

KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA TURİZME YÖNELİK KENTSEL STRATEJİLER, İZMİR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

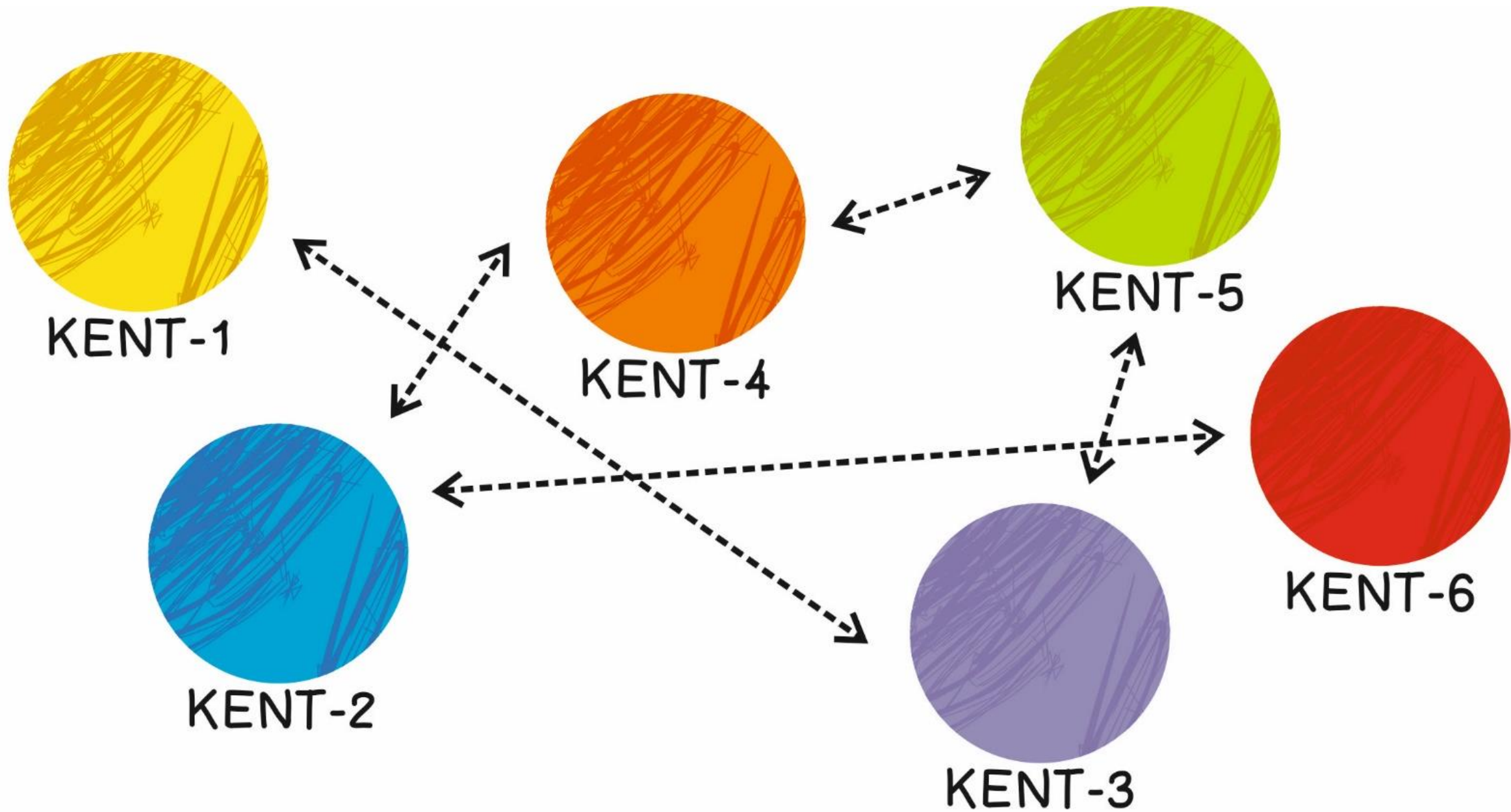
Ar.Gör. Senem TEZCAN (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Ar.Gör. Ceren AĞIN (Dokuz Eylül Üniversitesi)

4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
23-24 ŐUBAT 2018 - İZMİR

||| GİRİŞ

- II. Dünya Savaşından sonra KÜRESELLEŞME ve YERELLEŞME iki önemli eğilim olarak tüm sektörlerde etkisini göstermiştir.
- Kısıtlı kaynaklara ulaşmak, küresel refahtan pay alabilmek için yerel birimler potansiyellerini en iyi biçimde kullanarak rekabete girmişlerdir.
- Bu durum, istekten öte bir zorunluluk halini almıştır.
- Bir tarafta artan pay diğer tarafta ise yoksullaşarak kaybolma riski ortaya çıkmıştır.



||| GİRİŞ

- Kentler, bu süreçte birer cazibe merkezi olmaya başlamıştır.
- Sahip oldukları değerleri en iyi şekilde sunmak, getirilerini maksimize edecek politikalar üretmeye başlamışlardır.
- Kentin kendisinin de bir tüketim ürünü olduğu bu düzende kentler, görselliğe ve taleplere cevap verecek biçimde yeniden şekillenmektedir.
- Bu durum, kentlerin pazarlama ve markalaşma stratejilerine de yönelmesine neden olmuştur.



KENT



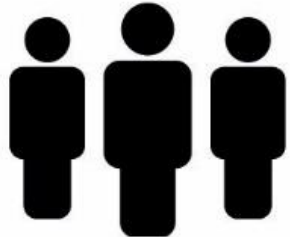
ZENGİN TURİST



ZENGİN YATIRIMCI



SOYLU/EĞİTİMLİ NÜFUS



KENTLİ



||| GİRİŞ

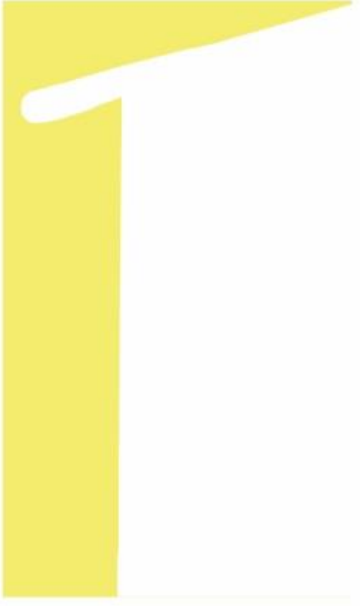
İzmir kenti de bu süreçlerin içerisinde yer almakta ve bu doğrultuda karar ve stratejiler üretmeye çalışmaktadır.

- Profesyonel hizmetler kullanılarak yapılan anket çalışması, logo ve sloganları da içeren tanıtım çalışmaları,
- Hedeflenen grupları kente çekebilmek,
- Bu grupları kentte tutabilmek için yaratıcı ortamlar tasarlanması bunlardan bazılarıdır.

AMAÇLANAN...

- Küreselleşmenin beraberinde getirdiği **kentsel pazarlama ve markalaşma çalışmalarının kentsel stratejiler** üzerindeki yansımaları
- Bunun **turizm sektörü** üzerinden değerlendirilmesi
- **İzmir örneği** açısından bir incelemenin yapılmasıdır.

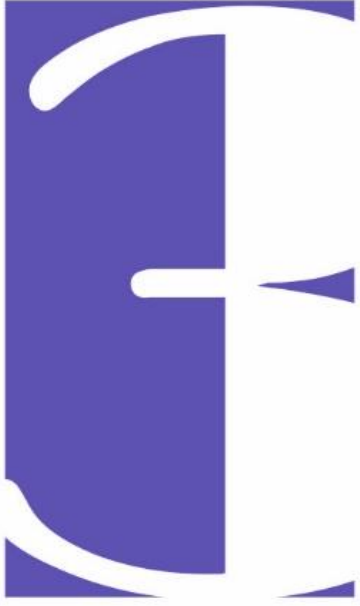
**Küreselleşme
& Yerelleşme**



**Kentsel
Pazarlama &
Markalaşma
Pratikleri**



**Kentlerde
Turizme
Yönelik
Geliştirilen
Stratejiler**



**Küreselleme
Süreçlerinde
İzmir'de
Turizme
Yönelik
Stratejiler**



A yellow graphic element consisting of a vertical bar on the left and a horizontal bar on top, forming an L-shape. The top bar is slightly wider than the vertical bar and tapers to a point on the right side.

Küreselleşme & Yerelleşme

KÜRESELLEŞME & YERELLEŞME

- Küreselleşme ve yerelleşme, beraber hareket eden ve birbirlerini destekleyen süreçleri içerir.
- Küreselleşme ile birlikte daha kapsamlı ve büyük bir alandan bahsedilmesine rağmen küresel hareket içerisinde yerel birimler daha çok öne çıkmakta ve küresel ağların temel odaklarını oluşturmaktadırlar.

KÜRESELLEŞME & YERELLEŞME

- Küreselleşme kavramı ile ülke sınırlarının zayıflamasının sonucunda tüm dünyanın içinde olduğu yeni bir mekanizmadan söz edilmekte ve bu kavram ekonomiden sosyal yapıya kadar pek çok unsuru etkilemektedir.
- 1980'li yıllardaki küreselleşme ile kentlerin yüklenecekleri yeni rol ve iŐlevler gündeme gelirken 1990'lardan itibaren küreselleşmenin tamamlayıcısı olarak yerelleşme kavramı gündeme gelmiştir.
- Yerelleşme, bölgeselleŐme politikaları ile birlikte yeni bir ivme kazanmıŐ ve kalkınmanın önemli bir kavramı olarak gündeme gelmiştir.

KÜRSELLEŐME & YERELLEŞME

- Yerelleşme ile ifade edilmek istenen kendi kapasite ve olanaklarını etkin bir biçimde kullanan ve uluslararası ađ üzerindeki iliŐkileri ile dünya ticaret sistemine eklemlenebilen birimlerin oluŐmasıdır.
- Bu da kent, yöre ve bölgelerin kendi yerel kimliklerini yeniden keŐfetmelerini ve rekabet gücü kazanmada bir avantaj elde etmelerini sağlamaktadır.
- Küreselleşmenin kentlerde ve sektörlerde yarattığı aynılaŐmanın çözümünde yerel değerlere ağırlık veren karar ve politikalar üretilmiŐtir.



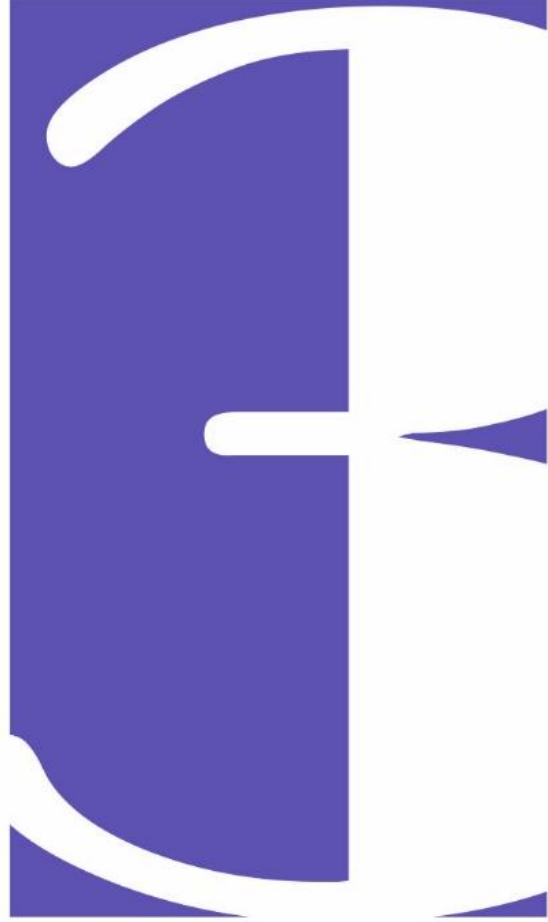
Kentsel Pazarlama & Markalaşma Pratikleri

KENTSEL PAZARLAMA & MARKALAŞMA PRATİKLERİ

- Yerel birimler, kentsel pazarlama ve marka oluŐturmaya y6nelik çalışmalar yaparak gerek k6resel sermaye, iŐg6c6 ve ziyaretçileri kente çekmek gerekse bu çekimin sonuçlarının yarattığı ekonomik fayda ile yerel kalkınma ve bilinirliklerini arttırma yoluna gitmiŐlerdir.
- Kentsel pazarlama kavramı seçici, rekabetçi ve uygun koŐulları yakalamaya çalıŐan ve belirlenen hedeflere g6re sosyal ve ekonomik fonksiyonlarının verimliliğini maksimize eden bir s6retir.
- Kentin tanıtılması, imaj ve sunum ile kaynakların daha cazip hale getirilmesi, kent sakini, yatırımcı ve ziyaretçilerin kentten memnun olma d6zeylerinin arttırılması gibi kente bir kimlik kazandırma s6recini içermektedir.

KENTSEL PAZARLAMA & MARKALAŞMA PRATİKLERİ

- Kentsel pazarlama gibi kentsel markalaşma da basit bir tanıtım veya reklam süreci değil, belirli pazarlama teknikleri ile birlikte hatırlanabilir ve tanınabilirliğini arttıran, imajları ve sloganları ile insanların belleklerinde yer edinmesine yardımcı olan bir kavramdır.
- Őehrin her noktasındaki değer ve gürnmlerin seşilen marka kimliği ile tutarlı ve uyumlu halde olması gerekmektedir.
- Bunu yaparken yerel ekonominin en önemli iki parçası olan yatırımcı ve turistlere yönelik hizmetler üzerinde önemle durulmalı ve kentlinin istihdam, öğrenme süreci ve kentlilik gururu bu paralelde sağlanmalıdır.



Kentlerde Turizme Yönelik Geliştirilen Stratejiler

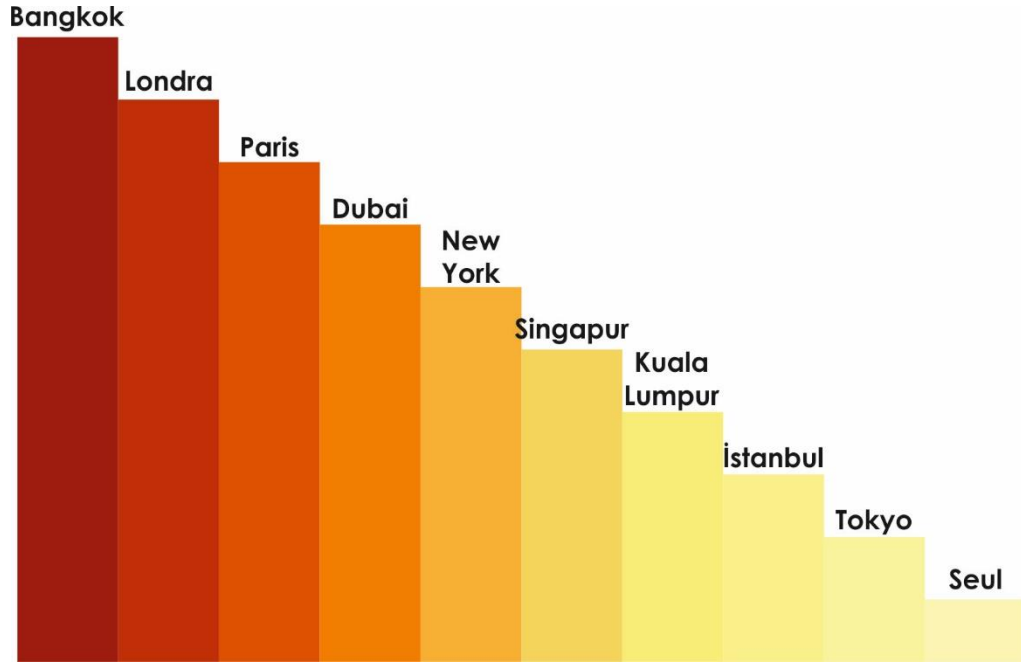
KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Önceleri **ulusal kalkınmanın bir stratejisi** olarak desteklenen turizm sektörü daha sonra kentlerin **rekabetçi** ortamında ürettikleri karar ve politikaların **önemli hedef gruplarından biri** olmuştur.
- Turizm, belli genellemelerden sıyrılarak **farklı turizm çeşitlerine** yönelmekte; bu şekilde turizm sezonunu **on iki aya** yaymaktadır.
- Ekonomik getirisi bakımından da farklılaşan içeriğiyle **kentlere rekabet avantajı** sağlamaktadırlar.

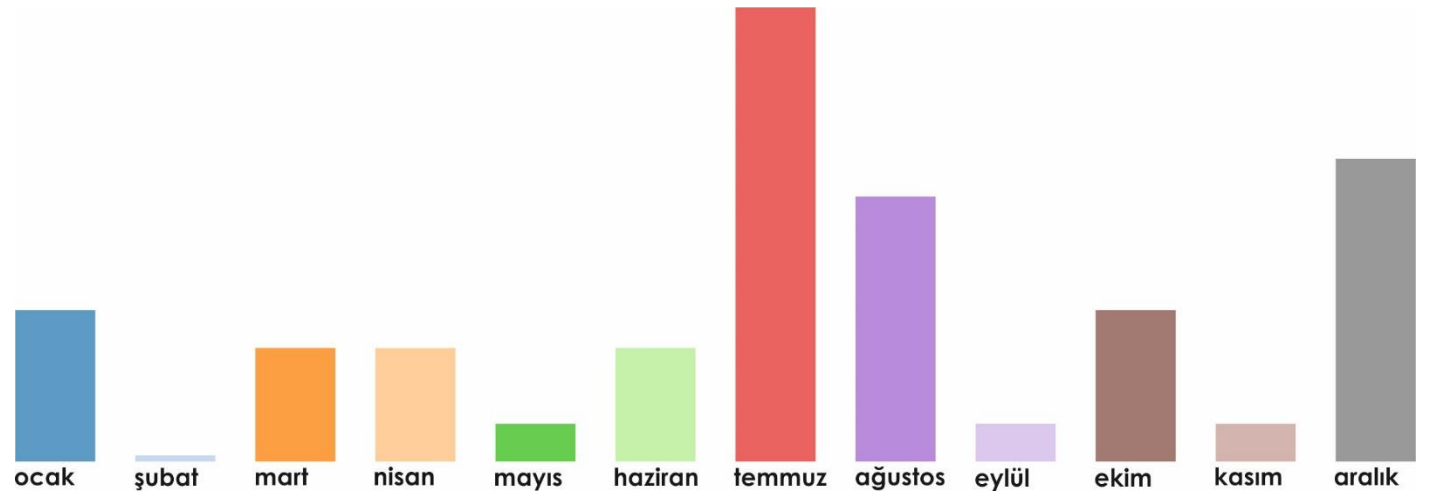
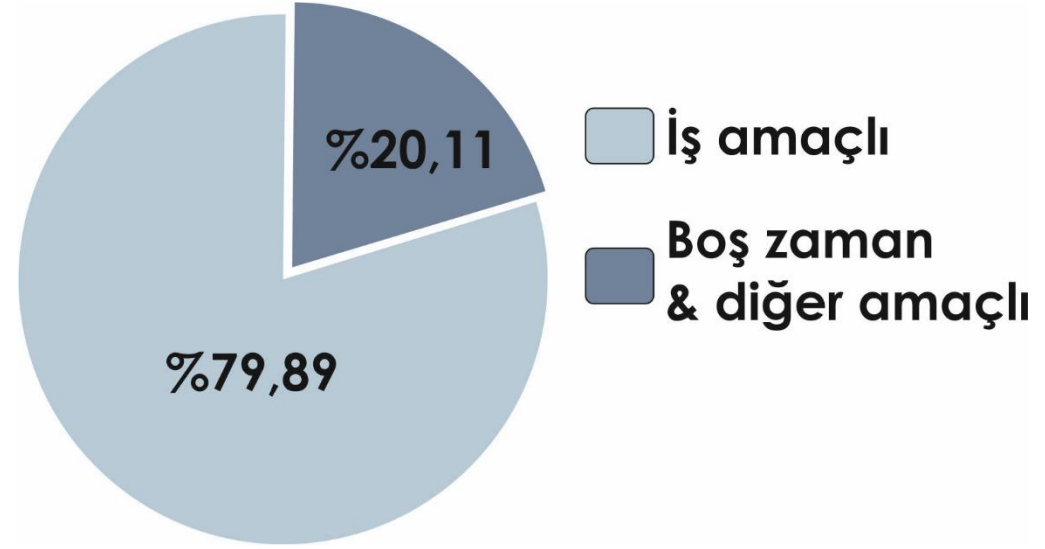
KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Bir kentin genel olarak turistlere sunabileceği ürünler dört grupta toplanmaktadır;
 - I. Tiyatro, gösteri, müze, spor, kumarhane, festival gibi etkinlikler
 - II. Kentin gelenek, dil, yerel halkın yaşamı, folklor gibi sosyokültürel özellikleri
 - III. Otel, yeme-içme, Pazar ve alışveriş imkanları
 - IV. Ulaşılabilirlik, bilgilendirme ofisleri gibi servisler

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER



Turizm destinasyonu bakımından küresel düzeyde ilk 10'da yer alan kentlerin verileri (2016)



KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

Turizm stratejileri üretmede bazı adımlar tariflenebilir:

1. Kentlerin promosyon çalışmaları yapmaları



**CITY
OF
LONDON**

I ♥ NY

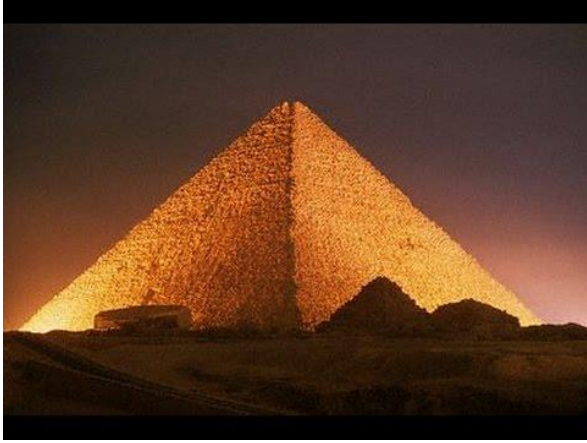


سلطة مدينة دبي الطبية
DUBAI HEALTHCARE CITY AUTHORITY

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

Turizm stratejileri üretmede bazı adımlar tariflenebilir:

2. Tarihi değerlerin tanıtımı



Dünyanın Yedi Harikası
-Keops Piramidi-



UNESCO Dünya Mirası
-Nemrut Dağı-



ERIH Güzergahı
-Prudential Binası-

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

Turizm stratejileri üretmede bazı adımlar tariflenebilir:

3. Çağdaş mimari yapıların sunumu



Guggenheim Müzesi-Bilbao

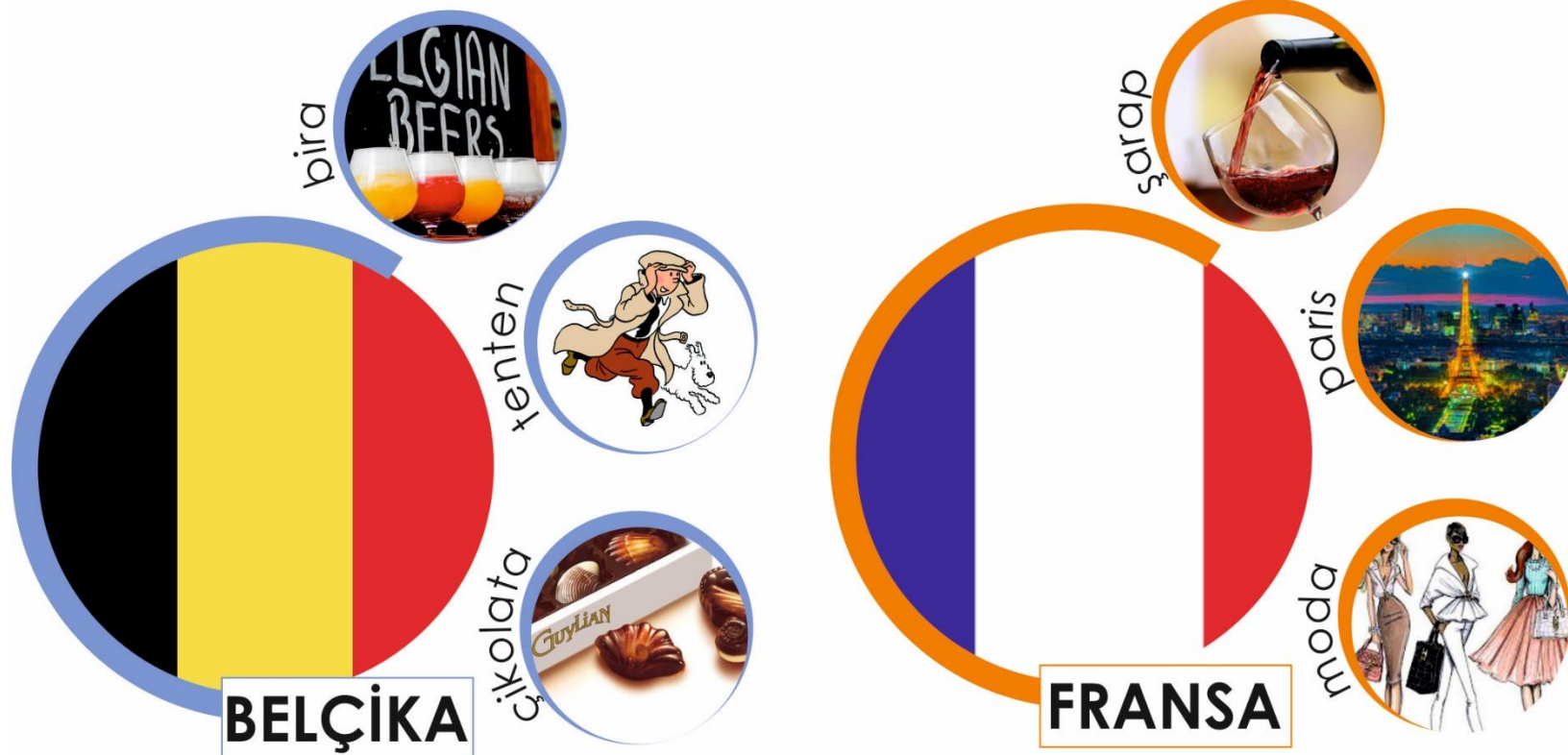


Sidney Opera Binası

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

Turizm stratejileri üretmede bazı adımlar tariflenebilir:

4. Kentle özdeşleşen kültürel değerlerin tanıtılması



KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

Turizm stratejileri üretmede bazı adımlar tariflenebilir:

5. Rekreatyoneel Turizm Türlerinin Çeşitlendirilmesi/Canlandırılması

Deniz turizmi: Deniz-güneş-kum üçlünün oluşturduğu, doğal çekiciliklere dayanan turizm çeşididir. Deniz turizmi deniz sporları, plaj, yat turizmi, kruvaziyer turizmi gibi çeşitlenmektedir.

Golf Turizmi: Dünyada golf sporuna olan ilginin artması golf turizmine de ilgiyi arttırmıştır. Yılın on iki ayını kapsamı bakımından önemlidir.

Macera turizmi: Dağcılık, akarsu-rafting, doğa gezileri, mağaracılık gibi faaliyetleri içerir.

Eko turizm: Vahşi doğa çevresinde doğal çevreye en az etkide bulunan ve bu arada yerel topluluklara ekonomik fayda sağlayan turizm türüdür.

Gençlik turizmi: Gençlerin seyahat etmeleri, kişiliklerini geliştirmeleri, yeni yer ve yaşamları öğrenmeleri, sosyal aktiviteler içinde bulunmalarını sağlayan turizm çeşididir.

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Turizme yönelik kentin yerel değerlerinden de beslenen stratejiler üretmesi gerekmektedir.
- Bu stratejilerden maksimum verim almak için kent, marka kimliği ile ele alınmalı ve bu en iyi biçimde sunulmalıdır.
- Belirli bir noktanın markalaşmasından ziyade kentteki her noktanın o değerle birlikte markalaşması ve sürecin başarılı bir şekilde yönetilmesi önemlidir.

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Turizm, hizmet sektörü olarak payını giderek büyötmüştür.
- **İstihdam yaratma özelliğine** sahip olması, **doğal, tarihi ve kültürel değerlerin marka yaratma çabası içerisinde korunması** ve değerlendirilmesi, **seyahat eğiliminin çeşitli nedenlerle artması** gibi sebeplerle sektörde bir marka çalışmasını gerekli kılmıştır.

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Turizm sektörü içerisinde ziyaretçilerin farklı beklentilerine (doğal güzellikler, güneş, macera, kumar, etkinlikler, spor aktiviteleri, kültür, tarih gibi) göre ayrılmaktadır.
- Hiçbir kent «**kim gelirse gelsin**» düşüncesi ile karar ve politika üretemez, bu yüzden pazarlama ve markalaşma genel hedeflerinde kente uygun turizm çeşidine göre **belirlenmiş bir kitle** olmalıdır.

KENTLERDE TURİZME YÖNELİK GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER

- Turizm sektöründe **genel amaç**; ziyaretçiyi birden çok kez kente gelmesini sağlamak, turistik aktiviteleri on iki aya yaymak, kentte geçirdiği zamanı arttırmak, beğeni kazanmak, kentin görülmesi gereken yerlerini ziyaret ettirmek ve yerele özgü değerlerin küresel dolaşımını sağlayacak biçimde sunmak önemlidir.
- Bunun için mevcut durum analizi ve tespiti ile hedefe yönelik markalaşma çalışmaları yapılmalıdır.



Küreselleşme Süreçlerinde İzmir'de Turizme Yönelik Stratejiler

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- Turizm potansiyelleri bakımından oldukça zengin kentlerden biri olan İzmir'in mevcut durum analizi ve bu bağlamda yapılan çalışmalar
- Güçlü yönler;
 - ✓ Coğrafi konumu ve farklı turizm çeşidi olanağı
 - ✓ Yeterli düzeyde konaklama tesisi
 - ✓ Yeterli miktar ve kalitede tarihi ve kültürel mekan varlığı
 - ✓ İzmir Kuş Cenneti gibi uluslararası ünvana sahip alan varlığı
 - ✓ Kültürel faaliyet ve sanat etkinliklerine uygunluk
 - ✓ Çok sayıda sahil ve plaj varlığı (mavi plaj ünvanı)
 - ✓ Güçlü kruvaziyer ve yat limanı potansiyeli
 - ✓ Jeotermal potansiyeli
 - ✓ Uygun kırsal turizm destinasyonları
 - ✓ Kültürel ve dini turizmde cazibe merkezi
 - ✓ Gastronomi turizmi için güçlü mutfak sahipliği
 - ✓ Uluslararası etkinlik ve organizasyonlara ev sahipliği yapma deneyimi

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- Zayıf yönler;
 - Kentsel altyapı yetersizliği
 - Batı Avrupa, ABD ve Japonya gibi büyük turist pazarlarına uzaklık
 - Kontrolsüz büyüme ve çevre sorunları
 - Turizmde nitelikli eleman eksikliği
 - Çeşitli turizm dallarında uzmanlaşmış seyahat acentesi eksikliği
 - Uluslararası kongrelere ev sahipliği için yeterli kapasitede kongre salonlarının olmaması
 - Tanıtım yetersizliği
 - Yeterince tanınmaması
 - Kentsel turizme yönelik değerlerin ön plana çıkartılmaması
 - Kruvaziyer turizminin yeterli verimlilikte kullanılamaması
 - Uluslararası direkt uçuşların yetersizliği

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı yapmış olduğu turizm sektörü için uzun vadeli stratejisinde; «**Şehir Turizmi Geliştirilecek Marka Kentler**»den bir tanesi
- Yerel yönetimler liderliğinde yapılan 2009 Kültür Çalıştayı ile üç ana eksenin belirlendiği, **yaratıcı endüstriler odaklı bir kent** markalaşma süreci başlangıcı
 - «Kültür, sanat ve tasarım metropolü olmak»
 - «Akdeniz kentler ağının etkin bir üyesi olmak»
 - «Katılımcı kültür politikası ve uygulamalarını hayata geçirmek»
- Sonrasında yapılan 2011 İzmir Tasarım Forumu da bu çalışmalardan bazılarıdır

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA)'nın yapmış olduğu ;
 - **İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı (2010-2017)**; kentin pazarlanması ve markalaşması yönünde atılan en önemli adım
«İzmir daha çok gelir düzeyi yüksek gruba hitap eden premium ve butik turizmi ön plana çıkaran kent»
 - **İzmir Bölge Planı (2010-2013)**; dört hedefin belirlendiği turizm anahtar sektörlerden bir tanesi
«İşletmelerde rekabet edilebilirlik»
«İstihdam ile sosyal bütünleşme»
«Sürdürülebilir çevre»
«Güçlendirilmiş altyapı ve üstyapı»

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA)'nın yapmış olduğu **İzmir Bölge Planı (2014-2023)**'nda turizm ilgili beş hedef yer almakta
 - «Sürdürülebilir turizmin uygulanması ve yaygınlaştırılması»
 - «İzmir'in kültür ve turizm olanaklarının tanıtılması»
 - «İzmir'in sağlık alanlarında uluslararası çekim merkezi haline getirilmesi»
 - «Sağlık turizminin geliştirilmesine yönelik insan kaynakları, altyapı ve tanıtım gerçekleştirilmesi»
 - «Sürdürülebilir bütüncül kıyı yönetiminin sağlanması, İzmir'in deniz ile ilişkisinin güçlendirilmesi»

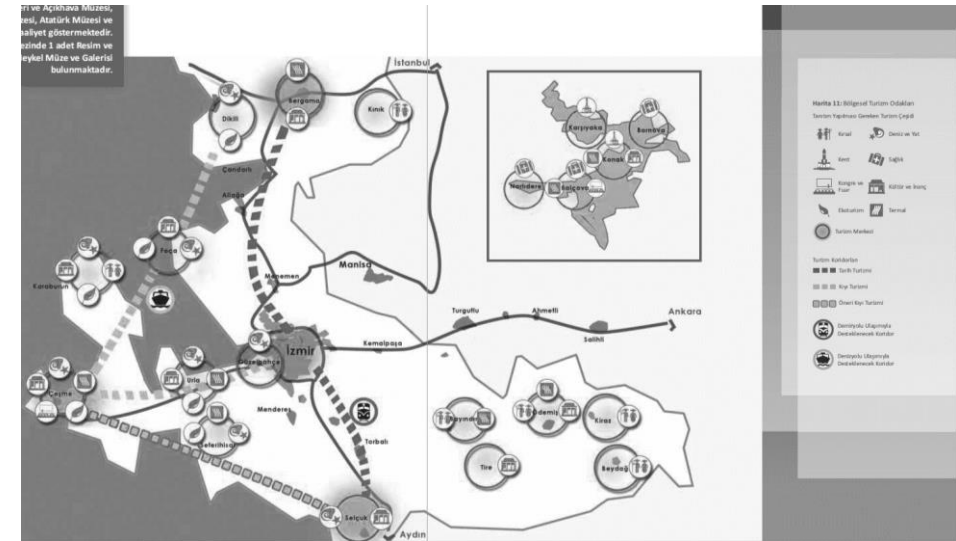
KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İzmir Bölge Planı (2014-2023)'nin genel hedeflerinin yanında **turizm odaklarına** yönelik veriler aktarılmış ve buna yönelik de hedefler belirlenmiştir;

«İzmir'in kültür ve turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve tanıtılması»

«Kentlilik bilincinin geliştirilerek, İzmirli'nin Akdenizli yaşam biçiminin korunması»

«Cazip iş ve yatırım ortamının sağlanması»



KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İMEAK Deniz Ticareti Odası'nın yapmış olduğu **İMEAK Deniz ticareti Odası Stratejik Planı (2017-2020)** turizmi güçlü ekonomi başlığı altına sıralarken, deniz turizminin Türkiye'deki turizm payının %20'sine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Üç temel hedef

«Dalış turizminin geliştirilmesi amacıyla yapay resif, batık temini ve yerleştirilmesi ile ilgili çalışmalar yürütmek»

«Kıyı yapıları işletme usul ve esasları hakkındaki yönetmelikte değişiklik yapılması amacıyla çalışmalar yürütmek ve ilgili kurumlar nezdinde gerekli girişimlerde bulunmak»

«Mavi yolculuk rotalarında yer alan koyların yapılaşmaya kapatılarak, koruma altına alınması koruma ve kullanma esasları belirlenmesi amacıyla çalışmalar yürütmek, ilgili kurumlar nezdinde kıyı yönetim politikası oluşumu konusunda gerekli girişimlerde bulunmak»

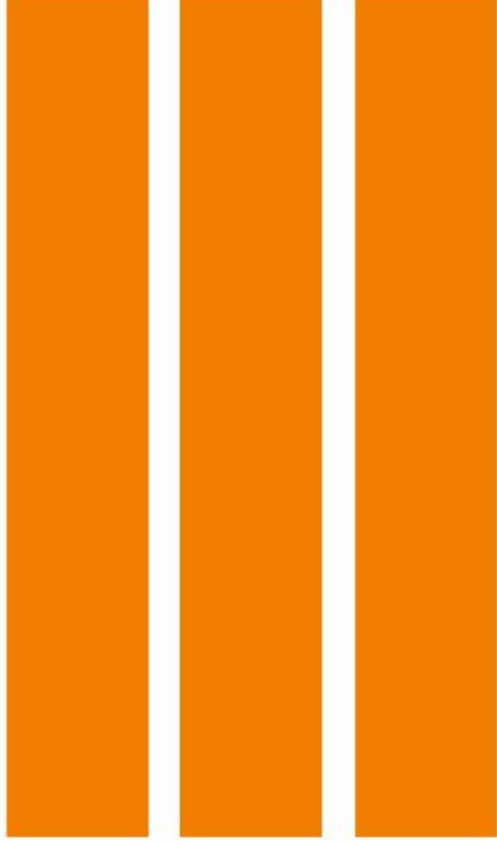
KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin yapmış olduğu «**Yarımada İzmir Projesi**» ile belirli konularda rotalar oluşturulmaktadır
 - «Yürüyüş/Bisiklet Yolları»
 - «Zeytin Rotası»
 - «Bağ Yolunun Avrupa Şarap Kentleri rotasına dahil olması»
 - «Mavi Rota»
 - «Pazaryerleri Rotası»

Ayrıca Tarih - kültür, tarım ve deniz – spor başlıkları altında yer alan şenlik ve festivaller bulunmaktadır

KÜRESELLEŞME SÜREÇLERİNDE İZMİR'DE TURİZME YÖNELİK STRATEJİLER

- İki önemli plan;
 - **İzmir 1/100.000 Çevre Düzeni Planı (ÇDP) Raporu;** Planlama bölgesinde turizm açısından pek çok olanak bulunmasına rağmen yeterince değerlendirilemediğinden ve turizm gelişmelerinin kıyı alanları ile sınırlı kaldığından bahsetmektedir.
 - **İzmir 1/25.000 İzmir Büyükşehir Bütünü Çevre Düzeni Planı Açıklama Raporu;** Kıyı turizmine yönelik olarak 21 adet Mavi Bayrak ödüllü plaj ve 6 adet marinanın olduğu, kumsalların plaj kullanımını dışında su sporlarına da olanak verdiği ve kıyılarda yat turizmi potansiyelinin bulunduğundan söz etmektedir. Ayrıca plan raporuna göre Alsancak Kruvaziyer Limanında 2010 yılındaki 355.899 yolcu sayısının 2030 yılında 5.702.232 kişi olacağı öngörülmektedir.

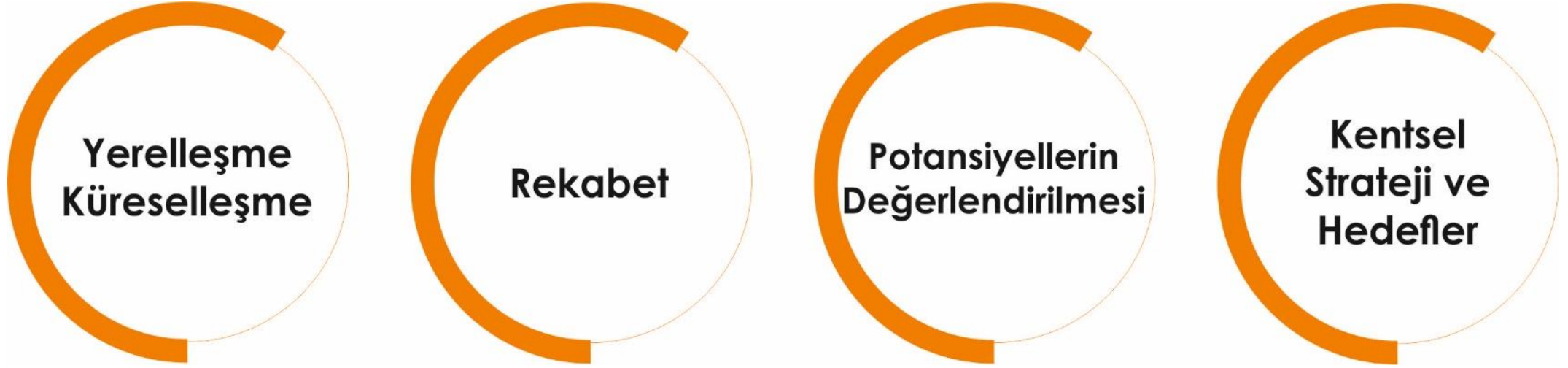


SONUÇ

ve

DEĞERLENDİRME

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME



- Kentsel rekabette önemli role sahip turizm, İzmir'de öne çıkmaktadır.
- İzmir İli 2010'dan itibaren «Globalization and Worl Cities» tarafından yapılan dünya kenti sıralamasında yer almaktadır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Kazanılan bu ivme ile birlikte kentte karar vericiler tarafından farklı sektörlerde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Çalışmanın bu kısmında bunlar belirli adımlar altında sunulacaktır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

YAPILAN PROMOSYON ÇALIŞMALARI: Logo, slogan, maskot ve lakaplar ya da tanıtım gibi araçları kapsamaktadır.



SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

TARİHİ DEĞERLERİN TANITIMI: Küreselleşen ve giderek birbirine benzeyen kentlerde biricik olan değerlerin sunumu da oldukça önemli hale gelmiştir.

TARİHİ MEKANLAR

Medusa Başı-Bergama
Kehanet-Klaros
Efes
Meryem Ana Evi
Antik Kiliseler
Hanlar
Arkeolojik kaynaklar
Pers Anıtı
Agora
Klazomenai
Asklepeion
Tantalos'un Mezarı
Hitit Anıtı
Yamanlar Dağı
Kız Gölü
Belkahve Kalesi
Cumhuriyet Müzeleri



Medusa Başı



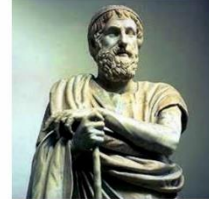
Kehanet-Klaros



Efes



Asklepeion



Homeros



Yorgo Seferis

TARİHİ KİŞİLİKLER

Homeros
Galenos
Tantalos
Latife Hanım
Yorgo Seferis
Hasan Tahsin
Kubilay

İZMİR'İN İLKLERİ

İzmir İktisat Kongresi
Urla-İlk Zeytinyağı İşletme Tesisi



İzmir İktisat
Kongresi

İzmir İktisat
Kongresi

Zeytinyağı
İşletme Tesisi

Urla-İlk



SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

KENTLE ÖZDEŞLEŞEN KÜLTÜREL DEĞERLERİN TANITILMASI: Kültür turizmini kapsayan bu adımda kentle bütünleşen ürünlerin tanıtılması ve ekonomiye kazandırılması yer almaktadır.

Yaşatılması Gereken Zanaatlar

Tire-nalıncılık, Kemalpaşa-nazar boncuğu, kunduracılık ve kalaycılık



Mutfak Kültürü

Ege otları, İzmir köfte ve rakı-balık



İzmir'e özgü  r nler

İncir, kestane,  z m, boyoz, kumru, kiraz, zeytinyağı ve zeytin



SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

REKREASYONEL TURİZM: Deniz, kum, güneş, kruvaziyer, Çeşme-sörf ve kongre belirlenmiştir. Ancak bu alanda yer alan turizm çeşitlerinde de önemli değerlere sahip bir kenttir.

«Aliğa (1), Çeşme (10), Dikili (5), Foça (5), Karaburun (3), Menderes (12), Seferihisar (12), Selçuk (4) ve Urla'da (1) olmak üzere toplam 53 adet mavi bayraklı plaj, 3 adet mavi bayraklı marina ve 1 adet mavi bayraklı yat»

«İnkaya, Kurudağ ve Yediuyurlar mağaraları dağ turizmi»

«Gediz Deltası, İldir Körfezi Adaları ve Küçük Menderes Deltası kuş gözlemciliği»

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

SAĞLIK TURİZMİ: Sağlık turizmi günümüzde öne çıkan turizm çeşitlerinden bir tanesidir.

«Türkiye'deki bölgeler arasında %35 ile İzmir termal turizmi öne çıkmakta. Bunlar daha çok Balçova, Bayındır, Bergama, Dikili, Menemen, Çeşme ve Seferihisar potansiyeli yüksek yerler olmaktadır»

«Medikal turizm bakımından da önemli olmaktadır. Özellikle Bergama-Asklepion'un döneminde sağlık turizminin önemli olması da bu konuda kente farklı bir imaj kazandırmaktadır»

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

İNANÇ TURİZMİ: İzmir ili inanç turizmi bakımından önemli değerlere sahiptir.

«Hristiyanlar için haç yeri ilan edilen; Meryem Ana Evi»

«Meryem Ana adına yapılmış ilk kilise; Çifte Kiliseler»

«St. John'un mezarının da içinde bulunduğu; St. John Bazilikası»

«Yedi Uyuyanlar Mağarası»

«Hristiyanlığı yaymak için inşa edilen 7 kiliseden üçü; Smyrna (İzmir), Ephesus (Selçuk) ve Pergamon (Bergama)»

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

- Sonuç olarak kentsel pazarlama ve markalaşma uygulamaları özellikle de turizm bakımından bir kent üzerinde önemli etkileri olan pratiklerdir. Bu gibi çalışmalarla potansiyellerden maksimum derecede faydalanılabilir, politik ve ekonomik ortamdan çok çabuk etkilenen bir sektör olan turizmde olası tehditlere karşı alternatif çözümler üretilebilir.
- İzmir de sahip olduğu değerleri en iyi şekilde sunma ve bundan ekonomik, kültürel ve sosyal fayda elde edebilecek bir kenttir.

Dinlediğiniz için teŖekkür ederiz...

