100])	-	33,33%	33,33%	36,67%	40,33%	44,36%	48,80%	53,68%	59,05%	65,17%	72,77%	90,37%
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek												
Kapasite Kullanım Oranı KKO4=% [(B4/A4)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Çömlek												
Kapasite Kullanım Oranı KKO5=% [(B5/A5)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Pomza Taşı												
Kapasite Kullanım Oranı KKO6=% [(B6/A6)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Şarap												
Kapasite Kullanım Oranı KKO7=% [(B7/A7)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği												
Kapasite Kullanım Oranı KKO8=% [(B8/A8)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Patates												
Kapasite Kullanım Oranı KKO9=% [(B9/A9)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Üzüm												
Kapasite Kullanım Oranı KKO10=% [(B10/A10)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri												
Kapasite Kullanım Oranı KKO11=% [(B11/A11)*100])	-	50,00%	50,00%	627,85%	73,06%	89,04%	100,00%	57,08%	67,35%	79,34%	90,75%	100,00%
Amfi Tiyatro-Festival-Konser												
Kapasite Kullanım Oranı	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%

KKO12=% [(B12/A12)*100])												
Amfi Tiyatro-Tiyatro-Gösteri-Pandomim												
Kapasite Kullanım Oranı KKO13=% [(B13/A13)*100])	-	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%
Amfi Tiyatro-Mapping												
Kapasite Kullanım Oranı KKO14=% [(B14/A14)*100])	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%
At Çiftliği - At biniş hafta içi												
Kapasite Kullanım Oranı KKO15=% [(B15/A15)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
At Çiftliği - At biniş hafta sonu												
Kapasite Kullanım Oranı KKO16=% [(B16/A16)*100])	-	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%
Balon Binişi												
Kapasite Kullanım Oranı KKO17=% [(B17/A17)*100])	-	32,88%	32,88%	36,99%	41,10%	45,21%	49,32%	53,42%	57,53%	61,64%	65,75%	69,86%
Restoran-Yemek&İçecek												
Kapasite Kullanım Oranı KKO18=% [(B18/A18)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,00%	65,00%	70,00%	80,00%	85,00%	90,00%	97,00%	98,00%
Halı Satışı												
Kapasite Kullanım Oranı KKO19=% [(B19/A19)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
Kapasite Kullanım Oranı KKO20=% [(B20/A20)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			46,57%	56,49%	54,22%	59,17%	63,74%	65,44%	71,20%	75,54%	80,49%	83,82%

8. PROJE YERİ/UYGULAMA ALANI

8.1. Fiziksel ve coğrafi özellikler

Uygulama Yeri ve Alanı/Mustafapaşa Kasabası Fiziksel ve Coğrafi Özellikler

Coğrafi Yerleşim

Mustafapaşa Kasabası (Sinasos), İç Anadolu Bölgesinde, Nevşehir İlinin, Ürgüp ilçesine bağlı bir yerleşmedir. Yerleşme, Nevşehir il merkezinin güneydoğusunda yer almakta olup, Nevşehir iline 26 km uzaklıktadır.

Coğrafi bölgeler ayrımında İç Anadolu'da bulunan kasaba, 38 12 ve 39 20 kuzey enlemleri ile 34 11 ve 35 06 doğu boylamları arasında kalan Nevşehir ilinde yer almakta ve Orta Kızılırmak havzasına girmektedir. Mustafapaşa Kasabası güneydoğuda Cemil Köyü, güneyde Ayvalı Köyü, batıda İbrahimpaşa Köyü ve kuzeyde Ürgüp ilçesine komşudur. Ürgüp (Nevşehir) – Soğanlı (Kayseri) karayolunda bulunmakta olup, asfalt olan yolun 6.km'si üzerindedir. Nevşehir'e 26 km uzaklıkta olan Mustafapaşa'dan günün her saati belediye otobüsü ile Ürgüp İlçesine ulaşım mümkündür (Saklav, 2010:37-38).

Tablo 74: Mustafapaşa'nın bazı önemli noktalara uzaklığı

Konum	Uzaklık (km)
Ürgüp	6
Nevşehir	33
Kayseri	72
Kapadokya Havalimanı	50
Kayseri Erkilet Havaalanı	76
Göreme	14
Uçhisar	18
Avanos	25
Kaymaklı Yeraltı Şehri	24
Derinkuyu Yeraltı Şehri	34

Kaynak: http://ahika.gov.tr Erişim Tarihi: 26.01.2019

İklim

Mustafapaşa Kasabası ikinci kademe kentsel alandır. Türkiye'de yedi tip ikinci kademe merkez vardır. Mustafapaşa Kasabası bunlardan İlköğretim – Sağlık Ocağı merkezine girmektedir. İç Anadolu iklim kuşağında yer alan Kapadokya ve Mustafapaşa'da kara iklimi egemendir. Kışların sert ve soğuk, yazların sıcak ve kurak geçtiği Kapadokya'da ilkbahar ve sonbahar yağışlı geçer. Kuzey ve güney Anadolu sıradağ sistemleri ile havza, genelde deniz etkilerine kapalıdır. Yağış ortalamaları azdır. Nevşehir ili ortalaması 388.7 mm, sıcaklık ortalamaları ise 10.9'dır. Havza'da kuzeyli rüzgarlar hakimdir. Kuzeybatıdan esen karayel ve kuzeydoğudan esen poyraz en yüksek esme şiddetine sahiptir. Güneyli rüzgarlar ise en büyük esme şiddetini gösterirler. Kışın çoğunlukla kar şeklinde görülen yağışlar, kuzeyli rüzgarlara kapalı vadilerde (Damsa, Gibos Vadisi) görülmez. Topografyaya bağlı bu mikro klimatik özelliklere, Kapadokya'nın pek çok yerinde rastlanır. Bu alanlar özellikle şaraplık üzüm bağları için uygun mekanlardır (Saklav, 2010:37-39).

Nevşehir Türkiye Deprem Bölgeleri haritasında 3. derecede tehlikeli deprem bölgesinde bulunmakta olup bugüne kadar hasar yapıcı herhangi bir deprem kayıt edilememiştir. Merkez, Avanos, Gülşehir, Hacıbektaş, Kozaklı ve Ürgüp ilçeleri 3. ve 4. derecede tehlikeli deprem bölgesinde bulunurken Acıgöl ve Derinkuyu ilçeleri ile Merkez ilçeye bağlı Kaymaklı beldesi 4. derecede tehlikeli deprem bölgesinde yer almaktadır.

Toprak ve Arazi Yapısı

Vadi, batıda Oylu, doğuda ise Avra dağları ile çevrelenmektedir. Kuzey- güney yönünde yaklaşık 450 metre, doğu batı yönünde ise 200 metrelik bir uzunluğa sahip olan vadi yaklaşık 10 hektarlık alanı kapsamaktadır. Değişken olan eğim yolları, merdivenli sokakları ve bina biçimlerini oluşturmakta etkili olmuştur. Sinasos'un zemini volkanik tüf tabakası ile kaplıdır (Yıldırım, 2003:22-23). Jeolojik rapora göre; Mustafapaşa, volkanik özellikteki tüf kayalar, ıslanma-kuruma, ısı değişikliği ve bunun sonucunda meydana gelen yüzeysel yumuşama ve su, rüzgâr erozyonundan kolayca etkilenmektedir. Bu yapı kasabanın mimari yapısında etkili olmuştur. Oluşan bu kayaların oyulmasıyla yeni mekanlar elde edilmiştir (Altundağ, 2003:6). Mustafapaşa kasabasının toprak yapısı zengin tarımsal özellikler taşımamaktadır ve bu sebeple verimliliği düşüktür. Halkın %40'ı tarımla uğraşmakta ancak, ürettiklerinin çoğunu kendileri tüketmekte, ticaret amaçlı tarım yaygın görülmemektedir (Yıldırım, 2003:26).

Bitki Örtüsü

Karasal iklimin hâkim olduğu bu bölgede bitki örtüsünün de iklim özellikleriyle yakından ilişkisi vardır. Ana yapı volkanik tüflerden oluşmaktadır. Vadi tabanları hariç, bitki örtüsü steplerden oluşur. İlkbaharda yemyeşil olan çevre, yaz başlangıcında kuruyarak otsu bir görüntü alır. Başlıca otsu türler; kekik, geven, sığırkuyruğu, gelincik gibi başlıca otsu türleridir. Orman yok denecek kadar azdır. Dağlık bölgelerde orman özelliği olmayan meşelikler yer yer bulunmaktadır (Boyraz ve Zeren, 2012:29).

Su Kaynakları ve Diğer Doğal Kaynaklar

Bölgede Ürgüp ilçesinin 5 km doğusundaki Ürgüp Kaplıcası dışında termal kaynak bulunmamaktadır ve genel zemin su düzeyi oldukça düşük bir seviyededir. Enerji üretimi amacıyla da su kullanımı mevcuttur (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı,2015).

Peri bacaları ve vadiler Mustafapaşa yerleşimindeki doğal değerlerdir. Sarp yamaç veya kayalıklarda bulunan bir veya iki katlı kaya oyma evler, manastır ve kiliseler vadilerin özelliklerini vurgulamaktadır. Bu tür yerler günümüzde ev veya otel olarak kullanılmaktadır. Yerleşimin kent dokusunun doğal unsurları olan ve kuzey-güney yönünde uzanan bu vadiler; Gibos Vadisi, Bey Deresi Vadisi gibi doğal ve kültürel miras değerleridir. Neredeyse 1 km uzunluğundaki Gibos Vadisi kasabanın güneybatısındaki en derin ve en etkili vadidir. Gibos Vadisi'nin devamı olan Bey Deresi Vadisi ise 1,5 km uzunluğundadır (Ter vd., 2013:139-140).

8.2. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı

Mustafapaşa Beldesi, Ürgüp İlçe merkezine 10 dakikalık araç mesafesinde olup, sabah 08.00'dan itibaren başlayıp, akşam 22.30 saatlerine kadar ilçeden beldeye ulaşım hizmeti sağlanmaktadır. Ulaşım hizmeti kooperatifler tarafından sağlanmaktadır. Köy yolları asfalt olup bölgede herhangi bir ulaşım sorunu yaşanmamaktadır.

Haberleşme sisteminde ise telefon ve internet hizmetleri mevcut olup, GSM operatörlerinin servis sağlayıcıları tarafından GSM hizmeti verilmekte olup, internet hizmeti ise fiber optik kablo alt yapısında mevcut olarak kullanımdadır.

Su ve elektrik abone sayıları birbiriyle aynı oranda olup, 900 ile 1000 arasında hanede kullanımı mevcuttur. Elektrik ve aydınlatma açısından herhangi bir sorun yaşanmamaktadır. Bölgede doğal gaz hattı yoktur. Bununla ilgili gerekli başvurular gerçekleştirilmiş ancak, bu altyapının kurulması için maddi olanakların yeterli olmayışından dolayı bu başvuru askıya alınmıştır.

Yan sanayi olarak şarap üretim merkezi olup, 3 ayrı şaraphane bulunmaktadır. 1 adet halıcılık işletmesi, 1 adet tamir atölyesi bulunmaktadır. Şarap imalathanesinde 30, halı atölyesinde ise 4 kişi çalışmaktadır.

Kuzey- güney yönünde yaklaşık 450 metre, doğu batı yönünde ise 200 metrelik bir uzunluğa sahip olan vadi yaklaşık 10 hektarlık alanı kapsamaktadır. Bu alanın büyük kısmını kaya oyma yapılar ve konaklar oluşturmaktadır. Aynı zamanda turistik yapılar da arazi kullanım alanında oldukça geniş bir paya sahiptir. Tarım alanları ise arazi kullanımında kısıtlı olup, tarıma elverişli olmayan yapısından dolayı tarım amaçlı kullanım kısıtlı bir alanda gerçekleşmektedir.

Dağıtım ve pazarlama olanakları ise imalatçılar tarafından sağlanabilmekte, aynı zamanda yerel yönetimin de katkısıyla zaman zaman pazarlama konusunda adımlar atılmaktadır. Yine Nevşehir Üniversitesi veya Kapadokya Üniversitesi aracılığıyla gerçekleştirilen sempozyum, seminer festival vb. etkinliklerle de pazarlama açısından bölgeye katkı sağlanmaktadır. Başka bir pazarlama sağlayıcısı ise bölgede faaliyet gösteren seyahat acenteleridir. Bu acenteler pazarlamaya katkı sağladığı gibi dağıtım aşamasını da üstlendikleri birçok turizm hizmetiyle dağıtım olanaklarının da geliştirilmesi yönünde önemli paya sahiplerdir.

Hammadde temini ise bölgedeki toptancılar ve hal işletmelerinden, endüstriyel kuruluşlardan sağlanmaktadır. Kaynaklara erişim konusunda sıkıntı yaşanmamakla birlikte bölgede halkın kendi üretimini gerçekleştirdiği alanlar da mevcuttur. Örneğin; el sanatları, tarım ürünleri yöresel ürünler vs. gibi.

8.3. Sosyal Altyapı

2018 verilerine göre belde nüfusu 1301 kişi olarak belirlenmiştir. Mübadeleden dolayı bölgede yaşayan halkın etnik kökeninde farklılıklar görülmektedir. Rumlarla Türklerin bir arada yaşadığı Rum gelenek-görenek ve kültüründen yüksek oranda etkilenen bir bölgedir. Öyle ki bölgenin bir zamanlar adı bile Sinasos'tur. Bazı yemekler de Rumlara ait olduğu için isimleri bile yabancıdır.

Bölgede istihdamın asıl kaynağı turizmdir. Yaklaşık 35 otel bölgede hizmet vermektedir ve bu otellerde bölge halkının çoğuna istihdam olanağı sağlanmaktadır. Tarihi konakları sayesinde turist çeken köy sürekli gelişen bir turizm bölgesi niteliğindedir.

Bölge halkının gelir seviyeleri ise yüksektir. Çünkü yerel halk birçok alanda yatırım gerçekleştirmekte veya farklı alanlarda çalışmaktadır. Bu sebeple gelir elde etmektedirler. Başlıca ekonomik sektörleri şöyle sıralayabiliriz; tarım, hayvancılık, inşat, turizm, sanayi, ticaret ve idari hizmetler. En çok emekli ve idari hizmet birimlerinde çalışanlar mevcuttur. Bunu inşaat, turizm, ticaret ve tarım sektörü izlemektedir.

Beldenin önemli kısmı ilkokul mezunudur. Ancak 30 yaş altı kesimin eğitim derecesinin yüksek olduğu gözlenmiştir. Okuma yazma bilmeyenlerin tamamına yakınının ise orta yaş üzerinde olduğu görülmektedir. Köydeki mevcut okulun ise bakıma ihtiyacı olduğu görülmektedir. İlköğretimden sonra eğitimini sürdürmek isteyenlerin Ürgüp'te eğitimlerine devam etmeleri gerekmektedir.

Sosyal hizmetler bağlamında pek fazla kuruluş bulunmaktadır. Kütüphane ve sağlık ocağı hizmet vermektedir. Kütüphanedeki kitap kapasitesiyle Nevşehir ilçeleri arasında üçüncü sırayı almaktadır ancak; okuma oranı bunun aksi yönde seyretmektedir. Yani bölgede kitap okuma oranı oldukça azdır. Sağlık ocağının personel kapasitesi ise 8-10 civarındadır. Halk hizmetleri yeterli görmektedir.

8.4. Kurumsal Yapılar

Mustafapaşa Kurumsal altyapısı aşağıdaki gibidir:

- Bölgede jandarma noktası mevcut olup, Ürgüp merkeze 5 km mesafede jandarma karakolu bulunmaktadır.
- Bölge 2014 yılına kadar belediye olarak hizmet vermiş olup, 2014 yılında nüfus 2000'in altında olduğu için belediyeden düşürülmüştür.
- 1 adet sağlık ocağı mevcut olup, ebe, hemşire, doktor, sağlık memuru ve çevre sağlığı memurundan oluşan 8-10 kişilik bir kadro ile hizmet vermektedir.
- 1 adet halk kütüphanesi mevcut olup, ilk başlarda gezici hizmet veren kütüphane eski belediye binasına devredilmesiyle birlikte sabit bir duruma gelmiştir.
- 1 adet ilkokul,

- 1 adet eczane,
- 1 adet PTT kuruluşu,
- 1 adet ortaokul,
- 1 adet üniversite
- Hizmete devam eden Mustafapaşa muhtarlığı mevcuttur.

8.5. Çevresel Etkilerin Ön-Değerlendirmesi

Turizm ve rekreasyon faaliyetleri aynı zamanda biyolojik çeşitliliği tehdit eder. Eko-turizm gibi ekolojik olarak sürdürülebilir aktiviteler bile dikkatli bir şekilde yönetilmezlerse olumsuz çevresel etki bırakmaları olasıdır (Panizzon ve Boulton, 2000).

1- Su Kirliliği

Nevşehir ili Organize Sanayi Bölgesi'nde yıllarca tüzel kişilik kazanamamasından dolayı çevre sorunları yaşanmıştır. Bölgedeki tehlikeli atık işleyen firmalara atık su arıtma tesisi yaptırılmış, Çevresel Etki Değerlendirmesine giren tesislerde ise fosseptik taahhüdü verilerek atık su arıtma tesisi yapılmasını hızlandırılması önem arz etmektedir.

İlçe Belediyelerinden Acıgöl ve Gülşehir'in atık su arıtma tesisinin inşaatları tamamlanmasına rağmen projedeki eksiklikler nedeni ile işletmeye alınmıştır. Belde belediyelerinde ise mali imkânsızlık nedeniyle atık su arıtma tesisi yapılamamıştır. Bunun yanı sıra, doğal arıtma tesisi için yardım alan ve kapanan belediyelerin tesisleri de çalışmamaktadır.

2- Atıklar

İlde vahşi depolama alanlarından kaynaklı atık sorunu mevcuttur. Kapadokya İl Özel İdareleri ve Belediyeler Birliğinin düzenli depolama tesisi 2013 yılında faaliyete geçmiştir. Bununla birlikte, Acıgöl, Gülşehir, Karapınar, Ortahisar, Uçhisar, Nar, Sulusaray, Çat, Nevşehir Belediyeleri vahşi depolama rehabilitasyon projelerini Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğüne göndermiştir fakat küçük belde belediyeleri için rehabilitasyon konusunda sorunlar devam etmektedir. İlde hayvan gübrelerinden kaynaklı da atık sorunları bulunmaktadır.

3- Hava Kirliliği

Nevşehir ili hava kirliliğinin ikinci derecede yoğun olduğu iller kapsamında değerlendirilmektedir. İlde bir adet hava kirliliği ölçüm istasyonu mevcut olup küçük sanayi bölgesinde doğalgaz alt yapı çalışmaları ve kentsel dönüşüm çalışmalarının yoğun olarak yapıldığı alanda yer almaktadır. Manastır Vadisi'ne yakın yerleşim birimlerinde çeşitli hava kirlilik tespitlerinin yapılması beklenmektedir.

4- Doğal Çevrenin Tahribatı

Önemli pomza madeni rezervlerine sahip olan Nevşehir ilinde kaçak pomza alımları nedeni ile tahrip edilmiş alanlar bulunmaktadır ve bu alanların doğaya yeniden kazandırılmasında sıkıntılar yaşanmaktadır. Mustafapaşa'da yer alan yen ikame merkezlerinin oluşumunda ve yapıların alana kazandırılmasındaki inşaat faaliyetlerinde, çevredeki peri bacası oluşumlarının koruma alanı taahhütlerine göre ve koruma öncelikli bir planlama ile projelendirilmesi önem arz etmektedir.

5- Taşıma Kapasitesi Kavramı

Taşıma kapasitesi kavramının kökleri demografi, biyoloji ve uygulamalı ekoloji çalışmalarına dayanmaktadır. Literatürde ilk kez 1922 yılında Hadwen ve Palmer tarafından mera yönetimi konusuna atfen kullanılan taşıma kapasitesi kavramı sadece doğal alanlar ve yaban yaşamının yönetimi konularıyla sınırlı kalmamış, çevre bilimleri ve sosyal bilimler alanlarında rekreasyon ve turizm analizlerine uygulanmıştır. Odum'a (1959) göre en genel şekliyle taşıma kapasitesi, çevresel faktörlerin zorladığı son gelişme sınırlarına ilişkin doğal kaynaklar ve çevre yönetimi konularının temel kavramıdır (Manning, 1999).

Taşıma kapasitesini kavramlaştırarak, anlaşılabilir ölçü standartları oluşturmak, turizm planlamaları için temel bir unsurdur" (Simon, Narangajayana ve Marques, 2004:277). Taşıma kapasitesi kavramı turistik alanlarda yaşanan olumsuz gelişmeler neticesinde önem kazanmıştır. Kavram, dünyada gelişen insan aktiviteleri ile evrenin bu aktiviteleri taşıyabilme gücü arasındaki ilişkidir (Ünlüönen ve Tokmak, 2009: 18).

Taşıma kapasitesi çalışmaları, gelişmemiş ve gelişmekte olan turizm bölgeleri için daha fazla önem taşıyabilir. Konu ile ilgili yapılan bazı araştırmalar (Sayan ve Ortaçeşme, 2005; WTO, 1992; Gülez, 1989) incelendiğinde, genel olarak fiziksel taşıma kapasitesinin ele alındığı görülmektedir. "Bu araştırmalar sahip oldukları olanaklarla, turistik merkezlerdeki ziyaretçi sayıları ile ilgili açıklamalar ortaya koymuştur. Bu çalışmalarda, "ne kadar fazladır?" sorusu zaman içinde yerini, "farklı düzenlemeler içinde ne çeşit kaynak ve sosyal koşul uygun ve kabul edilebilirdir?" sorusuna bırakmıştır" (Stankey ve McCool, 1989: 497). Ancak Williams ve Gill'e (1994) göre "turizm yönetiminin pratikteki anlamında, taşıma kapasiteleri çalışmaları, turistik merkezlerdeki tercih edilen koşullar ve sonuçları da belirtmelidir" (Williams ve Gill, 1994: 46).

Taşıma Kapasitesi Türleri

Taşıma kapasitesi kavramı 6 sınıf altında açıklanmaktadır. Bunlar fiziksel, çevresel, psikolojik, ekonomik, politik ve sosyal taşıma kapasitesi kavramladır.

a. Fiziksel Taşıma Kapasitesi: Fiziksel taşıma kapasitesi kavramı, çevresel taşıma kapasitelerini de içine alan bir kavram olup, ondan daha geniş bir içeriğe sahiptir. "Fiziksel taşıma kapasitesi kavramı; doğal kaynaklar dışında insan eliyle yapılmış fiziksel kaynakları içine

almaktadır. Bir tarihi alandaki veya yapıdaki yıpranmanın çevresel problemleri doğuracağı sınır olarak da tanımlanmaktadır" (Kaya, 1997: 58).

b. Çevresel Taşıma Kapasitesi: Tüm taşıma kapasitesi tanımları ortak görüş olarak iki temel düşünce üzerinde birleşmektedir. Bu düşüncelerden ilki; taşıma kapasitesinde davranışsal unsurların, boş zamanları değerlendirme kalitesini yansıttığı ile ilgilidir. Diğeri ise biyofiziksel unsurlardır. Bu anlamda taşıma kapasitesi, "birçok insanın kabul edilemez dikkatsizlik seviyesi ile var olan fiziksel çevreyi kullanmaları ve kabul edilemez bir kalite düşüklüğü ile tüketmeleridir (Simon vd, 2004: 277).

c. Psikolojik Taşıma Kapasitesi: Psikolojik taşıma kapasitesi; Avcı'ya (2007) göre "ziyaretçiler daha önceden zihinlerinde oluşan beklentiler ile çekim yerindeki olanakları karşılaştırırlar, en düşük memnuniyetin altında bir durum yaşamaları halinde turistler başka seçenekli çekim yerlerini aramaya başlarlar" (Avcı, 2007: 492). Holden ise (2002) yapmış olduğu çalışmada; "psikolojik taşıma kapasitesinin ziyaretçilerin bölge ile ilgili memnuniyet derecesini gösterdiğini belirtmektedir" (Holden, 2002: 139). Psikolojik taşıma kapasitesi, Saveriades'e (2000) göre "bir turizm alanının çekiciliğini kaybetmeye başlamadan önce turistlerin hoşgörü ile karşılayabilecekleri kalabalıklaşma düzeyidir"

d. Ekonomik Taşıma Kapasitesi: Turizm ile birlikte o bölgenin ekonomik yapısı üzerinde birtakım değişimler meydana gelmektedir. Ekonomik taşıma kapasitesinin içeriğine bakıldığında ise; yerel halkın katlanmak zorunda kaldığı ve taşıma kapasitesi sınırını zorlayıcı olabilecek maliyetler veya turizm ile birlikte yaşanabilecek pahalılık nedeniyle olumsuz anlamda değişebilecek satın alma durumu düşünülmektedir. Turizm arz kaynaklarını yönetmek için oluşturulan kurumsal yapılar da yerel kapasiteleri içermektedir. Turizmde uzmanlık seviyesi, turizme bağlı diğer sektörlerdeki insan emeği kaybı, yerel düzeyde turizm ve dağıtım konularında elde edilen gelir, yerel insan kaynakları ile ilgili turizm istihdam seviyesi gibi ekonomik değişkenler, turizmle karşı karşıya gelen yerel toplulukların davranışlarının, değerlerinin farklılıklarını ifade etmek için de kullanılabilir (http://ec.europa.eu/).

e. Politik Taşıma Kapasitesi: Turizmin oluşturduğu canlılığın sürdürülebilir kalkınmaya yapacağı olumlu etki, yerel yönetimlerin turizme bakışını olumluya çevirebilecek, bu sayede turizm, yerel bazda politik taşıma kapasitesini geliştirici bir rol oynayabilecektir. Turizmin o bölgeye sağladığı ekonomik ve sosyal faydalar, yerel politik karar alıcılarının da politikalarını etkileyecek ve yerel yönetimlerin turizmin gelişmesini destekleyici politikalar oluşturmalarına ve uygulamalarına yol açabilecektir. Turizmin sağladığı faydalar, ülkeler ve devletlerarası ilişkileri olumlu yönde geliştirici bir özelliğe sahiptir.

f. Sosyal Taşıma Kapasitesi: Taşıma kapasitesi çevresel, fiziksel, ekonomik ve politik faktörlerden olduğu kadar ziyaretçilerin ve bölge halkının özelliklerinden ve deneyimlerinden de etkilenmektedir.

"Sosyal taşıma kapasitesi; ziyaret edilen bölge halkının, turistlerin davranışları ve huzuru için göstereceği hoşgörü düzeyi ve turistlerin kalabalıklaşma derecesinin diğer turistler tarafından kabul edilmeye hazır olduğu seviye olarak tanımlanmaktadır" (Kaya, 1997: 58). "Turizm, toplumsal değişmeyi gerçekleştiren bir dinamiktir. Değişme, önceki varoluş tarzına göre farklılaşma olarak benimsense de bu kavram, her zaman gelişme ve ilerlemeyi içeremez" (Bal, 1995: 25).

Yukarıdaki değerlendirmeler makro ölçekte Nevşehir mikro ölçekte Mustafapaşa olarak düşünülebilir. Çevresel etkiler ön değerlendirme şeklinde yapılmış olup, asıl değerlendirme uygulama projesi ÇED raporuyla birlikte yapılmalıdır.

Peyzaj düzenleme için seçilen bitkiler yöreye ve bitki örtüsüne uygun ürünlerdir.

8.6. Alternatifler, Yer Seçiminde göz önüne alınan faktörler ve Arazi Maliyeti

Kuruluş yerinin seçimini etkileyen faktörler

Mevsim otelciliğinde mesafe en önemli faktördür, çünkü gidiş-dönüş için ayrılan zaman arttıkça gidilen yerdeki mevsimlik tesiste konaklama süresi kısalır. Mevsimlik otellerin kuruluş yeri seçilirken göz önüne tutulacak önemli bir faktörde personel temin etme ve Personelin Konaklama olanaklarıdır. Belli bir yerde yapılan üretim (veya pazarlama) faaliyetine üstünlük sağlayan (özellikle maliyet üstünlükleri sağlayan) her şey kuruluş yeri faktörü olarak nitelendirilebilir. Kuruluş yeri faktörleri genel olarak dört ana bölümde ele alınmaktadırlar.

1.Ekonomik Faktörler İşletmenin materyal kaynaklarına uzaklığı dikkatle değerlendirilmelidir Hammadde, enerji, işçilik vb. gibi faktörler bu grupta ele alınmaktadırlar. Ulaştırma olanakları, arazi ve inşaat maliyetleri, pazara yakınlık, iş gören sağlama kolaylıkları, altyapı ve hizmetlerin varlığı.

2.Doğal Faktörler İklim ve arazinin durumu kuruluş yeri seçimini etkileyebilir. Arazi yapısı, yüksekliği, ısı farklılıkları, yerin deprem kuşağında olup olmaması, nemlilik derecesi, hatta rüzgâr durumu, karar verilme sırasında etkin olan noktalarındandır.

3.Sosyal Faktörler Bu nedenle çalışanların arzu ettikleri bir yaşam biçimi çerçevesinde görev yapmaları hem kendileri hem de firma açısından sonsuz yararlıdır. Yetkililer, yeri seçerken bu konuyu göz ardı etmemelidirler. Konuya ilişkin şekilde, yöneticiler tarafından işletmenin beşerî ögesi(personel) ile ilgili olarak, personelin seçimi, işe yerleştirilmesi ve özellikle güçlendirilmesi gibi temel işlevlerin gereği gibi yerine getirilmesine yardım edecek. Psikolojik, toplumsal ve antropolojik nitelikte bilgiye de ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, gürültü yapacağı. Havayı kirleteceği veya suya zarar vereceği gerekçesi ile toplumun direnişi, işletmenin yerinin seçimini etkileyebilir. Toplumun sağlığını, şehirlerin kuruluşunu ve gelişmelerini göz önüne tutarak Devlet ve Belediyeler, işletmenin kuruluş yerlerine ilişkin türlü sınırlayıcı yasalar veya yönetmelikler koymaktadırlar. Kuruluş yeri seçilirken, bu yasa ve yönetmeliklere uyma zorunluluğu dikkate alınmalıdır.

4 Psikolojik. Fizyolojik ve Politik Faktörler Kuruluş yeri faktörlerinin bölümlenmesinin son aşamasını teşkil eden psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler, müteşebbisin kişisel durumunun ve devlet yönetiminde yer alanların politikalarına ilişkindir. Konuyu örnekleyerek açıklamanın daha doğru bir saptama yapacağı düşüncesindeyiz. Müteşebbisin, bir ülkenin belirli bir bölgesinde yaşayan insanlara karşı duyduğu yakınlığın da kuruluş yerinin seçiminde rolü olabilir veya müteşebbis, kür yeri, banyo veya plaj kasabası gibi sağlığına yararlı olacak bir yeri kuruluş yeri olarak seçebilir. Devlette iktisadi ve sosyal yararlar sağlayacağı düşüncesiyle, işletmelerin belirli yerlerde kurulmasını öngörebilir veya işletmecilik bakımından kurulmaması gereken yerlerde işletmelerde kurulabilir.

Hizmette başarıyı getiren temel unsur; iyi bir mutfak planlaması, araç ve gereçlerin temini ve hizmet verecek ekibin uyum içinde çalışması ile mümkündür (Cemalcılar, 1976:47).

9. TEKNİK ANALİZ ve TASARIM

9.1. Ürün seçimi

Ürün seçiminde Kapadokya yöresi genel turizm hizmet sunumu değerlendirilmiştir. Bu çerçevede Kapadokya'da sunulan önemli çekirdek ürünler Mini Kapadokyada'da da sunulmaya çalışılacaktır.

Sunulacak ürün ve hizmetlerin genel özellikleri;

Otopark hizmeti; Mini Kapadokya girişinde mevcut otopark hizmeti

Mini Kapadokya giriş bedeli: Mustafapaşa mahallesini gezen yerli ve yabancı turistler Mini Kapadokya'ya girmek için ödeyecekleri ücret

Restoran hizmeti; Yöresel yemekler, Türk Mutfağı, alkollü ve alkolsüz içecekler

Dükkanlar: Alışveriş amaçlı kullanılan dükkanlarda yöresel ürünler ve turistik ihtiyaçlar sunulacaktır.

Amfi tiyatro: Mevsime ve yoğunluğa göre etkinlik turizmi çerçevesinde etkinlik yapılacaktır. Bu etkinlikler, mapping, tiyatro gösterileri, pandomin, özel gün ve kutlamalar.

Fotoğrafçılık: Seyir terasında fotoğrafçılık.

Halıcılık; İpek böcekçiliği ve halıcılık bağlamında, halı satışı

At çiftliği: Ata binme

Balon: Fotoğraf çekimi ve görsel izleme amaçlı gösteri balonu.

Yöresel ürün satışı: Nevşehir yöresine ait ürünlerin satışı, örgü/bez bebek, çömlek, pomza taşı, şarap, kabak çekirdeği, patates, üzüm, sera ürünleri gibi yöresel ürün üretimi,

9.2. Kurulu Kapasite analizi ve seçimi

Otopark hizmeti; Mühendislik olarak belirlenen araç ölçülmüş, Mimar 30 araç 4 otobüslük kapasite öngörmüştür.

Mini Kapadokya giriş bedeli: İnanç ve kültür turizmi kapsamında Kapadokya'ya gelen ortalama turist sayısı 2.800.000 turistin yüzde 10'luk kısmı tahminlenerek belirlenmiştir.

Restoran hizmeti; 500 metrekarelik alanda mimari projeye göre 150 kişi kapasiteli restoran öngörülmüştür.

Dükkanlar: Restoranın altında alışveriş amaçlı kullanılan 8 dükkân sığmaktadır. Dükkanlarda yöresel ürünler ve turistik ihtiyaçlar sunulacaktır.

Amfi tiyatro: 1000 kişilik kapasite mevcuttur. 1500 metrekarelik alana sahiptir.

Fotoğrafçılık: 550 metrekarelik seyir terasında fotoğrafçılık faaliyetleri öngörülmüştür.

Halıcılık; 400 metrekarelik halı müzesi öngörülmüştür.

At çiftliği: 2100 metrekarelik ahır ve manej alanı.

Balon: 500 metrekarelik balon kalkış alanı.

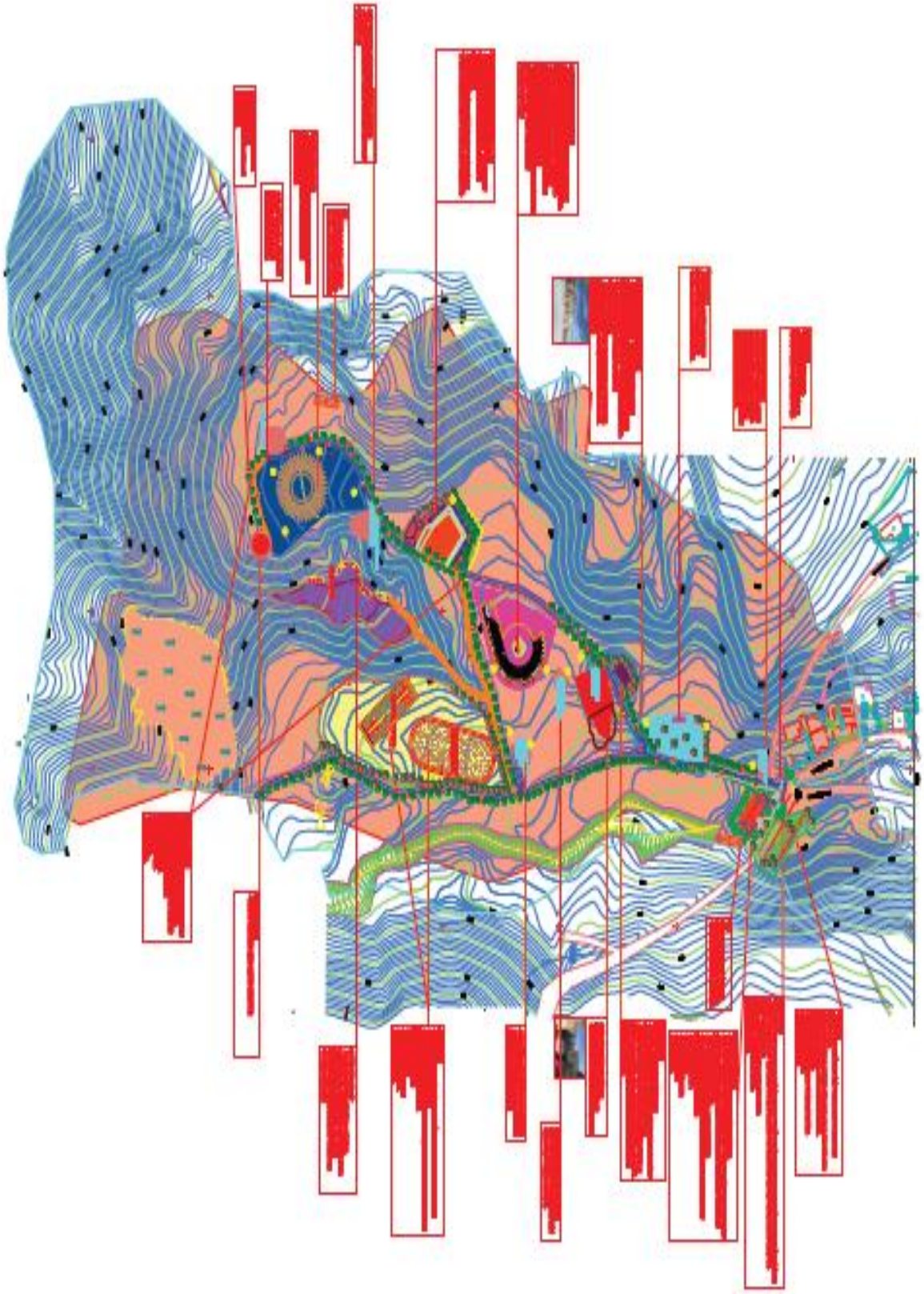
Yöresel ürün satışı: 250 metrekarelik yöresel ürün satış alanı.

9.3. Teknik Kapasite Kullanım Oranı

Satış ve rekabet olanakları bölümünde değinilen konular, Mini Kapadokya için Ortalama Kapasite Kullanım Oranları hesaplanmış, fizibiliteye konu ve eşi benzeri olmayan Mini Kapadokya'nın tanınma ve tutunma faaliyetlerinin zaman alacağı hususu da dikkate alınarak aşağıda verilen doluluk oranları ile çalışacağı öngörülmektedir.

	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI	46,57%	56,49%	54,22%	59,17%	63,74%	65,44%	71,20%	75,54%	80,49%	83,82%

9.4. Tesis Yerleşim Planı



Yatırım yeri seçiminde daha önce yapılan kuruluş yeri seçim faktörleri önem taşımaktadır. Her mevsim turizm kazanımı olan Mustafapaşa Manastır Vadisi'nde alanda yapılması planlanan restoran-kafeteryanın en önemli özelliği ve işlevselliği alandaki konumudur. Çünkü gidiş-dönüş için ayrılan zaman arttıkça gidilen yerdeki restoran-kafeteryada bulunma süresi kısalır. Belli bir yerde yapılan üretim (veya pazarlama) faaliyetine üstünlük sağlayan (özellikle maliyet üstünlükleri sağlayan) her şey kuruluş yeri faktörü olarak nitelendirilebilir. Tesis yeri seçiminde de kuruluş yeri faktörleri ele alınmaktadırlar.

Manastır vadisi tesis seçiminde; Hammadde, enerji, işçilik vb. gibi faktörler bu grupta ele alınmaktadırlar.

Ulaştırma olanakları, arazi ve inşaat maliyetleri, pazara yakınlık, iş gören sağlama kolaylıkları, altyapı ve hizmetlerin varlığı, iklim ve arazinin durumu kuruluş yeri seçimini etkileyebilir. Arazi yapısı, yüksekliği, ısı farklılıkları, yerin deprem kuşağında olup olmaması, nemlilik derecesi, hatta rüzgâr durumu, karar verilme sırasında etkin olan noktalarındandır. Toplumun sağlığını, şehirlerin kuruluşunu ve gelişmelerini göz önüne tutarak Devlet ve Belediyeler, işletmenin kuruluş yerlerine ilişkin türlü sınırlayıcı yasalar veya yönetmelikler ortaya koymaktadırlar. Tesis yeri seçilirken, bu yasa ve yönetmeliklere uyma zorunluluğu dikkate alınmalıdır. Tesis yeri faktörlerinin bölümlenmesinin son aşamasını teşkil eden psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler, müteşebbisin kişisel durumunun ve devlet yönetiminde yer alanların politikalarına ilişkindir.

9.5. Sabit Yatırımın Uygulama Programı

Tablo 75: Yatırımın Uygulama Planı

Yıllar	**2021**												**2022**									
Aylar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Yatırım																						
Etüt-Proje																						
İnşaat																						
Restorasyon																						
Tesisat																						
Tefriş																						
Teçhizat																						

9.6. Teknik Tasarım

Projenin yatırımcı kurum veya kişi açısından maliyet ve faydaların toplum açısından değerlerinin (gölge ücretlerle) hesaplandığı analize Ekonomik Analiz (Sosyal Fayda-Maliyet Analizi) denir. Yani projenin ulusal ekonomi açısından analiz edildiği ekonomik analizde, ekonomik kârlılık, diğer bir deyişle kaynakların etkin kullanılması yoluyla gelirin maksimize edilmesi (büyüme) amaçlanır. Bu yöntemde cari piyasa fiyatları yerine kaynakların fırsat maliyetlerini yansıtan "gölge fiyatlar" kullanılır.

Fiyatların yetersiz olduğu veya hiç oluşmadığı durumlarda toplumsal fayda ve maliyetleri yansıtması için mallara ve faktörlere bağlanan fiyatlardır. Ekonomik analizde kullanılan gölge fiyatlara ayrıca muhasebe fiyatları, ekonomik fiyatlar veya etkinlik fiyatları da denir.

Teknik Tasarım kabuller;

- Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilmiştir.
- Yatırım Maliyeti tablosunda yer alan maliyetler, Mimarı, Mekanik, Statik, Zemin, Elektrik, Harita, Peyzaj mühendisleri odasının güncel metrekare hesaplama birim fiyatları üzerinden ve "MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK HİZMET BEDELLERİNİN HESABINDA KULLANILACAK 2020 YILI YAPI YAKLAŞIK BİRİM MALİYETLERİ HAKKINDA TEBLİĞ" de bulunan yapı sınıfının metrekare değerlerine göre hesaplanmıştır.
- Mini Kapadokya günlük 12 saat açık kalacağı, 365 gün hizmet vereceği, 83 adet 7mt.lik led aydınlatma direği (120w) ve 26 adet led projektör (240w) özel aydınlatma sistemi Türkiye'de bu anlamda ilk kez akşam saatlerinde de ziyaretçi alabilecek, uygun hava koşulları olduğu sürece akşam saatlerinde de balon kullanma imkânı verebilecek bir özel alan olacaktır.
- İndirgeme oranı %20 ve Kurumlar Vergisi %22 olarak dikkate alınmıştır.

Peyzaj Düzenleme

Mini Kapadokya mimari projesi iklime, topografyaya ve turizm konseptine uygun olarak tasarlanacak; çevre ile uyum içinde olması kriteri göz önünde tutulacaktır.

Yöreye uygun, alanın konumu da göz önüne alınarak uzun vadeli, bakımı kolay bir bitkisel tasarım yapılması önerilmektedir.

Vadi girişinde tasarlanan otopark alanında yöreye özgü doğal taşların kullanılması, kullanılacak bitkilerin gölge yapıcı yapraklı ağaçların olması önerilmektedir. Önerilen bitki türleri;

-ROBINIA PSEUDOACACIA UMBRACULIFERA

-PRUNUS CERASIFERA

-TILIA TOMENTOSA

Vadi girişinde tasarlanan giriş kapısının çevresinde girişi vurgulamak amacı ile kullanılması önerilen bitki türleri;

-THUJA ORIENTALIS PYRAMİDALIS AUREA

-CUPRESSUS ARIZONICA GLAUCA

-JUNIPERUS SABINA

Restoran ve alışveriş birimlerinin bulunduğu binanın bahçesinde yeşil alan oluşturularak oturma birimleri tasarlanması önerilmektedir. Sonbahar renklenmesi yapan ağaçlar, ilkbaharda çiçeklenen çalı grupları, yaprak dökmeyen ağaçlar ve ibreli türler kullanılarak her mevsim yeşil görünecek bahçe oluşturulması önerilmektedir.

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

-CEDRUS LIBANI

-PINUS NIGRA

-ACER PALMATUM

-VİBURNUM TİNUS

-SYRINGIA VULGARIS

-ROSA MEİLLAND

Aslına uygun olarak tekrar yapılması önerilen halı müzesinin çevre düzenlemesinde ipeğin oluşmasını anlatan bilgilendirmelerin olacağı panolar tasarlanmalıdır. Doğasına uygun olarak ipek böceklerinin beslenebilmesi için ihtiyaç duyulan türden ağaçlar kullanılarak peyzaj düzenlemesi yapılması önerilmektedir. Önerilen bitkiler

-MORUS ALBA

-MORUS ALBA PENDULA

At çiftliği ve manej alanı peyzaj düzenlemesinde gölge oluşturacak yapraklı bitkiler, soliter kullanılabilen ibreli bitkiler kullanılması öneriliyor.

Önerilen bitkiler:

-ACER NEGUNDO

-PLATANUS ORIENTALIS

-PRUNUS CERASIFERA

-TILIA TOMENTOSA

-PİNUS NİGRA

-CEDRUS LİBANİ

Rekreasyon ve dinlenme alanı içerisinde gölge oluşturabilecek bitkiler kullanılmalıdır. Alanda oluşturulacak oturma birimleri yöreye uygun doğal malzemeler kullanılarak tasarlanmalıdır. Önerilen bitkiler;

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

Vadi içerisinde bulunan ve ilave olarak eklenecek gezinti yolu boyunca alle bitkisi olarak kullanılacak bitkiler önerilmektedir.

--LAGERSTROEMİA İNDİCA

-MORUS ALBA

-LİGUSTRUM JAPONİCUM

-ALBİZZİA JULİBRİSSİN

-PLATANUS ORİENTALİS

9.7. Yatırım Maliyetleri

Tablo 76: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu

YATIRIM BÜTÇESİ	1. Dönem	Toplam Tutar (TL) (KDV Hariç)	
A- UYGUN HARCAMALAR	**29.339.469,40**	**29.339.469,40**	
Yapım İşleri	27.623.963,17	27.623.963,17	
İşletme Sermayesi Değişimi	1.715.506,22	1.715.506,22	
B- TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B)	**29.339.469,40**	**29.339.469,40**	
FİNANSMAN KAYNAKLARI	**1. Dönem**	**Toplam (TL)**	
C- İDARE ÖZKAYNAK	23.500.000,00	23.500.000,00	
D- KALKINMA AJANSI DESTEĞİ	6.000.000,00	6.000.000,00	
E- DİĞER KAYNAKLAR			
F- FİNANSMAN KAYNAKLARI TOPLAMI	**29.500.000,00**	**29.500.000,00**	
YATIRIM DÖNEMİ NET NAKİT AKIŞI (F-B)	**160.530,60**	**160.530,60**	**160.530,60**
YATIRIM DÖNEMİ KÜMÜLATİF NET NAKİT AKIŞ	160.530,60	160.530,60	

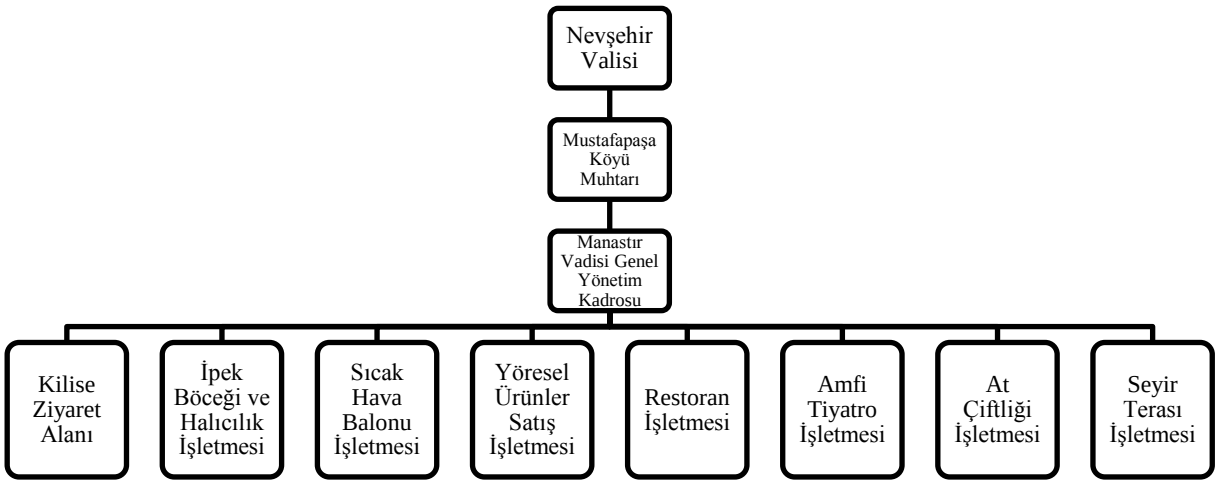
10. ORGANİZASYON YAPISI, YÖNETİM ve İNSAN KAYNAKLARI

10.1. Kuruluşun Organizasyon Yapısı ve Yönetimi

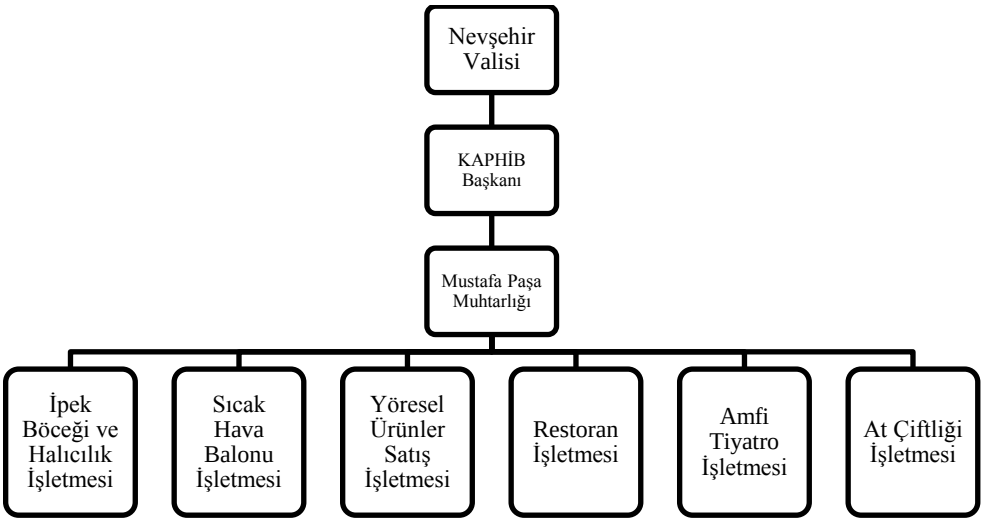
Manastır Vadisi Mini Kapadokya Yönetim Yapısı

Yönetim bir işletmenin temel yapı taşlarını oluşturur. İşletmenin diğer vasıfları bir yana, eğer doğru bir şekilde yönetilmiyorsa, işletmenin ömrünün kısa olması olasıdır. Bir işletme, büyük veya küçük fark etmez, en üst kademeden itibaren sağlam temellerle oluşturulmalı bunun için de yönetim ve organizasyona gereken önem verilmelidir. Aşağıda Manastır Vadisi'nde yer alacak Mini Kapadokya projesinin yapı taşlarını oluşturacak işletmelerin yönetim ve organizasyon yapıları yer almaktadır. Öncelikle organizasyon yapısı genel olarak ele alınmış, ardından her bir işletmenin kendi içerisinde yer alan yönetim yapısı incelenmiştir. Yönetim yapıları ayrı ayrı ele alınan işletmeler; kilise ziyaret alanı, ipek böcekçiliği ve halıcılık işletmesi, sıcak hava balonu işletmesi, yöresel ürün satış işletmesi, restoran işletmesi, amfi tiyatro işletmesi, at çiftliği işletmesi, seyir terası işletmesi olarak sayılabilmektedir.

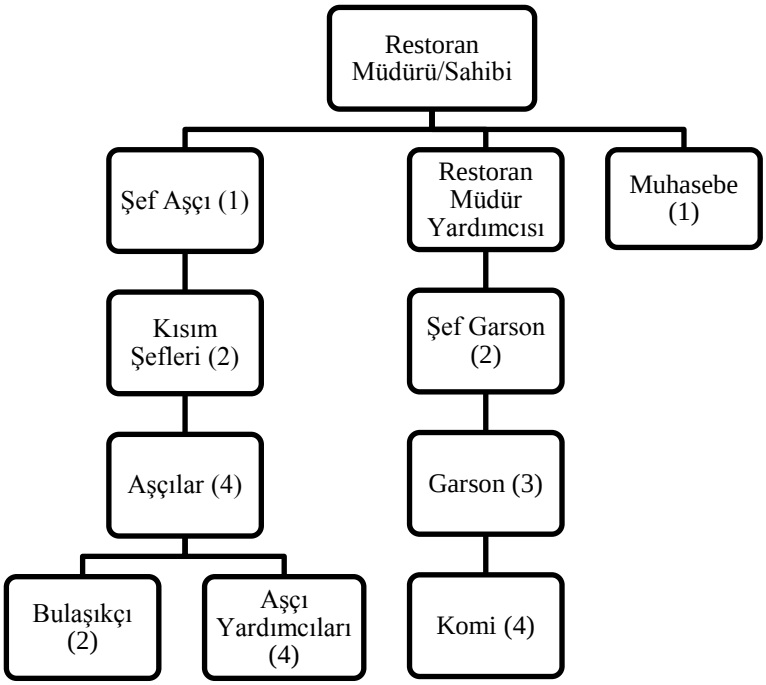
Mini Kapadokya Genel Organizasyon Şeması



Alternatif Organizasyon Şeması



1.Restoran Organizasyon Şeması

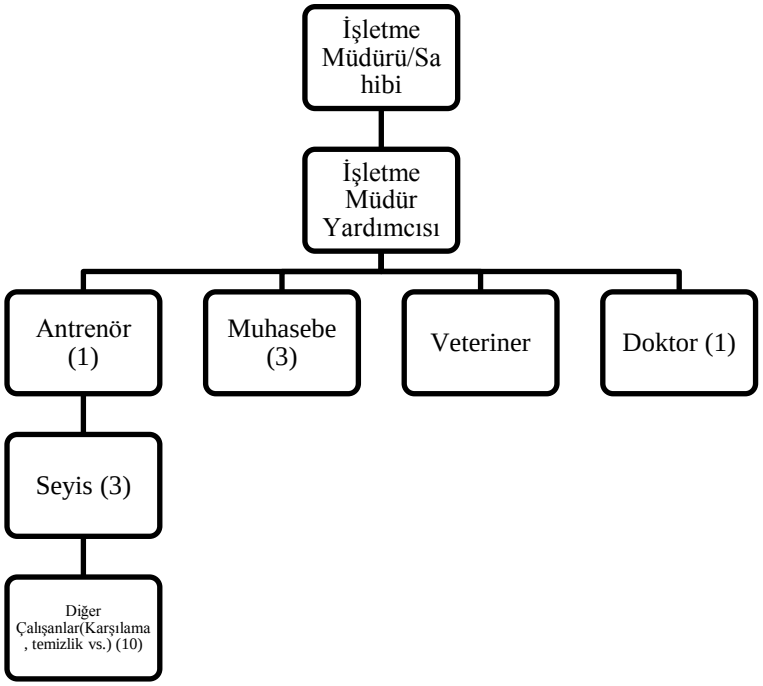


Görev Tanımları

- Restoran Müdürü: Restoranın tüm yönetimini üstlenen kişidir.
- Şef Aşçı: Tüm aşçılardan sorumlu en üst kademe aşçıdır.
- Kısım Şefleri: Kendi bulundukları birimleri yöneten, işlerin yürütülme işini üstlenen orta kademe aşçılardır.
- Aşçılar: Kısım şeflerinin altında çalışan kalifiye elemanlardır.
- Bulaşıkçı: Restoranda sunulan yiyecek içeceklerin, bulaşıklarını yıkamakla görevli kişilerdir.

- Aşçı yardımcıları: Vasıflı veya vasıfsız alt kademe aşçılardır. Genellikle üstlerine yardım ederler.
- Restoran Müdür Yardımcısı: Restoranın işleyişi, yürütülmesi hususunda, müdürden sonra yetkili olan kişidir.
- Şef Garson: Adından da anlaşılacağı gibi tüm garson ve komilerden sorumlu olan garson vasfında kişidir.
- Garson: İşi sipariş almak veya servis etmek olan kişilerdir ve şef garsona bağlıdırlar.
- Komi: Yemek servisinden sonra masaların toparlanması ve düzeltilmesi işini yapan, garsonların altında çalışan görevlilerdir.
- Muhasebe Personeli: Restoranla ilgili tüm finansal olaylarla ilgilenen kişidir.

2.At Çiftliği Organizasyon Şeması

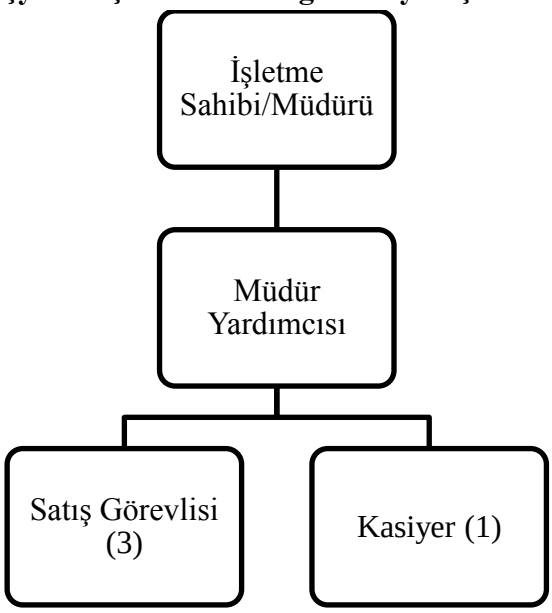


Görev Tanımları

- İşletme müdürü: Çiftlikteki bütün personel ve işleyişten sorumlu olan kişidir.
- İşletme müdür yardımcısı: Müdürden sonra çiftliğin sorumluluğunu üstlenen ikinci kişidir.
- Antrenör: At antrenörü, yarış atlarının idman, bakım, beslenme, hijyen ve resmi kayıtlarından sorumlu olan antrenör lisansı taşıyan kişidir. Atın sağlığını kontrol etmek, yaşadığı yerin fiziki koşullarını ayarlamak, atı yarışa hazırlamak ya da hazır olup olmadığına karar vermek, atın günlük antrenman programını planlamak ve takip etmek antrenörün görevleri arasındadır.
- Seyis: Atların bakımı, beslenmesi ve yetiştirilmesi işini üstlenen kişidir.
- Diğer çalışanlar: Çiftliğin temizliği, ziyaretçilerin karşılanması, kasa sorumluluğu gibi işleri yürüten çalışanlardır.
- Muhasebe: Çiftliğin finansal olaylarıyla ilgilenen kişidir.

- Veteriner: Atların bakımını, sağlık kontrollerini, gerekli durumlarda tedavilerini üstlenen kişidir.
- Doktor: Her türlü olumsuz duruma karşı sağlıkla ilgili oluşan aksi durumlarda yetkili kişidir.

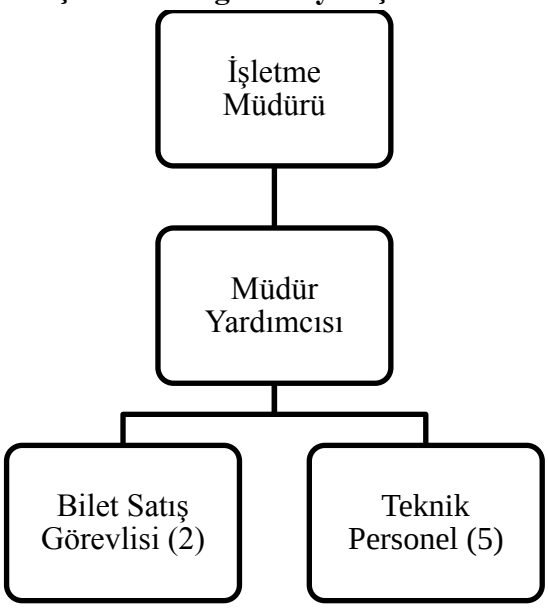
3.Hediyelik Eşya Satış Dükkânı Organizasyon Şeması



Görev Tanımları

- İşletme müdürü: Dükkanla ilgili her türlü durumdan ve personelden sorumlu kişidir.
- Müdür yardımcısı: Müdürden sonra yetkili olan kişidir.
- Satış görevlisi: Bir ürünü müşteriye pazarlamak, satın alması konusunda ikna etmek ve bilgi vermekle görevli kişilerdir.
- Kasiyer: Satın alınacak ürünlerin ödemesinin gerçekleştirilmesini sağlayan kişilerdir.

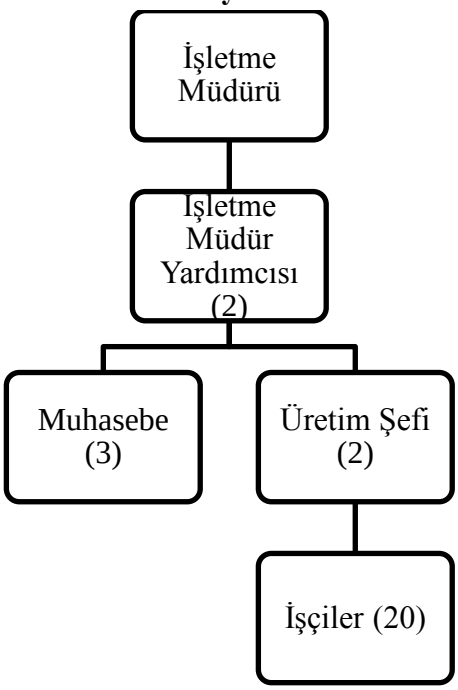
4.Amfi Tiyatro İşletmesi Organizasyon Şeması



Görev Tanımları

- İşletme müdürü: Tiyatro içerisindeki bütün organizasyonlardan ve personelden sorumlu kişidir.
- Müdür yardımcısı: Müdürden sonra amfi tiyatro içerisinde yetkili ikinci kişidir.
- Bilet satış görevlisi: Biletlerin satışını gerçekleştirmekle görevli kişilerdir.
- Teknik personel: Tiyatro alanında gösteri esnasında veya öncesinde ses, görüntü vb. ayarlamalar ve gerekli bütün hazırlıkları yapmakla görevli kişilerdir.

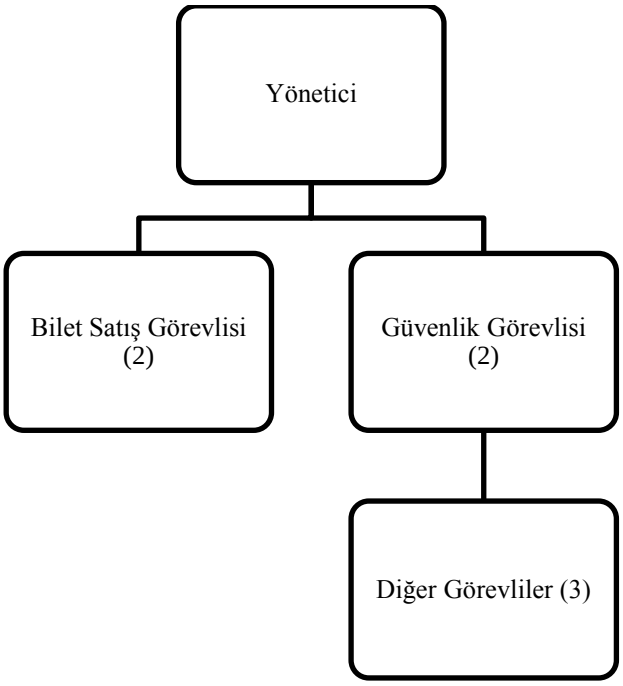
5.İpek Böcekçiliği ve Halıcılık Atölyesi



Görev Tanımları

- İşletme müdürü: İpek böcekçiliği ve halıcılık atölyesindeki bütün durumların ve personelin sorumluluğunu üstlenen kişidir.
- İşletme müdür yardımcısı: Müdürden sonra atölyede yetkili olan ikinci kişidir.
- Muhasebe personeli: İşletmenin tüm finansal olaylarını yürütmekle görevli kişilerdir.
- Üretim şefi: Üretimden sorumludur. Personeli ve işi takip etmekle görevlidir.

6. Kilise Ziyaret Alanı İşletmesi



Görev Tanımları

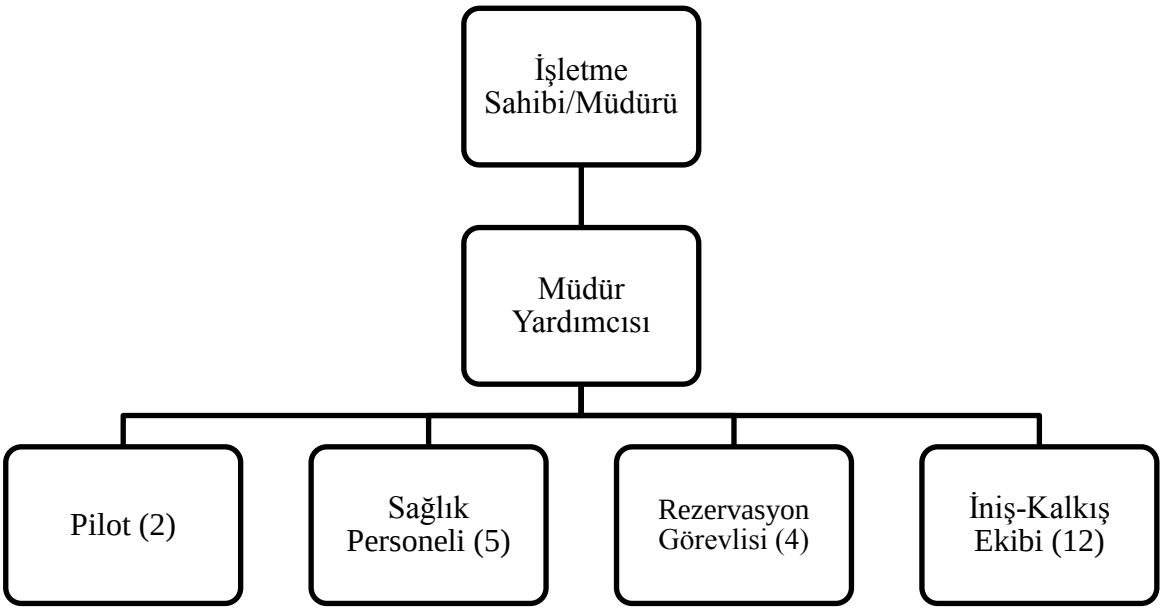
Yönetici: Kiliseyle ilgili her türlü durumdan sorumlu yönetimle görevli kişidir.

Bilet satış görevlisi: Kilise ziyareti için gelen misafirlere bilet satışını gerçekleştirmekle görevlidir.

Güvenlik görevlisi: Her türlü duruma karşı güvenlik amaçlı görevlendirilen kişilerdir.

Diğer görevliler: Temizlik, karşılama, enformasyon gibi görevlerden sorumlu kişilerdir.

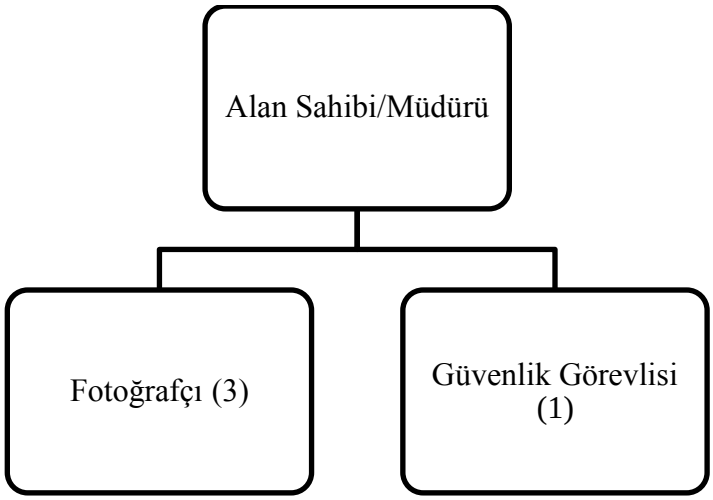
7.Sıcak Hava Balonu İşletmesi



Görev Tanımları

- İşletme müdürü: Balon organizasyon şirketinin genel yönetiminden ve tüm personelden sorumlu kişidir.
- Müdür yardımcısı: İşletme müdüründen sonra balon işletmesinde yetki sahibi olan ikinci kişidir.
- Pilot: Bu alanda eğitim görmüş; balonun iniş, kalkış ve rota belirlemesinden sorumlu kişidir.
- İniş-kalkış Ekibi: Balonun havalanması için ateşleme, kalkışa hazırlama ve inişi gerçekleştirme gibi görevleri olan kişilerdir.
- Rezervasyon görevlisi: Balon organizasyonunun bilet satışları ve rezervasyonlarını gerçekleştiren kişidir.
- Sağlık personeli: Her türlü olumsuzluğa karşı hazırda bekleyen, acil müdahale konusunda tecrübeli sağlık görevlileridir.

8. Seyir Terası İşletmesi



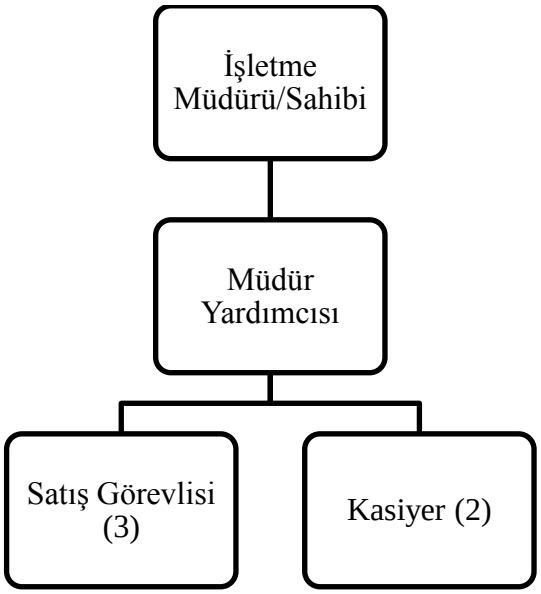
Görev Tanımları

Alan Sahibi/Müdürü: Alanın işletmesinden sorumlu kişidir.

Fotoğrafçı: Seyir terasına çıkan ziyaretçilerin ücret karşılığında fotoğraflarını çeken kişilerdir.

Güvenlik görevlisi: Alanın güvenliğini sağlamakla görevli kişidir.

8. Yöresel Ürünler Satışı İşletmesi



Görev Tanımları

- İşletme müdürü: Yöresel ürünlerin satıldığı işletmenin her türlü sorumluluğunu üstlenen kişidir.
- Müdür yardımcısı: Müdürden sonra yetkili olan kişidir.
- Satış görevlisi: Yöresel ürünler hakkında bilgi vermek, satışına yardımcı olmaklar görevli kişilerdir.
- Kasiyer: Satın almaya karar verilen ürünlerin ödemelerinin gerçekleştirilmesini sağlayan kişilerdir.

10.2. Organizasyon ve Yıllık Yönetim Giderleri

Tablo 77: Genel Yönetim Giderleri (TL)

Genel Yönetim Giderleri	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
a) Personel Giderleri		7.412.522,22	8.153.774,44	8.969.151,89	9.866.067,07	10.852.673,78	11.937.941,16	13.131.735,28	14.444.908,80	15.889.399,68	17.478.339,65
b) Elektrik Giderleri		21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10	33.820,71	37.202,78	40.923,06	45.015,37	49.516,90
c) Su, Gaz Giderleri		14.280,00	15.708,00	17.278,80	19.006,68	20.907,35	22.998,08	25.297,89	27.827,68	30.610,45	33.671,49
d) Yakıt Giderleri		75.600,00	83.160,00	91.476,00	100.623,60	110.685,96	121.754,56	133.930,01	147.323,01	162.055,31	178.260,85
e) Haberleşme Giderleri		21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10	33.820,71	37.202,78	40.923,06	45.015,37	49.516,90
f) Bakım Onarım Giderleri		8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,40	12.298,44	13.528,28	14.881,11	16.369,22	18.006,15	19.806,76
g) Sigorta Giderleri		50.400,00	55.440,00	60.984,00	67.082,40	73.790,64	81.169,70	89.286,67	98.215,34	108.036,88	118.840,56
h) AHİKA Katkı Payı Giderleri		4.394.412,50	4.833.853,75	5.317.239,13	5.848.963,04	6.433.859,34	0	0	0	0	0
i) Diğer Giderler		1.200.000,00	1.320.000,00	1.452.000,00	1.597.200,00	1.756.920,00	1.932.612,00	2.125.873,20	2.338.460,52	2.572.306,57	2.829.537,23
TOPLAM		**13.197.614,72**	**14.517.376,19**	**15.969.113,81**	**17.566.025,19**	**19.322.627,71**	**14.177.645,21**	**15.595.409,73**	**17.154.950,70**	**18.870.445,77**	**20.757.490,35**

10.3. Kurulu Kapasitedeki İnsan Gücü İhtiyacı ve Tahmini Giderler

Mini Kapadokya'da Görev Yapacak Personelin Unvan ve Sayıları

Personel Görev(ler)	Kişi	Aylık Net Maaş (TL)	Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)/kişi	Toplam Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)
Restoran Birimi				
Restoran Müdürü	1	5000	106.340,69	106.340,69
Şef Aşçı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Restoran Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Kısım Şefleri	2	3750	77.584,42	155.168,84
Şef Garson	2	4000	83.335,66	166.671,32
Aşçı	4	3500	71.833,14	287.332,56
Garson	3	3000	60.985,84	182.957,52
Bulaşıkçı	2	2500	50.501,16	101.002,32
Aşçı Yardımcısı	4	2500	50.501,16	202.004,64
Komi	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	1.653.489,59
At Çiftliği Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
İşletme Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Antrenör	1	3250	56.170,55	56.170,55
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14

Veteriner	1	3500	71.833,14	71.833,14
Doktor	1	4250	79.175,59	79.175,59
Seyis	3	3000	60.985,84	182.957,52
Diğer Hizmetler	10	2500	50.501,16	505.011,60
			ALT TOPLAM	1.140.995,32
Yöresel Ürün Satış Birimi				
İşletme Müdürü	1	4000	83.335,66	83.335,66
Müdür Yardımcısı	1	3750	77.584,42	77.584,42
Satış Görevlisi	3	2500	50.501,16	151.503,48
Kasiyer	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	514.428,20
Amfi Tiyatro Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	1	4250	79.175,59	79.175,59
Bilet Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Teknik Personel	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	467.109,37
Halıcılık Atölyesi Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	2	4250	89.086,96	178.173,92
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Halı Üretim Şefi	2	3000	60.985,84	121.971,68
İşçi	20	2500	50.501,16	1.010.023,20
			ALT TOPLAM	1.466.928,76
Balon Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Pilot	2	4250	89.086,96	178.173,92
Sağlık Personeli	5	3000	60.985,84	304.929,20
Rezervasyon Görevlisi	4	2500	50.501,16	202.004,64
İniş-Kalkış Ekibi	12	2500	50.501,16	606.013,92
			ALT TOPLAM	1.465.135,46
Seyir Terası Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Fotoğrafçı	2	3500	71.833,14	143.666,28
Güvenlik Görevlisi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	279.094,26
Kilise Ziyaret Alanı Birimi				
Yönetici	1	3500	71.833,14	71.833,14
Bilet Satış Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Güvenlik Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Otopark Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
İşçi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	425.341,26
			GENEL TOPLAM	7.412.522,22

11. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI

11.1. Proje Yürütücüsü Kuruluşlar ve Teknik Kapasiteleri

KAPHİB (KAPADOKYA TURİZM ALT YAPI HİZMET BİRLİĞİ)

Birliğin üyeleri/kurucuları:

Madde 4: Üyeler: (Değişik Madde:16/5/2014-07 S. Mec.K)

Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişme bölgesi ve Kozaklı Termal Turizm Merkezi sınırları içinde kalan İl Özel İdaresi ile Belediye ve Köylerdir.

1. Nevşehir İl Özel İdaresi
2. Avanos Belediyesi
3. Kozaklı Belediyesi
4. Ürgüp Belediyesi
5. Çat Belediyesi
6. Göreme Belediyesi
7. Ortahisar Belediyesi
8. Sulusaray Belediyesi
9. Uçhisar Belediyesi
10. Aktepe Köyü
11. Ayvalı Köyü
12. Mustafapaşa Köyü
13. Ulaşlı Köyü
14. Çavuşin Köyü
15. İbrahimpaşa Köyü
16. Karacaören Köyü
17. Karain Köyü
18. Karlık Köyü
19. Hacıfakılı Köyü
20. Kaşkışla Köyü
21. Küçükyağlı Köyü

Birliğin amacı ve üyelerce birliğe devredilen görev ve hizmetler:

Madde 5: Birliğin amacı, Kapadokya Kültür, Turizm Koruma ve Geliştirme Alanını ve Nevşehir Kozaklı Termal Turizm Merkezini bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtım, turizmin çeşitlendirilmesi, konaklama süresinin artırılması, turizmin niteliğinin arttırılması ve kültür ve turizme ilişkin sosyal, teknik alt yapının gerçekleştirilmesi ve işletmesini sağlamaktır.

Birlik amacını yaşama geçirmek üzere:

a) Turizmin kaynak değerleri, potansiyeli, kaynakların kullanımı, korunması, geliştirilmesi, potansiyel kaynakların harekete geçirilmesi konularında Birlik üyeleri arasında iş birliği ve deneyim alışverişi sağlar,
b) Üye kurumlara turizm, mahalli idare, yönetim, belediyecilik, koruma, kültür, çevre, imar ve tarihi kent konularıyla ilgili bilgi, belge, mevzuat gibi kaynaklar sağlar ve aynı konularda eğitime dönük etkinlikler düzenleyerek danışmanlık yapar.

c) Birlik üyeleri adına ve Birliğin amacına uygun çalışmalar yapar, bu çalışmalar arasında eşgüdüm sağlar, ortak alımlarda bulunur, yatırımları organize eder, teşvik eder, denetler,

d) Üyelerin Turizmin gelişmesi altyapı sorunlarının çözümlenmesi ve birliğin amacına paralel olan girişimlerine destek verir, kaynak bulur, bu gibi girişimleri organize eder, yapar ve yaptırır,

e) Amacı doğrultusunda, çalışma alanlarına bağlı uluslararası ilişkiler kurar, ortak çalışmalar yapar; ulusal ve uluslararası katılımcılarla bilimsel ve kültürel etkinlikler, çevrelere teknik inceleme gezileri ile süreli ya da süresiz yayın faaliyetlerinde bulunarak, üye belediyeleri ve kamuoyunu bilgilendirici programlar düzenler,

f) Yasal olanaklar dahilin de üye belediyelerdeki kent halkının birliğin amaçları doğrultusunda bilinçlendirmeye yönelik film, multivizyon ve benzeri görsel, belgesel malzeme hazırlar, hazırlattırır, radyo, televizyon yayınları için program düzenleyebilir,

g) Birliğe üye kentlerin Turizmin gelişmesine yönelik altyapı, tanıtım, festival, fuar ve benzeri çalışma ve faaliyetleri hususunda projelerini yapar, yaptırır ve bunların uygulamalarında teknik denetim katkısı sağlar.

h) Üyeler arasında bilgi ağı kurar ve geliştirir,

i) Turizmin ve Kapadokya Turizminin gelişmesi için uygun kanunların çıkarılmasını destekler. Bölgede turizm çeşitliliğini sağlamak amacıyla her türlü araştırma, geliştirme faaliyetlerinin de bulunur,

j) Üye şehirler ile yurtiçi ve yurtdışı kardeşliklerinin kurulmasını teşvik eder ve destekler,

k) Amaçları doğrultusunda faaliyet gösterecek şirketler kurabilir ve işletebilir.

l) Termal Turizminin geliştirmek için gerekli araştırma, geliştirme, planlanma faaliyetlerinde bulunur, işletme alanlarını açar ve işletmelerde kullanılacak termal suyun kontrolü sağlar,

m) Sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin ve su havzalarının korunmasını sağlar, ağaçlandırma yapar, çevre kirliliğine meydan vermeyecek tedbirleri alır. Yöresel katı atık planını yapar ve yaptırır, bu amaçla tesisler kurar, kurdurur, işletir veya işlettirir,

n) Kültür ve tabiat varlıkları ile tarihi dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekanların ve doğal güzelliklerin korunmasını sağlar. Bu amaçla basit onarım, restorasyon, restitüsyon proje ve uygulamaları yapar,

o) Turizm sektörünün müşterek ihtiyaçlarını gidermek amacıyla her türlü faaliyet ve girişimde bulunur,

p) Bölgenin tanıtılması için her türlü faaliyeti yapar veya yaptırır.

q) Turizm sektörlerin ihtiyaç duyduğu nitelikli personel kadrolarının sağlanması için her türlü faaliyet yapar veya yaptırır.

r) Bölgenin bölgesel ve Koruma amaçlı planlarını yapar, yaptırır; turizm master planını yapar,

s) Hizmet kalite ve standartlarını belirler ve denetler, denetim ve takdir belgesi düzenler ve amacı doğrulusunda gerek duyulacak diğer faaliyetlerde bulunur.

Bu amaçla üye mahalli idareler kendi görev ve hizmetlerinden bazılarını bu alan içinde birliğe devredebilirler.

Birlik, devredilmesi öngörülen mahalli müşterek nitelikli hizmetlere ilişkin olarak üye mahalli idarelerin hak ve yetkilerine sahiptir.

Devredilecek hizmetler ise;

1- Planlama ve teknik işler

2-Planların uygulanması, kontrolü ve denetimi

3-Alt yapı yatırımları (katı atık, pis su, arıtma, elektrik, iletişim, temiz su, imar, kanalizasyon vb.)

4-AR-GE faaliyetleri

5- Çevre ve çevre sağlığı

6-Tanıtım ve reklam

7- Denetim

8-Turizm alanın da master planı ve ihtiyaçlar doğrultusunda belediye adına küşat işleri

Birliğin organları:

Madde 6: Birliğin organları şunlardır.

1- Birlik Meclisi

2- Birlik Encümeni

3- Birlik Başkanı

11.2. Proje Organizasyonu ve Yönetim

Karar verme; "belirli bir başlangıç noktası olan ve buradan itibaren değişik iş, faaliyet veya düşüncelerin birbirini izlediği ve sonunda bir tercihin yapılması ile sonuçlanan bir süreç" olarak ifade edilmektedir (Besler, 2009; Bakan ve Büyükbeşe, 2005).

Farklı bir tanımlama ile karar verme, "belli bir eylem biçimine adapte olmak ve başkaları adına sorumluluk alma, vaatte bulunma, söz verme, diğer kişilerden karara katkı ve destekte bulunmalarını istemektir" (Kıranlı ve Ilğan, 2007).

Karar süreci farklı yazarlar tarafından çeşitli şekillerde sistematize edilmiş olmasına rağmen bu çalışmada genel kabul gören karar alma sürecine aşağıda yer verilmektedir;

Problemin Anlaşılması: Problem, şu veya bu nedenle, bir organizmanın bir amaca ulaşmasını engelleyen bir durumdur. Problemi tanımak, çözülecek problemin boyutlarının sınırını, nedenlerini, çözme zamanını ortaya koyup incelemeyi gerektirir. Yöneticinin karar

verme sürecini kullanması ve karar vermesi için ortada halledilmesi gereken bir sorun olması ve yöneticinin böyle bir sorun olduğunu algılaması gerekmektedir. Genel tanımı itibariyle sorun, arzu edilen doğrultuda ilerlerken ortaya çıkan engel veya engeller olarak tarif edilebilmektedir (Koçel, 2007).

Problemin incelenmesi (Bilgi toplama): Problem ve kararla ilgili olasılıkların tümü üzerinde düşünüldüğünde, bu adım karar vermenin başlangıç etkinliği olarak ortaya çıkmaktadır. Karar vermeden önce bütün seçeneklerin incelenmesi ve değerlendirilmesi zorunludur. Bu çalışma ancak konuyla ilgili bilgilerin toplanmasıyla yapılabilmektedir (Yılmaz ve Talas, 2010).

Alternatiflerin Değerlendirilmesi: Karar sürecini bu üçüncü aşamasında buluna çözüm alternatif ve seçeneklerin bir değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bu alternatiflerin 21 irdelenmesi bunların çeşitli açılardan değerlendirmeye tabi tutulması ile gerçekleşmektedir. Bu açılardan bazıları şunlardır (Koçel, 2007);

- Teknik olarak uygulanabilirliği,
- Maliyet (işgücü, malzeme, direk, endirekt vs.),
- Sosyal açıdan arzu edilirliği,
- Öngördüğü kaynakların miktarı,
- Başarı olasılığının derecesi,
- Uzun vade- kısa vade dengelerine etkisi,
- Değişik kişi ve grupların bekleyişlerine uygunluğu,
- Muhtemel sonuçları,
- İşletme kültürüne veya yönetim tarzına uygunluğu

Her alternatifin avantaj ve dezavantajları vardır. Nicel yaklaşım, alternatifleri değerlendirmek için kullanılabilir. Burada nicel olmayan yaklaşıma da yer verilebilir. Bilgisayarla programlanmış bir matematiksel model teoride bir motor oteli iki farklı konumda analiz edebilir. Eğer, bu model bir konunun diğerine oranla tercih edilebilir olduğunu gösterirse, bu durumda bir yöneticinin tecrübesini ve yargısını kullanmadan sadece bilgisayar rakamlarını kullanması uygun bir yol olmayacaktır (Ertürk, 2009).

Seçilen Alternatife Göre Karar Verme: Sorun açıklıkla ortaya konduktan, uygun alternatifler tanımlandıktan ve her alternatifin olası sonuçları olanaklar ölçüsünde iyi biçimde tahmin edildikten sonra, son seçimin, belli olmasa bile kolay olacağı sanılabilir. Durum böyle değildir. Genellikle, her alternatif bir dizi sonuçlar ortaya çıkaracaktır ve bu sonuçlar, çeşitli zamanlarda, çeşitli derecelerde ve her derecede değişik olasılıklar bulunacak biçimde görünebilir. Bu çeşitli sonuç dizileri arasından bir seçim yapmak için karmaşık bir değerler

sistemine gereksinme vardır. Karar verenin, mutlak anlamda, tam bir değerler sistemine gereksinimi bulunmamaktadır. Karar verme işleminin bu evresinde karar verenin görevi, sadece bir dizi sonucun başka bir diziye yeğlenmesini kararlaştırmaktan ibarettir (Newhman,1979; Akt: Emhan, 2007).

Alternatifler arasından en uygun olanı seçilir. Burada en akılcı yaklaşım, en iyi alternatifi değil, en uygun alternatifi seçmektir. En uygun olandan amaç en etkin ve en ucuz olanıdır. Aralarında seçim ve tercih imkânı olan bu çeşitli yollardan en uygununu bulmak da zor olabilir. Zira önce bulunabilecek bütün çözüm yollarını bilmek, yani 22 onlardan haberli olmak gerekir. Bu konunun geniş bir araştırmayı zorunlu kılacağı açıktır. Bunun için, karar verenin zaman, enerji, bilgi ve uzmanlık çerçevesi dışında kalan konularda uzmanlardan yararlanması gerekir (Ertürk, 2009).

Karar Seçeneğinin Uygulanması ve Değerlendirilmesi: Bir kararın etkili olabilmesi bir eylemle sonuçlanması ile olanaklıdır. Özünde elem odaklı olan karar süreci, uygulama aşaması ile son bulmaktadır. Bu aşamada sürecin başarısı açısından, alınan tüm kararların ilgili taraflara bildirilmesine ve gerekli denetimlerin gerçekleşmesine özen gösterilmesi gerekmektedir (Gürüz ve Gürel, 2006). Tüm karar süreci bir eyleme yönelmek içindir. Karar verme aşamalarında her yönetici verdiği kararların uygulama sonuçlarını değerlendirmesi de gerekmektedir. Değerlendirme, kararın sorunu nasıl çözdüğünün nesnel olarak ölçülmeye çalışılmasıdır.

Bu projede karar alma ve verme süreçlerinde yukarıda belirtilen bilimsel yöntemler izlenmeli, resmi paydaş görüşleri ve ortak akıl sayesinde yasal mevzuat çerçevesi içinde yönetim, organizasyon ve yapım yöntemi gerçekleştirilmelidir.

11.3. Proje Uygulama Programı (Termin Planı)

Faaliyetler	**Yıllara Göre 3 Aylık Süreçler**											
	2021						**2022**					
	2	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
Planlama ve Hazırlık												
Proje Ekibinin Oluşturulması ve Proje Ekibinin Oryantasyonunun Gerçekleştirilmesi												
Proje Yürütme Komisyonunun Kurulması												
Projenin Fizibilite Çalışmasının İhale Süreci												
Arazi Keşfi ve Alan Oryantasyonu												
Alanda Bulunan Yapıların Değerlendirilmesi												
Satın Almaların Gerçekleştirilmesi												
Projenin Tanıtılması												
Proje Bilgilendirme ve Projenin Açılışının Gerçekleştirilmesi												

Mustafapaşa'daki İşsizlere ve Yönelik Proje Bilinçlendirme Faaliyetleri												
İşverenlerle Bölge İstihdam Analizinin Oluşturulması												
Proje Ara ve Nihai Raporlarının Oluşturulması												
İşçi ve İşverenlerin Buluşturulduğu Toplantı												
Alandaki Ürünlerin Üretim Planlanması												
Ön İzin ve Turizm Yatırım Belgesi Süreci												
Yapım ve Altyapı												
İnşaat Hafriyat Aplikasyou												
Hafriyat Faaliyetleri												
Altyapı Teknik Mıcır ve Drenaj Süreci												
Röleve Süreci(restorasyon hazırlık aşaması)												
Restitüsyon Aşaması (tarihi yapıya yapılacak müdahalelerin tespit ve planlaması)												
Restorasyon Uygulaması												
Yalıtım ve Kaba altyapı Süreci												
Beton Kaba Yapı Faaliyetleri												
Mimari Uygulama Faaliyetleri												
Dış Örtünüm ve Peyzaj Faaliyetleri												
Peyzaj Tasarımı												
Yer Teslimi ve şantiye Kurulumu												
Arazi Biçimlendirme ve Toprak Hazırlığı												
İnşaat, Tesisat ve Altyapı												
Bitkisel Uygulama ve Donatılar												
Bakım İşletme ve Yönetim Hizmetleri Planlanması												
Arazinin İmar Planı												
Turizm İşletme Belgesi												
Sıcak Hava Balonu Sabit Kalkış Alanı Peyzajı												
İpek Böcekçiliği Atölyesi Yapı, Mimari ve Kaba İnşaat Faaliyeti												
Restoran-Kafeteryanın Yapı, Mimari ve Kaba İnşaat Faaliyeti												
Seyir Terası İnşaatı												
Amfi Tiyatro Kaba İnşaat Faaliyeti												
Otopark Kaba İnşaat ve Peyzajı												
Tanıtım												
Tanıtım ve Pazarlama Yürütme Kurulunun Oluşturulması												

Ürünlerin Tanıtımına Yönelik Faaliyetlerin Toplantısı												
Pazarlama ve Tanıtım Araçlarının Belirlenmesi												
Tanıtım ve Danışmanlık Faaliyetlerinin Oryantasyonu												
Proje Web Sitesi ve Portalın Kurulması												
Ürün hakkında bilgilerin derlenip bir durum değerlendirmesi yapılması												
Kampanya ile ulaşılmak istenen sonuçların belirlenmesi Kullanılacak olan kampanya stratejisine karar verilmesi												
Tanıtım için kullanılacak olan bütçenin belirlenmesi												
Yaratıcı çalışmaların gerçekleştirilmesi												
Tanıtımların yer alacağı mecra/mecraların belirlenmesi												
Tanıtımın belirlenen şekilde yürütülmesi												
Tanıtım Faaliyetlerinin sonuçlarının değerlendirilmesi												

12. TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B+C) ve YILLARA DAĞILIMI

12.1. Toplam Yatırım Tutarı (iç ve dış para olarak)

A1. Arazi Bedeli

Arazi alanı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Nevşehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu 12-13/06/2012/019 tarih 13.06.2012-302 sayılı kararla Nevşehir ili, Ürgüp ilçesi Mustafapaşa muhtarlığına Koruma amaçlı imar planı içerisindeki Ö-3 alanına ilişkin kararla Manastır vadisi düzenleme projesi uygun olduğu kararı verilmiştir. Bu sebeple arazi bedeli yoktur.

A2. Sabit Yatırım Tutarı

Tablo 78: Toplam Yatırım Tutarı (TL)

YAKLAŞIK MALİYET TABLOSU						
İLGİLİ MÜDÜRLÜK:		**NEVŞEHİR KAPADOKYA ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ**				
İLGİLİ PROJE:		**MİNİ KAPADOKYA**				
SN	**YAPI SINIFI VE GRUBU**	**TANIMI**	**BİRİMİ**	**MİKTARI**	**BİRİM FİYATI**	**TUTARI**
1	**1. SINIF / A GRUBU**	**AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI**	**m²**	**1.000,00**	**210,00**	**210.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				**94.500,00 TL**
		İnce İnşaat				**94.500,00 TL**
		Elektrik				**21.000,00 TL**
		AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI PROJE BEDELLERİ	**m²**	**1.000,00**		**3.086,86 TL**
		Peyzaj				**1.577,06 TL**
		Elektrik				**1.509,80 TL**
2	**2. SINIF / C GRUBU**	**DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI**	**m²**	**130,00**	**820,00**	**106.600,00 TL**
		Kaba İnşaat				**47.970,00 TL**
		İnce İnşaat				**47.970,00 TL**
		Elektrik				**10.660,00 TL**
		DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI PROJE BEDELLERİ	**m²**	**130,00**		**4.161,00 TL**
		Peyzaj				**3.423,29 TL**
		Elektrik				**737,72 TL**
3	**5. SINIF / A GRUBU**	**ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS)**	**m²**	**500,00**	**2.400,00**	**1.200.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				**504.000,00 TL**
		İnce İnşaat				**456.000,00 TL**
		Elektrik				**96.000,00 TL**
		Mekanik				**144.000,00 TL**
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS) PROJE BEDELLERİ	**m²**	**500,00**		**139.376,86 TL**
		Mimarı				**76.877,47 TL**
		Statik				**24.947,14 TL**
		Mekanik				**15.975,64 TL**
		Elektrik				**9.237,52 TL**
		Harita				**2.302,07 TL**
		Zemin				**5.261,88 TL**
		Peyzaj				**4.775,15 TL**
4	**5. SINIF / D GRUBU**	**AMFİ TİYATRO (OPERA ,TİYATRO ,BALE YAPILARI VE KONSER ALANI)**	**m²**	**1.500,00**	**2.746,00**	**4.119.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				**2.059.500,00 TL**
		İnce İnşaat				**1.647.600,00 TL**
		Elektrik				**411.900,00 TL**
		AMFİ TİYATRO (OPERA ,TİYATRO ,BALE YAPILARI VE KONSER ALANI)PROJE BEDELLERİ	**m²**	**1.500,00**		**13.957,00 TL**
		Peyzaj				**9.772,00 TL**
		Elektrik				**4.185,00 TL**
5	**5. SINIF / D GRUBU**	**HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI)**	**m²**	**400,00**	**3.800,00**	**1.520.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				**638.400,00 TL**
		İnce İnşaat				**577.600,00 TL**
		Mekanik Tesisat				**121.600,00 TL**
		Elektrik				**182.400,00 TL**
		HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI) PROJE BEDELLERİ	**m²**	**400,00**		**158.164,97 TL**

		Mimarı				**100.222,58 TL**
		Statik				**17.391,99 TL**
		Mekanik				**19.446,98 TL**
		Elektrik				**9.742,17 TL**
		Harita				**1.632,92 TL**
		Zemin				**3.985,43 TL**
		Peyzaj				**5.742,90 TL**
6	**5. SINIF / B GRUBU**	**AHIR VE MANEJ ALANI**	**m²**	**2.100,00**	**2.900,00**	**6.090.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				**2.557.800,00 TL**
		İnce İnşaat				**2.314.200,00 TL**
		Mekanik Tesisat				**487.200,00 TL**
		Elektrik				**730.800,00 TL**
		AHIR VE MANEJ ALANI PROJE BEDELLERİ	**m²**	**2.100,00**		**52.054,50 TL**
		Mimarı	**m²**	**590,00**		**3.019,82 TL**
		Mekanik	**m²**	**590,00**		**2.279,49 TL**
		Statik	**m²**	**590,00**		**4.550,42 TL**
		Zemin	**m²**	**590,00**		**5.135,27 TL**
		Elektrik	**m²**	**2.100,00**		**8.956,76 TL**
		Harita	**m²**	**2.100,00**		**3.494,84 TL**
		Peyzaj	**m²**	**2.100,00**		**24.617,90 TL**
7	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA**	**m²**	**250,00**	**1.450,00**	**362.500,00 TL**
		Kaba İnşaat				**152.250,00 TL**
		İnce İnşaat				**137.750,00 TL**
		Elektrik				**29.000,00 TL**
		Mekanik				**43.500,00 TL**
8	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA PROJE BEDELLERİ**	**m²**	**250,00**		**71.567,11 TL**
		Mimarı				**39.474,97 TL**
		Statik				**12.809,83 TL**
		Mekanik				**8.203,16 TL**
		Elektrik				**4.743,27 TL**
		Harita				**1.182,07 TL**
		Zemin				**2.701,86 TL**
		Peyzaj				**2.451,94 TL**
9	**3. SINIF / B GRUBU**	**INFO (BILGILENDIRME) ALANLARI**	**m²**	**40,00**	**1.450,00**	**58.000,00 TL**
		İnşaat				46.400,00 TL
		Elektrik				11.600,00 TL
10	**3. SINIF / B GRUBU**	**SEYİR TERASI**	**m²**	**550,00**	**1.450,00**	**797.500,00 TL**
		İnşaat	**m²**			**717.750,00 TL**
		Elektrik	**m²**			**79.750,00 TL**
		SEYİR TERASI PROJE BEDELLERİ				**4.422,05 TL**
		Peyzaj	**m²**	**550,00**		**3.308,28 TL**
		Elektrik	**m²**	**550,00**		**1.113,77 TL**
11	**4.SINIF / B GRUBU**	**SEYİR AMAÇLI BALON KALKIŞ ALANI**	**m²**	**500,00**	**1.850,00**	**925.000,00 TL**
12	**1. SINIF / A GRUBU**	**DİNLENME VE REKREASYON ALANI**	**m²**	**1.200,00**	**210,00**	**252.000,00 TL**
		İnşaat				226.800,00 TL
		Elektrik				25.200,00 TL
13	**3. SINIF / A GRUBU**	**UMUMİ TUVALET BİRİMİ (2 ADET)**	**m²**	**100,00**	**1.100,00**	**110.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				46.200,00 TL
		İnce İnşaat				41.800,00 TL
		Mekanik Tesisat				13.200,00 TL
		Elektrik				8.800,00 TL
14	**2. SINIF / B GRUBU**	**BOTANİK VE PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ**	**m²**	**5.000,00**	**750,00**	**3.750.000,00 TL**
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		HALI MÜZESİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		MANEJ ALANI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.000,00	**750,00**	750.000,00 TL
		DİNLENME VE REKREASYON ALANI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.200,00	**750,00**	900.000,00 TL
		VADİ YOL KENARI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.800,00	**750,00**	1.350.000,00 TL
15	**1. SINIF / A GRUBU**	**DOĞAL TAŞ YOL YAPIMI**	**m²**	**2.982,00**	**210,00**	**626.220,00 TL**
16	**3. SINIF / B GRUBU**	**TATLI SU ÇEŞME YAPIM İŞİ**	**m²**	**20,00**	**1.450,00**	**29.000,00 TL**
17	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**60,00**		**27.276,00 TL**
		AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**60,00**	**3.800,00**	**228.000,00 TL**
18	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**100,00**		**44.749,00 TL**
		AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**100,00**	**3.800,00**	**380.000,00 TL**
19	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**200,00**		**85.940,00 TL**

		AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	m²	200,00	3.800,00	760.000,00 TL
20	5. SINIF / D GRUBU	AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	120,00		53.272,00 TL
		AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON İŞİ	m²	120,00	3.800,00	456.000,00 TL
21	5. SINIF / D GRUBU	YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	200,00		85.940,00 TL
		YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON İŞİ	m²	200,00	3.800,00	760.000,00 TL
22	5. SINIF / D GRUBU	MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	100,00		44.749,00 TL
		MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON RESTORASYON İŞİ	m²	100,00	3.800,00	380.000,00 TL
23		SICAK HAVA BALONU (HELYUM)	adet	1,00	2.400.000,00	2.400.000,00 TL
					TOPLAM	26.308.536,35 TL
24		Genel Gider %2				526.170,73 TL
25		Beklenebilecek Farklar %3				789.256,09 TL
					GENEL TOPLAM	27.623.963,17 TL

B. İşletme Sermayesi Hesabı

Tablo 79: Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL)

UNSURLAR	Süre (Gün)	Yıllık Tutar (Sabit)	Yıllık Tutar (Değişken)	İşletme Sermayesi Tutarı (Sabit) (a)	İşletme Sermayesi Tutarı (Değişken) (b)	Toplam (a+b)
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu					118.231,99	118.231,99
A1. Hammade Stoğu	7,00		1.381.629,60		26.865,02	26.865,02
A2. Yardımcı Madde Stoğu	30,00		1.096.403,60		91.366,97	91.366,97
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	30,00					
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu				513.240,57	103.506,12	616.746,69
B1. Mamul Stoğu	7,00	13.197.614,72	2.661.585,97	256.620,29	51.753,06	308.373,35
B2. Yarı Mamul Stoğu	7,00	13.197.614,72	2.661.585,97	256.620,29	51.753,06	308.373,35
C. Nakit İhtiyacı				1.093.501,23	11.796,06	1.105.297,29
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	30,00	35.280,00	107.952,77	2.940,00	8.996,06	11.936,06
C2. Personel Giderleri	30,00	7.412.522,22		617.710,19		617.710,19
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	30,00	5.674.212,50	33.600,00	472.851,04	2.800,00	475.651,04
D. Vadeli Satışlar						
E. Vadeli Alışlar						
E1. Hammadde	30,00					
Tam Kapasitede Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı				1.606.741,80	233.534,17	1.840.275,97

13. PROJE GİRDİLERİ

13.1. Üretimin Akım Şeması ve Madde Balansı

Girdi Unsurları	Miktar	Birim
A – ÜRETİM GİRDİLERİ		
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme		
a) İlk Madde Kullanımı		
Atlar için Yulaf	12,00	ay

Atlar için Arpa	12,00	ay
Atlar için Kuruçayır	12,00	ay
Atlar için bakım giderleri	12,00	ay
Restoran Yemek Maliyetleri	12,00	ay
Restoran İçecek Maliyetleri	12,00	ay
b) Yardımcı Madde		
Yöresel Ürün Örgü/Bez Bebek Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Çömlek Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Pomza Taşı Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Şarap Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Kabak Çekirdeği Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Patates Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Üzüm Maliyeti	12,00	ay
Yöresel Ürün Sera Ürünleri Maliyeti	12,00	ay
Amfi Tiyatro Festival Konser Maliyeti	10,00	etkinlik
Amfi Tiyatro Tiyatro Gösteri Pandomim Maliyeti	9,00	etkinlik
Amfi Tiyatro Mapping Maliyeti	10,00	etkinlik
Balon Helyum Gazı Maliyeti	160,00	günlük
3-Genel Üretim Giderleri		
a) Elektrik Giderleri	12,00	Ay
b) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay
c) Yakıt Giderleri	12,00	Ay
d) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay
e) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay
f) Sigorta Giderleri	12,00	Ay
g) Kira Giderleri	12,00	Ay
h) Diğer Giderler	12,00	Ay
4 - Genel Yönetim Giderleri		
a) Personel Giderleri	1,00	Toplam Maaş
b) Elektrik Giderleri	12,00	Ay
c) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay
d) Yakıt Giderleri	12,00	Ay
e) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay
f) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay
g) Sigorta Giderleri	12,00	Ay
h) Kira Giderleri	12,00	Ay
i) Pazarlama Giderleri	12,00	Ay

Madde balansı	
UNSURLAR	**Süre (Gün)**
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu	
A1. Hammade Stoğu	7,00
A2. Yardımcı Madde Stoğu	30,00
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	30,00
A4. Yakıt Stoğu	
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu	
B1. Mamul Stoğu	7,00
B2. Yarı Mamul Stoğu	7,00
C. Nakit İhtiyacı	
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	30,00
C2. Personel Giderleri	30,00
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	30,00
D. Vadeli Satışlar	
E. Vadeli Alışlar	

E1. Hammadde	30,00

13.2. Girdi İhtiyacı

Gider Unsurları	Birim Fiyat (TL)
A – ÜRETİM GİDERLERİ	
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme	
a) İlk Madde Kullanımı	
Atlar için Yulaf	4.492,80
Atlar için Arpa	3.456,00
Atlar için Kuruçayır	6.912,00
Atlar için bakım giderleri	7.200,00
Restoran Yemek Maliyetleri	82.125,00
Restoran İçecek Maliyetleri	10.950,00
b) Yardımcı Madde	
Yöresel Ürün Örgü/Bez Bebek Maliyeti	18.240,00
Yöresel Ürün Çömlek Maliyeti	9.120,00
Yöresel Ürün Pomza Taşı Maliyeti	5.472,00
Yöresel Ürün Şarap Maliyeti	18.240,00
Yöresel Ürün Kabak Çekirdeği Maliyeti	3.652,80
Yöresel Ürün Patates Maliyeti	732,00
Yöresel Ürün Üzüm Maliyeti	1.464,00
Yöresel Ürün Sera Ürünleri Maliyeti	8.217,00
Amfi Tiyatro Festival Konser Maliyeti	3.000,00
Amfi Tiyatro Tiyatro Gösteri Pandomim Maliyeti	2.750,00
Amfi Tiyatro Mapping Maliyeti	6.000,00
Balon Helyum Gazı Maliyeti	1.250,00

13.3. Girdi Fiyatları ve Harcama Tahmini

Proje girdileri kapsamında ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli girdiler; Nevşehir hal fiyatları üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca Nevşehir Borsası toplam işlem hacmi, hammadde ve malzemeler ele alınmıştır.

Mini Kapadokya projesi restoran için gerekli olan hammadde, yardımcı madde, ambalaj ve işletme malzemeleri ve diğer girdiler aşağıdaki gibidir.

Tablo 80: Nevşehir İli Hal Fiyatları (2019)

Adı	En Düşük	En Yüksek
Ananas	6,00 TL	7,00 TL
Armut	1,00 TL	2,00 TL
Armut (Akça)	5,00 TL	8,00 TL
Armut (Santa Maria)	2,50 TL	4,50 TL
Avakado	4,00 TL	5,00 TL
Bakla	2,00 TL	3,00 TL
Bamya	6,00 TL	8,00 TL
Barbunya	2,00 TL	4,00 TL
Bezelye	1,50 TL	3,50 TL
Biber (Çarli Sera)	2,50 TL	4,00 TL
Biber (Dolma Sera)	3,00 TL	4,00 TL

Biber (Kırmızı)	1,00 TL	1,50 TL
Biber (Sivri Sera)	3,00 TL	4,00 TL
Biber Köy	3,00 TL	4,00 TL
Brokoli	2,50 TL	4,00 TL
Çilek	7,00 TL	9,00 TL
Dereotu	15,00 TL	17,00 TL
Domates	1,00 TL	2,00 TL
Domates (Antalya)	3,00 TL	5,50 TL
Domates (Çeri)	6,00 TL	10,00 TL
Domates (Kokteyl)	3,00 TL	5,00 TL
Domates (Salkım)	3,00 TL	6,00 TL
Elma (Bayramiç Golden)	2,50 TL	3,50 TL
Elma (Bayramiç Granny Smith)	6,00 TL	7,00 TL
Elma (Bayramiç Starking)	5,00 TL	6,00 TL
Elma (Golden)	2,50 TL	3,50 TL
Elma (Granny Smith)	5,00 TL	6,00 TL
Elma (Starking)	4,00 TL	5,00 TL
Enginar	1,50 TL	2,00 TL
Erik (Anjelika)	3,00 TL	4,00 TL
Erik (Can)	1,50 TL	3,00 TL
Erik (Papaz)	9,00 TL	10,00 TL
Fasulye (Çalı Sera)	7,00 TL	9,00 TL
Fasulye (Şeker)	3,00 TL	4,00 TL
Greyfurt	1,00 TL	1,50 TL
Havuç (Beypazarı)	1,30 TL	2,30 TL
Havuç (İkinci)	0,50 TL	0,70 TL
Hıyar	2,00 TL	3,50 TL
Hıyar (Silör)	4,00 TL	5,00 TL
Hindistan Cevizi	1,50 TL	2,50 TL
Ispanak	1,50 TL	2,00 TL
İncir (Beyaz)	3,00 TL	5,00 TL
Kabak (Bal)	1,00 TL	1,50 TL
Kabak (Sakız)	2,50 TL	4,50 TL
Karnabahar	3,00 TL	4,00 TL
Karpuz	1,30 TL	2,00 TL
Kavun	1,50 TL	2,00 TL
Kayısı	5,00 TL	7,00 TL
Kereviz	1,50 TL	2,00 TL
Kızılcık	4,00 TL	5,00 TL
Kiraz	8,00 TL	12,00 TL
Kivi	15,00 TL	20,00 TL
Kivi (Dökme)	4,00 TL	5,00 TL
Lahana (Beyaz)	0,80 TL	1,50 TL
Lahana (Kırmızı)	2,00 TL	3,00 TL

Limon	2,00 TL	5,00 TL
Limon (Enter)	50,00 TL	60,00 TL
Mandalina	3,50 TL	4,50 TL
Mango	4,00 TL	7,00 TL
Mantar	4,00 TL	5,00 TL
Marul	12,00 TL	16,00 TL
Marul (Kıvırcık)	10,00 TL	13,00 TL
Maydanoz	7,00 TL	15,00 TL
Mısır	0,50 TL	0,70 TL
Muz (1. Kalite)	100,00 TL	110,00 TL
Muz (Yerli)	3,00 TL	4,00 TL
Nane II.	6,00 TL	8,00 TL
Nektarin	3,00 TL	5,00 TL
Nektarin (Bayramiç Beyazı)	3,00 TL	4,00 TL
Pancar	2,00 TL	3,00 TL
Patates	1,20 TL	2,00 TL
Patates (Taze)	1,50 TL	3,00 TL
Patlıcan (Antalya Sera)	2,00 TL	3,00 TL
Patlıcan (Bostan)	2,50 TL	3,50 TL
Pazı	2,00 TL	3,00 TL
Pırasa	1,00 TL	1,50 TL
Portakal	1,00 TL	1,50 TL
Portakal (Sıkmalık)	1,50 TL	2,30 TL
Roka	10,00 TL	16,00 TL
Sarımsak (Kuru)	8,00 TL	12,00 TL
Sarımsak (Yeşil)	2,50 TL	3,50 TL
Semizotu	2,50 TL	4,00 TL
Soğan (Kuru)	1,00 TL	2,00 TL
Soğan (Taze)	2,50 TL	3,50 TL
Şeftali	2,50 TL	4,00 TL
Tere	10,00 TL	14,00 TL
Turp (Kırmızı)	1,00 TL	1,50 TL
Üzüm (Çekirdeksiz)	2,50 TL	3,50 TL
Üzüm (Siyah)	2,00 TL	4,00 TL
Vişne	2,50 TL	5,00 TL
Yaprak Taze	2,00 TL	6,00 TL

Kaynak: (https://www.halfiyatlari.net/).

Nevşehir İli Hammadde ve Enerji Kaynakları

Nevşehir ili metalik madenler yönünden önemli bir varlığa sahip değildir. Ancak bölge jeolojisi nedeniyle endüstriyel hammaddeler açısından büyük bir zenginliğe sahiptir. Bölgedeki yoğun volkanik faaliyetler sonucunda oluşan volkanik ürünler, Nevşehir'in önemli ekonomik zenginlikleri arasındadır. Bölgedeki yaygın volkanizma ilde önemli pomza, perlit, kaolen ve kum-çakıl yataklarının oluşumuna neden olmuştur. Perlit yatakları Acıgöl ilçesinde yer almakta

olup, ilçedeki perlitlerin genleşme oranları 2.3 ile 16 arasında değişmektedir. Yatakların toplam rezervi 450 milyon ton civarındadır. Derinkuyu ilçesindeki sahalarındaki orta kaliteli perlitlerin genleşme oranı 3.2-4,5 arasında değişmekte olup, sahalarda toplam 320 milyon ton olarak jeolojik rezerv belirlenmiştir. Avanos ilçesi kaolen ve kum-çakıl yatakları bakımından önem arz etmektedir. İlçedeki kaolen oluşumları alunitli olup kâğıt sanayi hammaddesi olarak zaman zaman işletilmektedir. Yatakların toplam görünür rezervi 1.325.000 ton, muhtemel rezervi ise 2.325.000 olarak belirlenmiştir. İlçedeki kum-çakıl hammaddeleri ise orta kalitede olup, yaklaşık 20 milyon m3 mümkün rezerve sahiptir. İlde geçmiş yıllarda işletilen yataklar arasında Gülşehir ilçesindeki barit ve kayatuzu yatakları sayılabilir. Gülşehir-Tuzköy sahasındaki %92 NaCl içerikli ve 75 milyon ton görünür, 96 milyon ton muhtemel ve 960 milyon ton mümkün rezerv belirlenmiş yatak geçmiş yıllarda Tekel tarafından işletilmiştir. Ayrıca sahada neojen yaşlı tüfler içerisinde zeolit minerallerinin varlığı da tespit edilmiştir. Gülşehir-Arafa sahasındaki %92,75 BaSO4 içerikli baritlerde ise 2.500 ton görünür rezerv vardır.

Ülkemizin önemli ve iyi kalitede pomza yataklarına sahip olan Nevşehir ilinde, İl merkezi ve Ürgüp ilçesinde çok sayıda halen işletilen ve işletilmiş pomza yatakları yer almaktadır. Bu yatakların toplam rezervi yaklaşık 450 milyon m^3 civarındadır. Ülkemizde tekstil sektöründe kullanılan iyi kalitedeki pomzaların büyük bir bölümü bu ilden karşılanmak ve ihraç edilmektedir.

Söz konusu yer altı kaynakları dışında ilde Gülşehir-Arafa yöresinde 5000 Kcal/kg ortalama alt ısıl değerine sahip linyit sahası bulunmakta olup, saha geçmişte işletilmiştir. Ayrıca, Genel Müdürlüğümüzün enerji hammaddelerine yönelik yaptığı çalışmaları sonucunda Kozaklı ilçesinde sıcaklığı 29ºC ve debisi 10 lt/sn olan jeotermal kaynak tespit edilmiştir. Bu alanda yapılan sondajlarda 80-93ºC arasında değişen sıcaklık, 275 lt/sn debi ve 63.3 MWt güce sahip akışkan görünür hale getirilmiş ve ülke ekonomisine kazandırılmıştır. Bunun dışında Acıgöl ve Avanos yörelerinde de sıcaklıkları 25ºC ile 27.5ºC arasında değişen jeotermal kaynaklar bulunmaktadır.

Acıgöl perlit yatakları: İlçede çok sayıda perlit sahaları bulunmakta olup bunların genleşme oranları 2.3 ile 16 arasında değişmektedir. İlçedeki perlit yataklarının toplam rezervi 450 milyon ton civarındadır. Derinkuyu-Kayışkıran, Büyük ve Küçük Göllüdağ ve Bozdağ perlit yatakları vardır.

Pomza (Pom) ve Zeolit (Zeo)

Ülkemizin önemli ve iyi kalitede pomza yataklarına sahip olan Nevşehir ilinde, İl merkezi ve Ürgüp ilçesinde çok sayıda işletilen ve işletilmiş pomza yatakları yer almaktadır. Bu yatakların toplam rezervi yaklaşık 450 milyon m3 civarındadır. Ülkemizde tekstil sektöründe kullanılan iyi kalitedeki pomzaların büyük bir bölümü bu ilden karşılanmaktadır. Tenör: Neojen yaşlı tüfler içerisinde zeolit mineralleri vardır (http://www.mta.gov.tr/).

Nevşehir ilinin sahip olduğu bu madenler günlük hayattaki birçok sektörde kullanılmaktadır. Dolayısıyla önce projemizin gerçekleşeceği Mustafapaşa yöresine daha sonra Nevşehir'e ekonomik katkı sağlayacaktır.

Bunlara örnek verecek olursak; özellikle inşaat ve tekstil alanında kullanılan Pomza taşı; inşaat sektöründe konut ihtiyacının karışlanabilmesi için günümüze kadar çok katlı binaların inşasında bazı problemlerle karşılaşılmıştır. Bunların en önemlisi beton kütleden dolayı binanın öz ağırlığının fazla olmasıdır. Bu ağırlığının azaltılması amacıyla betonda kullanılan normal agrega yerine alternatif olarak pomza taşı kullanılmaya başlanmıştır. Pomza taşı hafif agrega olarak kullanıldığında betonun özgül ağırlığını azaltır ayrıca gözenekli yapısından dolayı da ısı ve ses yalıtımını sağlar (Yazıcıoğlu vd., 2003: 118-123). Projemizde de inşaat birçok yerde yapılacaktır. Gerek restoran inşaatı gerek halı dükkânı vb. gibi birçok alanda inşaat olacaktır ve yörenin sahip olduğu pomza taşı sayesinde bu alanlarda ekstra bir maliyet yapılmayacaktır.

Zeolit'in kullanım alanları

Zeolitli tüfler, gübrelerin kötü kokusunu gidermek içeriğini kontrol etmek ve asit volkanik toprakların pH'nın yükseltilmesi amacıyla uzun yıllardan beri kullanılmaktadır. Doğal zeolitler gübreleme ve toprak hazırlanmasında gübre taşıyıcısı olarak, tarımsal mücadelede ilaç taşıyıcısı olarak yaygın şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca besicilikte hayvan yemi katkı maddesi olarak kullanılmaktadır (Gülen vd., 2012: 65). Projemizde de yapılacak olan at çiftliği ve Mini Kapadokya saha içerisinde bahçe, toprak düzeninde de, yörenin sahip olduğu maden zeolitten faydalanılacaktır.

Kaolin kullanım alanları

Kaolinler seramik ve kâğıt sanayilerinin en önemli hammaddesidir. Ayrıca, kaolinler kristalleşme derecesine, parlaklığına, beyazlığına, örtücülüğüne, film dayanımına, viskozitesine ve tane şekline göre (bu özellik düzgünlüğü, optik ve reolojik özellikleri kontrol eder) sanayide çeşitli alanlarda değerlendirilir. Özellikle Halloysitler, doğada, kaolinlere nazaran az bulunur ve seramik sanayinde özellikle sır malzemesinde kullanılır. Türkiye'de kullanılan kaolinlerin fiziksel ve kimyasal özelliklerine göre çeşitli ürün standartları reçeler halinde kullanıcılar tarafından hazırlanmıştır ve bu standartlar hemen hemen Dünya'da kullanıcıların standartlarına benzemektedir. Kaolin'in kâğıt, porselen, sıhhi tesisat gibi kullanım alanlarında beyazlık, serbest silis, aşındırıcılık gibi bazı fiziksel parametreleri, kimyasal bileşimleri kadar önemli olmaktadır (Ece vd:2). Kaolin projemizde gerçekleştireceğimiz inşaatların camlarında, restoran tezgahlarında duvarlarında, halı dükkanının duvar süslemelerinde ve diğer dükkânların süslemeleri içinde kullanılacaktır.

Mini Kapadokya projesi at çiftliği için gerekli olan hammadde, yardımcı madde ve işletme malzemeleri ve diğer girdiler aşağıdaki gibidir. Bu girdiler Nevşehir yöresinden ve mevcut at çiftliklerinden temin edilecektir.

At çiftliği için alınacak ekipman ve malzeme

Koşum takımı, Ahır örtüsü, Bandaj, Eyer, Keçe, Relpet, Başlık, Getir, Blanket, Dizgin, Tımar, Göğüslükler, Üzengi, At tıraş makinesi, Gaiterler, Nal, Mıh, Mahmuz kayışı, Koruyucu yelek vb.

AYLIK(TL)*	1 at için (TL)	24 at için (TL)
Yulaf/Arpa	156	3.744
Kuru çayır	120	2.880
Yataklık	240	5.760
At bakımı	250	6.000
Veteriner	41,6	1.000
Personel gideri	419,1	10.060
İşletme gideri	62,5	1.500
Ekipman gideri	17,3	416
Toplam	**1.306,5**	**31.360**

*At ücreti dahildir.

14. İŞLETME DÖNEMİ GELİRLERİ VE GİDERLERİ İLE İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI

Projenin yatırımcı kurum veya kişi açısından maliyet ve faydaların toplum açısından değerlerinin (gölge ücretlerle) hesaplandığı analize Ekonomik Analiz (Sosyal Fayda-Maliyet Analizi) denir. Yani projenin ulusal ekonomi açısından analiz edildiği ekonomik analizde, ekonomik kârlılık, diğer bir deyişle kaynakların etkin kullanılması yoluyla gelirin maksimize edilmesi (büyüme) amaçlanır. Bu yöntemde cari piyasa fiyatları yerine kaynakların fırsat maliyetlerini yansıtan "gölge fiyatlar" kullanılır.

Fiyatların yetersiz olduğu veya hiç oluşmadığı durumlarda toplumsal fayda ve maliyetleri yansıtması için mallara ve faktörlere bağlanan fiyatlardır. Ekonomik analizde kullanılan gölge fiyatlara ayrıca muhasebe fiyatları, ekonomik fiyatlar veya etkinlik fiyatları da denir.

Ekonomik analizde kullanılan kabuller;

- Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilmiştir.
- Yatırım Maliyeti tablosunda yer alan maliyetler, Mimarı, Mekanik, Statik, Zemin, Elektrik, Harita, Peyzaj mühendisleri odasının güncel metrekare hesaplama birim fiyatları üzerinden ve "MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK HİZMET BEDELLERİNİN HESABINDA KULLANILACAK 2020 YILI YAPI YAKLAŞIK BİRİM MALİYETLERİ HAKKINDA TEBLİĞ" de bulunan yapı sınıfının metrekare değerlerine göre hesaplanmıştır.
- Mini Kapadokya günlük 12 saat açık kalacağı, 365 gün hizmet vereceği, 83 adet 7mt.lik led aydınlatma direği (120w) ve 26 adet led projektör (240w) özel aydınlatma sistemi Türkiye'de bu anlamda ilk kez akşam saatlerinde de ziyaretçi alabilecek, uygun hava koşulları olduğu sürece akşam saatlerinde de balon kullanma imkânı verebilecek bir özel alan olacaktır.
- İndirgeme oranı %20 ve Kurumlar Vergisi %22 olarak dikkate alınmıştır.
- İlk beş yıl satış gelirlerinin %25'lik kısmı Ahiler Kalkınma Ajansı katkı payı olarak öngörülmüştür.

,

Tablo 81: Toplam Yatırım Tutarı (TL)

YAKLAŞIK MALİYET TABLOSU

İLGİLİ MÜDÜRLÜK: NEVŞEHİR KAPADOKYA ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ

İLGİLİ PROJE: MİNİ KAPADOKYA

SN	YAPI SINIFI VE GRUBU	TANIMI	BİRİMİ	MİKTARI	BİRİM FİYATI	TUTARI
1	1. SINIF / A GRUBU	AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI	m²	1.000,00	210,00	210.000,00 TL
		Kaba İnşaat				94.500,00 TL
		İnce İnşaat				94.500,00 TL
		Elektrik				21.000,00 TL
		AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI PROJE BEDELLERİ	m²	1.000,00		3.086,86 TL
		Peyzaj				1.577,06 TL
		Elektrik				1.509,80 TL
2	2. SINIF / C GRUBU	DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI	m²	130,00	820,00	106.600,00 TL
		Kaba İnşaat				47.970,00 TL
		İnce İnşaat				47.970,00 TL
		Elektrik				10.660,00 TL
		DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI PROJE BEDELLERİ	m²	130,00		4.161,00 TL
		Peyzaj				3.423,29 TL
		Elektrik				737,72 TL
3	5. SINIF / A GRUBU	ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS)	m²	500,00	2.400,00	1.200.000,00 TL
		Kaba İnşaat				504.000,00 TL
		İnce İnşaat				456.000,00 TL
		Elektrik				96.000,00 TL
		Mekanik				144.000,00 TL
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS) PROJE BEDELLERİ	m²	500,00		139.376,86 TL
		Mimarı				76.877,47 TL
		Statik				24.947,14 TL
		Mekanik				15.975,64 TL
		Elektrik				9.237,52 TL
		Harita				2.302,07 TL
		Zemin				5.261,88 TL
		Peyzaj				4.775,15 TL
4	5. SINIF / D GRUBU	AMFİ TİYATRO (OPERA ,TİYATRO ,BALE YAPILARI VE KONSER ALANI)	m²	1.500,00	2.746,00	4.119.000,00 TL
		Kaba İnşaat				2.059.500,00 TL
		İnce İnşaat				1.647.600,00 TL
		Elektrik				411.900,00 TL
		AMFİ TİYATRO (OPERA ,TİYATRO ,BALE YAPILARI VE KONSER ALANI)PROJE BEDELLERİ	m²	1.500,00		13.957,00 TL
		Peyzaj				9.772,00 TL
		Elektrik				4.185,00 TL
5	5. SINIF / D GRUBU	HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI)	m²	400,00	3.800,00	1.520.000,00 TL
		Kaba İnşaat				638.400,00 TL
		İnce İnşaat				577.600,00 TL
		Mekanik Tesisat				121.600,00 TL
		Elektrik				182.400,00 TL
		HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI) PROJE BEDELLERİ	m²	400,00		158.164,97 TL
		Mimarı				100.222,58 TL
		Statik				17.391,99 TL
		Mekanik				19.446,98 TL
		Elektrik				9.742,17 TL
		Harita				1.632,92 TL
		Zemin				3.985,43 TL
		Peyzaj				5.742,90 TL
6	5. SINIF / B GRUBU	AHIR VE MANEJ ALANI	m²	2.100,00	2.900,00	6.090.000,00 TL

		Kaba İnşaat				**2.557.800,00 TL**
		İnce İnşaat				**2.314.200,00 TL**
		Mekanik Tesisat				**487.200,00 TL**
		Elektrik				**730.800,00 TL**
		AHIR VE MANEJ ALANI PROJE BEDELLERİ	**m²**	**2.100,00**		**52.054,50 TL**
		Mimarı	**m²**	**590,00**		**3.019,82 TL**
		Mekanik	**m²**	**590,00**		**2.279,49 TL**
		Statik	**m²**	**590,00**		**4.550,42 TL**
		Zemin	**m²**	**590,00**		**5.135,27 TL**
		Elektrik	**m²**	**2.100,00**		**8.956,76 TL**
		Harita	**m²**	**2.100,00**		**3.494,84 TL**
		Peyzaj	**m²**	**2.100,00**		**24.617,90 TL**
7	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA**	**m²**	**250,00**	**1.450,00**	**362.500,00 TL**
		Kaba İnşaat				**152.250,00 TL**
		İnce İnşaat				**137.750,00 TL**
		Elektrik				**29.000,00 TL**
		Mekanik				**43.500,00 TL**
8	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA PROJE BEDELLERİ**	**m²**	**250,00**		**71.567,11 TL**
		Mimarı				**39.474,97 TL**
		Statik				**12.809,83 TL**
		Mekanik				**8.203,16 TL**
		Elektrik				**4.743,27 TL**
		Harita				**1.182,07 TL**
		Zemin				**2.701,86 TL**
		Peyzaj				**2.451,94 TL**
9	**3. SINIF / B GRUBU**	**INFO (BILGILENDIRME) ALANLARI**	**m²**	**40,00**	**1.450,00**	**58.000,00 TL**
		İnşaat				46.400,00 TL
		Elektrik				11.600,00 TL
10	**3. SINIF / B GRUBU**	**SEYİR TERASI**	**m²**	**550,00**	**1.450,00**	**797.500,00 TL**
		İnşaat	**m²**			**717.750,00 TL**
		Elektrik	**m²**			**79.750,00 TL**
		SEYİR TERASI PROJE BEDELLERİ				**4.422,05 TL**
		Peyzaj	**m²**	**550,00**		**3.308,28 TL**
		Elektrik	**m²**	**550,00**		**1.113,77 TL**
11	**4.SINIF / B GRUBU**	**SEYİR AMAÇLI BALON KALKIŞ ALANI**	**m²**	**500,00**	**1.850,00**	**925.000,00 TL**
12	**1. SINIF / A GRUBU**	**DİNLENME VE REKREASYON ALANI**	**m²**	**1.200,00**	**210,00**	**252.000,00 TL**
		İnşaat				226.800,00 TL
		Elektrik				25.200,00 TL
13	**3. SINIF / A GRUBU**	**UMUMİ TUVALET BİRİMİ (2 ADET)**	**m²**	**100,00**	**1.100,00**	**110.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				46.200,00 TL
		İnce İnşaat				41.800,00 TL
		Mekanik Tesisat				13.200,00 TL
		Elektrik				8.800,00 TL
14	**2. SINIF / B GRUBU**	**BOTANİK VE PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ**	**m²**	**5.000,00**	**750,00**	**3.750.000,00 TL**
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		HALI MÜZESİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		MANEJ ALANI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.000,00	**750,00**	750.000,00 TL
		DİNLENME VE REKREASYON ALANI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.200,00	**750,00**	900.000,00 TL
		VADİ YOL KENARI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.800,00	**750,00**	1.350.000,00 TL
15	**1. SINIF / A GRUBU**	**DOĞAL TAŞ YOL YAPIMI**	**m²**	**2.982,00**	**210,00**	**626.220,00 TL**
16	**3. SINIF / B GRUBU**	**TATLI SU ÇEŞME YAPIM İŞİ**	**m²**	**20,00**	**1.450,00**	**29.000,00 TL**
17	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**60,00**		**27.276,00 TL**
		AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**60,00**	**3.800,00**	**228.000,00 TL**
18	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**100,00**		**44.749,00 TL**
		AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**100,00**	**3.800,00**	**380.000,00 TL**
19	**5. SINIF / D GRUBU**	**AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**200,00**		**85.940,00 TL**

		AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	m²	200,00	3.800,00	760.000,00 TL
20	5. SINIF / D GRUBU	AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	120,00		53.272,00 TL
		AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON İŞİ	m²	120,00	3.800,00	456.000,00 TL
21	5. SINIF / D GRUBU	YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	200,00		85.940,00 TL
		YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON İŞİ	m²	200,00	3.800,00	760.000,00 TL
22	5. SINIF / D GRUBU	MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)	m²	100,00		44.749,00 TL
		MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON RESTORASYON İŞİ	m²	100,00	3.800,00	380.000,00 TL
23		SICAK HAVA BALONU (HELYUM)	adet	1,00	2.400.000,00	2.400.000,00 TL
					TOPLAM	26.308.536,35 TL
24		Genel Gider %2				526.170,73 TL
25		Beklenebilecek Farklar %3				789.256,09 TL
					GENEL TOPLAM	27.623.963,17 TL

Tablo 82: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu

YATIRIM BÜTÇESİ	1. Dönem	Toplam Tutar (TL) (KDV Hariç)
A- UYGUN HARCAMALAR	29.339.469,40	29.339.469,40
Yapım İşleri	27.623.963,17	27.623.963,17
İşletme Sermayesi Değişimi	1.715.506,22	1.354.449,03
B- TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B)	29.339.469,40	29.339.469,40
FİNANSMAN KAYNAKLARI	1. Dönem	Toplam (TL)
C- İDARE ÖZKAYNAK	23.500.000,00	23.500.000,00
D- KALKINMA AJANSI DESTEĞİ	6.000.000,00	6.000.000,00
E- DİĞER KAYNAKLAR		
F- FİNANSMAN KAYNAKLARI TOPLAMI	29.500.000,00	29.500.000,00
YATIRIM DÖNEMİ NET NAKİT AKIŞI (F-B)	160.530,60	160.530,60
YATIRIM DÖNEMİ KÜMÜLATİF NET NAKİT AKIŞ	160.530,60	160.530,60

TEKNİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Hizmet Kapasitesi

Tablo 83: Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı

	Birim (Ton, Kg, Lt, vb.)	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
A1- Kurulu Kapasite	Kişi	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B1- Üretim Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
C1-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otomobil												
A2- Kurulu Kapasite	adet	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00
B2- Üretim Miktarı	adet	87.600,00	87.600,00	96.360,00	105.996,00	116.950,00	128.645,00	141.509,00	155.690,00	163.474,00	167.550,00	175.200,00
C2-Birim Satış Fiyatı	adet	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,50%	66,75%	73,43%	80,77%	88,86%	93,31%	95,63%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otobüs												
A3- Kurulu Kapasite	adet	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00
B3- Üretim Miktarı	adet	17.520,00	17.520,00	19.272,00	21.199,00	23.318,00	25.650,00	28.215,00	31.036,00	34.254,00	38.250,00	47.500,00
C3-Birim Satış Fiyatı	adet	20,00	20,00	20,00	20,00	24,00	24,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO3=% [(B3/A3)*100])	-	33,33%	33,33%	36,67%	40,33%	44,36%	48,80%	53,68%	59,05%	65,17%	72,77%	90,37%
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek												
A4- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B4- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C4-Birim Satış Fiyatı	adet	30,00	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	50,00	50,00	50,00	60,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO4=% [(B4/A4)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Çömlek												
A5- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B5- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C5-Birim Satış Fiyatı	adet	25,00	25,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	35,00	35,00	35,00	40,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO5=% [(B5/A5)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Pomza Taşı												
A6- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B6- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C6-Birim Satış Fiyatı	adet	13,00	13,00	13,00	13,00	15,00	15,00	15,00	17,00	17,00	17,00	20,00

Kapasite Kullanım Oranı KKO6=% [(B6/A6)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Şarap												
A7- Kurulu Kapasite	adet	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B7- Üretim Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C7-Birim Satış Fiyatı	adet	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO7=% [(B7/A7)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği												
A8- Kurulu Kapasite	kg	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00
B8- Üretim Miktarı	kg	9.125,00	9.125,00	10.250,00	12.875,00	15.775,00	18.250,00	21.250,00	27.500,00	30.750,00	34.250,00	36.500,00
C8-Birim Satış Fiyatı	kg	12,00	12,00	12,00	12,00	15,00	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	25,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO8=% [(B8/A8)*100])	-	50,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Patates												
A9- Kurulu Kapasite	kg	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B9- Üretim Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
C9-Birim Satış Fiyatı	kg	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO9=% [(B9/A9)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Üzüm												
A10- Kurulu Kapasite	kg	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B10- Üretim Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
C10-Birim Satış Fiyatı	kg	10,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	20,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO10=% [(B10/A10)*100])	-	50,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri												
A11- Kurulu Kapasite	kg	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00
B11- Üretim Miktarı	kg	10.950,00	10.950,00	137.500,00	16.000,00	19.500,00	21.900,00	25.000,00	29.500,00	34.750,00	39.750,00	43.800,00
C11-Birim Satış Fiyatı	kg	20,00	20,00	20,00	20,00	22,00	22,00	22,00	25,00	25,00	25,00	30,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO11=% [(B11/A11)*100])	-	50,00%	50,00%	627,85%	73,06%	89,04%	100,00%	57,08%	67,35%	79,34%	90,75%	100,00%
Amfi Tiyatro-Festival-Konser												
A12- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B12- Üretim Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
C12-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO12=% [(B12/A12)*100])	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%
Amfi Tiyatro-Tiyatro-Gösteri-Pandomim												
A13- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B13- Üretim Miktarı	Kişi	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00

C13-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO13=% [(B13/A13)*100])	-	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%	900,00%
Amfi Tiyatro-Mapping												
A14- Kurulu Kapasite	Kişi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
B14- Üretim Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
C14-Birim Satış Fiyatı	Kişi	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	20,00	20,00	20,00	25,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO14=% [(B14/A14)*100])	-	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%	1000,00%
At Çiftliği - At biniş hafta içi												
A15- Kurulu Kapasite	Kişi	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00	69.120,00
B15- Üretim Miktarı	Kişi	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
C15-Birim Satış Fiyatı	Kişi	75,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	125,00	125,00	125,00	150,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO15=% [(B15/A15)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
At Çiftliği - At biniş Hafta sonu												
A16- Kurulu Kapasite	Kişi	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
B16- Üretim Miktarı	Kişi	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
C16-Birim Satış Fiyatı	Kişi	125,00	125,00	125,00	125,00	150,00	150,00	150,00	175,00	175,00	175,00	200,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO16=% [(B16/A16)*100])	-	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%
Balon Binişi												
A17- Kurulu Kapasite	Kişi	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00	87.600,00
B17- Üretim Miktarı	Kişi	28.800,00	28.800,00	32.400,00	36.000,00	39.600,00	43.200,00	46.800,00	50.400,00	54.000,00	57.600,00	61.200,00
C17-Birim Satış Fiyatı	Kişi	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO17=% [(B17/A17)*100])	-	32,88%	32,88%	36,99%	41,10%	45,21%	49,32%	53,42%	57,53%	61,64%	65,75%	69,86%
Restoran-Yemek&İçecek												
A18- Kurulu Kapasite	Kişi	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00
B18- Üretim Miktarı	Kişi	109.500,00	109.500,00	120.450,00	131.400,00	142.350,00	153.300,00	175.200,00	186.150,00	197.100,00	212.430,00	214.620,00
C18-Birim Satış Fiyatı	Kişi	55,00	55,00	55,00	55,00	75,00	75,00	75,00	85,00	85,00	85,00	100,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO18=% [(B18/A18)*100])	-	50,00%	50,00%	55,00%	60,00%	65,00%	70,00%	80,00%	85,00%	90,00%	97,00%	98,00%
Halı Satışı												
A19- Kurulu Kapasite	adet	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
B19- Üretim Miktarı	adet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
C19-Birim Satış Fiyatı	adet	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO19=% [(B19/A19)*100])	-	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
A20- Kurulu Kapasite	Kişi	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B20- Üretim Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
C20-Birim Satış Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00

Kapasite Kullanım Oranı KKO20=% [(B20/A20)*100])	-	76,04%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			46,57%	56,49%	54,22%	59,17%	63,74%	65,44%	71,20%	75,54%	80,49%	83,82%

Mini Kapadokya ziyaretçi sayısı kapasite oluşturulurken, talep tahmininde oluşan rakamlar analiz edilmiştir. 2014-2018 yılında toplam 12.109.023 kişi müze ve ören yerlerini ziyaret etmiş ve yıllık ortalama 2.421.805 kişi inanç ve kültür turisti olarak Kapadokya bölgesinde yer almıştır. Mini Kapadokya olarak ziyaretçi kapasitesini bu ortalamanın %10'luk kısmını hedefleyerek yapılmıştır. Amacımız sadece Mustafapaşa'ya gelen inanç ve kültür turistleri değil aynı zamanda bölgeye gelen inanç ve kültür turistleri için yeni bir destinasyon olarak fizibilite yer alan destinasyon pazarlama çalışmaları ile hedeflenen ve realist bir tahmin olan 240.000 yıllık inanç ve kültür turistini Mini Kapadokya'ya çekmektir.

Mini Kapadokya'da Görev Yapacak Personelin Unvan ve Sayıları

Personel Görev(ler)	Kişi	Aylık Net Maaş (TL)	Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)/kişi	Toplam Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)
Restoran Birimi				
Restoran Müdürü	1	5000	106.340,69	106.340,69
Şef Aşçı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Restoran Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Kısım Şefleri	2	3750	77.584,42	155.168,84
Şef Garson	2	4000	83.335,66	166.671,32
Aşçı	4	3500	71.833,14	287.332,56
Garson	3	3000	60.985,84	182.957,52
Bulaşıkçı	2	2500	50.501,16	101.002,32
Aşçı Yardımcısı	4	2500	50.501,16	202.004,64
Komi	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	1.653.489,59
At Çiftliği Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
İşletme Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Antrenör	1	3250	56.170,55	56.170,55
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Veteriner	1	3500	71.833,14	71.833,14
Doktor	1	4250	79.175,59	79.175,59
Seyis	3	3000	60.985,84	182.957,52
Diğer Hizmetler	10	2500	50.501,16	505.011,60
			ALT TOPLAM	1.140.995,32
Yöresel Ürün Satış Birimi				
İşletme Müdürü	1	4000	83.335,66	83.335,66
Müdür Yardımcısı	1	3750	77.584,42	77.584,42
Satış Görevlisi	3	2500	50.501,16	151.503,48

Kasiyer	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	514.428,20
Amfi Tiyatro Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	1	4250	79.175,59	79.175,59
Bilet Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Teknik Personel	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	467.109,37
Halıcılık Atölyesi Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	2	4250	89.086,96	178.173,92
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Halı Üretim Şefi	2	3000	60.985,84	121.971,68
İşçi	20	2500	50.501,16	1.010.023,20
			ALT TOPLAM	1.466.928,76
Balon Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Pilot	2	4250	89.086,96	178.173,92
Sağlık Personeli	5	3000	60.985,84	304.929,20
Rezervasyon Görevlisi	4	2500	50.501,16	202.004,64
İniş-Kalkış Ekibi	12	2500	50.501,16	606.013,92
			ALT TOPLAM	1.465.135,46
Seyir Terası Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Fotoğrafçı	2	3500	71.833,14	143.666,28
Güvenlik Görevlisi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	279.094,26
Kilise Ziyaret Alanı Birimi				
Yönetici	1	3500	71.833,14	71.833,14
Bilet Satış Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Güvenlik Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Otopark Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
İşçi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	425.341,26
			GENEL TOPLAM	7.412.522,22

Peyzaj Düzenleme

Mini Kapadokya mimari projesi iklime, topografyaya ve turizm konseptine uygun olarak tasarlanacak; çevre ile uyum içinde olması kriteri göz önünde tutulacaktır.

Yöreye uygun, alanın konumu da göz önüne alınarak uzun vadeli, bakımı kolay bir bitkisel tasarım yapılması önerilmektedir.

Vadi girişinde tasarlanan otopark alanında yöreye özgü doğal taşların kullanılması, kullanılacak bitkilerin gölge yapıcı yapraklı ağaçların olması önerilmektedir. Önerilen bitki türleri;

-ROBINIA PSEUDOACACIA UMBRACULIFERA

-PRUNUS CERASIFERA

-TILIA TOMENTOSA

Vadi girişinde tasarlanan giriş kapısının çevresinde girişi vurgulamak amacı ile kullanılması önerilen bitki türleri;

-THUJA ORIENTALIS PYRAMİDALIS AUREA

-CUPRESSUS ARIZONICA GLAUCA

-JUNIPERUS SABINA

Restoran ve alışveriş birimlerinin bulunduğu binanın bahçesinde yeşil alan oluşturularak oturma birimleri tasarlanması önerilmektedir. Sonbahar renklenmesi yapan ağaçlar, ilkbaharda çiçeklenen çalı grupları, yaprak dökmeyen ağaçlar ve ibreli türler kullanılarak her mevsim yeşil görünecek bahçe oluşturulması önerilmektedir.

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

-CEDRUS LIBANI

-PINUS NIGRA

-ACER PALMATUM

-VİBURNUM TİNUS

-SYRINGIA VULGARIS

-ROSA MEİLLAND

Aslına uygun olarak tekrar yapılması önerilen halı müzesinin çevre düzenlemesinde ipeğin oluşmasını anlatan bilgilendirmelerin olacağı panolar tasarlanmalıdır. Doğasına uygun olarak ipek böceklerinin beslenebilmesi için ihtiyaç duyulan türden ağaçlar kullanılarak peyzaj düzenlemesi yapılması önerilmektedir. Önerilen bitkiler

-MORUS ALBA

-MORUS ALBA PENDULA

At çiftliği ve manej alanı peyzaj düzenlemesinde gölge oluşturacak yapraklı bitkiler, soliter kullanılabilen ibreli bitkiler kullanılması öneriliyor.

Önerilen bitkiler:

-ACER NEGUNDO

-PLATANUS ORIENTALIS

-PRUNUS CERASIFERA

-TILIA TOMENTOSA

-PİNUS NİGRA

-CEDRUS LİBANİ

Rekreasyon ve dinlenme alanı içerisinde gölge oluşturabilecek bitkiler kullanılmalıdır. Alanda oluşturulacak oturma birimleri yöreye uygun doğal malzemeler kullanılarak tasarlanmalıdır. Önerilen bitkiler;

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

Vadi içerisinde bulunan ve ilave olarak eklenecek gezinti yolu boyunca alle bitkisi olarak kullanılacak bitkiler önerilmektedir.

--LAGERSTROEMİA İNDİCA

-MORUS ALBA

-LİGUSTRUM JAPONİCUM

-ALBİZZİA JULİBRİSSİN

-PLATANUS ORİENTALİS

Tablo 84: Yatırımın Uygulama Planı

Yıllar	**2021**												**2022**									
Aylar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Yatırım																						
Etüt-Proje																						
İnşaat																						
Restorasyon																						
Tesisat																						
Tefriş																						
Teçhizat																						

Tablo 85: Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL)

UNSURLAR	Süre (Gün)	Yıllık Tutar (Sabit)	Yıllık Tutar (Değişken)	İşletme Sermayesi Tutarı (Sabit) (a)	İşletme Sermayesi Tutarı (Değişken) (b)	Toplam (a+b)
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu					118.231,99	118.231,99
A1. Hammade Stoğu	7,00		1.381.629,60		26.865,02	26.865,02
A2. Yardımcı Madde Stoğu	30,00		1.096.403,60		91.366,97	91.366,97
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	30,00					
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu				513.240,57	103.506,12	616.746,69
B1. Mamul Stoğu	7,00	13.197.614,72	2.661.585,97	256.620,29	51.753,06	308.373,35
B2. Yarı Mamul Stoğu	7,00	13.197.614,72	2.661.585,97	256.620,29	51.753,06	308.373,35
C. Nakit İhtiyacı				1.093.501,23	11.796,06	1.105.297,29
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	30,00	35.280,00	107.952,77	2.940,00	8.996,06	11.936,06
C2. Personel Giderleri	30,00	7.412.522,22		617.710,19		617.710,19
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	30,00	5.674.212,50	33.600,00	472.851,04	2.800,00	475.651,04
D. Vadeli Satışlar						
E. Vadeli Alışlar						
E1. Hammadde	30,00					
Tam Kapasitede Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı				1.606.741,80	233.534,17	1.840.275,97

Tablo 86: İşletme Sermayesi Değişimi Tablosu (TL)

UNSURLAR	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
A.Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu (A1+A2+A3+A4)	55.064,46	66.787,48	64.111,07	69.955,27	75.360,46	77.367,06	84.177,42	89.314,22	95.163,85	99.104,53
A1. Hammade Stoğu	12.511,91	15.175,65	14.567,51	15.895,44	17.123,63	17.579,57	19.127,04	20.294,24	21.623,41	22.518,82
A2. Yardımcı Madde Stoğu	42.552,55	51.611,83	49.543,57	54.059,83	58.236,84	59.787,49	65.050,38	69.019,98	73.540,44	76.585,71
A3. İşletme Malzemesi Stoğu										
A4. Yakıt Stoğu										
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu (B1+B2)	561.446,72	571.709,63	569.366,57	574.482,87	579.214,85	580.971,52	586.933,64	591.430,65	596.551,71	600.001,58
B1. Mamul Stoğu	280.723,36	285.854,82	284.683,29	287.241,44	289.607,42	290.485,76	293.466,82	295.715,33	298.275,85	300.000,79
B2. Yarı Mamul Stoğu	280.723,36	285.854,82	284.683,29	287.241,44	289.607,42	290.485,76	293.466,82	295.715,33	298.275,85	300.000,79
C. Nakit İhtiyacı (C1+C2+C3)	1.098.995,04	1.100.164,65	1.099.897,62	1.100.480,70	1.101.019,98	1.101.220,18	1.101.899,65	1.102.412,15	1.102.995,77	1.103.388,94
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	7.129,76	8.021,74	7.818,10	8.262,77	8.674,05	8.826,72	9.344,91	9.735,76	10.180,85	10.480,69
C2. Personel Giderleri	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19	617.710,19
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	474.155,09	474.432,72	474.369,34	474.507,74	474.635,75	474.683,27	474.844,55	474.966,20	475.104,74	475.198,06
D. Vadeli Satışlar										
E. Vadeli Alışlar (E1+E2+…)										
E1. Hammadde										
Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı (A+B+C+D-E)	1.715.506,22	1.738.661,76	1.733.375,27	1.744.918,84	1.755.595,29	1.759.558,76	1.773.010,71	1.783.157,02	1.794.711,32	1.802.495,05
İşletme Sermayesindeki Değişim	**1.715.506,22**	**23.155,54**	**-5.286,50**	**11.543,57**	**10.676,45**	**3.963,47**	**13.451,95**	**10.146,31**	**11.554,30**	**7.783,72**

Tablo 87: Satış Gelirleri

	Birim	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
Satış Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	Kişi	912.500,00	912.500,00	925.000,00	950.000,00	1.200.000,00	1.260.000,00	1.320.000,00	1.575.000,00	1.840.000,00	2.115.000,00	2.400.000,00
Otopark Kullanımı - Otomobil												
Satış Miktarı	adet	87.600,00	87.600,00	96.360,00	105.996,00	116.950,00	128.645,00	141.509,00	155.690,00	163.474,00	167.550,00	175.200,00
Birim Fiyatı	adet	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	adet	438.000,00	438.000,00	481.800,00	529.980,00	701.700,00	771.870,00	849.054,00	1.089.830,00	1.307.792,00	1.507.950,00	1.752.000,00
Otopark Kullanımı - Otobüs												
Satış Miktarı	adet	17.520,00	17.520,00	19.272,00	21.199,00	23.318,00	25.650,00	28.215,00	31.036,00	34.254,00	38.250,00	47.500,00
Birim Fiyatı	adet	20,00	20,00	20,00	20,00	24,00	24,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Satış Geliri	adet	350.400,00	350.400,00	385.440,00	423.980,00	559.632,00	615.600,00	677.160,00	869.008,00	1.096.128,00	1.377.000,00	1.900.000,00
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek												
Satış Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	30,00	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	50,00	50,00	50,00	60,00
Satış Geliri	adet	547.500,00	547.500,00	615.000,00	772.500,00	1.262.000,00	1.460.000,00	1.700.000,00	2.750.000,00	3.075.000,00	3.425.000,00	4.380.000,00
Yöresel Ürün-Çömlek												
Satış Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	25,00	25,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	35,00	35,00	35,00	40,00
Satış Geliri	adet	456.250,00	456.250,00	512.500,00	643.750,00	946.500,00	1.095.000,00	1.275.000,00	1.925.000,00	2.152.500,00	2.397.500,00	2.920.000,00
Yöresel Ürün-Pomza Taşı												
Satış Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	13,00	13,00	13,00	13,00	15,00	15,00	15,00	17,00	17,00	17,00	20,00
Satış Geliri	adet	237.250,00	237.250,00	266.500,00	334.750,00	473.250,00	547.500,00	637.500,00	935.000,00	1.045.500,00	1.164.500,00	1.460.000,00
Yöresel Ürün-Şarap												
Satış Miktarı	adet	18.250,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Satış Geliri	adet	912.500,00	912.500,00	1.025.000,00	1.287.500,00	2.366.250,00	2.737.500,00	3.187.500,00	5.500.000,00	6.150.000,00	6.850.000,00	10.950.000,00
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği												
Satış Miktarı	kg	9.125,00	9.125,00	10.250,00	12.875,00	15.775,00	18.250,00	21.250,00	27.500,00	30.750,00	34.250,00	36.500,00
Birim Fiyatı	kg	12,00	12,00	12,00	12,00	15,00	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	25,00
Satış Geliri	kg	109.500,00	109.500,00	123.000,00	154.500,00	236.625,00	273.750,00	318.750,00	495.000,00	553.500,00	616.500,00	912.500,00
Yöresel Ürün-Patates												
Satış Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Birim Fiyatı	kg	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00
Satış Geliri	kg	18.250,00	18.250,00	20.000,00	25.000,00	36.000,00	43.800,00	51.000,00	70.000,00	80.500,00	89.250,00	146.000,00
Yöresel Ürün-Üzüm												
Satış Miktarı	kg	3.650,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Birim Fiyatı	kg	10,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	20,00
Satış Geliri	kg	36.500,00	36.500,00	40.000,00	50.000,00	72.000,00	87.600,00	102.000,00	140.000,00	161.000,00	178.500,00	292.000,00
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri												

Satış Miktarı	kg	10.950,00	10.950,00	137.500,00	16.000,00	19.500,00	21.900,00	25.000,00	29.500,00	34.750,00	39.750,00	43.800,00
Birim Fiyatı	kg	20,00	20,00	20,00	20,00	22,00	22,00	22,00	25,00	25,00	25,00	30,00
Satış Geliri	kg	219.000,00	219.000,00	2.750.000,00	320.000,00	429.000,00	481.800,00	550.000,00	737.500,00	868.750,00	993.750,00	1.314.000,00
Amfi Tiyatro-Festival-Konser												
Satış Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Satış Geliri	Kişi	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	150.000,00
Amfi Tiyatro-Tiyatro-Gösteri-Pandomim												
Satış Miktarı	Kişi	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	7,50	7,50	7,50	10,00	10,00	10,00	15,00
Satış Geliri	Kişi	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	67.500,00	67.500,00	67.500,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	135.000,00
Amfi Tiyatro-Mapping												
Satış Miktarı	Kişi	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	10,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	20,00	20,00	20,00	25,00
Satış Geliri	Kişi	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	250.000,00
At Çiftliği - At biniş hafta içi												
Satış Miktarı	Kişi	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	23.040,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00	34.560,00
Birim Fiyatı	Kişi	75,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	125,00	125,00	125,00	150,00
Satış Geliri	Kişi	1.728.000,00	1.728.000,00	1.728.000,00	1.728.000,00	2.304.000,00	2.304.000,00	3.456.000,00	4.320.000,00	4.320.000,00	4.320.000,00	5.184.000,00
At Çiftliği - At biniş Hafta sonu												
Satış Miktarı	Kişi	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	125,00	125,00	125,00	125,00	150,00	150,00	150,00	175,00	175,00	175,00	200,00
Satış Geliri	Kişi	2.250.000,00	2.250.000,00	2.250.000,00	2.250.000,00	2.700.000,00	2.700.000,00	4.050.000,00	4.725.000,00	4.725.000,00	4.725.000,00	5.400.000,00
Balon Binişi												
Satış Miktarı	Kişi	28.800,00	28.800,00	32.400,00	36.000,00	39.600,00	43.200,00	46.800,00	50.400,00	54.000,00	57.600,00	61.200,00
Birim Fiyatı	Kişi	50,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Satış Geliri	Kişi	1.440.000,00	1.440.000,00	1.620.000,00	1.800.000,00	2.970.000,00	3.240.000,00	3.510.000,00	5.040.000,00	5.400.000,00	5.760.000,00	9.180.000,00
Restoran-Yemek&İçecek												
Satış Miktarı	Kişi	109.500,00	109.500,00	120.450,00	131.400,00	142.350,00	153.300,00	175.200,00	186.150,00	197.100,00	212.430,00	214.620,00
Birim Fiyatı	Kişi	55,00	55,00	55,00	55,00	75,00	75,00	75,00	85,00	85,00	85,00	100,00
Satış Geliri	Kişi	6.022.500,00	6.022.500,00	6.624.750,00	7.227.000,00	10.676.250,00	11.497.500,00	13.140.000,00	15.822.750,00	16.753.500,00	18.056.550,00	21.462.000,00
Halı Satışı												
Satış Miktarı	adet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Birim Fiyatı	adet	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Satış Geliri	adet	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
Satış Miktarı	Kişi	182.500,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	Kişi	912.500,00	912.500,00	925.000,00	950.000,00	1.200.000,00	1.260.000,00	1.320.000,00	1.575.000,00	1.840.000,00	2.115.000,00	2.400.000,00
Toplam Satış Gelirleri	TL	**17.385.650,00**	**17.385.650,00**	**21.086.990,00**	**20.241.960,00**	**29.025.707,00**	**31.268.420,00**	**40.036.464,00**	**51.559.088,00**	**55.359.170,00**	**59.681.500,00**	**76.187.500,00**

Tablo 88: Diğer Gelirler (TL)

Diğer Gelirler (Tür)	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Dükkan Kirası (8 Adet)		192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
Toplam		**192.000,00**	**230.400,00**	**253.440,00**	**304.128,00**	**364.953,60**	**437.944,32**	**525.533,18**	**630.639,82**	**756.767,78**	**908.121,34**

Tablo 89: **Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri Tablosu (TL)**

Gider Unsurları	Miktar	Birim	Birim Fiyat (TL)	Toplam Tutar (TL)	Sabit (%)	Değişken (%)	Giderdeki Payı (%)
A – ÜRETİM GİDERLERİ							
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme				**2.478.033,20**			**19,20%**
a) İlk Madde Kullanımı				**1.381.629,60**			**10,71%**
Atlar için Yulaf	12,00	ay	4.492,80	53.913,60		100%	0,42%
Atlar için Arpa	12,00	ay	3.456,00	41.472,00		100%	0,32%
Atlar için Kuruçayır	12,00	ay	6.912,00	82.944,00		100%	0,64%
Atlar için bakım giderleri	12,00	ay	7.200,00	86.400,00		100%	0,67%
Restoran Yemek Maliyetleri	12,00	ay	82.125,00	985.500,00		100%	7,64%
Restoran İçecek Maliyetleri	12,00	ay	10.950,00	131.400,00		100%	1,02%
b) Yardımcı Madde				**1.096.403,60**			8,50%
Yöresel Ürün Örgü/Bez Bebek Maliyeti	12,00	ay	18.240,00	218.880,00		100%	1,70%
Yöresel Ürün Çömlek Maliyeti	12,00	ay	9.120,00	109.440,00		100%	0,85%
Yöresel Ürün Pomza Taşı Maliyeti	12,00	ay	5.472,00	65.664,00		100%	0,51%
Yöresel Ürün Şarap Maliyeti	12,00	ay	18.240,00	218.880,00		100%	1,70%
Yöresel Ürün Kabak Çekirdeği Maliyeti	12,00	ay	3.652,80	43.833,60		100%	0,34%
Yöresel Ürün Patates Maliyeti	12,00	ay	732,00	8.784,00		100%	0,07%
Yöresel Ürün Üzüm Maliyeti	12,00	ay	1.464,00	17.568,00		100%	0,14%
Yöresel Ürün Sera Ürünleri Maliyeti	12,00	ay	8.217,00	98.604,00		100%	0,76%
Amfi Tiyatro Festival Konser Maliyeti	10,00	etkinlik	3.000,00	30.000,00		100%	0,23%
Amfi Tiyatro Tiyatro Gösteri Pandomim Maliyeti	9,00	etkinlik	2.750,00	24.750,00		100%	0,19%
Amfi Tiyatro Mapping Maliyeti	10,00	etkinlik	6.000,00	60.000,00		100%	0,46%
Balon Helyum Gazı Maliyeti	160,00	günlük	1.250,00	200.000,00		100%	1,55%
c) İşletme Malzemesi Kullanımı							
						100%	

2-Direkt İşçilik Giderleri							
						100%	
3-Genel Üretim Giderleri				**183.552,77**			**1,16%**
a) Elektrik Giderleri	12,00	Ay	4.096,06	49.152,77		100%	0,31%
b) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay	4.900,00	58.800,00		100%	0,37%
c) Yakıt Giderleri	12,00	Ay	3.500,00	42.000,00		100%	0,26%
d) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay	1.050,00	12.600,00		100%	0,08%
e) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay	1.750,00	21.000,00		100%	0,13%
f) Sigorta Giderleri	12,00	Ay				100%	
g) Kira Giderleri	12,00	Ay				100%	
h) Diğer Giderler	12,00	Ay				100%	
4 - Genel Yönetim Giderleri				**13.197.614,72**			**83,22%**
a) Personel Giderleri	1,00	Toplam Maaş	7.412.522,22	7.412.522,22	100%		46,74%
b) Elektrik Giderleri	12,00	Ay	1.750,00	21.000,00	100%		0,13%
c) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay	1.190,00	14.280,00	100%		0,09%
d) Yakıt Giderleri	12,00	Ay	6.300,00	75.600,00	100%		0,48%
e) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay	1.750,00	21.000,00	100%		0,13%
f) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay	700,00	8.400,00	100%		0,05%
g) Sigorta Giderleri	12,00	Ay	4.200,00	50.400,00	100%		0,32%
h) AHİKA Katkı Payı Giderleri	1,00	Yıl	4.394.412,50	4.394.412,50	100%		27,71%
i) Diğer Giderler	12,00	Ay	100.000,00	1.200.000,00	100%		7,57%
5 - Beklenebilecek Farklar							
TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ (1+2+3+4+5)				**12.905.096,38**			**100,00%**

TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ

Sabit Giderler Toplamı	:	13.197.614,72
Değişken Giderler Toplamı	:	2.661.585,97

TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ

Sabit Giderler Toplamı	:	13.197.614,72
Değişken Giderler Toplamı	:	2.661.585,97

Tablo 90: Üretim Giderleri (TL)

Üretim Giderleri	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme		**1.154.100,30**	**1.399.803,94**	**1.343.708,87**	**1.466.197,83**	**1.579.485,71**	**1.621.542,12**	**1.764.280,93**	**1.871.943,51**	**1.994.546,33**	**2.077.139,49**
a) İlk Madde Kullanımı		643.469,64	780.461,93	749.186,07	817.479,89	880.643,65	904.092,24	983.676,39	1.043.703,76	1.112.061,07	1.158.110,96
b) Yardımcı Madde		510.630,66	619.342,02	594.522,80	648.717,93	698.842,06	717.449,88	780.604,54	828.239,75	882.485,26	919.028,53
c) İşletme Malzemesi Kullanımı											
2-Direkt İşçilik Giderleri											
3-Genel Üretim Giderleri		**85.486,47**	**103.686,22**	**99.531,15**	**108.604,14**	**116.995,60**	**120.110,80**	**130.683,74**	**138.658,52**	**147.739,95**	**153.857,79**
a) Elektrik Giderleri		22.892,04	27.765,66	26.653,00	29.082,61	31.329,72	32.163,93	34.995,21	37.130,74	39.562,61	41.200,88
b) Su, Gaz Giderleri		27.385,06	33.215,24	31.884,19	34.790,67	37.478,82	38.476,76	41.863,73	44.418,40	47.327,58	49.287,40
c) Yakıt Giderleri		19.560,76	23.725,17	22.774,42	24.850,48	26.770,59	27.483,40	29.902,67	31.727,43	33.805,42	35.205,28
d) Haberleşme Giderleri		5.868,23	7.117,55	6.832,33	7.455,14	8.031,18	8.245,02	8.970,80	9.518,23	10.141,63	10.561,58
e) Bakım Onarım Giderleri		9.780,38	11.862,59	11.387,21	12.425,24	13.385,29	13.741,70	14.951,33	15.863,72	16.902,71	17.602,64
f) Sigorta Giderleri											
g) Kira Giderleri											
h) Diğer Giderler											
Toplam Üretim Gİderleri (1+2+3)		**1.239.586,77**	**1.503.490,16**	**1.443.240,01**	**1.574.801,97**	**1.696.481,31**	**1.741.652,91**	**1.894.964,67**	**2.010.602,03**	**2.142.286,28**	**2.230.997,27**

Tablo 91: Amortisman Giderleri (TL)

Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl	Toplam	Satın Alma Bedeli	Kalıntı Değer
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı														
Binalar		478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	478.170,73	23.908.536,35		-23.908.536,35
Makine-Ekipman		240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	2.400.000,00		-2.400.000,00
Demirbaşlar														
Taşıtlar														
Diğer														
Ara Toplam(1)		**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**26.308.536,35**		**-26.308.536,35**
Mevcut Durum														
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)														
Toplam Amortisman (1+2)		**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**26.308.536,35**		**-26.308.536,35**

Tablo 92: Genel Yönetim Giderleri (TL)

Genel Yönetim Giderleri	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
a) Personel Giderleri		7.412.522,22	8.153.774,44	8.969.151,89	9.866.067,07	10.852.673,78	11.937.941,16	13.131.735,28	14.444.908,80	15.889.399,68	17.478.339,65
b) Elektrik Giderleri		21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10	33.820,71	37.202,78	40.923,06	45.015,37	49.516,90
c) Su, Gaz Giderleri		14.280,00	15.708,00	17.278,80	19.006,68	20.907,35	22.998,08	25.297,89	27.827,68	30.610,45	33.671,49
d) Yakıt Giderleri		75.600,00	83.160,00	91.476,00	100.623,60	110.685,96	121.754,56	133.930,01	147.323,01	162.055,31	178.260,85
e) Haberleşme Giderleri		21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10	33.820,71	37.202,78	40.923,06	45.015,37	49.516,90
f) Bakım Onarım Giderleri		8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,40	12.298,44	13.528,28	14.881,11	16.369,22	18.006,15	19.806,76
g) Sigorta Giderleri		50.400,00	55.440,00	60.984,00	67.082,40	73.790,64	81.169,70	89.286,67	98.215,34	108.036,88	118.840,56
h) AHİKA Katkı Payı Giderleri		4.394.412,50	4.833.853,75	5.317.239,13	5.848.963,04	6.433.859,34					
i) Diğer Giderler		1.200.000,00	1.320.000,00	1.452.000,00	1.597.200,00	1.756.920,00	1.932.612,00	2.125.873,20	2.338.460,52	2.572.306,57	2.829.537,23
TOPLAM		**13.197.614,72**	**14.517.376,19**	**15.969.113,81**	**17.566.025,19**	**19.322.627,71**	**14.177.645,21**	**15.595.409,73**	**17.154.950,70**	**18.870.445,77**	**20.757.490,35**

Tablo 93: Tahmini Gelir-Gider Tablosu (TL)

Endeksler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)		**17.577.650,00**	**21.317.390,00**	**20.495.400,00**	**29.329.835,00**	**31.633.373,60**	**40.474.408,32**	**52.084.621,18**	**55.989.809,82**	**60.438.267,78**	**77.095.621,34**
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir		17.385.650,00	21.086.990,00	20.241.960,00	29.025.707,00	31.268.420,00	40.036.464,00	51.559.088,00	55.359.170,00	59.681.500,00	76.187.500,00
2. Diğer Gelirler		192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
3. Devlet Destek Miktarı											
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		**15.155.372,21**	**16.739.037,08**	**18.130.524,55**	**19.858.997,89**	**21.737.279,75**	**16.637.468,85**	**18.208.545,13**	**19.883.723,46**	**21.730.902,78**	**23.706.658,35**
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		1.154.100,30	1.399.803,94	1.343.708,87	1.466.197,83	1.579.485,71	1.621.542,12	1.764.280,93	1.871.943,51	1.994.546,33	2.077.139,49
5.Direkt İşçilik Giderleri											
6.Genel Üretim Giderleri		85.486,47	103.686,22	99.531,15	108.604,14	116.995,60	120.110,80	130.683,74	138.658,52	147.739,95	153.857,79
7.Genel Yönetim Giderleri		13.197.614,72	14.517.376,19	15.969.113,81	17.566.025,19	19.322.627,71	14.177.645,21	15.595.409,73	17.154.950,70	18.870.445,77	20.757.490,35
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri											
9.Mali Giderler											
10.Beklenebilecek Farklar											
11Amortismanlar		718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73	718.170,73
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)		**2.422.277,79**	**4.578.352,92**	**2.364.875,45**	**9.470.837,11**	**9.896.093,85**	**23.836.939,47**	**33.876.076,06**	**36.106.086,36**	**38.707.365,00**	**53.388.963,00**
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar											
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]		**532.901,11**	**1.007.237,64**	**520.272,60**	**2.083.584,16**	**2.177.140,65**	**5.244.126,68**	**7.452.736,73**	**7.943.339,00**	**8.515.620,30**	**11.745.571,86**
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)		**1.889.376,67**	**3.571.115,28**	**1.844.602,85**	**7.387.252,95**	**7.718.953,21**	**18.592.812,79**	**26.423.339,33**	**28.162.747,36**	**30.191.744,70**	**41.643.391,14**
VII. Ödenen Temettüler											

Tablo 94: Tahmini Nakit Akış Tablosu (TL)

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)			**17.577.650,00**	**21.317.390,00**	**20.495.400,00**	**29.329.835,00**	**31.633.373,60**	**40.474.408,32**	**52.084.621,18**	**55.989.809,82**	**60.438.267,78**	**52.589.580,04**
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi			17.385.650,00	21.086.990,00	20.241.960,00	29.025.707,00	31.268.420,00	40.036.464,00	51.559.088,00	55.359.170,00	59.681.500,00	76.187.500,00
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi			192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
14. Kalıntı Değer												-24.506.041,30
X. Özkaynaklar		**6.000.000,00**										
XI.Devlet Desteği		**23.500.000,00**										
XII. Diğer Kaynaklar												
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)												
15.Toplam Yatırım Harcamaları		**29.339.469,40**	**15.178.527,75**	**16.733.750,58**	**18.142.068,12**	**19.869.674,33**	**21.741.243,21**	**16.650.920,80**	**18.218.691,44**	**19.895.277,76**	**21.738.686,50**	**23.706.658,35**
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		29.339.469,40	23.155,54	-5.286,50	11.543,57	10.676,45	3.963,47	13.451,95	10.146,31	11.554,30	7.783,72	
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		1.715.506,22	23.155,54	-5.286,50	11.543,57	10.676,45	3.963,47	13.451,95	10.146,31	11.554,30	7.783,72	
II. Giderler		27.623.963,18										
XIV. Amortismanlar			**15.155.372,21**	**16.739.037,08**	**18.130.524,55**	**19.858.997,89**	**21.737.279,75**	**16.637.468,85**	**18.208.545,13**	**19.883.723,46**	**21.730.902,78**	**23.706.658,35**
			718.170,73	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**	**718.170,73**
XV. Kredi Anapara Ödemesi												
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)												
XVII.Kümülatif Net Nakit Akışı		**160.530,60**	**2.584.391,86**	**4.294.572,50**	**2.551.230,00**	**8.094.747,23**	**8.433.160,46**	**19.297.531,56**	**27.131.363,74**	**28.869.363,78**	**30.902.131,71**	**42.361.561,86**
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)		**160.530,60**	**2.744.922,46**	**7.039.494,96**	**9.590.724,97**	**17.685.472,19**	**26.118.632,66**	**45.416.164,22**	**72.547.527,96**	**101.416.891,74**	**132.319.023,45**	**174.680.585,32**
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		**160.530,60**	**3.117.292,97**	**5.301.810,14**	**3.071.502,60**	**10.178.331,39**	**10.610.301,11**	**24.541.658,24**	**34.584.100,48**	**36.812.702,78**	**39.417.752,01**	**29.601.092,42**

NET BUGÜNKÜ DEĞER : 56.242.514,69 TL

15. PROJENİN FİNANSMANI

15.1. Yürütücü ve İşletmeci Kuruluşların Mali Yapısı

Mini Kapadokya projesi Ahiler Kalkınma Ajansının Güdümlü Proje kapsamında devlet desteği ile yapılacaktır. Kalkınma Ajansları, kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla kurulan, kendine özgü teknik ve finansman (bütçe) mekanizmasına sahip, kâr amacı gütmeyen, çabuk karar alıp uygulayabilen, merkezi ve yerel idarelerin dışında, kamu, özel sektör ve STK'ları bir araya getiren, tüzel kişiliği haiz, 5449 sayılı Kanunla düzenlenmemiş işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabi, İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (düzey 2 bölgeleri) esas alınarak Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulan teknik kapasitesi yüksek, uygulamacı olmayan fakat destekleyici, koordinatör ve katalizör olarak faaliyet gösteren kalkınma birimleridir.

15.2. Finansman Yöntemi

Proje yöntemi yap-işlet-devret modeli ile gerçekleştirilecektir.

Yap İşlet Devret Modelinin Tanımı

Yap-işlet-devret modeli bir kamu hizmetinin kamu kurum ya da kuruluşları ile ulusal ya da uluslar arası özel sektör aktörleri arasında yapılan bir sözleşme çerçevesinde tüm maliyetlerin özel teşebbüsçe karşılandığı ve elde edilen tesisin masrafları karşılayan özel teşebbüsçe belli bir süre işletildiği, sözleşmede belirtilen sürenin bitimi ile de tesisin işler vaziyette, her türlü taahhüt ve borçtan arındırılmış olarak, ilgili kurum ya da kuruluşlara devredilmesini temin eden kamu yatırım ve finansman şeklidir. Danıştay'a göre yap-işlet-devret modeli, ileri teknoloji ve yüksek maddi kaynak ihtiyacı duyulan projelerin gerçekleştirilmesinde kullanılmak üzere geliştirilen özel bir finansman modelidir.

3996 sayılı Kanunun 3'üncü maddesinin (a) bendi ile bu kanunun uygulama usul ve esaslarının belirlendiği 5907 sayılı Bakanlar Kurulu Kararının 3'üncü maddesinin (b) bendinde de, yap-işlet-devret modeli, "İleri teknoloji veya yüksek maddi kaynak ihtiyacı duyulan projelerin gerçekleştirilmesinde kullanılmak üzere geliştirilen özel bir finansman modeli olup, elde edilecek kar dâhil yatırım bedelinin şirkete, şirketin işletme süresi içerisinde ürettiği mal veya hizmetin idare veya hizmetten yararlananlarca satın alınması suretiyle ödenmesi" şeklinde tanımlanmıştır.

YİD Modelinin Özellikleri

3996 sayılı Kanuna göre yatırım yapmak isteyen idareler konuya ilişkin olarak Yüksek Planlama Kurulundan izin alacaklardır. Bu izni müteakip yerli ya da yabancı şirket ile sözleşme imzalanabilecektir. Yapılacak sözleşmeler en fazla 49 yıllık olabilecektir. Söz konusu ücretler idarenin bağlı ya da ilgili olduğu Bakanlık tarafından belirlenecektir. İdare, şirket lehine konu yatırıma ilişkin kamulaştırmalar yapılabilecektir. İdare Hukuku kuralları uygulanması durumunda, üstün yetki ve ayrıcalıklarla donanmış olan İdare'nin üstünlüğü, YİD sözleşmelerin özel hukuk kurallarına tabi tutulması nedeniyle ortadan kalkmaktadır. Örneğin; İdare'nin imtiyaz sözleşmelerinde sahip olduğu tek yanlı fesih, denetim ve yaptırım uygulama yetkileri, sözleşme özel hukuk hükümlerine tabi olduğundan ortadan kalkmaktadır (mevzuat.basbakanlik.gov.tr).

YİD Modelinin Kapsamı

YİD modeli ile köprü, tünel, baraj, sulama, içme ve kullanma suyu, arıtma tesisi, kanalizasyon, haberleşme, elektrik üretimi, iletimi, dağıtımı ve ticareti, maden ve işletmeleri, fabrika ve benzeri tesisler, çevre kirliliğini önleyici yatırımlar ile bu kapsamda atık toplama, ayırma, geri kazanım, geri dönüşüm, yakma ve bertaraf tesisleri, otoyol, trafiği yoğun karayolu, demiryolu, gar kompleksi, lojistik merkezi, yeraltı ve yerüstü otoparkı ve sivil kullanıma yönelik deniz ve hava alanları ve limanları ile bu kapsamda havalimanları ve havaalanları bünyesindeki yolcu ve yük taşımaya yönelik terminaller ve mütemmimleri, yük ve/veya yolcu ve yat limanları ile kompleksleri, sınır kapıları, özel kanunu olanlar hariç milli park, tabiat parkı, tabiatı koruma alanı ve yaban hayatı koruma ve geliştirme sahalarında planlarda öngörülen yapı ve tesisleri, toptancı halleri ve benzeri yatırım ve hizmetler hayata geçirilebilmektedir (www.mevzuat.basbakanlik.gov.tr).

YİD Modelinin Amaçları

YİD modeli, önemli altyapı projelerinin genel bütçeye yük getirmeden gerçekleştirilerek verimli bir şekilde işletilmesi ve özel sektör yatırımlarının teşviki, projenin gecikmesinin veya gerçekleşmemesinin ekonomiye maliyetinin sıfırlanması, yabancı sermaye girişinin 15 sağlanması ve gelişmiş teknoloji ile yönetim ve etkin işletme tekniklerinin ülkeye getirilmesi gibi amaçlarla uygulanabilmektedir. YİD modelinin işler hale getirilmesi ile kamunun altyapı projelerindeki finansal yükünü azaltmakta, bütçe giderleri azaltılarak bütçe açıklarının azaltılamaması sorununa çözüm bulunabilmekte, ayrıca alınması muhtemel bir dış borç ortadan kaldırarak ülkenin olası dış borç yükünün artması tehlikesi bertaraf edilmektedir (www.mevzuat.basbakanlik.gov.tr).

YİD Modelinin Yasal Altyapısı

YİD Modelinin yasal altyapısı, dayanakları ve ilgili yasalar ile bu yasalarda yapılan değişiklikler (www.mevzuat.basbakanlik.gov.tr):

T.C. Anayasasının Devletleştirme ve Özelleştirmeye ilişkin hükümlerde "Devlet, kamu iktisadi teşebbüsleri ve diğer kamu tüzelkişileri tarafından yürütülen yatırım ve hizmetlerden hangilerinin özel hukuk sözleşmeleri ile gerçek veya tüzel kişilere yaptırılabileceği veya devredilebileceği kanunla belirlenir." Dendiğinden bu metin YİD modelinin anayasal temelini oluşturmaktadır. Bunlar:

- Elektrik üretimi, iletimi ve ticareti ile ilgili kanun (4 Aralık 1984 tarih, 3096 sayı).
- Otoyol yapımı, bakımı ve işletilmesi ile ilgili kanun (28 Mayıs 1988 tarih, 3465 sayı).
- Genel anlamda, bazı yatırım ve hizmetlerin Yap- İşlet- Devret çerçevesinde yaptırılması amacıyla çıkartılan kanun (18 Haziran 1994 tarih, 3996 sayı). Kamusal hizmet alanlarında özel kuruluşlara yapım ve işletme imtiyazları verilmesine ilişkin çerçeve niteliğindeki 3996 sayılı yasa, yalnız elektrik üretimi ya da otoyol yapımı ve işletilmesinde değil çok daha geniş bir kamu hizmeti yelpazesinde, modelin uygulanmasını düzenlemek amacıyla çıkarılmıştır.
- 4283 sayılı "Yap-İşlet Modeli ile Elektrik Enerjisi Üretim Tesislerinin Kurulması ve İşletilmesi ile Enerji Satışının Düzenlenmesi Hakkında Kanun",
- 4446 sayılı "Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun"
- Bazı yatırım ve Yap- İşlet- Devret modeli çerçevesinde yaptırılması hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun (24 Kasım 1994 tarih, 4047 sayı). 4047 sayılı yasa ile enerji sektörü 3996 sayılı yasa kapsamından çıkarılmış, ayrıca sektördeki işlerin Bakanlığın isteği üzerine 3996 sayılı yasanın 5,11,12 ve 14. madde hükümlerinden yararlanabileceği kurala bağlanmıştır.
- 3996 sayılı bazı yatırım ve hizmetlerin Yap- İşlet- Devret modeli çerçevesinde yaptırılması hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun (30 Ağustos 1996 tarih, 4180 sayı). 4180 sayılı yasa ile 3996 sayılı yasanın hazine garantilerine ilişkin 11.maddesinin kapsamı genişletilmiş ve kamu kurum ve kuruluşlarınca görevli şirketlere sağlanacak üretim girdilerinin sağlanamaması nedeniyle ortaya çıkabilecek ödeme yükümlülükleri güvence kapsamı içine alınmıştır.
- Danıştay kanunu ve idari yargılama usulü kanununun bazı maddelerinde değişiklik yapılmasına dair kanun (18 Aralık 1999 tarih,4492 sayı).
- Bazı yatırım ve hizmetlerin Yap- İşlet- Devret modeli çerçevesinde yaptırılması hakkında kanunun bazı maddelerinde değişiklik yapılmasına ilişkin kanun (20 Aralık 1999 tarih, 4493 sayı). Daha önce 4047 sayılı yasa ile 3996 sayılı yasanın kapsamından çıkarılan elektrik üretim, iletim, dağıtım ve ticaret işleri, bu yasa ile yeniden 3996 sayılı yasanın kapsamına alınmıştır.

- Kamu hizmetleri ile ilgili imtiyaz şartlaşma ve sözleşmelerinden doğan uyuşmazlıklarda tahkim yoluna başvurulması halinde uyulması gereken ilkelere dair kanun (21 Ocak 2000 tarih, 4501 sayı). Mevcut imtiyaz sözleşmelerinin özel hukuk sözleşmesine dönüştürülmesi imkânı getirmiştir.

- Özelleştirme uygulamalarının düzenlenmesine ve bazı kanun ve kanun hükmünde kararnamelerinde değişiklik yapılmasına dair kanun (24 Kasım 1994 tarih, 4046 sayı).

- 18 Ocak 1954 tarih ve 6224 sayılı kanun ile 24 Kasım 1994 tarih, 4046 sayılı kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun (27 Nisan 1995 tarih, 4105 sayı).

- Yabancı sermaye teşvik kanunu (18 Ocak 1994 tarih, 6224 sayı).

- Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında kanun (19 Şubat 1985 tarih, 3154 sayı).

- 3096 sayılı Türkiye Elektrik Kurumu dışındaki kuruluşların elektrik üretimi, iletimi, dağıtımı ve ticareti ile görevlendirilmesi hakkında kanunun bir maddesinin değiştirilmesine dair kanun hükmünde kararnamenin değiştirilerek kabulü ile aynı kanunun bir maddesinde değişiklik yapılmasına ve bu kanuna ek maddeler eklenmesine ilişkin kanun (07 Mart 1990 tarih, 3613 sayı).

- Enerji Piyasası Yasası (20 Şubat 2001 tarih, 4628 sayı).

- Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Elektrik Enerjisi Üretimi Amaçlı Kullanımına İlişkin Kanun (Kanun No:5346, Tarih:10/05/2005) 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun.

- 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunun da büyükşehirlerin YİD modelini kullanabileceği belirtilmektedir.

- 5393 sayılı Belediye Kanunu'nda Belediyelerin YİD modelini kullanabileceği belirtilmektedir.

- 5302 sayılı İl Özel idaresi Kanunu ise İl Özel İdarelerin YİD modelini kullanabileceği belirtilmektedir.

- 09.05.2008 tarih ve 5762 sayılı kanun ile 3996 sayılı yasada yapılan değişiklikler ile YİD modelinin kapsamı genişletilerek, uygulamada karşılaşılan çeşitli sorunlar giderilmeye çalışılmıştır. 18

- 6288 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu ile Bazı Yatırım ve Hizmetlerin Yap-İşlet-Devret Modeli Çerçevesinde Yaptırılması Hakkında Kanunda ve Kamu İhale Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 4 Nisan 2012 tarihli Kanun ile Yap-İşlet-Devret modeliyle, kamu ve özel sektör ortaklığıyla yapılacak altyapı projelerine KDV istisnası getirilmiş ve süresinden önce tesisin devri halinde idarece kredi üstlenimiyle ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır.

- 06.08.1994 tarih ve 94/5907 sayılı "Bazı Yatırım ve Hizmetlerin Yap-İşlet-Devret Modeli Çerçevesinde Yaptırılması Hakkında 3996 sayılı Kanunun Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Karar

- 07.03.2005 tarih ve 2005/8572 sayılı "Bazı Yatırım ve Hizmetlerin Yap-İşlet-Devret Modeli Çerçevesinde Yaptırılması Hakkında 3996 Sayılı Kanun'un Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Karar'da değişiklik yapılmasına dair Karar

- Hazine Garantileri Verilmesi, İzlenmesi, Bütçeleştirilmesi ve Raporlanmasına İlişkin Esas ve Usullere Dair Yönetmelik (12.04.2002 tarih ve 24724 sayılı RG).

- Hazine Garantileri Kapsamında Yapılacak Ödemelerin Üstlenilmesinde Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik: (21/12/2002 tarih ve 24970 sayılı RG)

YİD konusunda uzun yıllara dayanan yasal düzenlemeler, zaman zaman siyasi tartışmaların da konusu olmuştur. Özel sektörün bu model çerçevesinde gerçekleştirmek istediği yatırımlar ve bu amaca yönelik olarak yapılan sözleşmelerin "İmtiyaz Sözleşmesi" değil "Özel Hukuk Hükümlerine Bağlı Sözleşmeler" kapsamında değerlendirilmesi istenmiştir.

YİD mevzuatına uygun olarak Mini Kapadokya projesinde faaliyete geçecek olan işletmelerin her birini ayrı bir özel işletme tarafından işletilecektir. Sıcak Hava Balonu, Sivil Havacılık tarafından denetlenecektir. At çiftliği ise Kapadokya Üniversitesi Atçılık ve Antrenörlüğü bölümü tarafından işletilecektir. Balon ve halı müzesi yap-işlet-devret'e göre önerilmiştir. 8 tane hediyelik eşya ve yöresel ürünlerin satılacağı dükkanların işletmeciliğini ise ayrı ayrı işletmeler olacaktır. Yöresel yemeklerin sunulacağı restoran idare tarafından işletilecektir.

15.3. Finansman Kaynakları ve Koşulları

Proje finansmanı Kalkınma ajansından sağlanacaktır. Ancak genel olarak finansman kaynaklarına değinmekte yarar vardır: Finansman bölümünün asıl görevlerinden birisi, işletmenin ihtiyaç duyduğu gerekli fonları değişik yerlerden ya da kaynaklardan sağlamaktır. Bu fonlar, bilançonun pasifinde görüldüğü gibi işletme dışındaki yabancı kaynaklardan ve işletmenin içinden ya da sahiplerinin ortaya koydukları öz kaynaklardan sağlanabilir. Yabancı kaynaklar da bu kaynaklardan sağlanan fonların geri ödenmesi süresine göre iki ana grubu ayrılır: Kısa vadeli yabancı kaynaklar ve uzun vadeli yabancı kaynaklar.

Kısa vadeli yabancı kaynaklar, işletmenin en çok bir yıl ya da normal faaliyet dönemi içinde vadesi gelen borçlarından oluşurken; uzun vadeli yabancı kaynaklar ise, vadesi bir yılı yada normal faaliyet dönemini aşan borçlardan oluşur.

Kısa vadeli finansman kaynakları ya da borçlar, genellikle dönen varlıkların özellikle de alacak ve stokların finansmanında kullanılır. Ancak günümüzde birçok işletme, kısa süreli

fonları duran varlıkların finansmanında da devamlı olarak kullanmaktadırlar. Aslında normal olanı, kısa süreli fonlardan geçici bir süre için duran varlıkların finansmanında yararlanmaktır.

Uzun vadeli yabancı kaynaklardan sağlanan fonlar, genellikle işletme varlıklarından makina, araç-gereç, donatım gibi duran varlıkları ya da devamlılık arz eden faaliyetleri karşılamak için kullanılır.

Bankalar tarafından verilen uzun vadeli kredilerin en belirgin özelliği, kredinin geri ödeme süresinin bir yıldan fazla olması ve verilen kredinin bazı koşulları taşıması yanında bir formel sözleşmeye dayanmasıdır. Kredinin süresi bir yıldan fazla olduğu için maliyeti de, süreyle orantılı olarak kısa süreli kredilerden daha fazladır. Uzun süreli krediler genellikle işletmelerin duran varlık ihtiyaçlarını karşılamak, bunların bakım-onarım giderlerine ve yenilenmelerine destek vermek, çalışma (işletme) sermayesini arttırmak, mevcut bir borcun ödenmesini sağlamak ve kredi alan kuruluşun diğer işletmelere-yatırım yapması amaçları için alınır.

15.4. Finansman Maliyeti

Finansman maliyeti hususunda vergi kanunlarında açık bir belirleme olmamakla beraber Vergi İdaresi Yatırımların finansmanındaki görüşünü 163 ve 187 sıra no.lu VUK Genel tebliğlerinde; "Yatırımların finansmanında kullanılan kredilerle ilgili faizlerden kuruluş dönemine ait olanların sabit kıymetle birlikte amortisman yoluyla itfa edilmek üzere yatırım maliyetine eklenmesi gerekmekte; işletme dönemine ait olanların ise, ilgili bulundukları yıllarda doğrudan gider yazılması ya da maliyete intikal ettirilmek suretiyle amortismana tabi tutulması, "Döviz kredisi kullanılarak yurt dışından sabit kıymet ithal edilmesi sırasında veya sonradan bu kıymetlere ilişkin borç taksitlerinin değerlemesi dolayısıyla ortaya çıkan kur farklarından, sabit kıymetin iktisap edildiği dönem sonuna kadar olanların, kıymetin maliyetine eklenmesi zorunlu bulunmakta; aynı kıymetlerle ilgili söz konusu dönemden sonra ortaya çıkan kur farklarının ise, ait oldukları yıllarda doğrudan gider yazılması ya da maliyete intikal ettirilerek amortisman konusu yapılması" şeklinde belirlemiştir. Finansman maliyet kalkınma ajansı tarafından karşılanacaktır.

15.5. Finansman Planı

Finansman planı yatırım planına uygun olarak ve paralel şekilde ilerleyecektir. Yatırımın 2021-2022 yılları içerisinde bitirilmesi planlanmaktadır. Bu çerçevede finansmanında bu yıllar içinde planlanması gerekmektedir.

Tablo 95 : Finansman Planı

Yıllar					2021								2022		

Aylar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Yatırım																						
Etüt-Proje																						
İnşaat																						
Restorasyon																						
Tesisat																						
Tefriş																						
Teçhizat																						

16. PROJE ANALİZİ

16.1. Finansal Analiz

Projenin Net Bugünkü Değer ve Geri Ödeme Süresi

Bir projenin net bugünkü değeri (NBD), o projenin gelecekteki nakit giriş ve çıkışlarının bugünkü değerleri arasındaki farkından oluşmaktır. Bu yönteme göre net bugünkü değer pozitif ise (NBD≥0) yatırım yapılabilir, negatif ise (NBD<0) yatırım yapılamaz nitelik taşır.

Fizibilite konusu Mini Kapadokya'nın yatırımının net bugünkü değeri pozitif hesaplanmıştır. Bu sonuca göre söz konusu proje yatırım yapılabilir statüsündedir.

Aşağıdaki tabloda söz konusu projenin ilk yatırım maliyeti ile tüm işletme dönemi boyunca yaratacağı net nakit akışları verilmektedir.

Yüzde 20 iskonto oranı ile nakit akımları iskonto edilerek net bugünkü değer bulunmuş, nakit çıkışlarının bugünkü değerini nakit girişlerinin bugünkü değerine eşitleyen iskonto oranı hesaplanarak iç verim oranı bulunmuş ve nakit akımları iskonto edilmeden (paranın zaman değeri dikkate alınmadan) yatırımın geri ödeme süresi hesaplanmıştır.

Tablo 96: Net Bugünkü Değer, İç Verim Oranı ve Geri Ödeme Süresi Tablosu

YILLAR	NET NAKİT AKIŞI TL
2020-2021	-29.339.469,40
2023	3.117.292,97
2024	5.301.810,14
2025	3.071.502,60
2026	10.178.331,39
2027	10.610.301,11
2028	24.541.658,24
2029	34.584.100,48
2030	36.812.702,78
2031	39.417.752,01
2032	29.601.092,42

İSKONTO ORANI	**20%**
NET BUGÜNKÜ DEĞERİ	56.242.514,69
İÇ VERİM ORANI	34%
Fayda/Maliyet Oranı	0,91
ROI	0,20
Geri Ödeme Süresi	4 Yıl 9 Ay

İç Verim Oranı, projenin net bugünkü değerini "0" (sıfır) yapan iskonto oranıdır. Başka bir deyişle projenin indirgenmiş net nakit girişlerini indirgenmiş net nakit çıkışlarına eşitleyen iskonto oranıdır. İskonto oranı projenin kesim noktasıdır. İç Verim Oranının bu oranın üstünde olması projenin beklentinin üzerinde gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Bu sebeple proje yapılabilir statüsündedir denebilir.

Geri Ödeme Süresi 4 yıl 9 ay olarak hesaplanmıştır. Bu sürede paranın zaman değeri dikkate alınmadan (nakit akışları iskonto edilmeden) başlangıçtaki nakit yatırımı, yaratacağı nakit akışlarıyla kaç yılda elde edeceğini göstermektedir.

Fayda masraf oranı ise nakit girişlerinin bugünkü değerinin nakit çıkışlarının bugünkü değerine oranlanması ile hesaplanmaktadır. Net Bugünkü Değer Yöntemi ile aynı sonuçları verir. Oranın 1'den büyük olması beklenir ki Net Bugünkü Değer pozitif olsun. Söz konusu Mini Kapadokya Fizibilitesinde oran 0,91 olarak hesaplanmıştır.

Kârlılık ve Başabaş Noktası Analizi

Toplam gelir ile toplam maliyetlerin eşit olduğu noktayı gösteren başabaş noktası analizi, kâra geçiş noktası analizi olarak da tanımlanmakta olup, kârın sıfır olduğu noktadaki üretim hacmini göstermektedir. Başabaş noktası aşağıdaki formüllere göre hesaplanmıştır.

Brüt Kar = Satışlar – Değişken Maliyetler
Brüt Kar Marjı = (Brüt Kar / Satışlar) x 100
Başabaş Noktası = (Sabit Maliyetler / Brüt Kar Marjı) x 100
Başabaş noktası ay olarak = (Başabaş noktası TL / Satışlar) x 12 ay

Tablo 97: Başabaş Noktası Analizi

BRÜT KAR		**14.916.064,03 TL**
BRÜT KAR MARJI		84,86
BAŞABAŞ NOKTASI		15.552.564,80 TL
BAŞABAŞ NOKTASI (AY)		10,62

16.2. Ekonomik Analiz

Ekonomik analiz 14 ve 16. bölümlerde kısmen yapılmıştır. Ancak genel anlamda projenin ekonometrik bir model ortaya konmadan değerlendirilmesinde fayda vardır:

Gerçek veya tüzel kişilerin üretim veya tüketiminden diğer kişi veya kuruluşların fayda ve maliyetlerinin olumlu veya olumsuz etkilenmesine dışsallık adı verilir (Armağan, 2003: 4). Herhangi bir üretim ya da tüketim faaliyeti sonucunda ortaya çıkan olumsuz etkilerin diğer birimleri etkilemesi durumunda dışsal maliyetlerden söz edilebilir. Negatif dışsallık olarak da bilinen dışsal maliyetler ise; bir karar biriminin bir başka karar birimine yüklediği fiyatlandırılmayan maliyetlerdir (Kara ve Köne, 2009: 371). Dışsal maliyetlerin tazmininde dışsallıkların içselleştirilmesi kavramı önem taşımaktadır. Dışsallıkların içselleştirilmesi, dışsallığı üreten birimlere, dışsallıktan etkilenenlerin tazmininin yükletilmesi anlamına gelmektedir (Armağan, 2003: 2). Piyasa ekonomisinde, pozitif dışsallık yayan mal ve hizmetlerin toplum için gerekli düzeyin altında; negatif dışsallık yayan mal ve hizmetlerin de gerekli miktarın üzerinde üretildiği durumlarda etkin kaynak kullanımı, gelir dağılımı ile istikrar amaçları olumsuz yönde etkilendiği için devlet tarafından piyasa mekanizmasına müdahale ile ya da piyasa ekonomisinin kendi işleyişi ile dışsallıklar içselleştirilmektedir.
Bu anlamda projenin hem dışsallık, hem de katma değeri önem taşımaktadır.

Mini Kapadokya projemiz için fayda-maliyet analizinin en önemli konusu fayda ve maliyetlerin ölçülmesidir. Ancak bir yatırım projesinin tüm fayda ve maliyetlerini piyasa fiyatlarıyla parasal olarak belirleme imkânı yoktur. Örneğin bir otel-restoran projesi uygulaması ile çevre görünümünün bozulması mümkündür ve bunun fayda-maliyet analizine maliyet olarak katılması gerekir. Ancak sorun maliyetin parasal olarak nasıl ifade edileceğidir. Aynı sorun proje faydaları için de geçerlidir. Bu noktada karşımıza gölge ya da muhasebe fiyatları denilen fiyatlar çıkmaktadır. Gölge fiyatlar, piyasada gözlemlenen fiyatların yetersiz olduğu ya da fiyatın hiç oluşmadığı durumlarda toplumsal fayda ve maliyetleri yansıtması için mallara ve faktörlere bağlanan fiyatlardır. Gölge fiyatlar aslında merkezi planlı ekonomilerde refahın maksimize edilmesi amacı güden matematiksel modellerde kullanılan bir kavram olduğu görülmektedir. Ancak ayrı kavram karma ekonomik modellerde bu anlamda kullanılmaktadır. Bunun nedeni, ekonomilerin tam rekabet varsayımlarından ayrılması nedeniyle piyasada gözlenen fiyatların gerçek kıtlıkları ve fırsat maliyetlerini yansıtmayışı ya da piyasa fiyatlarının bir dengesizlik fiyatı olmasıdır. Dolayısıyla, gerçek kıtlıkları yansıtacak şekilde düzeltilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda birçok fiyatlandırılamayan değerler fiyatlara yansımamaktadır.

Önceleri Kahn tarafından önerilen ve daha sonra Chenery tarafından geliştirilen ve sosyal marjinal verimlilik ölçütü olarak bilinen proje değerlendirme yöntemine göre projeler

sosyal marjinal verimliliklerine göre sınırlanmaktadır (Önertürk, 1980, 81). Bu ölçüte göre yatırım kaynaklarının dağılımında dikkate alınan şey marjinal ürünün sadece özel sektöre olan katkısı (ya da maliyeti) değil, fakat aynı zamanda milli gelire olan toplam net katkısıdır. Etkin bir kaynak dağılımı milli geliri en iyi şekilde artıran bir dağılımı ifade eder. Bunun da kuralı kaynak dağılımını sermayenin marjinal verimliliğini değişik sektörlerde yaklaşık olarak birbirine eşitleyen bir biçimde gerçekleştirmektir. Bu yaklaşım endüstriyel planlama için girdi ve çıktılara ilişkin gölge fiyatlar sistemi kurma yolunda bir girişim olarak düşünülebilir (Önertürk, 1980, 82).

16.2.1 Turizm Yatırım Projelerinin Ulusal Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi

Yatırım projelerinin ulusal ekonomi açısından değerlendirilmesi önemli bir konudur. Çeşitli yöntemler kullanılarak değerlendirilen ve kabul gören yatırım projeleri, Mini Kapadokya bölgesi açısından olduğu kadar, ulusal ekonomi açısından da uygun olmalıdır. Yatırım projelerine ulusal ekonomi açısından bakıldığında, yatırımların bir ülke ekonomisinde istihdam ve gelir yaratan önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Bir yatırım projesinin yukarıda belirtilen amaçlara ulaşmadaki katkısını değerlendirmek için bazı ölçütler geliştirilmiştir. Bu ölçütler, aşağıda sıralanmıştır (Kandır vd.,2007:308).

- Sermaye/Hasıla Oranı
- Sermaye/İstihdam Oranı
- Yatırımın Dış Ödemeler Dengesi Katkısı

Sermaye/Hasıla Oranı hesaplanması aşağıdaki formüldeki gibi yapılmaktadır.

Net Sermaye/Hasıla Oranı= $\frac{Toplam\ Yatırım\ Tutarı}{Net\ Katma\ Değer}$

Brüt Sermaye/Hasıla Oranı= $\frac{Toplam\ Yatırım\ Tutarı}{Net\ Katma\ Değer+Amortismanlar}$

Mini Kapadokya tam çalıştığı bir yılda yatırılan sermayenin, yaratacağı katma değere bölünmesi ile bulunmaktadır.

Kalemler

Personel Giderleri : 7.412.522,22 TL

Vergiden Öncesi Kar : 2.422.277,79 TL

Net Katma Değer : 9.834.800,01 TL

Amortisman Giderleri: 718.170,73 TL

Brüt Katma Değer : 10.552.970,74 TL

Net Sermaye/Hasıla Oranı= $\frac{29.339.469,40}{9.834.800,01} = 2,98$

Brüt Sermaye/Hasıla Oranı= $\frac{29.339.469,40}{10.552.970,74} = 2,78$

Sermaye/İstihdam Oranı hesaplanması aşağıdaki formüldeki gibi yapılmaktadır.

Sermaye/İstihdam Oranı = $\frac{Toplam\ Yatırım\ Tutarı}{İstihdam\ Edilecek\ Personel\ Sayısı}$

Sermaye/İstihdam Oranı = $\frac{29.339.469,40}{54} = 543,32$

Proje sayesinde bir kişinin iş sahibi olması için 543,32 TL yatırım yapılması gerekmektedir.

Yatırımın dış ödemeler dengesi katkısı hesaplanması aşağıdaki formüldeki gibi yapılmaktadır.

Döviz Hasıla / Masraf Oranı $= \frac{\sum_{t:1}^{n} \frac{Dpt}{(1+r)t}}{\sum_{t:1}^{n} \frac{Dnt}{(1+r)t} + Id}$

D_p = Projenin dış ödemeler dengesine olumlu etkisini,

D_n= Projenin dış ödemeler dengesine olumsuz etkisini,

I_d = Projenin dış ödeme gerektiren kısmını,

n= Yatırımın ekonomik ömrünü,

r= İskonto oranını göstermektedir.

Merkez bankası dolar kuru 04.09.2020 tarihi itibari ile 7,4238 TL'dir:

D_p = 3.954.443 $

D_n= 28.334$

I_d = 425.004 $

n= 20 yıl

r= %20

Döviz Hasıla / Masraf Oranı $= \frac{\sum_{t:1}^{20} \frac{3954443}{(1+0,20)20}}{\sum_{t:1}^{n} \frac{28334}{(1+0,20)20} + 425004}$

Döviz Hasıla / Masraf Oranı = 24,14

Mini Kapadokya projesinin Döviz Hasıla / Masraf Oranı 24,14 olup 1'den büyüktür. Döviz Hasıla / Masraf Oranının birden büyük olması, projenin sağlayacağı döviz girişlerinin bugünkü değerinin, projenin gerektirdiği döviz çıkışlarının bugünkü değerinden daha fazla olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle Mini Kapadokya Projesi dış ödemeler dengesine olumlu yönde etkilemektedir.

16.3. Sosyal Analiz

16.3.1.Sosyal Fayda-Maliyet Analizi

Sosyal fayda-maliyet analizi, gerçekleştirilmesi planlanan yatırım projelerinin değerlendirilmesinde kullanılan bir karar alma tekniğidir. Analiz teorik olarak, tüm harcamaların planlanmasında kullanılabilir nitelikte görünse de esasında daha çok yatırım harcamalarının planlanmasında büyük bir öneme sahiptir. Özellikle cari harcamaların çok kısa bir dönemi içermesi ve yapılan hatalardan daha kolay geri dönülme imkanına sahip olunması nedeniyle sosyal fayda-maliyet analizinin etkileri uzun dönemi kapsayan ve verilecek yanlış kararların telafisinin kolay olmadığı yatırım projelerinin değerlendirilmesinde kullanılması daha gerekli olmaktadır. Sosyal fayda-maliyet analizi, temel olarak, çeşitli yatırım alternatifleri arasında ekonomik açıdan getirisi en yüksek olanı tespit edebilmek için, yatırımların gerektirdiği tüm maliyetlerin ve sağlayacakları tüm faydaların parasal değerlerle ifade edilip sistematik olarak karşılaştırılması ve aralarından en optimal olanının tercih edilmesi olarak tanımlanabilmektedir. Sosyal fayda-maliyet analizi, bir yatırım projesinden doğan sosyal fayda ve maliyetlerin belirlenerek parasallaştırılması ve sosyal iskonto oranı ile indirgenerek karşılaştırılması sürecini ifade etmektedir. Eğer bu sosyal fayda ve maliyetlerin net bugünkü değeri sıfırdan büyükse, proje gerçekleştirilmeye değerdir. Aksi halde, eğer net bugünkü değer sıfırdan küçükse, kaynakların söz konusu yatırım projesi yerine sosyal açıdan daha yüksek getiri elde edilebilecek başka alanlarda değerlendirilmesinin daha doğru olacağı sonucuna ulaşılmaktadır (Kaplan,2014:24).

Yatırım projelerinden doğan sosyal fayda ve maliyetlerin tespit edilmesi işlemi, sosyal fayda-maliyet analizinin ilk aşamasında yapılmaktadır. Gerçekleştirilmesi planlanan yatırım projeleri, amaçlarına uygun olarak fayda sağlamalarının yanı sıra doğal olarak bazı maliyetlerin de doğmasına neden olmaktadır. Yatırım projesinin ülke ekonomisine yapmış olduğu katkı projenin faydalarını ifade ederken, bu faydaları gerçekleştirmek için kaynakların başka kullanım alanlarından çekilmesi sonucu vazgeçilen fayda ise projenin maliyetlerini oluşturmaktadır. Sağlıklı bir analiz yapılabilmesi için, ortaya çıkan fayda ve maliyetlerin tamamının tespit edilerek analize dahil edilmesi, en uygun projenin seçimi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Aynı zamanda, farklı yatırım projeleri ulusal ekonomi açısından değerlendirilirken, dikkate alınması gereken toplumsal amaçlara ulaşılmasına imkan

sağlayacak ve bu amaçlara ulaşılmasını engelleyecek unsurlar proje maliyet ve faydaları içinde ölçülmek durumundadır (Kaplan, 2014:43).

16.3.1.1. Sosyal Fayda

Kamu projelerinde faydaların ölçülmesi, sosyal fayda-maliyet analizinde son derece önemli ve üzerinde durulması gerekli bir konuyu oluşturmaktadır. Sosyal fayda-maliyet analizinde önce hangi tür faydaların analiz içerisinde gösterilmesi gerektiğine karar verilmesi gerekmektedir. Sonraki aşamada bu fayda türlerinin değerlerinin nasıl ölçülmesi gerektiğinin üzerinde durulmalıdır. Projenin faydalarının bir kısmı doğrudan doğruya o hizmeti yapmaya karar veren kuruluşu etkilerken, bazı öyle faydalar vardır ki karar veren kuruluş dışındaki kamu kuruluşlarını veya özel kuruluşları da etkilemektedir. Yani, fayda, dağılımı bakımından doğrudan ve dolaylı fayda olmak üzere iki gruba ayrılır. Özel fayda-maliyet analizinde projenin faydası olarak sadece doğrudan faydalar dikkate alınırken, sosyal fayda-maliyet analizinde projenin toplam faydası içine dolaylı faydalar da dahil edilmektedir. Herhangi bir yatırım projesinden sağlanan toplam sosyal fayda, birbirinden farklı nitelik gösteren çeşitli türdeki faydalardan meydana gelmektedir. Bu durum, analize dahil edilecek faydaların neler olduğunun tespitini güçleştirmek suretiyle yatırım kararlarının verilmesini zorlaştırmaktadır. Yatırım projelerinden doğan faydalarının belirlenmesinde, faydaların ortaya çıkış şekillerine, etkiledikleri kesimlere ve üretilen mal veya hizmetin türüne göre değişen çeşitli sınıflandırmalardan yararlanılmaktadır. Aşağıda söz konusu fayda sınıflandırmalarına yer verilmektedir (Kaplan, 2014:46-49);

Doğrudan ve dolaylı faydalar

Gerçekleştirilen yatırım projelerinde ortaya çıkan faydalar, direkt olarak yatırımı yapan birimlerle ilgili olabileceği gibi yatırımla ilgisi olmayan bazı kesimler üzerinde de etki doğurabilmektedir. Doğrudan faydalar, proje ile üretilen mal ya da hizmeti bizzat kullananların sağladığı faydalarken, dolaylı faydalar ise o mal ya da hizmeti bizzat kullananların dışındaki kesimlerin sağladığı faydalardır.

Maddi ve maddi olmayan faydalar

Bir proje ile üretilen ürün ya da hizmet piyasada değerlendirilebiliyorsa para ile ifade edilebilen fayda, piyasada fiyata konu olmuyorsa para ile ifade edilemeyen fayda olarak nitelendirilmektedir. Sağlık, eğitim, çevre düzenlemesi ve ulusal güvenlik gibi konularda yapılan harcamaların ortaya çıkaracağı faydaları kesin biçimde para ile ölçmek oldukça zordur.

Gerçek faydalar ve itibari faydalar

Bir yatırım projesinden nihai tüketici olarak yararlananların sağlamış oldukları fayda gerçek fayda iken, bu proje ile üretilen mal ya da hizmetin arzı sonucunda ekonominin nisbi fiyat yapısında meydana gelen değişmelerin etkisiyle ortaya çıkan fayda ise itibari fayda olarak ifade edilmektedir. Gerçek faydalar, bir kamu ya da özel yatırım projesinden nihai tüketici olarak yararlananların sağladıkları faydalardır. Bu faydalar toplum refahına bir ilave olarak düşünülebilir. Parasal faydalar, bir yatırım projesinin diğer ekonomik birimler üzerindeki finansal etkilerini ifade etmektedir.

Sosyal Maliyet

Bir yatırım projesinde kullanılan girdiler, o projede kullanılmasaydı başka alanlarda kullanılacak ve bazı faydalar ortaya çıkarılacaktı. Toplumsal fayda ve maliyetleri dikkate alan sosyal fayda-maliyet analizinde girdilerin maliyetinin bu açıdan dikkate alınması gerekmektedir. Çünkü girdilerin bu projede kullanılmasıyla, bunların alternatif alanlarda kullanılması ile elde edilebilecek olan faydalardan yoksun kalınmaktadır. Bu kayıp, projeye yüklenecek maliyeti ifade eden fırsat maliyeti olarak nitelendirilmekte ve analizlerde bu açıdan değerlendirilmektedir. Sosyal fayda-maliyet analizinde faydalar, bir projenin ekonomiye katkısını göstermekteyken, maliyet kavramı ise, bir proje dolayısıyla vazgeçilen faaliyetlerin ekonomiye yapabileceği katkıları ifade etmektedir. Sosyal maliyetlerin de sosyal faydalar gibi sınıflandırılması mümkündür (Kaplan, 2014:50-53):

Doğrudan ve dolaylı maliyetler

Bir yatırım projesinin doğrudan maliyetleri, projenin yatırım ve işletme faaliyetleri için ihtiyaç duyulan girdilerinden oluşmaktadır. Projenin gerçekleştirilmesi halinde katlanılan bu maliyet, ilgili girdilerin bu projede kullanılması sebebiyle fedakârlık edilen faydalar, yani fırsat maliyeti olarak nitelendirilmektedir. Projenin dolaylı maliyeti ise, dışsal maliyet olarak ifade edilmektedir. Dışsal maliyet, girişimcilerin üretimde kullanmış oldukları kaynaklara mümkün olan en az ödemeyi yapma çabasıyla neden oldukları, fakat tazmin etmemeyi başardıkları zararlara denir.

Maddi ve maddi olmayan maliyetler

Piyasada fiyata konu olabilen maliyetler para ile ifade edilebilen maliyetler olarak nitelendirilmektedir. Para ile ifade edilemeyen maliyetler ise, bir fiyatı olmamasına rağmen, değerlendirme kapsamı içine alınması gereken, örneğin projelerin çevre üzerinde yarattığı hava, su, toprak kirliliği, çevrenin çirkinleştirilmesi gibi olumsuz etkilerdir. Maddi ve maddi olmayan maliyetlerin ayırımında ölçü, maliyetin parasal değerlerle ölçülüp ölçülememesidir.

Gerçek ve itibari maliyetler

Gerçek maliyet, bir yatırım projesinde kullanılan kaynakların alternatif alanlarda kullanılmaması nedeniyle ortaya çıkan fayda kaybı olup, kısaca alternatif kaynak maliyetini

yansıtmaktadır. Yani, bir yatırım projesinin alternatif maliyeti, proje ürünü üretebilmek için tatmininden vazgeçilen ihtiyaçların yol açtığı fayda kaybı olarak ifade edilmektedir. İtibari maliyet ise hem gerçekleştirilen yatırım projesinin hem de ekonominin kendi dinamiklerinin etkisiyle ortaya çıkan göreli fiyat değişmelerinin bir sonucudur. Yani, proje nedeniyle ekonomide nispi fiyat yapısının değişmesi sonucu ortaya çıkan maliyet olarak nitelendirilmektedir. Bir başka ifadeyle, parasal nitelikte olan ve gelir dağılımını etkileyen maliyetlerdir.

16.3.1.2. Projenin Sosyal Fayda ve Maliyetleri

Projenin Sosyal Faydaları

- Gerçekleştirilmek üzere olan bu projenin sağlamış olduğu çeşitli sosyal faydalar mevcuttur. Bunlar;
- Kiliselerin restore edilmesiyle birlikte, zaman içerisinde olası yağmur, kar gibi sebeplerle aşınıp, göreceği zararın mümkün olduğunca minimize edilmiş olması ve kayıpların böylece bertaraf edilmesi,
- Ziyaretçilerin, Nevşehir ili içerisinde farklı konumlarda bulunan destinasyonların çekicilik özelliklerini bir arada ziyaret etme olanağı bulmasıyla, zaman açısından tasarruf sağlaması,
- Ziyaretçilerin hep aynı destinasyon noktasında toplanmasından kaynaklı tek bir bölge içerisinde sağlanan nakit akışının, dağılımını sağlamak,
- Turizmin olası etkilerinden olan çevre kirliliği, doğal kaynak tahribatı vb. gibi durumların tek bir bölge içerisinde kalmasıyla zararın en aza indirgenmesi,
- Sıcak hava balonu kullanımı açısından; normalde daha teferruatlı işlem gerekirken, Kapadokya bölgesinin genelinde kullanılan balona göre daha az masraflı olması ve daha az işgücü gerektirmesi,
- İpek dokuma halı geleneğinin eskiye göre canlılığını yitirmesi ve bölgede yapılması planlanan ipek böcekçiliği atölyesi sayesinde tek bir destinasyon üzerinden bu geleneğin turistlere tanıtımının daha tasarruflu hale gelmesi,
- Amfi tiyatroda kullanılacak mapping uygulaması sayesinde hem ziyaretçilere farklı bir etkinlik deneyimi sunulması hem de bu uygulama sayesinde bölgenin tarihi, doğası gibi genel bilgilerin paylaşılmasıyla etkinlik yapılırken, tanıtım alanında da eylem gerçekleştirilmiş olması.

Projenin Sosyal Maliyetleri

Yatırım maliyetleri; yatırım aşamasında karşılaşılabilecek,

- Restorasyon,
- Kiralama,

- Harç,
- Vergi,
- Başvuru ücretleri,
- Arazi tahsis maliyetleri,
- İnşaat maliyetleri,
- Üretim giderleri gibi bazı maliyet kalemleri.

İşletme maliyetleri; işletme kurulduktan sonra karşılaşılabilecek,

- Bakım,
- Onarım,
- Yenileme

ve işletme süresince ihtiyaç duyulan tüm girdilerin oluşturduğu maliyetler.

16.3.2. Sosyo-Kültürel Analiz

Projenin gerçekleştirilmesi için yapılması gereken birçok analiz vardır. Bunlardan biri de sosyo-kültürel analizdir. Burada yapılacak olan sosyo-kültürel analiz toplumun kültür yapısıyla alakalı olan faydaların analizidir. Bu faydalar toplumun kültür anlamında gelişimini de olumlu yönde etkileyen faktörlerdir.

Yabancı turistlerin bölgeye ziyareti sayesinde ülkeler arası kültürel etkileşim oluşmaktadır. Ve bu sayede kültürler birbirinden etkilenerek kültürel anlamda zenginleşmeye doğru adımlar atılmaktadır. Aynı zamanda farklı ülkelerin kültürleri hakkında bilgi sahibi olmak da faydalardan biri sayılabilir. Kilise açılışı, restorasyon veya Hristiyanlar açısından önemli atfedilen günlerde Rum Patriği veya Hristiyanlık açısından önemli farklı kişilerin bölgeye ziyaretiyle bölge basında yer almakta ve bölgenin tanıtımına katkı sağlanmaktadır, Hristiyanlar açısından da bölgenin önemi artmaktadır. Ayrıca bu ziyaretler sayesinde kiliselerin öneminin artıp, sahip çıkılması konusunda da önemli adımların atılmasına vesile olunmaktadır.

Aynı zamanda birçok farklı medeniyet ve kültürün bir arada olmasına da vesile olmaktadır. Birçok farklı din ve ırktan insanın aynı zamanda aynı yerde bulunması ve bu sayede medeniyetler buluşmasının gerçekleşmesinden bahsedilebilir. Çeşitli milliyetlerden insanların bölge kültürünü yansıtacak birçok faktörü deneyimleme şansı yakalamış olması bölgenin tanınması ve çekiciliği açısından da büyük önem arz etmektedir.

Mini Kapadokya projesi, kapsam itibariyle Kapadokya bölgesinde sunulan birçok turistik hizmetin aynı bölgede toplanmasına olanak sağlamıştır. Örneğin; ipek halıları görmek için Avanos'a, mapping uygulamasına katılmak için Zelve'ye, balon turu gerçekleştirmek için Göreme'ye gidilmesine gerek kalmadan tek bir destinasyon gezilerek bu turistik ürünler

hakkında bilgi sağlama ve turistik ürünlere katılım gerçekleşmektedir. Turistler dilerlerse elbette ki burada gördükleri turistik ürünlere daha kapsamlı bir erişim sağlamak için o turistik hizmetin asıl yapıldığı bölgeyi de ziyaret edebilir. Ancak bunun için yeterli vakti ve maddi imkânı yoksa birçok hizmetin aynı anda karşılanma olanağı bulacağı bu bölgeyi tercih etmesi daha uygun ve olasıdır. Ayrıca turist sayısının artmasıyla birlikte bölgede refah düzeyi de yükseleceğinden insanların kişisel anlamda kendilerine ayıracağı vakit artacağından bölgede gerçekleştirilen kültürel faaliyetlerin de artması beklenen durumlar arasındadır. Yine aynı şekilde talep arttıkça bölgedeki kültürel faaliyetlerin uygulanması da aynı oranda artacağından, kültürel anlamda bölgeye çok önemli getirileri olacaktır.

16.3.3. Projenin Diğer Sosyal Etkileri

Projenin uygulanmasıyla elde edilen sosyal fayda-maliyet ve sosyo-kültürel etkiler dışında da bölgenin etkilendiği birçok durum ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler genellikle olumlu olup, olumsuz etkilerin de mevcudiyetinden bahsedilebilir. Mesela birçok farklı ırktan gelen yabancı turistler sayesinde bölge halkının yabancı dil öğrenme konusunda eğilimi artmaktadır. Bu da eğitim ve kültür seviyesi anlamında yükselme sağlamaktadır. Yine aynı şekilde eğitim alanındaki etkilerden bir diğeri ise bölgede ihtiyaç olarak görüldüğü üzere, turistik ürünlere konu olan farklı uzmanlık alanlarını içeren eğitimlerin verilmesi sebebiyle üniversitelerde; atçılık, sivil havacılık, aşçılık vb. gibi bölgede temel olan turistik hizmetlerle ilişkili programların açılmasının sağlanmasıdır. Söz konusu uzmanlık alanlarında eğitim alan bilgi sahibi kişi sayısında da artış olmaktadır. Üniversite dışında da halk eğitim merkezli bazı kursların da açılmasıyla birçok alanda eğitimli insan sayısında artış görülmektedir.

Bir diğer etki ise bölgedeki istihdama sağlanan katkıdır. Proje sayesinde kurulacak olan işletmelerde personel ihtiyacı doğacağı için yeni istihdam alanları da oluşacaktır. Özellikle işsizlik sayısında da düşüş sağlanacaktır. İstihdamla birlikte ekonomik anlamda dolaylı olarak bir çarpan etkisi de yaşanacaktır. Yani istihdam olan birey birçok alanda bu istihdamdan elde ettiği geliri harcama yoluna gidecek ve turizm dışındaki farklı sektörlerde de zincirleme bir ekonomik hareketlilik görülecektir. Örneğin; bu istihdam sayesinde düzenli gelire sahip olan birey; gıda, giyim, kozmetik vs. gibi birçok sektörde kazandığı parayı harcayacağı için genel anlamda bölge ekonomisine ve sonuç olarak da ülke ekonomisine katkı sağlanacaktır. Turist sayısının artmasıyla birlikte otel sayılarında da artış görülecek ve bu sayede rekabette artış görülecektir. Artan rekabet sayesinde konaklama kalitesi de aynı oranda artacak, verilen ek hizmetler de kalitede belirleyici unsurlar olacaktır. Bölge turistik anlamda çekicilik ifade ettiğinden dolayı değeri artacak ve korunması açısından tedbirler alınacaktır. Yok olmaya yüz tutmuş yapılar restorasyon sayesinde yeniden canlılığına kavuşacak, onarım ve bakımları konusunda daha hassas davranılacaktır. Bölgedeki yöresel değerlerin de turistik ürüne çevrilmesiyle birlikte hem ülke dışında söz konusu ürünlerin ününe katkı sağlanacak hem de değerleri artıp, daha fazla sahip çıkılmış olacaktır.

Projenin gerçekleştirilmesinin olumlu etkilerinin yanı sıra elbette ki olumsuz etkileri de olacaktır. Örneğin; turistlerin bölgeye daha çok gelmesiyle kültürel anlamda yozlaşmalar yaşanacak kültürler iç içe geçecektir. Maalesef halkın kendi geleneksel kültüründen uzaklaşma ihtimali de mevcuttur. Aynı zamanda bakir olan bölgelere inşaat vs. yapılarak, gürültü, hava ve çevre kirliliği gibi çevreye zararı olabilecek sonuçlar da ortaya çıkmaktadır. Dolaylı olarak doğal yapının bozulması ihtimali de olası olumsuz etkiler arasında gösterilmektedir. Turizmin en büyük olumsuz etkilerinden olan çevre kirliliğiyle ilgili bir başka konu ise üretim arttıkça atıkların da artması ve bunların çevreye zarar vermesi ihtimalidir. Yine bir diğer başka konu ise bölgedeki halkın turiste bakış açısıyla alakalıdır. Genel olarak bölge halkı ekonomik anlamda getiri sağladığı için turist ziyaretlerine sıcak bakıyor gibi görünse de bir yandan kültürün ve bazı değerlerin zarar gördüğü gibi benzer düşüncelerle endişeye kapılmakta ve toplum olarak bu anlamda memnuniyetsizlikler de ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak her yatırım projesinde olduğu gibi bu projede de asıl amaç fayda sağlamaktır. Ancak yüzde yüz fayda sağlanması hiçbir yatırımda mümkün değildir. Buradaki fayda ölçütünde asıl önemli olan durum olumsuz etkilerin mümkün olduğunca minimum düzeyde seyretmesi ve projeden sağlanacak faydanın olumsuzluklarının üzerinde olmasıdır. Analizde ele alınan mantık bu şekilde olduğundan dolayı projenin uygulanabilir olması için faydaların, olumsuz etkileri büyük ölçüde gölgede bırakmış olması gerekmektedir. Yapılan analize göre ise görüldüğü üzere söz konusu projeden sağlanacak faydanın olumsuz etkilerden daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Ve bu sayede projenin uygulanması halinde fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

16.3.4. Sosyo-kültürel Analiz (katılımcılık, cinsiyet etkisi vb.)

Projenin gerçekleştirilmesi için yapılması gereken bir çok analiz vardır. Bunlardan biride sosyo-kültürel analizdir. Burada yapılacak olan sosyo-kültürel analiz toplumun kültür yapısıyla alakalı olan faydaların analizidir. Bu faydalar toplumun kültür anlamında gelişimini de olumlu yönde etkileyen faktörlerdir.

Yabancı turistlerin bölgeye ziyareti sayesinde ülkeler arası kültürel etkileşim oluşmaktadır. Ve bu sayede kültürler birbirinden etkilenerek kültürel anlamda zenginleşmeye doğru adımlar atılmaktadır. Aynı zamanda farklı ülkelerin kültürleri hakkında bilgi sahibi olmak da bu faydalardan biri sayılabilir. Kilise açılışı, restorasyon veya Hristiyanlar açısından önemli atfedilen günlerde Rum Patriği veya Hristiyanlık açısından önemli farklı kişilerin bölgeye ziyaretiyle hem bölge basında yer almakta ve bu sayede tanıtımına katkı sağlanmaktadır, hem de Hristiyanlar açısından bölgenin önemi artmaktadır. Ayrıca bu ziyaretler sayesinde kiliselerin öneminin artıp, sahip çıkılması konusunda da önemli adımların atılmasına vesile olunmaktadır. Aynı zamanda birçok farklı medeniyet ve kültürlerin bir arada olmasına da vesile olmaktadır. Birçok farklı din ve ırktan insanın aynı zamanda aynı yerde bulunması ve bu sayede medeniyetler buluşmasının gerçekleşmesinden bahsedilebilir. Bu kadar

çeşitli milliyetten insanın bölge kültürünü yansıtacak birçok faktörü deneyimleme şansı yakalamış olması bölgenin tanınması ve çekiciliği açısından da büyük önem arz etmektedir. Bu Mini Kapadokya projesi, kapsam itibariyle Kapadokya bölgesinde sunulan birçok turistik hizmetin aynı bölgede toplanmasına olanak sağlamıştır. Örneğin; ipek halıları görmek için Avanos'a, mapping uygulamasına katılmak için Zelve'ye, balon turu gerçekleştirmek için Göreme'ye gidilmesine gerek kalmadan tek bir destinasyon gezilerek bu turistik ürünler hakkında bilgi sağlama ve turistik ürünlere katılım gerçekleşmektedir. Turistler dilerlerse elbette ki burada gördükleri turistik ürünlere daha kapsamlı bir erişim sağlamak için o turistik hizmetin asıl yapıldığı bölgeyi de ziyaret edebilir. Ancak bunun için yeterli vakti ve maddi imkânı yoksa bir çok hizmeti aynı anda karşılama olanağı bulacağı bu bölgeyi tercih etmesi daha uygun ve olasıdır. Ayrıca turist sayısının artmasıyla birlikte bölgede refah düzeyi de yükseleceğinden insanların kişisel anlamda kendilerine ayıracağı vakit artacağından bölgede gerçekleştirilen kültürel faaliyetlerin de artması beklenen durumlar arasındadır. Yine aynı şekilde talep arttıkça bölgedeki kültürel faaliyetlerin uygulanması da aynı oranda artacağından, kültürel anlamda bölgeye çok önemli getirileri olacaktır.

16.3.5. Projenin Diğer Sosyal Etkileri

Projenin uygulanmasıyla elde edilen sosyal fayda-maliyet ve sosyo-kültürel etkiler dışında da bölgenin etkilendiği birçok durum ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler genellikle olumlu olup, olumsuz etkilerin de mevcudiyetinden bahsedilebilir. Mesela birçok farklı ırktan gelen yabancı turistler sayesinde bölge halkının yabancı dil öğrenme konusunda eğilimi artmaktadır. Bu da eğitim ve kültür seviyesi anlamında yükselme sağlamaktadır. Yine aynı şekilde eğitim alanındaki etkilerden bir diğeri ise bölgede ihtiyaç olarak görüldüğü üzere, turistik ürünlere konu olan farklı uzmanlık alanlarını içeren eğitimlerin verilmesi sebebiyle üniversitelerde; atçılık, sivil havacılık, aşçılık vb. gibi bölgede temel olan turistik hizmetlerle ilişkili programların açılmasına vesile olmuştur. Bu sayede bu uzmanlık alanlarında eğitim alan bilgi sahibi kişi sayısında da artış olmaktadır. Yine aynı şekilde üniversite dışında halk eğitim merkezli bazı kurslar da açılmasıyla birçok alanda eğitimli insan sayısında artış görülmektedir.

Bir diğer etki ise bölgedeki istihdama sağlanan katkıdır. Bu proje sayesinde kurulacak olan işletmelerde personel ihtiyacı doğacağı için yeni istihdam alanları da oluşacaktır. Özellikle bu sayede işsizlik sayısında da düşüş sağlanacaktır. İstihdamla birlikte ekonomik anlamda dolaylı olarak bir çarpan etkisi de yaşanacaktır. Yani istihdam olan birey birçok alanda bu istihdamdan elde ettiği geliri harcama yoluna gidecek ve bu sayede turizm dışındaki farklı sektörlerde de zincirleme bir ekonomik hareketlilik görülecektir. Örneğin; bu istihdam sayesinde düzenli gelire sahip olan birey; gıda, giyim, kozmetik vs. gibi birçok sektörde bu parayı harcayacağı için genel anlamda bölge ekonomisine ve sonuç olarak da ülke ekonomisine katkı sağlanacaktır. Turist sayısının artmasıyla birlikte otel sayılarında da artış görülecek ve bu sayede rekabette artış görülecektir. Artan rekabet sayesinde konaklama kalitesi de aynı oranda artacak, verilen ek hizmetler de kalitede belirleyici unsurlar olacaktır. Bölge turistik anlamda

çekicilik ifade ettiğinden dolayı değeri artacak ve korunması açısından tedbirler alınacaktır. Yok olmaya yüz tutmuş yapılar restorasyon sayesinde yeniden canlılığına kavuşacak, onarım ve bakımları konusunda daha hassas davranılacaktır. Bölgedeki yöresel değerlerin de turistik ürüne çevrilmesiyle birlikte hem ülke dışında ününe katkı sağlanacak hem de yöresel ürünlerin değerleri artıp, daha fazla sahip çıkılmış olacaktır.

Projenin gerçekleştirilmesinin olumlu etkilerinin yanı sıra elbette ki olumsuz etkileri de olacaktır. Örneğin; turistlerin bölgeye daha çok gelmesiyle kültürel anlamda yozlaşmalar yaşanacak kültürler iç içe geçecektir. Bu sebeple kendi geleneksel kültürümüzden uzaklaşma ihtimalimiz de mevcuttur. Aynı zamanda bakir olan bölgelere inşaat vs. yapılarak, gürültü, hava ve çevre kirliliği gibi çevreye zararı olabilecek sonuçlar da ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple doğal yapının bozulması ihtimali de olası olumsuz etkiler arasında gösterilmektedir. Turizmin en büyük olumsuz etkilerinden olan çevre kirliliğiyle ilgili bir başka konu ise üretim arttıkça atıkların da artması ve bunların çevreye zarar vermesi ihtimalidir. Yine bir diğer başka konu ise bölgedeki halkın turiste bakış açısıyla alakalıdır. Genel olarak bölge halkı ekonomik anlamda getiri sağladığı için turist ziyaretlerine sıcak bakıyor gibi görünse de bir yandan kültürün ve bazı değerlerin zarar gördüğü vs. gibi düşüncelerle endişeye kapılmakta ve toplum olarak bu anlamda memnuniyetsizlikler de ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak her yatırım projesinde olduğu gibi bu projede de asıl amaç fayda sağlamaktır. Ancak yüzde yüz fayda sağlanması hiçbir yatırımda mümkün değildir. Buradaki fayda ölçütünde asıl önemli olan durum olumsuz etkilerin mümkün olduğunca minimum düzeyde seyretmesi ve projeden sağlanacak faydanın olumsuzluklarının üzerinde olmasıdır. Analizde ele alınan mantık bu şekilde olduğundan dolayı projenin uygulanabilir olması için faydaların, olumsuz etkileri büyük ölçüde gölgede bırakmış olması gerekmektedir. Yapılan analize göre ise görüldüğü üzere bu projeden sağlanacak faydanın olumsuz etkilerden daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Ve bu sayede projenin uygulanması halinde fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

16.4. Bölgesel Analiz

Projenin bölgesel düzeydeki doğrudan ve dolaylı etkileri

Mustafapaşa beldesinde gerçekleştirilecek olan projemiz kapsamında; yöresel yemeklerin sunulacağı restoran, hediyelik eşya ve yöresel ürünlerin satılacağı dükkanlar, sıcak hava balonu, at çiftliği, halı dükkânı, amfi tiyatro, seyir terasları bulunacaktır. Tüm bunların bölgeye etki ettiği doğrudan ve dolaylı etkiler vardır.

Doğrudan Etkileri:

- İlk olarak bölgenin tanıtımı yapılmış olur.
- Bölge ekonomisine katkı sağlar, gelir elde edilir. Balona binme, at binişleri, hediyelik eşya dükkanları vb. satış yapılacak her bir işletmeden gelir elde edilir.
- Bölge turizmi olumlu etkiler. Daha sonra yabancı turist akışı sağlanır.
- Yöre halkına istihdam sağlanır.

- Bölgesel Yerel Kalkınma güçlenir.
- Gelişmiş bölge olarak kabul edilir ve ülkeye döviz girdisi sağlar.
- Gelişmiş bir bölge ya da ülke çarpan etkisini olumlu sonuçlandırır gelir akışı hızlanır.
- Nevşehir'in yeni destinasyon merkezi haline gelmiş olur.
- Gomeda ve Soğanlı Vadilerine de dikkat çekilmiş olur ve oralarda turist akışı hızlanmış olur.

Dolaylı Etkileri:

- Turizm yatırımı yapacaklar için turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu tüm işletmeler gelir elde etmiş olur.
- Sıcak hava balonu için balonun kubbe yapımı, sepet yapımı, ateşleme kısmı için ihtiyaç duyulan ayrı ayrı sektörleri olumlu etkiler.
- At çiftliği için atların bakım, yeme, içme, çiftliğin ihtiyaç duyduğu tüm ekipmanların üretildiği ve satıldığı işletmeler olumlu etkilenir.
- Amfi tiyatro da gerçekleştirilecek olan etkinlikler için kullanılacak ekipmanların satış yerlerini olumlu etkiler.
- Yöresel yemeklerin sunulacağı restorandaki yemek harici kullanılan malzemelerin satış yerini olumlu etkiler.
- Turistleri yöreye getirecek olan tur şirketlerini olumlu etkiler.
- Çarpan etkisi sayesinde sadece yöreye değil yörede kullanılacak olan tüm malzeme ve ekipmanların temin edildiği işletmelere gelir sağlamış olur.

Projenin Gomeda Vadisiyle İlgisi ve Katkısı

Gomeda Vadisi: Ihlara Vadisi'ne benzerliğinden dolayı Küçük Ihlara adıyla veya içinden Bey Deresi aktığı için Bey Deresi Vadisi adıyla da bilinen Gomeda Vadisi, Ürgüp'e 5 km uzaklıktaki Mustafapaşa'dan başlar. Vadinin başlangıcında, göze Gomeda Harabeleri çarpar. Fazla peri bacası olmadığı için Kapadokya'da bulunan diğer vadilere nazaran ziyaretçi sayısı az olsa da muhteşem doğal güzelliklerinin yanı sıra ucu bucağı olmayan nereye çıktığı bilinmeyen tüneller ve karanlık mağaralarla dolu bir vadi olması yönüyle de esrarengiz bir vadidir.

Yüzyıllar boyunca farklı din, dil ve kültüre sahip, kendine özgü doğal ve tarihsel değerlere sahip uygarlıklara ev sahipliği yapmış, inanç ve hoşgörü merkezi konumundaki Kapadokya bölgesinin önemli merkezlerinden biri olan Gomeda Vadisi'nde yeraltı şehri, güvercinlikler ve dört kilise bulunmaktadır. Trekking için oldukça elverişli bir bölgedir. Gomeda Vadisi'ne girmeden hemen sağ tarafta, mini araba parkının altında yer alan ve Alakara Kilisesi adıyla bilinen kilise kalıntısını inceledikten sonra 10 dakikalık bir yürüyüşle vadinin içine inilir. Yaklaşık 200m sonra sol taraftaki kayalık kesim üzerinde bulunan Aziz Basilios Kilisesi'ne kısa bir tırmanış sonrasında ulaşılır. Aziz Basilios Kilisesinde fotoğraf molası verdikten sonra tekrar vadiye inerek yürüyüşe devam edilir. Rengârenk kelebeklerin cazibesiyle

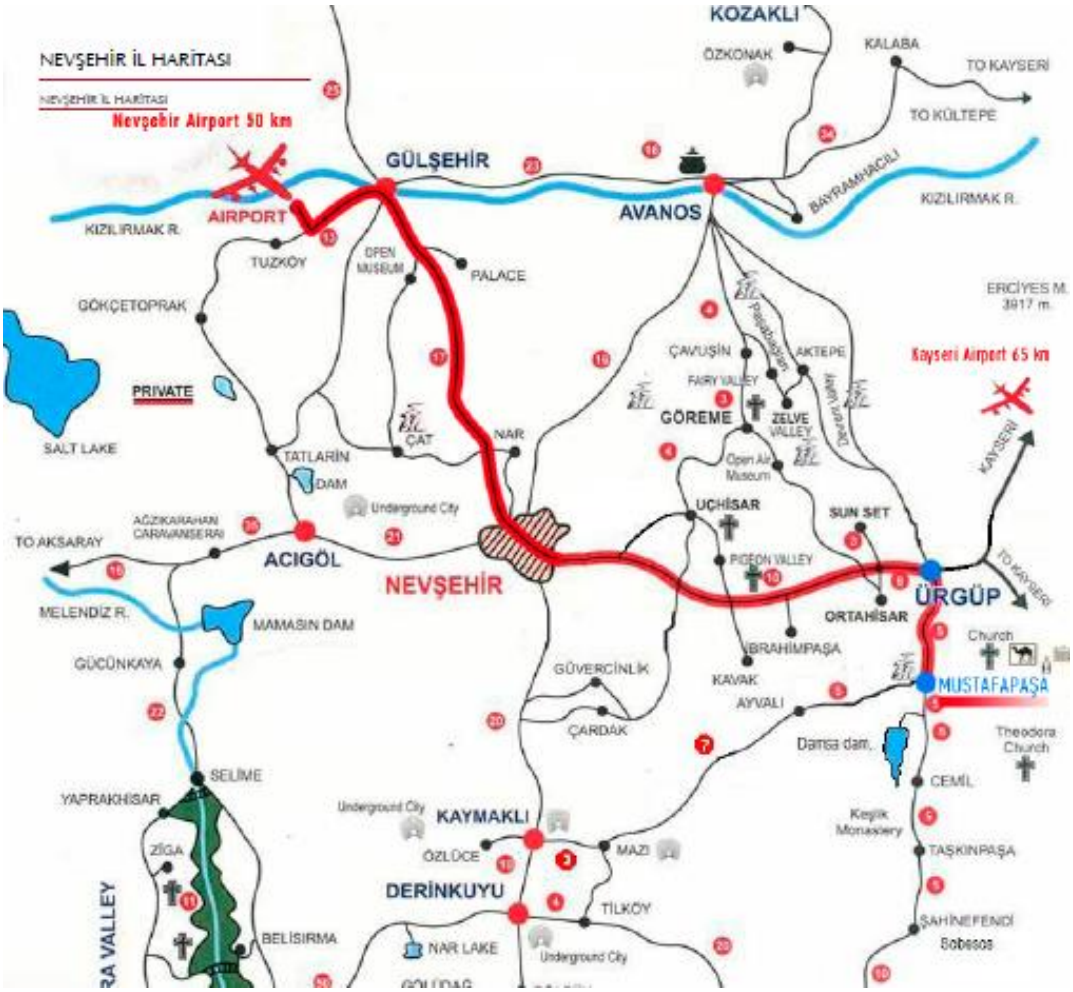
fotoğraflar çekilebilir. Vadinin ortasından akan dereyi sıklıkla geçmek zorunda kalmak yürüyüşü ayrıca renklendirir. Yaz mevsiminde genişliği 1-2 metre civarındaki dere de yürüyüş güzergahındadır. Gomeda Vadisi'nin bitip Üzengi Vadisi'nin başladığı noktada karşınıza devasa güvercinlikler çıkar. Yüksek kaya duvarlarına oyulmuş bu heybetli güvercinliklerin bazılarında süslemeler dikkat çekmektedir.

Şekil 151: Gomeda Vadisi, Mustafapaşa

Kaynak: Mustafapaşa Muhtarlığı

Trekking rotasında yer alan diğer ziyaret noktalarından; Sinasos'un batısında yarım saatlik mesafede Gomeda Vadisi içinde kayalara oyulmuş ve Timos adına inşa edilmiş güzel bir kilise olan Timios Stavros Kilisesi bulunmaktadır. Söylemlere göre bir Bizans imparatorunun düşmanlarına karşı yaptığı bir seferde buradan geçerken köy sakinlerinin ona Timios Stavros kilisesini yaptırdığı söylenir. İsimsiz Kilise, Meryem Ana Şapeli, Nemrutun Kaya Resmi, 2. Ramses Doğal Figürü gibi doğal güzellikler de yürüyüş esnasında ziyaret edilebilir. Mustafapaşa'yla bu vadinin uzaklığı ise yaklaşık 7 kilometredir.

Projeyle yörede, bölgesel kalkınma sağlanacak, Kapadokya'nın tanıtımına katkıda bulanacaktır. Kapadokya'daki Göreme-Zelve-Ürgüp yığınlaşması çözümlenecek ve turist trafiği güneye kaydırılacaktır. Böylece fiziksel bozulmanın önlenmesine de katkıda bulunulacaktır. Yöreye turist trafiği artacak turizm gelirleri çoğalacaktır. Ayrıca sadece Mustafapaşa değil, Cemil- Taşkınpaşa-Sobeses antik kenti ve devamında Soğanlı, ardında Gomeda vadisi bağlantısı ile yeni bir batı –güney turizm destinasyonu ortaya çıkacaktır. Projeyle yöre halkına katkı sağlayacak, genç işsizlik ve kadın istihdamı ile bölgesel ve ülkesel Türk turizmine ivme kazandıracaktır.



16.5. Duyarlılık Analizi

Duyarlılık analizi çözümün, değişkenlerdeki veya girdi değerlerindeki değişikliklere karşı nasıl etkilendiğini gösterilmesidir.

Projenin risk analizinde, işletme gelirleri, işletme giderleri olmak üzere iki kritik değişkenin belirleyici olduğu görülmektedir. Bu nedenle, 2 farklı senaryoda duyarlılık analizi yapılmıştır.

1.Senaryo: İşletme Giderleri projede öngörülenden %10 daha yüksek olacaktır.

2.Senaryo: İşletme Gelirleri projede öngörülenden %10 daha düşük olacaktır.

Senaryoların sonuçları proje değerleriyle kıyaslamalı olarak aşağıda tablo halinde özetlenmiştir. Hesaplamalarda iskonto oranı %20 alınmıştır.

Tablo 98: Duyarlılık Analizi Sonuçları

Analiz Unsurları	Proje	Gider (+%10)	Gelir (-%10)	
Net Bugünkü Değer	56.242.514,69	61.850.713,1	50.634.316,3	
Fayda/Maliyet Oranı	0,91	1,10	0,72	
İç Kârlılık Oranı (%)	34,01%	36 %	31 %	
ROI	0,20	0,45	0,05	
Geri Ödeme Süresi	4 YIL 9 AY	4 YIL 7 AY	5 YIL 3 AY	

Yukarıdaki iki senaryodan görüldüğü üzere; gelirdeki negatif yönde bir gelişme ve giderdeki aynı oranda pozitif yönde bir değişme (giderlerin artması) projeyi olumsuz etkilememekte ve yapılabilir proje olma statüsünde kalmaktadır.

16.6. Risk Analizi

Mini Kapadokya Projesi beraberinde bazı riskleri de getirmektedir. Projenin uygulaması ve başarısı bu risklerin bilinmesi ve bunlara karşı önlem alınmasına bağlıdır. Riskler genelde ekonomik, yönetsel, mali, finansal, yasal, çevresel ve benzeri faktörlere bağlıdır. Bu faktörlerin ordinal veya interval ölçüm teknikleriyle değerlendirilmesi ve önlemler alınması gerekmektedir.

Bunlar genel hatlarıyla aşağıdaki Tabloda sistematik biçimde açıklanmıştır.

Tablo 99: Risk Analiz Tablosu

Kararlar/Eylemler İtibarıyla Riskin Adı	Riskin Türü	Risk Büyüklüğü	Riskin Tekrar Etme Olasılığı	Riskin Tekrar Etme Sıklığı	Riskin Giderime Şansı
	Ekonomik • Yatırım için kaynak bulunamaması ve benzerleri) • Tahsisat yetersizliği, **Yönetsel** • İhale Sürecinde Karşılaşılan Güçlükler • Diğer İdarelerin Hedef Cümleleri ve Politikalarında Değişiklik • Diğer İdarelerin Uyumsuzluğu • Eleman Yetersizliği • Diğerleri **Toplumsal** • Öngörülen Gelişmelerin Kamuoyu ve Sivil Toplum Kuruluşları, Meslek Odaları ve Diğer Ortaklar Tarafından Benimsenmemesi **Yasal** • Öngörülen Gelişmelerin Ortaklar Tarafından Yasal Önlemler Alınması İçin Mahkemelere Taşınması	Çalışmaları Etkileme Düzeyi • Çok, • Orta, • Az / önemsiz	• Çok, • Orta, • Az	• Çok, • Orta, • Az/önemsiz	• Çok • Orta • Az • Olanaklı Değil

Yukarıda açıklanan ölçümlerin yapılması ve önlemlerin alınması, bu risklere göre davranılması önerilmektedir. Böyle bir tutum ancak projenin kurumsal yapısının geliştirilmesi ve projenin sahipliliğinin net olarak tanımlanmasına bağlıdır. Mini Kapadokya Fizibilite Projesinde en önemli bileşeni kurumsal yapıdaki düzenlemeler olacaktır.

Bu bağlamda; bu proje ile proje yönetiminin, kurumsal yapı ve yeni birimlerin yukarıdaki değerlendirmeleri her kritik karar için somut olarak yapması ve gerekli önlemler alınması zorunludur. Bu değerlendirmenin bir örneği aşağıda yer almaktadır.

Proje uygulama aşamasında; ortaya çıkan risk faktörlerinin değerlendirilmesiyle, gerekirse proje bazı bileşenlerinin gözden geçirilmesi gündeme gelecektir.

Tablo 100: Ayrıntılı Risk Analizi ve Risk Değerlendirilmesi

RİSKİN ADI	ORTAYA ÇIKMA OLASILIĞI	RİSKİN TEKRAR ETME OLASILIĞI	RİSKİN GİDERİLMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER	RİSKİN GİDERİLME OLASILIĞI
Mini Kapadokya Projesini geliştirme konusunda atılımlar yapan ve girişimleri destekleyen üst düzey yöneticilerin değişmesi	Yüksek (Özellikle mülki amirler belli sürelerle görev yapmaktadırlar.)	Yüksek	• Kurumsallaşmanın sağlanamaması, örneğin Mustafapaşa Turizm Platformunun ivedilikle kurulması, • Mustafapaşa Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliğinin Geliştirilmesi	**Orta**
Kalifiye personel bulma ve istihdam sorunları	Yüksek	Yüksek	• Projede sözü edilen hizmet -içi eğitim programlarının ivedilikle uygulamaya sokulması, yeni personel atamalarında özenli seçim yapılması • Mustafapaşa'nın uzman personelle güçlendirilmesi	**Orta**
Yetişmiş Personelin Yer Değiştirmesi	Yüksek	Yüksek	• Sürekli eğitime önem verilmesi • Değişen personel yerine kalifiye eleman bulunması	**Az**
Mali Kaynakların Yetersiz Kalması	Yüksek	Yüksek	• Sermaye yatırımlarının finanse edilememesini, yatırımların yarıda kalmasını önlemek için finansman kaynağı yeterli ve belli olmayan yatırımların yapılmaması.	**Az**
Özel Sektörün Yatırım Yapamaması	Yüksek	Yüksek	• Mustafapaşa'nın turizm Potansiyelini iyi Anlatma ve Sermaye Transferi Olanaklarının Zorlanması • Yatırımcıları Teşviklerden haberdar etme,	**Az**
Yerel Yönetimler ve Yerel İnisiyatifin Benimsemesi ve Önerileri İçselleştirememesi	Orta	Yüksek	• Yerel yöneticilerin motive edilmesi, • Sosyal Sorumluluk Programlarının Artırılması ve Topluma Mal Edilmesi	**Fazla**
Sivil Toplum Kuruluşlarının Kapasite Eksikliği	Orta	Yüksek	• Sivil Toplum Kuruluşlarının kapasitesinin artırılması, yönetici ve üyelerinin motive edilmesi	**Orta**
Toplumsal Desteğin Eksikliği	Orta	Orta	• Toplumsal Eğitim Ve Motivasyon Programlarının Uygulanması • Turizm sektöründeki gelişmelerin il istihdamına ve gelirine yaptığı kamuoyuna açıklanması, katlıların açıklanması ve kamuoyu kampanyaları düzenlenmesi	**Fazla**

Proje Paketlerinin Fazlalığı	**Yüksek**	**Yüksek**	**Proje paketlerinin gerçekçi, mali endişelere duyarlı olarak hazırlanması Önceliklerin akılcı saptanması ve seçici olunması**	**Orta**

17. EKLER/İKİNCİ SENARYO

Önerilen İkinci Finansal Analiz

KAP-HİB Kapadokya Alt Yapı Birliği ile yapılan görüşmeler sonucunda, Birlik tüm alanın fizibilite analizi ile birlikte ikinci bir senaryo olarak At Çiftliği, Amfi Tiyatro ve Balon birimlerinin ilk aşamada olmadığı bir senaryonun da finansal analizi istenmiş ve bu talep doğrultusunda bu birimler çıkartılarak analiz tekrar edilmiştir.

KAP-HİB Kapadokya Alt Yapı Birliği; At Çiftliği, Amfi Tiyatro ve Balon birimlerini gerekli görüldüğü durumlarda yap-işlet-devret modeli ile yatırımın gerçekleştirilebileceğini öngörülmektedir.

Ekonomik Değerlendirme Sonuçları

İkinci Senaryo için Satış ve rekabet olanakları bölümünde değinilen konular, Mini Kapadokya için Ortalama Kapasite Kullanım Oranları hesaplanmış, fizibiliteye konu ve eşi benzeri olmayan Mini Kapadokya'nın tanınma ve tutunma faaliyetlerinin zaman alacağı hususu da dikkate alınarak aşağıda verilen doluluk oranları ile çalışacağı öngörülmektedir.

	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI	50,64%	65,79%	61,38%	68,87%	75,41%	67,96%	76,18%	81,80%	88,25%	92,95%

Mali Değerlendirme Sonuçları

Teknik ve Ekonomik Değerlendirme verileri esas alınarak Mali Değerlendirme çalışmaları gerçekleştirilmiş olup, indirgeme oranı %20 kullanılmıştır.

Mali değerlendirme sonuçları incelendiğinde "Net Bugünkü Değeri" pozitif bulunmuştur. Diğer bir ifade ile öngörülen teknik ve ekonomik veriler ışığında yapılan mali değerlendirme çalışmaları söz konusu yatırımın yapılabilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Analiz Unsurları	Proje	Gelir (-%10	Gider (+%10))
Net Bugünkü Değer	56.242.514,69	61.850.713,1	50.634.316,3
Fayda/Maliyet Oranı	0,91	1,10	0,72
İç Kârlılık Oranı (%)	34,01%	36 %	31 %
ROI	0,20	0,45	0,05
Geri Ödeme Süresi	4 YIL 9 AY	4 YIL 7 AY	5 YIL 3 AY

Sonuç itibariyle, söz konusu yatırım projesi yapılabilir bulunmakta, gelir ve giderler unsurlarında oluşacak değişimlere olan duyarlığından ötürü %10 gelir ve giderdeki negatif etki projeyi yapılabilir statüsüne getirmektedir.

EKONOMİK ANALİZ

Projenin yatırımcı kurum veya kişi açısından maliyet ve faydaların toplum açısından değerlerinin (gölge ücretlerle) hesaplandığı analize Ekonomik Analiz (Sosyal Fayda-Maliyet Analizi) denir. Yani projenin ulusal ekonomi açısından analiz edildiği ekonomik analizde, ekonomik kârlılık, diğer bir deyişle kaynakların etkin kullanılması yoluyla gelirin maksimize edilmesi (büyüme) amaçlanır. Bu yöntemde cari piyasa fiyatları yerine kaynakların fırsat maliyetlerini yansıtan "gölge fiyatlar" kullanılır.

Fiyatların yetersiz olduğu veya hiç oluşmadığı durumlarda toplumsal fayda ve maliyetleri yansıtması için mallara ve faktörlere bağlanan fiyatlardır. Ekonomik analizde kullanılan gölge fiyatlara ayrıca muhasebe fiyatları, ekonomik fiyatlar veya etkinlik fiyatları da denir.

Ekonomik analizde kullanılan kabuller;

- Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilmiştir.

- Yatırım Maliyeti tablosunda yer alan maliyetler, Mimarı, Mekanik, Statik, Zemin, Elektrik, Harita, Peyzaj mühendisleri odasının güncel metrekare hesaplama birim fiyatları üzerinden ve "MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK HİZMET BEDELLERİNİN HESABINDA KULLANILACAK 2020 YILI YAPI YAKLAŞIK BİRİM MALİYETLERİ HAKKINDA TEBLİĞ" de bulunan yapı sınıfının metrekare değerlerine göre hesaplanmıştır.

- Mini Kapadokya günlük 12 saat açık kalacağı, 365 gün hizmet vereceği, 55 adet 7mt.lik led aydınlatma direği (120w) ve 13 adet led projektör (240w) özel aydınlatma sistemi Türkiye'de bu anlamda ilk kez akşam saatlerinde de ziyaretçi alabilecek inanç ve kültür turizmi için özel bir alan olacaktır.

- İndirgeme oranı %20 ve kurumlar vergisi %22 olarak dikkate alınmıştır.
- İlk beş yıl satış gelirlerinin %25'lik kısmı Ahiler Kalkınma Ajansı katkı payı olarak öngörülmüştür.

Tablo 101: Toplam Yatırım Tutarı (TL)

YAKLAŞIK MALİYET TABLOSU						
İLGİLİ MÜDÜRLÜK:	NEVŞEHİR KAPADOKYA ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ					
İLGİLİ PROJE:	MİNİ KAPADOKYA					
SN	YAPI SINIFI VE GRUBU	TANIMI	BİRİMİ	MİKTARI	BİRİM FİYATI	TUTARI
1	1. SINIF / A GRUBU	AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI	m²	1.000,00	210,00	210.000,00 TL
		Kaba İnşaat				94.500,00 TL
		İnce İnşaat				94.500,00 TL
		Elektrik				21.000,00 TL
		AÇIK ALAN DOĞAL TAŞ YA DA BETON KİLİTLİ PARKE İLE ARAÇ OTOPARK YAPIMI PROJE BEDELLERİ	m²	1.000,00		3.086,86 TL
		Peyzaj				1.577,06 TL
		Elektrik				1.509,80 TL
2	2. SINIF / C GRUBU	DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI	m²	130,00	820,00	106.600,00 TL
		Kaba İnşaat				47.970,00 TL
		İnce İnşaat				47.970,00 TL
		Elektrik				10.660,00 TL
		DOĞAL TAŞ YA DA KOMPOZİT KAPLI BETONARME KARKAS YA DA ÇELİK KARŞILAMA GİRİŞ KAPISI PROJE BEDELLERİ	m²	130,00		4.161,00 TL
		Peyzaj				3.423,29 TL
		Elektrik				737,72 TL
3	5. SINIF / A GRUBU	ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS)	m²	500,00	2.400,00	1.200.000,00 TL
		Kaba İnşaat				504.000,00 TL
		İnce İnşaat				456.000,00 TL
		Elektrik				96.000,00 TL
		Mekanik				144.000,00 TL
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ (İÇİNDE RESTORAN , SERGİ SALONU , MARKET V.B. BULUNAN TİCARİ KOMPLEKS) PROJE BEDELLERİ	m²	500,00		139.376,86 TL
		Mimarı				76.877,47 TL
		Statik				24.947,14 TL
		Mekanik				15.975,64 TL
		Elektrik				9.237,52 TL
		Harita				2.302,07 TL
		Zemin				5.261,88 TL
		Peyzaj				4.775,15 TL
5		HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI)	m²	400,00	3.800,00	1.520.000,00 TL

		Kaba İnşaat				**638.400,00 TL**
		İnce İnşaat				**577.600,00 TL**
		Mekanik Tesisat				**121.600,00 TL**
		Elektrik				**182.400,00 TL**
	5. SINIF / D GRUBU	**HALI MÜZESİ (ASLINA UYGUN OLARAK YAPILACAK YAPI) PROJE BEDELLERİ**	**m²**	**400,00**		**158.164,97 TL**
		Mimarı				**100.222,58 TL**
		Statik				**17.391,99 TL**
		Mekanik				**19.446,98 TL**
		Elektrik				**9.742,17 TL**
		Harita				**1.632,92 TL**
		Zemin				**3.985,43 TL**
		Peyzaj				**5.742,90 TL**
7	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA**	**m²**	**250,00**	**1.450,00**	**362.500,00 TL**
		Kaba İnşaat				**152.250,00 TL**
		İnce İnşaat				**137.750,00 TL**
		Elektrik				**29.000,00 TL**
		Mekanik				**43.500,00 TL**
8	**3. SINIF / B GRUBU**	**YÖRESEL ÜRÜN SATIŞ ALANI VE KAFETERYA PROJE BEDELLERİ**	**m²**	**250,00**		**71.567,11 TL**
		Mimarı				**39.474,97 TL**
		Statik				**12.809,83 TL**
		Mekanik				**8.203,16 TL**
		Elektrik				**4.743,27 TL**
		Harita				**1.182,07 TL**
		Zemin				**2.701,86 TL**
		Peyzaj				**2.451,94 TL**
9	**3. SINIF / B GRUBU**	**INFO (BILGILENDIRME) ALANLARI**	**m²**	**40,00**	**1.450,00**	**58.000,00 TL**
		İnşaat				46.400,00 TL
		Elektrik				11.600,00 TL
10	**3. SINIF / B GRUBU**	**SEYİR TERASI**	**m²**	**550,00**	**1.450,00**	**797.500,00 TL**
		İnşaat	**m²**			**717.750,00 TL**
		Elektrik	**m²**			**79.750,00 TL**
		SEYİR TERASI PROJE BEDELLERİ				**4.422,05 TL**
		Peyzaj	**m²**	**550,00**		**3.308,28 TL**
		Elektrik	**m²**	**550,00**		**1.113,77 TL**
11	**1. SINIF / A GRUBU**	**DİNLENME VE REKREASYON ALANI**	**m²**	**1.200,00**	**210,00**	**252.000,00 TL**
		İnşaat				226.800,00 TL
		Elektrik				25.200,00 TL
12	**3. SINIF / A GRUBU**	**UMUMİ TUVALET BİRİMİ (2 ADET)**	**m²**	**100,00**	**1.100,00**	**110.000,00 TL**
		Kaba İnşaat				46.200,00 TL
		İnce İnşaat				41.800,00 TL

		Mekanik Tesisat				13.200,00 TL
		Elektrik				8.800,00 TL
13	2. SINIF / B GRUBU	**BOTANİK VE PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ**	**m²**	**4.000,00**	**750,00**	**3.000.000,00 TL**
		ALIŞVERİŞ KOMPLEKSİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		HALI MÜZESİ PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	500,00	**750,00**	375.000,00 TL
		DİNLENME VE REKREASYON ALANI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.200,00	**750,00**	900.000,00 TL
		VADİ YOL KENARI PEYZAJ DÜZENLEME İŞİ	**m²**	1.800,00	**750,00**	1.350.000,00 TL
14	1. SINIF / A GRUBU	**DOĞAL TAŞ YOL YAPIMI**	**m²**	**2.982,00**	**210,00**	**626.220,00 TL**
15	3. SINIF / B GRUBU	**TATLI SU ÇEŞME YAPIM İŞİ**	**m²**	**20,00**	**1.450,00**	**29.000,00 TL**
16	5. SINIF / D GRUBU	**AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**60,00**		**27.276,00 TL**
		AZİZ STEFANOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**60,00**	**3.800,00**	**228.000,00 TL**
17	5. SINIF / D GRUBU	**AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**100,00**		**44.749,00 TL**
		AZİZ YUHANNES THEOLOGOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**100,00**	**3.800,00**	**380.000,00 TL**
18	5. SINIF / D GRUBU	**AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**200,00**		**85.940,00 TL**
		AZİZ YUHANNİS PRODROMOS KİLİSESİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**200,00**	**3.800,00**	**760.000,00 TL**
19	5. SINIF / D GRUBU	**AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**120,00**		**53.272,00 TL**
		AZİZ NİKOLAS MANASTIRI RESTORASYON İŞİ	**m²**	**120,00**	**3.800,00**	**456.000,00 TL**
20	5. SINIF / D GRUBU	**YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**200,00**		**85.940,00 TL**
		YER ALTI ŞEHRİ RESTORASYON İŞİ	**m²**	**200,00**	**3.800,00**	**760.000,00 TL**
21	5. SINIF / D GRUBU	**MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON PROJESİ(rölöve+restitüsyon+restorasyon hizmetleri)**	**m²**	**100,00**		**44.749,00 TL**
		MANASTIR AŞ EVİ RESTORASYON RESTORASYON İŞİ	**m²**	**100,00**	**3.800,00**	**380.000,00 TL**
					TOPLAM	**11.958.524,85 TL**
22		**Genel Gider %2**				**239.170,50 TL**

23		**Beklenebilecek Farklar %3**				**358.755,75 TL**
					GENEL TOPLAM	**12.556.451,09 TL**

Tablo 102: Toplam Yatırım Bütçesi ve Finansmanı Tablosu

YATIRIM BÜTÇESİ	**1. Dönem**	**Toplam Tutar (TL) (KDV Hariç)**
A- UYGUN HARCAMALAR	**13.654.097,67**	**13.654.097,67**
Yapım İşleri	12.556.451,09	12.556.451,09
İşletme Sermayesi Değişimi	1.097.646,58	1.097.646,58
B- TOPLAM YATIRIM TUTARI (A+B)	**13.654.097,67**	**13.654.097,67**
FİNANSMAN KAYNAKLARI	**1. Dönem**	**Toplam (TL)**
C- İDARE ÖZKAYNAK	8.000.000,00	8.000.000,00
D- KALKINMA AJANSI DESTEĞİ	6.000.000,00	6.000.000,00
E- DİĞER KAYNAKLAR		
F- FİNANSMAN KAYNAKLARI TOPLAMI	**14.000.000,00**	**14.000.000,00**

YATIRIM DÖNEMİ NET NAKİT AKIŞI (F-B)	**345.902,33**	**345.902,33**
YATIRIM DÖNEMİ KÜMÜLATİF NET NAKİT AKIŞ	345.902,33	345.902,33

TEKNİK İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Hizmet Kapasitesi

Tablo - Kurulu Kapasite ve Tahmini Üretim Miktarı

	Birim	**Mevcut Durum**	**1.Yıl**	**2.Yıl**	**3.Yıl**	**4.Yıl**	**5.Yıl**	**6.Yıl**	**7.Yıl**	**8.Yıl**	**9.Yıl**	**10.Yıl**
Mini Kapadokya Giriş Bileti												
A1- Kurulu Kapasite	Kişi	0,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B1- Üretim Miktarı	Kişi	0,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
C1-Birim Satış Fiyatı	Kişi	0,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO1=% [(B1/A1)*100])	-	0,00%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%

Otopark Kullanımı - Otomobil												
A2- Kurulu Kapasite	adet	0,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00	175.200,00
B2- Üretim Miktarı	adet	0,00	87.600,00	96.360,00	105.996,00	116.950,00	128.645,00	141.509,00	155.690,00	163.474,00	167.550,00	175.200,00
C2-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO2=% [(B2/A2)*100])	-	0,00%	50,00%	55,00%	60,50%	66,75%	73,43%	80,77%	88,86%	93,31%	95,63%	100,00%
Otopark Kullanımı - Otobüs												
A3- Kurulu Kapasite	adet	0,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00	52.560,00
B3- Üretim Miktarı	adet	0,00	17.520,00	19.272,00	21.199,00	23.318,00	25.650,00	28.215,00	31.036,00	34.254,00	38.250,00	47.500,00
C3-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	20,00	20,00	20,00	24,00	24,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO3=% [(B3/A3)*100])	-	0,00%	33,33%	36,67%	40,33%	44,36%	48,80%	53,68%	59,05%	65,17%	72,77%	90,37%
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek												
A4- Kurulu Kapasite	adet	0,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B4- Üretim Miktarı	adet	0,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C4-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	50,00	50,00	50,00	60,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO4=% [(B4/A4)*100])	-	0,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Çömlek												
A5- Kurulu Kapasite	adet	0,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B5- Üretim Miktarı	adet	0,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C5-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	25,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	35,00	35,00	35,00	40,00

Kapasite Kullanım Oranı KKO5=% [(B5/A5)*100])	-	0,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Pomza Taşı												
A6- Kurulu Kapasite	adet	0,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B6- Üretim Miktarı	adet	0,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C6-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	13,00	13,00	13,00	15,00	15,00	15,00	17,00	17,00	17,00	20,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO6=% [(B6/A6)*100])	-	0,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Şarap												
A7- Kurulu Kapasite	adet	0,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00	73.000,00
B7- Üretim Miktarı	adet	0,00	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
C7-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO7=% [(B7/A7)*100])	-	0,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği												
A8- Kurulu Kapasite	kg	0,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00
B8- Üretim Miktarı	kg	0,00	9.125,00	10.250,00	12.875,00	15.775,00	18.250,00	21.250,00	27.500,00	30.750,00	34.250,00	36.500,00
C8-Birim Satış Fiyatı	kg	0,00	12,00	12,00	12,00	15,00	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	25,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO8=% [(B8/A8)*100])	-	0,00%	50,00%	56,16%	70,55%	86,44%	100,00%	58,22%	75,34%	84,25%	93,84%	100,00%
Yöresel Ürün-Patates												
A9- Kurulu Kapasite	kg	0,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B9- Üretim Miktarı	kg	0,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00

C9-Birim Satış Fiyatı	kg	0,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO9=% [(B9/A9)*100])	-	0,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Üzüm												
A10- Kurulu Kapasite	kg	0,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
B10- Üretim Miktarı	kg	0,00	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
C10-Birim Satış Fiyatı	kg	0,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	20,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO10=% [(B10/A10)*100])	-	0,00%	50,00%	54,79%	68,49%	82,19%	100,00%	58,22%	68,49%	78,77%	87,33%	100,00%
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri												
A11- Kurulu Kapasite	kg	0,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00	43.800,00
B11- Üretim Miktarı	kg	0,00	10.950,00	137.500,00	16.000,00	19.500,00	21.900,00	25.000,00	29.500,00	34.750,00	39.750,00	43.800,00
C11-Birim Satış Fiyatı	kg	0,00	20,00	20,00	20,00	22,00	22,00	22,00	25,00	25,00	25,00	30,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO11=% [(B11/A11)*100])	-	0,00%	50,00%	627,85%	73,06%	89,04%	100,00%	57,08%	67,35%	79,34%	90,75%	100,00%
Restoran-Yemek&İçecek												
A12- Kurulu Kapasite	Kişi	0,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00	219.000,00
B12- Üretim Miktarı	Kişi	0,00	109.500,00	120.450,00	131.400,00	142.350,00	153.300,00	175.200,00	186.150,00	197.100,00	212.430,00	214.620,00
C12-Birim Satış Fiyatı	Kişi	0,00	55,00	55,00	55,00	75,00	75,00	75,00	85,00	85,00	85,00	100,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO12=% [(B12/A12)*100])	-	0,00%	50,00%	55,00%	60,00%	65,00%	70,00%	80,00%	85,00%	90,00%	97,00%	98,00%
Halı Satışı												
A13- Kurulu Kapasite	adet	0,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00

B13- Üretim Miktarı	adet	0,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
C13-Birim Satış Fiyatı	adet	0,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO13=% [(B13/A13)*100])	-	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Seyir Terası Fotoğrafçılık												
A14- Kurulu Kapasite	Kişi	0,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
B14- Üretim Miktarı	Kişi	0,00	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
C14-Birim Satış Fiyatı	Kişi	0,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Kapasite Kullanım Oranı KKO14=% [(B14/A14)*100])	-	0,00%	76,04%	77,08%	79,17%	83,33%	87,50%	91,67%	93,75%	95,83%	97,92%	100,00%
ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI			50,64%	65,79%	61,38%	68,87%	75,41%	67,96%	76,18%	81,80%	88,25%	92,95%

Mini Kapadokya'da Görev Yapacak Personelin Unvan ve Sayıları

Personel Görev(ler)	Kişi	Aylık Net Maaş (TL)	Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)/kişi	Toplam Yıllık Brüt Maaş TL (Vergiler Dahil)
Restoran Birimi				
Restoran Müdürü	1	5000	106.340,69	106.340,69
Şef Aşçı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Restoran Müdür Yardımcısı	1	4250	89.086,96	89.086,96
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Kısım Şefleri	2	3750	77.584,42	155.168,84
Şef Garson	2	4000	83.335,66	166.671,32
Aşçı	4	3500	71.833,14	287.332,56
Garson	3	3000	60.985,84	182.957,52
Bulaşıkçı	2	2500	50.501,16	101.002,32
Aşçı Yardımcısı	4	2500	50.501,16	202.004,64
Komi	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	1.653.489,59
Yöresel Ürün Satış Birimi				
İşletme Müdürü	1	4000	83.335,66	83.335,66
Müdür Yardımcısı	1	3750	77.584,42	77.584,42
Satış Görevlisi	3	2500	50.501,16	151.503,48
Kasiyer	4	2500	50.501,16	202.004,64
			ALT TOPLAM	514.428,20

Halıcılık Atölyesi Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Müdür Yardımcısı	2	4250	89.086,96	178.173,92
Muhasebe	1	3500	71.833,14	71.833,14
Halı Üretim Şefi	2	3000	60.985,84	121.971,68
İşçi	20	2500	50.501,16	1.010.023,20
			ALT TOPLAM	1.466.928,76
Seyir Terası Birimi				
İşletme Müdürü	1	5000	84.926,82	84.926,82
Fotoğrafçı	2	3500	71.833,14	143.666,28
Güvenlik Görevlisi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	279.094,26
Kilise Ziyaret Alanı Birimi				
Yönetici	1	3500	71.833,14	71.833,14
Bilet Satış Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Güvenlik Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
Otopark Görevlisi	2	2500	50.501,16	101.002,32
İşçi	1	2500	50.501,16	50.501,16
			ALT TOPLAM	425.341,26
			GENEL TOPLAM	4.339.282,07

Peyzaj Düzenleme

Mini Kapadokya mimari projesi iklime, topografyaya ve turizm konseptine uygun olarak tasarlanacak; çevre ile uyum içinde olması kriteri göz önünde tutulacaktır.

Yöreye uygun, alanın konumu da göz önüne alınarak uzun vadeli, bakımı kolay bir bitkisel tasarım yapılması önerilmektedir.

Vadi girişinde tasarlanan otopark alanında yöreye özgü doğal taşların kullanılması, kullanılacak bitkilerin gölge yapıcı yapraklı ağaçların olması önerilmektedir. Önerilen bitki türleri;

-ROBINIA PSEUDOACACIA UMBRACULIFERA

-PRUNUS CERASIFERA

-TILIA TOMENTOSA

Vadi girişinde tasarlanan giriş kapısının çevresinde girişi vurgulamak amacı ile kullanılması önerilen bitki türleri;

-THUJA ORIENTALIS PYRAMİDALIS AUREA

-CUPRESSUS ARIZONICA GLAUCA

-JUNIPERUS SABINA

Restoran ve alışveriş birimlerinin bulunduğu binanın bahçesinde yeşil alan oluşturularak oturma birimleri tasarlanması önerilmektedir. Sonbahar renklenmesi yapan

ağaçlar, ilkbaharda çiçeklenen çalı grupları, yaprak dökmeyen ağaçlar ve ibreli türler kullanılarak her mevsim yeşil görünecek bahçe oluşturulması önerilmektedir.

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

-CEDRUS LIBANI

-PINUS NIGRA

-ACER PALMATUM

-VİBURNUM TİNUS

-SYRINGIA VULGARIS

-ROSA MEİLLAND

Rekreasyon ve dinlenme alanı içerisinde gölge oluşturabilecek bitkiler kullanılmalıdır. Alanda oluşturulacak oturma birimleri yöreye uygun doğal malzemeler kullanılarak tasarlanmalıdır. Önerilen bitkiler;

-TİLİA TOMENTOSA

-MORUS ALBA

-PRUNUS CERACIFERA

Vadi içerisinde bulunan ve ilave olarak eklenecek gezinti yolu boyunca alle bitkisi olarak kullanılacak bitkiler önerilmektedir.

--LAGERSTROEMİA İNDİCA

-MORUS ALBA

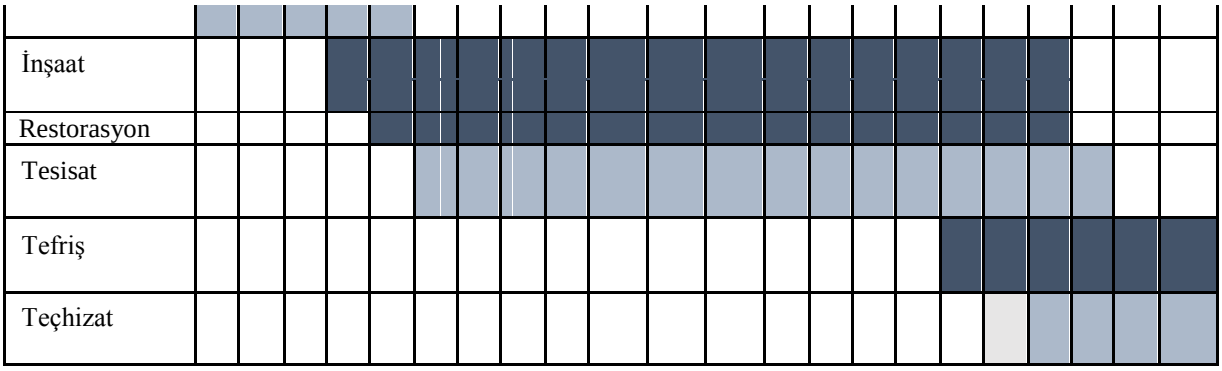
-LİGUSTRUM JAPONİCUM

-ALBİZZİA JULİBRİSSİN

-PLATANUS ORİENTALİS

Tablo 103 : Yatırımın Uygulama Planı

Yıllar	**2021**												**2022**									
Aylar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Yatırım																						
Etüt-Proje																						



Tablo 104:Tam Kapasitede İşletme Sermayesi İhtiyacı Tablosu (TL)

UNSURLAR	Süre (Gün)	Yıllık Tutar (Sabit)	Yıllık Tutar (Değişken)	İşletme Sermayesi Tutarı (Sabit) (a)	İşletme Sermayesi Tutarı (Değişken) (b)	Toplam (a+b)
A. Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu					86.855,30	86.855,30
A1. Hammade Stoğu	7,00		1.116.900,00		21.717,50	21.717,50
A2. Yardımcı Madde Stoğu	30,00		781.653,60		65.137,80	65.137,80
A3. İşletme Malzemesi Stoğu	30,00					
A4. Yakıt Stoğu						
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu				322.930,24	78.115,54	401.045,78
B1. Mamul Stoğu	7,00	8.303.920,57	2.008.685,26	161.465,12	39.057,77	200.522,89
B2. Yarı Mamul Stoğu	7,00	8.303.920,57	2.008.685,26	161.465,12	39.057,77	200.522,89
C. Nakit İhtiyacı				687.583,38	7.077,64	694.661,02
C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	30,00	24.696,00	64.771,66	2.058,00	5.397,64	7.455,64
C2. Personel Giderleri	30,00	4.339.282,07		361.606,84		361.606,84
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	30,00	3.887.022,50	20.160,00	323.918,54	1.680,00	325.598,54
D. Vadeli Satışlar						
E. Vadeli Alışlar						
E1. Hammadde	30,00					
Tam Kapasitede Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı				1.010.513,63	172.048,48	1.182.562,10

Tablo 105: İşletme Sermayesi Değişimi Tablosu (TL)

UNSURLAR	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
A.Hammadde, Malzeme ve Yakıt Stoğu (A1+A2+A3+A4)	43.987,36	57.144,51	53.314,58	59.813,29	65.497,25	59.027,33	66.168,92	71.043,95	76.651,43	80.730,11
A1. Hammade Stoğu	10.998,70	14.288,54	13.330,90	14.955,85	16.377,08	14.759,33	16.545,03	17.763,99	19.166,10	20.185,94
A2. Yardımcı Madde Stoğu	32.988,66	42.855,96	39.983,68	44.857,44	49.120,17	44.268,00	49.623,89	53.279,96	57.485,33	60.544,16
A3. İşletme Malzemesi Stoğu										
A4. Yakıt Stoğu										
B. Mamul ve Yarımamul Stoğu (B1+B2)	362.491,41	374.324,62	370.880,08	376.724,86	381.836,87	376.017,98	382.440,96	386.825,44	391.868,67	395.536,93
B1. Mamul Stoğu	181.245,70	187.162,31	185.440,04	188.362,43	190.918,44	188.008,99	191.220,48	193.412,72	195.934,34	197.768,47
B2. Yarı Mamul Stoğu	181.245,70	187.162,31	185.440,04	188.362,43	190.918,44	188.008,99	191.220,48	193.412,72	195.934,34	197.768,47
C. Nakit İhtiyacı (C1+C2+C3)	691.167,81	692.239,96	691.927,86	692.457,43	692.920,60	692.393,38	692.975,33	693.372,59	693.829,53	694.161,89

C1. Elektrik, Su, Gaz Giderleri	4.791,60	5.609,26	5.371,24	5.775,11	6.128,34	5.726,26	6.170,08	6.473,04	6.821,52	7.074,99
C2. Personel Giderleri	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84	361.606,84
C3. Diğer Nakit İhtiyacı	324.769,37	325.023,86	324.949,78	325.075,48	325.185,42	325.060,28	325.198,42	325.292,71	325.401,17	325.480,06
D. Vadeli Satışlar										
E. Vadeli Alışlar (E1+E2+…)										
E1. Hammadde										
Toplam İşletme Sermayesi İhtiyacı (A+B+C+D-E)	1.097.646,58	1.123.709,08	1.116.122,53	1.128.995,58	1.140.254,72	1.127.438,69	1.141.585,21	1.151.241,98	1.162.349,63	1.170.428,93
İşletme Sermayesindeki Değişim	**1.097.646,58**	**26.062,51**	**-7.586,56**	**12.873,05**	**11.259,14**	**-12.816,04**	**14.146,53**	**9.656,77**	**11.107,65**	**8.079,29**

Tablo 106: Satış Gelirleri

	Birim	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Mini Kapadokya Giriş Bileti											
Satış Miktarı	Kişi	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	Kişi	912.500,00	925.000,00	950.000,00	1.200.000,00	1.260.000,00	1.320.000,00	1.575.000,00	1.840.000,00	2.115.000,00	2.400.000,00
Otopark Kullanımı - Otomobil											
Satış Miktarı	adet	87.600,00	96.360,00	105.996,00	116.950,00	128.645,00	141.509,00	155.690,00	163.474,00	167.550,00	175.200,00
Birim Fiyatı	adet	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	adet	438.000,00	481.800,00	529.980,00	701.700,00	771.870,00	849.054,00	1.089.830,00	1.307.792,00	1.507.950,00	1.752.000,00
Otopark Kullanımı - Otobüs											
Satış Miktarı	adet	17.520,00	19.272,00	21.199,00	23.318,00	25.650,00	28.215,00	31.036,00	34.254,00	38.250,00	47.500,00
Birim Fiyatı	adet	20,00	20,00	20,00	24,00	24,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Satış Geliri	adet	350.400,00	385.440,00	423.980,00	559.632,00	615.600,00	677.160,00	869.008,00	1.096.128,00	1.377.000,00	1.900.000,00
Yöresel Ürün-Örgü/bez bebek											
Satış Miktarı	adet	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	50,00	50,00	50,00	60,00
Satış Geliri	adet	547.500,00	615.000,00	772.500,00	1.262.000,00	1.460.000,00	1.700.000,00	2.750.000,00	3.075.000,00	3.425.000,00	4.380.000,00
Yöresel Ürün-Çömlek											
Satış Miktarı	adet	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	25,00	25,00	25,00	30,00	30,00	30,00	35,00	35,00	35,00	40,00
Satış Geliri	adet	456.250,00	512.500,00	643.750,00	946.500,00	1.095.000,00	1.275.000,00	1.925.000,00	2.152.500,00	2.397.500,00	2.920.000,00
Yöresel Ürün-Pomza Taşı											

Satış Miktarı	adet	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	13,00	13,00	13,00	15,00	15,00	15,00	17,00	17,00	17,00	20,00
Satış Geliri	adet	237.250,00	266.500,00	334.750,00	473.250,00	547.500,00	637.500,00	935.000,00	1.045.500,00	1.164.500,00	1.460.000,00
Yöresel Ürün-Şarap											
Satış Miktarı	adet	18.250,00	20.500,00	25.750,00	31.550,00	36.500,00	42.500,00	55.000,00	61.500,00	68.500,00	73.000,00
Birim Fiyatı	adet	50,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	100,00	100,00	100,00	150,00
Satış Geliri	adet	912.500,00	1.025.000,00	1.287.500,00	2.366.250,00	2.737.500,00	3.187.500,00	5.500.000,00	6.150.000,00	6.850.000,00	10.950.000,00
Yöresel Ürün-Kabak Çekirdeği											
Satış Miktarı	kg	9.125,00	10.250,00	12.875,00	15.775,00	18.250,00	21.250,00	27.500,00	30.750,00	34.250,00	36.500,00
Birim Fiyatı	kg	12,00	12,00	12,00	15,00	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	25,00
Satış Geliri	kg	109.500,00	123.000,00	154.500,00	236.625,00	273.750,00	318.750,00	495.000,00	553.500,00	616.500,00	912.500,00
Yöresel Ürün-Patates											
Satış Miktarı	kg	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Birim Fiyatı	kg	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	10,00
Satış Geliri	kg	18.250,00	20.000,00	25.000,00	36.000,00	43.800,00	51.000,00	70.000,00	80.500,00	89.250,00	146.000,00
Yöresel Ürün-Üzüm											
Satış Miktarı	kg	3.650,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00	7.300,00	8.500,00	10.000,00	11.500,00	12.750,00	14.600,00
Birim Fiyatı	kg	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	20,00
Satış Geliri	kg	36.500,00	40.000,00	50.000,00	72.000,00	87.600,00	102.000,00	140.000,00	161.000,00	178.500,00	292.000,00
Yöresel Ürün-Sera Ürünleri											
Satış Miktarı	kg	10.950,00	137.500,00	16.000,00	19.500,00	21.900,00	25.000,00	29.500,00	34.750,00	39.750,00	43.800,00
Birim Fiyatı	kg	20,00	20,00	20,00	22,00	22,00	22,00	25,00	25,00	25,00	30,00
Satış Geliri	kg	219.000,00	2.750.000,00	320.000,00	429.000,00	481.800,00	550.000,00	737.500,00	868.750,00	993.750,00	1.314.000,00

Restoran- Yemek&İçecek											
Satış Miktarı	Kişi	109.500,00	120.450,00	131.400,00	142.350,00	153.300,00	175.200,00	186.150,00	197.100,00	212.430,00	214.620,00
Birim Fiyatı	Kişi	55,00	55,00	55,00	75,00	75,00	75,00	85,00	85,00	85,00	100,00
Satış Geliri	Kişi	6.022.500,00	6.624.750,00	7.227.000,00	10.676.250,00	11.497.500,00	13.140.000,00	15.822.750,00	16.753.500,00	18.056.550,00	21.462.000,00
Halı Satışı											
Satış Miktarı	adet	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Birim Fiyatı	adet	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Satış Geliri	adet	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00	3.600.000,00
Seyir Terası Fotoğrafçılık											
Satış Miktarı	Kişi	182.500,00	185.000,00	190.000,00	200.000,00	210.000,00	220.000,00	225.000,00	230.000,00	235.000,00	240.000,00
Birim Fiyatı	Kişi	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Satış Geliri	Kişi	912.500,00	925.000,00	950.000,00	1.200.000,00	1.260.000,00	1.320.000,00	1.575.000,00	1.840.000,00	2.115.000,00	2.400.000,00
Toplam Satış Gelirleri	TL	**11.772.650,00**	**15.293.990,00**	**14.268.960,00**	**20.759.207,00**	**22.731.920,00**	**28.727.964,00**	**37.084.088,00**	**40.524.170,00**	**44.486.500,00**	**55.888.500,00**

Tablo 107:Diğer Gelirler (TL)

Diğer Gelirler (Tür)	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
Dükkan Kirası (8 Adet)		192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
Toplam		**192.000,00**	**230.400,00**	**253.440,00**	**304.128,00**	**364.953,60**	**437.944,32**	**525.533,18**	**630.639,82**	**756.767,78**	**908.121,34**

Tablo 108: Tam Kapasitede Yıllık İşletme Giderleri Tablosu (TL)

Gider Unsurları	Miktar	Birim	Birim Fiyat (TL)	Toplam Tutar (TL)	Sabit (%)	Değişken (%)	Giderdeki Payı (%)
A – ÜRETİM GİDERLERİ							
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme				**1.898.553,60**			**22,46%**
a) İlk Madde Kullanımı				**1.116.900,00**			**13,21%**
Restoran Yemek Maliyetleri	12,00	ay	82.125,00	985.500,00		100%	11,66%
Restoran İçecek Maliyetleri	12,00	ay	10.950,00	131.400,00		100%	1,55%
b) Yardımcı Madde				**781.653,60**			9,25%
Yöresel Ürün Örgü/Bez Bebek Maliyeti	12,00	ay	18.240,00	218.880,00		100%	2,59%
Yöresel Ürün Çömlek Maliyeti	12,00	ay	9.120,00	109.440,00		100%	1,29%
Yöresel Ürün Pomza Taşı Maliyeti	12,00	ay	5.472,00	65.664,00		100%	0,78%
Yöresel Ürün Şarap Maliyeti	12,00	ay	18.240,00	218.880,00		100%	2,59%
Yöresel Ürün Kabak Çekirdeği Maliyeti	12,00	ay	3.652,80	43.833,60		100%	0,52%
Yöresel Ürün Patates Maliyeti	12,00	ay	732,00	8.784,00		100%	0,10%
Yöresel Ürün Üzüm Maliyeti	12,00	ay	1.464,00	17.568,00		100%	0,21%
Yöresel Ürün Sera Ürünleri Maliyeti	12,00	ay	8.217,00	98.604,00		100%	1,17%
c) İşletme Malzemesi Kullanımı							
						100%	
2-Direkt İşçilik Giderleri							
						100%	
3-Genel Üretim Giderleri				**110.131,66**			**1,30%**
a) Elektrik Giderleri	12,00	Ay	2.457,64	29.491,66		100%	0,29%
b) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay	2.940,00	35.280,00		100%	0,34%
c) Yakıt Giderleri	12,00	Ay	2.100,00	25.200,00		100%	0,24%
d) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay	630,00	7.560,00		100%	0,07%
e) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay	1.050,00	12.600,00		100%	0,12%
f) Sigorta Giderleri	12,00	Ay				100%	
g) Kira Giderleri	12,00	Ay				100%	
h) Diğer Giderler	12,00	Ay				100%	
4 - Genel Yönetim Giderleri				**8.303.920,57**			**80,52%**
a) Personel Giderleri	1,00	Toplam Maaş	4.339.282,07	4.339.282,07	100%		42,08%
b) Elektrik Giderleri	12,00	Ay	1.225,00	14.700,00	100%		0,14%
c) Su, Gaz Giderleri	12,00	Ay	833,00	9.996,00	100%		0,10%
d) Yakıt Giderleri	12,00	Ay	4.410,00	52.920,00	100%		0,51%

e) Haberleşme Giderleri	12,00	Ay	1.225,00	14.700,00	100%		0,14%
f) Bakım Onarım Giderleri	12,00	Ay	490,00	5.880,00	100%		0,06%
g) Sigorta Giderleri	12,00	Ay	2.940,00	35.280,00	100%		0,34%
h) AHİKA Katkı Payı Giderleri	1,00	Yıl	2.991.162,50	2.991.162,50	100%		29,00%
i) Diğer Giderler	12,00	Ay	70.000,00	840.000,00	100%		8,15%
5 - Beklenebilecek Farklar							
TOPLAM ÜRETİM GİDERLERİ (1+2+3+4+5)				**8.452.281,33**			**100,00%**

TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ

Sabit Giderler Toplamı	:	8.303.920,57
Değişken Giderler Toplamı	:	2.008.685,26

Tablo 109: Üretim Giderleri (TL)

Üretim Giderleri	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
1-Direkt İlk Madde ve Malzeme		**961.511,46**	**1.249.111,01**	**1.165.393,40**	**1.307.447,45**	**1.431.692,01**	**1.290.267,15**	**1.446.373,96**	**1.552.936,29**	**1.675.509,17**	**1.764.664,13**
a) İlk Madde Kullanımı		565.647,53	734.839,45	685.589,22	769.158,19	842.250,02	759.051,20	850.887,26	913.576,81	985.685,21	1.038.134,17
b) Yardımcı Madde		395.863,93	514.271,56	479.804,18	538.289,25	589.441,99	531.215,95	595.486,70	639.359,48	689.823,97	726.529,96
c) İşletme Malzemesi Kullanımı											
2-Direkt İşçilik Giderleri											
3-Genel Üretim Giderleri		**55.775,54**	**72.458,67**	**67.602,36**	**75.842,66**	**83.049,86**	**74.846,06**	**83.901,54**	**90.083,03**	**97.193,26**	**102.364,97**
a) Elektrik Giderleri		14.935,88	19.403,38	18.102,93	20.309,56	22.239,55	20.042,69	22.467,61	24.122,93	26.026,94	27.411,85
b) Su, Gaz Giderleri		17.867,35	23.211,69	21.656,00	24.295,73	26.604,51	23.976,48	26.877,34	28.857,54	31.135,26	32.791,99
c) Yakıt Giderleri		12.762,39	16.579,78	15.468,57	17.354,09	19.003,22	17.126,05	19.198,10	20.612,53	22.239,47	23.422,85
d) Haberleşme Giderleri		3.828,72	4.973,93	4.640,57	5.206,23	5.700,97	5.137,82	5.759,43	6.183,76	6.671,84	7.026,85
e) Bakım Onarım Giderleri		6.381,20	8.289,89	7.734,29	8.677,05	9.501,61	8.563,03	9.599,05	10.306,27	11.119,74	11.711,42
f) Sigorta Giderleri											
g) Kira Giderleri											
h) Diğer Giderler											
Toplam Üretim Gİderleri (1+2+3)		**1.017.287,01**	**1.321.569,68**	**1.232.995,76**	**1.383.290,11**	**1.514.741,87**	**1.365.113,21**	**1.530.275,50**	**1.643.019,31**	**1.772.702,43**	**1.867.029,10**

Tablo 110: Amortisman Giderleri (TL)

Sabit Kıymetler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl	Toplam	Satın Alma Bedeli	Kalıntı Değer
Yatırım Kapsamında Alınacak Sabit Kıymetler Amortismanı														
Binalar		239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	11.958.524,85		- 11.958.524,85
Makine-Ekipman														
Demirbaşlar														
Taşıtlar														
Diğer														
Ara Toplam(1)		**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**11.958.524,85**		**- 11.958.524,85**
Mevcut Durum														
Mevcut Durumdaki Sabit Kıymetler Amortismanı (2)														
Toplam Amortisman (1+2)		**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**11.958.524,85**		**- 11.958.524,85**

Tablo 111: Genel Yönetim Giderleri (TL)

Genel Yönetim Giderleri	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
a) Personel Giderleri		4.339.282,07	4.773.210,28	5.250.531,30	5.775.584,44	6.353.142,88	6.988.457,17	7.687.302,88	8.456.033,17	9.301.636,49	10.231.800,14
b) Elektrik Giderleri		14.700,00	16.170,00	17.787,00	19.565,70	21.522,27	23.674,50	26.041,95	28.646,14	31.510,76	34.661,83
c) Su, Gaz Giderleri		9.996,00	10.995,60	12.095,16	13.304,68	14.635,14	16.098,66	17.708,52	19.479,38	21.427,31	23.570,05
d) Yakıt Giderleri		52.920,00	58.212,00	64.033,20	70.436,52	77.480,17	85.228,19	93.751,01	103.126,11	113.438,72	124.782,59
e) Haberleşme Giderleri		14.700,00	16.170,00	17.787,00	19.565,70	21.522,27	23.674,50	26.041,95	28.646,14	31.510,76	34.661,83
f) Bakım Onarım Giderleri		5.880,00	6.468,00	7.114,80	7.826,28	8.608,91	9.469,80	10.416,78	11.458,46	12.604,30	13.864,73
g) Sigorta Giderleri		35.280,00	38.808,00	42.688,80	46.957,68	51.653,45	56.818,79	62.500,67	68.750,74	75.625,81	83.188,39
h) AHİKA Katkı Payı Giderleri		2.991.162,50	3.290.278,75	3.619.306,63	3.981.237,29	4.379.361,02	0	0	0	0	0
i) Diğer Giderler		840.000,00	924.000,00	1.016.400,00	1.118.040,00	1.229.844,00	1.352.828,40	1.488.111,24	1.636.922,36	1.800.614,60	1.980.676,06
TOPLAM		**8.303.920,57**	**9.134.312,63**	**10.047.743,89**	**11.052.518,28**	**12.157.770,11**	**8.556.250,00**	**9.411.875,00**	**10.353.062,50**	**11.388.368,75**	**12.527.205,62**

Tablo 112: Tahmini Gelir-Gider Tablosu (TL)

Endeksler	Mevcut Durum	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
I. Gelirler (1+2+3)		**11.964.650,00**	**15.524.390,00**	**14.522.400,00**	**21.063.335,00**	**23.096.873,60**	**29.165.908,32**	**37.609.621,18**	**41.154.809,82**	**45.243.267,78**	**56.796.621,34**
1.Satışlardan Elde Edilen Gelir		11.772.650,00	15.293.990,00	14.268.960,00	20.759.207,00	22.731.920,00	28.727.964,00	37.084.088,00	40.524.170,00	44.486.500,00	55.888.500,00
2. Diğer Gelirler		192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
3. DEVLET Destek Miktarı											
II. Giderler (4+5+6+7+8+9+10+11)		**9.560.378,07**	**10.695.052,80**	**11.519.910,15**	**12.674.978,88**	**13.911.682,47**	**10.160.533,71**	**11.181.320,99**	**12.235.252,31**	**13.400.241,68**	**14.633.405,22**
4. Direkt İlk Madde ve Malzeme		961.511,46	1.249.111,01	1.165.393,40	1.307.447,45	1.431.692,01	1.290.267,15	1.446.373,96	1.552.936,29	1.675.509,17	1.764.664,13
5.Direkt İşçilik Giderleri											
6.Genel Üretim Giderleri		55.775,54	72.458,67	67.602,36	75.842,66	83.049,86	74.846,06	83.901,54	90.083,03	97.193,26	102.364,97
7.Genel Yönetim Giderleri		8.303.920,57	9.134.312,63	10.047.743,89	11.052.518,28	12.157.770,11	8.556.250,00	9.411.875,00	10.353.062,50	11.388.368,75	12.527.205,62
8.Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri											
9.Mali Giderler											
10.Beklenebilecek Farklar											
11Amortismanlar		239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50	239.170,50
III. Vergilendirme Öncesi Kar (I - II)		**2.404.271,93**	**4.829.337,20**	**3.002.489,85**	**8.388.356,12**	**9.185.191,13**	**19.005.374,61**	**26.428.300,19**	**28.919.557,51**	**31.843.026,11**	**42.163.216,12**
IV. Vergi İndirimi ve İstisnalar											
V. Vergiler [(III-IV)* % Vergi Oranı]		**528.939,82**	**1.062.454,18**	**660.547,77**	**1.845.438,35**	**2.020.742,05**	**4.181.182,41**	**5.814.226,04**	**6.362.302,65**	**7.005.465,74**	**9.275.907,55**
VI. Vergilendirme Sonrası Kar (III - V)		**1.875.332,10**	**3.766.883,01**	**2.341.942,08**	**6.542.917,77**	**7.164.449,08**	**14.824.192,20**	**20.614.074,15**	**22.557.254,86**	**24.837.560,36**	**32.887.308,57**
VII. Ödenen Temettüler											

Tablo 113: Tahmini Nakit Akış Tablosu (TL)

Endeksler	Mevcut Durum	Yatırım Dönemi	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	6.Yıl	7.Yıl	8.Yıl	9.Yıl	10.Yıl
VIII. Nakit Girişi (12+13+14)			**11.964.650,00**	**15.524.390,00**	**14.522.400,00**	**21.063.335,00**	**23.096.873,60**	**29.165.908,32**	**37.609.621,18**	**41.154.809,82**	**45.243.267,78**	**46.008.525,42**
12. Satışlardan Elde Edilen Nakit Girişi			11.772.650,00	15.293.990,00	14.268.960,00	20.759.207,00	22.731.920,00	28.727.964,00	37.084.088,00	40.524.170,00	44.486.500,00	55.888.500,00
13. Diğer Gelirlerden Nakit Girişi			192.000,00	230.400,00	253.440,00	304.128,00	364.953,60	437.944,32	525.533,18	630.639,82	756.767,78	908.121,34
14. Kalıntı Değer												-10.788.095,92
IX. Devlet Destek Miktarı		**6.000.000,00**										
X. Özkaynaklar		**8.000.000,00**										
XI.Banka Kredisi												
XII. Diğer Kaynaklar												
XIII. Toplam Nakit Çıkışı (15 +II)		**13.654.097,67**	**9.586.440,58**	**10.687.466,25**	**11.532.783,20**	**12.686.238,03**	**13.898.866,44**	**10.174.680,24**	**11.190.977,76**	**12.246.359,96**	**13.408.320,97**	**14.633.405,22**
15.Toplam Yatırım Harcamaları		13.654.097,67	26.062,51	-7.586,56	12.873,05	11.259,14	-12.816,04	14.146,53	9.656,77	11.107,65	8.079,29	
15.1. İşletme Sermayesindeki Değişim		1.097.646,58	26.062,51	-7.586,56	12.873,05	11.259,14	-12.816,04	14.146,53	9.656,77	11.107,65	8.079,29	
15.2. Sabit Yatırım Harcaması		12.556.451,09										
II. Giderler			**9.560.378,07**	**10.695.052,80**	**11.519.910,15**	**12.674.978,88**	**13.911.682,47**	**10.160.533,71**	**11.181.320,99**	**12.235.252,31**	**13.400.241,68**	**14.633.405,22**
XIV. Amortismanlar			**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**	**239.170,50**
XV. Kredi Anapara Ödemesi												
XVI. Net Nakit Akışı (VIII +XIV+IX+X+XI+XII-XIII-XV-V-VII-14)		**345.902,33**	**2.088.440,10**	**4.013.640,07**	**2.568.239,53**	**6.770.829,12**	**7.416.435,61**	**15.049.216,17**	**20.843.587,88**	**22.785.317,70**	**25.068.651,57**	**33.126.479,07**
XVII.Kümülatif Net Nakit Akışı		**345.902,33**	**2.434.342,43**	**6.447.982,49**	**9.016.222,02**	**15.787.051,14**	**23.203.486,76**	**38.252.702,92**	**59.096.290,80**	**81.881.608,50**	**106.950.260,07**	**140.076.739,14**
XVIII. Brüt Nakit Akışı (VIII +IX-XIII+ XIV+9)		**345.902,33**	**2.617.379,92**	**5.076.094,25**	**3.228.787,29**	**8.616.267,47**	**9.437.177,66**	**19.230.398,58**	**26.657.813,92**	**29.147.620,35**	**32.074.117,31**	**31.614.290,69**
XIX. İlave Brüt Nakit Akışı		**345.902,33**	**2.617.379,92**	**5.076.094,25**	**3.228.787,29**	**8.616.267,47**	**9.437.177,66**	**19.230.398,58**	**26.657.813,92**	**29.147.620,35**	**32.074.117,31**	**31.614.290,69**

NET BUGÜNKÜ DEĞER: 47.849.236,88 TL

Projenin Net Bugünkü Değer ve Geri Ödeme Süresi

Bir projenin net bugünkü değeri (NBD), o projenin gelecekteki nakit giriş ve çıkışlarının bugünkü değerleri arasındaki farkından oluşmaktır. Bu yönteme göre net bugünkü değer pozitif ise (NBD≥0) yatırım yapılabilir, negatif ise (NBD<0) yatırım yapılamaz nitelik taşır.

Fizibilite konusu Mini Kapadokya'nın yatırımının net bugünkü değeri pozitif hesaplanmıştır. Bu sonuca göre söz konusu proje yatırım yapılabilir statüsündedir.

Aşağıdaki tabloda söz konusu projenin ilk yatırım maliyeti ile tüm işletme dönemi boyunca yaratacağı net nakit akışları verilmektedir.

Yüzde 20 iskonto oranı ile nakit akımları iskonto edilerek net bugünkü değer bulunmuş, nakit çıkışlarının bugünkü değerini nakit girişlerinin bugünkü değerine eşitleyen iskonto oranı hesaplanarak iç verim oranı bulunmuş ve nakit akımları iskonto edilmeden (paranın zaman değeri dikkate alınmadan) yatırımın geri ödeme süresi hesaplanmıştır.

Tablo 114: Net Bugünkü Değer, İç Verim Oranı ve Geri Ödeme Süresi Tablosu

YILLAR	NET NAKİT AKIŞI TL
2021-2022	**-13.654.097,67**
2023	4.477.704,42
2024	7.122.451,20
2025	5.479.779,94
2026	11.092.359,38
2027	12.160.878,76
2028	17.409.172,67
2029	24.654.465,42
2030	26.943.937,01
2031	29.650.065,63
2032	28.720.460,85

İSKONTO ORANI	**20%**
NET BUGÜNKÜ DEĞERİ	47.849.236,88
İÇ VERİM ORANI	50%
Fayda/Maliyet Oranı	2,48
ROI	0,52
Geri Ödeme Süresi	3 Yıl 5 Ay

İç Verim Oranı, projenin net bugünkü değerini "0" (sıfır) yapan iskonto oranıdır. Başka bir deyişle projenin indirgenmiş net nakit girişlerini indirgenmiş net nakit çıkışlarına eşitleyen iskonto oranıdır. İskonto oranı projenin kesim noktasıdır. İç Verim Oranının bu oranın üstünde olması projenin beklentinin üzerinde gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Bu sebeple proje yapılabilir statüsündedir denebilir.

Geri Ödeme Süresi 3 yıl 5 ay olarak hesaplanmıştır. Bu sürede paranın zaman değeri dikkate alınmadan (nakit akışları iskonto edilmeden) başlangıçtaki nakit yatırımı, yaratacağı nakit akışlarıyla kaç yılda elde edeceğini göstermektedir.

Fayda masraf oranı ise nakit girişlerinin bugünkü değerinin nakit çıkışlarının bugünkü değerine oranlanması ile hesaplanmaktadır. Net Bugünkü Değer Yöntemi ile aynı sonuçları verir. Oranın 1'den büyük olması beklenir ki Net Bugünkü Değer pozitif olsun. Söz konusu Mini Kapadokya Fizibilitesinde oran 2,48 olarak hesaplanmıştır.

Kârlılık ve Başabaş Noktası Analizi

Toplam gelir ile toplam maliyetlerin eşit olduğu noktayı gösteren başabaş noktası analizi, kâra geçiş noktası analizi olarak da tanımlanmakta olup, kârın sıfır olduğu noktadaki üretim hacmini göstermektedir. Başabaş noktası aşağıdaki formüllere göre hesaplanmıştır.

Brüt Kar = Satışlar – Değişken Maliyetler
Brüt Kar Marjı = (Brüt Kar / Satışlar) x 100
Başabaş Noktası = (Sabit Maliyetler / Brüt Kar Marjı) x 100
Başabaş noktası ay olarak = (Başabaş noktası TL / Satışlar) x 12 ay

Tablo 115: Başabaş Noktası Analizi

BRÜT KAR	**9.955.964,74 TL**
BRÜT KAR MARJI	83,21
BAŞABAŞ NOKTASI	9.979.294,41 TL
BAŞABAŞ NOKTASI (AY)	10,01

Duyarlılık Analizi

Duyarlılık analizi çözümün, değişkenlerdeki veya girdi değerlerindeki değişikliklere karşı nasıl etkilendiğini gösterilmesidir.

Projenin risk analizinde, işletme gelirleri, işletme giderleri olmak üzere iki kritik değişkenin belirleyici olduğu görülmektedir. Bu nedenle, 2 farklı senaryoda duyarlılık analizi yapılmıştır.

1.Senaryo: İşletme Giderleri projede öngörülenden %10 daha yüksek olacaktır.

2.Senaryo: İşletme Gelirleri projede öngörülenden %10 daha düşük olacaktır.

Senaryoların sonuçları proje değerleriyle kıyaslamalı olarak aşağıda tablo halinde özetlenmiştir. Hesaplamalarda iskonto oranı %20 alınmıştır.

Tablo 116: Duyarlılık Analizi Sonuçları

Analiz Unsurları	Proje	Gelir (-%10	Gider (+%10))
Net Bugünkü Değer	47.849.236,88	52.599.570,3	43.098.903,4
Fayda/Maliyet Oranı	2,48	2,83	2,13
İç Kârlılık Oranı (%)	50%	53 %	47%
ROI	0,52	0,73	0,30
Geri Ödeme Süresi	3 Yıl 5 Ay	3 YIL 2 AY	2 YIL 4 AY

Yukarıdaki iki senaryodan görüldüğü üzere; gelirdeki negatif yönde bir gelişme ve giderdeki aynı oranda pozitif yönde bir değişme (giderlerin artması) projeyi olumsuz etkilememekte ve yapılabilir proje olma statüsünde kalmaktadır.

18. EKLER

1. Manastır Vadisinde bulunan Aya Nikola, Aziz Tefanos, Aziz Teologos, Aya Varvara ve Aziz Yuannis Prodromos kiliselerinin mevcut durumlarının tespiti, Restorasyonları ve inanç turizmi noktasındaki turizme katkıları durumları konusunda raporu

2. Bölgedeki ipek böceği yetiştiriciliğinin ve halıcılık sektörünün geçmişi, mevcut potansiyeli ve pazar durumunun tespiti, turizm sektöründeki durumu ve etkilerinin raporlanması. Bu kapsamda istihdam edilebilecek kişi sayısı tespiti ve raporu.

3. Sıcak Hava Balonu Sabit kalkış alanı tespiti, uygulama ve potansiyel faaliyeti konusunda rapor hazırlanması. Bölgede aktif halde uçan sıcak hava balon firmalarının bölge turizmine katkıları ve sabit balon kalkış alanı uygulaması ile etkileşimi ve sonuçlarının raporu.

4. Alanda işsiz kadınlar ve gençlerin el sanatları, yöresel ve hediyelik eşya üretimi ve pazarlamaları amacıyla yapılacak iş merkezine yönelik raporu.

5. Ağırlıklı olarak Yöresel yemeklerin ikram edileceği restoran alanının önemi ve gastronomi turizmin bölge turizmindeki önemine yönelik raporu.

6. Amfi tiyatro alanında yapılacak etkinliklerin tanıtım ve turizm noktasında bölgeye katkılarının belirlenmesi ve raporu.

7. Kapadokya atlar ülkesinde spor turizminde önemli yere sahip atlı turizmin geliştirilmesi için, At çiftliği ve manej yapımı için yer tespitinin yapılması, at binme güzergâhının hazırlanması ve raporu.

8. Yöresel tarım ürünlerinin değerlendirileceği bir kafeterya kurulması amacıyla yer tespitinin yapılması ve işletme modeli konusunda raporu.

9. Bölge içerisinde seyir terasları, fotoğraf çekme noktaları ve rehberlerin bilgi vereceği alanların belirlenmesi ve raporu.

10. Alan içerisinde bulunan yer altı şehri, kaya oyma mekanlar, kaya mezarlar, sarnıçlar, güvercinlikler Kapadokya bölgesindeki eski yaşantısını anlatan bu mekanların turizme etkisinin raporu

11. Mini Kapadokya Sayısal Harita

12. Mini Kapadokya Turizm Haritası

19. KAYNAKLAR LİSTESİ

Agrawal, A. (2017). Changing Cultures of Photography: Visualising Visual Access/Excess in Tourist Places. Society and Culture in South Asia, 3(1): 92-100.

Ahiler Kalkınma Ajansı, "Beş Yıldızlı Otel Yatırımı Fizibilite Raporu", 2015.

Akama, J.,(2001). Cultural Tourism in Africa: Strategies for the New Millennium. *Proceedings of the ATLAS Africa International Conference*. Kenya

Akdağ, M. Türkiye'nin İktisadi ve İçtimai Tarihi, cilt 1, s. 198.247

Akpınar, E. & Bulut, Y. (2010). "Ülkemizde Alternatif Turizm Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları", Artvin: 3. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, Artvin Çoruh Üniversitesi.

Aktar, A., (1989). Toplumsal değişme sürecinde küçük imalat sanayi: Bursa dokuma sanayiinde insan iişkileri, Doktora Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Algan, E. (2007). Fotoğrafın İlk Yüz Yılı, Belgesel Fotoğrafçılık ve Sayısal Gelecek. Anadolu Sanat Dergisi (18): 87- 100.

Alkollü İçki Endüstrisinden Kaynaklı Çevresel Etkilerin Temiz Üretim Odağında Değerlendirilmesi: Nevşehir'de Şarap Üreten Tesisler Üzerine Bir Çalışma, Hüseyin Cüce, Hakan Dulkadiroğlu

Alptürker, H., Şahin, A., & Taşpınar, Y. (2016). Merkezileşme ve Yerelleşme Bağlamında Vatandaşların Kamusal Hizmet Tercihleri: Nevşehir İlinde Bir Alan Araştırması. In *9th Public Administration Symposium (KAYSEM9) Proceedings Book*(pp. 557-569).

Altundağ, E., (2003). *Kapadokya Bölgesinde Mustafapaşa Kasabasında Geleneksel Evlerin İncelenmesi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı. Adana.

Anonim, 1991. Council Regulation (EEC) No 2092/91 of 24 June 1991 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs (OJ L 198, 22.7.1991, p. 1). http://europa.eu.int/eurlex/en/consleg/pdf/1991/en_1991R2092_do_001.pdf

Anonim, 1994. Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik. T.C. Resmi Gazete, Tarih: 18.12.1994, Sayı: 22145, Ankara.

Anonim, 2002. Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik. T.C. Resmi Gazete, Tarih: 11.07.2002, Sayı: 24812, Ankara.

APAK, Ö. C., & GÜRBÜZ, A. (2018). Turistlerin Yöresel Gıda Ürünlerine İlgi Düzeyleri (Interest Levels of Local Food Products. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 334,* 349.

Arat, T., (2017). Kültür Turizmi Bağlamında Konya. *Uluslar arası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi.* 9(18):367-385.

Ardıç Yetiş, Ş. (2015), *Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinanos Örneği),* Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3/2, ss. 12-19.

Artuğer, S., Türkmen, F. ve Duman, T. (2008). "Golf Turistlerinin Türkiye'yi Tercihlerine Yönelik Bir Ön Araştırma", IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya, 662-676.

Arzeni, S,. (2009). Increasing the Attractiveness of Destinations through Cultural Resources. *The Impact of Culture on Tourism.*

Atila, D.,(2009). *İç Anadolu Bölgesi Nevşehir İl Müzesinde Bulunan El Sanatları Örnekleri Üzerine Bir Araştırma.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dekoratif Ürünler Eğitimi Ana Bilim Dalı. Ankara.

Augustinos, G., 1997. Küçük Asya Rumları, Ayraç Yay., İstanbul.

Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 2(1), 22-38.

Ayhan A, Geological and Morphological Investigations of Underground Cıtıes of Cappadocıa Using GIS, ODTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

Aytaş, S. (2007), *Mustafapaşa-Sinanos Yemekleri*, 1. Baskı, Grup Matbaacılık, Kayseri.

Bağır, H., (2017). Kapadokya Bölgesinin Hristiyanlıktaki Yeri ve Önemi. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon ve Turizm Rehberliği.* İzmir.

Balomenou, N., Garrod, B. and Georgiadou, A. (2017). Making Sense of Tourists' Photographs Using Canonical Variate Analysis. Tourism Management, 61: 173-179.

Bardakoğlu, Ö. & Pala, T. (2009). Destinasyon Pazarlamasında Örgütlenme, 10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Başat, H. T., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5*(2), 64-76.

BAUM, A.; FLEMING, R. & REDDY, D.M. (1986). Unemployment Stress: Loss of Control, Reactance and Learned Helplessness. Social Science Medicine. 22(5)., s: 509-516.

Belk, R. and Hsiu-yen Yeh, J. (2011). Tourist Photographs: Signs of Self. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 5(4): 345-353.

Berkmen, H. (1995). Avanos Kültür Varlıkları Çalışması, Kapadokya Bölgesinde Suyun İzi. *Young*, 31.

Berkmen, H. (2015). Avanos Kültür Varlıkları Çalışması, Kapadokya Bölgesinde Suyun İzi. MEGARON, 10(4), 595-609, doi: 10.5505

Besler, Senem. "Karar Verme Sürecinin Etkinliği ve Stratejik Uzlaşı", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 42, Sayı: 2, 2009, 89-108.

Bilimsel Derlemeler Dergisi, (2), 88-92.

Birant, M.A., 1992, Kapadokya, And Yayınları, İstanbul.

Bixio, R, "Repertorio Delle Strutture Sotterranee Della Cappadocia", Cappadocia Le Citta Sotterranee, Roma, 2002, s.293-307.

Bixio, R, "Surveys in The Underground Cities of Cappadocia", XI. Araştırma Sonucu Toplantıları, Ankara, 1993, s.47–49.

Bixio, R. ve Castellani, V. "New Tıpologies of Cappadocian Undergrounds:The Redoubts and the Hydric Installatıons, XIII. Araştırma Sonuçları Toplantısı, C.1, Ankara, 1995, s.271.

Bodur, Y. D. D. F. (2006). Fotoğraf ve Renk: Fotoğraftaki Renklerin İletilerin Algılanmasındaki Rolleri. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (1): 77-86.

Boyraz, Z. ve Zeren, C.,(2012). Kavak ve Ortahisar Kasabalarındaki Doğal Soğutmalı Yeraltı Depolarına Coğrafi Bir Bakış. *Zeitschrift für die Welt der Türken,* 4(1):23-40.

British Food Journal, Vol: 104, 3/4/5, pp. 300-318. Koçak, N. (2012). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi. Detay Yayıncılık: Ankara

Bursa Yıllığı, (1934). Sedad, Bursa Belediyesi Neşriyatı, Bursa.

Butler, R. W. and Hall, C. M. 1998. Image and Reimaging of Rural Areas. In Tourism and Recreation in Rural Areas, pp. 115–22.

Buyruk, L.(16-19 Kasım 2011). Kapadokya'da Butik Otel İşletmeciliğinin Gelişimi ve

Büyükmıhçı, G. (2006). 19. Yüzyıl Anadolu'sunda Günümüze Yansıyan Özgün Bir Tarımsal

Canan Arıkbay, Gıda Sektöründe Kalite Yönetim Sistemleri ve HACCP, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 660, Ankara, 2002, s. 21-22.

Carpenter, E. (1972). Oh What a Blow That Phantom Gave Me! New York: Holt, Reinhardt and Winston.

Caton, K. and Santos, C. A. (2008). Closing The Hermeneutic Circle. Photographic Encounters with The Others. Annals of Tourism Research, 35(1): 7-26.

Cederholm, E. A. (2004). The Use of Photo- Elicitation in Tourism Research–Framing The Backpacker Experience. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 4(3): 225-241. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi 8

Ceviz, C., (2017). *Üretim Sürecindeki Performansa Yetkinlik Bazlı İnsan Kaynakları*

Chalfen, R. (1987). Snapshot Versions of Life. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press.

Chalfen, R. (1998). Interpreting Family Photography as Pictorial Communication. In J. Prosser (Ed), Image-based Research. A Sourcebook for Qualitative Researchers. London: Routledge Falmer.

Chang, H.W. ve Chang, H.L. (2003). "A Strategic Study of Bcycle Tourism in Taiwan", Society for Transportation Studies, 5, 1675-1685.

Cihangir, İ.S., Gökçe, F. ve Sunar, H. (2017), *Gelenekselden Evrensele Kültürel Bir Olgu Yemek: Osbarda Mimbar Dolması,* Social Sciences Studies Journal, 3/7, ss. 1373-1384.

Custer, D., (2010). Food Styling: The Art og Preparing Food fort he Camera. Johns Wiley&Sons Inc. Hoboken, New Jersey.

Cüce, H., Dulkadiroğlu, H. (2017). Alkollü İçki Endüstrisinden Kaynaklı Çevresel Etkilerin Temiz Üretim Odağında Değerlendirilmesi: Nevşehir'de Şarap Üreten Tesisler Üzerine Bir Çalışma. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi, 6*(ICAFOF 2017 Özel Sayı), 163-171. Doi: 10.17100

Czaja, P. C. (1973). Writing with Light, a Simple Workshop in Basic Photograhy, The Chatham Press, Inc. Connecticut.

Çalışkan S., 2009. Tarihi Konut Işletmeciligi ve Kültür Turizmi Ilişkisi Beypazarı Örnegi, Yüksek Lisans Tezi, Egitim Bilimleri Enstitüsü Turizm Işletmeciligi Egitimi Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi, Ankara, p.16.

Çanakçı, S. D., & Birdir, K. (2018). Kapadokya'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Yiyeceklere Karşı Çeşitlilik Arayışlarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, *15*(1), 226-239.

Çetin T., 2010. Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı, Milli Folklor Dergisi, 87(11), p.182.

Çetin, G. (2008). Dünyada Golf Turizmi ve Türkiye'de Golf Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.

Çifçi, İ., (2014). *İnanç Turizmi Kapsamında Hacı Bektaşi Veli Külliyesine Yönelik Bir Araştırma.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İletmeciliği Ana Bilim Dalı. İstanbul.

Çiftçi, C., (2017). *Kapadokya, Mustafapaşa Köyü, 42 Pafta, 5005-5006 Parsellerde Yer Alan Sivil Mimarlık Örneği Yapının Restorasyon Projesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı. Bursa.

Çiloğlu,H. (1999). Nevşehir, Niğde, Konya Yöresi Halılarının Kompozisyon Özelliklerinin İncelenmesi, Erdem, Halı Özel Sayısı 1, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, Ankara, Cilt 10, Sayı 28, 95 13.

Çokona, A. (2007). Sinasos: Mübadeleden önce bir Kapadokya kasabasi: resimler ve anlatilar.

David McSwane and Richard Linton. "Issues and Concerns in HACCP Developments and Implemetation for Retail Food Operations". Environmental Health, January/February 2000, s 16.

David McSwane, Nancy R. Rue and Richard Linton. Essentials Of Food Safety and Sanitation, Prentice Hall, USA New Jersey, 2003, s. 171.

Demirel, G. (2015). Fotoğrafın Manipülasyon ve Gündem Saptama Gücü. International Journal of Social Sciences and Education Research, 1 (2) 758- 771.

Demirer, H.R. (2010). "Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme", Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.

Demirkesen, A. C., Özlüdemir, M. T.(2005), & Demir, H. M. Kapadokya Örneğinde Tarihi ve Kültürel Mirasın Korunması ve Bu İşlemlerde Harita ve Mühendislerinn Yetki ve Sorumlulukları.

Demiryürek, K. and A. Güzel, 2006. Extension in Organic Agriculture: The Case of Kelkit, Turkey. Journal of Extension Systems, 22 (1), 63-73.

Demiryürek, K. ve M. Aydoğan, 2010.Türkiye'nin Organik Tarım ve Gıda Ürünleri İhracatının Sosyal Ağ Analizi İle Ortaya Konulması. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, Cilt I, 333-340, Şanlıurfa.

Demiryürek, K. ve M. Bozoğlu, 2007. Türkiye'nin Avrupa Birliği Organik Tarım Politikası'na Uyumu. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(3), 316-321.

Demiryürek, K., 2004. Dünya ve Türkiye'de Organik Tarım. Harran Üniv. Ziraat Fakültesi Dergisi, 8 (3- 4):63-71. Demiryürek, K., 2000. The Analysis of Information Systems for Organic and Conventional Hazelnut Producers in Three Villages of the Black Sea Region Turkey. PhD Thesis. Reading: The University of Reading, UK.

Demiryürek, K., C. Stopes and A. Güzel, 2008. Organic Agriculture: The Case of Turkey.

Dengiz, O. Ceyhun, G., Ekberli, I., Ozdemir, N. (2009) "Farklı Alüvyal Teras Şekilleri Üzerinde Oluşmuş Toprakların Dağılımı ve Özelliklerinin Belirlenmesi", Anadolu Tarım Dergisi, 24(3), ss:184-193.

Dengiz, O. Ceyhun, G., Ekberli, I., Ozdemir, N. (2009) "Farklı Alüvyal Teras Şekilleri Üzerinde Oluşmuş Toprakların Dağılımı ve Özelliklerinin Belirlenmesi", Anadolu Tarım Dergisi, 24(3), ss:184-193.

Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C., (2013), "Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(2), 29-34.

Devine, Adrian ve Devine. (2017). A Strategic Approach to International Event Tourism.

Doğa, Tarih Ve Kültürün Buluştuğu Yer Kapadokya, Nevşehir Valiliği.

Doğan, N.Ö. (2015). "VZA Süper Etkinlik Modelleri İle Etkinlik Ölçümü: Kapadokya'da Faaliyet Gösteren Balon İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29/1, 187-203.

Donaire, J. A., Camprubí, R. and Galí, N. (2014). Tourist Clusters from Flickr Travel Photography. Tourism Management Perspectives, 11, 26-33.

Duru, Bülent. (2001). "Gökdelenler ve Kent".Prof.Dr. Cevat Geray'a Armağan, s. 331-362.Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları.

Ek, R., Larsen, J., Hornskov, S. B. and Mansfeldt, O. K. (2008). A Dynamic Framework of Tourist Experiences: Space- Time and Performances in The Experience Economy. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 8(2): 122-140.

Ekonomisindeki Önemi", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı:22, Ocak- Haziran 2004, ss:99-125.

Emekli G., 2006. Cografya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm, Ege Cografya Dergisi, 15, ss.56.

Emhan, Abdurrahim. "Karar Verme Süreci ve Bu Süreçte Bilişim Sistemlerinin Kullanılması", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 21, 2007, 212-224.

Empirical Analysis From A Values Perspective. (Unpublished Master Thesis). Victoria University Department of Hospitality, Tourism and Marketing Faculty of Business.

Engiz, M. ve R.R. Özlü, 2007. Türkiye'de ve AB'de Organik Tarım Mevzuatının Son Durumu, Organik Tarım Türkiye 1. Kongresi Raporu, İstanbul, 18-19, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Environments: Case Of Mustafapaşa (Sinasos), Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* 140 :138 – 144.

Equestrian Toruism, July 2017.

Equestrian Toursm France, www. ffe.com/tourısme

Erdal, T.,(2018). *Kapadokya Bölgesi Konaklama Yapılarının Kullanıcı Performans Değerlendirmesi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı. Kayseri.

Erder, L.T., (1976). The making of ındustrial Bursa: economic activity and population in a Turkish City 1835-1975, Doktora Tezi, Princeton University.

Erdoğan, N. (2003). Çevre ve (Eko)Turizm. Erk Yayınları, Ankara.

Erişim Tarihi: 11.12.2018

Ertürk, Mümin. İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 4. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul 2009.

Etiosa, O., (2012). *The Impacts of Event Tourism on Host Communities Case: The City of*

Events Management - *An International Approach. Ed: Ferdinand, Nicole and Kitchin, Paul James*. 317-333. London.

Furnham, A. (2000). Work in 2020: Prognostigations about the World of Work, 20 Years into the Millenium. Journal of Managerial Psychology. 15 (3)., s: 242-254.

Garrod, B. (2009). Understanding The Relationship Between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography. Journal of Travel Research, 47(3): 346-358.

Genç, K., Şengül, S. (2016). Güzel Atlar Diyarına Yolculuk: Kapadokya Bölgesine Yüksek Gelirli Turist Çekimine Yönelik Bir Değerlendirme. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, (https://www.researchgate.net/publication/317796020).

Genç, K., Şengül, S. (2016). Güzel Atlar Diyarına Yolculuk: Kapadokya Bölgesine Yüksek Gelirli Turist Çekimine Yönelik Bir Değerlendirme. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, (https://www.researchgate.net/publication/317796020).

Getz, D. and Sailor, L. (1993). Design of Destination and Attraction-Specific Brochures. In Communication and Channel Systems in Tourism Marketing, ed. M. Uysal and D. R. Fesenmaier, pp. 111–31. New York: Haworth Press.

Gillet, S., Schmitz, P. and Mitas, O. (2016). The Snap-Happy Tourist: The Effects of Photographing Behavior On Tourists' Happiness. Journal of Hospitality and Tourism Research, 40(1): 37-57.

Gogoi, D. (2014). A Conceptual Framework of Photographic Tourism. IMPACT: International Journal of Research in Applied, 2(8): 109-114.

Güldemir O. ve Işık N. (16-19 Kasım 2011). Nevşehir Mutfak Kültürü ve Yemekleri. A. Öger(Ed.). *1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri*(161-174). Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi Yayınları.

Güler, B. K. (2005). İşsizlik ve Yarattığı Psiko-Sosyal Sorunların Öğrenilmiş Çaresizlk Bağlamında İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 55*(1), 373-394.

Gülgönen, A. (1997). 17 – 19. Yüzyıl Konya Kapadokya Halıları, Eren Yayıncılık, 4 – 5.

Gülsevin Onur, T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Hediyelik Eşya Sektörü.

Gülyaz, M. E., 2006, Kapadokya Doğa, Tarih, Kültür; Retma Yayınları, Antalya.

Gülyaz, M.E ve diğ., 1992, Yeraltı Şehirleri, Dünya Kitapevi, Nevşehir.

Gülyaz, M.E, 1992, Kapadokya, Dünya Yayınları, Nevşehir.

Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2017 Yılı İpekböceği Raporu, 2018.

Günay, V. D. (2016). Göstergebilim ve Fotoğrafta Anlam. Kontrast Dergisi, (50) Şubat-Mart, 6- 10.

Güngör, S.S. (2017). Tarihi Yarımada'daki Roma Ve Bizans Dönemi Sarnıçları. Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Komisyon, Kapadokya Yeraltı Şehirleri, s.24.

Güngör, Ş. (2016). Alternatif turizm etkinliği ve ürün çeşitliliği oluşturmada atın kullanımı: Nevşehir örneği. IJOESS, 7(22), 84-85.

Güngör, Ş., (Mart 2016). *Alternatif* Turizm Etkinliği ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Atın Kullanımı: Nevşehir Örneği. *IJOES.* 7(7):88-91.

Gürüz, Demet; Gürel, Emet. Yönetim ve Organizasyon, Nobel, Ankara 2006.

H. Yakar, S. Turgut, D. Özügül, H. Uzbek (2001-2003); Planlama Stüdyoları IV, V, VI kapsamında yapılan araştırmalar ve analiz, sentez raporları, çoğaltma, Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü.

Hall, M. ve Sharples, L. (2003), "The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste", Hall, M., Sharples, L:, Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B. (Ed), Food Tourism Around the World, Butterworth Heinmann, 11- 48, 1. Baskı, London.

Harman, S. and Tan, E. (2018). The Importance of Tourist Photos in Tourism Marketing, Journal of Turkish Tourism Research, Vol.2, Issue.3, pp.1-9.

Hatipoğlu, A. (2010), "İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki 5 Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yükseklisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.

Hatipoğlu, A., Şengül, S. (2011). "Şarap turizmi çerçevesinde Kapadokya şaraplarının pazarlanabilirliği", 1.Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri, Nevşehir Üniversitesi Kapadokya Araştırma Ve Uygulama Merkezi (Nevkam), Nevşehir.

Hatipoğlu, A., Şengül, S. (2011). *Şarap Turizmi Çerçevesinde Kapadokya Şaraplarının*

Hatipoğlu, A., Şengül, S. (2011). *Şarap Turizmi Çerçevesinde Kapadokya Şaraplarının Pazarlanabilirliği*, 1 Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, 1 cilt. Nevşehir, 16-19 Kasım.

Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1). s.7. doi:1307-1149.

Hennessey, S.M., Macdonald, R. ve Maceachern, M. (2008). "A Framework for Understanding Golfing Visitors to a Destination", Journal of Sport&Tourism, 13/1, 5-35.

Hewlett, T. (2014). Wedding Photography: Art and Techniques, Ramsbury, Marlborough, Wiltshire: The Crowood Press Ltd.

Horse Riding in France, www.ffe.com

http://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf Erişim Tarihi: 28.11.2019

http://annekofte.blogcu.com/mimbar-dolmasi-tarifi/10415925 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://avanosevi.com/peri-bacalarinin-olusumu Erişim Tarihi: 10.02.2018

http://cografyaodasi.blogspot.com/2013/07/il-maden-harita-resimleri.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://gelinciksurubu.blogspot.com/2010/06/kabak-tad.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://gezerdoner.com/2018/06/13/kapadokyada-balonlarin-ucus-hazirligi/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://investinnevsehir.com/assets/ilgilidosyalar/BST-Destekleri.pdf

http://investinnevsehir.com/assets/ilgilidosyalar/Ekonomi-Bakanligi-Doviz-Kazandirici-Hizmet-Ticareti-Destekleri.pdf

http://investinnevsehir.com/assets/ilgilidosyalar/Ekonomi-Bakanligi-Pazar-Arastirmasi-ve-Pazara-Giris-Destegi.pdf

http://investinnevsehir.com/assets/ilgilidosyalar/Tesvik-Sistemi.pdf

http://investinnevsehir.com/neden-nevsehir/// (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

http://investinnevsehir.com/tesvik-ve-destekler/ (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

http://kapadokyadagez.com Erişim Tarihi: 13.02.2019

http://kapadokyadagez.com Erişim Tarihi:11.02.19

http://kapadokyadagez.com Erişim Tarihi:11.02.2019

http://kekikkokusu.com/uzum-tursusu (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://kirkitadventure.com/?m=TourDetails&id=189&m_id=16&ust=16&title=la_chevauchee_cappadoce_et_les_tresors_d%27istanbul&ln=tr (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://kisi.deu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

http://kulamyo.cbu.edu.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

http://montis.com.tr/tur-kategori/hedikli/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://nevsehir.gtb.gov.tr/duyurular/nevsehir-yoresel-urunler Erişim Tarihi: 30.01.2019

http://tr.wikiloc.com Erişim Tarihi: 13.02.2019

http://turizmindeksi.com/ Erişim Tarihi:11.02.19

http://wowturkey.com Erişim Tarihi: 13.02.2019

http://www.antikaalanlar.biz/?newUrun=1&Id=1382931&CatId=bs733327&Fstate= (Erişm Tarihi: 29.01.2019).

http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1475&l= 1,(ET:15.08.2012).

http://www.cankiri.bel.tr/haberler2562/turkiyenin-en-buyuk-cam-seyir-terasina-ilgi-buyuk.php Erişim Tarihi: 10.01.2019

http://www.cappadociaexplorer.com/detay.php?id=221&cid=69 Erişim Tarihi: 30.12.2018

http://www.cappadociaexplorer.com/detay.php?id=399&cid=179 (Erişim Tarihi: 21.01.2019).

http://www.cappadociaexplorer.com/image.php?f=201012190533_k1.JPG (Erişim Tarihi: 29.01.2019).

http://www.ceyms.com/yeni-zelandada-piknik-kenyada-balon-turu-sira-disi-bir-sevgililer-gunu-icin-10-oneri/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.cfsan.fda.gov/~comm/nacmcfp.html

http://www.cinarhali.com.tr Erişim Tarihi: 14.02.19

http://www.fibhaber.com/genel/kapadokya-bolgesinin-one-cikan-el-sanatlari-h49767.html Erişim Tarihi: 15.12.2018

http://www.fibhaber.com/genel/kapadokya-bolgesinin-one-cikan-el-sanatlari-h49767.html Erişim Tarihi: 09.01.2019

http://www.fibhaber.com/magazin/2018-salcano-kapadokya-bisiklet-festivali-kayitlari-acildi-h81453.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.fibhaber.com/nevsehir/siz-hic-nevsehir-comlekte-agpakla-yediniz-mi-h77628.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.fibhaber.com/yasam/goremede-doga-yuruyusu-etkinligine-davet-h40271.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.fibl.org/en/themes/organic-farming-statistics.html Erişim Tarihi: 12.11.2018.

http://www.foodinlife.com.tr/haber/39470/Hilton_Istanbul_Bomontide_Sedef_Iybarla_7_Bolgeden_Yoresel_Lezzetler_tadim_ve_sohbeti.html Erişim Tarihi: 10.12.2018

http://www.gezidokya.com Erişim Tarihi: 12.02.19

http://www.gezidokya.com/2017/03/atla-gezelim.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.hak.gov.tr/bilgi_notu_tr.html Erişim Tarihi: 31.01.2019

http://www.hak.gov.tr/HAK_Sunum.pdf Erişim Tarihi: 31.01.2019

http://www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/hediyelikesyasektoru.pdf Erişim Tarihi: 14.02.2019

http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/SA/2005-SA/SA-05-0415_Sarap_Sektoru.pdf Erişim Tarihi: 20.12.2018

http://www.kapadokya.gov.tr/tr/kulturelmiraslarimiz//crossgolf (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.kozabirlik.com.tr Erişim Tarihi: 27.01. 2019.

http://www.mevzuat.gov.tr/Kanunlar.aspx

http://www.mevzuat.gov.tr/Yönetmelikler.aspx

http://www.milliyet.com.tr/derinkuyu-yeralti-sehri-icemtour-1465562/ Erişim Tarihi: 11.11.2018

http://www.milliyet.com.tr/seyahat-pazarlama-uzmani-sarp-ozkar/serengeti-de-balonla-safari-tatil-1991247/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=39&RecID=800 (Erişim Tarihi: 17.02.2019).

http://www.mta.gov.tr/v3.0/sayfalar/bilgimerkezi/maden_potansiyel_2010/Nevsehir_Madenler.pdf (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

http://www.muze.gov.tr. Erişim Tarihi:20.01.2019.

http://www.nevsehir.gov.tr. Erişim Tarihi:19.01.2019.

http://www.nevsehir.gov.tr/kamu-kurum-ve-kuruluslari

http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr. Erişim Tarihi:18.01.2019.

http://www.nkfu.com/montgolfier-kardesler-neyi-buldu/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.ntb.org.tr/tr/projeler/devam-eden-projeler-60 (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

http://www.ntb.org.tr/tr/projeler/tamamlanan-projeler-28 (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

http://www.okutanziraat.com/beyaz-uzum/%C5%9Farapl%C4%B1k-beyaz-%C3%BCz%C3%BCm/emir.html Erişim Tarihi: 10.12.2018

http://www.oodegr.com Erişim Tarihi: 12.02.19

http://www.radikal.com.tr/spor/kapadokyada-gokyuzu-tribunu-onunde-yamac-parasutu-1405283/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.rideinfrance.com/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.selimselimoglu.com.tr/urun/kuru-kaymak/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.sevalgida.com.tr/en/certificates/ Erişim Tarihi: 28.12.2018

http://www.tariflerdefteri.com/index.php?page=tarifler&action=view&id=70 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.tariflerdefteri.com/index.php?page=tarifler&action=view&id=70 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.tariflerdefteri.com/index.php?page=tarifler&action=view&id=93 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/cografi.html). Erişim Tarihi: 02.01.2019

http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=27598

http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=27598 , Erişim Tarihi: 09.01.2019

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1001 Erişim Tarihi: 20.12.2018

http://www.tursab.org.tr. Erişim Tarihi:18.01.2019.

http://www.ugurlulezzetler.com/tr/tarif-detay-1229/pekmezli-bulamac.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.yemekmutfak.com/yemek-tarifleri/1/454/salatalik-dolmasi (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

http://www.yenifrm.com/yap-islet-devret-modelinin-tanimi-ve-genel-ozellikleri-t118113.html

http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-211941/2018.html

http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-211943/2018.html

https://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/Dogrudan-Faaliyet-Destegi-Proje-Listesi.pdf (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

https://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/Gudumlu-Proje-Destegi-Proje-Listesi.pdf (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

https://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/Proje-Teklif-Cagrisi-Proje-Listesi.pdf (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

https://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/Teknik-Destek-Proje-Listesi.pdf (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

https://ahika.gov.tr/assets/ilgilidosyalar/TR71_BP_2014-2023.pdf

https://atillaoral.com/kapadokya-dugun-foto/ Erişim Tarihi: 30.11.2018

https://blog.prontotour.com/kapadokyada-mutlaka-yapilmasi-gereken-5-aktivite/ Erişim Tarihi: 15.12.2018

https://borsa.tobb.org.tr/islem_hacmi2.php?borsa=5NE10 (Erişim Tarihi: 27.01.2019).

https://gastromanya.com/dag-erigi-eksili-kesme-corbasi-tarifi/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://gastromanya.com/dugun-pilavi-tarifi/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://gastromanya.com/nevsehir-tava-tarifi/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/abana-seyir-terasi-ziyaret-saati-giris-ucreti.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/hatila-vadisi-cam-teras-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti-nedir.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/levent-vadisi-seyir-terasi-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti-malatya.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/turkiyedeki-cam-teraslar-seyir-teraslari.html

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/ulubey-cam-teras-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/valla-kanyonu-seyir-terasi-ziyaret-saatleri-giris-ucreti.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezilmesigerekenyerler.com/karabuk/safranbolu/cam-teras-kristal-teras-safranbolu.html Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://gezzio.com/dunyanin-en-urkunc-seyir-terasi/ Erişim Tarihi: 12.12.2018

https://kyhorsepark.com/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://media.iskur.gov.tr/14305/nevsehir-2017.pdf , Erişim Tarihi: 09.01.2019

https://nevsehir.tarimorman.gov.tr/Belgeler/%C4%B0statistikler%202017.%20d%C3%B6nem.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2019

https://nevsehir.tkdk.gov.tr/Duyuru.aspx?Id=991 Erişim Tarihi: 30.01.2019

https://parlakfikirler.org/at-ciftligi-acmak/

https://tr.pinterest.com/pin/6896205663960090/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://tr.wikiloc.com/gezi-yuruyus-rotalari/gomeda-vadisi-9975043 Erişim Tarihi: 09.01.2018

https://uzungoltur.net/kaymakli-yeralti-sehri-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti-ziyaret-saatleri.html Erişim Tarihi: 11.11.2018

https://www.aksam.com.tr/yasam/kapadokyada-oryantiring-heyecani/haber-178659 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.arkeolojikhaber.com/haber-cam-seyir-terasi-gumushane-nufusu-kadar-insan-agirladi-17125/ Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://www.banffjaspercollection.com/attractions/glacier-skywalk/experience/ Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://www.birhayalinpesinde.com/turkiyede-gezilecek-sehirler Erişim Tarihi: 30.11.2018

https://www.businessinsider.com/china-glass-bridge-zhangjiajie-longest-highest-photos-tour-2018-4 Erişim Tarihi: 10.01.2019

https://www.chamonix.com/aiguille-du-midi-step-into-the-void,80,en.html Erişim Tarihi: 11.01.2019

https://www.chateau-doex.ch/fr/Z4237/festival-des-ballons-test-vitrine (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.grandcanyonwest.com/skywalk--eagle-point.html Erişiim Tarihi: 10.01.2019

https://www.halfiyatlari.net/nevsehir-hal-fiyatlari (Erişim Tarihi: 24.01.2019).

https://www.ifoam.bio/ Erişim Tarihi: 28.12.2018

https://www.kapadokya.edu.tr/akademik/kapadokya-meslek-yuksekokulu/atcilik-ve-antrenorlugu (Erişim Tarihi: 09.02.2019).

https://www.kapadokyabalonturufiyati.com/hakkimizda/ (Erişim Tarihi : 18.01.2019)

https://www.kebap.gen.tr/comlek-kebabi.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.nefisyemektarifleri.com/hamursuz-ekmegi-nevsehir/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.nefisyemektarifleri.com/kulak-manti/ (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.stockholmlive.com/en/skyview/about-skyview Erişim Tarihi: 11.01.2019

https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Hayvancilik/Ipek-Bocekciligi

https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/il_yatirim_rehberleri/nevsehir.pdf , Erişim Tarihi: 31.01.2019

https://www.tour4arabs.com/package/ Erişim Tarihi: 30.11.2018

https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g675640-d2326393-Reviews France_Montgolfieres-Semur_en_Auxois_Cote_d_Or_Bourgogne_Franche_Comte.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g297983-d2148170-i54924485-Anatolian_Kitchen-Goreme_Cappadocia.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g297988-d3613845-i223455499-Kocabag_Winery-Uchisar_Cappadocia.html (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g297983-d7093172-i261967500-Orient_Bazaar-Goreme_Cappadocia.html (Erişm Tarihi: 29.01.2019).

https://www.tripadvisor.in/LocationPhotoDirectLink-g297988-d3613845-i223455932-Kocabag_Winery-Uchisar_Cappadocia.html 10.12.2018

https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/ Erişim Tarihi: 12.12.2018

https://www.wannart.com Erişim Tarihi: 13.02.2019

https://www.yenisafak.com/ekonomi/turizmbalonla-havalandi-3279708 (Erişim Tarihi: 28.01.2019).

https://www.zelvemapping.com Erişim Tarihi: 13.02.2019

İlhan, İ., Kamış, M.D. ve Türk, O. (2016). *Nevşehir Yerel Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi*, 2 Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu. Nevşehir, 2-4 Mayıs.

İmamoğlu, A., İmamoğlu, M. ve Uysal, A. (2018). Nevşehir'de Oryantiring Sporu ve Oryantiringin Doğaya Etkisi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 8 (2), 217-230.

Jago, L., (1997). *Special Events and Tourism Behaviour: A Conceptualisation and An*

Jenkins, O. (2003). Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation. Tourism Geographies, 5(3): 305-328.

Kafesoğlu, İ. (2014). Türk Milli Kültürü. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Kahveci M., 1998. 21. Yüzyıla Girerken Geleneksel El Sanatları, p. 387.

Kapadokya Üniversitesi – Slot Hizmet Merkezi (http://shm.kapadokya.edu.tr/).

Kapadokya'daki Sinasos, Atina Kostof, S., 1972. Caves of God Stamatopoulos, K., 1924. "Kapadokya – Sinasos'ta Günlük Hayat", Texier, C., 1862, Asie Mineur: Description Geograique.

KAP-HİB (Kapadokya Turizm Bölgesi Altyapı Hizmet Birliği). "Trekking" E.T: 25.04.2016

Kaplan, Z.,(2014). *Yatırım Projelerinde Sosyal Fayda-Maliyet Analizi ve Örnek Uygulama.*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.

Kapta, E. (2008) "Türkiye'de madencilik tarihi içinde kalayın önemi ve kökeni", Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü, Müze İcra Kurulu, Ankara.

Kara, G. ve Gürbüz, A. (2017). Safranbolu'ya gelen turistlerin yöresel gıda algısı ve talep durumu. Anka e-Dergi, 2(2), 1-9.

Karim, A. S. ve Chi, C. G. Q., (2010), "Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empiricial Examination of Destinations Food Image", Journal of Hospitality MarketingManagement, 19(6), 531-555.

Kaya, H. G. 2003. Dünyada ve Türkiye'de Organik Tarımsal Ürün Ticareti ve Tüketici

Kaya, İsmail, (2014), Pazarlama Bi Tanedir!, Babıali Kültür Yayıncılığı, İstanbul.

Kaya, M, "Yeraltı Şehirleri", Nevşehir Kültür ve Tarihi Araştırmaları, S.4, Nevşehir, 2005, s.21–24. s.21.

Kenanoğlu, Z. and Karahan, Ö. 2002. Policy Implementations for Organic Agriculture in Turkey.

Keskin, E. ve Çontu, M.,(2011). Mustafapaşa Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(2):37-55.

Keskin, E., & Çontu, M. (2011). Mustafapaşa (Sinasos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turzme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *3*(2), 37-55.

Ketin, I. (1983) Türkiye Jeolojisine Genel Bir Bakış, ITU, Maden Fakültesi Yayınları, İstanbul.

Kılıç, Y. (2012). "Eskiçağda Kapadokya'da At Yetiştiriciliği", I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri, 16-19 Kasım 2011, Nevşehir. Cilt: 8: 189-199. Ankara: Nevşehir Üniversitesi Yayınları:2.

Kıranlı, Semra; Ilğan, Abdurrahman. "Eğitim Örgütlerinde Karar Verme Sürecinde Etik",

Koçel, Tamer. İşletme Yöneticiliği, 11. Baskı, Arıkan Basım, İstanbul 2007.

Konijn, E., Sluimer, N. and Mitas, O. (2016). Click to Share: Patterns in Tourist Photography and Sharing. International Journal of Tourism Research, 18(6): 525-535.

Kop Bölgesi Entegre Turizm Master Planı Nihai Plan ve Plan Raporu, 2018.

Kop Bölgesi Entegre Turizm Master Planı Nihai Plan ve Plan Raporu, 2018.

Kop Bölgesi Entegre Turizm Master Planı Nihai Plan ve Plan Raporu, 2018.

Lambert S. T. (2012). Tourists With Cameras: Reproducing Or Producing?, Annals of Tourism Research, 39(4): 1817-1838.

Lamec, J, 2006, Kapadokya Yeraltı Şehirleri, Silk Road Publications, İstanbul.

Larsen, J. (2006). Geographies of Tourist Photography. Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies. Gothenburg: Nordicom.

Lo, I. S., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C. and Law, R. (2011). Tourism and Online Photography. Tourism Management, 725-731.

Lokanta Dünyası (2015), http://www.lokantadunyasi.com/edetay.asp?type=1&id=5 3 (25.01.2015).

Lök, H., & Yıldız, S. (2015). Yerel Ürünlerin Teşviki ve Finansmanı, Bolu İlinin

Desteklerden Yararlanma Potansiyeli. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

Manastır Vadisi Düzenleme Projesi Raporu, Nisan 2012.

Markwell, K. W. (1997). Dimensions of Photography in A Nature-Based Tour. Annals of Tourism Research, 24(1): 131-155.

Martinez, S., Hand, M., Da Pra, M., Pollack, S., Ralston, K., Smith, T., & Newman, C., (2010). Local food systems; Concepts, impacts, and issues (Economic Research Report No. 97). Washington, DC: Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture.

McCabe, Scott; Foster, Clare, (2006), "The role and function of narrative in tourist interaction", Journal of Tourism and Cultural Change, Volume: *4*/3, s. 194-215.

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 14, 2007, 150-162.

Metin, N., (2010). *Nevşehir İli Ürgüp İlçesi'nin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Yapısı.* , (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı. Niğde.

Morosan, C. and Jeong, M. (2008). The Role of the Internet in The Process of Travel Information Search. Information Technology in Hospitality, 5(1): 13-23.

Mossberg, Lena, (2008), "Extraordinary experiences through storytelling", Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Volume: 8/3, s. 195-210.

Mossberg, Lena; Therkelsen, Anette; Huijbens, Edward. H.; Björk, Peter; Olssen, Anna Karin, (2010), Storytelling and destination development, Oslo: Norden Nordic Innovation Centre.

Murat Baş, Mariye Yüksel ve Tuğba Çavuşoğlu. "Difficulties and Barriers for the Implementing of HACCP and Food Safety Systems in Food Businesses in Turkey", Food Control, 18, 2007, s.129.

NACMCF. HACCP Principles and Application Guideline, Adopted August 14, 1997,

Nevşehir İl Cevre ve Orman Müdürlüğü Raporu, 2009.

Nevşehir Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü. Erişim Tarihi: 01.02.2019.

Ninemeier, J. D. (1991). Management of Food and Beverage Operations. The Educational Institute of AH&MA: Michigan

Oguz M. Ö., 2000. Tunus'un Folklor Dergisi: Halk Gelenekleri ve Sanatları Defteri, Milli Folklor Dergisi, 47 (6), p.6-7.

Okuyucu, A. (2011). Osmaneli İlçe erkezinde Kültürel irasın Korunması ve Turizm

Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma.Ankara Üniversitesi, Yükseklisans Tezi . Ankara.

Oral, E., Ahunbay, Z. (2005). Bursa'nın ipekçilikle ilgili endüstri mirasının korunması. İtüdergisi 4(2), 37-46.

Oruç, O. (2004). Bir Alternatif Turizm Türü Olan Doğa-Atlı Spor Turizminin Kastamonu Örneği Üzerinde İrdelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Outlook on Agriculture, 37 (4), 7-13. Demiryürek, K. and V. Ceyhan, 2008. Economics of organic and conventional hazelnut production in Turkey. Renewable Agriculture and Food Systems, 23 (3), 217-227.

Ökçün, A.G., (1997). Osmanlı Sanayii 1913, 1915 yılları sanayi istatistiki, Tarihi İstatistikler Dizisi, 4, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.

Önlü, Ş. (2010). Yerebatan Sarnıcı'nın Taşıyıcı Elemanlarının Analizi (YLT). İTÜ,FBE.

Örgün, E., Keskin E. (2016). *Ürgüp Mutfak Kültürünün Yöre Halkı Tarafından Bilinirliğinin Tespit Edilmesi*, 2 Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu. Nevşehir, 2-4 Mayıs.

Öter Z., 2010. Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Baglamında Degerlendirilmesi, Milli Folklor Dergisi, 86 (11), p.177.

Özaltın, O. & Gül, A. (2006). Rekreasyon ve Turizm Kapsamında Orienteering (Hedef Bulma) Etkinliğinin Önemi ve Ülkemizdeki Durum Analizi. Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, Turizmde Sosyal, Kültürel, Fiziksel Gelişmeler, Sorunlar ve Öneriler: 264-271.

Özdoğan, O., (2014). Yiyecek Stilistliği ve Fotoğrafçılık. Osman N. Özdoğan (Ed.), Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri içinde (s. 167-188). Detay Yayıncılık, Ankara.

Özer, M., & Biçerli, K. (2003). Türkiye'de kadın işgücünün panel veri analizi. *Tansel Aysıt,"İktisadi Kalkınma ve Kadınların İşgücüne Katılımı: Türkiye'den Zaman-Serisi Kanıtları ve İllere Göre Yatay Kesit Kestirimleri",ERC Working Papers in Economics, 01/05T, May 2002.*

Özgüç, N. (1965). Kültepe Mühür Baskılarında Anadolu Grubu. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Öziş, Ü. (2007). Su Yapılarının Tarihi Gelişmesi. 3. Ulusal Su Mühendisliği Sempozyumu. Dokuz Eylül Ü. Mühendislik Fak. İnşaat Müh. B.

Özkul, Emrah; Demirer, Dilek; İpar, Mehmet Sedat, (2012), "Edebiyatın Pazarlama Aracı Olarak Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma", 13. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 6-9 Aralık, s. 1-22, Antalya.

Öztürk, Y. Yazıcıoğlu, İ. Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. s.5.

Pazarlanabilirliği, 1 Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, 1 cilt. Nevşehir, 16-19 Kasım.

Pekak, M., (2008). Mustafapaşa (Sinasos) ve Aziz Nikolaos Manastırı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 25(1):199-217.

Pekak, M., (2009). Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Gayrimüslim Vatandaşların İmar Faaliyetleri ve Mustafapaşa (Sinasos). *Bilig,* 51:171-204.

Pietarsaari. (Unpublished Master Thesis). Central Ostrobothnia University of Applied Sciences Unit for Technology and Business. Kokkola.

Polat, I. (2004). Silifke Aya Tekla Bazilikası Sarnıcı Restorasyon Projesi (YLT). İTÜ,FBE.

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği, Resmi Gazete, Tarihi: 25-11-2005, Sayı:26004.

Quinn, B., (2009). Festivals. Events and Tourism. *Dublin Institute of Technology Scholl of Hospitality Management and Tourism*.(483-503).

Rabaneda, A.,(2012). Cultural events and cultural heritage in times of crisis: A case in Catalonia (25-36). *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis.* Denmark.

Radikal (2014), "411 numaralı odanın esrarı", http://www.radikal.com.tr/turkiye/411-numarali-odanin-esrari-1171334/, Erişim Tarihi: 27.02.2019.

Reaksiyonları. TKB Pazarlama ve Dış Tic. Daire Bşk, Ankara

Richards, G., (1996). Culture and Tourism in Europe. *Cultural Tourism in Europe (Ed.) Greg Richards.* Wallinford.

Robinson, M., Smith, M., (2005). Politics, Power and Play: The Shifting Contexts of Cultural Tourism. *Cultural Tourism in a Changing World.* England.

Rose, G. (2003). Family Photographs and Domestic Spacings: A Case Study. Transactions–Institute of British Geographers, 5–18.

Saklav, İ., (2010). *Yerli ve Mübadil Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini Algılamadaki Benzerlik ve Farklılıklar Mustafapaşa Kasabası Örneği.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı. Kayseri.

Selimoğlu, S.,(2007). *Dış Tanıtım Faaliyetlerinin Etkinliğinin Arttırılmasında Alternatif Bir Yaklaşım: Bölgesel Tanıtım Konusunda Bir Profil Çalışması.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı. Ankara.

Sezer, M., (2010). *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı. Ankara.

Sezer, M., (2010). *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı. Ankara.

Simmons, Annette, (2012), Etkileme ve İkna Sanatında Hikayenin Gücü (Çev. Gökçesu Tamer), Mediacat, 2. Baskı, İstanbul.

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. Erişim Tarihi: 2014. (http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/yayinlar/sivil_havacilik-balon_ders_kitabi.pdf).

Smith, W. (2017). California Equestrian Park and Event Center. *Economic Impact analysis of.* p.6.

Somuncu, M. (2004) "Cehri üretimi ve ticaretinin 19. yüzyılda Kayseri ve Çevresi

Sontag, S. (1977). On Photography New York: Farrar, Straus and Giroux, pp: 154.

Sorunları. A. Öger(Ed.). *1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri.*(391-404). Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi Yayınları.

Şahin, A , Meral, Y . (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler. Türk

Şahin, A. N., Miran, B., & Çiftçi, K. (2016). Yerel Ürün Tüketimini Artirmaya Dönük En İyi Alternatif Modellerin Belirlenmesi. *XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*.

Şahin, A. N., Miran, B., & Çiftçi, K. (2016). Yerel Ürün Tüketimini Artirmaya Dönük En İyi Alternatif Modellerin Belirlenmesi. *XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*.

Taş, H. Y., Küçükoğlu, M., & Demirdöğmez, M. Türkye'de Genç İşsizliği Sorunu ve Alternatif Çözüm Önerileri. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 7*(18), 279-294.

Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme sürecinde, yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. İgeme'den Bakış Dergisi, (36), 87-102.

Tekelioğlu, Y., & Demirer, R. (2008). Küreşelleşme, Demokratikleşme ve Türkiye. Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Tekelioğlu, Y., & Demirer, R. (2008). Küreşelleşme, Demokratikleşme ve Türkiye. Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Ter, Ü., Özcan, K., Eryiğit, S,. (2013). Cultural Heritage Conservation In Traditional

Teymur, N. (1993). Phototourism–Or The Social Epistemology of Photography in Tourism. Tourism in Focus, 6:6-16.

Ticaret Yapısı: Güvercinlikler. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1*(21).

Turizmgüncel.com. (2015). "Kapadokya'da Kaç Balon Var? Sektörün Büyüklüğü Ne Kadar?"

Türkiye Golf Federasyonu. "4 Yılda 100 Yeni Golf Sahası"

Urry, J. (1990). The Consumption of Tourism. Sociology, 24(1): 23-35.

Uzun, F. V., & Altaş, A. (2017). Kapadokya Bölgesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışları. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9*(4), 1-10.

Vittori, M. (2010). The international debate on geographical indications (GIs): The point of view of the global coalition of GI producers-oriGIn. The Journal of World Intellectual Property, 13(2), 304-314.

Vivaldo, D., (2010). Food Stylist's Handbook, Gibbs Smith Publishing, Hong Kong.

Walker, A. L. and Moulton, R. K. (1989). Photo Albums: Images of Time and Reflections on Self. Qualitative Sociology, 12 (2): 155-182.

Walter Benjamin, (1931). "Short History of Photography," Phil Patton, trans., ArtForum, 15: 46 51.

Weaver. D.B. (2001). "Ecotourism in the Context of Other Tourism Types". D.B. Weaver(Ed.), The Encyclopedia of Ecotourism. New York: CABI International.

Webber, D., Smith, E., White, S.,(2011*).* Measuring Tourism Locally Guidance Note Six: Event Analysis and Evaluation. *Office for National Statictics*. 6(1):1-19. London.

Whyte vd. (2012). Cultural Heritage Tourism: the spirit of our places, our identity. *Federal Provincial Territorial Ministers of Culture and Heritage.* Canada.

Wolf, E. (2006), "Culinary Tourism The Hidden Harvest", Abd-Lowa: Kendall/Hunt Publishing Company.

www.verginet.net/dtt/MaasHesaplama.aspx Erişim Tarihi: 27.02.2019.

Yaşaroğlu, K.,(2006). *Açık Hava Tiyatrolarının Akustik Açıdan Değerlendirilmesi: İstanbul Cemil Topuzlu Açık Hava Tiyatrosu Örneği.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı.

Yengin, H. (1996). Medyanın Dili, İstanbul, Der Yayınları.

Yıldırım, B. 2011. Helal Gıda. http://www.gidagundemi.com/helal-gida-makale,17.html

Yıldırım, H.(2017). *Etkinlik Turizmi " Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinlikler".* Ankara: Detay Yayınevi.

Yıldırım, İ. (2016). İstanbul Kapalı Sarnıçlarının İşlevsel Dönüşümünün Mekânsal Bağlamda İrdelenmesi (YLT). Beykent Ü. FBE.

Yıldırım, Z. (2003). Sinasos yöresel mimarisi ve 19. Yy batılılaşma hareketlerinin konut mimarisine etkileri. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yüksek Lisans Tezi). 22-24.

Yıldırım, Z., (2003). *Sinasos Yöresel Mimarisi ve 19. Yy. Batılılaşma Hareketlerinin Konut Mimarisine Etkileri.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı. İstanbul.

Yılmaz, T., (2017). *Sektörel Kümelenme Bağlamında Turizm Kümelenmesi: Nevşehir Üzerinde Bir Durum Değerlendirmesi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Nevşehir.

Yiğit, T. (2000). "Tabal Krallığı". A.Ü. DTCF Dergisi, 40/3-4: 177-189.

Yönetiminin Etkisi ve Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. İzmir.

Yusuf, A. C. A. R. (2018). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 163,* 177.

Yüncü, H., R. (21 Temmuz 2009), "Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası", 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, 27-35, Eskişehir.

Kalıpcı, E., Cüce, H., Toprak, S., (2017). Damsa Barajı (Nevşehir) Yüzey Suyu

Kalitesinin Coğrafi Bilgi Sistemi ile Mekansal Analizi. *Karaelmas Fen ve Mühendislik Dergisi,* 7(1):312-319.

Saylar, Ö., Şişman, A., (2011). Nevşehir İli Su Potansiyeli ve İl Ekonomisine Katkısı. *1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri,* 6:195-204. Nevşehir.

http://www.karadenizrumeli.com/Icerik/Dosya/www.karadenizrumeli.com_632_CJ3J10EJ_mustafapasasinesontarih_kultur_elveda_sertacin_duzenledigi2_pdf.pdf Erişim Tarihi: 15.03.2019

http://nextdestination.net/kapadokya-gezi-rehberi/ Erişim Tarihi: 15.03.2019

https://www.youtube.com/watch?v=5tdfskCXjZ0 Erişim Tarihi: 15.03.2019

BRIGGS, A. (2007) Kültür, Çev. Sevim Kebeli, Milli Folklor, s. 74, ss. 99.

EKİCİ, M. (2004). Bir Sempozyumun Ardından: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi, Milli Folklor Dergisi, yıl 16, sayı 61.

ERGİN, M. (1986) Üniversiteler İçin Türk Dili. İstanbul: Boğaziçi Yayınları. 98 SAYI: 9/Temmuz-Aralık 2012

GÜLCAN, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı, İşletme Araştırmaları Dergisi, c.2, s.1,ss. 99-120.

KAFESOĞLU, İ. (1992) Türk Millî Kültürü, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.

KOLAÇ, E. (2009). Somut Olmayan Kültürel Mirası Koruma, Bilinç Ve Duyarlılık Oluşturmada Türkçe Eğitiminin Önemi, Milli Folklor, y.21, s.82, ss. 19-31.

ÖZTÜRK, Y., YAZİCİOĞLU, İ., (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, s:183- 195.

SEZGİN, O.M. (2001) Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı, Detay Yayıncılık, Ankara.

TURAN, Ş. (1994) Türk Kültür Tarihi; Türk Kültüründen Türkiye Kültürüne ve Evrenselliğe, 2.b. Ankara, Bilgi Yayınevi.

UYGUR, S. M. ve BAYKAN, E. (2007) Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar üzerindeki Etkileri, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, s. 2, ss. 30–49.

http://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-%C4%B0nsanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1n-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras%C4%B1-Temsili-Listesi Erişim Tarihi: 16.03.2019

http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-46095/somut-olmayan-kulturel-miras.html Erişim Tarihi: 16.03.2019

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi https://ich.unesco.org/ doc/src/00009-TR-PDF.pdf Erişim Tarihi: 16.03.2019.

Çeken, H., Ateşoğlu, L., Dalgin, T., & Karadağ, L. (2008). TURİZM TALEBİNE BAĞLI OLARAK ULUSLAR ARASI TURİZM HAREKETLERİNDEKİ GELİŞMELER. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(26), 71-85.

http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0 Erişim Tarihi: 19.03.2019

Kandır, S., Önal, Y., Karadeniz, E. (2007) Turizm Yatırım Projelerinin Yönetimi Değerlendirilmesi ve Finansmanı, Detay Yayıncılık, 308-314.