

Haskovo – Kırklareli bölgesinde kültürel mirasın gelişmesine dair konsept özeti

İşbu ürün “BEFT” OOD tarafından, Bulgaristan-Türkiye sınır ötesi işbirliği programı tarafından finanse edilen, Katılım öncesi destek enstrümanı tarafından eş finansmanı sağlanan, “Bölgesel ve Sivil Girişimler Birliği” (BSGB) – Haskovo şubesi tarafından Türkiye Cumhuriyeti, Vize Belediyesi ile partnerlik içinde gerçekleştirilen, 2007CB16IPO008-2011-2-022 nolu “Kültürel miras – sınır ötesi uyum ve refah için varlık” projesinin yerine getirilmesinin bir kısmı olan **2007CB16IPO008-2011-2-022 –LP-3 nolu “Kültürel kaynakların geliştirilmesine dair konsept araştırması” sözleşmesinin yerine getirilmesi çerçevesinde geliştirilmiştir.**

Temmuz, 2013



Programme co-funded by the
EUROPEAN UNION



Alliance for regional and civil initiatives (ARCI) –
Haskovo branch

Konsept Haskovo ilinde ve Kırklareli ilinde kültürel – tarihi miras üzerinde yapılan araştırmalar bazında geliştirilmiştir. Araştırmalarda, KTTK'nı (kültürel-tarihi turizm kaynakları) değerlendirme amaçlı geliştirilen metodolojiye göre değerlendirilen sınır ötesi bölgesindeki kültürel – tarihi mirası yansıtan mekan ve olaylar tanımlanmıştır. Araştırmalar sonucunda elde edilen bilgilerin tamamlanması ve bölgedeki durumun analiz edilmesi amacıyla, bölgedeki kültürel atraksiyonları ziyaret eden 218 turist arasında yapılan anketleri de kapsayan bir saha araştırması gerçekteştirildi. Saha araştırması : ziyaret edilen turistik atraksiyonlara ilişkin bilgilerin alınması şekli ; seyahatin nasıl organize edildiği, rehber kullanılıp kullanılmadığı, seyahatin gerekçe ve amacının ne olduğu ; tercih edilen turizm türü, tercih edilen mekan ve atraksiyonlar ; hedef kitle hakkında bilgi – yaş profili, cinsiyet ikamet bölgesi vs gibi hususlar konusundaki soruları kapsamaktadır. Elde edilen ilginç sonuçlardan bir tanesi, **en büyük hedef kitlenin ağırlıklı olarak yaşı 25 ila 65 arasında olan ve Bulgaristan'da ikamet eden kadınlardan ibaret olduğu** şeklindeydir. Bundan dolayı turistlerin ve ziyaretçilerin celp edilmesinde daha büyük başarı elde edilmesi için pazarlama ve reklam faaliyetlerinin bu hedef kitleye yöneltilmiş olması önem arz etmektedir.

Bulgaristan'ın turizm sitesinde yayınlanan araştırmadan **sınır ötesi bölgesinin Bulgaristan kısmına ilişkin hedef kitlenin ağırlıklı olarak Yunanistan ve Türkiye'den gelen turistlerden ibaret olduğu** anlaşılmaktadır. **Türkiye ile ilgili benzer veriler bölgenin Türkiye tarafındaki kısmın favorilerinin Bulgaristan ve Almanya'dan gelen turistler olduğunu göstermektedir.** Romanya, İngiltere, Avusturya, Fransa, Hollanda (arkeolojik buluntular, doğa zenginlikleri ve köy turizmi konusunda) ülkelerinden turist akının arttırılması amacına yönelik olarak gayret gösterilebilir, geri kalan ülkelere yönelik ise diğer turizm çeşitleri üzerinde çalışılabilir. Turist çekmenin en hızlı ve kolay yolu, internete talep eden kişinin dilinde yazılmış amaca yönelik bilgilerin yayınlanmasıdır. Bu bilgilerin sunulması atraksiyonların web sitelerinde sık aranan anahtar kelimelerin yüklenmesi aracılığıyla gerçekteştirilir.

Ziyaret edilecek turistik mekanların iyileştirilmiş seçimine ilişkin imkan olarak kullanılabilecek ana faaliyet, **web sitelerinin internet arama motorlarında anahtar kelimeleriyle optimizasyonudur.** Bir çok konuda doğru anahtar kelimeler pazarlama gayretlerinin başarısına yön vermektedir, dolayısıyla dikkatli seğilmeleri önem arz etmektedir. Anahtar kelimelerin doğru seğimi çevrim katsayısını katlar. Haskovo ile Kırklareli sitelerinde ve bölgeyle ilgili bilgi veren başka sitelerde kullanılan anahtar kelimeler şunlardır : *çan kulesi, tapınaklar, Aleksandrovo, aydınlanma çağı evleri, kaleler, Kuitsal Meryem Ana, kilise, anıtlar, mezar, abide, turizm, müzeler, geziler, Tatul, tatiller, Perperikon, poçivka.bg, müze, deniz tatili, denizde, tatil.* Başlangıçta anahtar kelimelerin seğimi rakiplerin



araştırılması, hedef kitlenin ve bölgedeki turistik işletmeler tarafından kullanılan anahtar kelimelerin analizine dayalı bir kombinasyon temelinde yapılmaktadır. Rakiplerin araştırılması bazında, anahtar kelimelerin ve rakiplerin popülaritesi bazında arama motorlarının sonuçlarında ön tarafa çıkabilmek için aşağıdaki anahtar kelimelerin kullanılmasını tavsiye ediyoruz : *Haskovo oteller, hotel in, hotel online, tatil sepeti, tatil, hotels, travel inn, hotel rooms, turkey holidays, cheap holidays, Haskovo info, Holidays, vacation rentals, holiday rentals, vacation packages, otel, erken rezervasyon, kemer otelleri, termal oteller, oteller, national landmarks, cheap vacations, late rooms, cheap accommodation, hotelbooking, hotel websites, cheap rooms, cheaphotels, Kırklareli, all inclusive holidays, direct holidays, holiday lettings, Haskovo'da oteller, Haskovo'da görülecek yerler, Haskovo, ucuz tatil, haskovo, reservation hotel, hotel book, cheap motels, hotel search, booking hotel online, svilengrad.*

Önerilen anahtar kelimelerle ilgili elde edilen sonuçlar, bu kelimelere ilişkin yapılan SWOT analizin neticesidir :

- Güçlü taraflar : şimdiye kadarkinden daha yüksek aylık aramalar sayısı.
- Zayıf taraflar : yüksek veya orta rekabet.
- Olanaklar – Çeşitli dillerde yeni ve şimdiye kadar kullanılmamış anahtar kelimeler yeni ziyaretçilerin celp edilmesine olanak sağlamaktadır. Şimdiye kadar geliştirilmemiş olan turizm çeşitlerinin ziyaretçilerinin hedef gruplarına ayrılması, bölgedeki ziyaretçilerin ani bir şekilde ilaveten arttırılmasına olanak sağlamaktadır.
- Tehlikeler – bazılarının planlandığı gibi işe yaramaması ve pazarlama ve reklamları için kullanılan bir kısmının kaybedilmesi ihtimali.

Konsept çerçevesinde ve araştırmanın birinci kısmında incelenen ve değerlendirilen mekanlar bazında 5 turistik güzergah geliştirildi. Bu güzergahların amacı turistlerin celp edilmesi ve bölgedeki turizmin gelişmesinin desteklenmesi. Güzergahlara, değerlendirme çerçevesinde tam turistik kullanım aşamasında oldukları tespit edilen ana bölgesel kültürel – tarihi, mimari, etnografya mekan ve olayları dahil edilmiştir. Bu da, bu turistik kaynaklarının sahip oldukları durumun turistik güzergahlara dahil edilmelerine müsait oldukları ve güncel turistik tercihlere uygun oldukları anlamına gelmektedir. Bu gelişim aşamasının daha uzun süre devam etmesinin sağlanması, sürdürülebilir gelişimlerinin desteklenmesi, aktif turist akını neticesinde mekanların maruz kaldığı değişimlerin engellenmesi ve geliştirilmiş olan potansiyelin azami verimlilikle kullanılması amacıyla, teknik destek ve bu desteğin piyasaya sunulmasının teşvik edilmesine ilişkin bütünsel pazarlama stratejisi sağlanması gerekir.

Ürünün satışı sürecinde müşterilere ulaşılması amacıyla kullanılabilecek pazarlama yaklaşımları/ana enstrümanlarına dair öneriler ve gerçekleştirme kanalları ağırlıklı olarak hedef gruplardan büyük



sayıda tüketicilere düşük maliyetle erişilmesini sağlayan inovasyon yöntemlerinden ibarettir. Bu yöntemler şöyledir :

- Anahtar kelime entegrasyonu, belediyelerin, illerin ve turistik atraksiyonların internet siteleri için arama motorları optimizasyonu.
- Sosyal medyalarla aktif çalışma ve reklam yapma.
- Bölgeyi ziyaret edenlere reklam malzemelerinin dağıtılması ve bu şekilde ziyaretçilerin bir taraftan bölgeyi tekrar ziyaret etmeleri ve diğer taraftan bilgiyi arkadaş ve akrabalarıyla paylaşması için teşvik edilmesi. Şekil 4a
- Aynı hedef gruplarını paylaşan başka turistik istikamette karşılıklı reklam ve pazarlama malzemelerinin teatisi.

Turistik piyasalara erişimi arttıracak eşsiz öneriler aşağıdaki gibi olabilir :

- Atraksiyon başına 2 levadan 5 levaya kadar ek indirimler sunan ve rakip istikametlerden başlangıç fiyatı olarak daha düşük fiyatlar sunan paketler.
- Bulgaristan-Türkiye bölgesinde kültürel zenginlikler kapsayan beş güzergah.
- Kumarhanelerde turistik önerilerin karşılıklı olarak reklamının yapılması.
- Yaşı 25 ila 65 arasında olan ve Bulgaristan'da ikamet eden kadınlara yönelik özel öneriler.
- 5 ila 10 leva arasında ücret karşılığında bölgenin sınırlarını anlatabilecek rehber hizmeti sunulması.

Anılan eşsiz öneriler ve ayrıntılı tanımlanan beş güzergah kilit pazarlama olanağı niteliğindedir. Başka kilit pazarlama olanakları aşağıdaki tedbirlerdir :

1. Turistik kaynakların turistik mekan olarak etkin kullanımı ve dönüştürülmesine ilişkin tedbirler

Gelişimlerinin değerlendirme aşamasında olan tüm kaynaklara ait ulusal, il ve bölgesel düzeyde uygulanabilirlik yeteneğine sahip **tüm tedbirler** :

Tedbir 1. Gayrimenkul kültürel miras anıtlarının ve turistik operatörlerinin merkezi kamu sicillerinin oluşturulması.

Tedbir 2. Mekanların korunması, araştırılması, konservasyonu ve restorasyonuna ilişkin tedbirler listesinin hazırlanması, sosyal medya paylaşımı ve reklam.

Tedbir 3. Antropojen kaynaklara ilişkin mevcut bilgilerin düzenli olarak güncelleştirilmesi.

Tedbir 4. Antropojen kaynakların periyodik değerlendirmesinin yapılması ve iyi yönetilmelerine ilişkin denetimli ve zamanında müdahaleler yapılması.

Tedbir 5. Basit altyapısı (elektrik vs.) müsait olan anıtların izlenmesi ve korunmasına dair modern ve ekonomik etkin tedbirlerin acil uygulanması.



Tedbir 6. İlgili bölgede turistik faaliyetler gerçekleştiren tüzel kişilerin tamamıyla diyalog ve anket yapılmış olanlar aracılığıyla, zorunlu katılım aracılığıyla il ve ilçe stratejilerine bağlı turizm stratejilerinin geliştirilmesi.

Tedbir 7. Taşıyıcı kapasite fikrinin gerçekleştirilmesi – turistik akımların yönetimi ve planlanan ekonomik sonuçların gerçekleştirilmesi.

Gelişiminin değerlendirme aşamasında olan ve mahalli düzeyde uygulanabilecek her bir ayrı kaynağa ilişkin **bireysel tedbirler** :

Tedbir 1. Temsil ve animasyon programlarının geliştirilmesi, kültürel-tarihi mekanların sosyalleştirilmesi, sergilerin modernizasyonu, turistik yansıtmaya dair teknik araçların uygulamaya alınması vs.

Tedbir 2. Eğitim-öğretim sisteminin ve sınır ötesi bölgesinin her iki tarafından öğrencilerin gezi programlarının sunduğu potansiyelin ve imkanların değerlendirilmesi aracılığıyla eğitim-öğretim ve bilimsel-araştırma turizmi ürününün geliştirilmesi ve uygulanması.

Tedbir 3. Müzeler ağının verimliliğinin artırılması ve iyileştirilmesi, ek bilgilerin ve tarihi buluntuların tespit edildikleri yerlerde araştırma konusu olan mekanlara yönlendirmeler sunulması.

Tedbir 4. İlin kültürel etkinlikler takviminin zenginleştirilmesi.

Tedbir 5. İnovatif etkinlik/festival/atraksiyon sayılarının artırılması.

Tedbir 6. Geleneksel üretim teknikleri, zanaat ve adetlerin yenilenmesi.

Tedbir 7. Bayram ritüellerinin canlandırılması ve geleneksel bayramların kutlanması

Tedbir 8. Mahalli, bölgesel, ulusal ve uluslararası öneme sahip önemli kültürel etkinliklerin düzenlenmesinin teşvik edilmesi ve tur operatörlerine imtiyazlı koşullarla sunulan hazır turistik ürünlere dahil edilmeleri.

