

Ağustos 2011

T.C. DİYARBAKIR VALİLİĞİ

Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2011-2016)

Bu strateji ve eylem planı, Technopolis Group Türkiye Kurucu Direktörü Şirin Elçi'nin yönetiminde, Mike Fabricius, Özge Eyigün, Serkan Atmaca, Anıl Tay Özbek ve Mustafa Atasü tarafından hazırlanmıştır. Hazırlık çalışmaları, Diyarbakır Valiliği Proje Koordinatörü Mustafa Temel öncülüğünde Diyarbakır Turizm Platformu temsilcilerinin aktif katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya, Diyarbakır Vali Yardımcısı Memduh Tura Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Turizm Daire Başkanı Muharrem Cebe ve Karacadağ Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Dr. İlhan Karakoyun başta olmak üzere İl'deki önemli paydaşların görüş ve önerileri önemli katkı sağlamıştır.

Bu strateji ve eylem planı hazırlık çalışması, Karacadağ Kalkınma Ajansı'nın 2010 yılı Doğrudan Faaliyet Mali Destek Programı kapsamında desteklenmiştir.

İÇİNDEKİLER

Giriş.....	4
1. Diyarbakır Hakkında Genel Bilgi	5
2. Diyarbakır'ın Turizmde Mevcut Durumu	9
2.1 Turizm Performans İstatistikleri.....	9
2.2 Bölgedeki Mevcut Turizm Faaliyetlerine İlişkin Yapılan Mülakatlardan Elde Edilen Bulgular.....	16
2.3 Diyarbakır'da Devam Eden Turizm Geliştirme Faaliyetleri ve Projeler.....	20
2.4 Diyarbakır Turizminin Güçlü ve Zayıf Yanları ile Tehdit ve Fırsatları (GZTF)	24
2.5 GZTF Sonuçlarının Toplu Analiziyle Turizm Sektöründe Odaklanılması Gereken İhtiyaç Alanları	26
2.5.1 İmaj ve Pazarlama.....	26
2.5.2 Ürün Geliştirme ve Ürün Çeşitlendirmesi	27
2.5.3 Turizmin Gelişimini Sağlayacak Ortam.....	28
2.5.4 Sektör Yönetimi.....	29
3. Turizm Gelişim Stratejisinin Çerçevesi	31
3.1 Türkiye Turizm Stratejisi'nde Diyarbakır'ın Yeri	31
3.2 Vizyon.....	32
3.3 Stratejik Amaçlar	32
3.4 Büyüme Hedefleri	32
3.5 Pazar Konumlandırması	33
3.6 Diyarbakır Markası	34
3.7 Hedef Pazarlar.....	36
3.8 Turizmin Gelişiminde İzlenecek Prensipler	40
4. Turizm Gelişimde Stratejik Yönelimler	41
4.1 Stratejik Atılımlar	41
4.2 Stratejik Atılımların Ayrıntılandırılması.....	43
4.2.1 Diyarbakır'ın pazar imajının, turizm potansiyeli konusunda farkındalığın ve turizm talebinin geliştirilmesi	43
4.2.2 Turizm ürünlerinin turistler için sunulabilir ve talep görür hale getirilmesi	49
4.2.3 Yerel halkın turizmi sahiplenmesinin sağlanması ve sürece dahil olması	55
4.2.4 Turizm yönetiminde koordinasyonun ve işbirliklerinin iyileştirilmesi	57
5. Diyarbakır Turizm Stratejisi Eylem Planı	59

Giriş

Diyarbakır, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, eski Yukarı Mezopotamya'nın Dicle ve Fırat arasındaki verimli toprakları üzerinde kurulmuştur. Malatya, Elazığ, Bingöl, Muş, Mardin, Şanlıurfa, Batman ve Adıyaman illeriyle sınır komşusu olan Diyarbakır, güneyden ve doğudan gelen kavimlerin Anadolu'ya geçiş yolu üzerinde bulunması sebebiyle çok sayıda medeniyete evsahipliği yapmıştır.

Diyarbakır, tarihin birçok döneminde büyük uygarlıkların, tarihi ve ekonomik hareketlerin merkezi olmasının ve sahip olduğu zengin kültürel mirasın doğal sonucu olarak büyük bir turizm potansiyeline sahiptir.

Bu strateji belgesi, Diyarbakır'ın turizm potansiyelini performansa dönüştürmek amacıyla Diyarbakır Valiliği tarafından başlatılan ve Karacadağ Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen 'Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı' projesi kapsamında hazırlanmıştır. Bu sayede, ildeki turizm sektörünün, değer zincirini oluşturan tüm aktörlerle birlikte en yüksek ekonomik ve toplumsal faydayı yaratacak şekilde geliştirilmesi amacıyla atılması gereken adımların belirlenmesi hedeflenmiştir.

Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı hazırlama çalışması kapsamında;

- Diyarbakır'ın mevcut turizm performansı ve potansiyeli hakkında mevcut kaynaklardan veri ve bilgiler toplanmış ve bir literatür araştırması gerçekleştirilmiştir.
- Karacadağ Kalkınma Ajansı sekretaryasında faaliyet gösteren ve ildeki turizm paydaşlarının oluşturduğu Diyarbakır Turizm Platformu üyelerinin katılımıyla ortak akıl toplantısı mahiyetinde bir çalıştay düzenlenmiştir. Söz konusu çalıştayda,
 - Diyarbakır'ın turizm açısından güçlü ve zayıf yanları ile tehdit ve fırsatları tespit edilmiş;
 - Katılımcıların Diyarbakır turizm vizyonuna, potansiyeline, mevcut performansına ve bu potansiyelin nasıl harekete geçirileceğine dair görüşleri alınmış;
 - Diyarbakır için kısa ve orta vadeli turizm projelerine dair bir beyin fırtınası oturumu düzenlenmiştir.
- İldeki paydaşlarla yapılan birebir görüşmelerle bugüne kadar gerçekleştirilmiş ve halen gerçekleştirilmekte olan turizm projeleri ile Diyarbakır'ın turizm potansiyelinin harekete geçirilmesinin önündeki zorluk ve fırsatlara ilişkin görüşler alınmıştır.
- Diyarbakır merkezinde ve turizm açısından potansiyeli yüksek ilçelerinde inceleme, görüşme ve gözlemler gerçekleştirilmiştir.
- Genel olarak Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne özelde Diyarbakır'a turlar düzenleyen operatörlerle ve tur rehberleriyle mülakatlar yapılarak il turizmine ilişkin görüş ve önerileri derlenmiştir.

1. Diyarbakır Hakkında Genel Bilgi

Türkiye'nin güneydoğusunda bulunan Diyarbakır İli, Karacadağ yanardağı tarafından oluşturulmuş büyük bir volkanik platonun doğu tarafında ve Dicle Nehri'nin batı yakasında kuruludur. Yüzölçümü 15.355 km²'dir. Dicle Nehri, İl'in doğusunda güney yönünde akmaktadır. Diyarbakır'ın ilçeleri; Bağlar, Bismil, Çermik, Çınar, Çüngüş, Dicle, Eğil, Ergani, Hani, Hazro, Kayapınar, Kocaköy, Kulp, Lice, Silvan, Sur ve Yenişehir'dir.

Şekil 1 Türkiye’de Diyarbakır İlini gösteren harita



Diyarbakır tarihinin, önceleri M.Ö.3000 yılına kadar uzandığı bilinirken, son zamanlarda Çayönü kazıları ile yapılan araştırmalar sonucunda uygarlık geçmişinin M.Ö.7500 yıllarına kadar uzandığı belirlenmiştir¹. Diyarbakır ve çevresinde Hurriler, Mitanniler, Hititler, Asurlar, Medler, Persler, Büyük İskender, Romalılar, Bizanslılar, Araplar, Selçuklular ve Osmanlılar başta olmak üzere 33 uygarlık hüküm sürmüştür.

İl nüfusu genel olarak 1970’li yıllardan itibaren artış göstermiştir. Diyarbakır’daki nüfus artışının sebebi olarak yüksek doğurganlık oranının yanı sıra alınan göçler de gösterilebilir².

Nüfus verilerine bakıldığında, 2007-2008 arasında kırsal nüfus azalırken kentsel nüfusun azalan bir oranla da olsa artmaya devam ettiği gözlemlenmektedir. Kentsel nüfusun toplam nüfusa oranında 1970 genel nüfus sayımından bu yana artış gözlemlenmektedir. Bu durum

¹Diyarbakır Valiliği (http://www.diyarbakir.gov.tr/default_B0.aspx?content=1039)

²Karacadağ Kalkınma Ajansı, (2010). TRC2 (Diyarbakır-Şanlıurfa) Bölgesi 2010 Yılı Ön Bölgesel Gelişme Planı, Diyarbakır

Diyarbakır İli'nde kırsal nüfusun il içinde kentsel yerleşim merkezlerine ve/veya il dışına göç ettiğini ortaya koymaktadır (Tablo 1).

Tablo 1 Diyarbakır Nüfus İstatistikleri

Yıl	Kentsel Nüfus	Kentsel Nüfus Oranı	Kentsel Nüfus Artış Hızı	Kırsal Nüfus	Kırsal Nüfus Oranı	Kırsal Nüfus Artış Hızı	Toplam Nüfus	Toplam Nüfus Artış Hızı
1970	238.504	%41		342,704	%59		581.208	
1975	281.960	%43	%15	369,273	%57	%7	651.233	%11
1980	374.264	%48	%25	403,886	%52	%9	778.150	%16
1985	472.055	%51	%21	462,450	%49	%13	934.505	%17
1990	600.640	%55	%21	494,356	%45	%6	1.094.996	%15
2000	817.692	%60	%27	545,016	%40	%9	1.362.708	%20
2007	855.389	%59	%4	605,325	%41	%10	1.460.714	%7
2008	1.051.511	%70	%19	441,317	%30	%-37	1.492.828	%2
2009	1.079.160	%71	%3	435,851	%29	%-1	1.515.011	%1
2010	1.090.172	%71	%1	438,786	%29	%1	1.528.958	%1

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu-Nüfus, Demografi, Konut, Toplumsal Yapı İstatistikleri (11 Ağustos 2011 tarihinde erişilmiştir.)

Diyarbakır göç istatistikleri incelendiğinde ise 2007-2010 yılları arasında İl'in verdiği göçün aldığından fazla olduğu ortaya çıkmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2 Diyarbakır Göç İstatistikleri

	Toplam nüfus			Aldığı göç			Verdiği göç			Net göç			Net göç hızı		
	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2007-2008	2008-2009	2009-2010
Türkiye	71.517.100	72.561.312	73.722.988	2.273.492	2.236.981	2.360.079	2.273.492	2.236.981	2.360.079	0	0	0	0%	0%	0%
Diyarbakır	1.492.828	1.515.011	1.528.958	31.677	32.384	34.810	47.777	43.918	44.858	-16.100	-11.534	-10.048	-10,73%	-7,58%	-6,55%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu-Nüfus, Demografi, Konut, Toplumsal Yapı İstatistikleri (11 Ağustos 2011 tarihinde erişilmiştir.)

Diyarbakır İli, sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından 81 il içinde 63. sırada yer almaktadır.³ Türkiye İstatistik Kurumu'nun illere göre Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ile ilgili en son resmi verileri Diyarbakır İli'nin 2001 yılındaki GSYİH'sının 2.200.083.013 TL olduğunu göstermektedir. Diyarbakır GSYİH'sının ekonomik faaliyetlere göre dağılımı aşağıdaki tabloda özetlenmektedir. Buna göre, İl'deki GSYİH içinde en yüksek payı olan sektör tarımdır (%20,7). Tarım sektörünü %18,1'lik payla sanayi sektörü takip etmektedir.

³Devlet Planlama Teşkilatı (2003). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-ekonomik Gelişmişlik Sıralaması, Ankara.

Tablo 3 Diyarbakır İlinin ekonomik faaliyetlere göre GSYİH'si

Ekonomik Faaliyetler	GSYİH (TL/yıl)	Sektör Payları
Tarım	456.119.056	20,7%
Çiftçilik ve hayvancılık	452.830.353	20,6%
Ormancılık	2.850.992	0,1%
Balıkçılık	437.711	0,0%
Sanayi	397.343.386	18,1%
Madencilik ve taşocakları	143.098.101	6,5%
İmalat sanayi	72.874.584	3,3%
Elektrik, gaz, su	181.370.701	8,2%
İnşaat sanayi	139.895.904	6,4%
Ticaret	318.743.302	14,5%
Toptan ve perakende ticaret	289.264.869	13,1%
Otel lokanta hizmetleri	29.478.433	1,3%
Ulaştırma ve haberleşme	296.040.806	13,5%
Mali müesseseler	25.827.103	1,2%
Konut sahipliği	66.173.790	3,0%
Serbest meslek hizmetleri	34.560.505	1,6%
(eksi) İzafi banka hizmetleri	20.396.816	0,9%
Sektörler toplamı	1.714.307.035	77,9%
Devlet hizmeti	473.824.042	21,5%
Kar amacı olmayan özel hizmet kurumu	1.215.633	0,1%
İthalat vergileri	10.736.303	0,5%
GSYİH (alıcı fiyatlarıyla)	2.200.083.013	100%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu. Ulusal Hesaplar-Bölge ve İllere Göre GSYİH İstatistikleri, 2001.
(<http://www.tuik.gov.tr/ulusalhesapapp/ulusalhesap.zul?tur=2>)

Önemli bir diğer gösterge olarak işgücüne katılma oranı incelenmiştir: TÜİK'in 2010 Hanehalkı İşgücü Araştırması yıllık sonuçlarına göre, Türkiye genelinde işgücüne katılma oranı %48,8 olarak tahmin edilmiştir. Diyarbakır İli'nin işgücüne katılma oranı Türkiye ortalamasının altında %31,8 olarak gerçekleşmiştir. Yine 2010 yılında Türkiye genelinde istihdam oranı %43 olarak belirlenmiştir. Diyarbakır İli, %27,5'lik istihdam oranıyla, Türkiye'de istihdam oranının en düşük olduğu iller arasında yer almıştır. Diyarbakır'da 2010 yılı işsizlik oranı %13,5'dur. Bu oran, Türkiye genelindeki işsizlik oranı olan %11,9'un üzerindedir.

Altyapı ve ulaşım

Diyarbakır'a hem karayolu, hem hava ve demiryolu ile ulaşım sağlanabilmektedir. Diyarbakır ile Ankara ve İstanbul arasında her gün düzenli uçak seferleri yapılmaktadır. Diyarbakır il merkezi, bölge karayollarının kavşak noktasındadır. Kentten hemen hemen Türkiye'nin her yerine otobüs seferleri mevcuttur. Demiryolu bulunan tüm hatlarda Diyarbakır'dan tren seferleri bulunmaktadır. Ayrıca Ortadoğu ülkelerine taksi ile yolcu taşımacılığı da yapılmaktadır.

Diyarbakır İli'nde toplam ilköğretim okulu sayısı 1.099, genel lise sayısı 38, özel okullar sayısı 18, meslek lisesi sayısı 38, yabancı dil eğitimi veren liselerin sayısı 25'dir.⁴ İlde bir üniversite bulunmaktadır. Diyarbakır'da bulunan Dicle Üniversitesi'nin temelleri 1966 yılına dayanmaktadır. 1966 yılında Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi bünyesinde öğrenime açılan Diyarbakır Tıp Fakültesi, bugünkü Dicle Üniversitesi'nin temelini oluşturmuştur. Dicle Üniversitesi'nin 17.600 öğrencisi, 3.500 civarında kadrolu akademik ve idari elemanı mevcuttur. Üniversite, sunmakta olduğu öğretim hizmetleri dışında 1.200 yataklı araştırma hastanesiyle, aynı zamanda bölgenin sağlık merkezi konumundadır.⁵ Üniversite'de teknokent de mevcuttur. Resmi olarak 2009 yılında kurulan ve takip eden 1 yıl içerisinde inşaatı tamamlanan Dicle Üniversitesi Teknokenti, 1 Mart 2011 itibariyle firma kabul etmeye başlamıştır.

Diyarbakır İli'nde bulunan organize sanayi bölgesi 1991 yılında kurulmuştur. Organize sanayi bölgesinde halihazırda 199 firma bulunmaktadır. Bunlar içinde 120 firma imalat sektöründe, 40 firma inşaat sektöründe ve 39 firma ise proje taahhüt işlerinde faaliyet göstermektedir.⁶

⁴Diyarbakır İl Milli Eğitim Müdürlüğü resmi web sitesi

⁵Dicle Üniversitesi web sitesi <http://www.dicle.edu.tr/universite.html>

⁶Diyarbakır Organize Sanayi Bölgesi web sitesi

2. Diyarbakır'ın Turizmde Mevcut Durumu

2.1 Turizm Performans İstatistikleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri derlenerek yapılan analizde, Diyarbakır'ın ve karşılaştırmalı olarak çevre illerin mevcut turizm performansı konusunda aşağıdaki tespitler yapılmaktadır. Analize dahil edilen iller belirlenirken, Diyarbakır'a yakın olup turizm performans ve potansiyeli bakımından Diyarbakır'ı da içine alabilecek destinasyonların kapsayabildiği iller dikkate alınmıştır (Tablo 4 ve 5). Her ne kadar mevcut veriler, ildeki turizm faaliyetine yönelik genel bir resim ortaya koysa da İl'in turizm performansına dair daha detaylı analizlerin yapılabilmesini ve strateji için ölçülebilir hedeflerin ortaya konabilmesini sağlayacak kapsam, derinlik ve güncellikte istatistikler bulunmamaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2009 yılı istatistiklerine göre, Diyarbakır dahil 12 ili kapsayan bölgeye gelen toplam turistlerin yaklaşık %27'sini (532.056 turist) Diyarbakır'a gelen turistler oluşturmaktadır. Bunda önemli etken, yukarıda da belirtildiği gibi, İl'in hava ve kara ulaşımında merkezi bir konuma sahip olmasıdır. Bölgedeki diğer illere gelen turistler, Diyarbakır havaalanını giriş-çıkış noktası olarak kullanmakta ve karayoluyla geçişler de kent üzerinden olmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu veriler yorumlarken, turistlerin önemli bir kısmının Diyarbakır üzerinden diğer illere geçiş yapma durumu göz önüne alınmalıdır. Kente gelen turist sayısını yorumlarken dikkate alınması gereken diğer bir etken de göç konusudur. Takip eden sayfalarda TÜİK istatistiklerinden hareketle yapılan analizde de görüleceği gibi, Diyarbakır'a gelen turistlerin önemli bir kısmını, Diyarbakır'dan diğer illere ve ülkelere göç edenler oluşturmaktadır.

- Türkiye ortalamalarıyla karşılaştırıldığında, 2009 yılında Diyarbakır'a gelen turist sayısı, Türkiye'ye gelen turistlerin %1,18'ini oluşturmaktadır. Diyarbakır ve çevre illerin turizm performansına birlikte bakıldığında ise bu oran çok daha düşük seviyede olup, 12 ilin tamamına gelen turist sayısı Türkiye'ye gelen turistlerin ancak %4,32'sine tekabül etmektedir.
- Diyarbakır'a gelen turistlerin çok büyük bir kısmını (%96,04) yerli turistler oluşturmaktadır. Yabancı turist oranı bakımından, Türkiye'ye gelen turistlerin sadece %0,11'i Diyarbakır'ı tercih etmektedir. İle gelen yabancı turist sayısı çevre illerle karşılaştırıldığında, Antakya (%25), Mardin (%12,09), Adıyaman (%11,48) ve Gaziantep'in (%10,93), Diyarbakır'ın (%3,93) oldukça üzerinde yabancı turist çektiği görülmektedir.
- Türkiye'ye gelen turist sayısı 2007-2009 yılları arasında yıllık ortalama %1,89 artış gösterdiği halde Diyarbakır ve çevre illerin oluşturduğu bölgeye gelen toplam turist sayısında %0,43'lük düşüş yaşanmıştır. Bunda en büyük etken, bölgeye gelen yerli turist sayısındaki düşüştür. Yabancı turist sayısı yıllık ortalama %14,7 ile istikrarlı şekilde artış göstermektedir.
- 2008 yılında, küresel finansal krize bağlı olarak, ülke çapında gerek yerli gerekse yabancı turist sayısında önemli bir düşüş yaşanmış olmasına rağmen, aynı yıl Diyarbakır'a gelen turist sayısında %6'lık bir artış gözlemlenmiştir. Özellikle yabancı turist sayısı bu dönemde önemli seviyede ivme kaydederek %51 oranında artmıştır. Bu, aşağıda da görüleceği gibi, büyük oranda, Suriye ile vizenin kalkmasına bağlıdır. 2009 itibariyle Diyarbakır'a gelen toplam turist sayısında önceki yıla göre düşüş olsa da 2007'ye göre %1'lik bir artış yaşanmıştır.

Tablo 4. Diyarbakır ve çevre illerdeki turist sayıları

Diyarbakır ve çevre iller	Yabancı Turist			Yerli Turist			Toplam	
	Yabancı turist sayısı	İle gelen turist sayısı içindeki payı (%)	Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı içindeki payı (%)	Yerli turist sayısı	İle gelen turist sayısı içindeki payı (%)	Türkiye'ye gelen yerli turist sayısı içindeki payı (%)	Toplam turist sayısı	Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı içindeki payı (%)
Adıyaman	8.353	11,48	0,04	64.408	88,52	0,25	72.761	0,16
Bingöl*	857	2,72	0,00	30.665	97,28	0,12	31.522	0,07
Bitlis*	3.771	7,19	0,02	48.666	92,81	0,19	52.437	0,12
Diyarbakır	21.070	3,96	0,11	510.986	96,04	1,98	532.056	1,18
Elazığ	1.547	1,60	0,01	95.314	98,40	0,37	96.861	0,21
Malatya	4.122	2,81	0,02	142.738	97,19	0,55	146.860	0,33
Mardin	14.293	12,09	0,07	103.884	87,91	0,40	118.177	0,26
Muş *	4.939	6,59	0,03	70.030	93,41	0,27	74.969	0,17
Şanlıurfa	12.693	6,80	0,07	174.088	93,20	0,68	186.781	0,41
Batman	1.324	2,38	0,01	54.233	97,62	0,21	55.557	0,12
Antakya	59.027	25,00	0,31	177.047	75,00	0,69	236.074	0,52
Gaziantep	37.221	10,93	0,19	303.440	89,07	1,18	340.661	0,76
Diyarbakır ve çevre iller toplamı	169.217	8,70	0,88	1.775.499	91,30	6,89	1.944.716	4,32
Türkiye toplamı	19.304.422	42,84	100,00	25.760.739	57,16	100,00	45.065.161	100,00

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009.

*Bu iller Diyarbakır'a komşu olmaları nedeniyle destinasyon potansiyeli bakımından tabloya dâhil edilmişlerdir. Doğu turlarında söz konusu iller kapsamamaktadır.

Tablo 5. Yıllar itibariyle Diyarbakır ve çevre illere gelen turist sayısı

Diyarbakır ve çevre iller	Yabancı turist			Yerli turist			Toplam			Değişim (%)**
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007 - 2009
Diyarbakır	16.552	25.153	21.070	509.618	534.723	510.986	526.170	559.876	532.056	0,72
Adıyaman	12.894	7.202	8.353	99.664	68.946	64.408	112.558	76.148	72.761	-18,40
Bingöl*	63	91	857	32.577	24.882	30.665	32.640	24.973	31.522	1,37
Bitlis*	7.072	6.929	3.771	56.034	59.227	48.666	63.106	66.156	52.437	-7,95
Elazığ	707	1.210	1.547	106.400	104.008	95.314	107.107	105.218	96.861	-4,85
Malatya	3.210	2.964	4.122	137.842	115.210	142.738	141.052	118.174	146.860	4,03
Mardin	10.231	7.958	14.293	122.201	75.231	103.884	132.432	83.189	118.177	2,44
Muş*	880	6.964	4.939	59.868	53.323	70.030	60.748	60.287	74.969	11,80
Şanlıurfa	10.469	9.878	12.693	167.580	168.529	174.088	178.049	178.407	186.781	2,45
Batman	347	509	1.324	42.814	49.644	54.233	43.161	50.153	55.557	13,49
Antakya	32.744	39.869	59.027	182.104	190.422	177.047	214.848	230.291	236.074	4,85
Gaziantep	33.833	30.991	37.221	317.936	307.888	303.440	351.769	338.879	340.661	-1,57
Diyarbakır ve çevre iller toplamı	129.002	139.718	169.217	1.834.638	1.752.033	1.775.499	1.963.640	1.891.751	1.944.716	-0,43
Türkiye Toplamı	19.596.923	17.762.818	19.304.422	24.178.439	22.755.200	25.760.739	43.775.362	40.518.018	45.065.161	1,89

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009.

*Bu iller Diyarbakır'ın komşusu oldukları için analize dahil edilmiştir. Doğu turlarında bu iller kapsamamaktadır.

* *Her iki yıldaki büyümenin ortalaması alınmıştır.

- Diyarbakır'a gelen yabancı turistlerin çok büyük bir bölümü Suriye'dendir. Bunu sırasıyla İran ve Almanya takip etmektedir. 2008-2009 TÜİK verileri karşılaştırıldığında, 2009 yılında Suriye'den gelen turist sayısında çok büyük bir artış yaşandığı görülmektedir. Bunda en büyük etken, Türkiye ile Suriye arasında vize şartının kaldırılmış olmasıdır. Diğer dikkat çekici artış, İngiltere'den gelen turist sayınsındadır. Diğer yandan, Bağımsız Devletler Topluluğu, İran, İtalya gibi ülkelerde 2008-2009 yılları arasında düşüş görülmektedir (Tablo 6).

Tablo 6. Diyarbakır'a Gelen Yabancı Turist Sayısında İlk 10 Ülke

Ülkeler	2008	2009
Suriye	422	16.809
İran	9.024	6.799
Almanya	4.091	6.494
Hollanda	859	804
Fransa	1.022	811
Bağımsız Devletler Topluluğu	1.572	604
İngiltere	651	2.237
İsveç	584	488
ABD	431	676
İtalya	607	422

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

- Diyarbakır'da Turizm İşletme Belgeli tesislerin sayısı Türkiye'deki Turizm İşletme Belgeli tesislerin %0,6'sını oluşturmaktadır. İl'deki Turizm İşletme ve Turizm Yatırım Belgeli tesislerin sayısı, diğer bazı illerle karşılaştırmalı olarak Tablo 7'de gösterilmektedir. Diyarbakır'da 16 adet Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesis ve 46 adet Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesis bulunmaktadır. Halen ilde 5 yıldızlı 1 tesis bulunurken 4 yıldızlı 3 tane tesis bulunmaktadır.

Bu tesisler genelde il merkezinde bulunup ilçe olarak sadece Çermik'te Belediye İşletme Belgeli 20 Konaklama Tesis bulunmaktadır.⁷ İlde konaklama tesisleri sadece otel ve motel şeklinde bulunmakta, diğer tür konaklama tesislerinin eksikliği görülmektedir.

Tablo 7 Turizm İşletme Belgeli ve Turizm Yatırım Belgeli Tesisler

	Turizm İşletme Belgeli			Turizm Yatırım Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Diyarbakır	16	942	1.854	2	209	439
Nevşehir	44	3.852	8.324	10	784	1.774
İzmir	128	11.977	25.482	51	6.597	15.917
Türkiye	2.625	289.383	608.765	754	103.119	231.456

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009.

⁷ Diyarbakır Turizm Stratejisi, Diyarbakır Valiliği Kültür Turizm Proje Birimi, 2010.

- Diyarbakır'da 38 seyahat acentesi faaliyet göstermekte olup bunların 32'si A⁸ grubu, 6'sı da B⁹ grubudur.¹⁰
- Diyarbakır'a gelen yerli ve yabancı turistlerin ortalama kalış sürelerinin Türkiye ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Türkiye'de yabancı turistlerin ortalama geceleme süresi 4,13 gece iken, bu süre Diyarbakır için 1,85'dir. Yerli turistler için bu sayılar, Türkiye genelinde 1,74, Diyarbakır'da 1,17 gecedir. Tesislerin doluluk oranına bakıldığında Diyarbakır (%44,04) ortalaması Belediye İşletme Belgeli tesislerde Türkiye (%32,78) ortalamasının üstünde seyrederken, Turizm İşletme Belgeli tesislerde Türkiye ortalamasının altında olduğu görülmektedir (Tablo 8).

Tablo 8 Ziyaretçi Sayısı, Geceleme Sayısı, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları

		Diyarbakır	Türkiye
Ziyaretçi Sayısı	Yabancı	21.070	19.304.422
	Yerli	510.986	35.067.330
	Toplam	532.056	54.371.752
Geceleme Sayısı	Yabancı	39.009	79.670.940
	Yerli	598.26	44.718.277
	Toplam	637.269	124.389.217
Ortalama Kalış Süresi	Yabancı	1,85	4,08
	Yerli	1,17	1,74
	Toplam	1,20	2,66
Doluluk Oranı	BİBT [*] (%)	44,04	32,78
	TİBT ^{**} (%)	39,47	48,90

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009.

* Belediye işletme belgeli turizm tesisleri

** Turizm işletme belgeli turizm tesisleri

- TÜİK'in, bölgede yaptığı turizm anketlerinde bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin nerede konakladıkları ve bölgeye geliş amaçları sorulmuştur¹¹. Bu anketlere göre elde edilen sonuçlar şöyledir:
 - Diyarbakır'a gelen yerli turistlerin büyük bir bölümü (%67) arkadaş ya da akrabalarının evinde kalmaktadır. Kendi evinde kalan turist sayısı da yine önemli bir seviyededir (%20). Bölgenin genelinde de gelen yerli turistlerin çoğunlukla kendi evlerinde ya da arkadaş ve akrabalarının evlerinde konakladıkları; otel, motel gibi turistik tesislerde konaklamanın çok düşük seviyede gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu anketlerden, bölgeye gelen yerli turistlerin büyük bir kısmının, Diyarbakır'dan göç eden kişilerden oluştuğu sonucuna varmak mümkündür (Şekil 2).

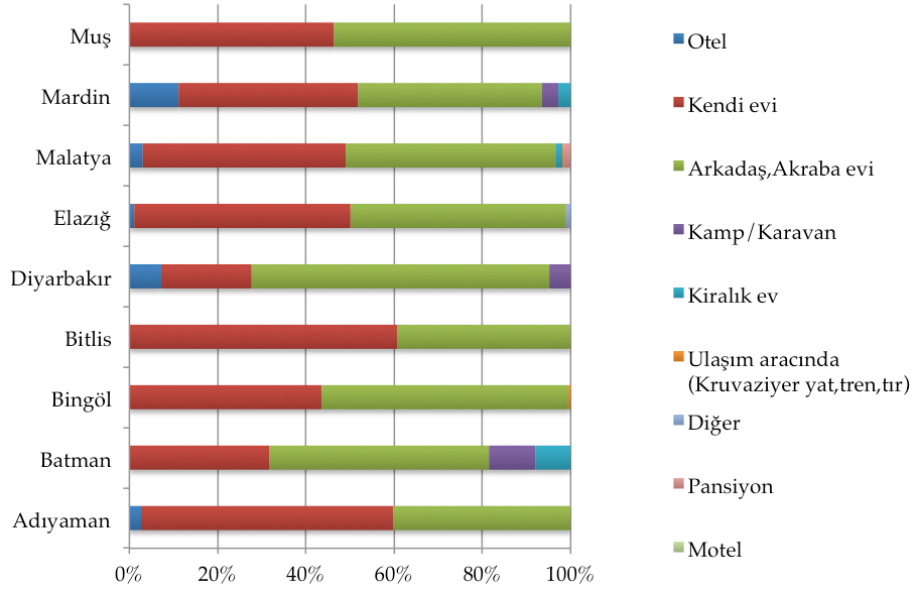
⁸ Tüm seyahat acentalığı hizmetlerini sağlar.

⁹ Kara, deniz ve hava ulaştırma araçlarına ilişkin rezervasyon ve bilet satış hizmetleri ile A grubu seyahat acentalarının düzenledikleri turların biletlerinin rezervasyonunu ve satışını yapar.

¹⁰ Diyarbakır Turizm Stratejisi, Diyarbakır Valiliği Kültür Turizm Proje Birimi, 2010.

¹¹ Türkiye İstatistik Kurumu, Turizm İstatistikleri Veritabanı, 2010.

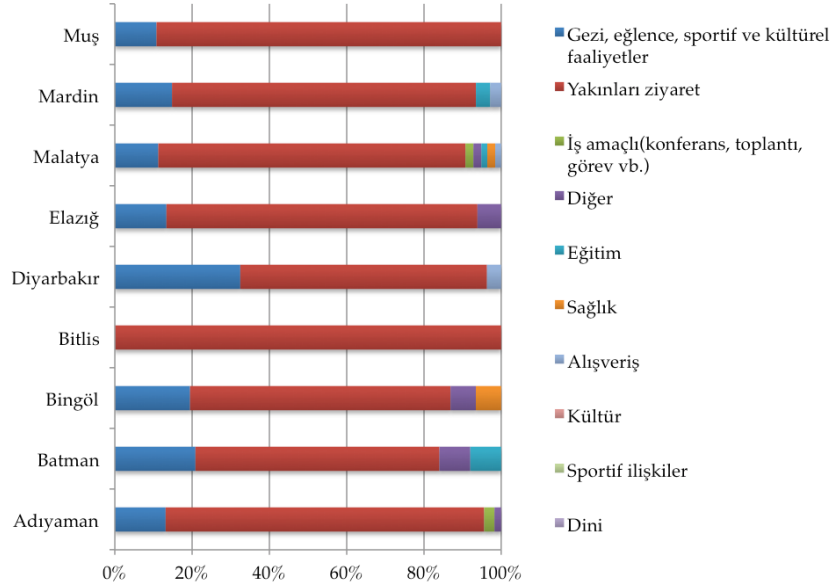
Şekil 2. Yerli turistlerin konaklama yerleri



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

- Yerli turistlerin büyük kısmı, Diyarbakır'a gelmelerindeki ana amacı "yakınları ziyaret" olarak ifade etmiştir. Çevre illerle karşılaştırıldığında, ziyaret sebebi olarak "gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerin" Diyarbakır için daha yüksek seviyede ifade edildiği dikkat çekmektedir. (Şekil 3).

Şekil 3. Yerli turistlerin ziyaret sebepleri

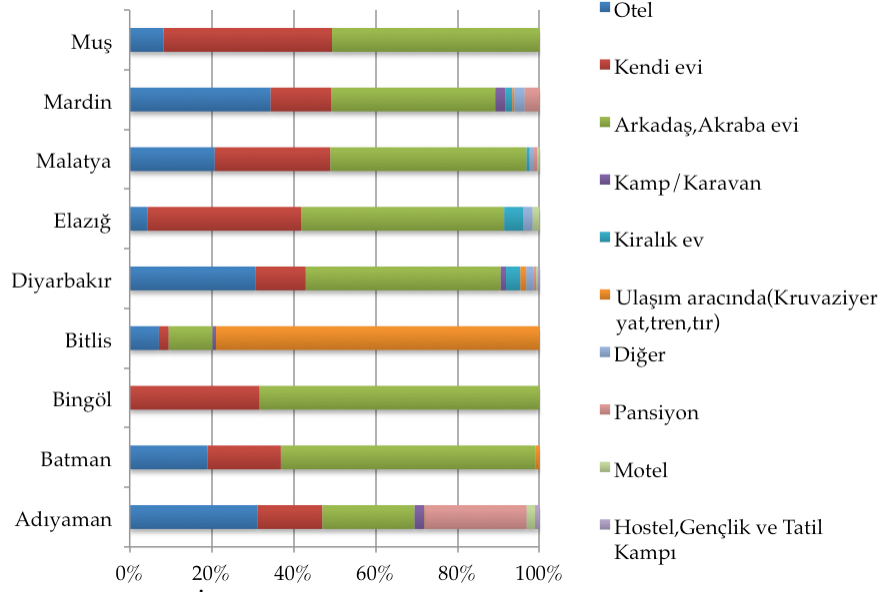


Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

- Bölgeye gelen yabancı turistlerin yerli turistlere göre daha fazla oranda otel, pansiyon gibi alternatif turizm konaklama tesislerini kullandıkları görülmektedir. Buna rağmen yabancı turistlerin de büyük bir kısmının kendi evleri veya arkadaş ve akraba evlerinde konakladıkları dikkat çekmektedir. Bu durum, bölgeye gelen

yabancı turistlerin önemli bir bölümünün de bölgeden yurt dışına göç eden Diyarbakırlılardan oluştuğunun bir göstergesidir. (Şekil 4).

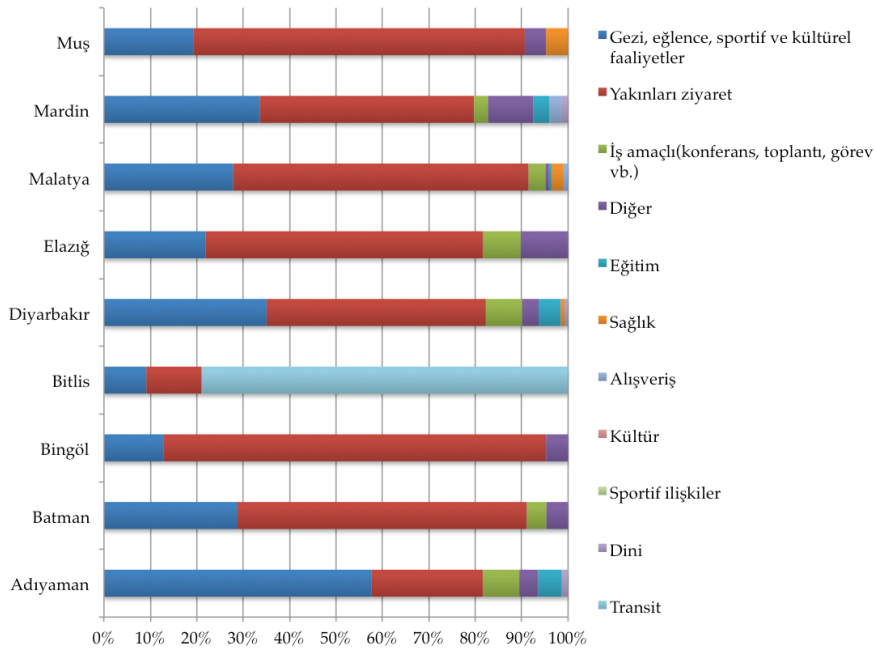
Şekil 4. Yabancı turistlerin konaklama yerleri



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

- Yabancı turistlerin bölgeye gelme sebepleri yerli turistler ile benzerlik göstermekte olup “yakınları ziyaret” belirtilen en önemli faktördür (%47) ve yukarıdaki göç tespitini doğrulamaktadır. Buna karşın ili ziyaret sebeplerini “gezi, eğlence, kültürel ve sportif faaliyetler” olarak belirtenlerin oranı da %35 olup, bölge ortalamasının (%29) üzerindedir (Şekil 5). Bu durum, ilin turizm açısından potansiyelini göstermektedir.

Şekil 5. Yabancı turistlerin ziyaret sebepleri



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

2.2 Bölgedeki Mevcut Turizm Faaliyetlerine İlişkin Yapılan Mülakatlardan Elde Edilen Bulgular

Geliştirilecek strateji için eldeki verileri doğru şekilde yorumlayabilmek ve stratejik önceliklerin belirlenmesinde girdi teşkil etmek üzere, Diyarbakır'daki mevcut turizm faaliyetlerine ilişkin saha verisi derlenmiştir. Bu amaçla, Diyarbakır'a tur düzenleyen tur operatörleri ve rehberlerle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Diyarbakır'ı turlarına dahil eden ve Türkiye'de faaliyet gösteren 10 tur operatörü tespit edilmiştir. Mülakatlar için bunların 8'sine ulaşılabilmiş ve Güneydoğu Anadolu turlarında sorumlu yetkililerle ve rehberlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu mülakatlar sonucu elde edilen bilgiler şunlardır:

- **Diyarbakır ve bölgesi, kültür turları kapsamında tercih edilmekte ve özellikle üst gelir grubundaki kesimlerce ziyaret edilmektedir.** Bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin büyük kısmı İstanbul, Ankara, İzmir'den gelmektedir. Önceki yıllarda bölgeye gelen turistlerin önemli bir bölümü orta yaş grubundan olsa da son senelerde 25-35 yaş grubundaki yerli turistler de bölgeye rağbet etmeye başlamıştır. Yine de bölgeye gelen yerli turistlerin büyük kısmını 35 yaş üzeri, üniversite mezunu, özel sektörde çalışan, gelir seviyesi yüksek ve kültürel değerlere meraklı kişiler oluşturmaktadır.
- **Bölgeye düzenlenen turlarda sadece Diyarbakır merkezi programa dahil edilmekte ve ilçeler ziyaret edilmemektedir.** Diyarbakır'da Ulu Cami, Diyarbakır Surları, Hasan Paşa Hanı, Cahit Sıtkı Tarancı Evi, Ziya Gökalp Evi, Keçi Burcu, Keldani Kilisesi, Dört Ayaklı Minare turistlere gezdirilen belli başlı mekanlardır. Bunların dışında Diyarbakır'ın ilçeleri turlara dahil edilmemektedir. Bölgeye yoğun turlar düzenleyen bir tur operatörü, geçmiş yıllarda Silvan'da Malabadi Köprüsü'nün de turlarına dahil olduğunu, ancak ilçedeki ve çevresindeki olaylardan dolayı daha sonra tur programından çıkarıldığını belirtmiştir. Diğer bir neden ise Eğil gibi ilçelerdeki turizm faaliyeti konusunda tur operatörlerinin bilgi sahibi olmamasıdır. Ayrıca, Ergani gibi ilçelerde bilinen ancak ziyaret edilmeyen turizm değerlerinin bulunduğu alanlarda gerekli turizm altyapısının bulunmamasının da bu durum üzerinde etkili olduğu görülmektedir.
- **Diyarbakır'ın efsanevi hikayeleri, müziği, folkloru ve sosyal yaşamı, turistlerde ilgi uyandırmaktadır.** Bölgeye gelen yerli turistler, tarihi kalıntılar ve müzeden ziyade yöresel yaşam tarzına, folklorik değerlere ve ünlü kişilerin evlerine ilgi göstermektedir. Yabancı turistler de bölge halkının yaşayış şeklini, kendi çabalarıyla gerçekleştirdikleri girişimleri merak etmekte ve öğrenmek istemektedir. Diyarbakır'ı gezen turistler, yöre halkının misafirperverliğinden duydukları memnuniyeti dile getirmektedirler. Bölgeye önyargıyla gelen bazı turistler bile yöre halkının sıcaklığından dolayı bölge hakkındaki düşüncelerini değiştirebilmektedir.

Yurt dışından bölgeye turist getiren bir turizm şirketinin yöneticisi bu durumla ilgili doğabilecek fırsatları şöyle ifade etmektedir:

“Yabancı turistler bölgedeki projeleri, örgütlenmiş kalkınma hareketlerini bilmek istiyor. Mesela bölgedeki kadınların organizasyonunu merak ediyorlar. Bölge kadınlarının bir araya gelip yaptıkları iş, onlarda tarihi eserleri gezmekten daha çok heyecan uyandırıyor. Bölgedeki insanların aile yapısını, kültürel altyapısını bilmek istiyorlar. Bölge halkıyla bu tip turistlerin bir araya getirilmesi, bölge insanları için yeni kapılar açabilir. Bölge kadınlarının kendi emekleri ile yaptıkları değerli el işlerini gören turistlerin, bu insanlara kartovizitlerini verdiğini gördük. Bu turistlerin bölgeye toplu sipariş vermesi, bu değerlerin yurt dışında tanıtılması gibi imkanlar uzak değil.”

- **Tur şirketleri, özellikle çevre iller içinde en fazla Mardin'in popülaritesinden bahsetmektedir.** Bölgeye düzenlenen turların büyük kısmında Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Mardin, Adıyaman, Kahramanmaraş, Antakya ve Van kapsamaktadır. Bu turlarda en fazla vakit geçirilen il genellikle Şanlıurfa ve Mardin olarak belirtilmiştir. Diyarbakır'da geçen tur süresi ise çoğunlukla yarım gün olarak ifade edilmiştir. Özellikle Mardin, turizm alanında sağladığı gelişmelerle en çok vurgu yapılan il olmuştur. Bu İl'de turistlerin ilgisini çekecek değerlerin başarıyla sunuluyor olması ve konaklama imkanlarının seçenek, kalite ve fiyat açısından çok daha uygun bulunması ifade edilmiştir. Mardin'in turizm alanında çok iyi organize olduğu, İl'e gelen turistlerin çok memnun ayrılıp burayı tekrar ziyaret etmek istedikleri özellikle üzerinde durulan konular arasındadır.
- **Şehrin temizliği ve hijyen sorunları turizm açısından acilen çözülmesi gereken sorunların başında gelmektedir.** Diyarbakır'daki sokakların, yolların, tuvaletlerin, restoranların ve özellikle sur içinde ve çevresindeki kirlilik, turistleri Diyarbakır'dan soğutan en önemli husus olarak dile getirilmektedir. Tur şirketleri ilde çevre temizliği ve restoran gibi mekanların hijyeni konusunda atılacak adımların, il imajı ve turizmi açısından büyük önem taşıdığına değinmişlerdir.

Bir tur rehberi, konuyla ilgili şunları söylemektedir:

"Özellikle yabancı turistler kente gelir gelmez karşılaştıkları kirlilikten ve yerel halkın hijyen konusundaki olumsuz tutumundan büyük rahatsızlık duyuyor. Turistin gözünde bu şekilde oluşan bir Diyarbakır imajını daha sonra değiştirmek çok zor ve turizm adına daha sonra sunduklarınızın kıymeti yok."

- **İldeki hırsızlık ve kapkaç olayları turistleri huzursuz etmekte ve olumsuz etkilemektedir.** Turistler, Diyarbakır'da özellikle sur içi ve çevresindeki hırsızlık vakalarından şikayetçi olmaktadır. Tur yetkililerinin belirttiğine göre sur içindeki çocukların turistlerin ellerinden cüzdanlarını almaya çalışmaları dahi görülen vakalar arasındadır. Bu gibi vakalar duyuldukça turistlerin bölgeye karşı ön yargısı ve gezi sırasındaki tedirginlikleri artmaktadır. Şehir içindeki sokak olaylarından ve hırsızlıktan dolayı bazı turlar polis nezaretinde gerçekleştirilmektedir. Sivil polisler de genelde yoğun bölgelerde konuşlanmaktadır. Bu durum bazı turistlerde güvenlik sorunun büyüklüğü konusunda endişe ve huzursuzluğa sebep olmaktadır.
- **Sokaklardaki çocukların durumu, turizme önemli sekte vurmaktadır.** Turistler sokaklardaki başıboş çocukların durumuna büyük üzüntü duymakta; çocukların turistlere karşı sergiledikleri tavırdan da huzursuz olmaktadır. Turistler otobüsten indikleri andan itibaren çocukların peşlerinden ayrılmaması ve ısrarcı hal ve tutumları; konuyla ilgili İl'de gerekli tedbirlerin alınmaması, tur operatörleri ve rehberlerce dile getirilen önemli hususlar arasındadır. Çocukların bu tavırları karşısında, yerel halkın çocuklara karşı sergilediği sert tutum da ziyaretçileri olumsuz etkilemektedir.

Mülakat yapılan bir rehber, yukarıdaki olumsuzluklara ilişkin olarak şunları söylemektedir:

"Mardin'de de güvenlik sorunları var. Bu, bölgeye gelmeyi tercih eden turist için caydırıcı değil. Yani Diyarbakır'a daha az turist geliyor olması ve turların Diyarbakır'da çok az bir süre geçiriyor olmaları güvenlik sorunu veya algısıyla ilgili değil. Diyarbakır sokaklarındaki kirlilik sorunu, turistleri iten ve bizi en çok zorlayan sorun. Buna altyapı sorunları, sokaklardaki çocukların tavrı, gezmek ve yemek yemek için gidilen yerlerdeki hijyen problemleri eklenince turist için kentin hiçbir cazibesi kalmıyor. Bir türlü çözülmeyen bu sorunlar yüzünden, Diyarbakır'da artık gruplarımızla en fazla 2-2.5 saatlik turlar yapıyoruz. Sorunların bu şekilde devam

etmesi halinde, Diyarbakır'ı rotamızdan çıkararak bölgeye geliş gidiş için başka bir kente yönelmeyi planlıyoruz."

- **Otel fiyatlarının yüksekliği ve kaliteli konaklama imkanlarının kısıtlılığı, Diyarbakır'da yapılan geceleme sayısını düşüren en önemli faktörlerdendir.** Yerli turistlere yönelik Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen turlar, 3 günden 8 güne kadar değişen sürelerde farklılık göstermektedir. Sürelerle bağlantılı olarak kapsanan iller de değişmektedir. Kısa turlarda yoğunlukla Diyarbakır'da konaklama yapılmadan 2-3 saat içinde turistler İl'de gezdirilmektedir. Uzun süreli turlarda veya bölgeden ayrılmak için Diyarbakır havaalanının kullanıldığı durumlarda, otellerle yapılan anlaşmaya ve tur programına göre en fazla 1 gece konaklama gerçekleşmektedir.

Tur şirketlerinin ilde daha uzun süreli konaklama yapmaktan çekinmelerinin en önemli sebebi, otel fiyatlarının yüksekliği olarak belirtilmiştir. Diyarbakır'da yapılan geceler, tur fiyatını birden yükseltebildiği için, alternatif olarak çevre illerde konaklamalar tercih edilmektedir. İldeki otellerin çevre illerle uyumlu olarak fiyatlarında düzenleme yapmalarının Diyarbakır'da yapılacak konaklama sayısını ciddi oranda artıracığı ifade edilmektedir.

Bir turizm şirketi yetkilisi bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

"Bölgenin en pahalı otelleri Diyarbakır'da. Turistin Mardin veya Urfa'da konaklaması ile Diyarbakır'da konaklaması arasında %30 fiyat farkı var. Bu durumda ben niye Diyarbakır'da geceleme programına alayım? Uzun turlarda Diyarbakır'a iniyoruz ve ancak mecbursak orada konaklıyoruz."

Otellerin altyapı kalitesi ve hizmet standardının artırılması gerektiği özellikle vurgulanmaktadır. Otellerin yıldız sayılarının gerektirdiği kalitede hizmet sunmalarının sağlanmasının altı çizilmektedir.

Başka bir turizm şirketi yetkilisinin konu ile ilgili ifade ettikleri ise şu şekildedir:

"Kesinlikle Diyarbakır'daki konaklama imkanları düzeltilmeli. Fiyat düşmeli ve kalite artmalı. Aslında kentte kalite bakımından kalınabilecek ancak 4-5 otel var. Diyarbakır'ı konaklamadan da görmek mümkün. Burada konaklamayı cazip hale getirmek için etkinlikler de düzenlenmesi çok önemli."

- **Diyarbakır'da akşam yapılacak aktivitelerin kısıtlı olması, ilde konaklamayı düşüren diğer bir etkidir.** Diyarbakır'da genellikle ilgili bazı vakalardan dolayı, tur şirketlerince turistlere gece şehirde bazı bölgelere gitmemeleri konusunda uyarı yapılmaktadır. Turistlerin gece yapacak aktivitelerinin kısıtlı olması ve bu nedenle akşamı otelde geçirmek zorunda kalmaları, Diyarbakır'da yapılan konaklama sayılarının düşüklüğüne etki eden nedenlerden biri olarak ifade edilmektedir. Bu durum, kentin turizmden elde edeceği geliri de düşürmektedir.

Bir rehber, konuyla ilgili deneyimlerini şu şekilde belirtmektedir:

"Yabancı turist gruplarını götürebileğimiz doğru dürüst bir mekan yok. Akşamları hijyen ve kalite açısından gönül rahatlığıyla turisti götürebileğimiz bir restoran bulamıyoruz. Akşamları katılabilecekleri bir etkinlik de yok. Diyarbakır'da konaklamak zorunda olduğumuzda turistler zamanlarını otelde geçirmek zorunda kalıyor."

- **Diyarbakır'da güvenlikle ilgili yaşanan olaylar ve medyaya yansıyan haberler turistleri olumsuz etkilemektedir.** Bunun sonucunda bazı turistler bölgeye gelmelerine rağmen Diyarbakır'ın tur programından çıkarılmasını talep etmekte,

bazıları da turlarını iptal ettirmektedir. Tur şirketleri müşterilerini kaybetmemek ve tedirgin etmemek için bu talepler doğrultusunda Diyarbakır'ı tur programlarından çıkarmayı tercih etmektedir. Bölgeye senelik 100 civarında tur programı düzenleyen bir operatör, 2011 yılında medyadaki haberler sebebiyle yaklaşık 15 programından Diyarbakır'ı çıkardığını dile getirmiştir. Başka bir tur şirketi, bölgedeki güvenlik sorunlarından dolayı, önceki yıllarda Diyarbakır'ı kapsayan 80-90 tur programı düzenlerken bu yıl program sayısını 20'ye düşürdüklerini ifade etmiştir. Diğer bir tur şirketi ise, şehirdeki olaylardan dolayı bu yıl seçimlerden önce 5-6 programlarını iptal etmek zorunda kaldıklarını söylemiştir. Bölgenin ve özellikle Diyarbakır'ın turizm alanında daha çok rağbet görmesi için, ildeki güvenlik sorunun çözülmesi ve özellikle medyada çıkan olumsuz haberlerin kontrol altına alınması gerektiği önemle dile getirilmiştir.

- **Park alanı ve trafik sorunu, turizmin önündeki engellerden bir diğeridir.** Trafiğin düzensiz oluşu ve turların otobüslerini park edecekleri alanların bulunmaması, turizm şirketlerince turizmi baltalayan etkenler içinde gösterilmiştir. Bir tur operatörü, park alanı olmamasından dolayı otobüslerini sokağa park ettiklerini, esnafın bundan rahatsız olduğunu ve bunun sonucunda şehir esnafı ile otobüs şoförleri arasında arbede yaşandığını ifade etmiştir. Şehirdeki tur araçlarının park sorununun çözülmesi önemli bir zorunluluk olarak vurgulanmaktadır.
- **Yabancı hükümetlerin bölge hakkındaki görüş ve yayınları, yurt dışı pazarları doğrudan etkilemektedir.** Yurt dışından turist getiren bir turizm şirketi özellikle Fransızların kültür turlarına duydukları ilgiden dolayı bölgeye taleplerinin yoğun olduğunu belirtmiştir. Almanya da yükselen pazarlar arasında gösterilmektedir. İngilizce konuşan ülkelerden turist getiren bir turizm şirketi ortağı, bazı devletlerin resmi web sitelerinde dünyadaki bazı bölgeleri tehlikeli olarak ilan ettiğini ve sigorta şirketlerinin de bu bölgeler için seyahat sigortası yapmadıklarını ya da çok yüksek fiyata yaptıklarını; Diyarbakır'ın da bu durumda olduğunu belirtmiştir.

Bir tur operatörü, bu durumun kendilerine yansımaları şöyle ifade etmiştir:

'Yabancı ülkelerin resmi web sitelerinin çok yakından ve dikkatli şekilde takip edilmesi gerekiyor. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin tehlikeli veya gidilmemesi gereken bölgeler listesine dahil edildiği durumlarda bölgeye gönderdiğimiz turist sayısında doğrudan düşüş yaşanıyor. Bu gibi durumların önlenmesi için bölge ve ülkedeki yetkililerin çalışmalar gerçekleştirmesi lazım.'

- **Görüşülen kesimler, sorunların iletilmesi ve çözülmesinde yetkili bir merci bulunamamasından ve erişilen kanalların çözüm üretmemesinden duydukları sıkıntıyı dile getirmişlerdir.** Tur operatörleri, Diyarbakır'ı da turist için cazip hale getirmek için atılması gereken adımları önermek; en azından yaşadıkları belli başlı ve kısa sürede çözülmesi gereken sorunları iletmek için yetkili bir merci bulmakta zorlandıklarını belirtmektedir.
- **Diyarbakır'daki belli başlı sorunların çözülmesiyle paralel olarak İl'in daha iyi tanıtılması ve daha çekici hale getirilmesi için çalışmalar yürütülmesi önerilmiştir.** Turizmin geliştirilmesi için Diyarbakır turizmi konusunda bilgili kişilerin tur şirketlerine yol göstericilik yapması, yeni tur programları oluşturmaları, Diyarbakır'da gezilecek yerleri çeşitlendirmeleri ve ilde geçirilen süreyi uzatmak için önerilerde bulunmaları gerektiği vurgulanmıştır. Diyarbakır'ın turizm için organize olması ve turizmi geliştirmek için hedef odaklı çalışmalar yürütmesinin sonuç vereceği düşünülmektedir.

2.3 Diyarbakır’da Devam Eden Turizm Geliştirme Faaliyetleri ve Projeler

Diyarbakır’da turizmin canlandırılması amacıyla uzun süredir farklı kurumlarca çeşitli proje ve faaliyetler yürütülmektedir. Bu çalışmalar, Karacadağ Kalkınma Ajansı’nın faaliyete geçmesiyle birlikte hız kazanmıştır. Ajans, teklif çağrılarında turizmi öncelikli bir sektör olarak tespit etmiş, bu amaçla tematik programlar başlatmıştır. Bu sayede, konuyla ilgili çalışan kurum ve kuruluşların çabalarında bir artış sağlanmış; desteklenen projelerle İl’in turizm potansiyelinin harekete geçirilmesi yönünde çalışmalar hız kazanmıştır. İl genelinde halen devam eden projelerin bir listesi aşağıda yer almaktadır (Tablo 9).

Tablo 9. Diyarbakır ilinde yürütülen turizm odaklı projeler

Karacadağ Kalkınma Ajansı Turizm Mali Destek Programı Projeleri	
Yürütücü Kurum	Proje Özet Bilgisi
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Kent Kimliğini Taşıyan Yönlendirmeler Özel Tasarımlı Tarihi Eser Bilgi Tabelaları Projesi Faaliyetler: Diyarbakır’a gelen ziyaretçilerin ilin tarihi ve turistik değerleri hakkında farkındalıklarını artırmak, eserlerin tanıtımını sağlamak ve eserler hakkında sosyal bir bilinçlenmenin oluşmasına katkıda bulunmak amacıyla: • Yönlendirme ve tabelaların tasarımı • Tarihi yazıtların tercüme edilmesi • Yönlendirme ve tabelalar yerleştirilmesi • Kültür ekranlarının yerleştirilmesi • Şehir girişlerinin tarihi mekân tanıtım-reklam tabelalarının tasarımı ve yerleştirilmesi faaliyetleri yürütülmektedir.
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: İçkale Adliye B Binası Restorasyonu Projesi Faaliyetler: • İçkale yerleşkesinde yer alan tarihi yapının restore edilerek işlevlendirilmesi • Restorasyon sonrası, yapının olası risklere karşı korunması
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Cahit Sıtkı Tarancı ve Ziya Gökalp Müzeleri Onarım Teşhir Tanzim Projesi Faaliyetler: Türk düşün ve edebiyat dünyasının iki önemli isminin yaşadıkları ve müze haline getirilen evlerin işlevlendirilmesi amacıyla aşağıdaki faaliyetler yürütülmektedir: • Müzelerin onarımı ve restore edilmesi • Teşhir ve tanzim çalışmalarının gerçekleştirilmesi (görüntülü sözlü tarih çalışmaları, sergileme elemanlarının tasarımı ve üretimi, kafe, kütüphane vb. hizmet birimleri mekanlarının tasarımı ve yerleşimi) • Tanıtım faaliyetleri (müzelere ait web sitelerinin oluşturulması, tanıtım filmlerinin çekilmesi ve diğer tanıtım faaliyetleri)
Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı	Proje Adı: Fiskaya Şelale, Kafe ve Gölet Projesi Faaliyetler: • Toplam 12 bin metrekarelik alanda peyzaj düzenleme çalışması • 974 metrekare alana sahip 2 gölet • Göletlere Z+1+Teras kattan oluşan kafe binası ve müştemilatlarının yapımı • Seyir teras ve kent terası inşası

Diyarbakır Sanayi ve Ticaret Odası	Proje Adı: Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi Kapasite Geliştirme Projesi Faaliyetler: Konferans Salonu, Fuaye Alanı, Danışma Bürosu, Güvenlik, Restoran, VIP Salonu İnşaat İşleri
Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası	Proje Adı: Keçi Burcu İşlevlendirme Projesi Faaliyetler: Burç içerisinde ıslak hacim yapım işleri
Ergani Kaymakamlığı	Proje Adı: Ergani Tarihi Hükümet Konağının Restorasyonu ve Turizm Amaçlı Kullanılması Projesi Faaliyetler: 1891 yılında inşa edilen ve 1990 yılına kadar hükümet konağı olarak kullanılan tarihi binanın restorasyonu - Binanın restorasyon sonrası konukevi olarak kullanıma açılması
Ergani Kaymakamlığı	Proje Adı: Çayönü ve Hılar Mağaraları ile Enuş Peygamber Türbesi ve Makam Dağının Turizme Kazandırılması Projesi Faaliyetler: Yol yapımı, çevre düzenlemesi ve aydınlatma işleri.
Eğil Kaymakamlığı	Proje Adı: Eko-turizm ve Turizm Alt Yapısı Geliştirilmesi Projesi Faaliyetler: - Eğil baraj gölü kıyısında bungalov tipi evlerin yapımı, - Yürüyüş ve gezinti için göl etrafında rekreasyon çalışmaları - Doğa ve ekstrem sporlara (trekking, yamaç paraşütü, kano) yönelik altyapı çalışmaları
Silvan Kaymakamlığı	Proje Adı: Hasuni Mağaralarının Korunması ve Turizme Açılması Projesi Faaliyetler: Hasuni Mağaraları girişinde 52 araçlık ve 4 otobüslük otopark, kafeterya, satış stantları, seyir terası, yürüme yolları, ahşap korkuluklar ve ışıklandırma yapılması
Çınar Kaymakamlığı	Proje Adı: Göksu Sosyal Tesisleri Projesi Faaliyetler: Göksu Baraj Gölü Çevresine 1 adet piknik alanı yapımı ve düzenlemesi
Çermik Belediyesi	Proje Adı: Termal Turizmin Gülümseyen Yüzü Projesi Faaliyetler: - Fiziksel faaliyetler kapsamında, kaplıca bölgesinde iyileştirme ve güzelleştirme çalışmaları yapılarak bölgenin cazibe merkezi haline getirilmesi - Sosyal faaliyetler kapsamında, bölgede spor turnuvalarının, kültürel etkinliklerin düzenlenmesi
Karacadağ Kalkınma Ajansı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı Turizm Projeleri	
Yürütücü Kurum	Proje Özet Bilgisi
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı Faaliyetler: Diyarbakır Turizm Platformu üyelerinin katkılarıyla İl için gerekli turizm stratejisi ve eylem planının hazırlanması
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Diyarbakır İlçeleri Kültür Envanteri Hazırlanması Projesi Faaliyetler: Diyarbakır ve ilçelerindeki kültürel değerlerin tespit edilmesi, belgelenmesi ve literatüre kaydedilmesi.
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Diyarbakır Surları Çalıştay ve Eylem Planı Projesi Faaliyetler: Surlar üzerindeki işaretlerin dilinin çözülmesi, simge ve

	- sembollerin açıklanması, - Yurtiçinde kültür ve inanç turizmi ile ilgilenen vatandaşlara Diyarbakır'ın tanıtılması, - Gençlerin ve yetişkinlerin Surları koruma bilincini yükseltmeye yönelik etkinlikler gerçekleştirilmesi, - Surların ve Suriçi'nin dış dünyaya tanıtılması, - Uluslararası Diyarbakır Surları Sempozyumu düzenlenmesi, - Surların Yol İşareti Kitabının hazırlanması
Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı	Proje Adı: Diyarbakır'ı Birlikte Tanıyalım Faaliyetler: Diyarbakır merkez ve ilçelerinin kültürel mirasının ve turizm değerlerinin tanıtımının sağlanacağı turist gezi rehberi ve gezi haritalarının basımının sağlanması
Çüngüş Kaymakamlığı	Proje Adı: Çüngüş Hamamı Restorasyon Projesi Çizimi Projesi Faaliyetler: Eserin restorasyonuna temel teşkil edecek çizimlerin yapılması
Diyarbakır İli ve İlçelerinde Yürütülen Diğer Turizm Projeleri	
Yürütücü Kurum	Proje Özet Bilgisi
Diyarbakır Valiliği	Proje Adı: Mezopotamya'dan Anadolu'ya Faaliyetler: - Proje kapsamında ilimizin kültürel mirasının ve farklı turizm aktivitelerinin tanıtımını sağlayacak broşür, kitapçık, gezi rehberi, gezi haritası gibi çalışmaların Türkçe ve İngilizce basımının sağlanması ve ilgililerle bu çalışmaların paylaşılması. - Diyarbakır ilimizin kültürel mirasını en iyi şekilde tanıtacak konun uzmanları akademisyen ve araştırmacılarla ortak bir çalışma içerisinde ilimizin değerlerinin en iyi şekilde irdelenmesi ve araştırılması adına bilimsel kitap çalışmaları (Ör: Medeniyetler Mirası Diyarbakır Mimarisi Kitabı, Osmanlı Belgelerinde Diyarbakır Kitabı) yapılması ile ilimiz merkez ve ilçelerinin kültür envanteri kitap çalışmalarının yapılmasının sağlanması.
Eğil Kaymakamlığı	Proje Adı: Ziyaret Projesi Faaliyetler: - Ziyaret tepesinde bulunan türbelerin yeniden inşası, - Çevre ve peyzaj düzenlenmesi
Çermik Kaymakamlığı	Proje Adı: Haburman Köprüsü Çevre Düzenlemesi Projesi Faaliyetler: Restore edilen köprünün çevre düzenlenmesi yapılarak aslına uygun hale getirilmesi
Silvan Kaymakamlığı	Proje Adı: Hasuni Mağaraları ve Mağara Yolunun Parke Yapımı Projesi Faaliyetler: Ören yeri girişinden sonraki yaya yolunun Hasuni'de kullanılan yöreye özgü kaya malzemeden yararlanılarak parke taş ile döşenmesi
Ergani Kaymakamlığı	Proje Adı: Enuş Peygamber Türbe Yolunun Asfalt Kaplaması Projesi Faaliyetler: Çevre düzenlemesi kapsamında asfalt çalışmaları
Eğil Kaymakamlığı	Proje Adı: Sahabe Mezarları – Hz. Zennun – Nebi Allak Türbeleri - Kasım Bey Kümbetleri İhata Duvarı Yapımı ve Baraj Yolu Kapasite Geliştirme Projesi

	Faaliyetler: • Taş duvar yapımı ve diğer altyapı işleri • Türbelerin çevre düzenlemesi • Türbelere giden yolların asfalt kaplamasının yapılması
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Proje Adı: Diyarbakır İl Merkezi'ndeki İç Kale ve Ergani İçlesinde Restorasyon Projeleri Faaliyetler: • İç Kale'de, Adliye A Binası, Eski Kolordu Binası, Cephanelik Binası, Eski Cezaevi, Komutan Atatürk Müzesi ve Jandarma Binasının restore edilmesi ve restorasyon çalışmalarından sonra bu yapıların Arkeoloji Müzesi olarak işlevlendirilmesinin sağlanması. • Ergani İlçesi'nde, Hilar Mağaraları'nın restorasyonu ve çevre düzenlemesinin sağlanması
Vakıflar Genel Müdürlüğü	Proje Adı: Sur ve Eğil İlçelerinde Restorasyon Projeleri Faaliyetler: • Sur İlçesi'nde; ○ Ulu Camii ve Külliyesi (Mesudiye ve Zinciriyе Medreseleri İle Birlikte) Restorasyonu, ○ İskenderpaşa Konağı ve ○ Hz. Süleyman Camii'nin restore edilmesi ○ Eğil İlçesi'nde • Peygamberler Türbesi'nin restore edilmesi ○ Hz. Zülküfl, Hz. Elyesa ve Nebi Harun Türbelerinin restorasyonunun sağlandığı ziyaret mekânın çevre düzenlemesi ○ Ziyaret mekânının kullanımı için gerekli sosyal donatı alanlarının ve mekanlarının inşası

Yukarıdaki tabloda yer alan projelere ek olarak, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nin "2010-2014 Yılı Stratejik Planı"nda 2014 yılına kadar ilde turizm alanında aşağıdaki hedefler doğrultusunda faaliyetler yürütülmesi ve projeler gerçekleştirilmesi öngörülmüştür:

- 2014 yılına kadar Diyarbakır'da bir uluslararası turizm fuarı düzenlenmesi konusunda girişimlerde bulunulması, fuarın gerçekleştirilmesi konusunda aktif rol alınması ve 2014 yılına kadar düzenlenen ulusal ve uluslararası fuarlara katılım sağlanması;
- Her yıl en az 13.000 yerli-yabancı turiste ve kent halkına rehberlik hizmeti sunulması ve bu alanda ihtiyaç duyulan materyallere ulaşımın sağlanması;
- Her yıl kentte turizm bilincini geliştirmeye yönelik gezi, seminer ve panel vb. aktiviteler düzenlenmesi.

2.4 Diyarbakır Turizminin Güçlü ve Zayıf Yanları ile Tehdit ve Fırsatları (GZTF)

GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIF YANLAR
- Diyarbakır'ın, güneyden ve doğudan gelen kavimlerin Anadolu'ya geçiş yolu üzerinde bulunması sebebiyle birçok tarihi olaya tanıklık ve medeniyete beşiklik etmesinin getirdiği kültürel derinlik ve zenginlik (sözlü tarih, mutfak kültürü, el sanatları, özgün yaşam biçimi ve gelenekleri vb.) - Diyarbakır'ı çevreleyen dünyanın en uzun şehir surlarının varlığı ve cazibesi - Özgün tarihsel öneme sahip eserlerin çeşitliliği, şehre kazandırdığı tarihsel önem (900'ün üzerindeki tescilli kültür varlığı) ve arkeolojik alanların varlığı (M.Ö. 10.000 yılına uzanan tarih, 30'un üzerinde medeniyete ev sahipliği, Neolitik çağın ilk yerleşimlerinin izlerini taşıyan Körtik Tepe vb.) - Sağlık turizmine yönelik olarak kullanılabilecek güçlü altyapının varlığı (Çermik Kaplıcaları ve Termal Tesisleri) - İnanç turizmi açısından önemli değerlerin varlığı ve korunmuşluğu (peygamber ve sahabe türbeleri, Meryemana Kilisesi, Ulucami vb.) - Doğal güzellikleri, tarihsel önemi ve bereketiyle Dicle Nehri'nin varlığı - Fuar ve Kongre Merkezi'nin varlığı ve yılda 10'dan fazla fuar düzenleniyor olması - Ulaşım kolaylığı (kara, demir ve havayolları)	- Kent genelindeki kirlilik ve hijyen sorunları - Yerel halkın turizm konusundaki farkındalık ve sahipliğinin düşüklüğü - Çocukların sokaklardaki durumları ve turistlere karşı tavırları - Bölgedeki güvenlik sorunları - Kent merkezindeki hırsızlık ve kapkaç problemleri - Şehir içinde ve turistik alanlarda otopark alanlarının yetersizliği ve trafik sorunları - Turizm için gerekli kalite ve standartta restoran ve diğer etkinlik ve hizmet alanlarının yetersizliği - Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesinin düşüklüğü ve fiyatların yüksekliği - Tarihi ve kültürel değerlerin/ varlıkların korunmasına, önemli arkeolojik buluntuların korunma ve sergilenmesine yönelik zafiyetler - Kent merkezinde restorasyonları bitmemiş olan turizm değerlerinin sahipsizliği; açık olanların bir kısmına ziyaret saatlerinde girilememesi - Sınır ülkelerden gelen ziyaretçilerin – direkt uluslararası uçuşların olmaması, havaalanının kapasitesi gibi nedenlerle– bölgeye ulaşmada yaşadıkları zorluklar - Alternatif toplu taşıma olanaklarının eksikliği - Turizm sektörüne yönelik kapasite geliştirme ihtiyacının devam etmesi - Sınırlı girişimcilik tecrübesi - Kamu ile özel sektör arasında ve sektör paydaşlarının kendi aralarında ortak çalışma deneyiminin ve kültürünün yeterince gelişmemiş olması - Rekabet içinde olunan diğer destinasyonlarda uygulanan standartlar ve yaşanan gelişmelere yönelik farkındalığın sınırlı düzeyde olması - Turizm alanında detaylı bir pazar araştırması bilgisinin eksikliği - Yörenin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik zafiyetler

FIRSATLAR	TEHDİTLER
- İçkale ve surların Cumhurbaşkanlığı'nın himayesine alınmış olması - Diyarbakır surlarının UNESCO'nun Dünya Kültürel Miras Ön Listesi'ne alınmış olması - Diyarbakır'ın "Türkiye Turizm Stratejisi (2023)" çerçevesinde "GAP Kültür ve Turizm Geliştirme Alanı"nda yer almış ve "İnanç Turizmi Koridoru"na dahil edilmiş olması - Turizme yönelik teşviklerdeki artış ve ildeki proje ve fon arama kültürünün yayılması - Bölgenin kalkınmasında turizmi ön plana çıkaran politik sahiplenme - Çevre illerde artan turizm bilinci ve faaliyetleri sayesinde Mardin gibi gelişen destinasyonlara Diyarbakır'ın dahil edilmesi imkanı - Yörede açık hava (outdoor) rekreasyon imkanlarının çeşitliliği, gelişme potansiyeli ve bu potansiyeli değerlendirmek üzere yürütülen çalışmalar - Diyarbakır surlarının ve ilin diğer önemli tarihi varlıklarının restorasyonu, korunması, turizme kazandırılması ve tanıtımına yönelik koordineli plan ve projelerin hazırlanmış ve başlatılmış olması - Turizm sektörüne yönlendirilebilecek genç nüfus oranının yüksekliği - Turizme yönelik orta öğretim ve yükseköğrenim kurumlarının sektörün kalifiye insan gücü ihtiyacını karşılayabilecek potansiyele sahip olması - İldeki sivil toplum örgütlerinin turizm alanında giderek artan ve aktif olarak devam eden faaliyetleri	- Turizm sektöründe çalışabilecek eğitimli insan gücünün bölge dışına göç etmesi - İl bazındaki kurumlar arası koordinasyon yetersizliği ve bunun sonucu olarak turizme yönelik faaliyetlerde önceliklendirme, sorumluluk paylaşımı ve kaynak verimliliği sorunlarının yaşanması - Bir kısım restorasyon çalışmalarının yarım bırakılmış olması ve bir kısmının tamamlanmasında gecikmeler yaşanması - Turizm alanlarında yapılan çevre düzenlemesi, restorasyon ve tamamlayıcı altyapıların projelendirilmesi ve projelerin uygulanması sırasında yeterince denetlenmemesi ve profesyonel proje yönetim anlayışıyla takip edilmemesi - Restorasyonlarda, eserlerin orijinal dokusuna ve özgünlüğüne zarar verecek uygulamaların yapılması; gerekli hassasiyet ve uzmanlığın uygulanmaması - İle yönelik güvenlik algısı ve bölge imajının turizmi olumsuz yönde etkilemesi - Çarpık kentleşmenin tarihi ve kültürel değerler ile, çevre ve insan üzerindeki olumsuz etkileri - Yatırımların turizm değerlerine zarar vermesi (Ilısu Barajı nedeniyle 12 kazı alanının sular altında kalacak olması gibi) - Bölgedeki ve Orta Doğu coğrafyasındaki güvenlik sorunları - Küresel finansal kriz nedeniyle turizm faaliyetlerindeki azalma - Dünyanın önemli turizm pazarları olan Kuzey Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya'ya uzaklığı - Çok merkezli bir turizm paketi geliştirmeye engel bir durum olarak, ülkenin gelişmiş turizm merkezlerine (Akdeniz bölgesi, İstanbul, Kapadokya) uzaklığı

2.5 GZTF Sonuçlarının Toplu Analiziyle Turizm Sektöründe Odaklanılması Gereken İhtiyaç Alanları

Yukarıdaki tespitlerden hareketle, Diyarbakır turizm sektöründe ele alınması gereken başlıca ihtiyaç alanları şu ana boyutlarda toplanmaktadır:

- İmaj ve pazarlama
- Ürün geliştirme ve ürün çeşitlendirmesi
- Turizmin gelişimini sağlayacak ortam
- Sektör yönetimi

Bu boyutlar özelinde öncelikle üzerinde durulması gereken ihtiyaçlar, aşağıdaki bölümlerde ele alınmaktadır.

2.5.1 İmaj ve Pazarlama

Son 10 yıl içinde Türkiye'nin turizm pazarında yaşanan hızlı büyüme sürecinden Diyarbakır'ın yeterince faydalanamadığı görülmektedir. Bu bakımdan odaklanılması gereken belli başlı ihtiyaç alanları şunlardır:

- *Pazar önyargılarının ve olumsuz algıların yönetilmesi ihtiyacı*

Diyarbakır hakkında iç ve dış turizm pazarındaki hedef kitlede oluşan ya da oluşabilecek önyargı ve olumsuz algıların, İl'deki turizm faaliyetlerini ve turizmden elde ettiği pazar payını negatif yönde etkilemesi kaçınılmazdır. Bu nedenle, önyargı ve algı yönetimine yönelik kapsamlı bir iletişim ve halkla ilişkiler çalışmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

- *Diyarbakır'ı, Türkiye'deki diğer destinasyonlardan ayıracak turizm markalaşması ve konumlandırmasına olan ihtiyaç*

Türkiye coğrafyasına yayılmış olan özgün ve çok çeşitli doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleri/varlıkları, ülkenin turizm sektörü açısından önemli bir artı olmakla birlikte, ülke içi destinasyonlar arasındaki rekabet açısından titizlikle ele alınması gereken bir konudur. Diyarbakır, çok çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olmanın getirdiği tarihsel ve kültürel zenginlik; inanç ve kültür turizmi başta olmak üzere turizmin pek çok alanı için sahip olduğu değer ve varlıklarla Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olmak için gerekli potansiyele sahiptir. İl'in diğer destinasyonlar arasında ön plana çıkabilmesi ve potansiyel hedef gruplar tarafından tercih edilir hale gelebilmesi için özgünlük ve çekiciliğin ön plana çıktığı bir farklılaşma ve bunun üzerine kurulu bir markalaşma yaklaşımına ihtiyacı bulunmaktadır.

- *Diyarbakır'ın, eşsiz bir turizm destinasyonu olduğu konusunda pazarda gerekli farkındalığı yaratma ve talebi oluşturma*

Türkiye'deki turizm destinasyonları arasındaki yüksek rekabet ve bölgenin kısıtlı pazar payı gözönüne alındığında, Diyarbakır'ın turizm alanındaki bilinirliğinin

ve sahip olduğu turizm değerleri hakkındaki farkındalığın artırılması büyük önem taşımaktadır.

- *Diyarbakır Havaalanı'nın çevre illere ulaşım için tercih ediliyor olmasının getirdiği avantajdan faydalanma*

Yukarıdaki bölümlerde de değinildiği gibi, Diyarbakır havaalanı, turistlerin çevre illere ulaşım için kullandıkları ana giriş noktası görevi görmektedir. Diyarbakır'ın bölgedeki diğer illere göre sahip olduğu bu avantajı en iyi şekilde kullanması, İl'deki turizmin canlanması açısından önemlidir.

- *Pazar performansı, talep eğilimleri ve ziyaretçi ihtiyaçlarının daha iyi anlaşılması*

Önceki bölümlerde belirtildiği üzere, Diyarbakır'ın mevcut turizm performansına ilişkin veriler kısıtlı düzeydedir. Ayrıca, turist talepleri ve ihtiyaçlarına yönelik veri de halihazırda bulunmamaktadır. Turizm sektöründe rekabetin boyutu, yeni turist profili ve küresel seyahat pazarındaki segmentasyonun giderek arttığı dikkate alındığında doğru turizm projelerinin üretilmesi ve uygulanması için tüm bu verilerin güvenilir ve karşılaştırılabilir şekilde düzenli olarak toplanması ve yorumlanması gerekmektedir.

2.5.2 Ürün Geliştirme ve Ürün Çeşitlendirmesi

Diyarbakır'daki turizm değerlerinin zenginliğine ve bölgeyi çekim merkezi yapabilecek niteliklerin fazlalığına rağmen özellikle turizm cazibe unsurları (mevcut turizm değerlerinin yaşam bulmasını ve turist açısından çekiciliğinin artmasını sağlayacak unsurlar) ile turizm hizmetleri çeşitlilik açısından kısıtlıdır ve genel olarak kalite seviyesi düşüktür. Bu bakımdan odaklanması gereken ihtiyaç alanları şunlardır:

- *Diyarbakır'a gelen turistlerin kalış sürelerini ve bu süre içerisindeki kişi başı ziyaretçi harcamalarını artırmak için bir ürün yelpazesi oluşturulması*

Diyarbakır, havaalanının varlığı ve çevre illeri için geçiş hattında bir durak olarak kullanılması nedeniyle, bölgeye düzenlenen turların önemli uğrak yerlerinden biri olmakla birlikte, geceleme istatistikleri ve tur programları incelendiğinde ilin henüz bir turizm destinasyonu olarak görülmediği anlaşılmaktadır. Bu eğilimin temel nedenleri, ildeki turizm tesisleri ile sektörel hizmetlerin çeşitlilik ve kalite yönünden turistleri cezbedecek düzeyde olmaması ve ildeki turizm etkinliklerinin ve imkanlarının yeterli seviyede bulunmamasıdır. Yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ile ürün yelpazesinin genişletilmesi, ilin sektördeki pazar payının artırılmasını sağlayacak temel unsurlardan biridir.

- *Diyarbakır'ın mevcut turizm değerlerinin ve ürünlerinin sunum boyutunda iyileştirilmesi*

Diyarbakır'daki mevcut turizm değerlerinin ve ürünlerin, ilgili hedef kitlelere mümkün olan en yüksek kalitede, profesyonelce ve albenisi yüksek bir şekilde sunulmasını sağlayacak iyileştirme çalışmalarına önem verilmesi gerekmektedir.

- *Ürün kalitesinin artırılması*

Turizme yönelik ürün ve hizmetlerin (örneğin tarihi ve turistik yerler, konaklama tesisleri, restoranlar, eğlence ve tur hizmetleri, vb.) kalitesinin yükseltilmesi ve turizm değerlerinin her daim “ziyarete hazır” halde tutulmasıyla, Diyarbakır’ın Güneydoğu Anadolu destinasyonunda çekicilik ve rekabetçiliğinin artırılması gereklidir.

- *Turizm sektöründe faaliyet gösteren mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (MKOBİ) gelişiminin ve turizm girişimciliğinin desteklenmesi*

Diyarbakır’da turizm sektöründe faaliyet gösteren mikro, küçük ve orta boy işletmelerin, ürün ve hizmet kalitelerinin iyileştirilmesi, insan kaynakları ve kurumsal becerilerinin geliştirilmesi, müşteri ilişkileri yönetimi başta olmak üzere yönetim becerilerinin güçlendirilmesi ve yeni ürün ve hizmet geliştirme ve sunma yetkinliklerinin (*inovasyon becerilerinin*) artırılması gerekmektedir. Bu sürecin aynı zamanda ildeki istihdamı artıracak şekilde yönetilmesine büyük ihtiyaç vardır. Benzer şekilde, hem sektörün gelişimi hem de istihdamın artırılması için inovasyona dayalı turizm girişimciliğinin teşvik edilmesi önemlidir.

- *Turizm kümelenmesinin gelişimi*

Diyarbakır’daki turizm değer zincirinin aktörlerine ve bunlar arasındaki iletişim, etkileşim ve işbirliğinin seviyesine bakıldığında, İl’deki turizm kümelenmesinin gelişim sürecinin ilk evresinde (*embriyonik dönem*) olduğunu söylemek mümkündür. Karacadağ Kalkınma Ajansı koordinasyonunda oluşturulan Diyarbakır Turizm Platformu kümenin nüvesini teşkil edecek durumdadır. Küme gelişim sürecinin hızlandırılması ve bu amaçla gerekli desteklerin ve liderliğin sağlanması, turizm sektörünün gelişimi açısından önem taşımaktadır.

2.5.3 Turizmin Gelişimini Sağlayacak Ortam

Bir yöredeki turizm sektörünün gelişiminde ve turizm faaliyetlerinin artmasında etkin pazarlama ve özgün bir ürün yelpazesi ön şart olsa da, turizm sektörünün gelişimi kendiliğinden olmaz. Sektörün gelişimini ve güçlenmesini sağlayacak kolaylaştırıcı ve destekleyici bir ortama ihtiyaç bulunmaktadır. Diyarbakır’da konuyla ilgili ihtiyaç alanları şunlardır:

- *Altyapının geliştirilmesi*

Diyarbakır’da turizmin gelişimi, turizm özelindeki altyapı kadar ilin genelindeki altyapının geliştirilmesine ve iyileştirilmesine bağlıdır. Söz konusu altyapı, ulaşımdan belediye hizmetlerine, bilişim altyapısından turistik tesislerin altyapılarına kadar uzanmaktadır. Bu bakımdan, Diyarbakır’da tüm altyapı ihtiyaçlarının turizmin gelişimine yönelik ihtiyaçla birlikte değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

- *Diyarbakır’da turizm konusunda toplumsal farkındalığın artırılması ve Diyarbakır halkının turizm olgusunu içselleştirmelerinin sağlanması*

Turizm sektörünün başarıyla geliştiği ve sürdürülebilir şekilde büyüdüğü örnekler incelendiğinde, bunda, yöre halklarının sahiplenici ve destekleyici

tutumlarının büyük payı olduğu görülür. Diyarbakır'da da halkın turizmi desteklemesi, sahiplenmesi ve içselleştirmesi için gerekli farkındalık düzeyine ulaşması ve süreçte aktif bir paydaş olarak görev alması önemlidir.

- *Diyarbakır'da gençlerin ve kadınların turizm sektörüne daha fazla dahil olmasının sağlanması*

Turizm faaliyetlerine yöredeki gençlerin ve kadınların dahil olması, turizm sektörünün gelişimini hızlandırırken elde edilen gelir ve faydaların toplumun tüm kesimlerine yayılmasını sağlar. Diyarbakır'da da turizm sektörü sayesinde istihdam ve gelir seviyesinin artması, dolayısıyla sektörün ekonomik ve toplumsal kalkınma sürecini desteklemesi, bu "dahil edilme ve dahil olma" çabalarının desteklenmesi ve yaygınlaşmasıyla mümkün olacaktır.

- *Turizm için nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi*

Turizmde hizmet çeşitliliğini, özgünlüğünü ve kalitesini garanti altına alacak ve turist memnuniyetini yükseltip süreklilik kazandıracak yegane kaynak, insan kaynağıdır. İldeki turizme yönelik öğrenim kurumlarının varlığına rağmen, sektörün yetişmiş kalifiye insan gücünden yararlanamaması durumu söz konusudur. Kalifiye iş gücünün, istihdam olanakları ve iş koşulları nedeniyle, turizmde görece gelişmiş bölgelerde çalışmayı tercih etmesi bu konunun bir boyutunu oluştururken, diğer bir boyutunu da sektörde halen istihdam edilen insan kaynağının kalifikasyonun yeterli seviyeye çekilmesi ihtiyacı oluşturmaktadır. Konuyu yakından ilgilendiren ve özellikle yetişmiş insan gücünün turizmde gelişmiş bölgelere göçmesine neden olan diğer önemli bir faktör, mevcut turizm tesis ve işletmelerinin bir bölümünde çalışanların kazanç ve özlük haklarına dair yaşanan problemlerdir.

- *İlin kültürel değerlerinin ve biyo-çeşitliliğin korunması*

Turizm değerlerinin ve biyo-çeşitliliğin sürdürülebilir şekilde ileriki nesillere aktarılması ve bu yöndeki irade ve vizyonun gösterilmesi, aynı zamanda Diyarbakır'ın turizm markasının güçlenmesine ve turistler için cazibesinin artmasına katkı sağlayacaktır.

2.5.4 Sektör Yönetimi

Diyarbakır'da, turizm sektörünün gelişimini planlama ve yönetme konusu, önemli bir ihtiyaç alanı olarak kendini göstermektedir. Bu kapsamda belirlenen ihtiyaç alanları şunlardır:

- *Planlama, projelendirme ve proje yönetimi standartlarının oluşturulması ve uygulanması*

Diyarbakır'da turizmin canlandırılmasına ayrılan kaynaklarla başlatılan projelerin bir kısmının yarım kalmış olması ve sahipsizliği; bir kısmında sürecin uzaması sorunları, projelerde olmayan yapıların yapımı ve yıkımı; yüklenici tarafından şartnamenin gereklerine göre inşa edilmemiş yapı ve altyapıların düzeltilme ve teslim süreçlerindeki belirsizlikler gibi pek çok olumsuzluk, sektörün gelişiminin önünde önemli engeller olarak durmaktadır. Bu durumun, profesyonel bir planlama, projelendirme ve proje yönetimi çerçevesinin ve standartlarının oluşturulması ve etkin bir şekilde uygulamasıyla aşılması gerekmektedir.

- *Yerel ve ulusal düzeyde kamu kurumları arasında turizm konusunda daha etkin iletişim, işbirliği ve koordinasyonun oluşturulması*

Kurumlararası iletişim ve işbirliğinin varlığı ve seviyesi, turizm sektörünün gelişim hızını belirleyici faktörlerin başında gelir. Hem ulusal hem de yerel seviyede kamu kurumları arasında Diyarbakır turizm sektörünün gelişimine ilişkin etkin ve güçlü bir iletişim, işbirliği ve koordinasyonun bulunması önem arz etmektedir.

- *Kamu, üniversite ve özel sektör arasındaki işbirliğinin ve iletişimin güçlendirilmesi*

Kamu kurumlarının kendi aralarındaki işbirliği kadar, özel sektör, üniversite ile kamu arasındaki iletişim ve işbirliği de sektörün sağlıklı ve hızlı gelişimi için önemlidir. Diyarbakır'da turizm sektörü kümelenmesinin gelişimini de ivmelendirecek bu iletişim ve işbirliğinin güçlü ve etkili şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Karacadağ Kalkınma Ajansı tarafından koordine edilen Diyarbakır Turizm Platformu'nun konuyla ilgili gerekli zemini oluşturabileceği düşünülmektedir.

- *Sektörün kaynak ihtiyacının karşılanması ve kaynakların etkin yönetimi*

Yukarıda sıralanan ihtiyaçların karşılanabilmesi ve bu sayede sektördeki gelişimin istenen seviyeye çekilebilmesi, finansal kaynaklar başta olmak üzere ilgili kurumların yeterli sayı ve nitelikte insan kaynağını harekete geçirmesiyle başarılabilir. Bu çerçevede, ihtiyaç duyulan bu kaynakların seferber edilmesinin yanında, kurumlar arasındaki görev paylaşımına bağlı olarak etkin ve verimli şekilde kullanılması yolunda gerekli hassasiyetin gösterilmesi gerekmektedir.

3. Turizm Gelişim Stratejisinin Çerçevesi

Diyarbakır'ın turizmde parlak bir geleceğe taşınması ve sürecin İl'deki sosyo-ekonomik kalkınma sürecini tetikleyip beslemesi için ulusal, bölgesel ve yerel paydaşlarca paylaşılan ortak bir vizyona sahip olunması önemlidir. Bu vizyon çerçevesinde ortaya konan ortak çabalar, İl'de turizm sektörünün gelişiminde gerekli ivmelenmenin sağlanmasına ve ortak hedeflere erişilmesine imkan tanıyacaktır. Bu süreçte izlenecek yol haritası aşağıdaki bölümlerde detaylandırılmaktadır.

3.1 Türkiye Turizm Stratejisi'nde Diyarbakır'ın Yeri

"Türkiye Turizm Stratejisi (2023)" belgesinde, Türkiye'de turizmin büyümesi için kitle turizminin sürdürülebilir bir seçenek olmadığının altı çizilmektedir. Stratejide, ayrıca, Türkiye'nin turizm ürün yelpazesini çeşitlendirmek için alternatif, tematik turizm türlerinin geliştirilmesi gerektiği de vurgulanmaktadır. Bunlar arasında, sağlık ve termal turizm, kış (kayak) turizmi, gurme turizmi, eko-turizm, yayla turizmi ve konferans turizmi gibi türler yer almaktadır.

Strateji belgesinde, 9 turizm gelişim bölgesi ve 7 turizm koridoru önerilmekte; Diyarbakır hem "GAP Kültür ve Turizm Geliştirme Alanı"nda hem de "İnanç Turizmi Koridoru"nda yer almaktadır. Buna göre;

- Stratejinin "GAP Kültür ve Turizm Geliştirme Alanı" bölümünde; *"Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak İllerini kapsayan bölgenin kültür turizminin yanı sıra golf turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, eko-turizm, yamaç paraşütü, trekking, su sporları, kanoculuk, kuş gözleme ve kongre turizmi gibi turizm türleri ile odaklı gelişimi sağlanacaktır. Bölgede, diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlanarak büyük çaplı kültür-inanç turizmi geliştirilecek, gerçekleştirilecek arazi ve kültürel yapı tahsislerinin yanı sıra yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve yatak kapasitesinin artırılması sağlanacaktır. Sonuç olarak mevcut konaklama kapasitesinin kültür-inanç turizmi çerçevesinde geliştirilmesi, ülkemizin batı kıyılardaki yabancı turistlerin uçakla bölgeye getirilmesi ile konaklama kapasitesi artırılacaktır"* ifadesi bulunmaktadır.
- Yukarıdaki paragraftaki vurgu, bölgedeki diğer illerle birlikte Diyarbakır'ın da kültür-inanç turizmi için geliştirilecek destinasyonlardan birisi olarak tanımlandığını göstermektedir. Buna ek olarak, stratejide Diyarbakır "İnanç Turizmi Koridoru"nun ana destinasyonlarından biri olarak gösterilmemiş olsa da, ilin bu koridora eklenmiş olması ve bu turizm türü için önemi üzerinde şu ifadelerle durulmuştur; *"Şanlıurfa'ya kadar ulaşan demiryolu bağlantısının Mardin'e oradan bir koldan Diyarbakır'a diğer bir koldan ise Siirt'te bağlanması İnanç Aksında ulaşımın çeşitlenmesi açısından önemlidir."*

Dolayısıyla Diyarbakır, ulusal stratejinin uygulanması aşamasında komşu iller Mardin ve Şanlıurfa ile birlikte avantajlı bir konuma sahiptir. İl'in turizm alanındaki gelişimi planlanırken ulusal stratejiyle bağlantının kurulması gerekmektedir.

3.2 Vizyon

Diyarbakır turizm stratejisini geliştirme sürecinde İl'deki paydaşlarla yapılan çalışmalar sonucunda oluşturulan turizm vizyonu aşağıda sunulmuştur.

Diyarbakır Turizm Vizyonu

Diyarbakır, dünyanın en çekici kültürel turizm destinasyonlarından biri haline gelecek ve sürekli gelişen, sürdürülebilir turizm ekonomisi ile yöre halkına yüksek istihdam ve sosyo-ekonomik faydalar sağlayacaktır.

3.3 Stratejik Amaçlar

Önceki bölümde ortaya konan mevcut durum analizine ve ihtiyaçlara bağlı olarak 2016 yılı itibariyle gerçekleştirilecek stratejik amaçlar şunlardır:

- *Diyarbakır'ın turizm pazar payını artırmak*
Diyarbakır'da yalnızca turist sayısı itibariyle değil, turizm geliri bakımından da ülke ortalamasının üzerinde bir büyüme hızı yakalanacaktır.
- *Turizm ürünlerinin kalitesini ve çeşitliğini artırmak*
Diyarbakır'ın yüksek kalitede ve özgün bir turizm ürünleri yelpazesiyle Türkiye'nin seçkin kültür turizmi destinasyonlarından biri haline gelmesi sağlanacaktır.
- *Özel sektör ve yeni girişimciler için fırsat-yoğun ve elverişli bir turizm ortamı yaratmak*
Sektör işletmelerinin özgün ve kaliteli ürün ve hizmetler sunar hale gelmesi ve bu sayede daha fazla katma değer üretip daha yüksek istihdam yaratmaları; aynı zamanda sektöre yeni, dinamik girişimciler kazandırılması için gerekli şartlar, altyapı ve ortam oluşturulacaktır.
- *Yerel halkın turizme aktif katılımını ve bundan ekonomik ve sosyal fayda elde etmesini sağlamak*
Diyarbakır halkının turizm farkındalığı, sektörü destekler ve sahip çıkar seviyeye gelecek; halk, turizm faaliyetlerine etkin şekilde katılarak bundan ekonomik ve toplumsal fayda sağlamaya başlayacaktır.

3.4 Büyüme Hedefleri

Diyarbakır'daki mevcut turizm faaliyetlerine ilişkin güncel, detaylı ve sağlıklı istatistiksel veriler bulunmadığından, İl'in gelecekteki durumuna ilişkin gerçekçi tahminler ve hedefler belirlemek mümkün değildir.

Bu amaçla, öncelikle, mevcut turizm performansını sağlıklı bir şekilde ortaya koyan verilerin toplanmasını sağlayacak bir çalışmanın yapılması ve izlenebilir ve ölçülebilir hedeflerin buna göre belirlenmesi sağlanacaktır.

Öte yandan, mevcut verilere dayanarak Diyarbakır için aşağıdaki iki temel gösterge belirlenmiştir:

- Ortalama geceleme sayısını yerli turistler için 1.17'den 2'ye; yabancı turistler için 1.85'den 2.5'e çıkarmak;
- A kategorisindeki konaklama tesislerindeki doluluk oranını %44'den %50'ye; B kategorisi tesislerdeki doluluk oranını %39'dan %45'e yükseltmek.

Yukarıda belirtilen veri toplama çalışması tamamlandıktan sonra elde edilen istatistiklere dayanarak bu iki göstergede belirtilen mevcut durum ve hedef verileri güncellenecektir. Ayrıca, Bölüm 4.2.1'de göstergelere ait mevcut durum ve hedef verileri belirlenerek stratejinin uygulama sürecinde gerekli izleme ve değerlendirmeler yapılacaktır.

3.5 Pazar Konumlandırması

Diyarbakır'ın turizm potansiyelinin harekete geçirilebilmesi için, İl'i Türkiye'deki diğer turizm destinasyonlarından ayıran bir pazar konumlandırmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Diyarbakır'ın turizm açısından en güçlü değeri, Yukarı Mezopotamya'da eski medeniyetlerin kalesi olma özelliğidir. Bu özelliği vurgulayan bileşenler şunlardır:

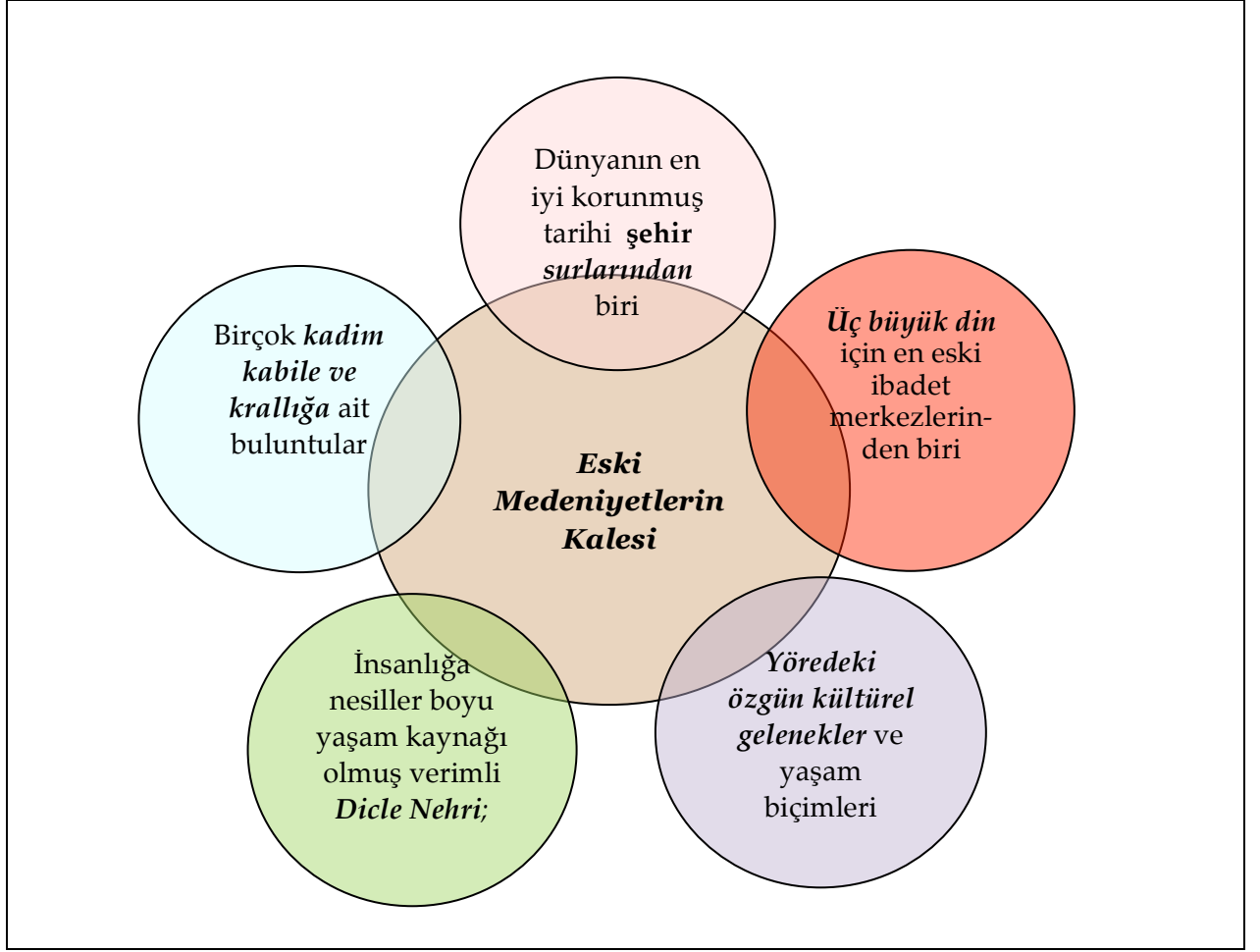
- Geçmiş yaklaşık 6.000 yıl önceye dayanan, dünyadaki en uzun ve en etkileyici şehir surlarının başında gelen ve tarih boyunca evsahipliği yaptığı çok sayıda medeniyetin imzasını taşıyan görkemli Diyarbakır Surları;
- M.Ö 9.000- 10.000 yıllarına tarihlenen, dünyanın en eski yerleşim yerlerinden biri olan Çayönü ve yeni kazı alanları;
- Eski Yukarı Mezopotamya medeniyetlerinin yaşam tarzlarını ve mimarilerini ortaya koyan çarpıcı yapılar, kaya mezarları ve diğer kalıntılar;
- Görkemi ve bereketiyle çağlar boyu farklı uygarlıklara evsahipliği yapmış olan Dicle Vadisi;
- Sanat, müzik, giyim-kuşam, dil, mutfak gibi kendine özgü pek çok farklı özelliği, geleneği ve yaşam biçimini barındıran bir kültür;
- Günümüz İslamiyet ve Hristiyanlık alemi başta olmak üzere 3 büyük din için önemli ve kutsal pek çok değer ve ibadethane.

Aşağıdaki Şekil 6, Diyarbakır'ın pazar konumlandırmasını "Eski Medeniyetlerin Kalesi" olarak oluşturmaya yarayan ana bileşenleri göstermektedir (buradaki ifade, bir slogan veya marka ifadesi olarak algılanmamalıdır; sadece farklılaşma yaklaşımının dayanağını ortaya koymak amacıyla kullanılmış bir ifadedir).

Bu konumlandırmaya bağlı olarak, Diyarbakır'ı Türkiye'deki diğer destinasyonlardan ayıran ve turistleri bu İl'e çekmek için kullanılacak 'temel satış vaadi', "*medeniyetinizin köklerini keşfedin*" ifadesi üzerine kurgulanmaktadır.

Bu vaadle, ziyaretçilere, Diyarbakır'daki özgün mimariyi, tarihi yapıları, antik kalıntıları, doğayı, yaşam biçimini, kültürü ve gelenekleri gözlemleyerek ve deneyimleyerek eski Mezopotamya uygarlıklarından bugüne uzanan yolu takip etme ve keşfetme fırsatı sunulacaktır.

Şekil 6. Diyarbakır için farklılaştırılmış turizm pazar konumlandırılmasının potansiyel bileşenleri



3.6 Diyarbakır Markası

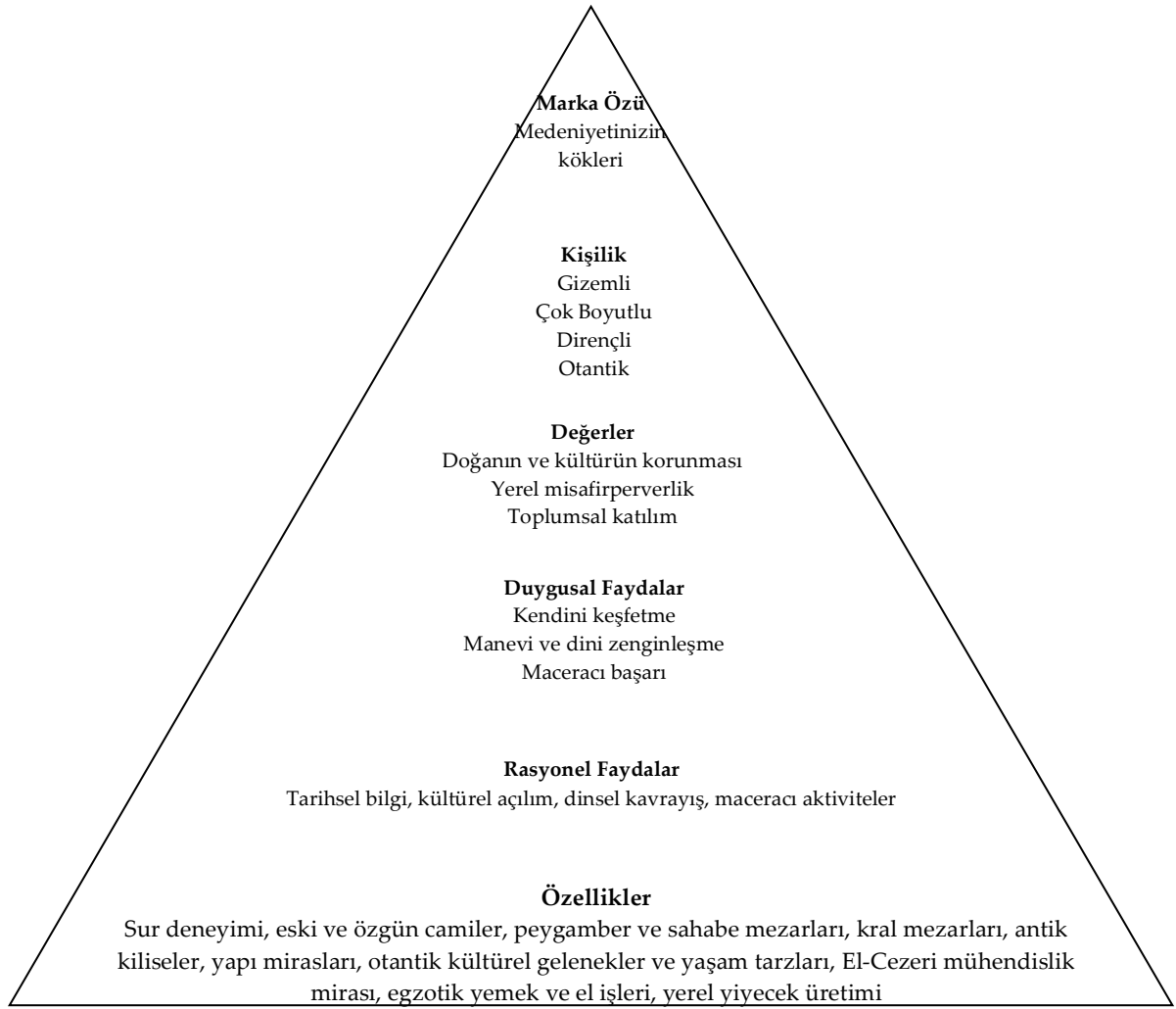
Diyarbakır markası geliştirilirken, başarılı ve yüksek değer taşıyan markalar halini almış destinasyonların, şu iki önemli özelliği bir arada barındırdığı gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır :

1. Ziyaretçiler açısından yoğun *duygusal anlamlar* taşıyor olmaları;
2. *Üst düzey çekicilikleri* (kulaktan kulağa yayılma, önemli haber değeri taşıma ve turistlerin beklentilerini yükseltme özellikleri).

Diyarbakır'ın marka değerleri, yüksek düzeyde duygusal anlam taşımaktadır. Yukarı Mezopotamya'nın ilk sakinlerinin yaşadığı ve bunların yaşam biçimlerinin günümüze taşındığı yer olarak günümüz medeniyetlerinin başlangıcını; pek çok tarihi cami, kilise, türbe ve diğer kutsal mekanlarda İslamiyet ve Hristiyanlık başta olmak üzere 3 büyük dinin köklerini keşfetmek, pek çok ziyaretçi için yoğun bir manevi yolculuk anlamına gelmektedir. Diyarbakır surlarının etkileyici uzunluğu, üzerlerindeki kitabeler ve surlara ait efsaneler, şehrin gizemini ve antik karakterini güçlendirmektedir. Dicle Nehri'nin gücü, güzelliği ve verimliliği, bölgenin kültürel zenginliğine ve tarımsal geleneğine tanıklık etmektedir.

Bunlardan hareketle tanımlanan Diyarbakır'ın turizm marka kimliği Şekil 7'de gösterilmektedir.

Şekil 7. Diyarbakır Turizm Marka Kimliği



Yukardaki marka kimliği, tüm tasarımlarda, iletişim, tanıtım ve ürün geliştirme faaliyetlerinde kullanılmalıdır. Pazarlama malzemeleri ve ürün tasarımları, eski kültürlere vurgu yaparak gizem ve otantikliği yansıtmalı; keşif ve maceraya davet unsuru içermelidir. Marka iletişimde, açı, renk ve ışık itibarıyla ilin marka kimliğini yansıtacak estetik özelliklerde ve yüksek kalitede fotoğraf kullanımına dikkat edilmelidir.

Marka imajını vurgulayabilmek için gerekli belli başlı uygulamalar şunlar olmalıdır:

- Yollarda, turistik yerlerde ve yapılarda, Diyarbakır'ın turizm marka kimliğine uygun şekilde profesyonelce tasarlanmış estetik yönlendirme işaretleri, levha ve tabelalar;
- Yerel ürünlerin paketleri üzerindeki ürün etiketlerinde marka kimliğini ön plana çıkaran estetik ve profesyonel tasarımlar;
- Oteller ve konaklama tesislerinde, restoranlarda, çarşı, dükkan ve mağazalarda marka kimliğini yansıtacak şekilde tasarlanmış kalite güvence çıkartmaları;
- Marka kimliğinin etkin şekilde ve profesyonel biçimde kullanılmasıyla tasarlanmış pazarlama ve tanıtım materyalleri ve reklamlar;

- Yerel etkinlikler boyunca marka kimliğinin vurgulanarak akıllarda kalıcı şekilde kullanılmasını sağlayacak uygulamalar (banner, roll-bar, vb.)

Önerilen pazarlama materyallerine ilişkin bilgi, takip eden bölümlerde yer almaktadır.

3.7 Hedef Pazarlar

Diyarbakır'ın pazar gelişim stratejisi, segmentasyon yaklaşımıyla şekillendirilmelidir. Bu amaçla, 3 ana pazar belirlenmiştir:

1. Yerel pazar (Diyarbakır ve çevre illerini kapsayan bölge pazarı)
2. Ulusal pazar
3. Uluslararası Pazar

Diyarbakır için potansiyel pazarlar ve bu pazarlara ait segmentler Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. Diyarbakır için potansiyel pazar segmentleri

Segmentler	Tanımı	Y	T	U
Günübirlik Yolculuk Edenler	Genellikle, yakın çevre illerden ve ilçelerden arkadaş ve akrabalarını ziyarete gelen ya da bir günlüğüne şehirden uzaklaşmak isteyen ailelerdir. Eğlence, alışveriş ve hoşça vakit geçirmekle ilgilenirler.	✓	-	-
Haftasonu Tatilcileri	En fazla 3-4 saatlik yolculukla şehre ulaşabilecek mesafede yaşayan; haftasonlarını ilginç bir yerde geçirmek isteyen ziyaretçilerdir. 3*+ otellerde kalırlar. İlgi alanlarına, İçkale'yi ve surları keşfetmek; yerel yaşantıyı gözlemlemek ve deneyimlemek; dinlenmek; yerel lezzetleri tatmak ve yerel ürünlerden almak girer.	✓	✓	✓
Sırt Çantalı Genç Gezinler	Diyarbakır'ın özgün tarihini, kültürünü, yaşam biçimini keşfetmek isteyen genç gezginlerdir. Yerel ulaşımı kullanırlar, pansiyonda kalırlar, bölge halkıyla etkileşime geçerler, kültürel yerleri ziyaret ederler, akşam eğlencelerine katılırlar. Maceracı aktivitelerde bulunurlar (surlarda yürüyüş, nehirde kanoculuk, gibi)	-	✓	✓
Bağımsız Kâşifler	Diyarbakır'ın özgün tarihi, kültürü ve yaşam biçimini tecrübe etmek isteyen bağımsız gezginlerdir. Herhangi bir tura bağlı değildir. Seyahat planlarını kendileri yaparlar ve genellikle kiralık araçlarla seyahat ederler. Apart otellerden butik otellere uzanan bir konaklama tercihleri vardır. İçkale'yi ve surları görmek, çevresini keşfetmek ve fazla iddialı olmayan aktivitelere katılmakla ilgilenirler (kısa arazi yürüyüşleri, tekne gezintileri gibi).	-	✓	✓
Grup Turları	Önceden organize edilen tur paketleri dahilinde Diyarbakır'ın özgün doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerini ve yaşam biçimini görmek isteyen yaşça daha olgun gezginlerdir. Daha ziyade geniş bölgesel tur paketlerinin bir parçası olarak Diyarbakır'a gelirler. Gruplar halinde ve tur otobüsleri ile seyahat ederler, önceden belirlenmiş otellerde kalırlar. Şehrin önemli mekanlarını dolaşıp belli başlı kültürel aktivitelere katılmayı tercih ederler.	-	✓	✓
Özel İlgi Grupları				
<i>Dini amaçla seyahat edenler</i>	Bağımsız ya da bir tur grubuyla, dini mekanları dolaşmak, inancının gereklerini yerine getirmek ve/veya dininin köklerini görmek için seyahat eden gezginlerdir. Kilise, cami ve diğer kutsal bölgeleri ziyaret ederler. Diğer tarihi ve kültürel mekanları da ikincil olarak gezer. Genellikle,	✓	✓	✓

	arkadaşlarında, akrabalarında ya da ucuz tesislerde kalırlar.			
Maceracılar	Diyarbakır'a gelme nedenleri tarihi macera destinasyonu olarak kazandığı ününden dolayıdır. Eğil'de dalma, surlarda tırmanış, Dicle'de nehir rafting gibi aktivitelerden hoşlanırlar. Orta seviye otel ya da pansiyonlarda konaklarlar ve önceden organize edilmiş ya da kiralık araçlarla dolaşırlar.	✓	✓	✓
Sanat ve Kültür Meraklıları	Sanat tarihi ve kültüre meraklı gezginlerdir. Turlarla ya da bağımsız olarak surları, burçları, mezarları, manastırları, kiliseleri, camileri gezmeyi amaçlarlar. Yerel yaşam tarzını ve kültürü tecrübe etmek isterler. Orta ve yüksek seviyedeki tesislerde konaklarlar.	-	✓	✓
Eko-Turistler	Bölgeye gelmelerindeki asıl neden kuş gözlemi ve botanik turizmdir. Özellikle kuşların yıllık göçleri, Dicle Vadisi ve dağlık bölgelerdeki bitki örtüsü ile ilgilenirler. Çoğunlukla organize gruplar halinde seyahat ederler. Apart otellerden lüks otellere uzanan geniş bir konaklama tercihleri vardır. Yerel olarak organize edilen ulaşım imkanlarını kullanırlar.	✓	✓	✓
SAVE (Bilimsel, Akademik, Gönüllü)	Çoğunlukla akademisyenler ve araştırmacılardan oluşur. Bölgeye gelmelerinin asıl amacı belirli konularda (tarihsel, sosyal, kültürel, kalkınma çalışmaları vb.) projeler yapmaktır. Orta düzey tesislerde ya da apart otel tarzı konaklama tesislerinde kalırlar. Genellikle yerel ya da şahsi ulaşım araçlarını kullanırlar.	-	✓	✓
Konferans, etkinlik turistleri	Bölgesel ya da yerel yönetimler ile şirketlerin büyük çaplı toplantı ve benzeri organizasyonları için gelirler. Toplantı salonu imkanları bulunan ve başka hizmetler sunabilen üst düzey konaklama tesisleri kullanılır.	✓	✓	✓

Y= Yerel pazar

T= Türkiye pazarı

U=Uluslararası pazar

✓ = Öncelikli hedef seviyesinde yer alan ✓ = Diğer hedef seviyesinde yer alan

Farklı pazar segmentlerini hedef alan stratejilerin belirlenmesinde şu 2 faktör önem taşımaktadır:

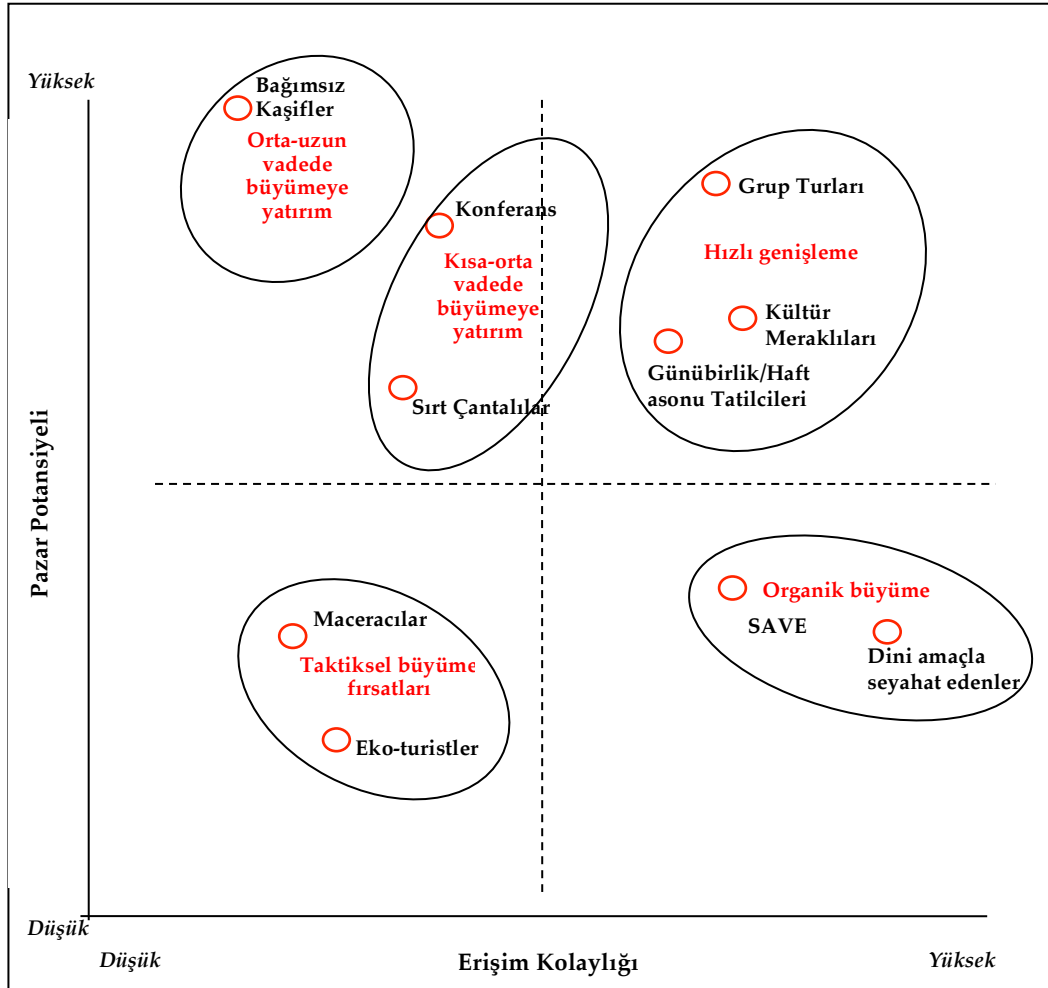
1. Segmentlerin taşıdıkları pazar potansiyeli (sayıca büyüklükleri ve harcama potansiyelleri)
2. Segmentleri çekim kolaylığı (erişilebilirlikleri, erişim maliyetleri ve bölgeye gelme konusunda hazır olma seviyeleri)

Şekil 8, yukarıda listelenen segmentlerin bu faktörlere göre konumlandırmasını göstermektedir. Şekilde de görüldüğü üzere, Diyarbakır için belirlenen segmentler, şu şekilde bir dağılım göstermektedir:

- **Hızla genişleyebilecek segmentler: Grup turları, sanat ve kültür meraklıları, günübirlik yolculuk edenler ve haftasonu tatilcileri.** Bu segmentler, orta-üst seviyede gelir bırakan turist kategorisine girmektedir. Turizm ürünlerinde yapılacak hızlı iyileştirme faaliyetleri ve pazarlama girişimleri sonucunda ulusal ve uluslararası seviyede hızla genişleme potansiyeli taşımaktadır.
- **Kısa ila orta vadede büyüyecek segmentler: Sırt çantalı genç gezginler ve konferans/etkinlik turistleri.** Bu iki segment, güvenlik koşullarının iyileşmesine ve insan kaynağı ile fiziki şartların gelişimine yeterli seviyede yatırım yapıldığı takdirde, önümüzdeki 2 ila 5 yıllık dönemde büyüyecek bir potansiyele sahiptir. Özellikle konferans/etkinlik turistleri, orta-üst seviyelerde gelir bırakan turist kitlelerinden oluşur.

- **Orta ila uzun vadede büyüyecek segmentler: Bağımsız kaşifler.** Üst seviyede gelir bırakan kesimden oluşur. Bu grubun çekilebilmesi için güvenlik şartlarının, insan kaynağının ve fiziki şartların iyileştirilmesine önemli ölçüde yatırım yapılması şarttır. En üst kalite seviyesinde hizmet bekleyen ve deneyime dayalı kaliteli ve özgün turizm ürünlerini tercih eden bu grubun çekilebilmesi için bu iki konuda da kapsamlı çalışmalar gerekmektedir. Bu gelişmelerin sağlanmasıyla 5 ila 10 yıllık bir periyotta bu segmentin büyümesi mümkün olacaktır.
- **Organik olarak büyüyecek segment: Dini amaçlarla seyahat edenler ve SAVE (Bilimsel, Akademik, Gönüllü).** Bu iki segment, ilginin artışına bağlı olarak doğal bir büyüme yaşayacaktır. Bu büyümenin sağlanabilmesi için insan kaynağı ve fiziki şartların iyileştirilmesi gerekmektedir. Birlikte önemli yatırımlara ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Taktiksel büyüme segmentleri: Eko ve Macera Turistleri.** Bu segmentler, spesifik etkinlik ve organizasyonlarla (yarışmalar, etkinlikler, festivaller, kuşların göç mevsimleri, vb.) çekilebilir ve böylelikle ilginin gelişimi ve dolayısıyla segmentlerin büyümesi tetiklenebilir.

Şekil 8. Hedef Segment Stratejisi



Segmentlerle pazarların durumuna yönelik yorum yapabilmek için, önceki bölümde verilen istatistiklere tekrar göz atmakta fayda bulunmaktadır. Bölüm 2.1’de de belirtildiği gibi, Diyarbakır’a ve çevresindeki illere gelen yerli ve yabancı turist istatistiklerine bakıldığında, aşağıdaki tabloyla karşılaşılmaktadır:

- Adıyaman (%12), Mardin (%12) ve Gaziantep (%11) dışında, Diyarbakır ve çevresine gelen yabancı turistlerin oranı %10’un altında kalmaktadır. Yerli turistler, toplam ziyaretçilerin önemli bir bölümünü (%90) oluşturmaktadır. Diyarbakır’a gelen turistlerin %4’den daha azı yabancıdır. Önemli bir oranda yabancı turist çeken en yakın il Antakya’dır (%25).
- Diyarbakır’a gelen yerli ve yabancı turistlerin yaklaşık %35’i gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyet, geri kalanı ise akraba ve arkadaş ziyaret ve iş toplantılarına katılmak amacıyla kente gelmektedir. Gezme amaçlı gelen yabancı turistler otellerde konaklarken aynı amaçla gelen yerli turistlerin sadece üçte biri otellerde kalmaktadır. Diğerleri ya şehirde kendilerine ait evlerinde veya arkadaş ve akrabalarının yanında konaklamaktadır.
- Yabancı ziyaretçilerin büyük bölümü (%50) Suriye ve İran’dan ve yaklaşık %20’si Almanya’dan gelmektedir.
- Diğer dikkat çeken pazarlar İngiltere ve Fransa’dır. Ancak, bu ülkelerden gelenler sayıca azdır.
- Yerel pazar bakımından ele alındığında, Diyarbakır’a yaklaşık 3 saatlik mesafedeki illerde 3,6 milyondan fazla nüfus yaşamaktadır. Batman, Şanlıurfa ve Mardin gibi iller, önemli yerel potansiyel teşkil etmektedir.

Bu verilerden ve segmentlerin çekilebileceği hedef pazarlardan yola çıkıldığında, önümüzdeki 5 yıl içinde aşağıdaki pazarlara odaklanılması öngörülmektedir:

Pazar Bölgesi	Hızlı büyüme potansiyeli bulunan pazarlar	Seçici, odaklı yaklaşılmasında yarar bulunan pazarlar
Avrupa	Almanya Fransa İngiltere	Bağımsız Devletler Topluluğu İtalya Hollanda Uzak Doğu (Japonya, Çin, Kore, Tayvan öncelikli olacak şekilde)
Orta Doğu	İran Suriye	Suudi Arabistan Birleşik Arap Emirlikleri
Türkiye	İstanbul Ankara İzmir Çevre iller	Türkiye’deki diğer büyük iller (Bursa, Konya, Adana, vb.)

3.8 Turizmin Gelişiminde İzlenecek Prensipler

Hedef pazar segmentlerine erişimde ve buna bağlı turizm gelişiminde aşağıdaki prensipler uygulanacaktır:

- Yerel halkın ve özel sektörün vizyonunun ziyaretçilerin beklentilerini karşılayacak şekilde genişletilmesi;
- Turistlerin paralarının karşılığını fazlasıyla alacakları kalitede ve aynı kalite seviyesini sürekli tutturacak şekilde ürün ve hizmet sunumunun sağlanması;
- Turizm paydaşları arasında geliştirilecek işbirliği ve ortaklıklarla güçlü bir turizm kümelenmesi yapısının oluşumu;
- Paydaşlar arasında açık, şeffaf ve yapıcı iletişimin sağlanması ve kalıcı kılınması;
- Kadınlar ve çocuklar başta olmak üzere yerel halkın turizmin faydalarından yararlanmasının sağlanması;
- Tüm Diyarbakırlıların, İl'i bir turizm destinasyonu olarak tanıtacak ve gelen turistlere güvenli, temiz ve kucaklayıcı bir ortam sunacak şekilde birer *"turizm gönüllüsü"* haline getirilmesi;
- *"Sorumlu Turizm"* yaklaşımının bir gereği olarak küresel açıdan kabul gören aşağıdaki prensiplerin¹² tüm paydaşlarca benimsenmesi:

Sorumlu turizm yaklaşımı,

- Olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri azaltır;
- Yerel halk için daha fazla ekonomik fayda sağlar ve evsahibi toplumların refahını artırır;
- Turizm endüstrisine erişimi ve çalışma koşullarını geliştirir;
- Yerel halka kendi yaşamlarını ve yaşam koşullarını etkileyen kararlarda söz hakkı tanır;
- Çeşitliliği de kapsayarak doğal ve kültürel mirasın korunmasına olumlu katkı sağlar;
- Yerel halkla daha anlamlı bağlantılar kurarak turistlere çok daha keyifli deneyimler kazandırır ve yerel, kültürel, sosyal ve çevresel konuların çok daha iyi anlaşılması sağlar;
- Bedensel engellilerin turizme erişebilmesini sağlar;
- Kültürel anlamda duyarlıdır, turistler ve turist kabul eden toplumlar arasında saygıyı teşvik eder ve yerel düzeyde gurur ve güven oluşturur.

¹² Uluslararası Sorumlu Turizm Merkezi, Cape Town Turizm Güzergahlarında Sorumlu Turizm Bildirgesi

4. Turizm Gelişimde Stratejik Yönelimler

Bu bölümde yer alan stratejiler, yukarıda ortaya konan stratejik çerçeve doğrultusunda Diyarbakır turizmini geliştirebilmek için gerekli ana stratejileri ve girişimleri ortaya koymaktadır.

Söz konusu stratejilerin başarıyla hayata geçirilmesi, üst düzey bir koordinasyon yapısı gerektirmektedir. Bu koordinasyonun Diyarbakır Turizm Platformu Yürütme Kurulu tarafından gerçekleştirilmesi öngörülmektedir. Halihazırda bu kurul, Diyarbakır Valisi, Büyükşehir Belediye Başkanı, Dicle Üniversitesi Rektörü, Karacadağ Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri, İl Kültür ve Turizm Müdürü, İl Genel Meclisi Başkanı Vekili, Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı, Diyarbakır Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Başkanı, Diyarbakır Sanayici ve İşadamları Derneği Başkanı ve Turizm ve Tanıtma Derneği Başkanı'ndan oluşmaktadır.

4.1 Stratejik Atılımlar

Önümüzdeki 5 yıl içinde Diyarbakır turizminin gelişimini sağlayacak dört ana atılım alanı şu şekilde belirlenmiştir:

- I. *Diyarbakır'ın pazar imajının, turizm potansiyeli konusunda farkındalığın ve turizm talebinin geliştirilmesi*
Diyarbakır turizmi, bölgede önceki yıllarda gerçekleşen olaylar ve devam eden çatışmalardan olumsuz şekilde etkilenmektedir. Turizm pazarında, Diyarbakır'a karşı oluşan tereddüt ve endişenin bir bölümü bu olaylardan kaynaklanıyor olsa da, güvenilir bilgi ve iletişim eksikliğinden dolayı ortaya çıkan bir önyargının ve abartılı bir yanlış algının varlığı da açıktır.
- II. *Turizm ürünlerinin turistler için sunulabilir ve talep görür hale getirilmesi*
Diyarbakır, ziyaretçiler için çok sayıda cazip ürüne sahip olsa da bunların kalitesini artırmak, turist için istenir ve aranır hale getirilmesini sağlamak; altyapı, imkan ve hizmetleri önemli ölçüde iyileştirmek gerekmektedir.
- III. *Yerel halkın turizmi sahiplenmesinin sağlanması ve sürece dahil olması*
Diyarbakır'ın turizm vaadi, büyük ölçüde etkileyici eserlere, binalara, ibadethanelere, mezarlara, türbelere ve diğer insanlık tarihi kalıntlarına dayanmaktadır. Bunların önemli bir kısmı, il nüfusunun yoğun olduğu yerlerde bulunmaktadır. Dolayısıyla, ziyaretçilerin bu turizm değerlerini keşfederken yerel halkla karşılaşması ve etkileşimi kaçınılmazdır. Bu etkileşim sürecinde, aynı zamanda, kaliteli bir şekilde ve yaratıcı sunum biçimleriyle turiste sunulacak Diyarbakır kültürü ve yaşam biçimi sayesinde turizm pazar payının ve gelirlerinin artırılması ve bu gelirin tabana yayılması mümkündür. Bu bakımdan, yerel halkta turizm farkındalığının ve sahipliğinin artması ve insan kaynaklarının gelişimi, önemli bir stratejik atılım başlığıdır.
- IV. *Turizm yönetişiminde koordinasyonun ve işbirliklerinin iyileştirilmesi*
Turizm değer zinciri, diğer sektörlerden çok daha karmaşık bir zinciridir. Bu değer zincirinde hizmet sunumu, turistin seyahat için gerekli araştırmaları yaptığı anda başlar ve destinasyondan ayrıldığı ana kadar devam eder. Tüm bu süreçte de özel sektörden kamu sektörüne kadar pek çok farklı kurumun

işin içinde olması söz konusudur. Dolayısıyla, sadece direkt turizm sektörünün içindeki aktörler değil; havaalanından, yer hizmetlerine, otobüs terminali işletmesine, il altyapısına, güvenliğe kadar pek çok bileşen, turizm hizmet sunumu için önemlidir.

4.2 Stratejik Atılımların Ayrıntılandırılması

4.2.1 Diyarbakır'ın pazar imajının, turizm potansiyeli konusunda farkındalığın ve turizm talebinin geliştirilmesi

Diyarbakır'ın turizm imajının iyileştirilip güçlendirilmesini sağlayacak iletişim yaklaşımının uygulamaya konabilmesi için turizm konusunda iş ve güçbirliği yapma yolunda ortak iradeye ihtiyaç bulunmaktadır.

Yerel ve ulusal düzeyde anahtar konumdaki karar vericilerin ve uygulayıcıların, İl'in iletişim yaklaşımı ve mesajları konusunda hemfikir olması ve konuya ilişkin tüm faaliyetlerde tutarlı bir şekilde bu yaklaşım ve mesajları kullanmaları önem taşımaktadır.

Aşağıda, iletişim stratejisi için temel teşkil edebilecek uygulamalara yer verilmektedir.

Turizm değeri	İletişimde kullanılacak unsurlar
Diyarbakır Surları	Surlara ve burçlara ait tarihsel öyküler ve efsaneler ile bunların korunmasına, rehabilitasyonuna ve işlevselleştirilmesine ilişkin gerçekleştirilen çalışmalara dair mesajlar ve haberler İçkale'deki önemli eserlere ve buluntulara dair öyküler ve bunların haberleştirilmesi Surları yerli ve yabancı ünlülerin ziyareti ve bu ziyaretlere ve ünlülerin surlara ilişkin görüşlerine yönelik haberler Surlarda ve surların etrafında gerçekleştirilecek etkinlik ve festivaller ve bunlara bağlı haberler
Dicle Nehri	Nehrin görkemini, doğal cazibesini ve bölgede yaşamış olan medeniyetlerin ve bugün yaşayan halkın hayatında taşıdığı değerini, sularının bereketiyle yetişen ürünlerin anlatıldığı sanat yapıtlarına (fotoğraf, vb.) yönelik yarışmalar, ödüller, festivaller ve bunların sunumuna ilişkin tanıtım malzemeleri ile haberler Nehirle bağlantılı farklı alternatif turizm ürünlerinin sunumuna ilişkin mesajlar ve haberler (Eğil'de dalış, kral mezarlarının keşfi, kaya tırmanışı, nehir rafting, kanoculuk, vb.)
Eski medeniyetler	Çayönü, Körtik Tepe ve diğer eski yerleşim kalıntılarına ait önemli bulguların öyküler, bilimsel gerçekler, görseller, turistlerce deneyimlemesine dayalı olarak haberleştirilmesi İldeki önemli mimari eserlerin öykülerle ve deneyimlemeye imkan sağlayacak şekilde ön plana çıkarılmasıyla sunumu ve buna bağlı haberler Yöredeki köklü tarihi keşfetmek için çizilecek gezi güzergahları ve bu güzergahlarda tarihin hikayeleştirilerek sunumu
Kültür ve yerel halk	Kültürel festivaller ve geleneklerin sunumu (yerel halkın kış hazırlık ritüelleri (şehriye kesme, vb.); Nevruz kutlamalarının

	uluslararası şenlikler şeklinde organizasyonu, vb.) Diyarbakır mutfağına ve özgün yemeklerine ilişkin tanıtımlar Dengbej kültürü ve geleneğinin turizm amaçlı sunumu Yerel halkın katılımıyla başlatılacak turizm projelerine dair haberler Gönüllülerin yerel halkın katılımıyla gerçekleştirdiği kültürel etkinlik ve projeler
İnanç turizmi değerleri	Önemli camiler, kiliseler, türbeler ve diğer kutsal mekanlar ve taşıdıkları dini değerler hakkında öyküler ve haberler İnanç turizmi değerlerine ilişkin önemli bulguların duyurulması

Hedef pazarlara yönelik iletişim ve halkla ilişkiler kampanyasının, profesyonel bir şekilde planlanması, yönetilmesi ve uygulanması gerekmektedir.

Konuyla ilgili olarak uygulanacak yaklaşımın ve girişimlerin belirlenmesi için ulusal ve uluslararası iletişim ve halkla ilişkiler kampanyalarının planlanması ve uygulanmasında deneyimli profesyonel bir ekiple çalışılması elzemdir.

İletişim ve halkla ilişkiler kampanyası, önceki bölümlerde açıklanan konumlandırma ve hedef pazar stratejisine dayalı olarak geliştirilmelidir. Öncelikli olarak, hızla büyüme potansiyeline sahip segmentlere ve pazarlara yönelik kampanyaların yürütülmesi, kısa sürede sonuç alınması için önemlidir. Bu sayede maliyet etkin bir yöntem de uygulanmış olacaktır.

Önümüzdeki 5 yıl için öngörülen pazarlama girişimleri şunlardır:

Pazarlama girişimleri	Öğeler
1. Uygun pazarlama malzemelerinin tasarlanması ve yaygınlaştırılması Halihazırda Diyarbakır'a ilişkin hazırlanmış ve kullanılmakta olan pazarlama malzemeleri, standart bir mesaj çerçevesinde şekillendirilmemiş olup, tek bir kentsel marka taşımamaktadır. Tek bir kanaldan yönetilen, aynı standart mesajı taşıyan online ve basılı malzemeye ihtiyaç bulunmaktadır.	Farklı kurumlarca hazırlanmış olan pazarlama ve tanıtım malzemeleri yerine tüm kurumlar tarafından Diyarbakır'ın tanıtımında kullanılmak üzere yukarıda açıklanan marka kimliğini taşıyacak şekilde profesyonelce tasarlanmış materyaller hazırlanmalıdır. Kaynakların etkin kullanımı ve İl'e ait marka kimliğinin etkili bir şekilde yansıtılması anlayışıyla hazırlanması gereken materyaller aşağıda listelenmiştir. Söz konusu materyaller, Diyarbakır turizmi için hızlı büyüme potansiyeline sahip pazar segmentlerini oluşturan kesimlerin alışkanlık, ilgi alanları ve beklentilerine bağlı olarak belirlenmiştir. - Turizm değerlerine ilişkin etkileyici ve zengin görseller ile kaliteli bilgiler ve kısa öyküler barındıran; oteller ve diğer konaklama imkanları, ulaşım alternatifleri, restoranlar, turist hizmetleri gibi potansiyel ziyaretçilerin ihtiyaç duyduğu her türlü bilgiyi farklı dil seçenekleriyle sunan tek bir Diyarbakır Turizm Portalı (aşağıda madde 4'de portale ilişkin bilgiler yer almaktadır) - Bir bölümünde Diyarbakır il merkezindeki, bir bölümünde ise turizmde öne çıkan ilçelerindeki turizm değerlerinin, etkinlik alanlarının, gezi ve keşif parkurlarının, ulaşım sisteminin ve rotasının

	bulunduğu, kolaylıkla katlanıp taşınabilen turistik bir il haritası İl genelindeki turizm değerlerini, bunların öykülerini ve her türlü turizm hizmetini cazibe uyandıracak biçimde kısa ve öz şekilde anlatan, iletişim ve ulaşım bilgileri gibi detayları içeren profesyonelce tasarlanmış bir kent rehberi Yukarıdaki temel materyallerin gereken şekilde hazırlanması ve yaygınlaştırılmasının ardından hedef kitlelerce talep edilmesi halinde belli başlı turizm değerleri üzerinde yoğunlaşan ayrı materyallerin hazırlanması konusu değerlendirilebilir. Ancak kaynakların etkin kullanılması açısından bu tür bir çalışmaya kısa vadede girilmesine gerek bulunmamaktadır.
2. İletişim ve halkla ilişkiler kampanyası Diyarbakır'ın iletişim ve halkla ilişkiler yaklaşımı, Diyarbakır imajını iyileştirmek ve İl'e seyahat etme arzusunu uyandırmak üzerine kurgulanacaktır.	Bu amaçla, yüksek kalitede hizmet sunan ve hem ulusal hem de uluslararası bölge tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler deneyimine sahip bir firma ile çalışılması gerekmektedir. Çalışmanın sözleşme aşamasından işin bitirilişine kadar geçen sürede çok sıkı bir proje yönetimi anlayışıyla takibi önemlidir. Kampanyanın etkinliği açısından, hakedişe esas teşkil edecek proje çıktılarının, performans göstergelerine dayandırılması (örn. Hedef pazarların medyalarında proje şartnamesinde belirtilen ölçülerde ve içerikte çıkan haber sayısı; düzenli iletişim kanalı oluşturulan etkin medya temsilcilerinin sayısı; vb.) şarttır. Hedef pazarlardaki her bir öncelikli segment için ayrı bir medya veritabanı oluşturulmalı ve bunlara özel haber ve tanıtımlar gerçekleştirilmelidir. Turistik varlıklara değer ve anlam katacak öyküler ve efsaneler, kampanyada kullanılacak hale getirilmelidir. Bunu destekleyecek şekilde, yerel paydaşlarla birlikte ve halkla görüşerek turistik değerlere anlam yükleyen bilinmeyen efsane ve öyküler derlenmelidir. Seçilen firmayla birlikte, çok-boyutlu bir medya ve iletişim planı uygulanmalıdır. Bu planın ana bileşenleri şunlar olacaktır: - Diyarbakır'ın turizm değerlerinin öykü ve efsaneleriyle birlikte tanıtılması ve turizm vaadlerinin deneyimlendirilmesi amacıyla özenle seçilmiş ve ulusal ve uluslararası hedef pazarlarda etkili bir grup medya temsilcisinin Diyarbakır'a davet edilmesi ve ilden ayrıldıklarında Diyarbakır'ın turizm imajını güçlendirecek ve cazibesini artıracak haberler yayınlamalarının sağlanması; - Ulusal ve uluslararası önemli etkinlik, gösteri ve diğer kültürel ve sanatsal faaliyetlerde Diyarbakır turizminin yer bulması;

	• Diyarbakırlı ünlülerin, kanaat önderlerinin ve güçlü simaların turizm iletişim mesajı konusunda donatılmaları ve kampanya kapsamında bu mesajı duyuracak reklam ve tanıtımlarda yer almalarının sağlanması; • Turizm sektörünü kapsayan yerli ve yabancı muhabir ve köşe yazarlarıyla düzenli iletişimin kurulması ve bu sayede Diyarbakır turizm vaadini destekleyen haberlerin sürekli olarak medyada yer bulmasının sağlanması; • Çekici görsellerle zenginleştirilmiş düzenli basın bültenlerinin hazırlanması ve oluşturulacak olan medya veritabanındaki isimlere haberleştirilmek üzere gönderilmesi ve haberlerin takibi.
3. Ulusal ve uluslararası turizm şirketleriyle işbirliği Turizm sektörü şirketleri arasında Diyarbakır konusunda bilgi, ilgi ve sahipliğin artırılması sağlanacaktır.	Hedef pazarlarda ve belirlenen segmentlerdeki turist gruplarına yönelik faaliyet gösteren tur operatörleri, seyahat acenteleri ve diğer turizm şirketleri başta olmak üzere sektörde faaliyet gösteren firmaların Diyarbakır'ı yeni turizm imajı ve ürünleriyle tanımaları ve pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine dahil etmeleri sağlanmalıdır. Bu amaçla gerçekleştirilecek belli başlı etkinlikler şunlardır: • Tüm hedef pazarlarda öncelik verilen segmentlere yönelik destinasyonlar ve turizm ürünleri pazarlayanlar başta olmak üzere faaliyet gösteren seçilmiş önde gelen tur operatörlerinin Diyarbakır'a davet edilmesi ve ilin turizm vadeleri ile ürünlerinin yerinde tanıtılması; ◦ Bu grup içinde bölgeye tur organize etmekte olan (mevcut turlarında Diyarbakır'ı kapsayan ve kapsamayanların tamamı) şirketlere öncelik verilmesi • Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yer aldığı yurt dışı fuarlarda ve EMITT'te Diyarbakır'ın turizm marka kimliği ve özgün turizm ürünleriyle ses getirecek ve ön plana çıkacak sunumsal öğelerle yer alması (Diyarbakır ritüellerinin profesyonelce canlandırılması, vb.), her bir fuar öncesinde elde edilmesi hedeflenen sonuçların belirlenmesi, buna göre gerekli randevuların alınarak, hedef kitlelere özel tanıtımların profesyonel şekilde gerçekleştirilmesi; • Ankara, İstanbul ve İzmir'deki turizm şirketlerinin düzenli olarak ziyaret edilerek Diyarbakır'ın turizm faaliyetlerindeki gelişmeler ve fırsatlar konusunda bilgilendirilmesi; • Turizm şirketlerinin düzenli olarak Diyarbakır turizmine yönelik gelişmeleri ve fırsatları içeren elektronik bültenler ve haberlerle beslenmesi.

4. İnternet üzerinden pazarlama Hedef kitlelere doğrudan erişme, tanıtım ve iletişim için web portalı, e-posta ve sosyal medyanın kullanılması sağlanacaktır.	Günümüzde, turizm sektöründe en etkin kullanılan tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin başında İnternet üzerinde pazarlama gelmektedir. Bugün artık turistler, büyük oranda destinasyonlara yönelik araştırmalarını ve tercihlerini web siteleri ve sosyal medyalar üzerinden yapmaktadır. Diyarbakır'ın da bu ortamda gerektiği şekilde temsil edilmesi ve hedef kitleye ulaşabilmesi ve onları yöreye çekebilmesi için atacağı adımlar şunlardır: • Online pazarlama prensipleri üzerine kurulu, yüksek fonksiyoneliteye sahip bir web sitesinin ("Diyarbakır Turizm Portalı") oluşturulması; • Portalın, öncelikli hedef pazarlarda konuşulan tüm dillerde yayın yapmasının sağlanması; • Portalın, hızlı büyüme potansiyeline sahip segmentlere hitap edecek bölümlere sahip olacak ve bu segmentlerdeki ziyaretçiler tarafından siteye girilir girilmez kendilerine hitap eden içerik, turizm ürünü ve fırsatları görmelerini sağlayacak şekilde yapılandırılması; • Portaldaki trafiğin ve istatistiklerin düzenli olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi ve buna göre gerekli iyileştirmelerin yapılması; • Sosyal medyadaki Diyarbakır turizmiyle ilişkilendirilecek mevcut blog, topluluk, vb. tespit edilmesi; bunlarla temasa geçilerek yukarıda 2. maddede ele alınan iletişim ve halkla ilişkiler kampanyasına destek vermelerinin sağlanması; portalın ve diğer turizm faaliyetlerinin bu ortamlarda duyurulması; sosyal medyada ve turizm bloglarında Diyarbakır'daki turizm ürünlerini ve fırsatları duyuran haberlerin yayınlanması; • Diyarbakır turizm değer zincirindeki yerel aktörlerin İnternet'i turizm faaliyetlerini geliştirmek için kullanmalarının teşvik edilmesi; • Hedef pazar segmentleri arasında Diyarbakır turizmine ilişkin farkındalığı artırmak amacıyla online yarışmaların organize edilmesi; e-mail duyuruları, çokça ziyaret edilen sitelere ilan verilmesi gibi yollarla özel ilgi gruplarının bu yarışmalara katılmaya yönlendirilmesi; • Hedef pazar segmentlerinin İnternet'te yoğun olarak ziyaret ettikleri sitelere Diyarbakır turizm ürünlerini ve mesajlarını duyuran reklamların verilmesi.
5. Müşteri odaklı tanıtım	Özellikle bağımsız gezginler, sırt çantalı gezginler ve

Hedef pazar segmentlerine yönelik özel tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi sağlanacaktır.	konferans/etkinlik turizmcileri gibi pazar potansiyeli yüksek ve erişilebilirliği düşük pazar segmentlerine yönelik özel tanıtım girişimlerinin gerçekleştirilmesi öngörülmektedir. Bu amaçla gerçekleştirilecek belli başlı faaliyetler şunlardır: • Söz konusu hedef pazar segmentlerine hitap eden ve bu kesimlerce tercih edilen markalarla (otomobil, giyim, elektronik, yiyecek, içecek, vb.) işbirliği halinde özel promosyonlar ve yarışmaların organize edilmesi; • İstanbul, İzmir ve Ankara’da düzenlenen tüketici fuarlarına Diyarbakır’ın turizm değer zincirindeki ürünlerin (elişleri, hediyelikler, gıda ürünleri vb.) tanıtılması amacıyla katılınması ve hedef kitleyi İl’e çekmek için promosyonlar düzenlenmesi; • Hedef pazar segmentlerinin katıldığı Diyarbakır dışında organize edilen büyük çaplı etkinliklerde (gösteri, konser, üniversite şenlikleri, vb.) bu kitlelere yönelik promosyonlar düzenlenmesi; • İnternet’te ve sosyal medyada promosyonlar, küçük yarışmalar, ödüllü testler, vb. organize edilmesi; • İnternet’teki özel ilgi gruplarının oluşturduğu forumlar ve bloglarla (örn. macera sporları, çevreciler, vb.) etkileşime geçilmesi.
6. İstatistik ve pazar araştırması Turizm faaliyetlerine ilişkin veri toplama ve değerlendirme faaliyetlerinin sistematik hale getirilmesi sağlanacaktır.	Önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, turizm sektörünün performansı ve pazarın talep ve ihtiyaçları konusunda güncel, kapsamlı ve sağlıklı veri bulunmamaktadır. Turizm gelişim sürecinde atılan adımların doğru planlanması ve seçilen yolda ilerlenip ilerlenmediğinin düzenli olarak sorgulaması için bu konuda gerekli çalışmaların zaman kaybetmeden başlatılması gerekmektedir. Bu amaca yönelik öncelikler şunlardır: • Turist gelişlerine dair güncel ve doğru verilerin en kısa sürede derlenmesi; • Düzenli olarak turist memnuniyet anketlerin yapılması ve sonuçların analiz edilmesi; • Hizmet sağlayıcılar ve aracılara (konaklama tesisleri, tur operatörleri, restoranlar, vb.) ilişkin güvenilir ve doğru verilerin toplanması.
7. Turizm bilgi merkezleri Mevcut turizm bilgi hizmetlerinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi sağlanacaktır.	Turizm bilgi merkezleri ağı, şehir merkezinde en az 3 adet yeni merkezin açılmasıyla güçlendirilmelidir. Bu merkezlere ilişkin öncelikler şu şekildedir: • Bölgesel temas merkezi: Diyarbakır ilinin tamamına (ilçeler dahil) ve çevre illere yönelik bilgileri kapsayacak şekilde bir ana merkezin oluşturulması ve bu merkezde sunulan bilgilerin,

	hedef pazarlarda konuşulan dilleri kapsamı (merkezde, ziyaretçiler için Internet'e erişim imkanı; konaklama rezervasyonu imkanı ve küçük bir kafe düşünülebilir); - Konumları itibarıyla turistlerin uğrak yeri olabilecek 2 ayrı burçta uydu bilgi merkezlerin oluşturulması; - Turizm bilgi merkezlerinin standart "i" işareti taşıması ve şehir genelinde ziyaretçileri bu merkezlere yönlendirecek şekilde etkili bir yönlendirme sistemi kurulması.
--	--

4.2.2 Turizm ürünlerinin turistler için sunulabilir ve talep görür hale getirilmesi

Diyarbakır'daki turizm ürünlerinin önemli ölçüde iyileştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Bu amaçla öncelikle atılması gereken adımlar aşağıda yer almaktadır:

Proje	Ürün Geliştirme Direktifleri
1. Sur Temizlik ve İyileştirme Projesi <u>Mevcut durum:</u> Diyarbakır'da surların restorasyonu ve surlar çevresinin düzenlenmesi için özellikle son yıllarda önemli çalışmalar yapılmıştır. Ancak, surların içinde ve çevresinde hasarlar tam olarak giderilmediği gibi önemli bir kirlilik de söz konusudur. Restorasyonların yapıldığı bölümlerin bir kısmında surların özgünlüğüne zarar verecek uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, burçların bir kısmı kullanılmaz durumdayken, bir kısmı da etkin şekilde değerlendirilememektedir. <u>Ulaşılmaması gereken nokta:</u> Surlar ve burçların tamamı temizlenecek; orijinaline sadık kalınarak restore edilecek ve korunacaktır. Surların çevresindeki tüm alan, güvenlik açısından tehlike arz etmeyecek hale getirilecektir. Ziyaretçiler, surlarla farklı noktalardan etkileşime geçebilecek; burçlar, yüksek kaliteli ve özgün turizm hizmet ve etkinliklerine evsahipliği yapacaktır. Ziyaretçilerin surlara girebilmesi; surların etrafında ve üzerinde bir uçtan diğer uca yürüyebilmesi; macera sporu amaçlı	<i>Temizlik ve bakım planı:</i> Surların tamamını ve etrafını temizlemek ve sürekli bakım uygulamak için bir plan yapılmalı ve planın uygulanması için gerekli kaynaklar ayrılarak uygulama sıkı sıkıya kontrol edilmelidir. <i>Güvenlik önlemleri:</i> Surların içinde ve çevresinde güvenliğin sağlanması için gerekli önlemler alınmalıdır. Bu amaçla, yeterli aydınlatmalar sağlanmalı; yaya ve atlı turizm polisleri görevlendirilmeli; burçlara, içkale'ye ve sur içine kapalı devre kamera sistemleri (CCTV) yerleştirilmelidir. <i>Burçların restorasyonu ve turizme açılması:</i> Burçlar, surlara hayat kazandıracak şekilde projelendirilmeli ve turizme açılmalıdır. Her bir burcun hikayesinin ve imzaları bulunan medeniyetlerin öykülerinin yaşar hale getirildiği uygulamalar, günümüz turistlerinin en çok ilgisini çeken ürünler olacaktır. Burçların işlevselleştirilmesinde, bazılarının el sanatlarının icra edildiği ve satıldığı, bazılarının sanat galerisi olarak kullanıldığı, bazılarının yüksek kalitede hizmet sunan geleneksel restoranlar olarak düzenlendiği, bazılarının müzik ve sanat gösterileri için düzenlendiği mekanlar olarak hazırlanması mümkündür. Bazı burçların

olarak izin verilen belli noktalarda surların kullanımı mümkün olacaktır.	ise, eski uygarlıklardan bazılarının yaşam biçimlerinin ve kültürlerinin canlandırıldığı ve turistlerce deneyimlendiği şekilde düzenlenmesi sağlanabilir. • <i>Surların üst kısımlarının onarılması:</i> Dünyanın en uzun şehir surları olan Diyarbakır surlarının, ziyaretçiler tarafından boydan boya yürünebiliyor olması; kültür, tarih, macera ve spor meraklıları için heyecan verici ve cazip bir etkinlik olacaktır. Yürüme için başlangıç noktasının ve izlenecek yönün belirlenmesi ve yürüyüşü tamamlayanlara bir sertifika verilmesi, bu etkinliği daha çekici hale getirecektir. Bu uygulamanın yapılabilmesi için surların üst bölümlerinde restorasyonların yapılması ve gereken noktalarda güvenlik önlemlerinin alınması gerekmektedir.
2. “Diyarbakır Keşfi” Projesi <u>Mevcut durum:</u> Diyarbakır merkezinde, şehrin tarihi karakterini ortaya çıkaracak pek çok iyileştirme çalışması yapılmıştır. Çok sayıda tarihi ve kültürel yapının restorasyonuna başlanmıştır. Ancak, restorasyonların bir kısmı tamamlanmadan yarım bırakılmış; bazı restorasyonların ise uzun bir süredir oldukça yavaş ilerleyen bir şekilde devam ettiği görülmüştür. Ayrıca, tarihi bina ve diğer eserlerin hemen hemen tamamında yönlendirme, tabela ve açıklamalar yetersizdir. Bazı tarihi yapılar turistler tarafından ziyaret edilecek saatlerde kilitli olup erişilemez durumdadır. Bazılarına ise hırsızlık vakalarının çokça rastlandığı bölgelerde bulunmalarından dolayı, ulaşım zordur. Kentin genel kirliliği ve çocukların durumu bu mekanları ziyaret eden turistleri olumsuz etkilemektedir. <u>Ulaşılması gereken nokta:</u> Şehir merkezindeki tarihi ve kültürel yapıların yürüyüşle keşfedilmesini sağlayacak bir güzergah belirlenecek ve turizm marka kimliğine uygun tabelalar, işaretler ve yönlendirmelerle donatılacaktır. Tüm bu alanlarda gerekli temizlik, düzenleme ve güvenlik önemleri sağlanacaktır. Binalardaki açıklamaların, farklı dillerde yazılmasına ve Diyarbakır turizm marka kimliği dikkate alınarak tasarlanmasına dikkat edilecektir. Yapıların tamamı turistlerin ziyaret edecekleri gündüz	• Restorasyonu tamamlanmış, devam eden ve restorasyona ihtiyaç duyulan yapıların bir envanterinin oluşturulması ve tek bir elden restorasyon süreçlerinin takibi önemlidir. Restorasyonu uzamış ve yarım kalmış binaların restorasyon işlemlerinin 2012 yılı sonuna kadar tamamlanması sağlanmalıdır. • Şehir merkezindeki keşif rotasının belirlenmesi ve rota üzerindeki turizm ihtiyaçlarının belirlenerek bu ihtiyaçların karşılanması sağlanmalıdır (temizlik, düzenleme, altyapı iyileştirme, yerel haklın eğitimi, yönlendirme ve tabela, vb.). • Rota üzerindeki tarihi ve kültürel yapılara farklı dillerde açıklayıcı metinlerin ve yapının hikayesinin yer aldığı tabelaların konması sağlanmalıdır. • Keşif rotasını gösteren küçük katlanır bir harita hazırlanmalı ve havaalanından başlayarak tüm turistik mekanlarda turistlerce erişilebilir şekilde bulundurulmalıdır. • Rota üzerindeki işyerleriyle ve evleri bulunan yerel halkla iletişime geçilerek, turizm faaliyetine pozitif katkı ve katılımı sağlanmalıdır. • En çok ziyaret edilen yapıların bulunduğu mahallelerde yaşayan yerel halkın organize edilmesiyle özellikle kadın ve gençlerin el emeğiyle üretecekleri hediyelikler ve sanatsal ürünlerin ziyaret edilecek

saatlerinde açık bulundurulacak, gelen ziyaretçilerin kolaylıkla girmeleri ve dil bilen uzman kişilerce ağırlanmaları sağlanacaktır. Ziyaretle birlikte, yapının bulunduğu sokak veya mahalledeki yerel halkın el emeğiyle yapılmış hediyeliklerin satışının gerçekleştirildiği standlar bulunacak; gelirler üreticilere aktarılacak; küçük bir kısmı ise mahallenin gelişimi için ayrılmış sosyal bir fona bağışlanacaktır.	mekanlarda satışını sağlayacak standlar oluşturulacaktır. Bu standların özgün bir tasarıma sahip olması ve satışların dil bilen iyi eğitilmiş gençler tarafından yapılmasını sağlayacak hazırlıklar gerçekleştirilmelidir. Satılan ürünlerin, adil ticaret anlayışıyla satışa sunulduğunu gösteren ve üreticisinin yaşam hikayesini özetleyen ve imzasını taşıyan etiketlerin hazırlanması sağlanmalıdır. • Ürün satışlarından elde edilen gelirler üreticiye giderken, küçük bir bölümü, üreticilerin yaşadığı mahallede çocukların eğitimi ve daha fazla genç ve kadının üretim sürecine katılımını sağlayacak bir sosyal fona aktarılmalıdır. • Keşif rotasında turistlere hizmet sunacak rehberler yetiştirilmelidir (konuyla ilgili detaylar Bölüm 4.2.3’de verilmektedir). • Turistlere rota üzerindeki hikayeleri anlatacak ve ziyaret edilecek yapıları tanıttacak sesli rehberin (<i>audio guide</i>) kullanıma alınması imkanı değerlendirilmelidir.
3. “Medeniyetlerin Aynası İçkale” Projesi Mevcut durum: Proje, yaklaşık 5 yıldır devam etmekte ve bina restorasyonu ve peyzaj işleri gerçekleştirilmektedir. Binaların çoğunun hangi amaçlarla kullanılacağı ve bölgenin genel olarak ne tür bir tema üzerinde kurgulanacağı henüz tam olarak belli değildir. Ulaşılmaması gereken nokta: İçkale, ziyaretçilerin keyifli bir şekilde Diyarbakır’ın tarihi ve kültürel zenginliği ile yaşam tarzını deneyimleyecekleri; Türkiye’nin lider kültür merkezi haline gelecektir. Bölge, Türkiye’nin en çok ziyaret edilen deneyim turizmi noktalarından biri olacak; eğitim, kültür, sanat ve dinlenceyi bir arada sunacaktır. Gece geç saatlere kadar devam etkinlikleriyle sürekli canlı ve hareketli bir ortama sahip olacaktır. Diyarbakır’ın turizmden en fazla gelir elde edilen bölgesi olacak; ekonomik sürdürülebilirlik anlayışıyla faaliyet gösterecektir.	İçkale’nin, Diyarbakır’ın eski tarih ve kültürünü, sanat ve kültür gösterileri, yeme-içme, alışveriş, toplantı ve benzeri etkinliklerle popüler hale gelen bir turizm faaliyeti çerçevesinde sunan ve koruma altına alan bir bölge olarak gelişimi sağlanmalıdır. Bölge için, en kısa zamanda kapsamlı bir plan hazırlanmalı; bu planda, binaların kullanım amaçları, restorasyon planları ve programları ortaya konmalıdır. Bölgenin işlevselleştirilmesine dair öneriler şu şekildedir: • İnteraktif tematik müze ile Mezopotamya tarihinin çağlar boyunca geçtiği süreç, ziyaretçilere canlandırılarak sunulacaktır. Bu tür bir müze uygulamasının güzel örneklerinden biri İngiltere’deki Madam Tussauds Müzesi’nde bulunan, ziyaretçilerin Londra tarihini deneyimledikleri ‘Spirit of London’dır. • En iyi kalitede üretilmiş yerel ve geleneksel ürünlerin (altın ve gümüş takı, seramik, halı, giysi, antika, yiyecek, vb.) özel olarak tasarlanmış mekanlarda satıldığı bir alışveriş alanı oluşturulacaktır. Burada satış hakkı elde eden ürünlerin önceden belirlenmiş kalite standartlarına uyması, hizmet ve

	müşteri ilişkileri bakımından da üstün standartlarda faaliyet göstermesi sağlanmalıdır. Ayrıca, ürün ve hizmet kalitesi ile fiyatlar düzenli olarak denetlenmeli ve standartların dışına çıkan satıcıya caydırıcı cezalar uygulanmalıdır. Önceki maddede belirtilen, gelir seviyesi düşük kadın ve gençler tarafından üretilen hediyelik ve elişlerinin satılması için burada özel bir yer ayrılmalı; burada satılan ürünlerin taşıdıkları sosyal ve manevi değerlerin turistlerce anlaşılmasını sağlayacak konsept geliştirilmelidir. • Uluslararası kalitede konferans, toplantı, konser mekanı ve sanat galerisi fonksiyonuna sahip bir merkezin oluşturulması sağlanmalıdır (eski cezaevi binası bu işlev için oldukça uygun bir yapıdır). • Yöreye özgü, yüksek kalite standartlarında farklı yiyeceklerin servis edildiği restoranların ve kafelerin bulunduğu bir alanın oluşturulması; ürün ve hizmet kalite standartlarına uyumun ve fiyatların düzenli olarak denetlenmesi sağlanmalıdır. • Yüksek kalitede hizmet sunan bir otel/ oteller (İspanya'daki Paradores örneğinde olduğu gibi) hizmete alınabilir. • Arkeoloji müzesinin bu alana taşınması mevcut planlar dahilindedir. Buna ek olarak, yine İçkale'de, tarihten bugüne değişik icatların sergilendiği "El Cezeri Bilim ve Teknoloji Müzesi"nin veya kaynakların elvermesi halinde "El Cezeri Bilim Merkezi"nin açılması, İçkale'nin ve Diyarbakır'ın marka değerini ve cazibesini artıracaktır. • Müzik ve tiyatro gösterilerinin sergileneceği merkezi bir açık hava amfityatrosunun kurulması alanın canlılığını ve çekiciliğini artıracaktır. • İçkale'deki peyzaj çalışmalarında alanın özgünlüğünü vurgulayacak farklı tasarımların uygulanması ve buna uygun yeşillendirme, yürüyüş yolları ve dış mekan oturma alanlarının yapılması sağlanmalıdır.
4. Dicle Nehri Rekreasyon ve Macera Parkı Projesi Mevcut durum: Diyarbakır Büyükşehir	• <i>Rekreasyon Parkı:</i> Modern piknik alanları, çocuk park ve eğlence alanları, su temalı görsel alanları ile ağaçlandırılmış ve çimlerle

Belediyesi, Dicle Vadisi’ni yeniden yapılandırmak ve geliştirmek için bir mega proje tasarlamıştır. Ancak, kaynak ihtiyacının yüksekliğinden dolayı bu projenin halihazırda sadece şelale ve kafe uygulaması Karacadağ Kalkınma Ajansı’nın desteğiyle gerçekleştirilmektedir. <u>Ulaşılması gereken nokta:</u> Diyarbakır’daki Dicle Vadisi, şehir sakinleri ve İl’e gelen tüm turistlerce aranan bir rekreasyon ve eko-macera alanı haline gelecektir.	yeşillendirilmiş bir park alanı oluşturulacaktır. • <i>Su Parkı:</i> Vadinin doğasıyla bütünleşik bir “aqua park” özellikle ailelerin çocukları için tercih edecekleri bir eğlence mekanı olacaktır. • <i>Macera Parkı:</i> Nehir üzerinde kano ve rafting gibi su sporlarının yapılmasına imkan sağlayacaktır. • <i>Yürüyüş Parkuru:</i> Nehrin, doğal manzarasıyla ön plana çıkan, surları görebilen ve On Gözlü Köprü’yle bütünleşen bir güzergahında iyi tasarlanmış ve işaretlenmiş bir yürüyüş/bisiklet yolu Dicle için belirlenen temayı bütünleyecektir. • <i>Yemekli Tekne Turları:</i> Az sayıda ancak yüksek kalitede teknede, yöresel mutfağın özgün ürünleri sunulurken, turistlere Dicle üzerinde belirlenen güzergahta gezinti yapma imkanı sunulacaktır. Talebe bağlı olarak kalite standartları korunacak şekilde tekne sayısı kontrollü olarak artırılabilir.
5. “Medeniyet Rotaları” Projesi Mevcut durum: Diyarbakır ilçelerinde çok sayıda değerli ve ilgi çekici tarihi yapı, arkeolojik buluntu ve kalıntılar bulunmaktadır. Ancak bunların pek çoğu turistler ve tur operatörleri tarafından bilinmemektedir. Yine çoğunda tabela ve yönlendirmeler yetersizdir ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarına yönelik gerekli altyapı ve olanaklar bulunmamaktadır. Ayrıca bu yapı ve kalıntıları, turistler için cazip hale getirecek sunumsal özellikler bulunmamaktadır. Diyarbakır’a oldukça yakın mesafede birer turizm destinasyonu haline gelmekte olan illerle Diyarbakır’ın bağlantısı tam olarak kurulmamıştır. Bu nedenle bu illere gelen turistlerden Diyarbakır istifade edememektedir. <u>Ulaşılması gereken nokta:</u> Ziyaretçilere Diyarbakır il sınırları içinde farklı sürelerde keşfedebilecekleri rota alternatifleri sunulabilir hale gelecektir. Bu alternatifleri, bölgedeki Mardin ve Şanlıurfa gibi destinasyonlarla bağlantılamak mümkün olacaktır. Dolayısıyla bu illere gelen turistler,	• Diyarbakır il sınırları içinde, ilçeleri kapsayacak şekilde, 1-4 günlük dönemler halinde değişen süreleri kapsayan 4-6 farklı seyahat rotası belirlenecektir. • Bu rotaların detaylı bir değerlendirmesi yapılarak, seyahat mesafeleri, süreleri, turist yönlendirmeleri, bilgi levhaları, kaliteli altyapı, tesis ve etkinlik ihtiyaçları belirlenecektir. • İhtiyaç duyulması halinde önemli turizm değerlerinin restorasyonu ve iyileştirilmesi için öncelikli projeler hayata geçirilecektir. • Rotalar üzerindeki köy ve ilçe halklarını harekete geçirilerek, gelecek olan turistlere sunulacak hizmet ve olanakların çeşitlendirilmesi sağlanacaktır. Bu sayede aynı zamanda yerel halkın turizmde gelir getirici faaliyetlere dahil olmaları sağlanacaktır. • Rotaların tanıtımı yukarıda belirtilen Diyarbakır Kent Rehberi’nde yapılacaktır. • Belirlenen rotalar medyada duyurulacak; tur operatörlerine tanıtılacaktır.

Diyarbakır'ı da daha geniş bir destinasyonun olmazsa olmaz bir parçası olarak görecektir. Bu sayede, turistlere, Yukarı Mezopotamya öyküsünü, ilk elden ve başarılı bir şekilde geliştirilmiş ve korunmuş turizm alanlarından oluşan rotaları izleyerek deneyimleme imkanı sunulacaktır.	Hem bu rotalar, hem de Diyarbakır kent merkezine yönelik turizm faaliyetleri, Mardin ve Şanlıurfa başta olmak üzere, bölgeye yönelik tur organizasyonlarına eklemlenecektir.
6. "Amiral gemisi" mahiyetindeki etkinlikler Diyarbakır'ın turizm markasını ve imajını güçlendirecek; hedef kitlelerin farkındalık seviyesini artırırken İl'in turizm faaliyet ve gelirlerini yükseltecek etkinlikler organize edilecektir.	Diyarbakır'da her yıl uluslararası düzeyde ses getiren turizm amaçlı sanatsal ve kültürel etkinlikler bulunmamaktadır. Stratejinin uygulanmaya başlamasıyla birlikte, Diyarbakır'ı turizmde üst noktalara taşımaya katkı sağlayacak 2 büyük etkinliğin yıllık olarak düzenlemeye başlaması öngörülmektedir. Bu etkinlikler, turizm faaliyetlerinde "amiral gemisi" görevi görecektir ve hedef pazar segmentlerinin ilgi alanlarına göre şekillendirilecektir: <i>Sur Festivali:</i> Diyarbakır'ın turizm vaadi ve marka kimliği üzerine inşa edilerek tasarlanacak uluslararası seviyede sanatçıların katılımıyla ve yine uluslararası düzeyde ses getirecek şekilde organize edilecek bir sanat festivalinin organizasyonu; <i>Nehir Festivali:</i> Dicle'nin tarihini ve bereketini kutlamak üzere nehirde ve etrafında zengin etkinliklerle dolu bir uluslararası festivalin organizasyonu. Festivallere yönelik temel prensipler şunlardır: - Festivallerin, profesyonel organizasyon firmaları tarafından gerekli sponsorlukların sağlanmasıyla uluslararası seviyede gerçekleştirilmesinin sağlanması; - Yerel halkın festivallerde etkin şekilde yer almasını sağlayacak girişimlerin her iki festival için de planlanması; - Her iki festivalden de Diyarbakır'ın en yüksek turizm getirisini elde etmesi için gerekli çalışmaların yapılması; - Festivallerin öncesinde, gerçekleştirilmeleri sırasında ve sonrasında medyada geniş yer bulmasının sağlanması.
7. Konaklama imkanlarının genişletilmesi Mevcut durum: Diyarbakır'da kısa	Diyarbakır'da turistler ve tur şirketleri tarafından en çok eleştirilen konulardan birisi olan konaklama hizmetlerine çözüm getirilebilmesi için yeni tesislerin kurulması; ev

vadede turizmin gelişmesinde en büyük engellerin başında, konaklama altyapısının ve kalitesinin yetersizliği gelmektedir. Ayrıca, mevcut tesislerin fiyatları bölge ortalamalarının çok üzerinde olup, bu durum, talep sahiplerini ve dolayısıyla İl turizmini olumsuz etkilemektedir. <u>Ulaşılmaması gereken nokta:</u> Diyarbakır, tüm pazar segmentlerinde yer alan turistler için farklı türlerde, farklı fiyat seviyelerinde ve yüksek hizmet kalitesinde konaklama imkanı sunacaktır.	pansiyonculuğu gibi alternatif konaklama imkanlarının geliştirilmesi; kentin tarihi dokusunu yansıtacak butik otellerin yaygınlaştırılması ve eski evlerin özgün konaklama tesislerine dönüştürülmesi konularında alternatif projeler geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Ayrıca, mevcut otellerde hizmet kalitesinin ve sunumunun iyileştirilmesi ve insan kaynaklarının geliştirilmesi amacıyla kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır. Bu doğrultuda, mevcut otellerin yıldız sayılarının gerektirdiği unsurlara sahip olup olmadıklarının bağımsız uzmanlarca değerlendirilmesi; tespit edilen eksikliklerin giderilmesi için en kısa zamanda projelerin başlatılması gerekmektedir. Otel fiyatlarının bölge için kabul edilebilir seviye çekilmesi amacıyla çevre illerdeki alternatiflerle kıyaslama çalışmasının yapılması ve otellerin buna göre fiyat uygulaması yönünde mutabakat sağlanması gerekmektedir.
--	--

4.2.3 Yerel halkın turizmi sahiplenmesinin sağlanması ve sürece dahil olması

Diyarbakır'da halkın önemli bir kesimi, canlı ve güçlü bir turizm endüstrisinin topluma sağlayacağı faydalar ve beraberinde getirdiği sorumluluklar hakkında yeterli farkındalığa sahip değildir. Bu nedenle de halihazırda turizm sektörü faaliyetlerine katılımları oldukça sınırlı bir seviyededir. Bu bağlamda Diyarbakır'da;

- Ziyaretçiler için temiz ve güvenli bir ortamın sağlanması;
- Hırsızlık, dilencilik ve taciz gibi ziyaretçileri rahatsız edici durumların azaltılması ve önlenmesi;
- Geleneksel misafirperverlik, nezaket ve dostça yaklaşım kültürünün yaygınlaştırılmasına ihtiyaç büyüktür.

Bu ihtiyacın karşılanması, toplumun tüm kesimlerini eğitmek; bilinçlendirmek ve birer "turizm gönüllüsü" olarak sürece dahil etmekle mümkündür. Konuyla ilgili iyi tasarlanmış, kapsamlı projelerin vakit geçirmeden uygulanmaya başlanması gerekmektedir.

Yukarıdakilere ek olarak, Diyarbakır'da turizm girişimciliğinin ve ticari faaliyetlerin de birçok açıdan sınırlı düzeyde olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili mevcut durumu özetlemek gerekirse:

- İşletmeler ve tesislerin büyük çoğunluğu servis, turlar ve rehberlik gibi turizm hizmetlerini düşük maliyetlerle üretmeye çalışmakta; bu nedenle sunulan hizmetler genellikle düşük kalite seviyesinde kalmaktadır.

- Bölge dışındaki tur operatörleri adına ulaşım hizmeti veren bazı işletmeler haricinde, çok az sayıda yerel tur organizatörü ve seyahat acentesi bulunmaktadır.
- Bölgede çok az sayıda yerel tur rehberi vardır ve turların büyük çoğunluğu dışarıdan gelen rehberler tarafından gezdirilmektedir.
- Bölgede güçlü bir otobüs taşımacılığı sektörü vardır. Ancak, yerel talebe hitap eden bu sektörün hizmet kalitesi ve işletme standartları turizm pazarı ihtiyaçlarının altındadır.
- Eğlence, restoran ve alışveriş (örn. yerel ve el işi ürünler ve hediyelikler) imkanlarının çeşitlendirilmesinde bölge dışından gelen yerli turistlerin ve yabancı ziyaretçilerin beğenileri ve ihtiyaçları gözönünde bulundurulmamaktadır.

Bu durum göz önüne alındığında, turizm insan kaynağının geliştirilmesinde iki farklı programın geliştirilip uygulanmasına gereksinim bulunmaktadır:

- i. Nüfusun genelinde turizme ve turiste karşı tutum ve davranışların geliştirilmesine ve iyileştirilmesine odaklanan, **turizm farkındalığı, girişimcilik ve müşteri ilişkileri** program seti.

Bu program setindeki alt programlar şunlardır:

- İl'deki okullarda uygulanacak bir *kültür ve turizm farkındalığı programı*: Diyarbakır'ın özgün ve benzersiz kültür ve turizm varlıkları, marka değerleri ve insanların konukseverliği öne çıkartılarak "sahip olunan özelliklerle gurur duyma ve bunları koruma yönünde irade geliştirme" temasına odaklanan programın geliştirilip uygulanması;
- Toplumda turizmin önemi, faydaları, ihtiyaçları ve getirdiği sorumluluklara ilişkin bilinç oluşturmaya yönelik bir *toplumsal turizm tanıtım programı*;
- Turizm sektörü içindeki tüm kişi ve kuruluşların aynı birbirlerine ve turistlere karşı etik ilkelerle çalışmalarını sağlayacak *iş etiği ve sektörel farkındalık programı*;
- Yerel konaklama hizmetleri, rehberlik, el sanatları vb. konularda uygun girişimcilerin tespiti ve eğitilmesine yönelik *turizm girişimcisi yetiştirme programı*;
- Nitelikli/eğitimli insan kaynağının ve üniversite öğrencileri/yeni mezunlarının özgün ve yüksek katma değerli turizm ürün ve hizmetleri geliştirip sunmalarını ve Diyarbakır turizm değer zincirindeki eksik ve zayıf halkaları tamamlamalarını sağlayacak girişimlerini hayata geçirecekleri *inovatif turizm girişimcisi programı*;
- Müşteri ile direkt temas halinde olan turizm personeli için *müşteri hizmetlerini ve müşteri ilişkilerin geliştirmeye/iyileştirmeye yönelik eğitim ve teşvik programları*;
- Müşteri ile direkt temas halinde olan turizm personeli için, temel yabancı dil bilgisi dahil, *etkin iletişim prensipleri ve teknikleri eğitim programı*;
- MKOBİ statüsündeki işletmelerden başlayarak turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm işletmelerin yetkinlik değerlendirmesi ve ihtiyaç analizlerinin yapılmasını ve belirlenen ihtiyaçlara göre alacakları desteklerle güçlendirilmelerini sağlayacak *işletme gelişim programı*;

- Sektörün ihtiyacına uygun nitelikli insan kaynağının geliştirilmesi ve bilginin üretilmesi için *üniversite-özel sektör işbirliği programı*.
- ii. Turizm ve ilişkili sektörlerdeki yönetici ve çalışanlara yönelik **yönetim, servis ve turizm becerileri geliştirme** programı. Program aşağıdaki kesimleri içerecektir:
 - Temel işletme becerileri (finans yönetimi, satış ve pazarlama, yönetim, iş planlaması, vb.)
 - Şeflerin becerilerinin geliştirilmesi (yiyecek hazırlama ve sunum teknikleri, güvenlik ve hijyen)
 - Resepsiyon, kat hizmetleri, garsonluk ve servis becerileri
 - Tur organizasyonu ve rehberlik,
 - Müşteri hizmetleri ve müşteri ilişkileri yönetimi,
 - Seyahat pazarlama ve tanıtımı,
 - Etkinlik yönetimi,
 - Destinasyon yönetimi (örn. turizm planlaması, sürdürülebilir kalkınma, vb.)

İnsan kaynağı kapasitenin geliştirilmesinde yüksek hacimli, düşük yoğunluklu eğitimlerle başlayan ve ardından daha ileri beceri seviyelerine doğru giden farklı fazlardan oluşan bir eğitim programı tasarlanmalı ve uygulanmalıdır.

4.2.4 Turizm yönetişiminde koordinasyonun ve işbirliklerinin iyileştirilmesi

Kısıtlı mali imkanlar ve insan kaynakları ile turizmin gelişiminin önündeki büyük güçlükler göz önüne alındığında, tüm aktörlerin açık ve net bir örgütsel çerçeve dahilinde işbirliği kaçınılmazdır. Bu işbirliği yapılanmasında, her bir aktörün rolünün mükerrerlik ve kaynak israfına yol açmayacak şekilde tanımlanmış olması çok önemlidir.

Bu çerçevede, daha önce de belirtildiği gibi, Diyarbakır Turizm Platformu Yürütme Kurulu koordinasyonunda bir turizm yönetişim sisteminin oluşturulması öngörülmektedir. Kurul, uygulama sürecinde Diyarbakır Turizm Platformu üyelerinden oluşan çalışma grupları oluşturmalı ve bunları faal hale getirmelidir. Gerekli görülmesi halinde mevcut platforma yeni üyeler dahil edilmelidir.

Platform üyelerinin yetkinlik ve deneyim alanına bağlı olarak ayrı takımlar oluşturmasıyla hayata geçecek olan çalışma grupları şu 3 başlık altında faaliyet göstermelidir:

- i) Ürün geliştirme ve girişimcilik,
- ii) Pazarlama ve etkinlikler,
- iii) Eğitim ve kapasite geliştirme.

Ajans, platformla birlikte aşağıdaki fonksiyon ve faaliyetlerini gerçekleştirecektir:

- Strateji ve eylem planını bölgenin ortak turizm kalkınma planı olarak benimsemek, benimsetmek ve uygulanmasını sağlamak;
- Temel çerçeve, unsur ve prensipleri bu dokümanda verilen, öncelikli turizm ürünlerini geliştirmek, pazarlama ve etkinlik projelerini detaylandırmak; uygulanmalarını sağlamak; gerektiğinde bunlar için sponsorlar bulmak; diğer finansal kaynakları harekete geçirmek;
- Turizm sektörünün gelişimine yönelik hususlarda ulusal düzeyde lobi faaliyetleri yürütmek;

- Turizm performans göstergeleri için gerekli istatistikleri toplamak ve/veya toplanmasını koordine etmek;
- İlerlemeyi izlemek, değerlendirmek ve çıktı ve sonuçların raporlanmasını sağlamak.

Bu süreçle birlikte, mevcut platformun Diyarbakır Turizm Kümelenmesi koordinasyon birimine dönüşümü için de bir yol haritası belirlenmelidir. Kümelenme birimi, bir sivil toplum kuruluşu olarak yapılanmalı ve Diyarbakır turizm değer zincirindeki tüm aktörleri biraraya getiren, sonuç odaklı işbirlikleri ve ortaklıklar başlatan bir yapı haline gelmelidir. Bu amaçla, Ajans'ın koordinasyonu altında küme gelişim stratejisinin şekillendirilmesinde ve gerekli kümelenme sisteminin oluşturulmasını sağlayacak adımların atılmasında yarar bulunmaktadır.

5. Diyarbakır Turizm Stratejisi Eylem Planı

Eylem	Başlangıç	Bitiş	Sorumlu Kuruluş	Katkı Sağlayacak Kuruluşlar
1. Turizm yönetiminde koordinasyonun ve işbirliklerinin iyileştirilmesi				
1.1. Strateji ve eylem planını bölgenin ortak turizm kalkınma planı olarak benimsemesi, benimsetilmesi ve uygulanması konusunda bölgesel mutabakat çalışmalarının gerçekleştirilmesi	Eylül 2011	Aralık 2011		
1.1.1.1. Turizm konusunda iş ve güçbirliği yapma yolunda ortak iradenin ve sağlanması amacıyla İl genelinde mutabakat toplantılarının yapılması	Eylül 2011	Ekim 2011		
1.1.1.2. Turizm stratejisinin uygulanmasından sorumlu karar vericilerin ve Diyarbakır Turizm Platformu üyelerinin katılımıyla oluşacak grupların yurt içi ve dışında kültür ve inanç turizmi destinasyonlarına inceleme gezilerinin yapılması (öncelikli olarak yurt içinde Kapadokya, Efes ve Beypazarı; yurt dışında İtalya, Fransa, İspanya ve İngiltere'nin ziyaret edilerek incelenmesi)	Eylül 2011	Aralık 2011		
1.2. Diyarbakır Turizm Platformu'ndan "Ürün geliştirme ve Girişimcilik", "Pazarlama ve Etkinlikler" ve "Eğitim ve Kapasite Geliştirme" çalışma gruplarının oluşturulması	Eylül 2011	Ekim 2011		
1.2.1. Çalışma gruplarının faaliyete başlaması	Ekim 2011	Aralık 2016		
1.3. Temel çerçeve, unsur ve prensipleri bu dokümanda verilen, öncelikli turizm ürünlerinin geliştirilmesi, pazarlama ve etkinlik projelerinin detaylandırılması; uygulanmalarını sağlanması; gerektiğinde bunlar için sponsorlar bulunması; diğer finansal kaynakların harekete geçirilmesi	Eylül 2011	Kasım 2011		
1.4. Turizm sektörünün gelişimine yönelik hususlarda ulusal düzeyde lobi faaliyetlerinin yürütülmesi	Ekim 2011'den başlayarak sürekli ve düzenli bir faaliyet şeklinde			
1.5. Turizm performans göstergeleri için gerekli istatistiklerin toplanması ve/veya toplanmasını koordine edilmesi	Ekim 2011'den başlayarak sürekli ve düzenli bir faaliyet şeklinde			
1.6. İlerlemenin izlenmesi, değerlendirilmesi ve çıktı ve sonuçların raporlanmasının sağlanması	Aralık 2011'den başlayarak sürekli ve düzenli bir faaliyet şeklinde			
1.7. Diyarbakır Turizm Kümelenmesi'nin geliştirilmesi	Ocak 2012	Aralık 2016		
1.7.1. Mevcut platformun Diyarbakır Turizm Kümelenmesi koordinasyon birimine dönüşümü için de bir yol haritasının hazırlanması	Ocak 2012	Mart 2012		
1.7.2. Küme gelişim stratejisinin hazırlanması	Ocak 2012	Haziran		

		2012		
1.7.3. Küme gelişim stratejisinin uygulanması	Haziran 2012	Aralık 2016		
1.7.4. Kümelenme birimi, bir sivil toplum kuruluşu olarak yapılanmasının sağlanması	Haziran 2012	Eylül 2012		
2. Diyarbakır'ın pazar imajının, turizm potansiyeli konusunda farkındalığın ve turizm talebinin geliştirilmesi				
2.1. Diyarbakır Turizm İletişim Stratejisinin uygulamaya konması				
2.1.1. Diyarbakır için bu stratejiyle belirlenen Pazar Konumlandırması, Diyarbakır Markası, Hedef Pazarlar ve Temel Prensipler çerçevesinde iletişim çalışmalarının gerçekleştirilmesi	Ekim 2011	Kasım 2016		
2.1.1.1. Yerel ve ulusal düzeyde anahtar konumdaki karar vericilerin ve uygulayıcıların, İl'in iletişim yaklaşımı ve mesajları konusunda hemfikir olması ve konuya ilişkin tüm faaliyetlerde tutarlı bir şekilde bu yaklaşım ve mesajları kullanmaları için gerekli görüşme ve toplantıların yapılması	Ekim 2011	Kasım 2016		
2.2. Uygun pazarlama malzemelerinin tasarlanması ve yaygınlaştırılması				
2.2.1. Online pazarlama prensipleri üzerine kurulu, yüksek fonksiyoneliteye sahip bir web sitesinin (" Diyarbakır Turizm Portalı ") oluşturulması				
2.2.1.1. Benzer portal geliştirme ve uygulama hizmetlerini üst düzey kalitede sunan profesyonel bir firmanın seçilmesi	Aralık 2011	Şubat 2012		
2.2.1.2. Turizm değerlerine ilişkin etkileyici ve zengin görseller ile kaliteli bilgiler ve kısa öykülerin; oteller ve diğer konaklama imkanlarının, ulaşım alternatiflerinin, restoranlar, turist hizmetleri gibi potansiyel ziyaretçilerin ihtiyaç duyduğu her türlü bilginin derlenmesi	Kasım 2012	Nisan 2012		
2.2.1.3. Diyarbakır Turizm Portalı'nın, öncelikli hedef pazarlarda konuşulan tüm dillerde yayın yapmasının sağlanması (<i>tüm dil seçeneklerine yönelik içerik, ilgili dili anadili olarak konuşan ve daha önce turizm sektörü için benzer konularda çalışmış uzmanlarca çevrilmelidir</i>)	Nisan 2012	Haziran 2012		
2.2.1.4. Portalın, hızlı büyüme potansiyeline sahip segmentlere hitap edecek bölümlere sahip olacak ve bu segmentlerdeki ziyaretçiler tarafından siteye girilir girilmez kendilerine hitap eden içerik, turizm ürünü ve fırsatları görmelerini sağlayacak şekilde yapılandırılması	Nisan 2012	Haziran 2012		
2.2.1.5. Portalın yayına başladığına dair haberlerin yazılı ve görsel medyada ve İnternet ortamında	Haziran 2012	Haziran 2012		

duyurulması				
2.2.1.6. Portaldaki trafiğin ve istatistiklerin düzenli olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi ve buna göre gerekli iyileştirmelerin yapılması	Haziran 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.2.2. Turistik Diyarbakır haritasının hazırlanması				
2.2.2.1. Harita için Diyarbakır il merkezindeki, turizmde öne çıkan ilçelerindeki turizm değerlerinin, etkinlik alanlarının, gezi / yürüyüş ve keşif parkurlarının, ulaşım sisteminin ve rotasının tespit edilmesi	Ekim 2011	Ocak 2012		
2.2.2.2. Özel ve profesyonel bir tasarıma sahip kolay katlanıp taşınabilen haritanın hedef pazarlara yönelik farklı dillerde basılıp yaygınlaştırılması (<i>tüm dil seçeneklerine yönelik içerik, ilgili dili anadili olarak konuşan ve daha önce turizm sektörü için benzer konularda çalışmış uzmanlarca çevrilmelidir</i>)	Ocak 2012	Mart 2012		
2.2.3. Diyarbakır Kent Rehberi'nin hazırlanması				
2.2.3.1. Portal ve harita için derlenmiş olan bilgilerin kullanılmasıyla, İl genelindeki turizm değerlerini, bunların öykülerini ve her türlü turizm hizmetini cazibe uyandıracak biçimde kısa ve öz şekilde anlatacak, iletişim ve ulaşım bilgileri gibi detayları içerecek şekilde (2.5.6'da belirtilen rotaları da kapsayacak şekilde) rehber içeriğinin hazırlanması	Ekim 2011	Ocak 2012		
2.2.3.2. Özel ve profesyonel bir tasarıma sahip rehberin hedef pazarlara yönelik farklı dillerde hazırlanıp yaygınlaştırılması (<i>tüm dil seçeneklerine yönelik içerik, ilgili dili anadili olarak konuşan ve daha önce turizm sektörü için benzer konularda çalışmış uzmanlarca çevrilmelidir</i>)	Ocak 2012	Mart 2012		
2.3. İletişim ve halkla ilişkiler kampanyası				
2.3.1. Ulusal hem de uluslararası bölge tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler deneyimine sahip bir firmanın seçilmesi	Ekim 2011	Ocak 2012		
2.3.2. Kampanyanın ayrıntılı olarak planlaması	Ocak 2012	Şubat 2012		
2.3.3. Hedef pazarlardaki her bir öncelikli segment için ayrı bir medya veritabanı oluşturulması ve bunlara özel haber ve tanıtımların gerçekleştirilmesi	Şubat 2012'den başlayarak			
2.3.4. Turistik varlıklara değer ve anlam katacak öyküler ve efsaneler, kampanyada kullanılacak hale getirilmesi (yerel paydaşlarla birlikte ve halkla görüşerek turistik değerlere anlam yükleyen bilinmeyen efsane ve öyküler derlenmesi)	Şubat 2012	Nisan 2012		
2.3.5. Ulusal ve uluslararası hedef pazarlarda etkili grup medya temsilcilerinin	Nisan 2012	Mayıs 2012		

Diyarbakır'a davet edilmesi ve ilden ayrıldıklarında Diyarbakır'ın turizm imajını güçlendirecek ve cazibesini artıracak haberler yayınlamalarının sağlanması				
2.3.6. Ulusal ve uluslararası önemli etkinlik, gösteri ve diğer kültürel ve sanatsal faaliyetlerde Diyarbakır turizminin yer bulması	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.3.7. Diyarbakırlı ünlülerin, kanaat önderlerinin ve güçlü simaların turizm iletişim mesajı konusunda donatılmaları ve kampanya kapsamında bu mesajı duyuracak reklam ve tanıtımlarda yer almalarının sağlanması	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.3.8. Turizm sektörünü kapsayan yerli ve yabancı muhabir ve köşe yazarlarıyla düzenli iletişimin kurulması ve bu sayede Diyarbakır turizm vaadini destekleyen haberlerin sürekli olarak medyada yer bulmasının sağlanması	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.3.9. Çekici görsellerle zenginleştirilmiş düzenli basın bültenlerinin hazırlanması ve oluşturulacak olan medya veritabanındaki isimlere haberleştirilmek üzere gönderilmesi ve haberlerin takibi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.4. Ulusal ve uluslararası turizm şirketleriyle işbirliği				
2.4.1. Tüm hedef pazarlarda öncelik verilen segmentlere yönelik destinasyonlar ve turizm ürünleri pazarlayanlar başta olmak üzere faaliyet gösteren seçilmiş önde gelen tur operatörlerinin Diyarbakır'a davet edilmesi ve ilin turizm vaadleri ile ürünlerinin yerinde tanıtılması (Güneydoğu Anadolu'ya tur düzenleyenler başta olmak üzere)	Mart 2012	Nisan 2012		
2.4.2. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yer aldığı yurt dışı fuarlarda ve EMITT'te Diyarbakır'ın turizm marka kimliği ve özgün turizm ürünleriyle ses getirecek ve ön plana çıkacak sunumsal öğelerle yer alması (Diyarbakır ritüellerinin profesyonelce canlandırılması, vb.), her bir fuar öncesinde elde edilmesi hedeflenen sonuçların belirlenmesi, buna göre gerekli randevuların alınarak, hedef kitlelere özel tanıtımların profesyonel şekilde gerçekleştirilmesi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.4.3. Ankara, İstanbul ve İzmir'deki turizm şirketlerinin düzenli olarak ziyaret edilerek Diyarbakır'ın turizm faaliyetlerindeki gelişmeler ve fırsatlar konusunda bilgilendirilmesi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.4.4. Turizm şirketlerinin düzenli olarak Diyarbakır turizmine yönelik gelişmeleri ve fırsatları içeren elektronik bültenler ve haberlerle beslenmesi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.5. İnternet üzerinden pazarlama				
2.5.1. Diyarbakır Turizm Portalı'nın, pazarlama amaçlı etkin kullanımının sağlanması	Haziran 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			

2.5.2. Sosyal medyadaki Diyarbakır turizmiyle ilişkilendirilecek mevcut blog, topluluk, vb. tespit edilmesi ve iletişim ve halkla ilişkiler kampanyasına destek vermeleri için görüşmeler yapılması	Nisan 2012	Mayıs 2012		
2.5.3. Portalın ve diğer turizm faaliyetlerinin bu ortamlarda duyurulması	Haziran 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.5.4. Sosyal medyada ve turizm bloglarında Diyarbakır'daki turizm ürünlerini ve fırsatları duyuran haberlerin yayınlanması	Nisan 2012	Mayıs 2012		
2.5.5. Diyarbakır turizm değer zincirindeki yerel aktörlerin Internet'i turizm faaliyetlerini geliştirmek için kullanmalarının sağlanması	Ocak 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.5.6. Hedef pazar segmentleri arasında Diyarbakır turizmine ilişkin farkındalığı artırmak amacıyla online yarışmaların organize edilmesi; e-mail duyuruları, çokça ziyaret edilen sitelere ilan verilmesi gibi yollarla özel ilgi gruplarının bu yarışmalara katılmaya yönlendirilmesi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.5.7. Hedef pazar segmentlerinin Internet'te yoğun olarak ziyaret ettikleri sitelere Diyarbakır turizm ürünlerini ve mesajlarını duyuran reklamların verilmesi	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
2.6. Bağımsız gezginler, sırt çantalı gezginler ve konferans/etkinlik turizmcileri gibi pazar potansiyeli yüksek ve erişilebilirliği düşük pazar segmentlerine yönelik müşteri odaklı tanıtım				
2.6.1. Bağımsız gezginler, sırt çantalı gezginler ve konferans/etkinlik turizmcileri gibi pazar potansiyeli yüksek ve erişilebilirliği düşük pazar segmentlerine hitap eden ve bu kesimlerce tercih edilen markalarla (otomobil, giyim, elektronik, yiyecek, içecek, vb.) işbirliği halinde özel promosyonlar ve yarışmaların organize edilmesi	Temmuz 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.6.2. İstanbul, İzmir ve Ankara'da düzenlenen tüketici fuarlarına Diyarbakır'ın turizm değer zincirindeki ürünlerin (elişleri, hediyelikler, gıda ürünleri vb.) tanıtılması amacıyla katılınması ve hedef kitleyi İl'e çekmek için promosyonlar düzenlenmesi	Nisan 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.6.3. Hedef pazar segmentlerinin katıldığı Diyarbakır dışında organize edilen büyük çaplı etkinliklerde (gösteri, konser, üniversite şenlikleri, vb.) bu kitlelere yönelik promosyonlar düzenlenmesi	Nisan 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.6.4. Internet'te ve sosyal medyada promosyonlar, küçük yarışmalar, ödüllü testler organize edilmesi	Nisan 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
2.6.5. Internet'teki özel ilgi gruplarının oluşturduğu forumlar ve bloglarla (örn. macera sporları, çevreciler, vb.)	Nisan 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			

etkileşime geçilmesi				
2.7. İstatistik ve pazar araştırması				
2.7.1. Turist gelişlerine dair güncel ve doğru verilerin derlenmesi ve trendlerin analiz edilmesi	Ocak 2012'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
2.7.2. Düzenli olarak turist memnuniyet anketlerin yapılması ve sonuçların analiz edilmesi	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
2.7.3. Hizmet sağlayıcılar ve araçlara (konaklama tesisleri, tur operatörleri, restoranlar, vb.) ilişkin güvenilir ve doğru verilerin toplanması	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
2.7.4. Toplanan tüm verilerden elde edilen analizlerin turizm geliştirme çalışmalarında girdi olarak kullanılması	Kasım 2011'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
2.8. Turizm bilgi merkezleri				
2.8.1. Bölgesel temas merkezinin kurulması (Diyarbakır ilinin tamamına (ilçeler dahil) ve çevre illere yönelik bilgileri kapsayacak şekilde bir ana merkezin oluşturulması ve bu merkezde sunulan bilgilerin, hedef pazarlarda konuşulan dilleri kapsamı (merkezde, ziyaretçiler için Internet'e erişim imkanı; konaklama rezervasyonu imkanı ve küçük bir kafenin bulunması)	Ocak 2012	Mart 2012		
2.8.2. Konumları itibarıyla turistlerin uğrak yeri olabilecek 2 ayrı burçta uydu bilgi merkezlerin oluşturulması	Ocak 2012	Mart 2012		
2.8.3. Turizm bilgi merkezlerinin standart "i" işareti taşıması ve şehir genelinde ziyaretçileri bu merkezlere yönlendirecek şekilde etkili bir yönlendirme sistemi kurulması	Ocak 2012	Mart 2012		
3. Turizm ürünlerinin turistler için sunulabilir ve talep görür hale getirilmesi				
3.1. Sur Temizlik ve İyileştirme Projesi				
3.1.1. Surların tamamının ve etrafının temizlenmesi ve sürekli bir bakım uygulanması için gerekli planın hazırlanması ve uygulanması için gerekli kaynakların ayrılarak uygulamanın sıkı sıkıya kontrol edilmesi	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
3.1.2. Surların içinde ve çevresinde güvenliğin sağlanması için gerekli önlemler alınması için yeterli aydınlatmaların sağlanması; yaya ve atlı turizm polisleri görevlendirilmesi; burçlara, İçkale'ye ve sur içine kapalı devre kamera sistemleri (CCTV) yerleştirilmesi	Ekim 2011	Şubat 2012		
3.1.3. Burçların restorasyonu ve turizme açılması için gerekli projelendirmenin yapılması	Ekim 2011	Nisan 2012		
3.1.3.1. Her bir burcun hikayesinin ve imzaları bulunan medeniyetlerin öykülerinin yaşar hale getirildiği uygulamaların geliştirilmesi. Bu amaçla; Bazı burçların el sanatlarının icra edildiği ve satıldığı, bazılarının sanat galerisi olarak kullanıldığı, bazılarının yüksek kalitede	Ekim 2011	Nisan 2012		

hizmet sunan geleneksel restoranlar olarak düzenlendiği, bazılarının da müzik ve sanat gösterileri için düzenlendiği mekanlar olarak hazırlanması				
Bazı burçların ise, eski uygarlıklardan bazılarının yaşam biçimlerinin ve kültürlerinin canlandırıldığı ve turistlerce deneyimlendiği şekilde düzenlenmesi				
3.1.4. Surların üst kısımlarının onarılması ve yürüyüş için hazır hale getirilmesi	Ekim 2011	Nisan 2012		
3.1.4.1. Surların, üzerinde boydan boya yürünebilmesi için üst bölümlerinde restorasyonların yapılması ve gereken noktalarda güvenlik önlemlerinin alınması	Ekim 2011	Nisan 2012		
3.1.4.2. Yürüyüş için başlangıç noktasının ve izlenecek yönün belirlenmesi ve yürüyüşü tamamlayan turistlere bir sertifika verilmesi için gerekli hazırlıkların yapılması	Ekim 2011	Nisan 2012		
3.2. Surların UNESCO Dünya Kültürel Mirası Listesi'ne girebilmesi için gerekli çalışmaların yürütülmesi				
3.2.1. Bu amaçla atılması gereken adımların tespiti ve sürelerin ve sorumluların belirlenerek gerekli eylem planının hazırlanması	Kasım 2011	Nisan 2012		
3.2.2. Eylem planının uygulamaya konulması ve uygulamanın düzenli olarak izlenip değerlendirilmesi	Nisan 2012'den itibaren düzenli ve sürekli şekilde			
3.3. "Diyarbakır Keşfi" Projesi				
3.3.1. Restorasyonu tamamlanmış, devam eden ve restorasyona ihtiyaç duyulan yapıların bir envanterinin oluşturulması ve restorasyon süreçlerinin yakın takibi	Kasım 2011	Ocak 2012		
3.3.2. Restorasyonu uzamış ve yarım kalmış binaların restorasyon işlemlerinin tamamlanması	Ocak 2012	Aralık 2012		
3.3.3. Şehir merkezindeki keşif rotasının belirlenmesi ve rota üzerindeki turizm ihtiyaçlarının saptanarak bu ihtiyaçların karşılanması (temizlik, düzenleme, altyapı iyileştirme, yerel halkın eğitimi, yönlendirme ve tabela, vb.)	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.3.4. Rota üzerindeki tarihi ve kültürel yapılara farklı dillerde açıklayıcı metinlerin ve yapının hikayesinin yer aldığı tabelaların konması	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.3.5. Keşif rotasını gösteren küçük katlanır haritanın havaalanından başlayarak tüm turistik mekanlarda turistlerce erişilebilir şekilde bulundurulmasının sağlanması	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.3.6. Rota üzerindeki işyerleriyle ve evleri bulunan yerel halkla iletişime geçilerek, turizm faaliyetine pozitif katkı ve katılımı sağlanması	Şubat 2012'den itibaren			
3.3.7. En çok ziyaret edilen yapıların bulunduğu mahallelerde yaşayan yerel	Şubat 2012'den itibaren			

halkın organize edilmesiyle özellikle kadın ve gençlerin el emeğiyle üretecekleri özgün ve kaliteli hediyelikler ve sanatsal ürünlerin ziyaret edilecek mekanlarda satışını sağlayacak altyapı ve standlar oluşturulması				
3.3.7.1. Bu standların özgün bir tasarıma sahip olması ve satışların dil bilen iyi eğitilmiş gençler tarafından yapılmasını sağlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.3.7.2. Her bir standın farklı bir ürün grubuna odaklanmasının sağlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.3.7.3. Satılan ürünlerin, adil ticaret anlayışıyla satışa sunulduğunu gösteren ve üreticisinin yaşam hikayesini özetleyen ve imzasını taşıyan etiketlerin hazırlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.3.7.4. Ürün satışlarından elde edilen gelirin paylaşımı için bir modelin oluşturulması ve başarılı şekilde uygulanması (satışlarından elde edilen gelirler üreticiye giderken, küçük bir bölümü, üreticilerin yaşadığı mahallede çocukların eğitimi ve daha fazla genç ve kadının üretim sürecine katılımını sağlayacak bir sosyal fona aktarılması)	Nisan 2012'den itibaren			
3.3.8. Keşif rotasında turistlere hizmet sunacak rehberlerin yetiştirilmesi ve görevlendirilmesi	Nisan 2012'den itibaren			
3.3.9. Turistlere rota üzerindeki hikayeleri anlatacak ve ziyaret edilecek yapıları tanıttak sesli rehberin (<i>audio guide</i>) kullanıma alınması (Türkiye'deki iyi uygulama örneği olarak Göreme Açık Hava Müzesi incelenebilir.)	Nisan 2012'den itibaren			
3.4. "Medeniyetlerin Aynası İçkale" Projesi				
3.4.1. Bölge için aşağıdaki maddelerde sıralanan öğelere göre kapsamlı bir plan hazırlanması; bu planda, binaların kullanım amaçları, restorasyon planları ve programları ortaya konması	Eylül 2011	Kasım 2011		
3.4.2. Mezopotamya tarihinin çağlar boyunca geçtiği sürecin ziyaretçilere canlandırılarak sunulması için 'İnteraktif Tematik Müze'nin kurulması (iyi uygulama örneği olarak İngiltere'deki Madam Tussauds Müzesi'nde 'Spirit of London'nın incelenmesi).	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.3. En iyi kalitede üretilmiş yerel ve geleneksel ürünlerin (altın ve gümüş takı, seramik, halı, giysi, antika, yiyecek vb.) özel olarak tasarlanmış mekanlarda satıldığı standlardan oluşan bir alışveriş alanının oluşturulması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.3.1. Her bir standda farklı bir ürün grubunun yer almasının sağlanmasına yönelik planlamanın yapılması	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.4.3.2. Satılan ürünlerin önceden	Ocak 2012	Nisan 2012		

belirlenmiş kalite standartlarına uymasının; satış sorumlularının ise hizmet ve müşteri ilişkileri bakımından üstün standartlarda faaliyet göstermesini sağlayacak düzenlemelerin yapılması				
3.4.3.3. Ürün ve hizmet kalitesi ile fiyatlar düzenli olarak denetlenmesi ve standartların dışına çıkan satıcıya caydırıcı cezalar uygulanması yönünde çalışmaların yapılması	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.4.3.4. Bu alanda, gelir seviyesi düşük kadın ve gençler tarafından üretilen 2.2.7 maddesinde ele alınan hediyelik ve elişlerinin satılması için özel bir yerin ayrılması ve burada satılan ürünlerin taşıdıkları sosyal ve manevi değerlerin turistlerce anlaşılmasını sağlayacak konseptin geliştirilmesi ve uygulanması	Ocak 2012	Nisan 2012		
3.4.4. Uluslararası kalitede konferans, toplantı, konser mekanı ve sanat galerisi fonksiyonuna sahip bir merkezin oluşturulması amacıyla eski cezaevinin düzenlenmesi	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.5. Yöreye özgü, yüksek kalite standartlarında farklı yiyeceklerin servis edildiği restoranların ve kafelerin bulunduğu bir alanın oluşturulması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.5.1. Bu mekanlarda ürün ve hizmet kalite standartlarına uyumun ve fiyatların düzenli olarak denetlenmesi	Ocak 2013'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
3.4.5.2. Her bir mekanda, yöresel markayı destekleyecek standart bir-iki yemeğin dışında farklı menülerin bulunmasının sağlanması	Ocak 2013'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
3.4.6. Yüksek kalitede hizmet sunan bir otelin (yapıların durumuna bağlı olarak birden fazla) hizmete alınması (iyi uygulama örneği olarak İspanya'daki Paradores'in incelenmesi)	Ocak 2012	Nisan 2013		
3.4.7. Arkeoloji müzesinin taşınması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.8. Tarihten bugüne değişik icatların sergilendiği ve çocuklar başta olmak üzere ziyaretçilere farklı etkinlikler ve deney setleriyle sunulduğu "El Cezeri İnteraktif Bilim ve Teknoloji Müzesi"nin kurulması (iyi uygulama örneği olarak Londra'daki 'Science Museum'un incelenmesi)	Ocak 2012	Nisan 2013		
3.4.9. Müzik ve tiyatro gösterilerinin sergileneceği merkezi bir açık hava amfitiyatrosunun kurulması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.4.10. İçkale'deki peyzaj çalışmalarında alanın özgünlüğünü vurgulayacak farklı tasarımların uygulanması ve buna uygun yeşillendirme, yürüyüş yolları ve dış mekan oturma alanlarının yapılması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.5. Dicle Nehri Rekreasyon ve Macera Parkı Projesi				

3.5.1. <i>Rekreasyon Parkı</i> : Modern piknik alanları, çocuk park ve eğlence alanları, su temalı görsel alanları ile ağaçlandırılmış ve çimlerle yeşillendirilmiş bir park alanının oluşturulması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.5.2. <i>Su Parkı</i> ("aqua park"): Vadinin doğasıyla bütünleşik bir su parkının özellikle ailelerin çocukları için tercih edecekleri bir eğlence mekanı olarak oluşturulması	Ocak 2012	Nisan 2013		
3.5.3. <i>Macera Parkı</i> : Nehir üzerinde kano ve rafting gibi su sporlarının yapılmasına imkan sağlayacak şekilde oluşturulması	Ocak 2012	Haziran 2013		
3.5.4. <i>Yürüyüş Parkuru</i> : Nehrin, doğal manzarasıyla ön plana çıkan, surları görebilen ve On Gözlü Köprü'yle bütünleşen bir güzergahında iyi tasarlanmış ve işaretlenmiş bir yürüyüş, bisiklet ve atla gezinti yolunun oluşturulması	Ocak 2012	Haziran 2013		
3.5.5. <i>Yemekli Tekne Turları</i> : Yöresel mutfağın özgün ürünleri sunan ve Dicle üzerinde belirlenen güzergahta gezinti yapma imkanı tanıyan az sayıda ancak yüksek kalitede teknelerin düzenlenmesi ve kullanıma alınması (talebe bağlı olarak kalite standartları korunacak şekilde tekne sayısı kontrollü olarak artırılması)	Ocak 2012	Haziran 2013		
3.6. "Medeniyet Rotaları" Projesi				
3.6.1. Diyarbakır il sınırları içinde, ilçeleri kapsayacak şekilde, 1-4 günlük dönemler halinde değişen süreleri kapsayan 4-6 farklı seyahat rotasının belirlenmesi	Ocak 2012	Temmuz 2012		
3.6.2. Bu rotaların detaylı bir değerlendirmesi yapılarak, seyahat mesafeleri, süreleri, turist yönlendirmeleri, bilgi levhaları, kaliteli altyapı, tesis ve etkinlik ihtiyaçların saptanması	Ocak 2012	Mart 2012		
3.6.3. Belirlenen ihtiyaçların karşılanmasına yönelik projelerin gerçekleştirilmesi	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.6.4. İhtiyaç duyulması halinde önemli turizm değerlerinin restorasyonu ve iyileştirilmesi için öncelikli projeler hayata geçirilmesi	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.6.5. Rotalar üzerindeki köy ve ilçe halklarını harekete geçirilerek, gelecek olan turistlere sunulacak hizmet ve olanakların çeşitlendirilmesinin ve yerel halkın turizmde gelir getirici faaliyetlere dahil olmalarının sağlanması	Ocak 2012	Mayıs 2013		
3.6.6. Rotalara ait bilgilerin Diyarbakır Kent Rehberi'ne dahil edilmesi	Mart 2012	Mart 2012		
3.6.7. Belirlenen rotaların medyada duyurulması ve tur operatörlerine tanıtılması	Nisan 2012'den itibaren sürekli ve düzenli şekilde			
3.6.8. Hem bu rotalar, hem de Diyarbakır kent merkezine yönelik turizm faaliyetlerinin, Mardin ve Şanlıurfa başta olmak üzere, bölgeye yönelik tur organizasyonlarına dahil edilmesi	Nisan 2012'den itibaren			
3.6.8.1. <i>Mezopotamya</i> destinasyonu adı altında markalaşmanın sağlanması	Nisan 2012'den itibaren			

ve bu amaçla ilgili illerle işbirliği ve ortak tanıtım-pazarlama çalışmalarının gerçekleştirilmesi				
3.7. "Amiral gemisi" mahiyetindeki etkinlikler				
3.7.1. <i>Sur Festivali</i> : Diyarbakır'ın turizm vaadi ve marka kimliği üzerine inşa edilerek tasarlanacak uluslararası seviyede sanatçıların katılımıyla ve yine uluslararası düzeyde ses getirecek şekilde organize edilecek bir sanat festivalinin organizasyonunun planlaması ve uygulanması	Nisan 2012'den itibaren yıllık (festival tarihi iletişim firmasıyla görüşülerek belirlenecektir.			
3.7.2. <i>Nehir Festivali</i> : Dicle'nin tarihini ve bereketini kutlamak üzere nehirde ve etrafında zengin etkinliklerle dolu bir uluslararası festivalin organizasyonunun planlaması ve uygulanması	Nisan 2012'den itibaren yıllık (festival tarihi iletişim firmasıyla görüşülerek belirlenecektir.			
3.7.2.1. Her iki festivalin, profesyonel organizasyon firmaları tarafından gerekli sponsorlukların sağlanmasıyla uluslararası seviyede gerçekleştirilmesinin sağlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.7.2.2. Yerel halkın festivallerde etkin şekilde yer almasını sağlayacak girişimlerin her iki festival için de planlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.7.2.3. Her iki festivalden de Diyarbakır'ın en yüksek turizm getirisini elde etmesi için gerekli çalışmaların yapılması	Nisan 2012'den itibaren			
3.7.2.4. Festivallerin öncesinde, gerçekleştirilmeleri sırasında ve sonrasında medyada geniş yer bulmasının sağlanması	Nisan 2012'den itibaren			
3.8. Konaklama imkanlarının genişletilmesi				
3.8.1. Yeni konaklama tesislerinin kurulması; ev pansiyonculuğu gibi alternatif konaklama imkanlarının geliştirilmesi; kentin tarihi dokusunu yansıtacak butik otellerin yaygınlaştırılması ve eski evlerin özgün konaklama tesislerine dönüştürülmesi konularında alternatif projeler geliştirilmesi ve uygulanması	Ocak 2012	Ocak 2014		
3.8.2. Mevcut otellerde hizmet kalitesinin ve sunumunun iyileştirilmesi ve insan kaynaklarının geliştirilmesi amacıyla kapsamlı çalışmaların başlatılması				
3.8.2.1. Mevcut otellerin yıldız sayılarının gerektirdiği unsurlara sahip olup olmadıklarının bağımsız uzmanlarca değerlendirilmesi	Kasım 2011	Haziran 2012		
3.8.2.2. Tespit edilen eksikliklerin giderilmesi için en kısa zamanda projelerin başlatılması	Ocak 2012	Ocak 2013		
3.8.2.3. Otel fiyatlarının bölge için kabul edilebilir seviye çekilmesi amacıyla çevre illerdeki alternatiflerle kıyaslama çalışmasının yapılması ve otellerin buna göre fiyat uygulaması yönünde mutabakat sağlanması	Kasım 2011	Şubat 2012		

4. Yerel halkın turizmi sahiplenmesinin sağlanması ve sürece dahil olması				
4.1. Nüfusun genelinde turizme ve turiste karşı tutum ve davranışların geliştirilmesine ve iyileştirilmesine odaklanan, turizm farkındalığı, girişimcilik ve müşteri ilişkileri program setinin uygulamaya konması				
4.1.1. İl'deki okullarda uygulanacak bir <i>kültür ve turizm farkındalığı programı</i> : Diyarbakır'ın özgün ve benzersiz kültür ve turizm varlıkları, marka değerleri ve insanların konukseverliği öne çıkartılarak "sahip olunan özelliklerle gurur duyma ve bunları koruma yönünde irade geliştirme" temasına odaklanan programın geliştirilip uygulanması	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
4.1.2. Toplumda turizmin önemi, faydaları, ihtiyaçları ve getirdiği sorumluluklara ilişkin bilinç oluşturmaya yönelik bir <i>toplumsal turizm tanıtım programının</i> geliştirilip uygulanması	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
4.1.3. Turizm sektörü içindeki tüm kişi ve kuruluşların aynı etik ilkelerle çalışmalarını sağlayacak <i>iş etiği ve sektörel farkındalık programının</i> geliştirilip uygulanması	Ekim 2011'den itibaren sürekli ve düzenli olarak			
4.1.4. Sektör için girişimci yetiştirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi	Ocak 2012'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.4.1. Yerel konaklama hizmetleri, rehberlik, el sanatları vb. konularda uygun girişimcilerin tespiti ve eğitilmesine yönelik <i>turizm girişimcisi yetiştirme programının</i> geliştirilip uygulanması	Ocak 2012'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.4.2. Nitelikli / eğitimli insan kaynağının ve üniversite öğrencileri / yeni mezunlarının özgün ve yüksek katma değerli turizm ürün ve hizmetleri geliştirip sunmalarını ve Diyarbakır turizm değer zincirindeki eksik ve zayıf halkaları tamamlamalarını sağlayacak girişimlerini hayata geçirecekleri <i>inovatif turizm girişimcisi programının</i> geliştirilip uygulanması	Ocak 2012'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.5. Müşteri ile direkt temas halinde olan turizm personelinin kapasitesinin geliştirilmesi	Aralık 2011'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.5.1. Personele yönelik <i>müşteri hizmetlerini ve müşteri ilişkilerin geliştirmeyeliyleştirmeye yönelik eğitim ve teşvik programlarının</i> geliştirilip uygulanması	Aralık 2011'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.5.2. Temel yabancı dil bilgisi dahil, <i>etkin iletişim prensipleri ve teknikleri eğitim programının</i> geliştirilip uygulanması	Aralık 2011'den itibaren yıllık düzenli olarak			
4.1.6. MKOBİ statüsündeki işletmelerden başlayarak turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm işletmelerin geliştirilmesi	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak			

4.1.6.1. Bu amaçla, işletmelere yönelik yetkinlik değerlendirmesi ve ihtiyaç analizi çalışmalarının yapılması	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak		
4.1.6.2. Belirlenen eksiklik ve ihtiyaçlara göre <i>işletme gelişim programının</i> geliştirilip uygulanması	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak		
4.1.7. Sektörün ihtiyacına uygun nitelikli insan kaynağının geliştirilmesi ve bilginin üretilmesi için <i>üniversite-özel sektör işbirliği programının</i> geliştirilip uygulanması	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak		
4.2. Turizm ve ilişkili sektörlerdeki yönetici ve çalışanlara yönelik yönetim, servis ve turizm becerileri geliştirme programının uygulamaya konması			
4.2.1. Geniş bir kitleye temel eğitim paketlerinin uygulanması	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak		
4.2.2. Anahtar konumdaki yönetici ve personele ileri seviye eğitimlerin uygulanması	Ocak 2012'den itibaren düzenli olarak		