

ORDU VE TOKAT İLLERİ TURİZM ARZI

Editör:

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

ARTİKEL AKADEMİ: 322

Ordu ve Tokat İlleri Turizm Arzı

Editör:

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Ordu Üniversitesi 2024

<https://orcid.org/000-0002-3902-5251>

ISBN 978-625-6627-61-1

Birinci Basım Aralık - 2024

Ofset Hazırlık: Artikel Akademi

Baskı ve Cilt: Uzunist Dijital Matbaa Anonim Şirketi
Akçaburgaz Mah.1584.Sk.No:21 / Esenyurt

Artikel Akademi bir Karadeniz Kitap Ltd. Şti. markasıdır.

©Karadeniz Kitap - 2024

Akademik etik kurallara

bağlı kalınarak yapılacak olan alıntılar ve tanıtım maksadıyla yapılacak olan kısa alıntılar dışında, yazılı izni alınmadan, tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla, basımı, yayımı, kopyalanması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

KARADENİZ KİTAP LTD. ŞTİ.

Koşuyolu Mah. Mehmet Akfan Sok. No:67/3 Kadıköy-İstanbul

Tel: 0 216 428 06 54 // 0530 076 94 90

Yayıncı Sertifika No: 19708

mail: info@artikelakademi.com

www.artikelakademi.com

ORDU VE TOKAT İLLERİ TURİZM ARZI

Editör:

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

YAZARLAR

Prof. Dr. Cavit YAVUZ

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Prof. Dr. Tuğrul ÖZCAN

Doç. Dr. Hüseyin MERTOL

Doç. Dr. Mehmet KABACIK

Doç. Dr. Koray GENÇ

Doç. Dr. Kuttusi ZORLU

Doç. Dr. Volkan DEDE

Dr. Öğr. Üyesi Adem KULAÇ

Dr. Öğr. Üyesi Nercü DURMUŞ AYDIN

Dr. Öğr. Üyesi Yasin SOYLU

Öğr. Gör. Meryem SET

Öğr. Gör. Mustafa SARI

Öğr. Gör. Nagehan AYDIN SARI

Öğr. Gör. Samet YILMAZ

Arş. Gör. Samet Can AKSU

Nilay DEĞERLİ

Yunus ERGÜN

İsim sıralaması alfabetik ve akademik ünvanlar dikkate alınarak düzenlenmiştir.

artikol
akademi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	7
1. BÖLÜM	
TURİZM ARZININ BİLEŞENLERİ VE TEMEL DİNAMİKLERİ	9
Yunus ERGÜN & Hüseyin MERTOL & Cemile BAHTİYAR KARADENİZ	
2. BÖLÜM	
ORDU İLİ EKOTURİZM POTANSİYELİ	35
Adem KULAÇ & Koray GENÇ	
3. BÖLÜM	
ÇATALPINAR TURİZMİNE DOĞAL BİR ALTERNATİF: “GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ELMAKÖY ŞIFALI SU KAYNAKLARI”	53
Tuğrul ÖZCAN	
4. BÖLÜM	
BİR DESTİNASYON OLARAK ÇAMBAŞI YAYLASI	77
Samet YILMAZ & Koray GENÇ	
BÖLÜM 5	
ORDU İLİNİN KONAKLAMA ALTYAPISI AÇISINDAN MEVCUT DURUMU VE TR9 (DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ) İLLERİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI	93
Kuttusi ZORLU & Volkan DEDE	
6. BÖLÜM	
ORDU İLİ GLAMPİNG TURİZMİ	111
Samet Can AKSU & Mehmet KABACIK	

7. BÖLÜM

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATİNİN SAĞLANMASINDA
MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN ETKİSİ: MEŞHUR PİDE ÖRNEĞİ 137

Meryem SET& Cavit YAVUZ

8. BÖLÜM

TOKAT TURİZMİNİN ARZ KAYNAKLARI 153

Nercü DURMUŞ AYDIN

9. BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YEREL MUTFAKLARIN ÖNEMİ: TOKAT
MUTFAĞI 177

Nilay DEĞERLİ & Cavit YAVUZ & Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

10. BÖLÜM

TOKAT TURİZMİNİN KONAKLAMA ALT YAPISI 201

Nagehan Aydın SARI & Mustafa SARI

11. BÖLÜM

TOKAT İLİ TURİZMİ SWOT ANALİZİ 219

Yasin SOYLU

ÖNSÖZ

Küreselleşen dünyada turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkileri her geçen gün artmaktadır. Ülkeler ve bölgeler, sahip oldukları turizm potansiyelini daha etkili bir şekilde değerlendirmek ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Türkiye'nin her bölgesi gibi Karadeniz Bölgesi de benzersiz doğal güzellikleri, köklü tarihi ve zengin kültürel mirasıyla bu stratejilerde önemli bir rol oynamaktadır.

Orta Karadeniz Bölgesi'nin iki önemli ili olan Ordu ve Tokat, coğrafi konumları ve zengin turizm kaynakları ile dikkat çekmektedir. Ordu, Karadeniz kıyısında uzanan eşsiz doğal güzellikleri, yeşilin ve mavinin benzersiz uyumu, zengin kültürel mirası ile bölgenin öne çıkan illerinden biridir. Komşusu Tokat ise bereketli topraklarının yanı sıra, köklü tarihi mirası ve kültürel zenginlikleri ile tanınmaktadır.

Her iki il de sahip oldukları kendine özgü doğal çekicilikler ve kültürel değerlerle turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ordu, yaylaları, şelaleleri ve deniz turizmi ile doğa severler için bir cazibe merkezi olurken, Tokat, tarihi dokusu, geleneksel el sanatları ve gastronomisi ile kültür turizmine ilgi duyan ziyaretçiler için eşsiz bir destinasyon sunmaktadır. Bu özellikler, Ordu ve Tokat'ı, ulusal ve uluslararası düzeyde birer cazibe merkezi haline getirme potansiyeline sahip güçlü unsurlar olarak ön plana çıkarmaktadır.

Bu kitap, Ordu ve Tokat illerinin turizm arzı bağlamındaki durumunu ve potansiyelini bilimsel bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmada, turizm arzını oluşturan temel unsurlar titizlikle analiz edilmiş; ekoturizm, gastronomi turizmi, konaklama altyapısı ve müşteri memnuniyeti gibi farklı boyutlar detaylandırılmıştır. Ayrıca, bölgesel bazda sürdürülebilir turizm yaklaşımlarına ışık tutacak karşılaştırmalı analizlere de yer verilmiştir.

Kitapta yer alan bölümler, turizm sektörünün farklı disiplinlerdeki uzmanlarının katkılarıyla şekillenmiştir. Her bir bölüm, alanında özgün veriler

sunmakta ve gelecekte yapılacak çalışmalara birer rehber niteliği taşımaktadır. Bu süreçte, yazarlarımızın özverili çalışmaları ve değerli katkıları, kitabın bilimsel niteliğini artırmıştır.

Editör olarak, bu kitabın hazırlanış sürecinde büyük bir sorumluluk ve heyecanla çalıştığımı belirtmek isterim. Sürecin her aşamasında, yazarlarımızın katkılarıyla birlikte bilgi üretimine hizmet etmekten onur duydum. Bu eserin, Ordu ve Tokat illerinin turizm potansiyelini daha geniş kitlelere tanıtarak bölgenin gelişimine katkı sağlayacağına inanıyorum. Ayrıca, akademisyenler, turizm profesyonelleri ve yerel yöneticiler için bir başvuru kaynağı olmasını temenni ediyorum. Kitabın hazırlanmasında emeği geçen tüm yazarlarımıza ve destek veren herkese teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Aralık 2024, Ordu

1. BÖLÜM

TURİZM ARZININ BİLEŞENLERİ VE TEMEL DİNAMİKLERİ

Bağımsız Araştırmacı Yunus ERGÜN

Yunus.ergun_12@hotmail.com

<https://orcid.org/.0000-0002-2986-6073>

Doç. Dr. Hüseyin MERTOL

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Huseyin.mertol@gop.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-8048-0814>

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Ordu Üniversitesi

cbkaradeniz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3902-5251>

GİRİŞ

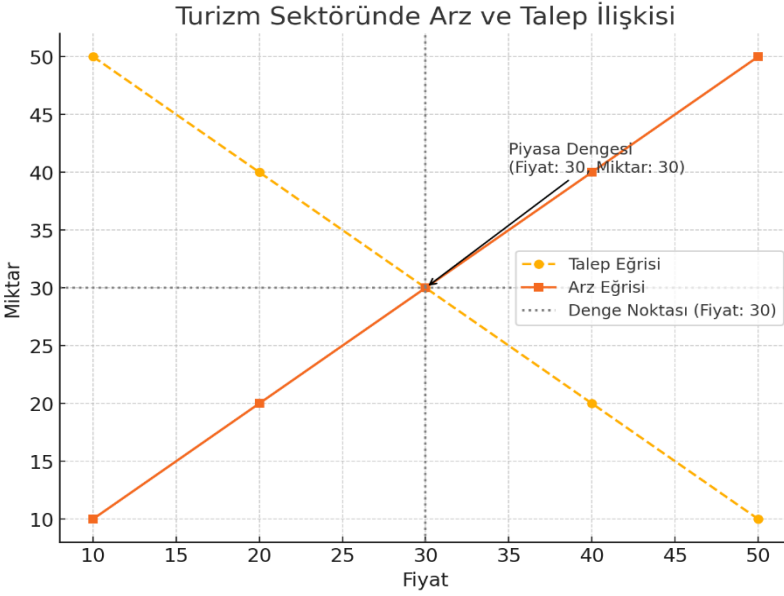
Turizm, 21. yüzyılda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileriyle dünyanın önde gelen endüstrilerinden biri haline gelmiştir. İnsanların tatil, eğitim, iş ve kültürel deneyim gibi çeşitli sebeplerle seyahat etmesi, turizm sektörünün dinamiklerini hızla dönüştürmektedir (Sözleşen, 2021). Bu sektör, sadece bireysel tüketici davranışlarını değil, aynı zamanda ulusal ekonomileri ve uluslararası ilişkileri de etkileyen çok yönlü bir yapıya sahiptir (Cankül, Erbaş ve Temizkan, 2017). Turizmin ekonomik kalkınmaya olan katkısı, istihdam yaratma potansiyeli ve kültürel etkileşim sağlama kapasitesi, bu sektörün

stratejik bir önem kazanmasına olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, turizm arzı kavramı, bir destinasyonun turistlere sunduğu hizmet ve olanakları ifade eden temel bir bileşendir. Turizm arzı, yalnızca fiziksel özelliklerden ibaret olmayıp, insan kaynakları, hizmet kalitesi ve destinasyonun genel imajı gibi soyut unsurları da kapsamaktadır. Doğal ve kültürel kaynakların yanı sıra altyapı ve üstyapı hizmetleri, bir destinasyonun rekabet gücünü belirlemede önemli rol oynamaktadır (Bardakoğlu, 2011). Örneğin, bir destinasyonda bulunan tarihi yapılar, doğal peyzaj, modern konaklama tesisleri ve kolay ulaşım imkanları, turistlerin seyahat kararlarını etkileyen önemli faktörlerdir. Turizm arzının kavramsal temelleri, arz ve talep arasındaki etkileşime dayanmaktadır (Yıldız, 2022).. Bir destinasyonun sunduğu olanaklar, turistlerin beklentilerini ne kadar karşılırsa, o destinasyonun çekiciliği o kadar artar. Ancak bu çekicilik, sadece mevcut kaynaklarla sınırlı kalmaz; aynı zamanda bu kaynakların sürekliliği ve etkin bir şekilde yönetilmesi ile de şekillenmektedir (Kasap, 2018). Bu noktada, sürdürülebilir turizm politikalarının önemi ortaya çıkmaktadır. Doğal kaynakların korunması, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması ve yerel toplulukların turizm faaliyetlerinden fayda sağlaması, turizm arzının sürekliliği için temel unsurlardır (Kalaba, 2021). Özellikle dijital dönüşüm ve teknolojik yenilikler, turizm arzının şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Online rezervasyon sistemleri, dijital pazarlama stratejileri ve sosyal medya platformları, destinasyonların tanıtımında yeni fırsatlar sunarken, akıllı destinasyon uygulamaları turistlerin seyahat deneyimlerini daha verimli ve keyifli hale getirmektedir. Bunun yanı sıra, iklim değişikliği ve pandemi gibi küresel meseleler, turizm arzının geleceğini şekillendiren diğer önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu durum, turizm arzının yalnızca mevcut talepleri değil, aynı zamanda gelecekte ortaya çıkabilecek zorlukları da karşılayacak şekilde tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır. Turizm arzının ekonomik boyutu da dikkate değerdir. Turizm sektörü, bir destinasyonun ekonomik kalkınmasına önemli katkılarda bulunabilir. Yerel istihdam yaratma, gelir dağılımının iyileşmesi ve döviz girdisi sağlama gibi faydalar, turizm arzının etkin bir şekilde yönetilmesi ile mümkün olmaktadır (Gedik, 2021). Ancak, aşırı turizm kaynak tenmesine, çevresel zararların artışı ve yerel halkın yaşam kalitesinin düşmesine neden olmaktadır (Çavuş, 2024). Bu nedenle, turizm arzının ekonomik faydalarını maksimize ederken olumsuz etkilerini minimize edecek bir planlama ve yönetim süreci şarttır.

1. TURİZM ARZININ KAVRAMSAL TEMELLERİ

1.1. Arz ve Talep İlişkisi

Arz ve talep, ekonomik teorinin temel taşlarını oluşturan iki kavram olup, piyasa dengelerinin oluşumunda merkezi bir role sahiptir (Dalahmetoğlu ve Oktay, 2021). Arz, belirli bir mal veya hizmetin piyasada sunulan miktarını ifade ederken, talep, tüketicilerin bu mal veya hizmete olan ilgisini ve satın alma gücünü temsil etmektedir (Demirçivi, 2023) (Şekil 1). Bu iki kavram arasındaki etkileşim, fiyatların belirlenmesi ve piyasa dengelerinin şekillenmesi gibi ekonomik dinamiklerin temelini oluşturmaktadır. Turizm sektörü, arz ve talep ilişkisi açısından kendine özgü dinamiklere sahiptir. Bu sektörde talep, bireylerin tatil, eğitim, sağlık veya kültürel deneyim gibi çeşitli motivasyonlarla seyahat etme arzularına dayanırken, arz tarafı, destinasyonların doğal, kültürel ve altyapı olanaklarından oluşan karmaşık bir yapıyı ifade etmektedir (Çam ve Çelik, 2023). Arzın niteliği ve talep ile uyumu, bir destinasyonun rekabet gücünü ve turist memnuniyetini belirlemede kritik bir role sahiptir. Turizmde talep, bireylerin sosyoekonomik durumu, kültürel tercihler, gelir seviyeleri ve demografik yapıları gibi birçok faktörü barındıran karmaşık bir yapı sergilemektedir. Bu faktörler, destinasyon seçiminden seyahat sürecinde yapılan harcamalara kadar turist davranışlarını derinden etkilemektedir (Yeşilçimen, 2023). Arz tarafı ise, konaklama tesisleri, ulaşım altyapısı, yeme-içme olanakları ve destinasyonun kültürel ve doğal kaynaklarını kapsayan geniş bir yelpazeyi ifade etmektedir (Delice, 2012). Bu unsurların planlanması ve koordinasyonu, destinasyonun turistlerin beklentilerini karşılama kapasitesini belirlemektedir.



Şekil 1. Turizm Sektöründe Arz ve Talep İlişkisi

Arz ve talep dengesinin turizm sektöründe dinamik bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Sezonallık, küresel ekonomik krizler, pandemi gibi olağanüstü durumlar ya da turistlerin değişen tercihlerine bağlı olarak arz ve talep arasındaki etkileşim sürekli olarak yeniden şekillenmektedir (Yıldırım, 2015). Yaz aylarında sahil destinasyonlarında görülen talep artışı veya kış aylarında kayak turizmine olan yönelim, bu dinamizmin en belirgin örneklerindedir. Bunun yanı sıra, ekonomik dalgalanmalar ve gelir seviyelerindeki değişimler, talep yapısında önemli etkiler yaratırken, destinasyonların arz yeteneklerini de sınamaktadır. Turizmde piyasa dengesi, arz ve talebin kesiştiği noktada oluşmaktadır (Durusoy, 2017) (Şekil 1). Bu denge, turistlerin ödemeye razı oldukları fiyatlar ile destinasyonların hizmet sunum maliyetleri arasındaki uyumla ilgilidir. Ancak, sezonsal dalgalanmalar ya da ani talep artışları, fiyat istikrarını bozarak piyasa dengesini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu gibi durumlarda, destinasyonların esnek planlama mekanizmaları geliştirmesi gerekmektedir.

Arz ve talep analizleri, destinasyon yöneticileri ve politika yapıcılar için stratejik bir araçtır. Turist taleplerindeki değişimlerin önceden öngörülmesi ve bu değişimlere uygun stratejilerin geliştirilmesi, destinasyonların rekabet avantajını koruması için kritik bir öneme sahiptir (Alan, 2024). Bu bağlamda,

talebin dengelenmesi amacıyla fiyat indirimleri, çeşitlendirilmiş turizm aktiviteleri veya sezon dışı promosyonlar gibi yöntemler uygulanabilir. Turizm sektöründe arz ve talep ilişkisinin makroekonomik etkileri de büyük bir öneme sahiptir. Sektörün ekonomik kalkınmaya katkısı, istihdam yaratma potansiyeli ve döviz girdisi sağlama kapasitesi, arz ve talep arasındaki dengenin doğru yönetilmesi ile artmaktadır (Turgut, Uçan ve Başaran, 2021). Bununla birlikte, aşırı talep durumları, çevresel tahribata ve yerel toplulukların yaşam kalitesinin olumsuz etkilenmesine yol açabileceğinden, sürdürülebilirlik ilkeleri bu dengenin korunmasında hayati bir rol oynamaktadır (Alkaya, 2024).

1.2. Turizm Arzının Tanımı

Turizm arzı, bir destinasyonun turistlere sunduğu çekicilikler, hizmetler ve olanakların toplamıdır (Ersun ve Arslan, 2011). Doğal güzelliklerden kültürel mirasa, konaklama tesislerinden ulaşım altyapısına kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan turizm arzı, turistlerin seyahat deneyimlerini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Doğal çekicilikler (dağlar, plajlar, iklim vb.), kültürel değerler (tarihi yapılar, festivaller, gastronomi), altyapı ve üstyapı hizmetleri ile insan kaynakları, turizm arzının temel bileşenleridir (Gün, 2019). Ayrıca, destinasyonun imajı ve turistlere sunulan hizmetlerin kalitesi, turizm arzının başarısını etkileyen kritik unsurlar arasındadır. Turizm arzı sadece fiziksel unsurlardan oluşmaz; misafirperverlik, hizmet kalitesi ve destinasyon yönetimi gibi soyut öğeler de bu yapının önemli parçalarıdır (Kiper, 2019). Turizm arzının etkin bir şekilde yönetilmesi, destinasyonların ulusal ve uluslararası pazarda rekabetçi bir konuma gelmesine katkıda bulunmaktadır. Arzın çeşitlendirilmesi, turistlerin farklı ilgi ve beklentilerine yanıt vererek destinasyonların çekiciliğini arttırmakta ve sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşılmasını sağlamaktadır (Kömürcü, 2013). Turizm arzı ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla da önem taşımaktadır. Ekonomik olarak, turizm sektörü gelir yaratmakta, döviz kazandırmakta ve istihdam olanakları sağlamaktadır (Kuter ve Ünel, 2013). Ancak, kaynakların tükenmesi, çevresel zararlar ve aşırı turizmin yarattığı sosyal etkiler gibi olumsuz sonuçlar, dikkatli bir yönetim gerektirmektedir. Sosyal ve kültürel açıdan, turizm, farklı kültürler arasında etkileşim sağlayarak toplumsal hoşgörüyü artırabilir ve yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir. Aynı zamanda, kültürel mirasın korunmasına yönelik farkındalık yaratmaktadır.

Turizm arzı, dinamik bir yapıya sahiptir ve sürekli değişen küresel trendlerden, teknolojik yeniliklerden ve turist taleplerinden etkilenmektedir (Garda ve Temizel, 2016). Dijitalleşme ve çevrimiçi platformlar, turizm arzının daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanırken, destinasyonların tanıtım stratejileri bu sürecin kritik bir parçası haline gelmiştir. Özellikle genç turistlerin dijital dünyadaki eğilimleri, destinasyonların rekabet gücünü artırmada belirleyici bir faktör olmuştur. Arzın esnekliği ve çeşitliliği, destinasyonların farklı turist profillerine hitap edebilmesini sağlamaktadır (Susever, 2014). Sağlık, gastronomi, macera ve ekoturizm gibi alternatif turizm türleri, turizm arzını zenginleştirirken destinasyonların ekonomik çeşitliliğine katkıda bulunmaktadır. Örneğin, sağlık turizmi, termal kaynaklara sahip destinasyonlar için önemli bir gelir kaynağı olabilirken, gastronomi turizmi, yerel mutfak kültürünün tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, turizm arzının çeşitlendirilmesi, sadece ekonomik faydalar sağlamakla kalmaz, aynı zamanda turistlerin farklı ihtiyaç ve beklentilerine yanıt vererek destinasyonların sürdürülebilirliğini de desteklemektedir.

1.3. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzı, bir destinasyonun sunduğu tüm çekicilikler, hizmetler ve olanakların toplamıdır ve bu yapıyı şekillendiren faktörler oldukça karmaşık ve çok boyutludur (Yılmaz, 2011). Doğal, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve çevresel bileşenler, turizm destinasyonlarının rekabet gücünü ve turistlere sunduğu deneyimleri doğrudan etkilemektedir. Doğal kaynaklar, turizm arzının en önemli unsurlarından biridir ve dağlar, plajlar, ormanlar, iklim koşulları gibi özellikleri içermektedir. Bu unsurlar, turistlerin destinasyon tercihlerini şekillendirirken, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması, turizmin uzun vadeli başarısı için kritik öneme sahiptir. Çevresel bozulmaların veya doğal kaynakların tahribinin destinasyon cazibesini azaltabileceği unutulmamalıdır. Bir destinasyonun kimliğini belirleyen kültürel ve tarihi miras da turizm arzının temel taşlarından (Ersun ve Arslan, 2009). Tarihi yapılar, antik kentler, müzeler, geleneksel festivaller ve yerel gastronomi gibi unsurlar, turistlerin ilgisini çekmekte ve onların destinasyon algısını şekillendirmektedir. Ancak, bu değerlerin aşırı turizmin baskısı altında zarar görmesi, destinasyonun uzun vadeli cazibesini tehdit edebilmektedir. Bu nedenle, kültürel ve tarihi mirasın

korunmasına yönelik stratejik planlama ve yönetim uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda, altyapı ve üstyapı hizmetleri de turistlerin bir destinasyondaki deneyimlerini etkileyen kritik unsurlar arasında yer almaktadır (Şahin ve Güzel, 2018). Ulaşım ağları, konaklama tesisleri, restoranlar ve eğlence mekanları gibi olanaklar, destinasyonların rekabet gücünü artırırken, yetersiz altyapı ise turistlerin memnuniyetsizliğine yol açabilmektedir.

Turizm arzını etkileyen diğer önemli bir unsur ise insan kaynaklarıdır. Turizm sektöründe çalışan personelin nitelik ve becerileri, turistlere sunulan hizmetlerin kalitesini doğrudan belirlemektedir (Özürk ve Seyhan, 2005). Eğitimli ve deneyimli personel, turistlerin memnuniyetini artırırken, yerel halkın turizm sektörüne katılımı hem ekonomik fayda sağlamakta hem de turistlere daha otantik deneyimler sunmaktadır (Kılıç, 2017). Teknolojik gelişmeler, turizm arzının şekillenmesinde etkili olan çağdaş faktörlerden biridir. Dijitalleşme, rezervasyon sistemleri, sosyal medya ve akıllı destinasyon uygulamaları, turistlerin bilgiye erişimini kolaylaştırmakta ve seyahat deneyimlerini iyileştirmektedir (Demircan, 2022). Bunun yanı sıra, çevresel faktörler de turizm arzını etkileyen temel unsurlardan biridir. Doğal güzelliklerin korunması ve ekolojik dengenin sağlanması, turistlerin destinasyon tercihlerini doğrudan etkilemektedir (Atabey ve Yokuş, 2016). Ancak, turizm faaliyetlerinin doğal kaynaklar üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği göz önünde bulundurulmalı ve çevre dostu uygulamalar teşvik edilmelidir. Turizm arzını etkileyen bu faktörlerin bir bütün olarak değerlendirilmesi, destinasyonların stratejik planlamasında ve sürdürülebilir turizm yönetiminde büyük önem taşımaktadır. Faktörler arası etkileşim, bir destinasyonun turistik potansiyelini belirlerken, destinasyonların uzun vadeli cazibesini ve rekabet gücünü koruması için etkili yönetim stratejileri gereklidir.

2. TURİZM ARZININ BİLEŞENLERİ

2.1. Doğal Çekicilikler

Doğal çekicilikler, bir destinasyonun turistler için cazibesini artıran en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu çekicilikler, insan müdahalesi olmaksızın var olan doğal güzelliklerden oluşmakta ve genellikle turistlerin seyahat tercihlerini belirlemede temel bir faktör olarak öne çıkmaktadır (İlban, 2007). Doğal çekicilikler; iklim, kıyı ve plajlar, dağlar, ormanlar, su kaynakları

(göller, nehirler, şelaleler), yaban hayatı ve jeolojik oluşumlar gibi unsurları kapsamaktadır (Başar, 2006). Her biri, farklı turizm türlerini destekleyen çeşitli olanaklar sunmakta ve turistlerin destinasyonda geçirdiği zamanı unutulmaz kılmaktadır.

İklim özellikleri, doğal çekiciliklerin başında gelmektedir. Ilıman iklim koşulları yaz turizmini desteklerken, kar yağışının olduğu bölgeler kış turizmi için uygun ortamlar sunmaktadır. Akdeniz kıyılarındaki sıcak ve güneşli günler deniz turizmini teşvik ederken, Alp Dağları gibi karasal iklimin hakim olduğu bölgeler kayak ve kış sporları için idealdir (Yemenoğlu, 2018). İklim faktörünün yanı sıra, doğal güzelliklerin en çok öne çıktığı alanlardan biri de kıyılar ve plajlardır. Temiz, kumlu plajlar ve berrak deniz suları, deniz turizmi açısından büyük bir cazibe yaratmaktadır. Tropikal bölgelerdeki beyaz kumlu plajlar, dalış ve su sporları gibi aktiviteler için tercih edilirken, Akdeniz sahilleri yaz turizminin en yoğun yaşandığı alanlar arasında yer almaktadır. Dağlar ve ormanlar, özellikle doğa turizmi ve macera turizmi kapsamında büyük bir öneme sahiptir. Dağlık bölgeler trekking, dağcılık ve kayak gibi aktiviteler için uygun ortamlar sunarken, ormanlar doğa yürüyüşleri, kampçılık ve yaban hayatı gözlemi gibi etkinlikler için idealdir (Uslu, 2024). Özellikle biyolojik çeşitliliğin yüksek olduğu ormanlık alanlar, hem doğal güzellikleriyle hem de ekoturizm potansiyeliyle dikkat çekmektedir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'nin zengin bitki örtüsü ve serin yaylaları, doğa turizmi açısından cazip bir destinasyondur. Göller, nehirler ve şelaleler gibi su kaynakları da turistlerin ilgisini çekmektedir. Büyük göller ve uzun nehirler, yatçılık ve kano gibi su sporları için ideal ortamlar sunarken, şelaleler hem görsel çekicilik hem de doğa fotoğrafçılığı için popüler alanlardır (Demirel, 2023). Bu su kaynakları, turistlere hem huzurlu hem de macera dolu anlar sunmaktadır. Yaban hayatı ve biyolojik çeşitlilik, özellikle ekoturizm ve doğa sever turistler için önemli bir çekim unsurudur. Milli parklar, doğal rezervler ve koruma alanları, çok çeşitli bitki ve hayvan türlerini barındırarak turistlere doğayla iç içe olma fırsatı sunmaktadır (Özüdoğru, 2013). Özellikle endemik türlerin bulunduğu bölgeler, hem bilimsel turizm hem de doğa gözlemi için cazip destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bu alanlar, doğal çevrenin korunmasını teşvik ederken, turistlere benzersiz deneyimler sunmaktadır. Jeolojik oluşumlar ve doğal anıtlar da turistler için büyük bir çekim kaynağıdır (Kaypak, 2010). Kapadokya'daki peri bacaları, Pamukkale travertenleri, mağaralar ve kanyonlar, hem bilimsel araştırmalar hem de turistik ziyaretler açısından önem taşımaktadır. Bu tür doğal oluşumlar, ziyaretçilere eşsiz manzaralar ve farklı deneyimler

sunmaktadır. Doğal güzelliklerin sürdürülebilir bir şekilde korunması, bu çekiciliklerin gelecekte de cazibesini koruması açısından kritik öneme sahiptir. Doğal çekiciliklerin turizm arzındaki önemi yalnızca turistlerin ilgisini çekmekle sınırlı değildir. Aynı zamanda, destinasyonların ekonomik kalkınmasına, yerel toplulukların refahına ve çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır (Aliyeva ve Kurgun, 2020). Ancak, bu çekiciliklerin aşırı turizmden kaynaklanan çevresel tahribattan korunması ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Doğal kaynakların tahribatını önlemek için çevre dostu politikaların uygulanması, bu çekiciliklerin devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır. Çevresel duyarlılığı artıran turizm faaliyetleri, hem turistlere doğayı tanıma fırsatı sunar hem de doğal kaynakların korunmasına katkıda bulunmaktadır.

2.2. Kültürel ve Tarihi Değerler

Turizm arzının bileşenleri arasında kültürel ve tarihi değerler, destinasyonların çekiciliğini ve rekabet gücünü belirlemede kritik bir rol oynamaktadır. Kültürel ve tarihi değerler, bir toplumun geçmişten günümüze taşıdığı maddi ve manevi mirası ifade etmekte ve bu miras, turizm sektörünün gelişiminde ve sürdürülebilirliğinde temel unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir (Erdoğan, 2015). Turizm, kültürel ve tarihi değerlerin korunması, tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir araçtır. Aynı zamanda, bu değerler turizm faaliyetlerine özgünlük ve farklılık katarak destinasyonların turistler için cazip hale gelmesini sağlamaktadır.

Kültürel ve tarihi değerlerin turizm arzındaki önemi, turistlerin seyahat motivasyonlarını ve destinasyon tercihlerini doğrudan etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Turistler, farklı kültürleri deneyimlemek, tarihi yapıları görmek, yerel yaşam biçimlerini gözlemlemek ve otantik deneyimler yaşamak için seyahat etmektedir (Tören, 2023). Bu bağlamda, kültürel ve tarihi miras, turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ve zenginleştirilmesi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Özellikle kültür turizmi, son yıllarda hızla büyüyen bir segment olarak dikkat çekmekte ve dünya genelinde turizm hareketlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Kültürel değerler, dil, din, gelenekler, sanat, müzik, dans, edebiyat ve mutfak gibi unsurları içermektedir (Özdemir ve Altınar, 2019). Bu unsurlar, bir toplumun kimliğini ve özgünlüğünü yansıtmakta ve turistlerin ilgisini çekmektedir. Örneğin, yerel festivaller, geleneksel el

sanatları ve folklorik gösteriler, turistlere unutulmaz deneyimler sunmaktadır. Yerel mutfak ise gastronomi turizminin temelini oluşturmakta ve turistlerin destinasyonla bağ kurmasını sağlamaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016). Kültürel etkinlikler ve deneyimler, turistlerin destinasyonda daha uzun süre kalmasına ve harcamalarının artmasına katkıda bulunmaktadır. Tarihi değerler ise antik kentler, arkeolojik sit alanları, müzeler, tarihi yapılar ve anıtlar gibi somut kültürel mirası kapsamaktadır (Hacıoğlu, 2019). Bu değerler, insanlığın ortak mirası olarak kabul edilmekte ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan birçok destinasyon, turizm açısından büyük bir çekim gücüne sahiptir (Gögebakan, 2015). Tarihi yapılar ve arkeolojik alanlar, turistlere geçmiş medeniyetler hakkında bilgi edinme ve tarihsel bir yolculuk yapma fırsatı sunmaktadır. Örneğin, Efes Antik Kenti, Mısır piramitleri veya Machu Picchu gibi yerler, her yıl milyonlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir. Kültürel ve tarihi değerlerin turizm arzına katkısı, sadece ekonomik boyutla sınırlı değildir. Bu değerler, aynı zamanda kültürel etkileşimi artırarak uluslararası anlayış ve hoşgörünün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Turistler, seyahat ettikleri destinasyonlardaki kültürel farklılıkları deneyimleyerek kendi bakış açılarını genişletmekte ve farklı toplumlarla empati kurma yeteneklerini geliştirmektedir (Toksöz ve Aras, 2016). Bu durum, küresel barış ve iş birliğinin güçlenmesine de olumlu etkiler sağlamaktadır. Ancak, kültürel ve tarihi değerlerin turizm amaçlı kullanımı, beraberinde bazı zorlukları da getirmektedir. Aşırı turizm, kültürel ve tarihi mirasın tahrip olmasına, yerel halkın yaşam kalitesinin düşmesine ve otantikliğin kaybolmasına neden olmaktadır (Erkara, 2019). Özellikle yoğun turist akışının yaşandığı bölgelerde, tarihi yapılar ve arkeolojik alanlar fiziki hasar görebilir, çevre kirliliği artabilmekte ve yerel kültürün özgünlüğü bozulabilmektedir. Bu nedenle, kültürel ve tarihi değerlerin korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı, kültürel ve tarihi değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını ve turizm faaliyetlerinin yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerinin minimize edilmesini hedeflemektedir (Aktaş ve Kurgun, 2021). Bu kapsamda, turizm planlaması ve yönetiminde katılımcı ve bütüncül bir yaklaşım benimsenmelidir. Yerel halkın turizm faaliyetlerine aktif katılımı ve fayda sağlaması, sürdürülebilirliğin sağlanmasında kritik bir faktördür. Ayrıca, kültürel ve tarihi değerlerin korunması için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve denetim mekanizmalarının etkin bir şekilde işletilmesi gerekmektedir.

2.3. Turistik Altyapı ve Üst Yapı

Turistik altyapı ve üstyapı, turizm arzının en kritik bileşenleri arasında yer almakta olup bir destinasyonun çekiciliğini, erişilebilirliğini ve sunduğu deneyimlerin kalitesini doğrudan belirlemektedir. Altyapı, turizm faaliyetlerinin temel dayanak noktası olarak bir destinasyonun fiziksel kapasitesini ve işlevselliğini şekillendirirken, üstyapı ise bu fiziksel altyapının üzerine inşa edilen turistik tesisler ve hizmetler ağıdır (Çelik, 2014). Bu iki unsurun etkin bir şekilde entegre edilmesi, destinasyonların rekabet gücünü artırmak ve sürdürülebilir turizm hedeflerini gerçekleştirmek için büyük önem taşımaktadır. Altyapı unsurları, ulaşım ağlarından enerji kaynaklarına, su ve kanalizasyon sistemlerinden iletişim altyapısına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Ulaşım altyapısı, turistlerin destinasyona erişimini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda destinasyon içindeki hareketliliği kolaylaştırmaktadır. Karayolları, demiryolları, havaalanları ve limanlar gibi ulaşım sistemlerinin yeterliliği, turistlerin seyahat kararlarını etkileyen önemli bir faktördür (Akkan ve Cura, 2022). Gelişmiş bir ulaşım ağı, turistlerin destinasyona olan erişim zorluklarını en aza indirerek destinasyonun çekiciliğini artırmaktadır (Çevik, 2023). Benzer şekilde, enerji ve su gibi temel hizmetlerin mevcudiyeti ve sürdürülebilirliği, turistlerin konforunu ve memnuniyetini sağlamak için gereklidir. Su kaynaklarının yeterli olması, özellikle büyük turist gruplarını ağırlayan destinasyonlarda kritik öneme sahiptir. Turistik üstyapı, doğrudan turistlere hizmet eden tesisler ve hizmetler ağıdır (Toprak, Elsaied ve Mahmood, 2014). Bu bileşenler, konaklama tesisleri, yeme-içme işletmeleri, eğlence ve rekreasyon alanları, alışveriş merkezleri ve kültürel-tarihi ziyaret alanlarını kapsamaktadır. Konaklama tesisleri, turistik üstyapının merkezinde yer almakta ve farklı turist segmentlerine hitap eden çok çeşitli seçenekler sunmaktadır. Lüks otellerden ekonomik pansiyonlara, kamp alanlarından butik otellere kadar geniş bir yelpazeye yayılan konaklama olanakları, turistlerin bütçelerine ve tercihlerine uygun seçenekler bulmasını sağlamaktadır. Konaklama tesislerinin kalitesi, sadece turist memnuniyetini değil, aynı zamanda destinasyonun genel imajını da doğrudan etkilemektedir.

Turistik altyapı ve üstyapının etkinliği, destinasyonların uluslararası rekabet gücünü artırmanın yanı sıra, sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmada da belirleyici bir rol oynamaktadır (Çelik, 2014). Plansız ve kontrolsüz altyapı ve üstyapı geliştirme çalışmaları, çevresel tahribatlara ve doğal kaynakların tükenmesine yol açmaktadır (Polat, 2023). Bu durum, destinasyonların uzun vadeli cazibesini ve sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla,

altyapı ve üstyapı yatırımlarının çevre dostu ve sürdürülebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde planlanması gerekmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, atık yönetimi sistemlerinin kurulması ve su tasarrufuna yönelik uygulamalar, bu alandaki en iyi örnekler arasında yer almaktadır. Ayrıca, yerel toplulukların ihtiyaçları ve beklentileri de göz önünde bulundurularak, altyapı ve üstyapı yatırımlarının sosyal sürdürülebilirlik boyutu ihmal edilmemelidir. Turistik altyapı ve üstyapının geliştirilmesinde kamu ve özel sektör iş birliği önemli bir rol oynamaktadır. Kamu sektörü, temel altyapı hizmetlerinin sağlanması ve düzenleyici çerçevenin oluşturulması gibi alanlarda sorumluluk üstlenirken, özel sektör, turistik tesislerin inşası ve işletilmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Bu iş birliği, kaynakların etkin kullanımı ve yatırımların sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Aynı zamanda, yerel halkın sürece dahil edilmesi ve turizmden ekonomik fayda sağlaması, sosyal kabul ve destek açısından gereklidir. Katılımcı planlama süreçleri ve topluluk temelli turizm yaklaşımları, bu bağlamda teşvik edilmelidir

2.4. İnsan Kaynakları

Turizm sektörü, emek yoğun bir yapıya sahip olması nedeniyle insan kaynaklarının merkezi bir rol oynadığı bir sektördür (Pelit ve Ak, 2018). Hizmet sektörünün temel bileşenlerinden biri olan turizmde, sunulan hizmetlerin kalitesi büyük ölçüde insan kaynaklarının niteliğine bağlıdır (İlban, 2007). Turizm arzının önemli bir bileşeni olarak insan kaynakları, sektörde müşteri memnuniyetini artıran, işletme verimliliğini yükselten ve destinasyonların rekabet gücünü belirleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Turizmde insan kaynaklarının etkin yönetimi, sadece bireysel işletmelerin başarısını değil, aynı zamanda destinasyonların genel turizm performansını da doğrudan etkilemektedir (Bozkurt, 2010). Bu bağlamda, insan kaynaklarının planlanması, eğitimi, motivasyonu ve yönetimi, turizm sektöründe sürdürülebilir gelişme için kritik öneme sahiptir.

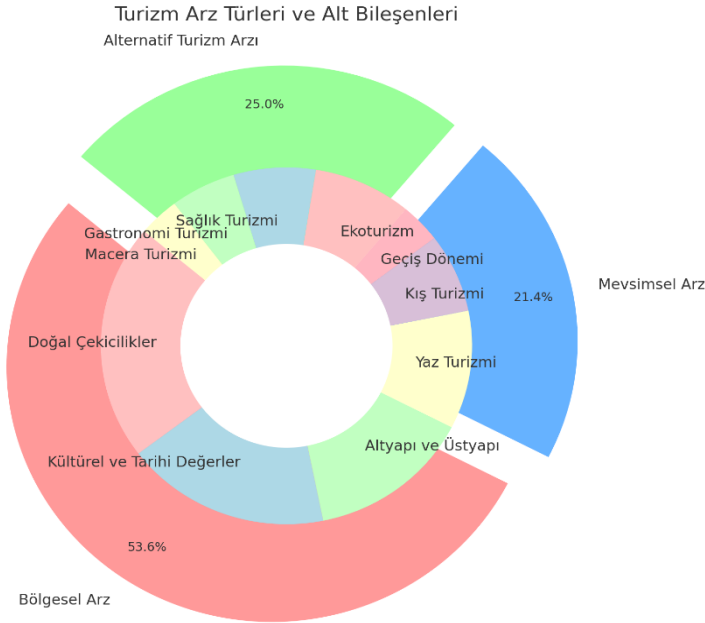
İnsan kaynakları yönetimi, turizm işletmelerinde personel seçimi, işe alım, eğitim, geliştirme, motivasyon, performans değerlendirme ve kariyer planlama gibi süreçleri kapsamaktadır (Pelit ve Çetin, 2022). Bu süreçler, turizm sektörünün dinamik yapısı göz önüne alındığında, diğer sektörlerden daha karmaşık bir hale gelmektedir. Turizmde mevsimsellik, yüksek iş gücü devir oranı, geçici çalışma

biçimlerinin yaygınlığı ve esnek çalışma saatleri, insan kaynakları yönetiminin stratejik bir yaklaşımla ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. İnsan kaynakları planlaması, turizm işletmelerinin mevcut ve gelecekteki personel ihtiyaçlarını analiz ederek, doğru sayıda ve nitelikte çalışan istihdam edilmesini sağlamaktadır (Sarı, 2007). Bu süreç, işletmelerin müşteri beklentilerini karşılaması, operasyonel verimliliği sağlaması ve uzun vadeli stratejik hedeflerine ulaşması açısından hayati bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründe personel seçimi, insan kaynakları yönetiminin temel süreçlerinden biridir ve hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir. Turizm işletmelerinde çalışanlar, müşteriyle birebir iletişim kurdukları için yüksek düzeyde iletişim becerilerine, problem çözme yeteneklerine ve hizmet odaklı bir yaklaşıma sahip olmalıdır. Bu nedenle, personel seçiminde adayların sadece teknik bilgi ve becerileri değil, aynı zamanda duygusal zekâ, stres yönetimi ve kültürel farkındalık gibi yetkinlikleri de değerlendirilmektedir. Özellikle otelcilik, restoran işletmeciliği ve seyahat acenteciliği gibi alt sektörlerde, personelin doğru seçimi, müşteri memnuniyetinin artırılmasında kritik bir faktördür (Eroğlu, 2011). Bu bağlamda, turizm sektöründe kullanılan işe alım süreçleri, sektöre özgü gereklilikler doğrultusunda sürekli olarak güncellenmeli ve iyileştirilmelidir. Eğitim ve geliştirme faaliyetleri, turizm sektöründe insan kaynaklarının kalitesini artırmanın en önemli yollarından biridir. Turizm sektörü, sürekli değişen müşteri beklentileri, teknolojik yenilikler ve küresel rekabet koşulları nedeniyle dinamik bir yapıya sahiptir (Uzun, 2020). Bu durum, çalışanların bilgi ve becerilerinin sürekli olarak güncellenmesini gerektirir. Oryantasyon eğitimleri, mesleki gelişim programları, yabancı dil kursları ve teknolojik yeniliklere uyum eğitimleri, çalışanların yetkinliklerini artırarak hizmet kalitesine olumlu katkıda bulunmaktadır. Örneğin, uluslararası otel zincirlerinde uygulanan kapsamlı eğitim programları, çalışanların hem teknik hem de sosyal becerilerini geliştirerek, işletmenin küresel rekabet gücünü artırmaktadır. Ayrıca, eğitim faaliyetleri, çalışanların kendilerini geliştirme fırsatı buldukları için iş tatminini ve işletmeye olan bağlılıklarını da artırmaktadır.

3. TURİZM ARZININ TÜRLERİ

3.1. Bölgesel Arz

Bölgesel turizm arzı, belirli bir coğrafi bölgede yer alan turizm kaynaklarının, hizmetlerin ve olanakların bir araya gelerek oluşturduğu toplam kapasiteyi ifade etmektedir (Günel, 2009). Bu kavram, bir destinasyonun sadece bireysel olarak değil, daha geniş bir coğrafi perspektifle ele alınmasını gerektirmektedir. Bölgesel turizm arzı, doğal kaynaklardan kültürel mirasa, altyapı ve üstyapı unsurlarından insan kaynaklarına kadar geniş bir yelpazede ele alınmakta ve bu unsurların entegrasyonu, destinasyonların çekiciliğini artırmada kritik bir rol oynamaktadır (Şekil 2), (Gökkaya, 2023).



Şekil 2. Turizm Arz Türleri ve Alt Bileşenleri

Bölgesel turizm arzı, destinasyonların sahip olduğu coğrafi ve ekolojik avantajlar kadar, bu avantajların sürdürülebilir bir şekilde yönetilip yönetilmediğiyle de doğrudan ilişkilidir (Hazarhun ve Tepeci, 2018). Örneğin, Akdeniz Bölgesi gibi doğal plajlar ve elverişli iklim koşulları ile öne çıkan bir bölgede turizm arzı, yalnızca kıyı şeridi boyunca değil, aynı zamanda hinterlanddaki doğal ve kültürel kaynaklar üzerinden de değerlendirilebilmektedir. Bu tür bir yaklaşım, turizm

arzının yalnızca bir destinasyonun merkezine odaklanması yerine, bölgesel düzeyde dengeli bir şekilde geliştirilmesini sağlamaktadır (Zayım, 2018). Bu bağlamda, bölgesel turizm arzı, turizmin mekânsal yayılımını optimize etmek, yoğunlaşmayı önlemek ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak için stratejik bir araçtır. Bölgesel turizm arzının yönetimi, özellikle turizm faaliyetlerinin mekânsal planlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Yoğun turistik bölgelerde altyapı yetersizliği ve çevresel bozulma gibi sorunların ortaya çıkmasını önlemek için, turizmin bölgesel düzeyde dengeli bir şekilde dağıtılması gereklidir. Bu kapsamda, bölgesel turizm arzı, turistik faaliyetlerin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde yönetilmesini desteklemektedir (Kaypak, 2012). Örneğin, doğal parklar, kırsal alanlar ve küçük ölçekli yerleşimler, ana turistik merkezlere alternatif olarak değerlendirilebilir. Bu durum, hem turizm çeşitliliğini artırır hem de daha az bilinen bölgelerin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bölgesel turizm arzı, destinasyonlar arasında iş birliğini teşvik eden bir yapıya sahiptir (Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007). Özellikle birbiriyle ilişkili turizm destinasyonlarının ortaklaşa sunduğu ürün ve hizmetler, bölgesel cazibenin artmasını sağlamaktadır. Örneğin, Avrupa'nın Alp Dağları bölgesinde birden fazla ülkenin sınırları boyunca gerçekleştirilen iş birlikleri, bölgenin turistik potansiyelini optimize etmekte ve destinasyonlar arasında bir sinerji oluşturmaktadır. Benzer şekilde, Türkiye'de Karadeniz Bölgesi'nde doğal ve kültürel zenginliklerin ortak tanıtımı, bölgesel turizm arzını güçlendiren bir diğer örnektir. Bölgesel turizm arzı, destinasyonların rekabet avantajını artırırken, aynı zamanda turistlere daha çeşitli ve zengin deneyimler sunmaktadır.

3.2. Mevsimsel Arz

Turizm sektörü, doğası gereği mevsimsel dalgalanmalara maruz kalan bir endüstridir. Bu mevsimsel dalgalanmalar, turizm arzının belirli dönemlerde yoğunlaşmasına ve diğer dönemlerde azalmasına neden olmaktadır (Kaya ve Alptürker, 2023). Mevsimsel arz, turizm faaliyetlerinin yıl içindeki düzensiz dağılımını ifade etmekte ve bu durum, hem destinasyonlar hem de turizm işletmeleri için çeşitli zorluklar ve fırsatlar yaratmaktadır. Mevsimsellik, turizm sektöründe doğal ve kurumsal faktörlerin etkisiyle ortaya çıkmaktadır. Doğal faktörler arasında iklim koşulları, hava durumu ve coğrafi özellikler yer alırken, kurumsal faktörler tatil dönemleri, okul tatilleri ve kültürel etkinlikler

gibi unsurları içermektedir (Şekil 2), (Bülbül, 2015). Bu faktörlerin birleşimi, turistlerin seyahat tercihlerini ve zamanlamalarını etkileyerek, belirli dönemlerde turizm talebinin artmasına, diğer dönemlerde ise azalmasına yol açmaktadır (Günel, 2009). Örneğin, yaz aylarında deniz turizmi destinasyonlarında yoğun bir talep yaşanırken, kış aylarında bu talep düşüş göstermektedir. Benzer şekilde, kış sporları destinasyonları kış aylarında yoğun talep görürken, yaz aylarında ziyaretçi sayısında azalma yaşanmaktadır. Mevsimsel arzın en belirgin etkilerinden biri, turizm işletmelerinin kapasite kullanım oranlarındaki dalgalanmalardır (Işık, 2013). Yoğun sezonlarda oteller, restoranlar ve diğer turizm hizmet sağlayıcıları tam kapasiteyle çalışırken, düşük sezonlarda bu işletmelerin doluluk oranları düşmektedir. Bu durum, işletmelerin gelirlerinde dalgalanmalara ve finansal planlamalarında zorluklara neden olabilmektedir. Ayrıca, mevsimsel arz, istihdam üzerinde de etkili olup, yoğun sezonlarda artan iş gücü talebi, düşük sezonlarda ise işten çıkarmalar veya çalışma saatlerinde azalmalar şeklinde yansımaktadır. Bu da turizm sektöründe çalışanlar için iş güvencesi ve istihdam sürekliliği açısından belirsizlikler yaratmaktadır. Mevsimsel arzın yönetimi, turizm destinasyonları ve işletmeleri için stratejik bir öneme sahiptir. Mevsimselliğin olumsuz etkilerini azaltmak ve yıl boyunca dengeli bir turizm akışı sağlamak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Bunlar arasında turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, alternatif turizm türlerinin teşvik edilmesi ve pazarlama faaliyetlerinin mevsimlere göre uyarlanması yer almaktadır (Demirezen, 2018). Örneğin, kongre turizmi, sağlık turizmi veya gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türleri, düşük sezonlarda turist çekmek için kullanılabilir. Bu tür stratejiler, destinasyonların yıl boyunca turist çekmesine yardımcı olarak, mevsimsel dalgalanmaların olumsuz etkilerini azaltabilmektedir. Ayrıca, etkinliklerin düzenlenmesi de mevsimsel arzın dengelenmesinde etkili bir yöntemdir. Özellikle düşük sezonlarda düzenlenen festivaller, kültürel etkinlikler veya spor organizasyonları, turistlerin ilgisini çekerek ziyaretçi sayısını artırabilmektedir. Örneğin, Bozcaada’da düzenlenen etkinliklerin mevsimsellik sorununu aşmada nasıl bir araç olarak kullanılabileceği üzerine yapılan araştırmalar, etkinliklerin turizm talebini canlı tutmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

3.3. Alternatif Turizm Arzı

Alternatif turizm arzı, geleneksel kitle turizmine bir yanıt olarak ortaya çıkmış ve sürdürülebilirlik, yerel kültürlerin korunması ve çevresel duyarlılık gibi çağdaş yaklaşımlar çerçevesinde önem kazanmıştır. Alternatif turizm, kitle turizminin olumsuz etkilerini en aza indirirken, turistlere bireysel ilgi alanlarına yönelik, özgün ve kişisel deneyimler sunmaktadır (Yaralı ve Baloğlu, 2023). Doğal, kültürel ve özel ilgiye dayalı turizm gibi farklı alanları kapsayan alternatif turizm, hem destinasyonlar hem de turistler açısından çok boyutlu faydalar sağlamaktadır (Şekil 2). Doğaya dayalı turizm, ekoturizm, kırsal turizm, termal turizm, dağ turizmi ve vahşi yaşam gözlemi gibi faaliyetleri içermektedir. Ekoturizm, çevre bilincini artırarak doğal kaynakların korunmasını ve yerel halkın ekonomik refahını desteklemektedir (Azadalyev ve Akova, 2024). Milli parklar ve koruma alanlarında yapılan ekoturizm faaliyetleri, çevreyi koruma ve farkındalık yaratma amacı taşımaktadır. Kırsal turizm ise, kırsal yaşamın deneyimlenmesini ve ekonomik kalkınmayı desteklerken, şehir yaşamından uzaklaşmak isteyen turistlere özgün deneyimler sunmaktadır (Çavuş ve Eker, 2022). Kültüre dayalı alternatif turizm, kültürel miras, hüzün turizmi, etnik turizm ve gastronomi turizmini içermektedir. Kültürel miras turizmi, tarihi yapılar ve arkeolojik alanlara odaklanarak geçmiş medeniyetleri tanıma fırsatı sunmaktadır. Gastronomi turizmi ise, yerel mutfakları keşfetme ve bölgesel tatları deneyimleme imkânı sağlamaktadır. Bu tür turizm, destinasyonların kimliğini güçlendirerek turistlerin seyahat tercihlerini etkilemektedir (Küçükkömürler, Şırvan ve Sezgin, 2018). Özel ilgi turizmi, macera turizmi, sağlık ve spa turizmi, golf turizmi, şarap turizmi ve alışveriş turizmi gibi faaliyetleri içermektedir. Macera turizmi rafting, kaya tırmanışı, dalış ve yamaç paraşütü gibi aktivitelerle öne çıkmaktadır. Sağlık turizmi, termal kaynakların terapötik etkilerini arayan turistlere hitap ederken, şarap turizmi gibi niş alanlar üretim süreçlerini keşfetme fırsatı sunmaktadır (Babakışiyeva, 2019). Eğitime dayalı alternatif turizm, bilimsel ve akademik amaçlarla yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Kongre turizmi ve gençlik turizmi, hem kişisel gelişime katkı sağlamakta hem de destinasyonların küresel tanınırlığını arttırmaktadır (Kömürcü, 2017). Alternatif turizm, mevsimsel dalgalanmaların etkisini azaltarak, turizmin yıl boyunca sürdürülebilir hale gelmesine destek olmaktadır (Kaya, 1997). Özellikle kırsal ve az gelişmiş bölgelerde alternatif turizmin teşvik edilmesi, bu bölgelerin ekonomik kalkınmasına ve sosyal refahına katkı sağlamaktadır. Çevresel etkileri azaltmaya yönelik farkındalık yaratması da alternatif turizmin en önemli özelliklerindedir.

4. TURİZM ARZININ YÖNETİMİ VE POLİTİKALARI

Turizm arzının yönetimi, turizm sektörünün sürdürülebilir şekilde gelişimini sağlamak ve bölgesel kalkınmayı desteklemek için kapsamlı bir planlama sürecini gerektirmektedir (Mercan, 2010). Bu süreçte, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerin dengelenmesi için stratejik yaklaşımlar geliştirilmektedir. Planlama, mevcut kaynakların verimli kullanımı ve bu kaynakların gelecekteki nesillere korunarak aktarılmasını hedeflemektedir (Sağ ve Yıldız, 2020). Ulusal düzeyde turizm planlaması, ülkelerin turizm politikalarını belirler ve stratejik hedefler sunmaktadır. Türkiye’de 1960’lardan itibaren uygulanan beş yıllık kalkınma planları, turizm sektörünün ekonomik kalkınmadaki rolünü vurgulamış, altyapı yatırımları, tanıtım faaliyetleri ve sürdürülebilirlik gibi konuları öncelikli hale getirmiştir (Tuncel, 2019). Bu planlamalar, hem ekonomik katkıyı artırmayı hem de doğal ve kültürel mirasın korunmasını amaçlamaktadır. Yerel düzeyde turizm planlaması, bölgelerin özgün kaynaklarını değerlendirmeye odaklanmaktadır (Ekin, 2011). Belediyeler ve yerel yönetimler, turizm altyapısını geliştirmek, kültürel mirası korumak ve sürdürülebilir çevre yönetimi sağlamakla sorumludur. Yerel planlamalar, yerel halkın turizm faaliyetlerine entegrasyonunu teşvik ederken, toplulukların ekonomik faydalardan daha fazla yararlanmasına olanak tanımaktadır (Ay, 2014). Hem yerel hem de ulusal düzeyde planlamanın başarısı, sürdürülebilirlik ilkelerinin rehber alınmasına bağlıdır. Sürdürülebilir turizm politikaları, doğal ve kültürel kaynakların korunmasını, yerel refahın artırılmasını ve çevresel etkilerin azaltılmasını hedeflemektedir (Duran, 2010). Bu yaklaşımlar, turizm arzının uzun vadeli başarısını güvence altına almaktadır. Turizm sektöründe kamu ve özel sektör iş birliği (KÖİ), sektörün sürdürülebilir gelişimi için kritik bir rol oynamaktadır. Bu model, kamu hizmetlerinin sunumunda özel sektörün kaynak ve deneyimlerinden yararlanarak hizmet kalitesini artırmayı ve maliyet etkinliğini sağlamayı hedeflemektedir (Satar, 2016). Özellikle altyapı yatırımları ve büyük projelerde KÖİ modelleri yaygın olarak uygulanmaktadır. Kamu sektörü, düzenleyici ve denetleyici rol üstlenirken, özel sektör yenilikçi yaklaşımları ve finansal kaynaklarıyla projelerin hayata geçirilmesinde etkilidir (Coşar, 2006). Bu iş birliği, hizmet kalitesinin artırılması, altyapı yatırımlarının hızlandırılması ve destinasyonların rekabet gücünün yükseltilmesi açısından önem taşımaktadır. Türkiye’de KÖİ örnekleri arasında kültürel mirasın korunması ve turizme kazandırılması amacıyla yapılan projeler dikkat çekmektedir. Örneğin, Galata bölgesinde kamu-özel iş birliğiyle

gerçekleştirilen projeler, bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamıştır. KÖİ modellerinin başarısı, taraflar arasında güven, şeffaflık ve etkin iletişimle mümkündür. Ayrıca, projelerin planlama aşamasında tüm paydaşların katılımı sağlanmalı, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk da sürece dahil edilmelidir. Bu yaklaşım, projelerin sürdürülebilirliğini güçlendirecektir.

Turizm sektörü, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla ülkelerin kalkınma süreçlerinde stratejik bir öneme sahiptir. Turizm arzının yönetimi ve politikalarının geliştirilmesi, hem ulusal hem de yerel düzeyde planlama ve strateji geliştirme süreçlerini gerektirmektedir (Yaşar ve Çetinkaya, 2022). Bu süreçler, sektörün sürdürülebilirliği, rekabet edebilirliği ve bölgesel kalkınmaya katkısı açısından kritik bir rol oynamaktadır. Turizm politikası, turizmin ekonomik kalkınmaya katkısını artırmayı, doğal ve kültürel mirası korumayı, istihdam yaratmayı ve bölgesel dengesizlikleri azaltmayı hedeflemektedir. Bu politikaların etkin bir şekilde uygulanması, stratejik planlama süreçlerine bağlıdır. Stratejik planlama, mevcut durumun analizi, hedeflerin belirlenmesi ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli adımların tasarlanmasını içermektedir (Şimşek, 2022). Bu süreçte, tüm paydaşların katılımı ve iş birliği büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de turizm politikaları, beş yıllık kalkınma planları ve turizm master planları gibi belgelerle desteklenmektedir. Bu planlar, turizm arzının çeşitlendirilmesi, sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi ve bölgesel kalkınmanın desteklenmesi gibi hedefleri içermektedir. Ayrıca, tarihsel süreçte politika yapımında kullanılan araçlar ve planlama yaklaşımları, sektörün gelişimi için önemli bir rehber niteliğindedir.

KAYNAKÇA

- Akkan, M. M., & Cura, F. (2022). Turizmde uluslararası taşımacılık: Havayolu işletmelerinde markalaşma. *Markalaşma*, 231.
- Aktaş, E., & Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1671-1708.
- Alan, S. (2024). Sosyal medya paylaşım ve yorumlarının konaklama işletmelerinde stratejik yönetim kararlarına etkisi üzerine bir araştırma, (Yayımlanmamış doktora tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aliyeva, N., & Kurgun, A. (2020). Slow Food hareketinin gastronomi turizminin

- sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 234-251.
- Alkaya, Ş. (2024). Çevre temizlik vergisi ve çevre koruma harcamalarının yerel düzeyde analizi: Balıkesir Büyükşehir Belediyesi örneği (Yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Atabey, S., & Yokuş, İ. (2016). Küresel ısınmanın artış nedenlerinin su kaynakları ve turist sağlığı üzerindeki yansımaları. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (54), 188-203.
- Ay, A. (2014). Yerel halkın turizmin etkileri ile ilgili algı ve beklentileri: Edirne ili üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Azadalyev, S., & Akova, O. (2024). Azerbaycan'ın turizm sektörünün yeşil ekonomi çerçevesinde incelenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 155-180.
- Babakışiyeva, T. (2019). Naççıvan Duzdağ speleoterapi ziyaretçilerinin konaklama, destinasyon kalitesi ve memnuniyet algıları (Yüksek lisans tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- Bardakoğlu, Ö. (2011). Turistik ürün bakımından destinasyon planlaması ve pazarlaması kapsamında İzmir turizminin değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik bir model çalışması (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Başar, M. A. (2006). Türkiye'deki tabiat parklarının açık hava sportif rekreasyon aktiviteleri açısından mevcut potansiyellerinin belirlenmesi: Kocaeli Ballıkayalar Vadisi Tabiat Parkı örneği (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Bozkurt, H. (2010). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları yönetimi kapsamında işgören devrinin ve işgören devir maliyetlerinin hesaplanması: Antalya yöresinde beş yıldızlı otellerde bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bülbül, F. (2015). Sağlık turizminin Türkiye'deki gelişimi (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cankül, D., Erbaş, A., & Temizkan, R. (2017). Turizm sektöründe nitelikli işgücüne doğru: Turizm diplomalıların sektöre kazandırılması. *Social Sciences Studies Journal*, 3(8), 1815-1833.

- Coşar, Y. (2006). Konaklama işletmelerinin rekabet gücü ve rekabet gücünü belirlemeye yönelik İzmir ili'nde dört ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çam, O., & Çelik, C. (2023). Turizm ve batıl inançlar. *Kafdağı*, 8(1), 113-151.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 100-115.
- Çavuş, M. N. (2024). Spor turizminin imkan ve etkileri: Türkiye özelinde bir değerlendirme. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 22(2), 202-210.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Çeken, H., Karadağ, L., & Dalgın, T. (2007). Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım: Kırsal turizm ve Türkiye'ye yönelik teorik bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8/1, s.1-14.
- Çelik, P. (2014). Antalya turizm destinasyonunun sürdürülebilirlik analizi (Doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çevik, A. (2023). Spor etkinliklerinin destinasyon pazarlaması ile ilişkisi. *Toplum ve Rekreasyon*, 77.
- Dalahmetoğlu, K. B., & Oktay, K. (2021). Turizm teorisine katkı sağlayan önemli araştırmacıların yaklaşımları. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(1), 71-86.
- Demircan, Ö. G. G. (2022). Akıllı turizm iletişimi ve uygulamaları. *Turizm İletişiminde Yeni Yaklaşımlar*, 153.
- Demirçivi, B. M. (2023). Kurumsal itibar: Kavramsal bir inceleme ve turizm sektöründen bir örnek. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19(1), 160-181.
- Demirel, M. H. (2023). Kırsal yaşamın geleceği: Agroturizm (Sakarya/Serdivan örneği). (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Demirezen, B. (2018). Tüm yönleri ile kırsal turizm ve Kayseri ili üzerine bir SWOT analizi çalışması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-101.
- Duran, E. (2010). Sürdürülebilir turizm kapsamında toplumsal ve kültürel kimliğin korunması: Gökçeada örneği (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal

Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Durusoy, Y. Y. (2017). Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars kaşarı örneği (Doktora tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ekin, Y. (2011). Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma (Doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Erdoğan, C. A. (2015). Sürdürülebilir turizm kapsamında doğal ve sosyo-kültürel varlıkların değerlendirilmesi ve korunması: Alaçatı (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Erkara, A. (2019). Kentsel korumada sürdürülebilir turizm ilkelerinin belirlenmesi: Tokat kentsel sit alanı örneği (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Eroğluer, K. (2011). Otel işletmelerinde örgütsel iletişimin çalışanların hizmet kalitesine etkisi ve Mardin'de bir uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 299-332.
- Ersun, N., & Arslan, K. (2009). Alternatif turizm çeşidi olarak Kapadokya bölgesinde kongre turizmini geliştirme olanakları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (34), 139-164.
- Ersun, N., & Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2).
- Garda, B., & Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir turizm çeşitleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (12), 83-103.
- Gedik, Y. (2021). Turizm sektöründe destinasyon pazarlaması: Eğilimler, destinasyon pazarlama stratejileri ve destinasyon pazarlamasında karşılaşılan zorluklar üzerine kavramsal bir çerçeve. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 117-139.
- Gögebakan, Y. (2015). Dünya üzerindeki kültürel varlıkların turizme ve ekonomiye katkısı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 48-71.
- Gökkaya, S. (2023). *Turistik ürün ve destinasyon markalaşması*. Eğitim Yayınevi.
- Gün, S. (2019). Destinasyon imajı ve kişiliğinin ziyaretçi memnuniyetine etkisi: Mardin'i ziyaret eden turistler üzerinde bir araştırma (Doktora tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Günel, Ö. D. (2009). Mevsimsellik, mevsimlik istihdam ve örgütsel bağlılık: Konaklama

- işletmelerinde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(2), 199-219.
- Hacıoğlu, Y. (2019). Bir destinasyon olarak bilinen Artvin ilinin kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir çalışma (Yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek 1), 371-389.
- Işık, B. (2013). Geçiş ekonomilerinde turizm sektörünün ekonomiye etkileri: Seçilmiş ülke uygulaması (Yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- İlban, M. O. (2007). Destinasyon pazarlamasında marka imajı ve seyahat acentalarında bir araştırma (Doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kalaba, B. (2021). Kültürel mirasın sürdürülebilirliği kapsamında müzelerin önemi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 102-112.
- Kasap, M. (2018). Yerli ve yabancı turistlerin Trabzon ve Rize destinasyonlarına ilişkin memnuniyet durumlarının belirlenmesi (Yüksek lisans tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kaya, İ. (1997). Sürdürülebilir turizm kalkınması ve ülkemiz açısından bir değerlendirme (Doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kaya, M., & Alptürker, H. (2023). Yerel kalkınma ve turizmde yerelleşme sürecinde turizm taşıma kapasitesinin önemi üzerine bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 177-190.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 11-29.
- Kilinç, İ. (2017). Türkiye'de sağlık turizminde rekabet gücünü etkileyen faktörler üzerine bir alan araştırması. (Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kiper, V. O. (2019). Destinasyonların bir turistik ürün olarak değerlendirilmesi: Ezine örneği (Yüksek lisans tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,

- Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Kömürcü, G. (2013). Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali örneği (Yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2013). Kırsal kalkınmada kırsal turizmin önemi. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 13(2), 192-201.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Mercan, Ş. O. (2010). Sürdürülebilir turizm kapsamında bölgesel planlama ve turistik ürün oluşumu: Altınoluk örneği üzerine bir araştırma (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özdemir, G., & Altınar, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Öztürk, Y., & Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin artırılmasında işgören eğitiminin yeri ve önemi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 121-140.
- Özüdoğru, E. (2013). Korunan alanlar tampon zon yönetimi üzerine bir araştırma: Küre Dağları Milli Parkı örneği (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pelit, E., & Ak, S. (2018). İnsan kaynakları yönetimi işlevi olarak personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme ile ilgili sorunlar: Turizm işletmeleri örneğinde teorik bir inceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 39-74.
- Pelit, E., & Çetin, A. (2022). İnsan kaynakları yönetimi işlevi olarak kariyer yönetimi ve sorunlar: Turizm işletmeleri örneğinde teorik bir inceleme. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 13(2), 28-54.
- Polat, T. (2023). Bitlis tarihi kent merkezi için sürdürülebilir koruma-geliştirme önerileri (Yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gaziantep.
- Sağ, N. S., & Yıldız, E. (2020). Ermenek ilçesinde kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve stratejilerin tanımlanması. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 4(2), 45-62.
- Sarı, F. (2007). Türkiye’deki turizm eğitiminin turizm sektöründeki istihdama etkisi ve

- Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Satar, İ. (2016). Türkiye’de sürdürülebilir turizm açısından sertifikasyon: Yeşil Yıldız ve Yeşil Anahtar uygulamaları (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Sözleşen, İ. (2021). Kapadokya’da turizm ve kültür ilişkisi bağlamında halk dansları: Nevşehir örneği (Yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Susever, E. A. (2014). Pazarlama iletişimi aracı olarak her şey dahil sisteminin Türk mutfağı tanıtımındaki yeri (Yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Şahin, İ., & Güzel, F. Ö. (2018). Destinasyon deneyimi bileşenleri: Antalya ve İstanbul destinasyonları üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1).
- Şimşek, Ş. (2022). Kırsalda yerel kalkınma açısından toplum temelli turizm ve kadın: Isparta-Kuyucak Lavanta Kokulu Köy örneği (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Toksöz, D., & Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 174-189.
- Toprak, L., Elsaied, H. H., & Mahmood, S. A. (2014). Turizmin yükselen trendi: Sağlık turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(50).
- Tören, E. (2023). Kültüre dayalı turizm çeşitlerinin motivasyon faktörlerinin içerik analizi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 6(1), 220-235.
- Turgut, E., Uçan, O., & Başaran, N. (2021). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine etkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 144-159.
- Uslu, A. (2024). Macera turizminde off-road faaliyetlerinin katılımcıların yaşamlarındaki yeri ve Gümüşhane ili turizm potansiyeline etkisi (Yüksek lisans tezi). Kapadokya Üniversitesi, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Gümüşhane.
- Uzun, C. (2020). Turizm işletmelerinde inovasyon stratejileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 271-294.
- Yaralı, C., & Baloğlu, Ö. Ö. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(İhtisaslaşma), 245-264.

- Yaşar, İ., & Çetinkaya, Ç. (2022). Turizmde popüler ülkelerin turizm politikaları ve analizi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 1018-1036.
- Yemenoğlu, E. (2018). Denizli ilinin kırsal turizm potansiyeli ve geliştirilmesi: Buldan örneği (Yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Yeşilçimen, P. (2023). *Vejetaryen beslenme tercihleri ve destinasyon seçimi*. Kutlu Yayınevi.
- Yıldırım, N. T. (2015). Fiyatlandırma ve internet ortamında fiyatlandırma stratejileri. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 10-29.
- Yıldız, Ö. E. (2022). Aşırı turizmde yerel halk–ziyaretçi etkileşimi: Foça örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(47), 293-315.
- Yılmaz, H. (2011). Destinasyon sadakatini etkileyen faktörler: Belek golf turizmi uygulaması (Doktora tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Zayım, M. (2018). Demre'nin kültür turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, 2018(1), 21-44.

2. BÖLÜM

ORDU İLİ EKOTURİZM POTANSİYELİ

Dr. Öğr. Üyesi Adem KULAÇ

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Yönetim ve Organizasyon Bölümü

akulacoglu@hotmail.com

<https://orcid.org/.0000-0002-0922-5308>

Doç. Dr. Koray GENÇ

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Turizm ve Otel İşletmeciliği

<https://orcid.org/0000-0001-8195-1542>

GİRİŞ

Turistlerin seyahat motivasyonlarının ve destinasyonlardan beklentilerinin değişime uğradığı birçok kesim tarafından kabul edilen bir görüştür. Bu değişimin yönü kitle turizmi etkinliklerinden özel ilgi alanlarına ve ekoturizm etkinliklerine doğrudur. Bu durumun farkına varan destinasyonlar sürdürülebilir rekabetçilik adına ekoturizm etkinliklerini ve bu etkinliklerin gerçekleştirilebileceği bölgelerini ön plana çıkarma yarışına girmişlerdir. Buraların ön plana çıkarılabilmesi sadece uluslararası anlamda turizmden elde edilecek payın artırılması anlamına gelmemekte bölgeler arası gelişmişlik düzeyi farklılıklarının giderilmesi gibi ülke içi olumlu yansımalara da zemin hazırlayabilmektedir. Özellikle kitle turizmine hitap etmeyen ve ekonomik anlamda kaynakları sınırlı bölgeler için sahip oldukları ekoturizm potansiyeli kalkınma yolunda

değerli bir alternatif olarak görülebilmektedir. Dahası koruyarak kullanma ve sürdürülebilir ilkeler dahilinde gerçekleştirilen ekoturizm etkinlikleri sayesinde turizm hareketliliğinin kitle turizmi alanlarından diğer alanlara kaydırılmasının çevresel ve toplumsal anlamda da olumlu etkileri söz konusudur. Bu bağlamdan hareketle bu bölümde Ordu ilinin ekoturizm potansiyelinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Söz konusu potansiyel; yayla etkinlikleri ve kış turizmi, akarsu etkinlikleri, hava sporları etkinlikleri, kuş gözlemciliği etkinlikleri, trekking ve hiking (doğa yürüyüşü) etkinlikleri, sportif olta balıkçılığı etkinlikleri, bisiklet ve jeep safari etkinlikleri, flora ve fauna gözlemciliği etkinlikleri, agroturizm (tarım ve çiftlik) etkinlikleri, kamp karavan etkinlikleri başlıkları ile sunulmuştur.

1. EKOTURİZM

Turizm olumlu etkilerinin yanı sıra göz ardı edilemeyecek düzeyde olumsuz etkilere de sahip bir endüstridir. Bu nedenle alternatif turizm anlayışları hem sürdürülebilirlik odaklı hem de seyahat eden insanların beklentileri dahilinde pazarlama odaklı kendisini göstermektedir. Dahası turizmin olumsuz etkileriyle yüzleşen yerel halkın varlığı da henüz bu etkileri görmeyen yerel halkı proaktif bakış açısıyla kitle turizmi karşısında alternatif turizm anlayışlarına yaklaştırmaktadır. Bu anlayışlar içerisinde öne çıkanlardan birisi de ekoturizmdir. Kavramın ilk ortaya çıkışı konusunda kimileri 1965 yılında Hetzer’i işaret ederken kimileri de 1987 yılında Ceballas-Lascurian’ı göstermektedir (Kuter ve Ünal, 2009: 148). Hetzer’e göre ekoturizm, “esas olarak kuşlar ve diğer yaban hayatı, doğal alanlar, resifler, mağaralar, fosil alanları, arkeolojik alanlar, sulak alanlar ve nadir veya tehlike altındaki türlerin bulunduğu alanlar gibi doğal ve arkeolojik kaynaklara dayalı turizm” şeklinde tanımlanmaktadır (Björk, 2000: 190). Ceballas-Lascurian ise ekoturizmi, “nispeten bozulmamış veya kirlenmemiş doğal alanlara, manzarayı, yabani bitki ve hayvanları ve ayrıca bu alanlarda bulunan mevcut kültürel belirtileri (hem geçmişte hem de günümüzde) incelemek, hayranlıkla izlemek ve keyfini çıkarmak amacıyla seyahat etmek” şeklinde açıklamıştır (Sirakaya vd., 1999: 169).

Ekoturizm; doğaya dayalı turizm, yumuşak turizm, özel ilgi turizmi, yeşil turizm, sorumlu turizm gibi farklı şekillerle ifade edilmiştir (Erdoğan, 2003:109). Her ne kadar kavramsal olarak fikir birliği sağlanamamış dursa da anlatılmak

istenenin doğaya ve yerel halkın yaşam standardına duyarlı bir turizm faaliyeti olduğu ve genel kabul gören kavramın ekoturizm olduğu da ifade edilebilir. Kavram üzerine birçok kuruluş ve araştırmacı tanımlamalar geliştirmiş olmakla birlikte 2002 yılında Kanada'nın Quebec kentinde 132 ülkeden 1000'in üzerinde katılımcıyla gerçekleştirilen Dünya Ekoturizm Zirvesi'nde sunulan tanım önem arz etmektedir. Söz konusu tanıma göre ekoturizm “yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken sosyal ve kültürel bütünlüklerini korumayı gözetan bir yaklaşım ya da tavır” şeklinde ifade edilmiştir (Koçan, 2011:93). Ekoturizm ilkeleri ise aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2004:34; Swarbrooke, 2005:319):”

- Turizmin doğal ve geleneksel çevreye verdiği zararın en alt düzeye indirilmesi,
- Turistlere ve yerel halka doğanın ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunmasına yönelik eğitim verilmesi,
- Turizmin yerel halkın gereksinimlerini karşılayan, yerel yönetim ve halkla iş birliği içinde gelişen sorumlu bir ticaret olarak özendirilmesinin sağlanması,
- Koruma kapsamındaki alanların (doğal ve geleneksel sosyo-kültürel) yönetimi için kaynak ayrılması,
- Turizmin olumsuz etkisinin en alt düzeye indirilmesi amacıyla sosyokültürel ve doğal çevreye yönelik uzun vadeli izleme ve değerlendirme programlarının desteklenmesi,
- Turizmin yerel halkın geçimine katkıda bulunmasını sağlayacak şekilde geliştirilmesinin sağlanması,
- Turizm gelişiminin, yörenin sosyal ve çevresel kapasitesini arttıracak şekilde gerçekleştirilmesinin özendirilmesi,
- Çevreye uyumlu, doğal ve geleneksel sosyokültürel yaşamla iç içe geçen, yöresel bitki örtüsünü ve doğal yaşamı koruyan turizm alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi.”

Dünya üzerinde turizm hareketliliğinin yönünü anlamak için talep boyutunun yanı sıra arz boyutuyla da ilgilenmek gerekmektedir. Talep yönüyle değerlendirildiğinde seyahat motivasyonlarında çeşitlenmenin yaşandığı ve her ne kadar halen hakimiyetini korusa da deniz-kum-güneş üçlüsüne dayanan kitle

turizminin yanında alternatif arayışları bulunduğunu ifade etmek mümkündür. Alternatif arayışında olan eko turistlerin profilleri incelendiğinde 35-54 yaş grubunda, yüksek eğitilmiş, ortamın üzerinde geliri olan, doğa, kültür ve gastronomiyeye ilgi duyan kişiler olduğu görülmektedir (Arslan, 2005: 38). İnsanların farklılaşan arayışları ve bu arayış içerisinde olan insanların profillerinin kitle turistine kıyasla daha arzu edilir nitelikte olması kuşkusuz turizmle ilgili arz konumunda olan kişi ve kurumların yaklaşımlarını da etkilemektedir. Dolayısıyla rekabette kendisini öne çıkarmak, rakiplerinden farklılaşmak, turizm gelirlerini artırmak ve sorumlu turist çekmek isteyen destinasyon karar mercilerinin ekoturizm gibi alternatif turizm anlayışlarına yöneldiği bir durum ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda anlaşılmaktadır ki ekoturizm, sürdürülebilir turizm anlayışına hizmet etmektedir. Öyle ki sürdürülebilir turizm; ekonomik, çevresel ve toplumsal anlamda yerel halkın refahını önceliklendirmektedir. Ekonomik boyuttan ekoturizme yaklaşıldığında kırsal bölgelerin kalkınması ve bölgeler arası gelişmişlik düzeyleri arasında farklılığın giderilmesi olağan bir beklenti olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki ekoturizm etkinlikleri büyük oranda kırsal ve kalkınma sorunu yaşayan yerleşimlerde gerçekleştirilmektedir. Buralarda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri; ev pansiyonculuğu, ev yemekleri restoranı, el işi hediyelik eşya sunumu, tarım ve hayvancılık aktivitelerine turist katılım organizasyonu (çiftlik turizmi) gibi alternatif iş imkanlarının ve girişimciliğinin önünü açabilmektedir. Dolayısıyla kırsal geçim kaynaklarına destekleyici faaliyet olarak ekoturizmden bahsetmek mümkündür ki kırsal üretimin azalışına geçtiği bölgeler için bu oldukça önemlidir.

Ekoturistlerin beklentilerinin ve bu beklentilerden doğan iş imkanlarının farkına varan, gelir getirici etkisini hissetmeye başlayan yerel halkın geleneksel yaşam ve üretim usullerine ve dolayısıyla yerleşim yerine bağlılığının gelişmesi toplumsal anlamda bir kazanım olarak görülmektedir. Bu yönüyle ekoturizm, kırsal nüfus azalışının önüne geçmek adına da önemli bir araç niteliğindedir. Özellikle iş imkânı sunması yönünden ekoturizm, gençler için değerlidir. Bir diğer toplumsal kazanım ise kadının çalışma hayatına dahil olmasıdır. Sadece ev işleriyle ve tarımsal ve hayvansal üretimle ilgilenen kadınların gelen ziyaretçilerle iletişime geçmesi, insan olmanın gerektirdiği sosyal beklentilerini karşılamalarına imkân tanımaktadır. Dahası kadınların emeğinin ekoturizme yönelik iş modelleriyle katma değer getirici hale gelmesi, özgüvenli bir birey olmaları açısından oldukça önemlidir.

Kırsal üretim tarzlarının ve doğal çevrelerinin ziyaretçi çekici etkisinin farkına varan yerel halkın koruma bilincinin gelişmesi sürdürülebilirliğin çevresel boyutunu işaret etmektedir. Özellikle beklentiler dahilinde yöresel yemeklerin ziyaretçilere sunulması, ekolojik kaynakların geleneksel usulde devamlılığının sağlanması adına önem arz etmektedir. Ayrıca ekoturistlerin bozulmamış doğa beklentisi ve buralarda trekking, hasat, fotoğrafçılık gibi etkinlikler gerçekleştirme isteği yerel halkı ve yetkili mercileri koruyarak kullanma ilkesinin uygulanmasına yönlendirmektedir.

Tüm olumlamalara rağmen ekoturizmi tertemiz bir turizm şekli olarak görmek mümkün değildir. Koruyarak kullanma dengesinin göz ardı edilmesi durumunda kitle turizmiyle özdeşleşen olumsuzlukların ekoturizm destinasyonlarında da gündeme gelmesi kaçınılmazdır. Weaver de (1999: 794) benzer yönde bir görüş bildirerek, ziyaretlerin uzun vadede ev sahibi destinasyon üzerinde olumsuz sonuçlara neden olmayacağını garantisinin verilmesinin mümkün olmadığını ifade etmiştir. Bu noktada taşıma kapasitesi konusu dikkatleri üzerine çekmektedir. Talep geldikçe arz oluşturulmasının destinasyonları kısır döngüye soktuğu ve bir süre sonra olumsuzlukların belirmesi neticesinde talebin düşmesiyle dönülemez bir noktaya geldiği birçok örnek bulmak mümkündür. Bu nedenle ekoturizmin temel ilkelerinden birisi gereği kontrollü gelişim sağlanmalıdır.

2. ORDU İLİ POTANSİYEL EKOTURİZM ETKİNLİKLERİ

Doğu'da Giresun, Batı'da Samsun, Güney'de Sivas ve Tokat'a komşu olan Ordu Karadeniz kıyısına konumlanmıştır. İlde dağların kıyıya paralel uzanması nedeniyle kıyı kesiminde ılıman bir iklim hâkim iken iç kesimlere doğru karasal iklim kendisini göstermektedir (Ordu Turizm Master Planı, 2011: 15). Bu durum ekoturizm etkinliği çeşitliliğine de zemin hazırlamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan temin edilen verilere göre 2023 yılı itibarıyla ilde turizm belgeli 51 tesiste 4999 yatak kapasitesi; basit konaklama belgeli 61 tesiste 2039 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bunlara ilaveten 2021 istatistiklerine göre belediye belgeli tesis sayısı 32 ve yatak kapasitesi 1323'tür. Ayrıca il merkezinde, Fatsa'da ve Ünye'de birer tane olmak üzere beş yıldızlı tesis bulunmakta ve bunların toplam yatak kapasitesi 808'dir.

2.1. Yayla Etkinlikleri ve Kış Turizmi

Yaylalar doğrudan ekoturizmle ilişkilendirilebilecek coğrafi alanlardır. Öyle ki yayla alanlarında hemen hemen her türlü ekoturizm etkinliğini gerçekleştirebilmek mümkündür. Yaylalar; kirlenmemiş havası, ferahlatıcı serinliği, soğuk ve doğal suları, çok çeşitli bitki örtüsü, hayvansal gıdaları, doğal meyve ve sebzeleri, hidrografik güzellikleri, sosyal ve kültürel değerleri, çeşitli spor etkinlikleri ve manzarasıyla turizm çekicilikleri arasında yer almaktadır (Çelik, 2018: 202). Ordu ilinde yayla turizmi için önemli bir potansiyel bulunmaktadır. Öyle ki Çambaşı Yaylası, Perşembe Yaylası, Keyfalan Yaylası, Yeşilce ve Topçam Yaylaları, Aybastı Toygar Kabatepe Yaylası, Akkuş Argın Yaylası Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm merkezi ilan edilmiştir. Bu turizm merkezleri yayla olmanın verdiği doğal çekiciliklerin yanı sıra tarihi ve kültürel çekicilikleri ve Çambaşı Yayla Şenliği, Perşembe Yaylası Şenliği, Yokuşdibi Yayla Şenliği vb. düzenlenen yerel şenliklerle de ziyaretçilere hitap etmektedir. Özellikle Perşembe yaylası menderes oluşumları ile dikkat çekicidir.

Yayla turizmi kış turizmi ile entegre edilebilir niteliktedir. Bu bağlamda Ordu'da Çambaşı Yaylası'nda yer alan Çambaşı Kayak Merkezi öne çıkmaktadır. Yaklaşık 2000 metre rakıma sahip Çambaşı Kayak Merkezi, 54 km. mesafe ile denize en yakın konumda olan kayak merkezi konumundadır (Bahtiyar Karadeniz ve Sarı, 2018:744) ve tüm yıl boyunca ulaşılabilirliğe sahiptir. Kabadüz ilçesinde yer alan merkezin yapımına 2010 yılında başlanmış ve 2017 yılında hizmet vermeye başlanmıştır. 650 dönüm üzerine kurulu, Mülkiyeti Maliye Bakanlığında olmakla beraber kullanımı 2018 yılından itibaren on yıl için Ordu Belediyesi şirketi ORBEL'e devredilen kayak merkezinde 11 adet pist bulunmaktadır. Toplam pist uzunluğu 17,275 metre, pist genişliği ise ortalama 35 metredir. Ayrıca 2 adet mekanik telesiyej ve toplamda 92 adet kabin, kayağa yeni başlayanlar ve çocuklar için 100 metre uzunluğunda babylift, kızak için bir adet 100 metre uzunluğunda yürüyen bant ve bir adet 370 metre uzunluğunda zipline hizmete sunulmuştur. Ziyaretçilerin konaklaması için dağ evi mimarisinde 12 adet bungalovda 34 oda ve 78 yatak kapasiteli bir otel faaliyette bulunmakta iken dört adet yiyecek içecek işletmesi, kayak malzemesi kiralama ünitesi de hizmet vermektedir (Orbel, t.y.). Bunlar haricinde özel turizm girişimleri de günden güne artış göstermektedir.

2.2. Akarsu Etkinlikleri

Akarsular; yüzme, rafting, kano gibi eğlenceli ve adrenalin içerikli su sporları için önemli doğal kaynaklar arasında yer almaktadır. Büyük yatırımlar gerektirmeyen akarsu temelli etkinlikler; ekolojik, tarihi ve kültürel değerler üzerinde düşük düzeyde bir etkiye sebebiyet vermesi ile önemli bir ekoturizm çeşidi olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca diğer turizm çeşitleri ile entegre edilebilir olması da değerlidir. Ordu ili Melet, Turnasuyu, Civil Irmağı, Elekçi, Akçaova Deresi ve Bolaman Çayı başta olmak üzere ölçümleri yapılmış 78 dere, çay ve ırmaktan oluşan zengin bir akarsu kaynağına sahiptir (Bahtiyar Karadeniz ve Sarı, 2018: 748). Her ne kadar günümüz itibarıyla bu akarsular profesyonel boyutta turizme kazandırılmamış olsa da potansiyel bir arz kaynağı olarak değerlendirilmelidir.

2.3. Hava Sporları Etkinlikleri

Hava sporları; yamaç paraşütü, yelken, planör, kanat, balon gibi çeşitlilik arz etmektedir (Albayrak, 2013:191). Bunlar arasında yamaç paraşütü ve balon en yaygın gerçekleştirilen etkinliklerdir ve bu etkinliklere katılım amaçlı ilgililer dünyanın farklı bölgelerine seyahatler gerçekleştirmektedir. Türkiye’de yamaç paraşütü için Fethiye; balon içinse Kapadokya dünyaca bilinen destinasyonlardır.

Ordu’da yamaç paraşütü ilki 1998 yılında olmak üzere (Güler, 2021:62) 475 metre yükseklikteki kalkış pistiyle Boztepe’den yapılabilmektedir. Çamaş ilçesinde de yamaç paraşütü için çeşitli girişimler gerçekleştirilmeye devam edilmektedir.

2.4. Kuş Gözlemciliği Etkinlikleri

Kuş gözlemciliği, “kuşları doğal ortamlarında izlemeye dayanan ve bireysel ya da toplu olarak gerçekleştirilen rekreasyonel aktiviteler” (Sevindi, 2013: 64) şeklinde açıklanmaktadır. Ekoturizm kapsamında görülen bu etkinlik yerel halkın ekonomik ve çevresel durumunun iyileştirilmesine, biyolojik çeşitliliğin değeri konusundan yerel halkın eğitimine ve doğal alanların korunması için bölgesel, ulusal ve uluslararası teşviklerin verilmesine kadar büyük katkılar sağlamaktadır.

Tablo 1. Ordu İlinde Kuş Gözlemciliği Yapılabilecek Alanlar

Alan İsmi	İlçesi
Hoynat Adası	Perşembe
Çambaşı Yaylası	Kabadüz
Perşembe Yaylası	Aybastı
Topçam-Yeşilce-Keyfalan Yaylaları	Mesudiye
Gaga Gölü	Fatsa
Asarkaya Kent Ormanı	Ünye
Kahyaoğlu Mağarası*	Altınordu

Kaynak: Güler, 2021: 59

Ordu ili genelinde endemik bir tür bulunmamakla beraber 276 kuş türü tespit edilmiştir (Güler, 2021: 58). Özellikle Perşembe ilçe sınırları içerisinde yer alan Hoynat Adası, manzarasıyla beraber ev sahipliği yaptığı tepeli karabatak ve gümüş martı türleri ile kuş gözlemcileri için önemli bir lokasyon olarak belirmektedir.

2.5. Trekking ve Hiking (Doğa Yürüyüşü) Etkinlikleri

Türkçeye doğa yürüyüşü olarak çevrilebilen ancak trekking şeklinde kullanımı da kabul görmüş etkinlik, hafif zorluklar barındıran doğa içerisinde hafif tempoda yürüyüşleri kapsamaktadır. Bu yürüyüşlerin uzunluğu ve zorluk derecesi katılımcıların isteklerine ve bu isteğe yeterli düzeyde deneyime ve fiziki yeterliliklerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Ancak bir diğer doğa yürüyüşü aktivitesi olan hikinge kıyasla trekking aktivitesinin daha zorlu, uzun süreli ve güzergâh üzerinde bir pansiyonda veya çadırda konaklamayı içerdiği söylenebilir. Hiking ise gün içerisinde tamamlanan birkaç saatlik yürüyüş etkinliğidir.

Ordu ili sahip olduğu dağlar, yaylalar ve buralardaki zengin flora ve fauna potansiyeli ile trekking ve hiking için uygun rotalar sunmaktadır. Ayrıca bu rotalar bitki örtüsü ve deniz varlığı sayesinde yürüyüşçülerin ilgisini çekebilecek manzaralara ev sahipliği yapmaktadır. Ordu Valiliği tarafından hazırlanan Oksijen Yurdu Ordu Yürüyüş Rotaları ve Turizm keşif rehberinde 23 Adet yürüyüş rotası belirlenmiştir. Bu rotalar tablolar aşağıdaki tabloda sunulduğu gibidir.

Tablo 2. Ordu Yürüyüş Rotaları

Rota	Mesafe (km)	Rota	Mesafe (km)
Emine Pınarı-Otel-Tosunalan	4	Sayacabaşı-Kurşunçal ve Karaoluk Şelalesi	11
Çaldım Köprüsü-Bağlarca (Kabakdağı)	4	Hekimoğlu Obası-Maden Deresi Vadisi-Rızvan-Bozat	12
Çambaşı-Turnalık	6	Köşe Obası-Gölyanı-Topçam	13
Boztepe-Taşbaşı Mahallesi-Merkez	7	Çambaşı Gölet-Çukuralan Yaylası	13
Turnalık-Gümüşdere	7	Gerce Obası-Gerce Şelalesi-Kaleboynu Obası	14
Bozat-Aygır Gölü-Karagöl Zirve	8	Turnalık-Tekmezar Yolu	14
Kızılağaç Yaylası-Eriçok Tepe-Çukuralan	8	Çukuralan Yaylası- Köşe Obası- Kızılağaç Yaylası	15
Kaleköy-Yeşilce	9	Çambaşı Göleti-Susuz-Tekmezar-Karaaslan	15
Köşe Obası-Şaphane Kilisesi-Topçam	9	Topçam-Köşe Obası-Çukuralan Yaylası-Çambaşı Göleti	32
Yeşilce-Kızılağaç Yaylası	10	Kaleköy-Yeşilce-Kızılağaç Yaylası-Çukuralan Yaylası-Çambaşı Göleti	40
Kızılağaç Yaylası-Armutkolu Yaylası-Ertaş Yaylası-Keyiş Köprüsü	11	Kaleköy-Yeşilce-Kızılağaç Yaylası-Armutkolu -Ertaş Yaylası-Hekimoğlu Obası -Bozat-Karagöl Zirve	61
Ertaş Yaylası-Keyiş Köprüsü-Ertaş Merkez-Sinanlı Obası -Hekimoğlu Obası	11		

Kaynak: Ordu İli Doğa Turizmi Master Planı, 2015: 76.

2.6. Sportif Olta Balıkçılığı Etkinlikleri

Ticari motivasyon olmadan, doğada hoşça vakit geçirmek ve başarma (yakalama) duygusunun da tatmin edilmesi amacıyla orman içi akarsu ve göllerde, denizlerde gerçekleştirilen balık tutma faaliyeti sportif olta balıkçılığı olarak tanımlanabilir. Sportif olta balıkçılığı faaliyetinde yakala-bırak anlayışı söz konusudur. Bu yönüyle av turizminden ayrılan sportif olta balıkçılığının çevreye duyarlılığın önceliklendiği ekoturizm faaliyetleri arasında yer alması uygun görülmektedir (Zwirn vd. 2005:16).

Sportif olta balıkçılığı ilgilileri kendi ikamet ettiği yerleşim alanlarında bu

etkinliği gerçekleştirebildiği gibi doğrudan bu amaçla seyahat edebilmekte veya tatil maksadıyla gittiği bir yerde söz konusu etkinliği tatilinin bir parçası olarak gerçekleştirebilmektedir. Ordu ili uzun sahil kesimi ve sahip olduğu zengin akarsu varlığı, doğal ve yapay göletleri ile sportif olta balıkcılığına uygundur.

Tablo 3. Ordu İlinde Sportif Olta Balıkcılığı Yapılabilecek Alanlar

Alan Adı	Güzergâh/İlçesi
Melet Irmağı	Mesudiye-Kabadüz-Ulubey-Altınordu
Bolaman ayı	Aybastı-Kabataş-atalpınar/amaş-Fatsa
Turnasuyu Irmağı	Çambaşı-Gülyalı
Elekçi Irmağı	Kumru-Fatsa
Kıyı İlçelerinin Karasuları	Altınordu-Ünye-Fatsa-Perşembe-Gülyalı

Kaynak: Güler, 2021: 65

2.7. Bisiklet ve Jeep Safari Etkinlikleri

Bisiklet tutkusu birçok insanda sağlıklı bir hobi olarak kendisini göstermektedir. Bisikletin motorsuz, doğa dostu bir araç olması ve kullanırken önemli derecede enerji harcanması nedeniyle hem kullanıcıyı hem de doğa için önem arz etmektedir. Doğal güzellikler içinde münferit veya bir tur dahilinde olsun veya olmasın gruplar halinde gerçekleştirilen bisiklet gezileri turizm kapsamında değerlendirilebilmektedir. Özellikle kulüp ve dernekler aracılığıyla turlar ve organizasyonlar düzenlenir olmuştur. Ordu Valiliği tarafından hazırlanan Oksijen Yurdu Ordu Yürüyüş Rotaları ve Turizm keşif rehberinde 17 bisiklet rotası belirlenmiştir. Bunlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4. Ordu İli Bisiklet Rotaları

Rota	Mesafe (km)
Ordu-Efirli-Boztepe-Ordu	23
Ordu-Kurul Kayası-Ordu	24
ambaşı Göleti-ukuralan-Kşe Obası-Topam	25
Ordu-Kayabaşı-Topluca-Turnasuyu Vadisi	28
ambaşı Glet-ukuralan-Yeşilce	30

Sayacabaşı MY-Kurşunçal Şelalesi-Karaoluk Şelalesi-Ordu	37
Ünye-Kumru	40
Efirli-Perşembe-Yason Burnu-Bolaman	41
Kumru- Eriçek Yaylası-Yalın Yaylası-Düzoba-Kumru	66
Ordu-Perşembe-Fatsa-Ünye	75
Ordu Merkez-Ulubey-Gürgentepe-Gölköy-Ulugöl	80
Çamiçi-Düzoba Yaylası-Kumru-Fatsa	83
Ünye-Akkuş-Çamiçi Yaylası	85
Fatsa-Çamaş-Gürgentepe-Aslancamii-Ilıca-Fatsa	86
Mesudiye-Yeşilce-Çambaşı Yaylası-Kabadüz-Ordu	91
Ordu-Topçam-Mesudiye	104
Fatsa-Çamaş-Gürgentepe-Gölköy-Mesudiye	109

Kaynak: Ordu İli Doğa Turizmi Master Planı, 2015: 78.

Rutin araç kullanımından uzakta bir zevk olan jeep safari, kırsal alanlarda gerçekleştirilen ve gündün güne katılımcısı çoğalan bir etkinliktir. Ordu ili engebeli coğrafik yapısı ve doğal güzellikleri ile jeep safari etkinlikleri için önemli potansiyele sahiptir. Oksijen Yurdu Ordu Yürüyüş Rotaları ve Turizm keşif rehberinde belirtilen jeep safari rotaları aşağıda tabloda sunulmuştur.

Tablo 5. Ordu İli Jeep Safari Rotaları

Rota	Mesafe (km)
Topçam- Köşe Obası- Çukuralan- Tekmezar- Çambaşı Yaylası- Zile Obası- Kızılağaç Yaylası- Yeşilce	63
Turnasuyu- Sataycık- Osmaniye- Alisayvan- Gerce- Cumhuriyet- Yokuşdibi- Tunalık-Çambaşı Yaylası	64
Çambaşı yaylası-Harçbeli-Döngeri-Bahariye-Turnasuyu Vadisi- Gerce-Cumhuriyet-Yokuşdibi-Tunalık-Çambaşı yaylası	78
Topçam- Gümüşdere-Tunalık- Çambaşı Göleti- Tekmezar- Köşe Obası- KızılağaçYeşilce	79
Mesudiye- Yeşilce- Kızılağaç- Zile Obası- Armutkolu Obası- Ertaş Yaylası- Çambaşı Alabalık Tesisi- Semen-Rızvan- Ağcabeli Yaylası- Güzelyurt- Kızılelma- Arıkmusa- Mesudiye	87
Akkuş Argın Yaylası- Kumru- Eriçek- Yalın- Düzoba- Korgan Yaylası- İteniçi-Perşembe Yaylası- Aybastı- Ulugöl- Harçbeli-Topçam- Köşe Obası- Çambaşı	216

Kaynak: Ordu İli Doğa Turizmi Master Planı, 2015: 79.

2.8. Flora ve Fauna Gözlemciliği Etkinlikleri

Flora ve fauna gözlemciliği ve bunların fotoğraflanması bir hobi olarak gündün güne daha fazla insanın ilgisini çekmektedir. Bu ilgiye sahip insanlar yakın çevrelerinin dışında flora ve fauna zenginliği bulunan destinasyonlara seyahatler gerçekleştirmektedir. Türkiye bitki çeşitliliği bakımından oldukça zengin durumdadır. Avrupa’da 12.000’e yakın bitki türü ile 2500 civarı endemik tür olmasına karşın Türkiye’de 3000 kadarı endemik olan 10.000 civarı bitki türü bulunmaktadır (Erdoğan, 2003: 139). Endemik türlerin coğrafi dağılımına bakıldığında ise Ordu ilinin içerisinde yer aldığı Karadeniz Bölgesi 277 sayısı ile dördüncü sırada yer almaktadır (Özhatay vd., 2005).

Ordu ili flora gözlemciliği ilgilileri için Çambaşı Yaylası, Yeşilce-Topçam Yaylaları, Perşembe Yaylası, Ulugöl Tabiat Parkı, Yoroç Kent Ormanı başta olmak üzere değerli seçenekler sunmaktadır. Bu alanların flora zenginliği haricinde Ordu florası içerisinde 19 çeşit orkide bulunmakta ve bunlar arasında yer alan *Ophrys Karadenizensis* isimli orkide türü dünyada sadece Ordu’da bulunmaktadır (Güler, 2021: 58). Dahası 18 adet tescilli anıt ağaç ve 2 adet anıt ağaç topluluğu bulunmaktadır (Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2020: 90). Perşembe ilçesinde bulunan 600 yıllık meşe ağacının Türkiye’nin ilk dünyanın ise ikinci anıt ağacı olduğuna inanılmaktadır (Şengür ve Atabeyoğlu, 2018: 28).

Yukarıda flora gözlemciliği için belirtilen alanlar aynı zamanda fauna gözlemciliği için de dikkat çekicidir. İl genelinde bitki örtüsünün yaygınlığına ve türüne bağlı olarak ayı, karaca, yaban domuzu, tilki, kurt, çakal, çulluk, kartal, şahin, atmaca, su samuru, gelincik, çil keklik, sincap, yabani tavşan (Ordu İli Doğa Turizm Master Planı, 2012: 30) gibi birçok yaban hayvanını doğal ortamında gözlemlemek mümkündür. Dahası kıyı şeridi boyunca birçok su hayvanı ve kuşu izlenebilmektedir. Özellikle Perşembe ilçesi sınırları içerisinde yer alan Hoynat Adası Tepeli Karabatak türünün yaşam alanı olmasıyla dikkat çekicidir.

2.9. Agroturizm (Tarım ve Çiftlik) Etkinlikleri

Dünya Bankası’nın 2018 yılı verilerine göre kentlerde nüfus ortalaması Avrupa Birliği ülkelerinde %73 iken Türkiye’de %75’tir. Türkiye bu oranla Avrupa ile hemen hemen beraber gözükmeyle beraber dünya ortalamasının ise önemli miktarda üzerindedir (Oyman, 2021: 79). Kırsal nüfusun azalışı doğaldır ki şehir hayatından sıyrılıp, bir nefes almak, kısa bir süre de olsa doğaya

dönem isteyenler için kırsal alanları yeni bir seyahat seçeneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Dahası yetkili merciler de kırsal kalkınma ile kırsal nüfusun yerinde tutulması için turizmin canlandırılmasını bir politika olarak benimsemektedirler. Bu bağlamda öne çıkan turizm etkinliği agroturizmdir. Latince kökenli olan agro kelimesinin turizmle birleştirilmesiyle oluşturulan agroturizm kavramı tarım turizmi ve çiftlik turizmi olarak ulusal literatürde yer edinmiştir. En genelleyici açıklama ile agroturizm, tarımsal amaçlar için kullanılan alanlarda turizme yönelik gerçekleştirilen etkinliklerdir (Blacka vd., 2009). Bu etkinlikler; hasat yapma, hayvan besleme, hayvansal üretim gerçekleştirme, geleneksel üretim gerçekleştirme ve benzeridir. Bu bağlamda ideal bir şekilde gerçekleştirilen agroturizm faaliyetlerini, kırsal kalkınma ve toplumsal ve kültürel katkıları sayesinde sürdürülebilirlikle doğrudan ve pozitif yönlü bir ilişkilendirmek mümkündür (Genç, 2021: 423).

Esasında Ordu ilinin sahip olduğu tüm köyler, yaylalar agroturizm için uygundur. Ancak sadece Kabakdağı Köyü ve Kayabaşı Mahallesi'nde iki ekoturizm köyü ile İkizce ilçesinde TATUTA Projesi'ne kayıtlı bir çiftlik agroturizm kapsamında somut bir şekilde öne çıkmaktadır (Güler, 2021:60). İlin potansiyelini hayata geçiremediği akademik çalışmalarla da ortaya koyulmuştur. Gündoğdu (2023) tarafından gerçekleştirilen araştırmada katılımcıların tarım turizmine olumlu yaklaşımlarına rağmen bilgilerinin yeterli düzeyde olmadığı ve tarım turizmi için altyapı ve üstyapı eksikliklerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.10. Kamp Karavan Etkinlikleri

Bilinen en eski açık hava rekreasyon etkinliklerinden birisi olan kampçılığın tarihi Antik Yunan'a kadar dayanmaktadır (Birdir vd., 2015: 168). Kampçılar doğa içerisinde uygun gördükleri yerlerde bu etkinliği yapabildiği gibi onlar için tasarlanmış ve kamping olarak nitelendirilen alanlar da bulunmaktadır. Kamp tutkunları çadırlarda ve karavanlarda konaklamayı tercih etmektedirler. Kamp ve karavan turizmi insan kalabalığından uzaklaşmayı ve tam aksine doğayla bütünleşmeye imkân tanımaktadır. Bu bağlamda özellikle küresel COVID-19 pandemisi esnasında kamp karavan etkinlikleri alternatif turizm türleri içerisinde önemli bir pozisyona ulaşmıştır (Şengel vd., 2020).

Ordu ili sahil şeridi, yaylaları ve orman varlığıyla beraber kamp karavan

turizmi için önemli bir merkez haline gelebilecek potansiyele sahiptir. Öyle ki ücretli ve ücretsiz olarak kullanılacak birçok kamp alanı seçeneği bulunmaktadır. Bu seçenekler tablo 6'da yer almaktadır.

Ordu ili sahil şeridi, yaylaları ve orman varlığıyla beraber kamp karavan turizmi için önemli bir merkez haline gelebilecek potansiyele sahiptir. Öyle ki ücretli ve ücretsiz olarak kullanılacak birçok kamp alanı seçeneği bulunmaktadır. Bu seçenekler tablo 6'da yer almaktadır.

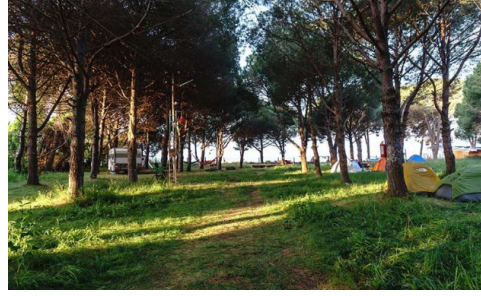
Ordu ili sahil şeridi, yaylaları ve orman varlığıyla beraber kamp karavan turizmi için önemli bir merkez haline gelebilecek potansiyele sahiptir. Öyle ki ücretli ve ücretsiz olarak kullanılacak birçok kamp alanı seçeneği bulunmaktadır. Bu seçenekler aşağıda tabloda yer almaktadır.

Ordu ilinin kamp ve karavancılar için önemli bir destinasyon olabileceği düşüncesi yerel yönetim tarafından da kabul görmüştür. Öyle ki yerel yönetim tarafından şehir merkezine en yakın konumda olan Gülyalı ilçesinde Durgun Su Sporları Merkezi ve Kamp Alanı projesi hayata geçirilmiştir. Bu tesis şehirde ikamet etmekte olup karavanını park etmek ve vakit geçirmek isteyenlerin yanı sıra karavanıyla seyahat halinde olan ve geceleme gerçekleştirecek olanlar için de hizmet vermektedir.

Tablo 6. Ordu ilinde Yer alan Kamp Alanları

Ücretsiz Kamp Alanları/ilçesi	Ücretli Kamp Alanları/ilçesi
Yoroz Kent Ormanı Kamp Alanı/Altınordu	Üçer Kamping/ Perşembe
Küpkaya Kanyonu Kamp Alanı/ Ulubey	İkizler Kamping/ Altınordu
Arslanlar Kamp Alanı/ Gürgentepe	Gülen Bungalov Kamping/ Ünye
Karaoluk Çiseli Şelalesi Kamp Alanı/ Altınordu	Çınarsuyu Kamping ve Mesire Alanı/ Ünye
Boztepe Kamp Alanı/ Altınordu	Çambaşı Kış Sporları ve Kayak Merkezi/ Kabadüz
Çambaşı Yaylası Kamp Alanı/ Kabadüz	Gölge Camping (Çavuş'un Yeri)/ Perşembe
Perşembe Yaylası Kamp Alanı/ Aybastı	Yalı Piknik Camping/ Perşembe
Argın Yaylası Kamp Alanı/ Akkuş	Ulugöl Tabiat Parkı/ Gölköy
Kapılı (Cingirt) Kazankaya Şelaleleri Kamp Alanı/ Çaybaşı	Layla Aile Camping/ Perşembe

Yason Burnu Kamp Alanı/ Perşembe
Ohtamış Şelalesi Kamp Alanı/ Ulubey
Çaka Plajı Kamp Alanı/ Perşembe
Kurşunçal Ormanları ve Şelalesi Kamp Alanı/ Perşembe
Turnalık-Gerce Obası/ Kabadüz
Kızılağaç-Keyfalan- Eriçek Topçam- Yeşilce Yaylaları/ Mesudiye



Kaynak: Güler, 2021: 66

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ordu'nun da içerisinde yer aldığı Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sanayileşmenin geri planda kalmasından ötürü tarım ve hizmetler sektöründen kazanımları yukarı çekmek bir zorunluluk gibi durmaktadır. Alternatif kalkınma araçlarından birisi de kuşkusuz ki turizmdir. Ayrıca sürdürülebilir turizm beklentilerinin hem arz hem talep yönünden yükselişe geçtiği günümüz perspektifinden Ordu ili bu beklentileri karşılayabilecek bir destinasyon olarak gözükmektedir. Öyle ki sürdürülebilir turizm anlayışına en uygun turizm formları ekoturizm kapsamındadır. Ordu ili de denize kıyısı olması, bakir doğaya sahip olması ve yaylaların varlığı ile birçok ekoturizm faaliyeti için değerlendirilebilir. Özellikle yaylaların varlığı bu konuda bir avantaj olarak görülebilir. Yaylalar da flora-fauna gözlemciliği, trekking-hiking etkinlikleri, kâmp-karavan etkinlikleri gibi birçok ekoturizm etkinliği için fırsatlar söz konusudur. Dahası bu alanlar birden çok etkinliğin birleşiminden oluşan zenginleştirilmiş bir deneyim sunabilmektedir. Örneğin yaylada kâmp yapan bireylerin aynı zamanda trekking ve flora-fauna gözlemciliği ve bunları fotoğraflama imkânı bulabilmesi mümkündür.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan 2022 yılı turizm istatistiklerine göre Ordu ilinde yer alan işletme belgeli konaklama işletmelerinde 379.944 turist geceleme gerçekleştirmiş iken belediye belgeli konaklama işletmelerinde 101.288 turist gecelemiştir. Toplam 481.232 turist sayısı az olmakla beraber bu sayının da sadece 35.484 kadarı yabancı turist niteliğindedir. Dolayısıyla bu istatistiklerden anlaşılmaktadır ki Ordu ili denize kıyısı olması ve doğal çekicilikleri sayesinde ekoturizm başta olmak üzere birçok alternatif

turizm etkinliğine potansiyeli bulunmasına rağmen beklenen performansı gösterememektedir.

Mevcut turizm istatistiklerinden hareketle ilin ekoturizm potansiyelini harekete geçirmek adına kamu ve özel sektör temsilcileriyle girişimlerde bulunulması elzem görülmektedir. Özellikle destinasyon yaşam döngüsünün henüz başlarında olduğu düşünüldüğünde kamu desteği kaçınılmaz durmaktır. Kamu yeni yatırımları çekmek adına teşvik paketleri geliştirmelidir. Ancak bundan da önce alternatif turizme ilişkin alt ve üst yapı oluşturulmalı; bunların geliştirilmesi ve kullanımının etkin bir şekilde denetimi gerçekleştirilmelidir. Özel sektör temsilcileriyle beraber yurtdışı turizm fuarlarına katılım gösterilmesi, yurtdışı bağlantılı seyahat acentesi ve tur operatörlerinin destinasyona davet edilerek potansiyelin onlara aktarımının sağlanması önerilebilir. Son olarak bazı Avrupa ülkelerinde yoğunlaşmış olan Ordulu gurbetçi vatandaşlardan diplomasi bağlamında destek alınması düşünülebilir.

Her ne kadar Ordu çok öne çıkmasa da içerisinde yer aldığı Doğu Karadeniz Bölgesi, son yıllarda alternatif turizm adına yapılan çalışmalarla gündeme gelmeye başlamıştır. Bölgede şu an için öne çıkan Trabzon ve Rize'den sonra önemli bir destinasyon olan Ordu ili sahip olduğu turizm kaynaklarını iyi değerlendirmek zorundadır. Ancak turizmde ileri konumda olan Trabzon ve Rize'den çıkarılması gereken dersler de bulunmaktadır. Bu dersler ekoturizmin temel ilkelerinden birisi olan koruyarak kullanma ilkesi kapsamındadır. Öyle ki bu metinde bahsedilen potansiyelin harekete geçirilmesine karşın koruyarak kullanma dengesinin sağlanamaması durumunda Uzungöl (Trabzon) ve Ayder Yaylası (Rize) örneklerinde olduğu gibi sürdürülemez bir durumla karşılaşılması olasıdır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, Y. (2005). Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(13), 29-53.
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi. Balıkesir: Detay Yayınları.
- Bahtiyar Karadeniz, C. ve Sarı, S. (2018). Ordu İlinin Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,

11(61), 741-759.

- Birdir, K., Unur, K., & Dalgıç, A. (2015). Türkiye ve Dünya’da kamping ve yeni bir turistik ürün olarak ‘glamping’. 1. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler Bildiriler Kitabı-2, 168-177.
- Björk, P. (2000). Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International journal of tourism research*, 2(3), 189-202.
- Blacka, A., Couture, P., Coale, C., Dooley, J. Hankins, A., Lastovica, A., Mihálik, B., Reed, C., ve Uysal, M. (2009). *Agri-Tourism. USA: Virginia Polytechnic Institute and State University*.
- Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 193-204.
- ÇŞM (T.C. Ordu Valiliği, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü), (2020). Ordu ili 2019 yılı çevre durum raporu. 24 Şubat 2021 tarihinde <https://ced.csb.gov.tr/2019-yili-il-cevre-durum-raporlar-i-98681> adresinden erişildi.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko)turizm*. Ankara: Erk Yayınları.
- Genç, K. (2021). Agroturizme Yönelik Bilgi ve İlgi Düzeyi ile Girişimcilik Niyeti Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8 (4), 420-436.
- Güler, S. (2021). Ordu İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Turizm Ekonomisi, Yönetimi ve Politika Araştırmaları*. 1(1), 55-72.
- Gündoğdu, K. (2023). Ordu İli Örneğinde Gönüllülük ve Tarım Turizmi. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya*.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2004) *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koçan, N. (2011). Mudurnu (Bolu) ve Yakın Çevresi Peyzaj Özelliklerinin Ekoturizm Kapsamında İrdelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 90-101.
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 9(2), 146-156.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Turizm İstatistikleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden 06.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.
- ORBEL (2024). *Çambaşı Doğa Tesisleri*. <https://orbel.com.tr/faaliyet-alanlari/cambasi-doga-tesisleri> adresinden 06.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.
- Ordu Turizm Master Planı. (2011). T.C. Ordu Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları. Ordu İli Doğa Turizmi Master Planı (2013-2023). T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, XI.

Bölge Müdürlüğü, Ordu Şube Müdürlüğü.

- Oyman, T. (2021). Kırsal turizmin gelişmesinde AB fonlarının rolü: Van ili örneği. *Social Science Development Journal*, 6 (25), 75-97.
- Özhatay, N., Byfield, A., Atay, S. (2005). Türkiye'nin 122 Önemli Bitki Alanı. WWF Türkiye Doğal Hayatı Koruma Vakfı Yayınları, s:476, İstanbul.
- Sevindi, C. (2013). Ekoturizm ve Kuş Gözlemciliği Açısından Kuyucuk Gölü Kuş Cenneti (Arpaçay-Kars). *Türk Coğrafya Dergisi*, 61, 63-76.
- Sirakaya, E., Sasidharan, V., & Sönmez, S. (1999). Redefining ecotourism: The need for a supply-side view. *Journal of Travel Research*, 38(2), 168-172.
- Swarbrooke, J. (2005). *Sustainable Tourism Management*. UK: CABI Publishing.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş. & Uzut, İ. (2020). Turizmde “sosyal mesafe” mümkün mü? Kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(4), 1429-1441.
- Şengür, Ş. & Atabeyoğlu, Ö. (2018). Slow city movement: A case study cittaslow Perşembe-Ordu. *Kastamonu Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 4(1), 25-33.
- Weaver, D. (1999). Magnitude of Ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 792-816.
- Zwirn, M., Pinsky, M. ve Rahr, G. (2005) Angling Ecotourism: Issues, Guidelines and Experience from Kamchatka, *Journal of Ecotourism*, 4(1), 16-31.

3. BÖLÜM

ÇATALPINAR TURİZMİNE DOĞAL BİR ALTERNATİF: “GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ELMAKÖY ŞİFALI SU KAYNAKLARI”

Prof. Dr. Tuğrul ÖZCAN

Ordu Üniversitesi, Fen-Edebiyat

Fakültesi, Tarih Bölümü, 52000, Ordu

e-posta: tugrulozcan@odu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3526-6813>

GİRİŞ

Hayati bir ihtiyaç olmasının ötesinde doğal su kaynaklarının turizmde rekreasyonel alanlar olarak kullanımı, ekonomik ve sosyal açıdan turizmde çok yönlü faydalar sağlar. Bu tür alanlar içerisinde değerlendirebileceğimiz özellikle göl, nehir veya deniz kıyıları; piknik, yürüyüş, su sporları ve balıkçılık gibi çeşitli aktivitelere olanak tanıyarak bireylerin fizikî ve zihnî dinlenme ihtiyaçlarını büyük ölçüde karşılayan ideal kaçış noktaları olarak karşımıza çıkarlar.¹ Rekreasyonel alanlar, bahsedilen tüm bu faydalarının yanında aynı zamanda çevresindeki yerleşim birimlerinde yürütülen diğer hizmet alanlarını ve ekonomik faaliyetleri de destekler. Bu tür alanlara yapılan turist ziyaretleri, yerel halk için çeşitli gelir kaynaklarına zemin hazırlarken ekoturizm kapsamında bölgesel kalkınmaya cid-

1 Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Cemile Bahtiyar Karadeniz - Saffet Sarı, “Ordu İlinin Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 61, 2018, s. 741-759; Mustafa Özgeriş - Faris Karahan, “Turizm Rekreasyonel Su Alanlarındaki Kaynaklarının Sürdürülebilirliği ve Sakin Şehir Politikaları: Uzundere (Erzurum) Örneğinde Bir Değerlendirme”, *Journal of Humanities and Tourism Research*, Cilt: 11, Sayı: 1, 2021, s. 103-117.

di katkılar sağlar.²

Bahsedilen tüm bu katkıları sebebiyle su kaynaklarının korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması hem doğal çevrenin hem de turizmin devamlılığı için hayati bir gerekliliktir.³ Bu bağlamda, Çatalpınar'da bulunan Elmaköy şifalı su kaynakları, turizm ve rekreasyonel alanlar olarak değerlendirilmesi açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu kaynaklar hem doğal yapısıyla hem de sunduğu potansiyel olanaklarla turizmin temel unsurlarından biri olarak yerel kalkınma ve sürdürülebilirlik bağlamında ele alınmayı hak etmektedirler. Bunlar, turizm ve rekreasyon açısından değerlendirilmesi durumunda bölgesel kalkınmaya katkı sağlayacaklar ve birçok projeye ışık tutabilecek bir model olarak da karşımıza çıkacaklardır.⁴

Elmaköy şifalı su kaynaklarının bu çalışmada ele alınmasının önemi, yalnızca Çatalpınar çevresinin turistik potansiyelini ortaya koymakla sınırlı değildir. Bu çalışma aynı zamanda Elmaköy örneklemini üzerinden su kaynaklarının turizmdeki rolü, karşılaştığı tehditler, entegrasyonu ve sürdürülebilirliği gibi birçok özelliğine dikkat çekme açısından önemlidir. Küresel ısınma, iklim değişikliği, artan nüfus ve su tüketimi gibi faktörler, Elmaköy şifalı su kaynakları gibi doğal mirasların korunmasını her zamankinden daha kritik hale getirmektedir.

Bu çalışma ile Elmaköy şifalı su kaynaklarının yerel ve ulusal turizmde daha etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Nitekim bu kaynakların bahsedilen öneriler çerçevesinde ele alınarak turizm ve rekreasyon açısından değerlendirilmesi Çatalpınar'a şu avantajları sağlayacaktır:

1) *Markalaşma ve Tanınırlık*: Yerel çalışmalarla birlikte mahalli ölçekte köy, kasaba ve şehirlere dair birçok aidiyet, yerleşim yerlerine ait özel *kimlikler* şeklinde kendini göstermektedir. Böylelikle bir kısım köy, şehir ya da kasaba ka-

2 Stroma Cole, "A Political Ecology of Water Equity And Tourism: A Case Study From Bali", *Annals of Tourism Research*, Volume: 39, Number: 2, 2012, s. 1221-1241; Lenka Rezníčková - Kamil Kyšef, "The Importance of Water in Tourism in The Sector of Accommodation Services", *Acta Geoturistica*, Volume: 7, Number: 1, 2016, s. 44-51.

3 Cemile Bahtiyar Karadeniz, "Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 29, 2014, s. 84-107.

4 Elmaköy şifalı su kaynakları, kendi tabii şekliyle bulunduğu mevkiye adını verecek kadar sadece yörede değil Türkiye'nin her yerinde de bilinir olmuştur. Nitekim Elmaköy, Şifasuyu ve Acısu gibi adlarla da bilinmektedir; <http://catalpinar.gov.tr/ilce-idari-yapisi> (17/08/2024 Tarihli Erişim); <https://ordu.diyenet.gov.tr/catalpinar/Sayfalar/contentdetail.aspx?MenuCategory=Kurumsal2&ContentId=muftulugumuz> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

zandığı yeni ve aynı zamanda farklı birçok özellekle mutfağı, doğal güzellikleri, tarihî ve kültürel birikimleri, yeraltı ve yerüstü zenginlikleri ve birçok farklı değerleri üzerinden markalaşmaya gitmekte ve tanınırlık elde etmektedirler.⁵ Bu saiklerle çevresinde bulunan yerleşim yerlerinden farklı olarak Elmaköy, *eti, ekmeği ve suyu ile öne çıkan Çatalpınar*'ın farklı bir boyutunu teşkil eden özel bir mahalledir. Bu mahallede bulunan şifalı su kaynakları, Çatalpınar'ın tanınırlığını artırma ve marka olarak bir değer katma açısından büyük önem arz ederler.⁶

2) *Elmaköy şifalı su kaynaklarının gelecek vaat eden turizm potansiyeli*: Elmaköy'deki şifalı doğal su kaynakları Fatsa, Çatalpınar ve Çamaş yol kavşağı üzerinde ulaşımı oldukça elverişli bir noktadadır. Fatsa'ya yaklaşık 18, Çamaş'a 8, Çatalpınar'a 5 km uzaklıktadır. Elmaköy'ün aynı vadi sistemini paylaştığı Gök köy, Gürgentepe, Işıktepe, Fatsa, Kabataş ve Aybastı ile bağlantıları bulunmaktadır. Yalnızca bir kavşak noktası olma özelliği bile Elmaköy'ün jeostratejik ve coğrafik önemini artırmaktadır. Dolayısıyla da bu avantaj turizm ve regreasyon açısından değerlendirilebilir.⁷

A. ELMAKÖY ŞİFALI SU KAYNAKLARININ TARİHÇESİ

19. yüzyılın ikinci yarısı, Osmanlı Devleti'nin yabancı devletlerle yapmış olduğu ticari anlaşmalar sebebiyle yabancı yatırımların arttığı bir dönem olarak karşımıza çıkar. Verilen imtiyazlar çerçevesinde gerçekleştirilen yabancı yatırımlar daha çok demiryolları, limanlar, fenerler, kamu hizmeti alanlarında yoğunlaştığı gibi madencilik de bu yatırımlardan payını almıştır. Ancak madencilik konusunda bir kısım faaliyet, başka imtiyazlar üzerinden dolaylı olarak da sürdürülebilmiştir. Örneğin bazı şirketler ya da bunların acenteliğini yapan işletmeciler, doğal kaynak suyu üzerinden aldıkları ruhsatlarla zaman zaman maden aramaya girişmişler ve buna dair birtakım planlar dahi hazırlayabilmişlerdir.⁸ Bahsedilen kapsamda Elmaköy şifalı su kaynakları hakkında Osmanlı arşiv kay-

5 Tuğrul Özcan, "Köy Statüsünden Belde Belediyesine Geçiş Sürecinde Çatak (Çatalpınar)", *Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluşunun 100. Yılı Anısına Danışmentli Havzasında Tarih ve Kültür Tokat*, Könem Yayınları, Konya, 2023, s. 229-230.

6 Ayrıntılı bilgi için bkz. Tuğrul Özcan, "Köy Statüsünden Belde Belediyesine Geçiş Sürecinde Çatak (Çatalpınar)", *Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluşunun 100. Yılı Anısına Danışmentli Havzasında Tarih ve Kültür Tokat*, Könem Yayınları, Konya, 2023, s. 233.

7 <https://www.ordu.bel.tr/Haber/44662/iki-ilceye-baglanti-saglayan-yol-asfalta-kavusturuluyor> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

8 Ertan Gökmen, "II. Abdülhamit Dönemi Osmanlı Maden İmtiyazları (1878-1899)", *Bellekten*, Cilt: 71, Sayı: 262, Türk Tarih Kurumu Yayını, 2007, s. 969.

naklarında, birkaç vilayet ve devlet salnamesinde ayrıntılı olmasa da bazı bilgiler mevcuttur. Bir arşiv belgesinden takip edebildiğimiz kadarıyla 1908 yılı itibarıyla Bolaman nahiyesine bağlı Elmalı⁹ karyesinde bulunan maden suyunun işletilmesi konusunda ruhsat talebiyle Giresunlu Georgios ve Trabzonlu Kevork'tan oluşan iki ortağı ile birlikte Fatsalı Şecioğlu Yorgi Efendi bir dilekçeyle ilgili makamlara müracaatta bulunmuştur.¹⁰ Aslında Yorgi Efendi, bu müracaatın bir nevi paravan görevi gören ismiydi. Zira ortakları gözükken şahısların asıl faaliyet alanları madencilikti. Onların peşinde oldukları şey buradaki su kaynağından çok manganez, demir, bakır ve simli kurşun gibi yeraltı zenginlikleriydi.

Dönemin şartları göz önüne alındığında Yorgi Efendi'nin Elmalı köyünde şifalı su kaynakları üzerinden ruhsat alma çabası masum bir eylemiş gibi gözükabilir. İşin aslına bakıldığında maden açısından oldukça zengin olan bu çevreye bir yatırımcı olarak meşru bir sebeple yerleşebilmenin aracı olarak bu yola başvurma ihtimali gözden kaçırılmamalıdır. Zira bahsedilen dönemde maden imtiyazı almak isteyenlerin, bu yola başvurduklarına dair çeşitli örnekler mevcuttur. Yorgi Efendi'nin işletme ruhsatı alıp alamadığını evrak üzerinden net bir şekilde takip edemesek de Elmalı karyesinde bulunan şifalı suların eski dönemlerde bile rağbet gördüğünü ve bu sebeple yatırımcıların takip ettiği bir doğal kaynak olduğunu rahatlıkla anlayabilmekteyiz.

Osmanlı döneminde dahi bu şifalı kaynaklarının tıpkı Fatsa'nın Ilıca kasabasında bulunan Sarmaşık kaplıcasının çevresindeki su kaynakları gibi başta böbrek taşı, egzama, hazımsızlık gibi birçok hastalığa iyi geldiği düşünülmekteydi.¹¹ Bu sebeple Osmanlılar döneminde suyun içme açısından kalitesini ve içeriğini öğrenmek adına kimyasal analizlerinin yapıldığına dair bazı bilgilere ulaşmak mümkündür.

Başta *Trabzon Vilayet Salnameleri* olmak üzere 19. yüzyılı ele alan birçok kaynak ve eserde Elmalı şifalı kaynak sularıyla ilgili yüzeysel olarak da hazırlanmış herhangi bir rapora rastlanamamıştır. Ancak Cumhuriyet'in ilk yıllarında

9 Bu karye, *Elmaköyü* adıyla günümüzde Çatalpınar'ın bir mahallesi olarak varlığını sürdürmektedir; <http://catalpinar.gov.tr/ilce-idari-yapisi> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

10 BOA, ŞD., 3211, 23, 21/Za/1326 (15 Aralık 1908).

11 Orman ve Maden ve Ziraat Nezareti İstatistik İdaresi, *1323 Senesi Maden İstatistiği*, Mahmut Bey Matbaası, Dersaadet, 1325, s. 229; *Trabzon Vilayet Salnamesi* (1903), Cilt: XXI, s. 291; Sebahattin Demir, "Fatsa'nın Tarihi ve Turistik Yerleri", *Çınar Kültür-Sanat ve Folklor Dergisi*, (Fatsa Özel Sayısı), Yıl: 1, Sayı: 1, Fatsa Milli Eğitim Gençlik ve Spor Müdürlüğü Yayınları, Şubat-Mart/1986, s. 28; Tuğrul Özcan, *Tarihi, Coğrafi ve Kültürel Boyutlarıyla Geçmişten Günümüze Sarmaşık Kaplıcası ve Çevresi*, Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık (KDY), İstanbul, 2023, s. 82.

Orman ve Maden ve Ziraat Nezareti İstatistik İdaresi'nin yayımlanmış olduğu istatistik çalışmasına göre Elmaköy şifalı su kaynaklarıyla ilgili bir araştırmanın yapıldığı anlaşılmaktadır. Ancak bu çalışmada su kalitesinin iyi seviyede bulunduğu dair yalnızca küçük bir not düşülmekle yetinilmiştir. Bahsedilen çalışma dâhilinde yapılan araştırmaya dair herhangi bir ayrıntı mevcut değildir. Ancak resmî bir istatistikte “*Elmalı köyünde bulunan birçok şifalı su membandan bahsedilmiş olması bizlerde buranın Cumhuriyet’in ilk yıllarında dikkati çeken bir özelliği olduğu kanaatini oluşturmaktadır.*¹² Ancak müteakip eden yarım asır içinde bahsedilen su kaynaklarına dair kamu adına yapılan herhangi bir işlem olmadığını görüyoruz.

1980’li yılların sonlarında kaplıcalar ve şifalı sular konusu, TBMM’nin gündemine getirilmiş; bu kapsamda ilgili mahallerden toplanan bilgiler doğrultusunda meclise sunulmak üzere bir rapor hazırlanması için harekete geçilmiştir. Ordu Milletvekili Şükrü Yürür,¹³ Ordu ili dâhilinde bulunan kaplıca suyu, sıcak çamur, şifalı su kaynakları ve madenlere dair bir araştırma yapılması konusunda harekete geçmiştir. Nitekim kurulan bir komisyon marifetiyle saha araştırması yapılmasını sağlamıştır.¹⁴ Şükrü Yürür’ün talimatıyla başlanılan bu araştırmalar doğrultusunda bizzat mahallinden verilen bilgilere istinaden aşağıdaki tabloda (*Tablo 1*) görüldüğü üzere bir envanter ortaya çıkmıştır:¹⁵

12 *1323 Senesi Maden İstatistiği*, Mahmut Bey Matbaası, Dersaadet, 1325, s. 229.

13 1944’te Ünye’de doğan Şükrü Yürür, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi mezunudur. Ticaret Bakanlığı, Yurttaş ve İç Ticaret Genel Müdürlükleri ve TSE Genel Sekreteri gibi birçok kamu görevinde bulunmuştur. 17, 18, 19, 20 ve 21. dönemlerde TBMM’de Ordu milletvekili olarak görev yaptı. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı görevinde bulundu. Evli ve iki çocuk babası olan Yürür, 7 Aralık 2023’te Ankara’da hayatını kaybetti; https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.bilgi (ET. 16/12/2024)

14 “Başyazı: Mesut Yılmaz”, *Güneş*, 7 Haziran 1991, Yıl: 21, Sayı: 1031, s. 5.

15 “Milletvekili Şükrü Yürür ile Röportaj”, *Güneş*, 14 Şubat 1986, Yıl: 15, Sayı: 762, s. 7; Tuğrul Özcan, *Tarihi Coğrafi ve Kültürel Boyutlarıyla Geçmişten Günümüze Sarmaşık Kaplıcası ve Çevresi*, Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık (KDY), İstanbul, 2023, s. 81-82.

Tablo 1: Şükrü Yürür'ün Talimatıyla Oluşturulan Ordu Yöresindeki Kaplıca Suları ve Çamurlarına Dair Araştırma Envanteri

İlçe	Köy-Mahalle	Bilgi Kaynağı	Görevi / Mesleği	Madenin Türü ve Muhtevası
Merkez	<i>Saraycık</i>	Kemal Çelebi	(Bel. Başkanı)	Maden Suyu
	<i>Alınca</i>	Eyüp Keskin	(Muhtar)	Maden Suyu
Fatsa	<i>Akkaya</i>	Kemal Günal	(Muhtar)	Maden Suyu
	<i>Taşoluk</i>	Nurettin Özkan	(Muhtar)	Maden Suyu
	<i>Ilıca</i>	Nevzat Genç	(Belediye Başkanı)	Maden Suyu
	<i>Elmaköy</i>	Cahit Uygun	(Muhtar)	Maden Suyu ve Acı Su
	<i>Temürlü (Terimli)</i>	Cahit Uygun	(Muhtar)	Demir, Maden suyu
Ünye	<i>Merkez</i>	N. Mehmet Kapısız	(Muhtar)	Maden Suyu-Tuzlu Su
	<i>İlküvez</i>	Hasan Ertekin	(Belediye Başkanı)	Acı Su
	<i>Çakmak</i>	Osman Tokaç	(Muhtar)	Kil
Kumru	<i>Yalnızdam</i>	Salim Yalın	(Muhtar)	Şifalı Maden Suyu
	<i>Çatlı, Konaklı,</i>	A. Cemal Zorlu	(Belediye Başkanı)	Maden Suyu, Acı Su, Manganez
	<i>Teper, Ortaca</i>	A. Cemal Zorlu	(Belediye Başkanı)	Manganez
	<i>Karacalar, Güneycik,</i>	A. Cemal Zorlu	(Belediye Başkanı)	Manganez
	<i>Demircili</i>	A. Cemal Zorlu	(Belediye Başkanı)	Demir, Manganez
	<i>Gümüşdere</i>	Ali Süğümlü	(Bölge Sakini)	Gümüş, Manganez

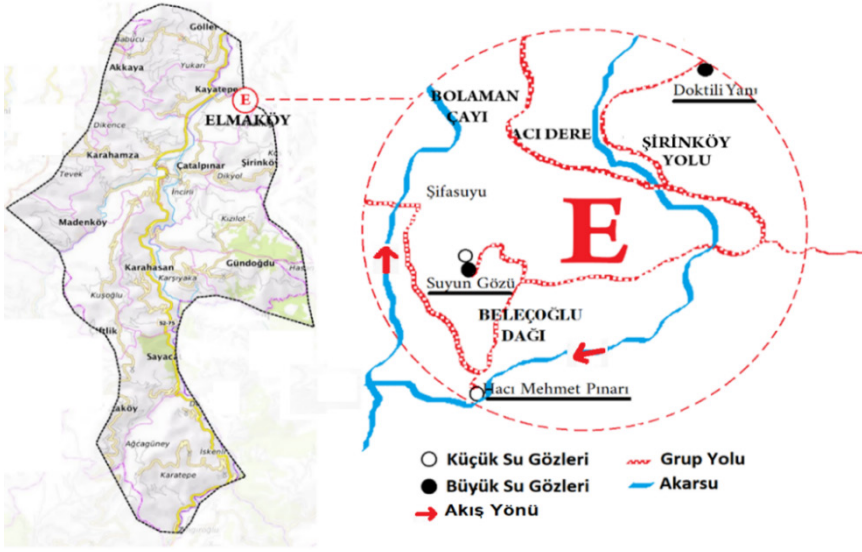
Tablo 1: devamı

İlçe	Köy- Mahalle	Bilgi Kaynağı	Görevi / Mesleği	Madenin Türü ve Muhtevası
Korgan	<i>Merkez</i>	Mustafa Satan	(Muhtar)	Acı Su/Demir-Kömür
	<i>Çamlı</i>	İbrahim Baş	(Muhtar)	Maden Suyu
Gölköy	<i>Gölköy</i>	Ali Yılmaz	(Muhtar)	Maden Suyu
Akkuş	<i>Alan</i>	Salih Taşdelen	(Muhtar)	Kömür
Aybastı	<i>Elbeyi</i>	Hasan Cadel	(Muhtar)	Acısı
Perşembe	<i>Kırlı</i>	Salih Yıldırım	(Muhtar)	Maden Suyu
Mesudiye	<i>Karaca</i>	İzzet Kovancı	(Muhtar)	Sıcak Çamur/Bakır- Demir
	<i>Dursunlu</i>	Cemal Sendinç	(Muhtar)	Tuzlu Su
	<i>Çardaklı</i>	Ahmet Ergül	(Muhtar)	Sıcak Çamur ve Kil
	<i>Güzle</i>	Osman Güngör	(Muhtar)	Maden Suyu
	<i>Beyağaç</i>	Fuat Gürsoy	(Muhtar)	Acı Su / Demir- Kömür

B. ELMAKÖY HAVZASINDAKİ ŞİFALI SU KAYNAKLARI

Elmaköy şifalı su kaynaklarının *Beleçoğlu* ve *Davutoğlu (Doktili)* olmak üzere rezerv açısından farklı yerlerde iki büyük gözü bulunmaktadır. Bu su gözleri arasındaki mesafe yaklaşık 1,5 kilometredir. Bunlardan ilki köyün giriş kısmında olup Bolaman Çayı'na yaklaşık 100 metre uzaklıktadır. İkincisi ise Sirinköy-Çamaş istikametine giden yol üzerinde köyün üst çıkışındadır. Bu mevki, meskûn mahal içerisinde olup *Doktililer*¹⁶ Yanı olarak bilinir.

16 Doktili adı Çatalpınar'ın Terimli (Temürlü) mahallesinden gelerek Elmaköy'e yerleşen bir aileden gelir. Ahmet Bakar'ın çocuklarıyla birlikte yerleştiği mevkie, bu aileye atfen köylüler Doktili Yanı adını vermişlerdir. Aile, Çatalpınar çevresinde bu adla bilinir; Mehmet Özcan, 26/07/2022 *Tarihli Mülakat* (Mahmut Oğlu, 1964/ Fatsa Doğumlu, Emekli Din Görevlisi).



Kroki 1: Şifalı Su Kaynaklarına Dair Kroki

1. Beleşoğlu Yarı

a. Beleşoğlu Dağı'ndaki Büyük Su Gözü

Suyun Gözü adıyla da bilinen Beleşoğlu şifalı su kaynakları, Elmaköy'ün güneybatı eteklerini oluşturan dağın içerisinde bulunmaktadır. Adını bu dağdan almaktadır. Yöre sakinleri Elmaköy şifalı sularının asıl gözü olarak burayı kabul ederler. Dolayısıyla Elmaköy şifalı su kaynaklarının merkezi manasında da burayı *Suyun Gözü* şeklinde söyleye gelmişlerdir. Beleşoğlu Dağı'ndaki bahsedilen büyük su gözü, Elmaköy'ün merkezini oluşturan *Köprübaşı (Şifasuyu)*'na (Ek 5) yaklaşık 500 m uzaklıktadır.¹⁷ Buranın suyu yaz kış debisi fazla bir değişiklik göstermeksizin akmaktadır. Rengi oldukça berrak olan suyun tadı asidik özelliği sebebiyle biraz acıdır. Bu özelliğine atfen Elmaköy şifalı kaynak suları çevrede *Acısu* adıyla da bilinmektedir.

¹⁷ Köprübaşı'nda market, kasap, manav, çay ocağı, restoran gibi birçok işyeri vardır. Köy şenlikleri ve çoğu düğün burada yapılmaktadır. Bayramlarda burada köylülere yemek ikramı yapılmaktadır; Fahri Özcan, 26/07/2022 *Tarihli Mülakat* (Mehmet Oğlu, 1949/ Fatsa Doğumlu, Fatsa Eşrafından Emekli Mali Müşavir).



Fotoğraf 1: Büyük Göz (Beleçoğlu)

Beleçoğlu Dağı'ndaki büyük su gözünün hemen birkaç metre alt kısmında Nail ve Naci Uygun kardeşlerin babaları Cahit Uygun ile birlikte işlettikleri bir tesis mevcuttur. Bu tesise gelen misafirlerin büyük bir kısmı, içtikleri suyun etkisiyle masadan hiç yemek yememiş gibi bir hissiyatla kalktıklarını ifade ederler. Köy halkından Hüsne Hanım *Suyun Gözü*'ndeki kaynak suyunun bu özelliğine dair şu paylaşımı bahsedilen hususu teyit eder: *“Buradaki şifalı su kaynağının özellikle hazımsızlığa çok iyi geldiği bilinir. Bu sebeple Ramazan aylarında sadece buranın sakinleri değil, Aybastı-Fatsa karayolunu kullanan yüzlerce insanın bu suya rağbet etmesi ya bir tecrübenin sonucuyla ya da kulaktan kulağa gelen duyuların etkisiyledir.”*¹⁸

Çatalpınar eski belediye başkanlarından Ahmet Türe'nin Beleçoğlu şifalı suyuna dair düşüncesi ise şu şekildedir: *“Çatalpınar'a gelen hemen hemen her yabancı misafir, özellikle Elmaköy şifalı sularından içmek üzere Suyun Gözü'ne gitmek ister. Bu artık yörede adet olmuş. Suyun Gözü'ne gittiklerinde acıktıkları vakit Uygun kardeşlerin faaliyet gösterdikleri işletmede yemeklerini yerler. Ancak açlık hissiyatı ile oluşan yeme istekleri orada kaldıkları sürece hiç bitmez. İlginçtir ki burada buldukları süre içerisinde iştahlarının açılmasını kimisi temiz havaya, kimisi de yorgunluklarına bağlar. Biz söyler isek*

18 Hüsne Özcan, 12 Temmuz 2018 Tarihli Mülakat, (Ali kızı, 1946/ Fatsa doğumlu, Ev Hanımı).

bu açlık hissiyatının şifalı sudan kaynaklandığını o vakit anlayabilirler meselenin yüzünü."¹⁹

b. Beleçoğlu Dağı'ndaki Küçük Su Gözleri

Beleçoğlu Dağı mevkiinde *Suyun Gözü*'ndeki büyük olan kaynağın dışında iki küçük su gözü daha vardır. Bunlardan ilki, büyük gözünün hemen yanında olup buranın kuzey yönünde konuşlanmıştır. Bu iki su gözü arasındaki mesafe takribî 9-10 metredir. Berrak bir görünüme sahip bu gözden akan suyun tadı diğerlerine göre daha acıdır. Bu gözün debi açısından kullanılabilirlik düzeyi orta seviyedir.

Beleçoğlu Dağı'ndaki küçük olan gözlerinden ikincisi, büyük su gözünden 200 metre güneyde, Elmaköy mahallesinin Davutoğlu mevkiini ikiye ayıran *Acısu Deresi*'nin kenarında bulunan büyük bir ağaç kovuğunun altındadır. Suyun hemen karşısında bulunan dağlık arazi Eminoğullarından Fahri Özcan'ın tasarrufu altındadır. Elmaköy sakinleri tarafından Beleçoğlu yanındaki şifalı su kaynakları içerisinde en lezzetlisinin, küçük bir gözden ibaret olmasına rağmen Acısu deresinin içinde olanı olduğu ileri sürülür. Bu göz, *Köprübaşı (Şifasuyu)*'na yaklaşık 700 m uzaklıkta ve Beleçoğlu Dağı mevkiisindeki keskin viraj ile dere arasında yolun alt kısmında kalır. Burası, yılın her mevsimi içme suyunu buradan temin eden Elmaköylü Eminoğlu merhum Mehmet Özcan'a atfen yerli ahali tarafından *Hacı Mehmet Pınarı* adıyla anılmaktadır.²⁰ Buradaki su, görüntü kalitesi açısından oldukça iyi durumdadır. Oldukça berrak, fakat tadı acıdır. Rezerv açısından zaman zaman yetersiz kalabilmektedir. Özellikle yaz ayında diğerlerinin arasında debisi en düşük olan göz burasıdır.

2. DOKTİLİLER YANI

Elmaköy şifalı suları içerisinde yer alan iki büyük gözden biri de *Davutoğlu* mahallesine bağlı *Doktililer yanı* adı verilen mevkiidedir. Hapandağı su havzasında bulunan bu göz; *Suyun Gözü*'ne 1,5 kilometre, *Köprübaşı (Şifasuyu)*'na ise yaklaşık 2 kilometre mesafededir. Elmaköy şifalı su kaynakları içerisinde ilk bilinen ve yaygın olarak kullanılan kaynak Doktililer Yanı'nda bulunan su gözüdür. Bu göz, Hapandağı'nın güneybatı eteklerinde Şirinköy'e giden yol üzerinde

19 Ahmet Türe, *05/04/2021 Tarihli Mülakat*, (Ali Osman oğlu, 1960/Fatsa doğumlu, Çatalpınar Belediyesi Eski Başkanlarından).

20 *Fahri Özcan ile 17/07/2018 Tarihli Mülakattan naklen (Mehmet oğlu, 1949/Fatsa doğumlu, Emekli Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir).*

Doktili yanında bulunan küme evlerinin hemen alt tarafında yer alan dere kenarındadır. Yol seviyesinin yaklaşık 1,5-2 metre kadar altındadır.

Doktililer Yanı'ndaki büyük gözden akan suyun rengi oldukça berraktır. Su kaynağı geldiği havzada yerleşim alanı bulunmamaktadır. Buradaki suyun tadı Elmaköy'deki diğer kaynak sularında da olduğu gibi acıdır ve içimi serttir. Dağ eteğinde bulunması yönüyle rezerv sıkıntısı olmayan bu suyun debisi yılın her mevsiminde yüksektir. Bu kaynağın suyu kış boyunca ılık akarken yaz aylarında ise oldukça soğuk akar.

Doktililer Yanı'ndaki su kaynağına ulaşım, diğerlerine göre daha kolaydır. Bu kolaylığına rağmen bahsedilen kaynak, diğerlerine göre Fatsa-Aybastı ile Çatalpınar-Çamaş istikametlerindeki anayollardan daha uzakta kalmaktadır. Ayrıca gözün, kullanımına işlerlik kazandıracak ve burayı cazibe merkezi haline getirecek modern bir tesisi ve şebekesi mevcut değildir. Tüm bunlar, buradaki suyun diğerlerine oranla daha arka planda kalmasına yol açmaktadır.

C. ELMAKÖY ŞİFALI SU KAYNAKLARININ TANINMASINI SAĞLAYAN UNSURLAR

1. Galamaç Dede'nin Köprü İnşaatı Hikâyesi

Fatsa'ya 18 km mesafede *Kuş Kayası* denilen mevkie oldukça yakın olan bu suyun Elmaköy'de yapılan köprü inşaatı ile alakalı şekilde anlatılagelen bir hikâyesi vardır. Bu hikâye kısaca şöyledir: “*Elmaköylü Galamaç Dede olarak bilinen Mehmet İnce'nin, ırmak üzerinde yapılan köprüünün (Ekler: Fotoğraf 2) inşaatında çalışan ve mide ağrısından oldukça mustarip olan kalfaya buradan su içirmesiyle kaynağın şifalı olduğu ortaya çıkmıştır.*” Hikâyenin devamında bahsi geçen kalfanın, bir ay gibi kısa bir süre içerisinde yıllardır çektiği rahatsızlıktan büyük oranda kurtulduğu ve bu durumunu gittiği her yerde benzer sıkıntılar çeken insanlara anlattığı belirtilir. Nitekim onun anlattıklarının etkisiyle Elmaköy'deki şifalı kaynak sularına gelen ziyaretçilerin ardı arkası kesilmemiştir.²¹

Dönemin çevredeki en yaşlı insanlarından²² biri *Galamaç Dede'nin* uzun ömürlü ve sağlıklı olmasının sırrı, birçokları tarafından Elmaköy şifalı su kaynaklarına bağlanmıştır. Bu şifalı suyun mermeri ve bakır güğümü deldiğine şahit

21 “Elmaköy'de Şifalı Su Bulundu”, *Güneş*, Yıl: 6, Sayı: 276, 2 Temmuz 1976, s. 3.

22 Galamaç Dede 110 yıla yakın bir süre hayatta kalmıştır. 90'lı yaşlarında bile at üzerinde akraba ziyaretine, Çatalpınar'a pazara gidebilecek kadar sağlık durumu iyiydi; *Fahri Özcan ile 17/07/2018 Tarihli Mülakattan naklen (Mehmet oğlu, 1949/Fatsa doğumlu, Emekli Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir).*

olanlarla birlikte Elmaköy şifalı su kaynaklarına olan ilgi daha da artmıştır. Galamaç Dede'nin kendi imkânları ölçüsünde bir hayrata dönüştürdüğü şifalı su kaynaklarından biri özellikle ilgi çekti. Nitekim bu kaynakların ünü o kadar hızlı yayıldı ki Samsun, Giresun ve Trabzon taraflarından birçok insan, türlü türlü dertlerine şifa bulmak için buradaki şifalı su kaynaklarına akın etmeye başladılar. Elmaköy'e gelenler, yörede konaklama imkânı bulamamaları sebebiyle doldurdıkları onlarca bidon şifalı su ile dertlerine deva bulmak üzere memleketlerine dönmek zorunda kalmaktaydılar.²³ Köprübaşı'ndaki köy bakkalında şifalı su için gelenlere bidon satan Âdem Türkkân "*Buraya gelenler, bidon bidon sularla memleketlerine dönüyorlar. Hatta içlerinde defalarca gelenler bile var. Bu sudan fayda görmeseler, bu insanlar masraf ederek bu kadar zahmetle hiç buraya gelirler mi?*" demek suretiyle suyun önemine dikkat çekmiştir.²⁴

Köprü inşaatı dayanılarak anlatılan diğer bir rivayet de şu şekildedir: "*Elmaköy'deki kaynak sularının şifalı olduğunu ilk 1974 yılında köprü yapımı için orada bulunan bir müteahhit tarafından keşfedilmiştir. Köprü'nün yapım esnasından müteahhidin böbrek taşları ile alakalı ciddi bir rahatsızlığı vardır. Köprü yapım aşamasında sancılarının arttığı bir dönemde bahsedilen müteahhit sık sık tuvalete çıkabilmek için kullandığı su miktarını artırmıştır. Bu durum bir hafta boyunca sürmüştür. Bir haftalık süreçte gerçekleştirdiği su tüketimi sonunda böbreklerindeki taşların düştüğünü ve sağlığının yerine geldiğini fark etmiştir. Sonrasında doktora gitmiş ve yapılan kontrollerinde de böbreklerinde taşla alakalı herhangi bir bulguya rastlanmadığına tanık olmuştur.*" Bahsi geçen müteahhidin tesadüfen keşfettiği Elmaköy'deki şifalı kaynak suyu, o günden beri hazımsızlık, sindirim ve böbrek taşı gibi çeşitli rahatsızlıkları olanlar tarafından kullanılmış ve yöre halkı tarafından birer şifa kaynağı olduğu kabul görmüştür.²⁵

2. TURİSTİK ÇEŞME İNŞAATI

Yöre halkının beyanlarından anlaşıldığı üzere Elmaköy mahallesinin merkezi olan Köprübaşı'na şifalı kaynak suyunu ilk getiren kişi *Galamaç Dede (Mehmet*

23 "Fatsa'da Şifalı Su Bulundu", *Güneş*, Yıl: 5, Sayı: 228, 1 Ağustos 1975, s. 2.

24 Âdem Türkkân'ın bu konudaki samimiyetine ticari endişelerinin hangi oranda etki etmiş olabileceğini belirlemek neredeyse imkânsızdır. Ancak kısmi de olsa böyle bir endişesinin olmak ihtimali de oldukça yüksektir: "Sudan Şifa Arıyorlar", *Güneş*, Yıl: 33, Sayı: 1641, 16 Ağustos 2002, s. 5.

25 Mahmut Akkuş, *17/07/2018 Tarihli Mülakat* (Ali oğlu, 1979/Fatsa doğumlu, Elmaköy mahallesi sakini).

İnce'dir. Aşağıdaki fotoğraf (Fotoğraf 2) şifalı suyun Köprübaşı'nda halkın hizmetine sunulduğu ana aittir. Galamaç Dede, çok arzu etmesine rağmen bir türlü köye münasip şekilde çeşme yapacak fırsatı yakalayamamıştır.²⁶

Yöre halkı, çeşme inşaatını hayır olması hasebiyle kendileri için bir fırsat olarak görmüş olacak ki suyun boruyla ulaştığı noktaya bir şadırvan yapılması için harekete geçmiştir. Nitekim Mustafa Özcan, Mehmet Özcan ve Mahmut Ali Dereköy'ün girişimleriyle Köprübaşı'na yapılacak olan cami için kurulan dernek üzerinden bunu gerçekleştirmek istemişlerdir. Ancak çeşitli nedenlerle iş uzamış ve bunun üzerine Göller köyünden Asım Özkelle çeşmenin inşaatını üstlenmiştir. Böylelikle bu şadırvan su almak için dışarıdan gelenlerin oldukça rağbet gösterdiği bir yer haline gelmiştir.²⁷



Fotoğraf 2: Galamaç Dede'nin Köprübaşına Getirdiği Suyun Açılışı

26 "Elmaköy'de Şifalı Su Bulundu", *Güneş*, Yıl: 6, Sayı: 276, 2 Temmuz 1976, s. 3.

27 Şadırvana dair fotoğraf Evren Çetin'in özel arşivinden temin edilmiştir; Evren Çetin, *16/12/2024 Tarihli Mülakat* (Mahmut oğlu, 1982/Fatsa doğumlu, Yüksek Su Ürünleri Mühendisi).



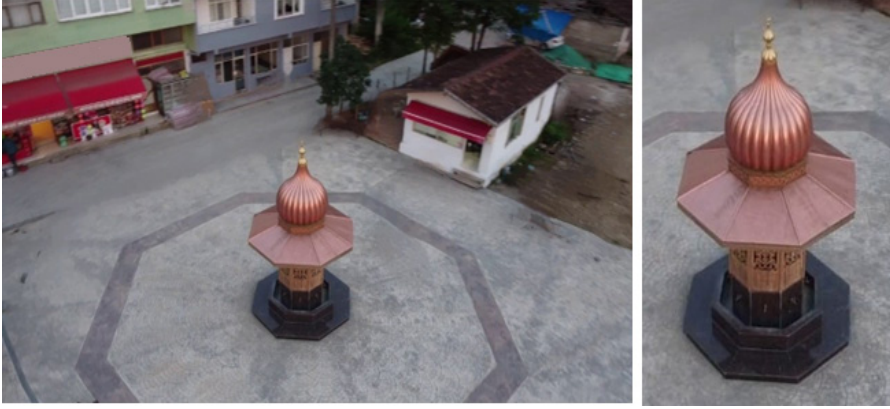
Fotoğraf 3: Elmaköylüler Tarafından Yapılan Şadırvanı

Elmaköy'deki şifalı bu su kaynağı, Ordu'nun değişik yerlerinde oldukça tesir yaratmıştır. Zira şifalı su kaynağı fırsatını bir kazanç yolu olarak görenler sayesinde birçok yerde şifalı su hikâyeleri çıkmıştır. Örneğin o dönemlerde Gököy'ün Özlü köyünde böbrek taşına iyi geldiği iddia edilen bir sudan bahsedilmeye başlanmıştır. Nitekim bu su Ordu basınına servis edilerek üst üste haber yapılması sağlanmıştır. Ancak, farklı beklentilerle ön plana çıkarılmak istenen su yöre ahalisi tarafından fazla rağbet görmemiştir.²⁸

2010'lu yılların ortalarında köy halkı, turistik bir çeşme yapmak suretiyle Elmaköy şifalı su kaynaklarına olan ilginin artmasını sağlamıştır. Oldukça estetik görünümlü bu çeşmenin üzeri aşağıda fotoğrafta (*Fotoğraf 2*) görüldüğü üzere bakır levhalarla kaplanmıştır. Çeşmenin bulunduğu bu alan bir meydan olarak planlanmıştır. Burası cenaze, düğün, davet ve iftar gibi tören ve etkinlikler için kullanılan bir alan olarak kamu hizmeti vermeye başlamıştır.²⁹

28 "Elmaköy'de Şifalı Su Bulundu", *Güneş*, Yıl: 6, Sayı: 276, 2 Temmuz 1976, s. 3.

29 Mahmut Akkuş, *17/07/2018 Tarihli Mülakat* (Ali oğlu, 1979/Fatsa doğumlu, Elmaköy mahallesi sakini).



Fotoğraf 2: Şifalı Su Çeşmesi

3. ŞİFALI SU ADININ ELİM BİR KAZAYA KARIŞMASI

1976 yılının 3 Temmuz’unda İhsan Telli idaresinde Elmaköyü’ndeki şifalı su mesire alanına giden bir grup ziyaretçi dönüş yolunda Kulak köyü yakınlarında 55 metre yüksekliğinde bir uçuruma yuvarlanmıştır. Kaza anında ilk belirlemelere göre 10 kişi hayatını kaybetmiştir. Aralarında ağır da olan 10 yaralı, Fatsa Devlet Hastanesi’ne kaldırılmıştır. Bu haber, Fatsa’da büyük bir üzüntü yaratmış ve herkes kan vermek için hastaneye akın etmiştir. Bu esnada Çamaş ve Çatalpınar esnafını ziyarete gelen Ordu Milletvekili Kemal Gönül, derhal kaza yerine gitmiş ve gerekli işlemlerin hızla yapılması için büyük bir çaba göstermiştir.³⁰

Elmaköy şifalı su mesire alanından dönüş sırasında meydana gelen bu kazanın gazeteler vasıtasıyla her yerde haber olarak okuyuculara sunulması, çevre il ve ilçelerin insanlarında Elmaköy şifalı sularına yönelik büyük bir merak uyandırmıştır. Nitekim bunun sonucunda şifalı sulardan yararlanmak üzere buraya gelenlerin sayısında patlama yaşanmıştır. O dönemde bakkallık yapan Türkkan ailesinden Âdem Bey “*Durum öyle hal aldı ki, bakkalda ekmek, su bidonu, meyve ve sebze yetiştiremez hale geldik.*” demek suretiyle duruma açıklık kazandırmıştır.³¹

30 “Dereye Uçan Otobüs Fatsa’yı Yasa Boğdu”, *Güneş*, Yıl: 6, Sayı: 277, 9 Temmuz 1976, s. 3.

31 “Sudan Şifa Arıyorlar”, *Güneş*, Yıl: 33, Sayı: 1641, 16 Ağustos 2002, s. 5.

4. Kenarında İşlenen Bir Cinayet Vakası

1980 yılının Haziran ayı başında Çatalpınar'ın Göller³² köyünden Elmaköy'e misafir olarak giden Fatsa İmam Hatip Lisesi öğrencisi B.S., Şifasuyu mevkiinde misafir olarak gittiği ev ahalisinden iki kişi ile birlikte 4 kişi oldukları tahmin edilen bir grubun silahlı saldırısına uğradı. Olay esnasında 3 kişi hayatını kaybederken evlerinin penceresinden olaya şahit olan M.T. ve G.T. adlı iki kadın ile aynı aileden Ö.T. adlı bir çocuk da isabet aldıkları mermilerin etkisiyle yaralanmışlardır.³³ Bu elim haberin çevrede duyulmasıyla birlikte tüm dikkatleri üzerine çeken Elmaköy'ün şifalı su kaynakları, daha uzak yerlerin insanlarında büyük bir merak uyandırmıştır. Nitekim bahsedilen şahısların hayatını kaybettiği köy meydanına yapılan çeşme bir anıt görevi görmüş, onun üzerinden Aybastı-Fatsa karayolunu kullanan çoğu kimse Elmaköy şifalı su kaymaklarından yararlanma imkânı bulmuştur.

D. ELMAKÖY ŞİFALI SUYUNA İLE İLGİLİ SORUNLAR

1. Özel Mülkiyet Sorunu

Elmaköy şifalı suları birkaç gözden oluşmaktadır. Bu gözlerin bulunduğu arazilerin tamamı özel mülk alanı içerisindedir.³⁴ Bu sebeple şifalı su kaynakları özel mülk alanı içerisinde bulunduğundan zaman zaman ticari kaygılar, komşu anlaşmazlıkları, kişisel husumetler ve saire sebeplerle adli makamlara kadar ulaşan tartışmalara, kavgalara ve gerginliklere konu olabilmektedir.³⁵ Bu sebeple devlet eliyle Elmaköy şifalı kaynak suları ile ilgili olarak geleceğe dönük herhangi bir planlama ve yatırım yapılamamaktadır. Elmaköy'deki şifalı su kaynaklarının buldukları araziler üzerinde mülkiyet hakkı bulunan ailelerin isimleri aşağıdaki tabloda (*Tablo 2*) belirtilmiştir:

32 Göller, 15 Şubat 1995'te belediye statüsü olarak beldeye dönüşmüştür. 12 Kasım 2012'de Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)'nde kabul edilen 6360 sayılı kanun ile Çatalpınar'a bağlı bir mahalleye dönüştürülmüştür; <http://www.catalpinar.gov.tr/ilcenin-tarihi> (ET: 15/12/2024 Tarihli Erişim).

33 Hayatını kaybeden kişiler baba-oğul olup aynı ada (M.T.) sahiptiler. Hayatını kaybedenlerden oğul olan M.T. Kayatepe köyü imamı idi: "Olaylar", *Güneş*, Yıl: 10, Sayı: 471, 6 Haziran 1980, s. 3; "Teröristler Bir Aileden Üç Kişiyi Öldürdüler", *Ordu Sesi*, 3 Haziran 1980, Yıl: 15, Sayı: 4559, s. 1.

34 <https://www.oski.gov.tr/haberler/detay.aspx?Id=15515> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

35 Gülüzar Gedik, *10/07/2020 Tarihli Mülakat*, (Ahmet kızı, 1946/ Fatsa doğumlu, Ev Hanımı.)

Tablo 2: Elmaköy Şifalı Su Kaynaklarının Bulunduğu Araziler Üzerinde Mülkiyet Hakkı Olan Aileler

Göz Adı	Bulunduğu Mevki	Hak Sahipleri
Büyük Su Gözü	Beleçoğlu Dağı (Suyun Gözü Mevkii)	Hacıhüseyinoğulları
Küçük Su Gözü	Beleçoğlu Dağı (Suyun Gözü Mevkii)	Hacıhüseyinoğulları
Küçük Su Gözü	Beleçoğlu Dağı (Acidere Mevkii)	Davutoğulları
Doktililer Yanı	Hapandağı (Davutoğlu mevkii)	Hasanustaoğulları

Çatalpınar'da belediye başkanlığı yapmış olan Ahmet Türe'nin ifade ettiği üzere “*Bolaman Irmağı havzasında yer alan vadi sistemi içerisinde Elmaköy, Çatalpınar'ın en önemli mahallelerinden biridir. Bu özelliğinin ortaya çıkmasında şüphesiz buradaki şifalı su kaynaklarının tartışılmaz bir yeri vardır. Elmaköy bu avantajını çevresindeki yerleşim yerlerine oranla kullanmayı çok daha hızlı kavramış, bir nevi ayağına gelen bu doğal fırsatı değerlendirmeyi bilmiştir. Ancak kaynakların bulunduğu arazilerin özel mülkiyet alanı içerisinde olması sebebiyle bu kaynaklarla ilgili kamusal bir girişim mümkün değildir. Devlet ile vatandaşın el ele, gönül gönüle şifalı su kaynaklarıyla Elmaköy'de yapacağı küçük bir teşebbüs bölge ekonomisine, ilçenin tanınırlığına ve daha birçok şeyine doğrudan katkı sağlayabilir.*”³⁶

2. KİRLİLİK SORUNU

Özel mülkiyet bahsi, su kaynaklarının kontrolü ve sıhhi şartları uygunluğu konusunda devletin denetim ve kontrol mekanizmasını zayıf kılmaktadır. Bürokrasinin işlevselliği ve takip edilmesi gereken hukuki süreç, zaman zaman karşılaşılan olumsuzluklara müdahale noktasında ilgili birimlerin hızlı ve istekli harekette bulunmesinin önüne geçmektedir. Dolayısıyla son zamanlarda *ev atıkları, karışan yüzey suları, fındık bahçelerinde kullanılan ilaçlar ve kimyevi gübreler*

36 Ahmet Türe, 05/04/2021 Tarihli Mülakat, (Ali Osman oğlu, 1960 / Fatsa doğumlu, Çatalpınar Belediyesi Eski Başkanlarından).

gibi sebeplerle Elmaköy şifalı su kaynaklarının içim kalitesinin düştüğü herkes tarafından müşahede edilen bir durumdur.³⁷ Hatta bireysel olarak yaptırılan su analizlerinin sonuçları, suyun kirlilik seviyesi konusunda pek de olumlu bir sonuç ortaya koymamaktadır. Dolayısıyla ilgili sağlık birimlerinin bu hususta harekete geçmeleri ve bu konuda araştırma yapıldıktan sonra sonucuna göre bir yol haritası çizilmesi Elmaköy şifalı su kaynaklarının geleceği açısından oldukça önemlidir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Su kaynaklarının bu güçlü turizm potansiyeli, çevresel ve beşerî tehditler nedeniyle giderek risk altına girmektedir. Küresel ısınma ve iklim değişikliği, su kaynaklarının yenilenme döngüsünü bozmakta ve kuraklık riskini artırmaktadır. Nüfus artışı ve buna bağlı olarak artan su tüketimi, bu kaynaklar üzerindeki baskıyı her geçen gün daha da artırmaktadır. Bunun yanında, plansız turizm tesislerinin çevresel etkileri, su kaynaklarının kirlenmesine yol açmaktadır. Hem bahsedilen bu durumların kontrol altına alınması hem de Elmaköy şifalı kaynak sularının turistik ve rekreasyonel potansiyelinin ortaya çıkarılması, bölgedeki yerel ekonomi için çeşitli fırsatlar yaratabilir. Turistik faaliyetlerin yerel halka sağlayacağı gelir, bölgesel kalkınmayı desteklerken aynı zamanda doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına yönelik farkındalığı da oluşturacaktır. Bu bağlamda, Elmaköy şifalı su kaynaklarının korunması ve turizme entegre edilmesi, bölgenin çevresel değerlerini koruyarak ekonomik kalkınmayı destekleyecek bir model olarak öne çıkmaktadır. Nitekim bu çalışmanın sonucunda, Elmaköy şifalı su kaynaklarının turizm ve rekreasyonel değerinin ortaya konulması kadar bu kaynağın sürdürülebilir şekilde korunması ve yönetilmesi için gereken önlemler de vurgu yapılmıştır. Bu sebeple Elmaköy şifalı su kaynakları için yerel düzeyde sürdürülebilir bir yönetim planı hazırlanmalıdır. Bu plan, kaynağın turistik amaçlarla kullanımını ve doğal yapısının korunmasını aynı anda hedeflemelidir. Su kaynaklarının kuraklık ve kirlilik gibi tehditlere karşı korunması, düzenli çevresel denetimlerin artırılmasıyla sağlanabilir. Özellikle çevre dostu ve doğayla uyumlu projeler geliştirilerek, bu tür tehditlerin önüne geçilmelidir.

Şifalı su kaynaklarının çevrelerinde rekreasyonel altyapının geliştirilmesi,

37 Gülizar Gedik, *10/07/2020 Tarihli Mülakat*, (Ahmet kızı, 1946/ Fatsa doğumlu, Ev Hanımı.); Mahmut Akkuş, *17/07/2018 Tarihli Mülakat* (Ali oğlu, 1979/Fatsa doğumlu, Elmaköy mahallesi sakini).

Elmaköy'ün turistik cazibesini artırmak için önemlidir. Piknik alanları, yürüyüş parkurları ve bilgilendirme panoları gibi altyapılar, ziyaretçilerin deneyimini zenginleştirirken kaynağın doğal yapısına zarar vermeyecek şekilde planlanmalıdır. Bu tür yatırımlar hem yerel halkın hem de turistlerin kaynağı etkin bir şekilde kullanmasını sağlayacaktır.

Yerel halk ve turistler arasında, Elmaköy şifalı su kaynaklarının, doğal bir değer olarak korunmasının önemi konusunda farkındalığın artırılması gerekmektedir. Bilgilendirme kampanyaları, eğitim programları ve çevre dostu turizm rehberleri oluşturularak hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin kaynağa daha duyarlı davranması teşvik edilmelidir. Nitekim bu hususta çevresel eğitimin yaygınlaştırılması, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını destekleyecek önemli bir adımdır. Aynı zamanda buradaki su kaynaklarının içim kalitesinin korunması, düzenli izleme programları ve etkili çevresel yönetim uygulamalarıyla sağlanmalıdır. Evsel atıklar veya turistik faaliyetlerin yol açabileceği kirliliği önlemek için sıkı denetimler yapılmalıdır. Su kalitesinin sürekliliği hem kaynağın ekolojik sağlığı hem de turistik kullanımı için kritik bir unsurdur.

Elmaköy şifalı su kaynakları, Fatsa ve çevresindeki diğer doğal ve kültürel değerlerle entegre bir turizm kalkınma stratejisi çerçevesinde ele alınması gerekmektedir. Bölgesel kalkınma hedefleriyle uyumlu bir turizm planı, Elmaköy'nun cazibesini artırırken, kaynakların doğru yönetilmesini sağlayabilir. Bu tür stratejik bir yaklaşım, bölgenin turizm potansiyelinin daha etkili bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanıyacaktır. Bu bağlamda burdaki şifalı su kaynakları, ekoturizm kapsamında değerlendirilerek bölgeye ekonomik ve çevresel faydalar sağlayabilir. Doğal güzelliklerin korunarak ekonomik faydaya dönüştürülmesi, uzun vadeli sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturabilir. Bu hususta yerel halkın sürece aktif katılımı sağlanmalıdır. Halkın projelerde yer alması hem doğal kaynakların korunması hem de ekonomik faydanın adil paylaşımı açısından büyük önem taşımaktadır.

Elmaköy, sadece Çatalpınar'ın değil aynı zamanda bölgenin turizm ve doğal kaynak potansiyelini simgeleyen önemli bir değerdir. Bu çalışmanın sonuçları, yerel yönetimler ve ulusal politika yapımcıların dikkatine sunulurken, Elmaköy şifalı su kaynaklarının sürdürülebilir bir şekilde korunması ve yönetilmesi için somut adımlar atılmasını teşvik etmelidir. Sürdürülebilir bir kalkınma ve turizm modeli, Elmaköy'deki şifalı su kaynakları gibi rezervlerin uzun vadeli korunması için en etkili yöntemdir. Doğa ile uyumlu turizm faaliyetleri geliştirilerek, çevresel hassasiyetler ön planda tutulmalıdır. Zira su kaynakları, turizm ve ekosistemin

kesişim noktalarından biridir ve bu nedenle gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarılması büyük bir sorumluluktur. Turizmin uzun vadeli sürdürülebilirliği, çevresel farkındalık ve etkili yönetim stratejilerinin uygulanmasına bağlıdır. Zira insanlığın ortak mirası yalnızca görünen ile sınırlı değildir. Toprağın altında yer alan her türlü yeraltı zenginliği de bu tür miras değerlendirilir. Dolayısıyla da bunların korunması ve sonraki kuşaklara devredilmesi bir insanlık vazifesidir. Özetle Elmaköy şifalı su kaynaklarının korunması ve turizme entegre edilmesi, sadece bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınması için değil, aynı zamanda doğal zenginliklerin sürdürülebilir bir şekilde gelecek nesillere aktarılması açısından da büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivi

Şûra-yı Devlet Evrakı (ŞD.)

Salnameler

Trabzon Vilayet Salnamesi (1903).

Gazeteler

Güneş Gazetesi

Ordu Havadis

Ordu Sesi

İstatistikler

Orman ve Maden ve Ziraat Nezareti İstatistik İdaresi, *1323 Senesi Maden İstatistiği*, Mahmut Bey Matbaası, Dersaadet, 1325.

Mülakatlar

AKKUŞ, Mahmut, 17/07/2018 Tarihli Mülakat (Ali oğlu, 1979/Fatsa doğumlu, Elmaköy Mahallesi sakini).

AKTİKEN, Mehmet, 16/08/2024 Tarihli Mülakat (Vehbi Oğlu, 1963/Fatsa Doğumlu, Emekli Fen İşleri Memuru).

ÇETİN, Evren, 16/12/2024 Tarihli Mülakat (Mahmut oğlu, 1982/Fatsa doğumlu, Yüksek Su Ürünleri Mühendisi).

GEDİK, Gülüzar, 10/07/2020 Tarihli Mülakat, (Ahmet kızı, 1946/ Fatsa doğumlu, Ev Hanımı.)

- KINA, İlhami, 07/11/2022 *Tarihli Mülakat* (Mustafa Oğlu, 1966/Fatsa Do-ğumlu, Çatalpınar eşrafından ve esnafından, Eczacı).
- ÖZCAN, Ahmet, 12/08/1999 *Tarihli Mülakat*, (Mehmet oğlu, 1930/ Fatsa doğumlu, Çatalpınar eşrafından ve esnafından.)
- ÖZCAN, Fahri, 26/07/2022 *Tarihli Mülakat* (Mehmet Oğlu, 1949/ Fatsa Doğumlu, Fatsa Eşrafından Emekli Mali Müşavir).
- ÖZCAN, Hüsne, 12 Temmuz 2018 *Tarihli Mülakat*, (Ali kızı, 1946/ Fatsa doğumlu, Ev Hanımı).
- ÖZCAN, Mehmet, 26/07/2022 *Tarihli Mülakat* (Mahmut Oğlu, 1964/ Fatsa Doğumlu, Emekli Din Görevlisi)
- TÜRE, Ahmet, 05/04/2021 *Tarihli Mülakat*, (Ali Osman oğlu, 1960/Fatsa doğumlu, Çatalpınar Belediyesi Eski Başkanlarından).

Tetkik Eserler, Hatıratlar, Notlar

- COLE, Stroma, “A Political Ecology of Water Equity And Tourism: A Case Study From Bali”, *Annals of Tourism Research*, Volume: 39, Number: 2, 2012, s. 1221-1241.
- GÖKMEN, Ertan, “II. Abdülhamit Dönemi Osmanlı Maden İmtiyazları (1878-1899)”, *Bellekten*, Cilt: 71, Sayı: 262, Türk Tarih Kurumu Yayını, 2007, s. 969-996.
- GÜVENKAYA, Ahmet Cevat, *Fatsa'nın Tarihçesine Dair Notlar*, (Basım yeri ve yılı mevcut değil).
- KARADENİZ, Cemile Bahtiyar - Saffet Sarı, “Ordu İlinin Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 61, 2018, s. 741-759.
- , “Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 29, 2014, s. 84-107.
- ÖZCAN, Mehmet, *Mehmet Özcan'a Ait Not Defteri: Çatak Notlarım (1972-1975)*.
Tuğrul, “Köy Statüsünden Belde Belediyesine Geçiş Sürecinde Çatak (Çatalpınar)”, *Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluşunun 100. Yılı Anısına Danışmendli Havzasında Tarih ve Kültür: Tokat*, Könem Yayınları, Konya, 2023, s.229-248.
Tuğrul, *Tarihi Coğrafi ve Kültürel Boyutlarıyla Geçmişten Günümüze Sarmaşık Kaplıcası ve Çevresi*, Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık (KDY), İstanbul, 2023.

ÖZGERİŞ, Mustafa - Faris Karahan, “Turizm Rekreasyonel Su Alanlarındaki Kaynaklarının Sürdürülebilirliği ve Sakin Şehir Politikaları: Uzundere (Erzurum) Örneğinde Bir Değerlendirme”, *Journal of Humanities and Tourism Research*, Cilt: 11, Sayı: 1, 2021, s. 103-117.

SEBAHATTİN Demir, “Fatsa’nın Tarihi ve Turistik Yerleri”, *Çınar Kültür-Sanat ve Folklor Dergisi*, (Fatsa Özel Sayısı), Yıl: 1, Sayı: 1, Fatsa Milli Eğitim Gençlik ve Spor Müdürlüğü Yayınları, Şubat-Mart/1986, s. 27-29.

81 İlde Kültür ve Şehir: Ordu, Ordu Valiliği Yayınları, İstanbul, 2012.

REZNÍČKOVÁ, Lenka - Kamil Kyšel’a, “The Importance of Water in Tourism in The Sector of Accommodation Services”, *Acta Geoturistica*, Volume: 7, Number: 1, 2016, s. 44-51.

TÜRE, Mehmet, *Dünden Bugüne Çatalpınar*, Dilek Ofset, Samsun, 2005.

Web Kaynakları

<http://catalpınar.gov.tr/ilce-idari-yapisi> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

<http://www.catalpınar.gov.tr/ilcenin-tarihi> (ET: 15/12/2024 Tarihli Erişim).

<https://www.ordu.bel.tr/Haber/44662/iki-ilceye-baglanti-saglayan-yol-asfalta-kavusturuluyor> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

<https://ordu.diyaret.gov.tr/catalpınar/Sayfalar/contentdetail.aspx?MenuCategory=Kurumsal2&ContentId=muftulugumuz> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

<https://www.oski.gov.tr/haberler/detay.aspx?Id=15515> (17/08/2024 Tarihli Erişim).

https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekillerimiz_sd.bilgi (ET: 16 /12/2024).

EKLER



Ek 1: Elmaköy'ün Merkez Yerleşkesi



Ek 2: Elmaköy'ün merkez yerleşkesi Köprübaşı (Şifasuyu)



Ek 3: Ordu İstanbul Günlerinde Çatalpınar Belediyesi'nin Etrkinliğe Gelen Misafirlere Elmaköy Şifalı Suyu İkramı



Ek 4: Şifasuyu'na Gelen Ziyaretçiler İçin Su Bidonu Satan Bir Market



Ek 5: Şifasuyu Çeşmesi ve Köprüsü

4. BÖLÜM

BİR DESTİNASYON OLARAK ÇAMBAŞI YAYLASI

Öğr. Gör. Samet YILMAZ

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, 52200, Ordu

e-posta: sametyilmaz@odu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0462-6871>

Doç. Dr. Koray GENÇ

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, 52200, Ordu

e-posta: koray.genc@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0001-8195-1542>

GİRİŞ

Destinasyonlar; yapboz (Jafari, 1983; Saftic vd., 2011), domino (Kozak vd., 2012), mozaik (Chapman ve Light, 2016) metaforları ile açıklanmaya çalışılan turizm olgusunun temel taşlarından birisidir. Tüm bu metaforlarla esasen anlatılmak istenen, turistin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri farklı kişi ve kurumlardan karşılamasıdır. Buna karşın destinasyonlar arzın tüm parçalarını bünyelerinde barındıran bir coğrafi mekân olarak (Kloiber, 2008) bileşik ürün niteliğindedir ve turist parçalardan ziyade bütünlü ile ilgilenmektedir. Bir parçanın eksik veya istenmeyen durumda olması destinasyon deneyimi olumsuz kılabilir. Bu nedenledir ki ideal ve başarılı bir destinasyondan bahsedebilmek için çekiciliklerden konaklama işletmelerine, restoranlardan alışveriş imkânlarına, güvenliğe kadar beklentileri karşılar bir atmosfer oluşturulması gerekmektedir.

Destinasyonda turistlere yönelik arzın çeşitliliği ve niteliği her iki tarafın da memnuniyeti için gerekli olmakla beraber destinasyonun yaşam döngüsündeki

yeri bu konuda belirleyici olabilmektedir. Butler'in (1980) turizm alanları yaşam seyri modeli üzerinden açıklamak gerekirse keşif aşamasındaki bir destinasyonda doğrudan turistlere yönelik mal ve hizmet sunan bir tesis bulunmaz iken gelişme aşamasında tesisler açılmaya ve çekicilikler turizm için pazarlanmaya başlanır. Ayrıca bir destinasyonda arzın yeterli olup olmadığı sorusunun cevabı destinasyonun sınıfına (temel çekicilikleri ve coğrafi bakımdan) ve turistlerin motivasyonuna göre de değişiklik göstermektedir. Öyle ki bodrum seyahati gerçekleştiren bir turistle Çambaşı gibi bir yayla seyahati gerçekleştiren turistin arz beklentisi ve karşılaştıkları karşısında memnuniyet algısı farklı olabilmektedir. Ancak bu farklılık asgari beklentilerin ihmal edilmesi anlamına da gelmemelidir.

Bu bölümde, bulunduğu coğrafi konum ve özellikleri itibarıyla hem yayla hem kış turizmi destinasyonu olma konusunda potansiyeli bulunan Çambaşı Yaylası üzerine arz odaklı bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Değerlendirmeye takiben önerilerle bölüm sonlandırılmıştır.

1. DESTİNASYON BİLEŞENLERİ

Turistlerin işletme tercihiinden önce destinasyon tercihiyle ilgilendiği kabülünden hareketle destinasyonların turizm pazarının gerçek oyuncularını olduğu ifade edilmektedir (Türkey, 2014). Turistik seyahatin odak noktasını oluşturan destinasyon üzerine birçok tanımlama gerçekleştirilmiştir. Söz konusu tanımları arz ve talep yönlü olarak sınıflandırmak mümkündür. Talep boyutuyla bakıldığında destinasyon; büyük ölçüde benzer olanaklar sunan, bir dizi rakip alternatifleri arasından tercih edilecek bir turizm ürünü olarak tanımlanmaktadır (Laws, 2002). Arz tarafından ise turist veya günübirlikçilerin hizmetine sunulmuş farklı doğal güzelliklere, özelliklere ve çekiciliklere sahip olan bir alan şeklinde destinasyon tanımı yapılabilmektedir (Coltman, 1989). Turizm olayının her bir tarafı için destinasyon tanımlamaları önemli olmakla beraber esasen arz tarafından konuya yaklaşılması daha önemlidir. Öyle ki tüketiciler seyahat kararı verdikten sonra destinasyon tercihiinde alternatif destinasyonların arzıyla ilgilenmekte ve bundan sonra bir talep oluşmaktadır. Daha açık bir ifadeyle bir yerin destinasyon olarak nitelenebilmesi için talepten önce asgari seviyede de olsa bir arza sahip olması gerekmektedir. Konunun önde gelen referans kaynaklarından olan Buhalis'e (2000) göre bir yerin destinasyon olarak nitelendirilebilmesi için belirli özellikler itibarıyla yeterliliğinin olması gerekmektedir.

Çekicilikler

Seyahat kararı veren bireylerin bir destinasyonu alternatifleri karşısında tercih etmesine neden olan faktörler çekicilikler olarak tanımlanmaktadır (Crampton, 1979; Klenosky, 2002). Swarbrooke (2002) çekicilikleri endüstrinin kalbi benzetmesiyle açıklayarak turist motivasyonu ve tatmini üzerinde birincil derecede etkili olduğunu ifade etmiştir. Çekicilikler üzerine; doğal, insan yapımı, kültürel, etkinlik temelli gibi ve çok daha fazla ayrıma gidilerek sınıflandırmalar gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çekiciliklerden birisine dahi sahip olarak istikrarlı ve yüksek sayıda turist sayısına ulaşan destinasyonlardan bahsetmek mümkündür. Bu konuda haç amaçlı gidilen destinasyonlar örnek verilebilir. Ancak rekabetin arttığı ve farklılaşan istek ve ihtiyaçların söz konusu olduğu turizm pazarında turistik ürün olarak çekicilik çeşitlendirmesi yapılmalıdır ki bu konuda karar vericilere büyük sorumluluklar düşmektedir. Turistik ürün çeşitlendirmesi turist memnuniyetinin sağlanması, daha fazla geceleme yapılması, harcama miktarının artırılması (Çulha, 2008) ve nihayetinde tekrar ziyaretlerin ve tavsiye davranışlarının sergilenmesi ile turist sayısının artırılması bakımından değerlidir.

Bir destinasyonu çekici kılan sadece fiziki unsurlar değildir. Uzunca bir süredir destinasyon imajının da tercihlerde etkili olduğu kabul edilmektedir (Baloglu ve McCleary, 1999; Phau vd., 2009; Kim ve Perdue, 2011). İnsan yapımı bir çekicilik olan eyfel kulesiyle beraber aşk şehri imajıyla her yıl en çok turist ağırlayan destinasyonlar arasına giren Paris, destinasyon imajının ne derece önemli olduğunun isabetli bir örneğidir. Durumun farkına varan birçok destinasyon, imaj oluşturma çabasına girmiştir. Bazıları söz konusu imajı oluşturabilmek için geçmişlerine dalmış iken bazıları ise etkinliklere sarılmıştır. Etkinlik temelli destinasyon imajı için en isabetli örneklerden birisi Rio Karnavalı olmakla beraber birçok destinasyon esasen böyle köklü bir etkinliğe sahip olmamasına karşın yapay organizasyonlarla imaj ve pazarlama çabası sergilemektedir. Ayrıca destinasyon imajı bir bütünün ifadesidir. Bu bağlamda destinasyonun güvenlik durumunun da imajının oluşumunda etkisi bulunmaktadır. Seçilmiş ve Ünlüöner'e göre (2009) bir destinasyon için kamu düzeninin sağladığı yönündeki imaj, diğer çekim unsurları gibi görev görür ve destinasyona yönelik talebi olumlu etkilemektedir.

Ulaşılabilirlik

Şahin ve Güzel'e göre (2018) turistlerin destinasyona erişimi anlamına gelen ulaşılabilirlik, destinasyon özelliklerinin olmazsa olmazları arasındadır.

Turistlerin destinasyona yönelik bir ulaşım sisteminden temel beklentileri konfor, emniyet ve ekonomiktir (Kutvan ve Kutvan, 2013). Konfor ve emniyet beklentisi altyapı çalışmaları ile ilgili olup bu noktada sorumluluk paylaşımı destinasyon ve ulusal karar mercileri tarafından paylaşılmalı ve yetki çatışmaları yaşanır bir duruma sebebiyet verilmemelidir. Ekonomiklik beklentisi ise destinasyona yönelik coğrafi imkânların izin verdiği ölçüde ulaşım alternatiflerinin çoğaltılması ile karşılanabilir. Ulaşım alternatiflerinin ve sefer sıklıklarının yeterli seviyeye ulaşması adına ulaşım firmaları ile görüşmeler gerçekleştirilmesi gerekebilir. Ayrıca engelli misafirlerin memnuniyeti adına da destinasyon içerisinde gerekli düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

Ürün paketleri

Bir destinasyona yönelik ürün paketi sunabilecek başlıca paydaşlar seyahat acenteleri ve tur operatörleridir. Genç'e (2016) göre potansiyel turistler için bir destinasyonun öncüleri niteliğinde olan seyahat işletmeleri, bilgilendirici ve yönlendirici niteliğiyle destinasyon tercihinde etkili olmakta ve turizm hareketliliğine yön verebilmektedir. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan destinasyonların pazarlama konusundaki eksiklikleri bu aracı kuruluşlara yüksek seviyede bağlı kalmaları anlamına gelmektedir. Örneğin 2015 verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin %80'i sadece beş tur operatörü tarafından getirilmektedir (TÜROFED, 2015). Bu bağlılık turist getirmelerinin yanı sıra tanıtım açısından da düşünülmelidir. Öyle ki Özer (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Dalyan destinasyonunun tanıtımında kamu ve özel sektörden çok tur operatörleri ve seyahat acentelerinin etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Olanaklar

Destinasyonda bulunan yiyecek içecek, konaklama, alışveriş, eğlence işletmeleri temel ihtiyaçların karşılanması için gerekli olmanın ötesinde memnuniyet üzerinde de doğrudan etkilidir. Dahası bu işletmelerin varlığının yanında kaliteli hizmet sunumu da beklentiler dahilindedir. Nitekim Crompton ve Love (1995), destinasyon kalitesi ile destinasyonda turistlere sunulan olanakların kalitesini eşleştirmiştir (Aktaran Güneş, 2018). Konaklama işletmeleri çerçevesinde düşünmek gerekirse bir destinasyondan beklenti yeterli yatak kapasitesi ve tüm ekonomik sınıflara hitap edebilecek nitelikte tesislerin varlığıdır. Aksi takdirde ziyaretçilerin temel çekicilikleri ziyaret edip destinasyondan ayrıldığı günübürlük

bir destinasyondan bahsetmek mümkündür. Bu konuda özellikle düşük konaklama kapasiteleri ile sakin şehirleri (Çıtak, 2016) örnek vermek mümkündür.

Ziyaretçilerin destinasyondan memnuniyetini, kalış süresini, harcama miktarını etkileyen olanaklardan birisi de restoran işletmeleridir. Bu işletmeler temel fizyolojik ihtiyaç olan beslenme için gerekli olmakla beraber postmodern turistlerin sadece açlığını doyurabileceği işletmelerin ötesinde beklentileri olduğu da unutulmamalıdır. Yeni turist profiline farklılık arayışları da bulunmaktadır. Bu arayışı karşılayabilecekleri restoran seçeneklerinin varlığının onların memnuniyeti, harcama durumu ve tavsiye niyeti üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir.

Aktiviteler

Vermektedir destinasyonu ziyareti esnasında dahil olabileceği faaliyetlerin oluşturulabilmiş olması genel turist memnuniyeti üzerinde etkili olmakla beraber bu memnuniyet neticesinde destinasyon adına da tekrar ziyareti yapılması (Duman ve Öztürk, 2005) kalış süresinin uzaması, tavsiye edilir olması, gelirin artırılması gibi olumlu sonuçlar vermektedir. Şehir destinasyonları bu konuda avantajlı olmasına rağmen özellikle kırsal destinasyonlarda aktivite yetersizliği yaşanabilmektedir. Örneğin Mudurnu, Göynük, Taraklı destinasyonları üzerinden yürütülen bir araştırmada aktivite eksikliği yüzünden gününbirlik bir destinasyon olmaktan ileriye gidilemediği sonucuna ulaşılmıştır (Genç, 2022). Ancak İstanbul gibi bir destinasyonda bir eğlence organizasyonuna dahil olunabilir, tekne gezisine katılabilir, maça gidilebilir, dünyaca ünlü bir sanatçının konserine katılabilir. Kısacası 7/24 yaşayan bir destinasyon havası yakalanabilir. Bu örnekten anlaşılacağı üzere farklı paydaşlar tarafından yürütülen istikrarlı aktiviteler dizisi kastedilmektedir. Festivaller gibi yılın belirli zamanlarında süreli gerçekleştirilen organizasyonlar ise turizm sezonunu uzatmak adına ürün çeşitlendirmesi bağlamında düşünülmelidir.

Yan Hizmetler

Yan hizmetler, doğrudan turizmle ilişkilendirilemeyen ancak turistlerin destinasyonda bulunduğu süre zarfında ihtiyaç duyacağı postane, hastane, tercüme, banka, sigorta vb. hizmetleri içermektedir. Destekleyici ve tamamlayıcı olarak da nitelendirilen bu hizmetler her ne kadar destinasyon tercihinde ve ihtiyaç olmadıkça memnuniyet üzerinde etkili olmasa da ihtiyaç halinde en temel konuma yerleşebilmektedir.

Destinasyonun bileşik ürün niteliğinde olmasından hareketle ifade edilebilir ki yukarıda sayılan hiçbir unsur tek başına turist memnuniyeti için yeterli değildir. Her biri önemli olmakla beraber bazı araştırmalarla bir öncelik sıralaması yapılmaya çalışılmıştır. Öncelik sıralamasının ziyaretçinin profili, ziyaretin amacı, destinasyonun coğrafi konumu, destinasyonun büyüklüğü gibi birçok değişkene bağlı olduğu kabul edilebilir. Bu bağlamda aşağıda yer verilen farklı araştırma sonuçları dikkat çekicidir.

Davras ve Uslu (2018) tarafından Fethiye'ye gelen İngiliz turistler üzerinden yürütülen araştırmada turistlerin destinasyon seçiminde bilgi ve macera, ulaşım ve aktivite olanakları, sosyo-kültürel etkinlikler, doğal çekicilik, seyahat gösterişi ve eğlence ve dinlenme olmak üzere yedi faktör tespit edilmiş iken ulaşım ve aktivite olanakları ile doğal çekicilikler destinasyon memnuniyetinde en önemli faktörler olarak öne çıkmıştır. Duman ve Öztürk (2005) tarafından Mersin Kızılkalesi destinasyonunda gerçekleştirilen araştırmada memnuniyeti etkileyen faktörlerin, konaklama yeri, yiyecek içecek hizmetleri ve misafirperverlik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlarla beraber aktivitelerin, tekrar ziyaret niyetleri açısından bir gösterge olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklı milliyet gruplarından turistlerin memnuniyet faktörlerini kıyaslayan Hui vd. (2007), konaklama ve yemek faktörlerinin Kuzey Amerikalılar için, çekiciliklerin Avrupalı ve Asyalı turistler için, kültürün ise Okyanusya turistleri için önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araslı ve Baradarani (2014) tarafından Ürdün'de gerçekleştirilen araştırmada, konaklama ve ulaşım boyutlarının destinasyon memnuniyeti üzerinde önemsiz bir etkiye sahip olmasına karşın yerel yemeklerin, alışveriş ve turistik mekanların, çevre ve güvenliğin anlamlı bir etkiye sahip olduğuna ulaşılmıştır. Rusya'da iç turizm memnuniyetine odaklanan Vetitnev vd. (2013), Rus turistlerin ülke içi tatillerinden yeterince memnun olmadıkları ve en düşük memnuniyet seviyelerinin sağlık hizmetlerinden, şehir içi ulaşımdan ve mağazalardan olduğu sonucuna ulaşmıştır.

2. ÇAMBAŞI YAYLASI DESTİNASYONU

Çambaşı Yaylası, coğrafi olarak Doğu ve Orta Karadeniz Bölümlerini birbirinden ayırdığı kabul edilen Melet Vadisi üzerinde yer almakta olup, Ordu iline bağlı Kabadüz ilçesi sınırlarında bulunmaktadır (Bahtiyar Karadeniz ve Sarı, 2018). Yayla, Ordu il merkezine 58 km, Kabadüz ilçe merkezine ise 37 km me-

safededir Yaylanın Ordu il merkezine uzaklığı 58 km, Kabadüz ilçe merkezine uzaklığı ise 37 km'dir. Çambaşı Yaylası 20 Mayıs 1991 tarihli 20876 sayılı resmî gazetede yayımlanan 91/1514 Numaralı Bakanlar Kurulu kararı ile turizm bölgesi ilan edilmiştir. Yayla merkezinin rakımı 1850 metre olup, Ordu ilinin en yüksek noktası olan 2730 rakımlı Gündeliç Tepesi de Çambaşı yayla sınırları içerisinde yer almaktadır (Ordu Büyükşehir Belediyesi,2024). Çambaşı Yaylası, oba sayısı bakımından ülkemizin en fazla obaya sahip yaylalarından biri olma özelliğini taşımakta olup, en yakını yayla merkezine bir km., en uzağı ise 15-20 km. mesafede olmak üzere yetmiş iki obası bulunmaktadır. Çambaşı Yaylası yüz ölçümü bakımından 100 bin dönümlük alanı ile ülkemizin en geniş yüzölçümüne sahip yaylalarından birisidir (Ordu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2024).

Çambaşı Yaylası yeni bir yerleşim merkezi olmayıp, M.Ö. dönemlerde de bu bölgede insanların madencilik faaliyetleri yaptığına dair günümüze ışık tutan çeşitli izlere rastlanmıştır (Ordu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2024). Bununla beraber bölgenin nüfusu 19. yüzyıldan itibaren artış göstermiştir. Özellikle 19. yüzyılın ilk dönemlerinden itibaren bugün Ordu il merkezinin yer aldığı sahil kesiminde yaşayan vatandaşların sıtma ve salgın hastalıklardan korunmak amacıyla daha yüksek rakımlı alanları tercih etmeye başlamasıyla, daha önceleri hayvancılık faaliyetleri için gidilen Çambaşı Yaylası, yaylacılık ve yaz yerleşim alanı olarak da önemli bir alan haline gelmiştir. Bu gibi gelişmeler bir zamanlar için Çambaşı Yaylasının kalabalık nüfusa sahip önemli bir pazar ve ticaret alanı olarak gelişmesinde etkin rol oynamıştır (Çebi, 2000).

Yaylanın 72 obasında yaklaşık olarak 2.000'in üzerinde konut yer almaktadır. Obalarda bulunan nüfus ve konut dağımık bir yapıdadır ve bütün obalarda yerleşim olduğu görülmektedir. Kış aylarında obalarda yaşayan nüfusun 1000-1500 dolaylarında olduğu tahmin edilirken, yaz aylarında 25-30 bin dolaylarında nüfus ikamet etmekte ve turizm hareketliliği ile bu sayının 50 bin dolaylarına yükseldiği tahmin edilmektedir. Dolayısıyla yaz aylarında işletme sayısı ve kapasitenin yetersiz olduğu ifade edilebilir (Oral,2010).

Alt ve Üst yapı olanakları

Bir alanın destinasyon alanı olarak ifade edilebilmesi için öncelikli gerekliliklerden birisi ulaşılabilir olmasıdır. Çambaşı Yaylası şehir merkezinden 58 km. uzaklıkta olup, yaylaya ulaşım, Ordu – Kabadüz – Çambaşı güzergâhını oluşturan asfalt yol ile sağlanmaktadır. Yayla yolu on iki ay boyunca açıktır. İl

merkezi ile yayla arasında düzenli olarak minibüs seferleri düzenlenmektedir. Sabahın erken saatlerinden itibaren gün içinde saat başı il merkezinden minibüs seferleri düzenlenmekte olup bu seferler Çambaşı Taşıyıcılar Kooperatifi'ne bağlı bir şekilde yapılmaktadır. Ayrıca yayla merkezinden, bazı obalara da minibüslerle ulaşım imkânı söz konusudur. Bunların yanı sıra şehir merkezinden, çevre il ve ilçelerden yaylaya günübirlik turlar düzenlenmektedir. Farklı şehirlerden Çambaşı Yaylasını ziyaret etmek için havayolunu tercih eden ziyaretçiler ise Ordu-Giresun Havalimanı'ndan yayla merkezine 70 km'lik karayolu ile ulaşabilmektedir.

Ulaşımın haricinde destinasyondan bahsedebilmek adına bir diğer gereklilik konaklama imkânlarının varlığıdır. Konaklama açısından incelendiğinde yaylada Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli on dört tesis bulunmaktadır. Bunlardan iki tanesi basit konaklama, sekiz tanesi turizm yatırımı, üç tanesi turizm işletme, bir tanesi ise kısmi turizm işletme belgeli tesislerdir. Bunun yanı sıra yedi adet belediye belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı,2024).

Çambaşı Yaylasında günübirlik ziyaretçilere hizmet verebilecek çok sayıda yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerde sunulan ürünlere bakıldığında yaylada yetiştirilen küçükbaş ve büyükbaş hayvanların etlerinden hazırlanan et ürünleri öne çıkmaktadır. Et ürünlerinin yanında yöresel ürünlerin sunumu da gerçekleşmektedir. Yayla da yetiştirilen sebze, ot ve bitkilerin yaprak, çiçek ve dal kısımlarından yapılan pancar (karalahana) çorbası, pancar (karalahana) diblesi, sakarca kayganası, galdirik kavurması, melocan kavurması gibi yöresel yemekler ziyaretçilere sunulmaktadır. Ayrıca Karadeniz Bölgesi'nde yapılan çoğu yöresel yemeği de bulmak mümkündür (Oral, 2010). Çambaşı Yaylasına özgü olarak coğrafi işaret tescili almış olan Ordu yayla pancarı turşusu (Ordu dürme turşusu) dikkat çekici lezzetlerden birisidir. 2017 yılında tescillenen ve "mahreç işareti" alan bu turşu türü, çok eski yıllardan beri Çambaşı Yaylası ve obalarında yetiştirilen küçük ve sıkı başlı lahana (yörede lahana bitkilerine yaygın olarak "dürme" denilmektedir) bitkisinden yapılan, yöreye has bir turşudur (Kabadüz Kaymakamlığı, 2024).

Çekicilikler ve Aktiviteler

Çambaşı Yaylası, yayla özelliğinin haricinde kış turizmi için de potansiyeli yüksek bir alandır. Bu bağlamda Çambaşı Yaylasındaki en önemli turizm ya-

tırmılardan birisi 2017 yılında hizmet vermeye başlamış olan Çambaşı Kayak Merkezidir. Çambaşı Kayak merkezi Türkiye’de denize en yakın kayak merkezi olması özelliği ile dikkat çekmektedir. Mülkiyeti hazineye ait olan arazi üzerine kurulan Çambaşı Kayak Merkezi’nin kullanım hakkı 2018 yılında on yıllık süre için Ordu Büyükşehir Belediyesi’ne verilmiş olup, tesisler büyükşehir belediyesi iştiraki olan ORBEL A.Ş tarafından işletilmektedir. 650 dönem arazi üzerine kurulan ve pist açısından uluslararası standartlara sahip olduğu ifade edilen (Habertürk, 2024) kayak merkezinde 11 adet kayak pisti bulunmakta olup, pist uzunluğu 17.275 metre ve pist genişliği yaklaşık 35 metredir. Tesis içerisinde 2 adet telesiyej ve 92 kabin bulunmaktadır. Tesis içerisinde doğayla uyumlu mimariyle inşa edilmiş bungalov evler, otel, kafe ve restoranlar ile ziyaretçiler ağırlandırmaktadır (ORBEL, t.y.) ve 2023-2024 kış döneminde kayak merkezinin yaklaşık 600 bin kişiye hizmet verdiği ifade edilmektedir (Habertürk, 2024).

Çambaşı Yaylası kış sporlarının yapıldığı bir destinasyon olmanın yanında coğrafi konumuyla ve kış sporlarına yönelik yapılan yatırımlarla sadece kış aylarında turistlerin ziyaret ettiği bir yayla olmaktan çıkmış durumdadır. Çambaşı Yaylasının yüksek zirvelerinde yaz aylarında dahi karlar erimemiş olsa da özellikle baharın gelişiyile birlikte güneş yaylada varlığını hissettirmeye başlamaktadır. Dolayısıyla burası ekoturizm etkinlikleri için de önemli bir potansiyel taşımaktadır. Sahip olduğu doğa varlıklarıyla Çambaşı Yaylası’nda kuş gözlemciliği, trekking (doğa yürüyüşü), bisiklet ve jip safari gezileri, sportif olta balıkçılığı, flora ve fauna gözlemciliği gibi ekoturizm etkinlikleri gerçekleştirilebilmektedir.

Çambaşı Yaylası dört mevsim çeşitli etkinlikler ve festivallerin düzenlendiği bir yayladır. Özellikle yerel yönetimlerin katkılarıyla düzenlenen; yörenin doğal güzelliklerinin yanında, yayla kültürünün yansıtıldığı ve yayla da üretilen peynir, bal, turşu gibi yöresel ürünlerin tanıtımının yapıldığı festivallerle yaylaya gelen turistlerin yörenin tarihi ve tabii güzelliklerini görmesi için zemin hazırlanmış olmaktadır. Çambaşı Yaylası Yaz Festivali, genellikle temmuz ayı içerisindeki bir hafta sonu iki gün boyunca devam eden bir festivaldir. Festival boyunca çeşitli yarışmalar, konserler ve gösteriler gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra yaylada, yöre kültürünü yansıtan geleneksel halk danslarından olan horon ve Ordu karşılaması gibi unutulmaya yüz tutmuş halk oyunları ile yayla ortamında kamp ve festival ortamı birleştirilerek “Çambaşı Horon Şenliği” adıyla bir etkinlik de düzenlenmektedir (Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,2024).

Yaylada düzenlenen ve bölgenin tanıtıma ciddi katkılar sunan, kurumsal anlamda düzenlenen dikkat çekici bir etkinlik ise ilk defa 1995 yılında gerçek-

leştirilen Vosvos Festivalidir. Bu festival, Volkswagen'in "Bettle" modeli olan, halk arasında kaplumbağa tipi olarak ifade edilen aracın sevenlerinin, araçları ile Ordu ilinde bir araya gelerek, yaylaları gezdiği ve kamp yaptığı bir etkinliktir. Türkiye'nin çeşitli illerinden bir araya gelen vosvos sevenler Ordu ilinde toplanarak başlangıcını verdikleri festival içerisinde, Çambaşı Yaylasını da ziyaret etmekte ve burada konaklamaktadır. Festivale katılanlar Çambaşı Yaylasının Armut Alağı, Kaleboynu Obası, Ablak Taşı, Semen Obası gibi çeşitli alanlarını ziyaret ederek Taşbaşı Obasındaki vosvos kampı alanında çeşitli aktiviteler, konserler gerçekleştirerek geceyi bu obada kurdukları çadırlarda geçirmektedir. İlk defa 1995 yılında gerçekleştirilen bu festival daha sonraki yıllarda katılımın artmasıyla birlikte geleneksel bir festival haline gelerek, Çambaşı yaylasının tanıtımına ciddi katkılar sunmuştur (Ordu Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Destinasyon İmajı

Çambaşı Yaylası doğal güzellikleri, ormanlık ve geniş yeşil alanları ile Türk dizi ve film sektörünün de ilgisini çekmiş, yayla dizi ve sinema filmlerine ev sahipliği yapmıştır. 2019-2021 yılları arasında "Kuzey Yıldızı: İlk Aşk" isimli diziyeye Çambaşı Yaylası Taşbaşı Obası, 2023 yılında çekilen "Vermem Seni Elle-re" adlı diziyeye ise Çambaşı Yaylası'nın Çelikkıran Obası ev sahipliği yapmıştır. Bunların yanı sıra 2023 yılında Türk sinemalarında vizyona giren "Sağ Salim 3: Ölü ya da Diri" sinema filmine de Çambaşı Yaylası ev sahipliği yapmıştır. Yayla da çekilen film ve dizilerle birlikte bölgenin doğal güzelliklerinin etkileyici bir şekilde daha geniş kitlelere gösterilmesi bölge tanıtımı açısından önemli katkılar sunmuştur. Özellikle dizi ve filmlerde ekrana getirilen doğal ve kültürel özellikler, Çambaşı Yaylasını çekici hale getirmiş, film ve dizilerin çekildiği obalar, evler, tarihi alanlar turistlerin merakla ziyaret ettiği noktalar arasına girmiştir.

Kamu Hizmetleri

Çambaşı Yaylasında sunulan hizmetler, kamusal hizmet açısından değerlendirildiğinde, bölgede asayişin sağlanmasına yönelik jandarma karakolu, sağlık hizmetleri bakımından bir tane sağlık hizmetleri evi ve yerel kamu hizmetlerinin yürütülmesine yönelik ilçe belediyesine ait bir hizmet birimi yer almaktadır.

Perakende Hizmetleri

Çambaşı Yaylasında, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren yaklaşık otuza yakın

işyeri olduğu bilinmektedir. Özellikle yöre halkının günlük ihtiyaçlarını karşılamak üzere faaliyet gösteren kasap, manav, bakkal, zincir market şubesi yanı sıra, yöreye gelen turistlerin ihtiyacına yönelik hizmet veren et lokantaları, pansiyon, alabalık çiftliği, bungalov tesisleri de yer almaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

2023 yılında Çambaşı Kayak Merkezi'nde yaklaşık 600 bin ziyaretçi ağırlanmıştır (Akçay, 2024). Ziyaretçi sayısı ile beraber destinasyonun mevcut arzı değerlendirildiğinde henüz destinasyon yaşam eğrisinin başlarında olduğunu söylemek mümkündür. Her ne kadar mevcut turizm talebine karşılık verebilecek konaklama kapasitesi var olsa da turistlerin başta yiyecek içecek olmak üzere diğer ihtiyaçlarını karşılamak üzere sınırlı seçenekleri bulunmaktadır. Bu sınırlı seçenekler yerel halkla paylaşılr durumdadır. Bir başka ifade ile esasen yerel halk hedefiyle açılan işletmeler turistler için zorunlu tercih olabilmektedir. Bu bağlamda Çambaşı Yaylası için nicelik ve nitelik bakımından bir eksiklikten bahsetmek mümkündür. Nihai olarak Çambaşı Yaylasının gelişmekte olan bir destinasyon olduğu kabulünden hareketle aşağıdaki öneriler sunulabilir.

- Konaklama başta olmak üzere yeni yatırımı düşünülen tesisler bölgenin coğrafi ve kültürel özelliklerine uygun bir şekilde tasarlanmalıdır.
- Yiyecek içecek işletmeleri başta olmak üzere turistlere hitap edebilecek tesisler oluşturulmalıdır. Bu konuda teşvikler sağlanmalı ve turizm sektörüne yatırımın makul bir girişim olabileceği yönünde yerel halkı bilinçlendirici çalışmalar yapılmalıdır. Bu konuda üniversite paydaşının desteğine başvurulabilir.
- Yayla için Çambaşı Kayak Merkezi ve dolayısıyla kış sporları temel çekicilik konumundadır. Ancak bölgede turizm sezonunu uzatmak ve geceme sayısını artırmak adına alternatif çekicilikler ve aktiviteler ön plana çıkarılmalı ve farklı pazar dilimlerine yönelinmelidir. Genç ve Türkay (2018) tarafından kış turizm merkezlerindeki oteller üzerinden gerçekleştirilen araştırmada kış sezonu dışında spor-kamp ve toplantı turizmi pazarı değerli bir alternatif olarak ortaya koyulmuştur. Çambaşı Yaylası için kültür turizmi ve ekoturizm etkinlikleri değerli seçeneklerdir.
- Tanıtım çalışmaları için gerekli adımlar atılmalıdır. Hali hazırda var olan Çambaşı Kayak Merkezi'nin sosyal medya hesapları aktif bir şekilde

kullanılmaya devam edilmelidir. Ayrıca dizi ve filmler destinasyon pazarlamasında oldukça önemlidir. Doğal güzellikleri ile bir film platosu görünümünde olan Çambaşı Yaylası'nda daha çok dizi-film çekiminin gerçekleştirilmesi için yetkili mercilerce kolaylaştırıcı adımlar atılmalıdır.

- Ulaşım ile ilgili gerekli çalışmalar tamamlanmalıdır. Özellikle özel araçları ile seyahat etmeyen ziyaretçiler için şehir merkezinden ve havalimanı istikametinden düzenli seçenekler oluşturulmalıdır.
- Çambaşı Yaylasının kendine özgü kültürel ve doğal özelliklerinin turizm faaliyetlerinden olumsuz etkilenmemesi adına sürdürülebilir turizm ilkelere dahilinde çalışmalar yürütülmelidir. Bu amaçla ilgili paydaşların koordinasyon içerisinde çalışacağı ve kararlara katılımın sağlanabileceği bir destinasyon yönetim örgütü oluşturulabilir.
- Seyahat acentelerinin düzenledikleri tur programlarında yer almak için girişimlerde bulunulmalıdır. Bu amaçla ilgililerle görüşmeler gerçekleştirilebilir, fuarlara katılım sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akçay, H. (2024). Ordu Çambaşı Yaylası'ndaki kayak merkezinde sezon hedefi 1 milyon ziyaretçi. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/ordu-cambasi-yaylasindaki-kayak-merkezinde-sezon-hedefi-1-milyon-ziyaretci/3392438>
- Araslı, H., & Baradarani, S. (2014). European tourist perspective on destination satisfaction in Jordan's industries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 1416-1425.
- Bahtiyar Karadeniz, C., Sarı, S. (2018). Ordu İlinin Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 11(61),741-759
- Baloglu, S. ve McCleary, K. W. (1999). US International Pleasure Travelers' Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors. *Journal of Travel Research*, 38(2), 144-152.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24 (1).

- Chapman, A. & Light, D. (2016). Exploring the tourist destination as a mosaic: the alternative lifecycles of the seaside amusement arcade sector in Britain. *Tourism Management*, 52, 254-263.
- Coltman, M.M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Crampton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- ÇEBİ, S. (2000). *Ekonomik- Sosyal- Kültürel ve Turizm Yönleriyle Çambaşı Yaylası, Yokuşdibi Belediyesi Yayınları, Ankara, 2000.*
- Çıtak, Ş. Ö. (2016). Sakin Şehirler Hızlı Turistler. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(8), 2692-2706.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 3(12), 1827-1852.
- Davras, Ö. ve Uslu, A. (2019). “Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1): 679-696.
- Duman, T. ve Öztürk, A. B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Nedenleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. 16(1), 9-23.
- Genç, K. (2016). Destinasyonun Seyahat İşletmeleri Tarafından Tercih Edilebilirliği Üzerine Bir Değerlendirme (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 1013-1018.
- Genç, K. (2022). Sakin Şehir (Cittaslow) Restoranlarının Yöresel Yemek Sunumu Üzerine İşletmeci Görüşlerinin Belirlenmesi. *Uluslararası Turizm ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 30-41.
- Genç, K. ve Türkay, O. (2018). Kış Otellerinin Yaz Stratejileri. *Uluslararası Sivas Turizmi Kongresi içinde*, Sivas, ss. 206-214.
- Güneş, E. (2018). Destinasyon Kalite Unsurlarının Analizi: Antalya Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), 423-442.
- Habertürk. (t.y.). Ordu Çambaşı Yaylası’ndaki Kayak Merkezinde Sezon Hedefi 1 Milyon Ziyaretçi. <https://www.haberturk.com/ordu-haberleri/36179813-ordu-cambasi-yaylasindaki-kayak-merkezinde-sezon-hedefi-1-milyon-ziyaretci> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Hui, T. K., Wan, D. ve Ho, A. (2007). “Tourists’ Satisfaction, Recommendation and Re-

- visiting Singapore”, *Tourism Management*, 28/4, 965–975.
- Jafari, J. (1983). Anatomy of the travel industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 24 (1), 71-81.
- Kabadüz Kaymakamlığı. (t.y.). Dürme Pancarı-Dürme Turşusu. <http://www.kabaduz.gov.tr/durme-pancari-durme-tursusu> (Erişim tarihi: 07.12.2024).
- Kim, D. ve Perdue, R. R. (2011). The Influence of Image on Destination Attractiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28, 225-239.
- Klenosky, D. B. (2002). The “pull” of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40, 385-395.
- Kloiber, J. (2008). Sustainable Destination Management. Eberswalde University Of Applied Science, Master Thesis.
- Kozak, Nazmi; Meryem Akoğlan Kozak; Metin Kozak. Genel Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara 2012.
- Kutvan, A. B. ve Kutvan, S. A. (2013). Turizm Planlamasında Destinasyon Çekiciliklerinin Ölçümü: Bir Yöntem Yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11), 159-184.
- Laws, E. (2002). *Tourism Marketing*. London: Continuum.
- Oral, Z. (2010). “Geleneksel Yayıncılıktan Yayla Turizmine: Ordu- Çambaşı Yaylası Örneğinde Halk Bilimsel Bir İnceleme” Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı “Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi” Ankara, 2010.
- ORBEL. (2024). Çambaşı Doğa Tesisleri. <https://orbel.com.tr/faaliyet-alanlari/cambasi-doga-tesisleri>(Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Ordu Büyükşehir Belediyesi. (2024). Ordu Turizminin Nefes Kesen Değeri Gündeliç. <https://www.ordu.bel.tr/Haber/45644/ordu-turizminin-nefes-kesen-degeri-gondelic-> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Ordu Büyükşehir Belediyesi. (2024). Rengarenk Vosvoslar Ordu’da. <https://www.ordu.bel.tr/Haber/45805/rengarenk-vosvoslar-orduda> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Çambaşı Horon Şenliği / Basın Bülteni. <https://ordu.ktb.gov.tr/TR-374724/cambasi-horon-senligi--basin-bulteni.html> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Çambaşı Yaylası - Çambaşı Kayak Merkezi, Kabadüz/Ordu. <https://ordu.ktb.gov.tr/TR-130415/cambasi-yaylasi---cambasi-kayak-merkezi-kabaduzordu.html> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

- Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Ordu'nun Tarihçesi (Ayrıntılı)-I. <https://ordu.ktb.gov.tr/TR-339665/ordu39nun-tarihcesi-ayrintili-i.html> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- Özer, Ö. (2012). Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği. *İşletme Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 163-182.
- Phau, I., Shanka, T. ve Dhayan, N. (2009). Destination Image and Choice Intention of University Student Travellers to Mauritius. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(5), 758-764.
- Saftic, D., Tezak, A. ve Luk, M. (2011). “ Stakeholder Approach in Tourism Management: Implication in Croatian Tourism”, 30th International Conference on Organizational Science Development Future Organization, Portoroz, ss.1-8.
- Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-84.
- Swarbrooke, J. (2002). *Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Routledge.
- Şahin, İ. ve Güzel, F. Ö. (2018). Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 1-13.
- Türkay, O. (2014). *Destinasyon Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. (2024). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri. <https://tga.gov.tr/kultur-ve-turizm-bakanligi-belgeli-konaklama-tesisleri> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).
- TÜROFED (2015). *Turizm Raporu (Sayı 5)*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları.
- Vetitnev, A., Romanova, G., Matushenko, N., & Kvetenadze, E. (2013). Factors affecting domestic tourists' destination satisfaction: the case of Russia resorts. *World applied sciences journal*, 22(8), 1162-1173.

5. BÖLÜM

ORDU İLİNİN KONAKLAMA ALTYAPISI AÇISINDAN MEVCUT DURUMU VE TR9 (DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ) İLLERİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI

Doç. Dr. Kuttusi ZORLU

Ardahan Üniversitesi, Coğrafya Bölümü, 75002, Ardahan

e-posta: kuttusizorlu@ardahan.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-8924-6549>

Doç. Dr. Volkan DEDE

Ardahan Üniversitesi, Coğrafya Bölümü, 75002, Ardahan

e-posta: volkandede@ardahan.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-4523-1390>

GİRİŞ

Turizm, uluslararası turist varışlarında ve gelirlerinde uzun vadeli büyüme kaydederek Dünya'nın en hızlı büyüyen ekonomik sektörleri arasında yer almaktadır (WTO, 2019). Özellikle de gelişmekte olan ekonomilerde son yıllarda en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak görülmektedir. Söz konusu büyüme, destinasyonlarda hizmetlerin ve altyapının geliştirilmesinin gerekliliğini de ortaya koymaktadır. Turizm altyapısının kapsamı geniştir ve bir destinasyonun turizm gelişimini kolaylaştırabilecek ve teşvik edebilecek tüm faktörleri içerir (Swarbrooke ve Horner, 2001). Turizm altyapısı, ziyaretçilere hizmet etmek için tasarlanan ve inşa edilen fiziksel unsurlar olarak kabul edilmektedir (Goeldner vd., 2009). Turizmle doğrudan ilgili fiziksel altyapı, oteller ve diğer konaklama biçimleri, spalar ve restoranlarla birlikte ana turizm altyapısını oluşturan tesisleri içermektedir (Mandić vd., 2018). Konaklama sektörü, turizmin 4 A'sı

(Attractions, Accessibility, Accommodation, and Ancillary facilities) olarak kabul edilen Çekicilikler, Erişilebilirlik, Konaklama ve Yardımcı Tesisler olmak üzere küresel turizm endüstrisinin ana bileşenlerinden birini oluşturmaktadır (Sedai, 2013). Destinasyon rekabetçiliği ve imaj araştırmaları ekseninde yapılan çalışmalar genellikle iklim ve manzaraya ek olarak konaklama hizmetlerinin de ziyaretçileri destinasyonlara çektiğini göstermiştir (Murphy vd., 2000). Ulaşım altyapısı gibi, konaklama sektörünün de (restoran endüstrisi dahil) turist çekme ve turizm endüstrisini geliştirmedeki rolü, birçok son ampirik çalışma ile kanıtlanmıştır (Nguyen, 2021). Başka bir deyişle turizmde konaklama imkanları turistlerin destinasyonları tercih etme nedenlerinden birisi olarak görülmektedir. Bununla birlikte turistlerin konaklama tesisi seçimleri de birçok faktörden etkilenebilmektedir. Bunlar arasında tesislerin konumu, fiyatı, hizmet kalitesi, güvenlik seviyesi, erişilebilirlik gibi bir dizi faktör bulunmaktadır (Nagaj ve Žuromskaitė, 2020; Fang vd., 2019; Chen ve Gürsoy, 2001) ve bu faktörlerin sayısı artırılabilir. Dünya genelinde konaklama tesisleri için evrensel bir sınıflandırma ve standart sistem bulunmamaktadır (Sedai, 2013). Herhangi bir standarttan ziyade tip olarak bir sınıflandırma söz konusudur. Türkiye’de ise konaklama sektörleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) tarafından oluşturulan bakanlık ve belediye işletmeli ile basit konaklama tesisleri şeklinde bir sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır.

Turizmin önemli altyapı sistemlerinden birisi kabul edilen konaklama altyapısının önemi yukarıda genel çerçevesiyle birlikte sunulmuştur. Konu hakkındaki genel literatür ve söz konusu altyapının öneminden dolayı bu çalışma TR9 (Doğu Karadeniz Bölgesi) Bölgesi’nde yer alan Ordu ilinin turizm konaklama altyapı kapasitesinin değerlendirilmesine ve yorumlanmasına odaklanmaktadır. Bu bağlamda, Ordu ilindeki konaklama tesisleri, oda ve yatak sayısının yıllara göre değişimi ve TR9 Bölge düzeyinde bulunan diğer iller (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Trabzon ve Rize) ile Ordu ilinin ilgili altyapı ekseninde karşılaştırılmasını içermektedir. Çalışmanın hedefiyle birlikte KTB tarafından yayınlanan turizm istatistikleri verileri kullanılarak Ordu ilinin konaklama altyapısının mevcut durumu analiz edilmiştir. Daha sonra belirlenen yedi adet kritere (K1-Turizm tesis sayıları, K2-Oda sayısı, K3-Yatak sayısı, K4-Tesise geliş sayısı, K5-Geceleme, K6-Ortalama kalış süresi ve K7-Doluluk oranı) ait çeşitli veriler kullanılarak Ordu ilinin TR9 Bölge içerisindeki durumu ortaya çıkarılmıştır. Bu noktada yedi kriter ekseninde altı ilin değerlendirilmesi amacıyla Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) tekniklerinin çalışmaya uyarlanması uygun görülmüştür. ÇKKV teknikleri hem kriterlerin ağırlıklandırılması hem de

kriterlere göre alternatiflerin önem düzeyine göre sıralanmasına olanak tanıyan yöntem topluluğu olarak bilinmektedir. Bu çalışmada özellikle de objektif ÇKKV teknikleri olarak bilinen MEREK (METHod based on the Removal Effects of Criteria) tabanlı CoCoSo (COMbined COMpromise SOLUTION) teknikleri tercih edilmiştir. Bu yöntemlerin açıklamaları ve adımları çalışmanın yöntem bölümünde detaylı olarak sunulmuştur. Çalışmadan elde edilen bulguların, Ordu ilinin konaklama altyapısının ortaya çıkarılması ve ilde geleceğe yönelik turizm projeksiyonlarının geliştirilmesi açısından yöre paydaşlarına çeşitli bilgiler sağlayabileceği düşünülmektedir.

1. ORDU İLİNİN KONAKLAMA ALTYAPISI

Bu bölümde KTB verileri kullanılarak Ordu iline ait konaklama tesislerinin yıllara göre seyri tablo ve grafikler aracılığıyla yorumlanmıştır. Konaklama tesisleri, istatistikleri bakanlık belgeli, belediye belgeli ve çevreye duyarlı tesisler olmak üzere üç farklı kategoride ele alınmıştır. Bunun dışında 2023 yılına ait Ordu ilinde gerçekleşen konaklama istatistikleri de sunulmuştur.

Ordu iline ait Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelenmiş turizm tesislerinin yıllara göre durumu incelendiğinde (Tablo 1, Şekil 1), Turizm Yatırım Belgeli Tesislerin sayısı 2016 yılında 16 iken 2024'te 6'ya düştüğü görülmektedir. Bu durum, yatırım belgeli tesis sayısında önemli bir azalma olduğunu göstermektedir. Oda sayısı 2016'da 872 iken 2024'te 339'a gerilemiştir. Oda sayısındaki düşüş, tesislerin faaliyetlerini durdurması ya da azalan yatırımlardan kaynaklanmaktadır. 2016'da 1757 olan yatak kapasitesi, 2024'te 695'e düşmüştür. Yatak kapasitesindeki azalma, yatırım belgeli tesislerin azalışıyla paralellik göstermektedir.

Turizm İşletme belgeli tesislerin sayısı ise 2016'da 31 iken, 2024'te 57'ye yükselmiştir. Yıllar içinde işletme belgeli tesis sayısında sürekli bir artış gözlenmiştir. Oda sayısı 2016'da 1285'ten, 2024'te 2140'a ulaşmıştır. Bu durum, yeni işletme belgeli tesislerin devreye girdiğini ve mevcut tesislerin kapasitelerini artırdığını göstermektedir. Yatak kapasitesi 2016'da 2607'den, 2024'te 4360'a çıkmıştır. Yatak kapasitesindeki artış, işletme belgeli tesislerin turizmdeki büyüme trendine katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

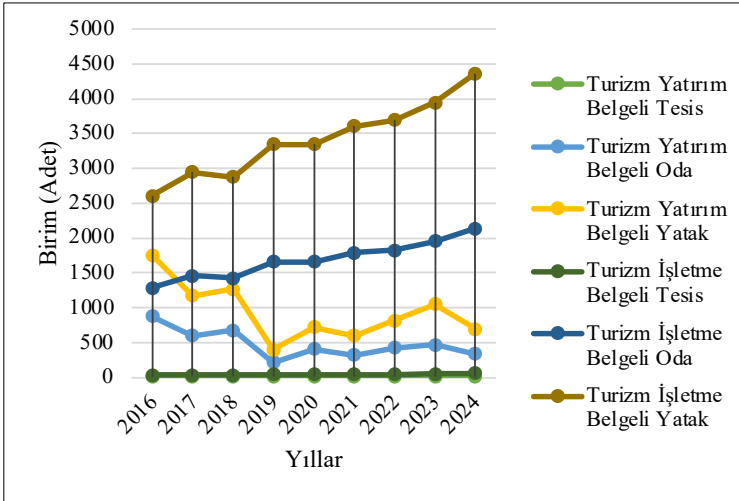
Genel bir değerlendirme yapılacak olursa, Yatırım Belgeli Tesislerin sayılarında azalma yaşanırken, mevcut tesislerin işlevini kaybettiği veya yatırım

süreçlerinin yavaşladığı düşünülmektedir. İşletme Belgeli Tesislerin tesis, oda ve yatak kapasitesindeki artış, Ordu ilinin turizm sektöründe büyüme potansiyeline karşılık gelmektedir. İşletme belgeli tesislerin sayısındaki bu artış, turizm talebindeki yükselişi karşılamaya yönelik bir eğilimdir. Bu veriler, Ordu ilinde turizm sektörünün işletme bazında gelişme gösterdiğini ancak yeni yatırımlar konusunda yavaşlama olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Ordu iline ait bakanlık belgeli tesislerin oda ve yatak sayılarıyla birlikte yıllara göre durumu (2016-2024).

Ordu İli	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
2016	16	872	1757	31	1285	2607
2017	9	600	1173	35	1454	2945
2018	12	674	1263	34	1420	2871
2019	6	217	396	37	1654	3342
2020	8	406	721	37	1654	3342
2021	7	321	601	40	1784	3608
2022	5	421	812	43	1825	3694
2023	5	469	1052	46	1952	3947
2024	6	339	695	57	2140	4360

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Tesis İstatistikleri, 2024.



Şekil 1. Ordu iline ait bakanlık belgeli tesislerin oda ve yatak sayılarıyla birlikte yıllara göre durum (2016-2024) grafiği.

Bu tesis verileri dışında bakanlık tarafından 2024 Ekim ayında yayınlanan tesis istatistiklerinde Ordu iline ait Basit Konaklama İşletme Belgeli tesis sayısı 59, oda sayısı 889 ve son olarak yatak sayısı 1981 şeklindedir. Söz konusu veriler Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından güncellenmiştir. Müdürlüğün verilerine göre tesis sayısı 60, oda sayısı 898 ve son olarak yatak sayısı 1984 şeklindedir.

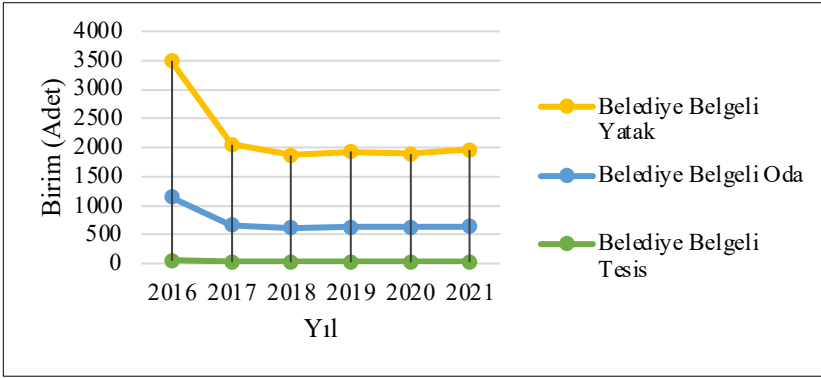
Ordu ilindeki mahalli idarelerce belgelenen konaklama tesislerinin, oda ve yatak sayılarının 2016-2021 yılları arasındaki durumu incelendiğinde (Tablo 2, Şekil 2), 2016 yılında 59 olan belediye belgeli tesis sayısı, 2017'den itibaren 32'ye düşmüş ve 2021 yılına kadar bu seviyede sabit kalmıştır. Bu durum, 2016 yılında daha fazla sayıda belediye belgeli tesisin faaliyet gösterdiğini, ancak sonraki yıllarda önemli bir azalma yaşadığını göstermektedir. 2016 yılında 1089 olan oda sayısı, 2017'de 636'ya düşmüştür. 2018'den itibaren oda sayısı küçük değişikliklerle artış göstermiş ve 2021'de 610 olmuştur. Oda sayısındaki genel azalma, tesis sayısındaki düşüşle paralel ilerlemiştir. 2016'da 2337 olan yatak kapasitesi, 2017 yılında 1390'a düşmüştür. Sonraki yıllarda yatak kapasitesinde hafif dalgalanmalar yaşanmış ve 2021'de 1323 olarak kaydedilmiştir. Bunlar dışında, 2016 yılı belediye belgeli tesis, oda ve yatak sayısının en yüksek olduğu yıl olarak dikkat çekmektedir. 2017 yılında tesis, oda ve yatak sayısında önemli bir düşüş yaşanmış, sonraki yıllarda bu düşüş yatay bir seyir izlemiştir. Özellikle tesis sayısının sabit kalması, sektörde yenilik ya da büyüme olmadığını işaret etmektedir.

Sonuç olarak 2016 yılındaki yüksek değerlerin ardından, belediye belgeli tesislerin sayısında ve kapasitesinde 2017'den itibaren kayda değer bir azalma yaşanmıştır. Bu azalma, belediye belgeli tesislerin ekonomik ya da idari nedenlerle faaliyetlerini sonlandırması veya belgelerini yenilememesiyle açıklanabilir. 2021 yılına kadar tesis sayısının sabit kalması, bu alanda yeni yatırımların veya gelişmelerin kısıtlı olduğunu göstermektedir. Bu veriler, belediye belgeli konaklama sektöründe daralma olduğunu ve bu durumun son yıllarda durağan bir yapıya dönüştüğünü ifade etmektedir.

Tablo 2. Mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesisi, oda ve yatak sayısının yıllara göre durumu (2016-2021).

Ordu İli	Belediye Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak
2016	59	1089	2337
2017	32	636	1390
2018	32	582	1252
2019	32	599	1294
2020	32	597	1267
2021	32	610	1323

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Tesis İstatistikleri, 2024.



Şekil 2. Ordu iline ait belediye belgeli tesislerin oda ve yatak sayılarıyla birlikte yıllara göre durum (2016-2021) grafiği.

Bu veriler dışında Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi istatistiklerine göre Ordu ilinde 2019-2024 yılları arasında tesis, oda ve yatak sayısında herhangi bir değişiklik oluşmamıştır. Tesis sayısı 3, oda sayısı 153 ve yatak sayısı 306 şeklindedir.

2023 yılında Ordu ilindeki tesislerde konaklayan yerli ve yabancı ziyaretçi sayıları farklı türdeki konaklama yerlerine göre ayrılmıştır (Tablo 3). Verilere göre 2023 yılında Ordu’da toplam 670.214 kişi konaklamıştır. Bu ziyaretçilerin % 90.4’ü (606.039 kişi) yerli, % 9.6’sı (64.175 kişi) yabancıdır. Ordu’nun turizmi büyük ölçüde yerli ziyaretçilere dayanmaktadır. Ziyaret noktalarına göre dağılım incelendiğinde (Tablo 3) Turizm İşletme Belgeli Tesislerde yerli 461.231 kişi (% 68.1 ile en yüksek pay) ve yabancı 47.370 kişi (yabancı ziyaretçilerin % 73.8’i) konaklamıştır. Bu tesisler hem yerli hem yabancı turistlerin büyük çoğunluğunu

ağırlayan temel konaklama türüdür.

Basit konaklamalı belgeli tesislerde konaklama yerli 77.671 kişi ile yabancı 1.784 kişi olmak üzere toplamda 79.455 kişi şeklindedir. Bunlar daha düşük kapasiteli ya da ekonomik konaklama seçenekleri sunan tesislerdir. Ziyaretçi sayısında yerli ağırlığı oldukça yüksektir.

Kamu misafirhanelerinde ise yerli 67.137 kişi, yabancı 37 kişi (yabancı ziyaretçi oranı çok düşüktür) ve toplamda 67.174 kişi konaklamıştır. Bu misafirhaneler, genellikle yerli vatandaşların tercih ettiği bir seçenektir.

Deniz hudut kapılarında (Fatsa ve Ünye günübirlikçiler) ise yerli ziyaretçi konaklamazken, 14.984 yabancı kişi konaklamıştır. Bu kategori, yalnızca yabancı günübirlik ziyaretçileri kapsamaktadır ve diğer kategorilere kıyasla sınırlı bir paya sahiptir.

Sonuç olarak Ordu'daki konaklama sektörü, büyük ölçüde yerli turistlere dayanmaktadır. Turizm İşletme Belgeli Tesisler, toplam ziyaretçi sayısında lider durumdadır ve yabancı ziyaretçiler için en çok tercih edilen seçenektir. Basit konaklama tesisleri ve kamu misafirhaneleri, yerli ziyaretçilerin daha ekonomik veya farklı amaçlarla tercih ettiği konaklama türleridir. Deniz hudut kapıları, yabancı turistlerin günübirlik geçişleriyle sınırlıdır ve toplam turizm içindeki payı düşüktür. Bu veriler, Ordu'nun turizm altyapısının daha çok yerli turistlere hizmet verdiğini ve yabancı turistlerin sınırlı bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Yabancı turist çekmek için uluslararası tanıtım ve altyapı yatırımlarının artırılması gereklidir.

Tablo 3. 2023 yılında mevcut tesislerde konaklayan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı.

Ziyaret Noktaları	2023 Yılı Ziyaretçi Sayıları		
	Yerli	Yabancı	Toplam
Turizm İşlet Belgeli Tesislerde Konaklayanlar	461.231	47.370	508.601
Basit Konaklamalı Belgeli Tesislerde Konaklayanlar	77.671	1.784	79.455
Kamu Misafirhanelerinde Konaklayanlar	67.137	37	67.174
Deniz Hudut Kapıları Fatsa ve Ünye Günübirlikçiler	-	14984	14984
Toplam	606.039	64.175	670.214

Kaynak: Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024.

2. YÖNTEM

Mevcut çalışmada Ordu ilinin konaklama altyapısı TR9 Bölgesi'nin diğer illeriyle karşılaştırılmıştır. Söz konusu karşılaştırma bölge illerindeki konaklama altyapısı ve konaklayan ziyaretçileri yansıtacak şekilde oluşturulan yedi kriter ekseninde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda bölge illerinin karşılaştırılmasında MEREC tabanlı CoCoSo tekniği kullanılmıştır. Kullanılan yöntemler hakkındaki temel bilgiler aşağıdaki bölümlerde detaylı olarak açıklanmıştır.

2.1. MEREC Yöntemi

MEREC yöntemi, Keshavarz-Ghorabae vd. (2021) tarafından tanımlanmış objektif ve yeni bir kriter ağırlıklandırma yöntemidir. Yöntem, bir kriterin önem derecesi hesaplanırken, ilgili kriter hesaplamadan çıkarıldığında toplam kriter ağırlığındaki değişime odaklanır (Sümerli Sarıgül vd., 2023; Keshavarz-Ghorabae vd., 2021). Bu yönüyle MEREC, diğer nesnel ağırlıklandırma yaklaşımlarına göre farklılık göstermektedir (Keshavarz-Ghorabae vd., 2021). Bunun dışında MEREC yöntemi uzman değerlendirmesine ihtiyaç duyulmamasından dolayı araştırmacılara önemli avantajlar sağlamaktadır. Söz konusu avantajlarından dolayı mevcut çalışmada, kriterlerinin ağırlıklandırılmasında MEREC tekniğinin kullanılması uygun görülmüştür. Denklemler (1-5) aracılığıyla MEREC yönteminin hesaplama prosedürleri aşağıdaki gibidir (Mahmoodi vd., 2023; Sümerli Sarıgül vd., 2023; Ulutaş vd., 2023; Keshavarz-Ghorabae vd., 2021).

Aşama 1: İlk olarak Denklem (1) kullanılarak performans değerlendirme karar matrisi oluşturulur. Burada 'm' alternatif sayısı ve 'n' kriter sayısıdır. 'x_{ij}', karar matrisinin (X) performans ögesi değerleridir.

$$X(m_i \times n_j) = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1j} & \cdots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2j} & \cdots & x_{2m} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{i1} & x_{i2} & \cdots & x_{ij} & \cdots & x_{im} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} & \cdots & x_{nj} & \cdots & x_{nm} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Aşama 2: Karar matrisi (N) öğelerinin 0 ile 1 arasında değişen değerlerde normalleştirilmesi. Bu matrisin elemanları n_{ij} ile gösterilir ve işlemde Denklem (2) kullanılır. Fayda ve maliyet kriterleri için farklı normalizasyon işlemi yapılır.

$$n_{ij} = \begin{cases} \frac{\min(x_{kj})}{x_{kj}}, j \in B \\ \frac{x_{ij}}{\max(x_{ij})}, j \in NB \end{cases} \quad (2)$$

Aşama 3: Logaritmik bir ölçü kullanarak alternatiflerin performansı (S_i) Denklem (3) ile hesaplanır.

$$S_i = \ln \left(1 + \left(\frac{1}{m} \sum_j |\ln(n_{ij})| \right) \right) \quad (3)$$

Aşama 4: değerleri hesaplanır. 'yi elde etmek için her j kriteri çıkarıldıktan sonra her i alternatifi için S' 'yi hesaplamak için Denklem (4) kullanılır:

$$S'_{ij} = \ln \left(1 + \left(\frac{1}{m} \sum_{k, k \neq j} |\ln(n_{ik})| \right) \right) \quad (4)$$

Aşama 5: Mutlak sapmaların (E) toplamının hesaplanması. Denklem (3) ve (4)'ten elde edilen değerlere dayalı olarak j 'inci kriterin kaldırma etkisi (E_j) hesaplanır:

$$E_j = \sum_i |S'_{ij} - S_{ij}| \quad (5)$$

Aşama 6: Kriterlerin nihai ağırlıklarının belirlenmesi. Son olarak, her bir kriterin objektif ağırlığı bir önceki aşamada elde edilen E_j kullanılarak hesaplanır:

$$w_j = \frac{E_j}{\sum_k E_k} \quad (6)$$

2.2. CoCoSo Yöntemi

CoCoSo (Combined Compromise Solution) yöntemi Yazdani vd. (2018) tarafından literatüre kazandırılmış çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisidir. Bu teknik, ağırlıklı toplam yaklaşımı ile üstel ağırlıklı çarpım yaklaşımının kombinasyonu üzerine kuruludur (Dwivedi ve Sharma, 2022). Bu yöntemde öncelikle farklı birleştirme ve toplama operatörleri yardımıyla farklı noktalardan karar alternatiflerinin fayda değerleri bulunur (Çalış ve Sakarya, 2022). Daha sonra ise bir uzlaşma çözümü elde etmek için birleştirme fonksiyonu kullanılarak her bir karar alternatifinin fayda değerleri bir arada toplanmıştır (Çalış ve Sakarya, 2022). Yöntemin uygulama adımları aşağıdaki gibidir (Dwivedi ve Sharma, 2022; Khan ve Haleem, 2021; Yazdani vd., 2018):

Aşama 1: Bu adımda karar matrisi Denklem (7)'de gösterildiği gibi hazırlanmaktadır.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix}; i = 1, 2, \dots, n, j = 1, 2, \dots, m \quad (7)$$

Aşama 2: İlk karar verme matrisinin normalleştirilmesi, Denklem (8) ve (9) kullanılarak gerçekleştirilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - \min_i x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}; \quad (8)$$

Maliyet yönlü kriterler için

$$r_{ij} = \frac{\max_i x_{ij} - x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}} \quad (9)$$

Aşama 3: Her bir alternatifin ağırlıklı karşılaştırılabilirlik dizisi (S_i) ve her bir alternatifin karşılaştırılabilirlik dizisinin güç ağırlığı (P_i), sırasıyla Denklem (10) ve (11) kullanılarak hesaplanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^n (w_j, r_{ij}) \quad (10)$$

$$P_i = \prod_{j=1}^n (r_{ij})^{w_j} \quad (11)$$

Aşama 4: Her alternatifin görelî ağırlıkları Denklem (12)-(14) aracılığıyla üç toplama yaklaşımı kullanılarak hesaplanır.

$$k_{ia} = \frac{S_i + P_i}{\sum_{i=1}^m (P_i + S_i)}; \quad (12)$$

$$k_{ib} = \frac{S_i}{\min_i S_i} + \frac{P_i}{\min_i P_i} \quad (13)$$

$$k_{ic} = \frac{\lambda(S_i) + (1 - \lambda)(P_i)}{(\lambda \max_i S_i + (1 - \lambda) \max_i P_i)} \quad (14)$$

Aşama 5: Son adımda alternatiflerin performans sıralamasını belirten (k_i) değerleri Denklem (15) yardımıyla hesaplanır.

$$k_i = (k_{ia}k_{ib}k_{ic})^{\frac{1}{3}} + \frac{1}{3}(k_{ia} + k_{ib} + k_{ic}) \quad (15)$$

Alternatiflerin nihai sıralaması, ki değerlerinin azalan sırasına göre sağlanır, yani ki değeri daha büyük olan alternatif daha anlamlıdır.

4. BULGULAR

TR9 Bölgesi'ndeki illere ait konaklama altyapı imkanlarının karşılaştırılması entegre bir MEREC tabanlı CoCoSo tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Analizlerin ilk aşamasında araştırmada kullanılan yedi kriterin ağırlık katsayıları belirlenmiştir. Bu aşamada ilk olarak Denklem (1) kullanılarak yedi kriter ve bu kriterlere ait veriler (DOKA, 2023; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024; Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024) ile altı ilden oluşan bir başlangıç karar matrisi oluşturulmuştur (Tablo 4). İlgili veriler 2021-2023 yıllarını kapsamaktadır.

Tablo 4. Başlangıç karar matrisi.

	Artvin	Giresun	Gümüşhane	Ordu	Rize	Trabzon
K1-Turizm Tesis Sayıları	134	70	13	122	142	312
K2-Oda Sayısı	2758	1947	361	3368	3417	10490
K3-Yatak Sayısı	5531	3932	712	7036	7087	21765
K4-Tesise Geliş Sayısı	69978	110554	25970	294297	86345	406113
K5-Geceleme	116431	175608	45755	429633	142595	837828
K6-Ortalama Kalış Süresi	1,66	1,59	1,76	1,46	1,65	2,06
K7-Doluluk Oranı	26,68	30,97	24,16	36,58	22,24	26,16

Elde edilen matris Denklem (2) kullanılarak normalize edilmiş ve Denklem (3) ile alternatiflerin performans değerleri (S_i) hesaplanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Normalleştirilmiş karar matrisi ve genel performans değerleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	S_i
Artvin	0,097	0,131	0,129	0,371	0,393	0,877	0,833	0,805
Giresun	0,186	0,185	0,181	0,235	0,261	0,919	0,718	0,781
Gümüşhane	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	0,829	0,920	0,038
Ordu	0,107	0,107	0,101	0,088	0,106	1,000	0,608	0,995
Rize	0,092	0,106	0,100	0,301	0,321	0,884	1,000	0,851
Trabzon	0,042	0,034	0,033	0,064	0,055	0,708	0,850	1,195

Bir önceki adımda elde edilen değerler ve Denklem (4) kullanılarak değerleri hesaplanmasına olanak sağlamıştır (Tablo 6).

Tablo 6. değerleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7
Artvin	0,643	0,666	0,842	0,929	0,934	0,995	0,991
Giresun	0,664	0,664	0,840	0,862	0,871	0,971	0,952
Gümüşhane	0,038	0,038	0,053	0,053	0,053	0,016	0,037
Ordu	0,869	0,869	1,074	1,065	1,078	1,220	1,190
Rize	0,694	0,704	0,884	0,971	0,975	1,049	1,058
Trabzon	1,048	1,038	1,265	1,302	1,293	1,425	1,434

Son adımda sırasıyla Denklem (5) ve (6) kullanılarak kriterlere ait E_j ve ağırlık değerleri (W_j) elde edilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Mutlak sapmalar ve kriter ağırlıkları.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	Toplam
E_i	1,783	1,786	2,206	2,386	2,400	2,945	2,889	16,395
W_i	0,109	0,109	0,135	0,146	0,146	0,180	0,176	1

Analizlerin ikinci aşamasında ise ağırlıklı kriterlere göre alternatiflerin (TR9 illerinin) önem düzeyi CoCoSo tekniği yardımıyla belirlenmiştir. Söz konusu aşamanın ilk adımı yine karar matrisinin normalize edilmesiyle başlamıştır (Tablo 8). İkinci olarak, her bir alternatifin ağırlıklı karşılaştırılabilirlik dizisi (S_i) ve her bir alternatifin karşılaştırılabilirlik dizisinin güç ağırlığı (P_i) sırasıyla Denklem (10) ve (11) yardımıyla hesaplanmıştır (Tablo 9, 10).

Tablo 8. Normalize karar matrisi (CoCoSo).

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7
Artvin	0,405	0,237	0,229	0,116	0,089	0,338	0,310
Giresun	0,191	0,157	0,153	0,223	0,164	0,213	0,609
Gümüşhane	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,501	0,134
Ordu	0,365	0,297	0,300	0,706	0,485	0,000	1,000
Rize	0,431	0,302	0,303	0,159	0,122	0,318	0,000
Trabzon	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	0,274

Tablo 9. Ağırlıklandırılmış karşılaştırılabilirlik matrisinin toplamı.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	S_i
Artvin	0,044	0,026	0,031	0,017	0,013	0,061	0,055	0,2459
Giresun	0,021	0,017	0,021	0,032	0,024	0,038	0,107	0,2603
Gümüşhane	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,090	0,024	0,1136
Ordu	0,040	0,032	0,040	0,103	0,071	0,000	0,176	0,4623
Rize	0,047	0,033	0,041	0,023	0,018	0,057	0,000	0,2186
Trabzon	0,109	0,109	0,135	0,146	0,146	0,180	0,048	0,8720

Tablo 10. Ağırlıklandırılmış karşılaştırılabilirlik matrisinin gücü.

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	P_i
Artvin	0,906	0,855	0,820	0,731	0,702	0,823	0,814	5,650
Giresun	0,835	0,817	0,777	0,804	0,767	0,758	0,916	5,674
Gümüşhane	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,883	0,702	1,585
Ordu	0,896	0,876	0,851	0,951	0,899	0,000	1,000	5,473

Rize	0,913	0,878	0,851	0,765	0,735	0,814	0,000	4,956
Trabzon	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	0,796	6,796

Son olarak her alternatifin görelî ağırlıkları Denklem (12-14) aracılığıyla üç toplama yaklaşımı kullanılarak hesaplanmıştır. Elde edilen değerler ve Denklem (15) kullanılarak alternatiflerin K_i değerleri belirlenmiştir. Söz konusu değerlerin yüksek olması alternatiflerin öneminin yüksek olması anlamına gelmektedir. Elde edilen nihai bulgulara göre TR9 Bölgesi'nde konaklama altyapısı bakımından en önemli il Trabzon olmuştur. Mevcut araştırmanın odak noktası olan Ordu ili ise Trabzon'dan sonra ikinci öneme sahiptir. Üçüncü Giresun, dördüncü Artvin, beşinci Rize ve son sırada ise Gümüşhane ili yer almıştır.

Tablo 11. Alternatiflerin sıralaması.

					K_i	Rank
Artvin	5,896	0,183	5,729	0,769	3,157	4
Giresun	5,934	0,184	5,871	0,774	3,218	3
Gümüşhane	1,699	0,053	2,000	0,222	1,044	6
Ordu	5,935	0,184	7,522	0,774	3,849	2
Rize	5,174	0,160	5,051	0,675	2,779	5
Trabzon	7,668	0,237	11,963	1,000	5,816	1

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası bir turizm destinasyonu olabilmek ülkeye önemli bir döviz girdisi de sağlayacaktır. Bu nedenle destinasyonları daha rekabetçi ve çekici hale dönüştürmek için turizm altyapısının geliştirilmesi hayati öneme sahiptir. Diğer fiziksel unsurlarla birlikte konaklama altyapısı, seyahat deneyimini etkileyen turizm ürününün görünür bir özelliği olarak bilinmektedir (Murphy vd., 2000). Bu nedenle, bu çalışma, çeşitli konaklama altyapısı verileri aracılığıyla Ordu ilinin mevcut durumunu ortaya koyma girişimidir. Ayrıca TR9 Bölgesi içerisindeki iller ile Ordu ilinin konaklama altyapısı, objektif ÇKKV teknikleriyle ampirik olarak kıyaslanmıştır. Çalışmanın ana bulgularına göre ilk olarak, Ordu ilinde konaklama tesislerinin sayısı son 8-10 yıllık süre zarfında yavaşta olsa bir artış kaydetmiştir. Ancak ilin sahip olduğu turistik çekicilikler ve bunlara olan talebin artışı düşünüldüğünde mevcut konaklama altyapısı yetersizdir. Nitekim Akyurt

(2019) Ordu ilinin turist talebi açısından ve birçok önemli doğal ve kültürel çekiciliklerin mevcudiyeti ile bölgenin önemli destinasyonlarından biri olmaya aday olduğunu belirtmiştir. Buna paralel olarak ise turizm altyapı ve üstyapısının yatırımlarla daha fazla geliştirilmesi gerektiğinin de altını çizmiştir (Akyurt, 2019). Ordu ilinde başarılı bir turizm gelişimi için, konaklama altyapısına ve bunun modernizasyonuna daha yoğun yatırım yapma ihtiyacı giderek daha gerekli bir hale gelmiştir. Bu gereklilik ilin turizm rekabet gücünün de önemli bir bileşeni haline gelecektir.

İkinci olarak, Ordu ilinde her ne kadar turizmde bir ivme söz konusu olsa bile özellikle de altyapı yatırımları (bazı kalemler hariç, örneğin ulaşım) ve tesislerin gelişimi aynı ivmeyle ilerleyememiştir. Bu noktada ulusal ve yerel yönetimlerin etkinliği tartışılmalıdır. Mandić vd. (2018)'e göre turizm altyapısının ve rekreasyonel tesislerin gelişimi büyük ölçüde hükümet yasaları ve düzenlemeleri tarafından kontrol edilmektedir. Bununla birlikte özel teşebbüslerin ilde konaklama altyapısına yatırım yapabilmesi yine dolaylı olarak yasa ve düzenlemelere bağlıdır. Örneğin, ilde özel sektör yatırımını teşvik edici yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi turizm altyapısının gelişimine de yadsınamaz bir katkı sunacaktır.

Üçüncü olarak, turizmin genel ekonomik kalkınmadaki önemine bağlı olarak, destinasyonlarda bir yaşama sahiptir ve bu yaşamın çeşitli evreleri mevcuttur. Butler (1980) tarafından ortaya atılan TALC (Turizm Alanı Yaşam Döngü) modeli destinasyonların hangi evrede olduğunu belirlemede önemli ve kullanışlı bir model olmuştur. TALC'e göre her evrede, ilgili destinasyonlarda nasıl bir altyapı gelişiminin ve buna paralel turizmde rekabet ve kârlılık olması gerektiği açıkça belirtilmektedir. Bu bağlamda Ordu ilinin hangi destinasyon evresinde olduğu belirlenmeli ve altyapı ve konaklama sektörünün gelişimi bu evreye paralel değerlendirilmelidir. Böyle bir değerlendirme ilde yapılacak farklı bir araştırma girişimiyle ortaya çıkarılabilecektir.

Dördüncüsü, TR9 Bölgesi'nde konaklama altyapı durumu açısından Ordu ili ikinci sırada yer almıştır. Bu bulgu, Ordu ilinin bölge içerisinde güçlü bir altyapıya sahip olduğunu gösterse de puan olarak Artvin ve Giresun illeri ile aralarında önemli bir fark bulunmamaktadır. Bölge içerisinde, özellikle de kitlesel Arap turist akışıyla birlikte Trabzon ilinin ön plana çıkması aslında bir turizm koridoru olarak düşünüldüğünde, bu süreç diğer illerin de bu pastadan pay alabilmesini kolaylaştırabilir. Bunun içinse etkin bir tanıtım çalışmasıyla ilin turistik arz kaynakları ön plana çıkarılabilir. Bununla birlikte konaklama

altyapısının sunduğu hizmet kalitesinin de geliştirilmesi gerekecektir.

Sonuç olarak Ordu ilinin konaklama altyapısı mevcut turizm arz kaynakları ve bu kaynakların sunduğu potansiyelle tam anlamıyla örtüşmemektedir. Bu temel bulguyla birlikte bir destinasyonda turizmin gelişimi, konaklama altyapısının yanı sıra birçok faktör tarafından etkilenebilmektedir. Bu noktada diğer faktörlerin de Ordu ili özelinde araştırılması ve konunun daha da derinleştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyurt, H. (2019). Moora yöntemi ile Ordu ili turistik destinasyonlarının önem derecesine göre belirlenmesi. *Atlas Journal*, 5(22), 747-758. <https://doi.org/10.31568/atlas.355>.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographies / Géographies Canadiennes*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>.
- Chen, J.S., Gürsoy, D. (2001). An investigation of tourists' destination loyalty and preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13(2), 79-85. <https://doi.org/10.1108/09596110110381870>.
- Çalış, N., Sakarya, Ş. (2022). Covid-19 Döneminde ve Öncesinde Firmaların Finansal Performanslarının CRITIC Temelli CoCoSo Yöntemi ile Analizi; BİST Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 287-322. <https://doi.org/10.33399/biibfad.1142744>.
- DOKA. (2023). Trabzon Turizm Konaklama Sektörü Analizi Anket Çalışması Raporu. Erişim Yeri: https://www.doka.org.tr/planlama_Arastirma-Raporlari-Serisi-TR.html (Erişim Tarihi: 5 Kasım 2024).
- Dwivedi, P.P., Sharma, D.K. (2022). Application of Shannon entropy and CoCoSo methods in selection of the most appropriate engineering sustainability components. *Cleaner Materials*, 5, 100118. <https://doi.org/10.1016/j.clema.2022.100118>.
- Fang, L., Hengyun L., Mimi L. (2019). Does hotel location tell a true story? Evidence from geographically weighted regression analysis of hotels in Hong Kong. *Tourism Management*, 72, 78-91. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.010>.
- Goeldner, C.R., Brent Ritchie, J.R. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*.

11th ed. Hoboken: John Wiley & Sons.

- Keshavarz-Ghorabae, M., Amiri, M., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., Antucheviciene, J. (2021). Determination of Objective Weights Using a New Method Based on the Removal Effects of Criteria (MEREC). *Symmetry*, 13(4), 525. <https://doi.org/10.3390/sym13040525>.
- Khan, S., Haleem, A. (2021). Investigation of circular economy practices in the context of emerging economies: a CoCoSo approach. *International Journal of Sustainable Engineering*, 14(3), 357-367. <https://doi.org/10.1080/19397038.2020.1871442>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Tesis İstatistikleri. (2024). Tesis İstatistikleri. Erişim Yeri: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 5 Kasım 2024).
- Mahmoodi, E., Azari, M., Dastorani, M.T. (2023). Comparison of different objective weighting methods in a multi-criteria model for watershed prioritization for flood risk assessment using morphometric analysis. *Journal of Flood Risk Management*, 16(2), e12894. <https://doi.org/10.1111/jfr3.12894>.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). Tourism Infrastructure, Recreational Facilities and Tourism Development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41-62. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.12>.
- Murphy, P., Pritchard, M.P., Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(99\)00080-1](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(99)00080-1).
- Nagaj, R., Žuromskaitė, B. (2020). Security Measures as a Factor in the Competitiveness of Accommodation Facilities. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(5), 99. <https://doi.org/10.3390/jrfm13050099>.
- Nguyen, Q.H. (2021). Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors: A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam's Data. *Economies*, 9(3), 131. <https://doi.org/10.3390/economies9030131>.
- Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Turizm İstatistikleri Ordu. Erişim Yeri: <https://ordu.ktb.gov.tr/TR-339464/turizm-istatistikleri-ordu.html> (Erişim Tarihi: 5 Kasım 2024).
- Sedai, R.C. (2013). Tourist Accommodation Facilities in the major Tourist Areas of Nepal. *Nepal Tourism and Development Review*, 1(1), 102-123. <https://doi.org/10.3390/ntdr1010102>.

org/10.3126/ntdr.v1i1.7374.

- Sümerli Sarıgül, S., Ünlü, M., Yaşar, E. (2023). A New MCDM Approach in Evaluating Airport Service Quality: MEREC-Based MARCOS and CoCoSo Methods. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(1), 90-108. <https://doi.org/10.33712/mana.1250335>.
- Swarbrooke, J., Horner, S. (2001). *Business Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann. 1st ed. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ulutaş, A., Balo, F., Topal, A. (2023). Identifying the Most Efficient Natural Fibre for Common Commercial Building Insulation Materials with an Integrated PSI, MEREC, LOPCOW and MCRAT Model. *Polymers*, 15(6), 1500. <https://doi.org/10.3390/polym15061500>.
- WTO. (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition. Madrid: UNWTO, Access URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (Access Date: November 2024, 1).
- Yazdani, M., Zarate, P., Zavadskas, E.K., Turskis, Z. (2018). A combined compromise solution (CoCoSo) method for multi-criteria decision-making problems. *Management Decision*, 57(9), 2501-2519. <https://doi.org/10.1108/md-05-2017-0458>.

6. BÖLÜM

ORDU İLİNİN GLAMPİNG TURİZMİ POTANSİYELİ

Arş. Gör. Samet Can AKSU

Ordu Üniversitesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

sametcanaxu@odu.ed.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9977-9768>

Doç. Dr. Mehmet KABACIK

Ordu Üniversitesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

mehmetkabacik@odu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3772-2950>

GİRİŞ

İnsanların klasik turizm faaliyetlerinden sıkılması farklı turizm türlerine yönelmelerine neden olmaktadır (Bilińska vd., 2023). Özellikle pandemiden sonra insanların daha bireysel turizm faaliyetlerinde bulunmak istemesine ek olarak sınırlı olan kaynakların giderek azalması da müşterileri daha sürdürülebilir turizm türlerini tercih etme konusunda teşvik etmektedir (Baena ve Cerviño, 2024). Bahsi geçen tüm bu faktörler kampçılık ve onun bir alt türü olan glamping'in hızla gelişip yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Morrison ve Buhalis, 2023).

Kampçılık kişilerin açık havada doğa ile etkileşime geçerek rahatlama fırsatı sağlamaktadır. Ancak belli bir yaş ve ekonomik olgunluğa sahip kişiler için doğada vakit geçirmenin beraberinde getirdiği konfor eksikliği yeni hizmet türlerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu noktoda devreye giren glamping

faaliyeti turistlerin klasik otel işletmelerinde görmeye alışkın oldukları lüksü doğaya taşımaktadır. (Pop vd., 2024). İnsaların turizme bakış açısı 2000’li yıllar ile başlayan ve süregelen küresel çaptaki ekonomik krizlerden etkilenmiştir. Turistler buldukları yerden çok uzaktaki destinasyonlara gitmek yerine daha yakın ve yerel noktalar keşfetmeye çalışmaktadır. Özellikle milenyum kuşağı olarak adlandırılan ve 1980-2000 yılları arasında doğan grup, ebevyenlerinden farklılaşma olarak gördükleri glamping turizmine yönelmiş ve glamping turizminin bu dönemde hızla ivme kazanmasında katkıda bulunmuşlardır (Glamping Association, 2024). Gerçekleşen bu gelişmeler Türkiye’de de kendini göstermekte ve turizm çeşitliliğine yansımaktadır (Gök ve Özhasar, 2023).

Bu çalışmada kitle turizmi için sınırlı bir yaz dönemi bulunan Ordu ilinin sahip olduğu tesisler ile glamping turizmi için potansiyelini görmek adına mevcut işletmelere değinilmiştir. Ordu ili doğal zenginlikleri ve tesisleriyle önemli glamping turizmi destinasyonlarından biri olma fırsatına sahip olduğu görülmektedir.

2. GLAMPİNG TURİZMİ

Glamping terimi İngilizce büyüleyici anlamına gelen (glamorous) ile kamp yapmanın karşılığı olan (camping) kelimelerinin birleşiminden ortaya çıkmıştır. Bu terim geleneksel kamp faaliyetinin lüks konaklama imkanlarıyla bir araya getirildiği tesisleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Budiasa, Suparta ve Nurjaya, 2019). Glamping faaliyetinde bulunan kişiler yaşamlarını sürdürdükleri alanların dışına çıkarak daha sakin ve doğa ile iç içe konaklama yapacakları alanlar aramaktadır. Bu durumda akla gelen ilk etkinlik olan kampçılık bazı kişiler için yeterli konfor alanını sağlayamamaktadır. Glamping turizmi ise insanlara doğa ile baş başa kalabildikleri bir alan sunarken aynı zamanda lüks otel konforunu da deneyimlemelerine imkân tanımaktadır (Jokkala, 2023).

Konaklamanın yapıldığı odadaki yatakların rahatlığı, ısıtma sistemi, yemeklerin lezzeti ve lüks otellerin sağladığı diğer olanakları (spa, masaj, çamaşırhane, ulaşım vb.) içerisinde barındıran glamping turizmi geleneksel kampçılık faaliyetinden ayrılmaktadır. Kampçılık, genel itibariyle bu etkinlik için ayrılan parklar veya korunan alanlarda doğal bir ortamın içerisinde gerçekleştirilen doğa temalı bir turizm biçimi olarak görülmektedir. Kampçılık

ve glamping birbirinden farklı özelliklere sahip olsalar da glamping bir kamp türüdür (Surdu, 2014). Doğal yaşamı konfor ve lüks ile buluşturduğu için glamping aynı zamanda lüks kampçılık olarak ifade edilmektedir (Yenisoy ve Uygur, 2024).

Glamping turizmine katılan kişiler ise glamper olarak adlandırılmaktadır (Demircioğlu ve Demir, 2023). Bu kişilerin ana motivasyonu doğanın içinde lüks ve konfor bulmaktır. Glamping turizmi yapan kişiler aynı zamanda çevrelerinin onlara sundukları rekreatif etkinliklere katılarak günlerini geçirebilmektedir. Konaklama işletmeleri turistler için; safari, balık tutma, yürüyüş, kuş gözlemciliği, dağ bisikletçiliği ve rafting gibi aktivite imkanları sunmaktadır (Liberato, Coelho ve Liberato, 2023).

Glamping turizmi yapılan alanın doğal güzelliğinin bozulmamış yerlerde yapılması ve doğaya önem verilmesi nedeniyle çevre dostu, bir eko-turizm faaliyeti olarak görülmektedir. Doğa dostu konaklama işletmesi konsept ve bilinciyle hareket eden işletmeler kurumlarında olabildiğince doğal ve çevre dostu ürünler kullanarak doğaya daha az zarar verme anlayışıyla hizmet vermektedir. İşletmeler bu kapsamda ziyaretçilerine organik ve kendi yetiştirdikleri ürünleri vermekte, çöplerin ayrıştırılmasına dikkat etmekte ve eldeki kaynakları en verimli şekilde kullanmaktadır (Pop vd., 2024). Glamping konseptiyle çalışan işletmeler standart bir otel işletmesiyle karşılaştırıldığında sürdürülebilir turizm için iyi bir seçenek olarak düşünülmektedir. Bazı glamping otellerinin sahip oldukları güneş enerjisi gibi yenilebilir enerji kaynaklarıyla işletilmesi ve çıkan doğal atıkların kompostlanarak yeniden kullanma sokulması sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Sürdürülebilirliğe hizmet eden diğer özellikler arasında turistlerin yerel ürünleri kullanması konusunda teşvik etmesi ve glamping alanlarının taşınabilir özellikleri nedeniyle çevreye zararlı etkilerinin en aza indirilme imkânının bulunması yer almaktadır. Glamping işletmeleri sahip oldukları bu özellikleri sayesinde çevreye duyarlı turistlerin de dikkatini çekmektedir (Trabattoni, Capotorto ve Berizzi, 2024).

3. TARİHSEL GELİŞİMİ

Glamping turizmi son yıllarda popüler hale gelse de glamping kavramına karşılık gelen faaliyetlerin yapılışı çok daha eskilere dayanmaktadır. Moğol kabilelerinin hayat tarzından Sibiryâ bölgesinde yaşamlarını sürdüren kabilelere

kadar dünyanın birçok yerinde glamping türünün ilk örneklerini görmek mümkündür. Sibirya'daki kabileler göttükleri koyunların yününden barınaklar inşa ederek en zorlu kış şartlarına dayanan sıcak, konforlu bir alan yaratmışlardır (Noroozi, 2023). Osmanlı İmparatorluğu döneminde padişah, sarayda görev alan yöneticiler ve dönemin ileri gelenleri avlanmak veya başka bir aktivite için farklı bir alana gittiklerinde içerisinde değerli eşyaların olduğu konforlu çadırlarda konaklamışlardır. Osmanlı çadırlarının sahip olduğu imkanlar günümüzdeki lüks glamping çadırlarına ilham vermiştir. Daha sonraki dönemlerde sosyal statü ve imkân olarak ileri düzeydeki kişiler dünyanın farklı yerlerinde ikamet ettikleri yerden farklı bir yere giderek oluşturdukları lüks yerlerde konaklayarak vakit geçirmişlerdir (Petrusa ve Vlahov, 2019). 19. yüzyılda Modern kampçılığın kurucusu olarak görülen Thomas Hiram Holding, taşınabilir kamp ekipmanlarını icat ederek bu alana ilgi duyan herkesi kendisiyle iletişime geçme çağrısında bulunmuştur. Camping faaliyeti tatil amacıyla ilk olarak 1876 yılında organize edilmiş ve 1910 yılında ise American Camp Association (Amerikan Kamp Birliği) kurulmuştur (Trabattoni, Capotorto ve Berizzi, 2024). Kampçılığın popülerleşip daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan faktör ise 20. yüzyıl başlarında sağlıklı yaşam tarzının teşvik edilmesiyle olmuştur. Aynı dönemde maddi durumu iyi olan Britanyalı ve Amerikalı kesim için Afrika'da safari yapmak bir gereklilik haline gelmiş ancak vahşi doğanın içinde bile lüks yaşam tarzlarını sürdürmek isteyen gezginler konakladıkları tesislerinin kendi evlerinde sahip oldukları imkanlarla donatılmasını da talep etmişlerdir. Konaklanılan kanvas safari çadırları özel İran halıları, lüks mobilyalar ve yemeklerin hazırlanması için bir şef barındırıyordu (Cusack, 2024). 20. yüzyılın ortalarında kampçılık, maddi olanakları kısıtlı ailelere ilk kez tatil yapabilme fırsatı sunarak sosyo-ekonomik olarak da yayılmaya devam etmiştir. Bu dönemde kampçılık artık elit kesimin sahip olduğu bir aktivite olmaktan çıkarak tüm kitlelere hitap eden turizm konaklaması haline gelmeye başlamıştır (Albă ve Popescu, 2023). 2000'li yıllarda ise lüks olanaklara sahip olan kamp tesislerinin geri dönüşü başlamış ve günümüzde glamping olarak adlandırılan türün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Buna ek olarak, doğanın tahribine karşı artan hassiyetle birlikte sürdürülebilir anlayışın ortaya çıkması önemli bir faktör olarak görülmektedir. Sosyal medyanın gücü glamping turizminin gelişiminde büyük rol oynamıştır. Genç jenerasyonlar gidilen yerlerde deneyimlediklerini takipçileriyle paylaşarak bu turizm türünün akranları arasında bilinir hale gelmesini sağlamışlardır (Hapsari vd., 2024).

4. GLAMPİNG KONAKLAMADA EN SIK TERCİH EDİLEN TÜRLER

Glamping faaliyeti, çadırlar, ağaç evler, barakalar, iglo evler, bungalovlar, şişme odalar gibi farklı şekillerde klasik kamp çadırından farklı alanlarda yapılabilmektedir. Glamping için tercih edilen konaklama tipleri geniş çeşitlilik sunmakla birlikte ortak noktası konfor sağlamasıdır (Yetiş, 2021).

Mağaralar: Doğal şekilde meydana gelen mağara içine müşteriler için rahat konaklamaya uygun hale gelmesini sağlayan ve içerisinde konforlu yatak, kullanışlı masa ve lüks bir otelde olması beklenen banyo ve tuvalet olanakları ile donatılmış yapılardır (Çoban ve Ardiç Yetiş, 2019). Şekil 1.'de doğal şekilde oluşmuş bir mağaranın içi lüks mobilyalar ile donatıldığı görülmektedir.



Şekil 1. Mağara İçi Glamping Oda Görseli

Kaynak: (Summit at Big Bend, 2024).

Kubbe Çadırlar: İsmi inşa edildiği şekliyle alan ve ahşap, çelik veya PVC Polyester kumaştan inşa edilebilen yapılardır. Özellikle kuzey ışıklarının izlendiği kuzey ülkelerinde popüler olan bu tür tesisler içerisinde konforlu bir yaşam alanı sunmaktadır (Gök ve Özhasar, 2023). Şekil 2’de kubbe çadır(dome) örneği yer almaktadır.



Şekil 2. Kubbe Çadır Örneği

Kaynak: (Reykavik Domes, 2024).

Kızılderili Çadırları (Tipis): Üçgen şeklindeki ahşaptan yapılmış direklerin sabitlenerek üstüne dayanıklı kumaşların geçirilmesiyle oluşan çadırların kökeni Amerikan kıızılderililerine dayanmaktadır. Oluşturulan konik yapılar turistler için konforlu ve sıcak bir çadır ortamı sağlamaktadır (Korkmaz, 2019). Kızılderili çadırının iç görseline şekil 3’te yer verilmiştir.



Şekil 3. Kızılderili Çadırının İç Görünümü

Kaynak: (Big Sky Tipi Holidays, 2024).

Seyyar Karavanlar (Campervan): Sahip olduğu tekerler sayesinde istenilen her yere taşınabilen ve minyatür bir ev görünümü veren seyyar karavanların içerisinde mutfak ve banyo da bulundurmaları nedeniyle en çok tercih edilen glamping türlerinden biridir (Demircioğlu ve Demir, 2023). Şekil 4’te seyyar karavanlara dair bir görsel bulunmaktadır



Şekil 4. Seyyar Karavan Görseli

Kaynak: (Nelleman, 2024).

Ahşap Kulübeler / Bungalovlar: Genellikle ahşaptan yapılan ve ev ortamına en çok benzeyen yapılardır. İçerisinde lüks bir otelde bulunabilecek tüm teknik

altyapı bulunmaktadır. Bununla birlikte rahat mobilyalar ve konforlu yataklar mevcuttur (Olca ve Turhan, 2017). Şekil 5'te bungalow tipi bir yapıya yer verilmiştir.



Şekil 5. Bungalow Görşeli

Kaynak: (Lunawood, 2024).

5. Glamping Turizmi ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Klasik otel işletmeleri uzun bir süredir enerji tasarrufu ve sürdürülebilirlik adına hamlelerde bulunmuş olsa da enerji verimliliği açısından inşaat aşamasından işletim kısmına kadar büyük ölçüde sürdürülebilir olmayan malzemeler kullanılmaktadır. Glamping alanları ise inşaat aşamasında geri dönüştürülebilir ve modüler malzemeler ile yapılmaktadır (Perkins ve Twose, 2015). Bununla birlikte bazı glamping alanlarında kompost uygulamaları ile kullanılan ürünlerin geri dönüştürülmesi mümkün olabilmektedir. Glamping doğa tabanlı olması ve yerel ürünlerin kullanımı ön planda tutmasıyla hem kaynakların verimli kullanılmasını sağlamakta hem de kırsal kalkınmayı desteklemektedir. Glamping turizminin sürdürülebilirlik konusundaki en önemli artışının taşınabilir olması gösterilmektedir. Bu durum çevreye olan uyumu artırmaktadır. Ekoloji ve sürdürülebilirlik konularında hassasiyeti olan ziyaretçiler de özellikle bu tesisleri tercih etmektedir (Güvenol ve Sarıbaş, 2022). Glamping tesislerinin şehir merkezinden uzak, kırsal alanlarda kurulması bölgedeki yerel halkın ve yöredeki diğer işletmelerin de ekonomik olarak kalkınmasında kayda değer katkılar sunmaktadır. Yerel halkın açılan tesislerde istihdam edilmesi ile bölgedeki altyapı ve ulaşımın gelişmesi bölgenin ekonomik sürdürülebilirliğine ve refahına katkıda bulunmaktadır (Brochado ve Pereira, 2017; Demircioğlu ve Demir, 2023).

6. GLAMPİNG TURİZMİNDE MÜŞTERİ KİTLESİ

Glamping turizmini sıklıkla tercih eden kişileri diğer turizm çeşitlerine yönelen insanlardan ayıran bazı genel özellikler bulunmaktadır. Glamping turizmini tercih eden kişilerin genel profili çıkarıldığında gelir seviyesi olarak daha üst kesimin bu türü tercih ettiği görülmektedir. Doğayı ve kamp hayatını seven bu kitle aynı zamanda sahip oldukları lüksten de geri kalmak istememektedir (Yıldırım ve Erkılıç, 2019). Özellikle evli ve çocuklu çiftlerin tercih ettiği görülmektedir. Çocuklu aileler hem doğa ile iç içe olup hem de çocuklarının güvenliğini sağlamayı önceliklendirmektedir (Giannoukou, Fafouti ve Halkiopoulos, 2022).

Glamping turizminin hedefkitleleri ise eğitimli orta ve üst ekonomik durumdaki insanlardır (Giannoukou, Fafouti ve Halkiopoulos, 2022). Glamping turizmini tercih eden insanlar için 3 temel motivasyon bulunmaktadır. Doğa temelli turizm faaliyetinde bulunmak en temel motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. İkinci motivasyon ise lüks ve konforlu bir tatil yapabilmektir. Müşteriler kendilerini özel hissettirecek imkân ve hizmetlerden yararlanmak için daha fazla ödeme yapma konusunda isteklilerdir. Üçüncü ve son motivasyon ise bu hizmetleri aldıktan sonra elde edilecek olan haz ve mutluluktur (Kim vd., 2015). Glamper olarak adlandırılan ve glamping turizmini tercih eden kişilerin seyahat motivasyonları daha iyi anlamak adına bir turist tipolojisi başlığı altında incelemek bu kişilere yönelik yapılacak olan pazarlama stratejilerini belirlemeyi kolaylaştırma imkânı sunacaktır. Pazarlamanın yanında yeni yapılacak tesislerin sahip olması gereken altyapı şartlarının belirlenmesi hususunda kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir (Ceylan ve Serçek, 2023). Araştırmacı Plog (2001) turist davranışını kişilik özelliklerine göre gruplandırmaktadır. Turistler içedönük veya dışadönük olarak sınıflandırılmıştır. İçedönük kişiler risk almayı sevmeyen güvenilir seçim yapmaya çalışan, aktivite katılımı düşük bireysel turist tipleri iken dışadönük turistlerde yeni ve sıradışı deneyim arayan, farklı destinasyonlara gitmek isteyen maceracı ve keşfedici özellikteki turistlerdir. Bu tipoloji sınıflandırmasında ise glamperların konforlarına düşkün olmalarına rağmen farklı destinasyonlarda tatil yapıp yeni deneyimler edinmek istemelerinden dolayı dışadönük turist olarak sınıflandırmak mümkün olmaktadır (Xiang vd., 2023).

7. DÜNYADA GLAMPİNG PAZARI VE BAZI GLAMPİNG DESTİNASYONLARI

1900'lerin başında Afrika'da safari çadırlarında başlayan glamping turizmi hızla yayılarak tüm dünyaya yayılmıştır. Günümüzde Avrupa'da önemli bir ivme kazandığı görülmektedir (Sakacova, 2013). Avrupa'daki bu gelişimde glamping alanındaki büyük girişimlerin etkisi büyüktür. İtalya'da hizmet veren tur operatörü Vacanceselect İtalya'da bulunan Garda Göl'ü kıyısına 3 çadırı başlatmış ve 2014 yılına gelindiğinde sadece 6 yıl içinde Avrupa'nın farklı yerlerinde toplam 1100 glamping kamp alanını hizmet verir hale getirmiştir (Ergüven ve Kutlu, 2019). Makro düzeyde bakıldığında devlet politikalarının bir parçası durumunda olan sürdürülebilirlik kavramı, kalkınmanın önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Buna paralel olarak yakın zamanda meydana gelen pandemi sonrası dönemde seyahat acenteleri turistlerin güvenliğini vurgulayan daha bireysel destinasyonlara yönelik tavsiyelerde bulunmaya başlamıştır. Bu dönemde ülke sınırları dışına çıkmak istemeyen turistler, iç turizm pazarının artmasını sağladılar (Braunstein ve Houston, 2015). Tüm bu gelişmeler turistik hizmetlere yönelik talepte ciddi değişimler yaratmakta ve turizm endüstrisi de pandemi ve doğal afet gibi kriz dönemlerinde daha sürdürülebilir iş modeli bulmaya çalışmaktadır. Bu noktada son yıllarda ortaya çıkan sürdürülebilir turizm faaliyeti ise açık hava konaklama hizmetleridir (Pop vd., 2024). 2022 yılında sadece Çin pazarında tüketicilerin kamp ürünleri için 35 milyar Yuan harcadıkları tespit edilmiştir (Kang, Feng ve Lin, 2024). Glamping faaliyeti ise bu türün en lüks ve konforlu olanıdır. Covid-19'dan sonra dünya genelinde gerçekleştirilen araştırmalarda turistlerin otel ve tatil köylerine para vermektense glamping tarzı konaklama işletmelerini seçtikleri görülmektedir (Craig ve Karabas, 2021). Grand View Research (2023) 2022 yılı küresel glamping pazarı büyüklüğünün 2,73 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca pazarın 2023'ten 2030'a kadar yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) %10,2 olarak hesaplanmaktadır. Bu tür bir seyahat özellikle Batı ülkelerinin ilgisini çekmiştir. Bir diğer istatistik çalışmaları yapan kurum Statista (2022) Güneydoğu Asya'daki önemli glamping merkezlerinin bulunduğu Malezya'da 56,27 bin yerli gezginin kampçılık sektörüne büyük bir ilgi gösterdiği belirtilmektedir. Malezya'daki kampçılık turizmine yönelik potansiyel Turizm Malezya Stratejik planı 2022-2026'nın hedefleriyle paralellik göstermektedir. Bu plan içerisinde kişiselleştirilmiş doğa etkinliklerinin bulunduğu paketler teşvik edilmektedir (Uzir, 2024).

ZJJZ Atelier, The Woodhouse Hotel, Çin



Şekil 6. The Woodhouse Hotel'in Geniş Plan Çekimi

Kaynak: (Astbury, 2019).

Woodhouse resort, Çin'in Guizhou eyaletindeki Tuanjie köyünde bulunmaktadır. Tek katlı ahşap evden oluşan bu tesisin birimleri yerden yüksekte kayalar üzerine yerleştirilmiştir. Kabinler hava şartlarına dayanıklılık sağlaması amacıyla yerel olarak üretilen karbonlaşmış ahşap ile kaplanmıştır. Orijinal kayalara zarar vermemek amacıyla her yapı için farklı yapısal sistemler kullanılmıştır. 10 adet yapı bulunan tesiste, her binanın kendine özel şekli bulunmaktadır bu durum her bir evde bulunan müşterilere en iyi manzarayı sunmak adına yapılmıştır (Astbury, 2019). Şekil 6'daki görsel farklı tiplerdeki yapıların yer aldığı görseli içermektedir.

Autonomous Tent, Stati Uniti



Şekil 7. Autonomous Tent Dış Cephe Görşeli

Kaynak: Peterson, (2023).

Mimar Harry Gesner tarafından tasarlanan ve çok hızlı bir şekilde sökülüp monte edilebilen yapı tüm ihtiyaçlarını kendi karşılayabilen otonom bir çadır özelliğine sahiptir. Enerji ihtiyacından atıkların doğal olarak arıtılmasına kadar

tüm ihtiyaçları kendi karşılayabilmektedir. Küçük bir daire boyutundaki çadır, konforlu ve lüks bir deneyim sunmaktadır. Çadırın ön kısmında konaklayan kişiler için açık havada oturma deneyimi sağlayacak akşam bir portiko kullanılmaktadır. Bu yapı dünyadaki ilk taşınabilir beş yıldızlı butik oteli olarak lanse edilmektedir (Peterson, 2023). Şekil 7’de Autonomous Tent’in kendine özgü yapısının bulunduğu görsel yer almaktadır.

ArchiWorkshop, Güney Kore



Şekil 8. ArchiWorkshop Modüler Flow Görseli

Kaynak: (Mitchell, 2015).

ArchiWorkshop, Yang Pyeong’daki kırsal glamping alanında hizmet vermektedir. Şekil 8’ de yer alan görselde iki farklı tipte yapı bulunmaktadır. Bunlardan ilki “Modular Flow” olarak adlandırılmaktadır. Bir yapı dizi uzun, kavisli ve uzatılabilir modüler forma sahiptir. Diğer yapı ise, çember şeklinde boş bir plan ile tasarlanmıştır. Çadırların dış kaplamasında mekânın UV ışınlarından da korunmasını sağlayan yangına dayanıklı aynı zamanda su geçirmez her hava koşuluna dayanıklı bir kumaş kullanılmıştır. Giriş kısmı ise camdan yapılarak gün ışığının içeri girmesi sağlanmıştır (Borgobello, 2014).

Levelstudio, Tenir Eco Hotels, Kazakistan



Şekil 9. Tenir Eco Hotels Geniş Açık Görseli

Kaynak: (Gribaldi, 2021).

Eko otel konseptinde olan işletme Almatı'da, deniz seviyesinden yaklaşık 3000 metre yükseklikte bulunan modüler bir glamping tesisidir. Modüller çelik bir çerçeve ile birlikte taş yünü ve yalıtılan alimünyum panellerden üretilmiştir. Bu malzemeler dağdaki sert iklim koşullarına dayanıklı olabilmesi amacıyla kullanılmıştır. Dış cephe doğal ahşap kiremitler ve alimünyum paneller ile oluşturulmuştur. İç mekânda ise sauna kullanılmıştır (Andreas, 2021). Şekil 9'da Almatı'da bulunan işletmenin kış dönemine ait görseli bulunmaktadır.

ThreeHotel Sweden



Şekil 10. ThreeHotel Mirrorcube Görseli

Kaynak: (The Coolist, 2024).

İsveçte bulunan ve ağaç ev konseptiyle hizmet veren tesis modern bir tasarıma sahiptir. Şekil 10'da yer alan görselde Mirrorcube olarak adlandırılan yapı görülmektedir. Müşteriler ağaç evlerinden yakın mesafedeki restorana gidip yemeklerini yiyebilmektedir. Bölge misafirlere köpek kızıağı ile gezme, kano yapma ve buzda balık tutma gibi aktivitelerin yapılmasına imkân sağlamaktadır (Nulty Ligthing, 2024).

Inara Camp



Şekil 11. Inara Camp İç Mekân Görseli

Kaynak: (Inara Camp, 2024).

Marakeş'e bir saat uzaklıkta, Agafay Çölü'nde 19 çadır suiti ile hizmet veren tesisin içinde iki havuz ve yüksek kaliteli bir restoran yer almaktadır. Tüm çadırlar en üst düzeyde konfor sunmakta ve gerekli elektrik altyapısı mevcut bulunmaktadır. Tesis, burada konaklayan misafirler için kum tepelerinde yürüme ve deve ile gezinti yapma imkânı sunmaktadır (Perez, 2024).

8. TÜRKİYE'DE GLAMPİNG TURİZMİ VE BAZI ÖNEMLİ TESİSLER

Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi ve iklim çeşitliliği ülkenin farklı coğrafyalarında çeşitli glamping tesislerinin kurulmasına imkân vermektedir. Bu tesislerin bazıları sadece yazın veya kış aylarında daha çok tercih edilirken kimi işletmeler ise dört mevsim ziyaretçilerine işletmelerin sahip olduğu konseptte uygun olarak hizmet verebilmektedir. İşletmeler, tesislerindeki çadırlarda, ahşap evlerde, karavanlarda veya tiny houselerde misafirlerini ağırlayabilmektedir. Türkiye'de bazı glamping destinasyonları öne çıkmaktadır. Antalya'nın Adrasan bölgesinde ve Ege'de Muğla ilinde birden fazla ziyaretçilerine glamping turizmi sağlayan işletme bulunmaktadır (Olçay ve Turhan, 2017). Marmara bölgesinde ise Sapanca son yıllarda popüler hale gelen bir glamping destinasyonu konumundadır (Düzgün, 2021).

Longosphere Glamping

Türkiye'nin en büyük lüks glamping kampı olan Longosphere Glamping Türkiye'nin Kırıkkale ilçesinde yer almaktadır. Çadırların tavan kısmında gökyüzünü daha etkili şekilde görülmesini sağlayan panoramik tasarımla misafirlerine doğanın tadını çıkarma imkânı sağlamaktadır. Tesise yakın mesafede bulunan göl ve longoz ormanı ile misafirlere doğanın tadını çıkarma fırsatı vermektedir (Yenisoy ve Meydan Uygur, 2024). Mono Glamping Caravan'ın sahip olduğu çadırlara dair görsel şekil 12'de görülmektedir.



Şekil 12. Longosphere Glamping Dış Mekân Çekim Görselleri

Kaynak: (Ontrail Store, 2024).

Mona Glamping Caravan Suites

Mona Glamping Caravan Suites, İzmir'in Seferihisar ilçesinde yer almaktadır. Bu tesisin içerisinde birden fazla konaklama seçeneği bulunmaktadır. 3 dönüm arazi içerisinde 3 adet çadır, 1 adet 2 kişilik tiny house ve 5 farklı karavan seçeneği ile hizmet vermektedir. Yerli butik şaraplar da servis eden tesis konseptini "Glamping & Wine" olarak çeşitlendirmiştir. Glamping alanı içerisinde açık hava sineması, bisiklet ve hiking turlarının yanında şarap tadım etkinlikleri yapılmaktadır (Monacamp, 2024).



Şekil 13. Mona Glamping Caravan Suites Üst Plan Çekimi

Kaynak: (Kampbros, 2024).

Avalon Steppes

Muğla'da hizmet veren glamping tesisinin içerisinde Osmanlı ve İngiliz tasarımlarından esinlenilerek hazırlanan lüks oba çadırları bulunmaktadır. Çadır isimleri de tasarımından yola çıkarak Topkapı, Yıldız, Buckingham ve Kensington olarak adlandırılmaktadır. Çadırların içerisinde geceleri yıldızları daha rahat izleyebilme imkânı veren şeffaf tavan bulunmaktadır (Kampolog, 2024). Tesise ait çadırların görseli şekil 14'te yer almaktadır.



Şekil 14. Avalon Steppes'te Yer Alan 4 Çadırın Dış Görünümü

Kaynak: (Kampyeri, 2024).

Perdue

Perdue Fethiye ilçesinin Faralya köyünde yer almaktadır. Tesis, misafirlerine kayalıkların üzerinde kurulmuş olan yapıdan, Ölüdeniz'e doğru bakan bir manzara sağlamaktadır. Tesisin içerisinde 1 adet gastronomik deneyim yaşanabilecek restoran ve 1 adet bar bulunmaktadır. Yapının içerisinde her türlü konforlu imkân bulunurken aktivite olarak dalış, tekne gezisi, balık tutma, yoga ve masaj gibi çeşitli etkinlikler sunulmaktadır (Perdue, 2024). Kayalıkların üstünde yer alan işletmeye dair uzak plan görsele şekil 15'te yer verilmiştir.



Şekil 15. Perdue Uzak Plan Çekim Görseli

Kaynak: (Perdue, 2024).

Roleda Glamping Sapanca

Sakarya ilinin sapanca ilçesinde bulunan tesis bünyesinde üç farklı konaklama seçeneği sunulmaktadır. Her bir çadır lüks otellerin tesis ettiği hizmetleri yerine getirebilecek donanıma sahipken odaların içerisinde lüks mobilyalar ve jakuzi yer almaktadır (Roleda Glamping, 2024).



Şekil 16. Roleda Glamping Sapanca İç Mekân Görself

Kaynak: (Roleda Glamping, 2024).

9. ORDU İLİNDE GLAMPİNG TURİZMİ VE TESİSLERİ

Ordu ili iklim itibarıyla ılıman bir karaktere sahip iken bol yağışlar sayesinde bitki örtüsü çeşitliliği fazla olan ve doğal güzellikleri ön plana çıkan bir destinasyondur. Sahip olduğu iklim ve coğrafi şartlar Ordu ilinin kitle turizminden uzun süre faydanlanmasını sağlamaktadır. Turistler Ordu ilindeki deniz, kum ve güneş imkanlarında yeterli sürede yararlanmasalar da bölgenin sahip olduğu diğer doğal güzellikler şehrin sadece yaz aylarında değil tüm sene boyunca ilgi merkezi olmasına imkân tanımaktadır (Bahtiyar Karadeniz ve Sarı, 2018). Doğaya dayalı turizm, bu noktada Ordu ili için bir fırsat durumundadır. Doğaya dayalı turizm odak noktası doğa olan ve sürdürülebilir turizm felsefesiyle hareket eden turistler için önemli bir turizm türüdür. Doğaya dayalı turizm çeşitleri arasında; ekoturizm, macera turizmi, kırsal turizm, kuş gözlem turizmi (ornitoloji), dağ turizmi, yayla turizmi, su turizmi, glamping turizmi ile sağlık ve wellness turizmi yer almaktadır (Yılmaz ve Gürol, 2012). Ordu ilindeki bazı noktalarda farklı doğaya dayalı turizm faaliyetleri görmek mümkündür. Çambaşı yaylasında kayak turizmi, Boztepe ve Mesudiye tepelerinden yamaç paraşütüyle gerçekleştirilen macera turizmi, Ulugöl ve Gaga Gölü'yle birlikte ilin pek çok noktasında bulunan şelaller ile su turizmi, Korgan ve Çambaşı yaylalarında bulunan doğal güzelliklerin ziyaretiyle yayla turizmi faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Bahtiyar Karadeniz ve Sarı, 2018). Ayrıca, doğa yürüyüşü yapmaya müsait doğal güzellikleriyle ön plana çıkan yerler de bulunmaktadır. Yoroç Kent Ormanı bu alanların en popüler olanıdır. Ordu ilinde özellikle son 10 yıllık süreç içerisinde hem devlet hem de özel işletmelerin girişimleriyle insanların rahatça konaklayabilecekleri aileleriyle vakit geçirebilecekleri bungalovlar ve

tiny houselar inşa edilmektedir. Bu konseptin daha iyi değerlendirilebilmesi ve glamping turizminin bölgede tanınır hale gelmesi bölge ekonomisine katkıda bulunma imkânı sağlamaktadır (Yeşil ve Güzel, 2021).

Çambaşı Doğa Tesisleri



Şekil 17. Çambaşı Doğa Tesisleri

Kaynak: (Çambaşı Doğa, 2024).

Çambaşı Doğa Tesisleri'nde toplamda 12 adet bungalow bulunmaktadır. Suit ve standart oda seçenekleri bulunan tesiste bir evde bulunması gereken tüm eşyalar yer almaktadır. Çam ağaçları arasına inşa edilen evler kayak yapılan alanı kuşbakışı izlenebileceği bir konumda bulunmaktadır. Tesisin içerisinde yer alan telesiyej, snow tube, kar motoru, zipline, kızak ve kayak etkinlikleri ile bungalowda konaklayan kişiler için donanımlı bir kış sporu yapabilmeye imkanını da tanımaktadır. Tesis içerisinde aynı zamanda bir restoran bulunmaktadır (Çambaşı Doğa, 2024). Şekil 17'de Çambaşı doğa tesislerine ait bungalowun görseli yer almaktadır.

Sayacabaşı Bungalow



Şekil 18. Sayacabaşı Bungalow Dış Plan Çekim Görseli

Kaynak: (Mehtap Değirmenci, Kişisel Görüşme, Aralık 2024).

Ordu ilinin Ulubey ilçesinde yer alan tesis 6 adet 4 kişilik bungalov, 12 adet dome çadır ve 11 Barbekü alanından oluşmaktadır. Buraya gelen misafirler mesire alanında yürüyüş yapabilirken çocuklar için de oyun alanı da bulunmaktadır. Ayrıca, tesisteki dome çadırlarda piknik yapabileme imkânı da sunulmaktadır. (Mehtap Değirmenci, Kişisel Görüşme, Aralık 2024). Sayacabaşı bungalovun dıştan görünümüne dair görsele şekil 18’de yer verilmiştir.

Çambaşı Armutalan



Şekil 19. Çambaşı Armutalan Tesisi Üst Görünümü

Kaynak: (Karlıbel, 2024).

Ordu ilinin Çambaşı Yaylası, Armutalan Obası ’ndaki tesis yaklaşık 60 dönüm arazi üzerine inşaa edilmiştir. İşletme içinde 2 kişilik 1+1 ve 6 kişilik 4+1 taş evlerde misafirlerini ağırlayan tesis, çam ormanlarıyla çevrili durumdadır. Tesis doğa yürüyüşü yapmak isteyen misafirler için geniş bir alan sunmaktadır (Karlıbel, 2024). Geniş bir alana sahip tesise dair görsel şekil 19’da yer almaktadır.

Akkuş Kertil



Şekil 20. Akkuş Kertil Tesisinin Dış Plan Görünümü

Kaynak: (Akkuş Belediyesi, 2024).

Akkuş ilçesinde şehir merkezine 15 km mesafede ve 1.400 metre rakımda bulunan tesis, zengin bitki örtüsü çeşitliliğine sahiptir. Orman içinde gürgen, meşe, kestane, kayın, çam gibi ağaç çeşitleri bulunmaktadır. Tesis civarında yürüyüş, piknik, bisiklet turu ve mangal yapılabilir. Ahşap ve doğal malzemelerle yapılan bungalov evler, geniş pencereleri sayesinde doğayı daha rahat gözlemleyebilme fırsatı sunarken bungalov evlerdeki şömineler kış vakti ziyaret eden misafirler için ısınma olanağı vermektedir (Ordu Yorum, 2023).

Lara Bungalov Suit



Şekil 21. Lara Bungalov Suit Dış Plan Görünümü

Kaynak: (Derya Yeliz Çalış, Kişisel Görüşme, Kasım 2024).

Perşembe ilçesinde bulunan Lara Bungalov, Suit yaklaşık 1300 metrekarelik bir alanda hizmet vermektedir. Tesisin tamamı ise 8500 metrekaredir. Tüm evlerde 4 adet çift kişilik yatak bulunmakta ve 9 kişiye kadar bir evde konaklama imkânı vermektedir. Her evin kendine özel bahçesi ve veranda kullanımı yer almaktadır. Evlerin birbirini görmemesi sağlanarak gizlilik ön planda tutulmuştur. Ayrıca, her evde şömine soba ve jakuzi bulunmaktadır (Derya Yeliz Çalış, Kişisel Görüşme, Kasım 2024). Lara Bungalov Suit'e ait bungalovlara dair görsel şekil 21'de yer almaktadır.

İteniçi Bungalov



Şekil 22. İteniçi Bungalov Dış Plan Görünümü

Kaynak: (Özge Arslan, Kişisel Görüşme, Kasım 2024).

İşletme Korgan ilçesinde 5 hektarlık bir alanada zengin bitki örtüsüne sahip bir mesire alanı içerisinde bulunmaktadır. Tesis içinde 10 adet 4 kişi kapasiteli bungolov bulunmaktadır. Bungalovlar jakuzi, klima ve şömine olanaklarıyla misafirleri için gerekli konfor alanını oluşturmaktadır. Tesis içerisinde bir adet 200 kişilik restoran da bulunmaktadır. İşletmede konaklayan misafirler için amatör bir kayak tesisi bulunurken doğa yürüyüşü yapmak isteyen kişiler için de yürüyüş alanları yer almaktadır (Özge Arslan, Kişisel Görüşme, Kasım 2024).

Ünye Çet Dağı Turizm Kompleksi, My Villas Otel



Şekil 23. My Villas Otel Dış Plan Görünümü

Kaynak: (Murat Ay, Kişisel Görüşme, Kasım 2024).

Mesirekkuş karayolunun 14.km'sinde bulunan ve 400m rakıma sahip bir mesire alanında hizmet veren olan Çet Dağı Turizm Kompleksi'nde 23 adet bungalov bulunmaktadır. Bungalovlar bir evde bulunması gereken tüm eşya ve altyapıyı bünyesinde bulundurmaktadır. 500 metrelik açık havuz, yürüme parkuru, mesire alanı, çocuk oyun alanı, çim futbol sahası, karavan kamping, ATV sürüş alanı gibi etkinlikler misafirlerin yararlanabileceği etkinlikler arasındadır (Murat Ay, Kişisel Görüşme, Kasım 2024). Çet Dağı'nda bulunan işletmeye ait bungalov şekil 23'te görülmektedir.

SONUÇ

Dünya genelinde doğa temelli turizm faaliyetleri yaygınlaşmakta ve bu durum turizmden büyük gelir elde eden ülkeri konu üzerine daha çok eğilmelerine teşvik etmektedir (Da Mota ve Pickering, 2020). Bu hususta Ordu ili doğal güzellikleri ve imkanlarıyla Türkiye'de glamping turizmi yapmak isteyen turistler için uygun ortamı sağlamaktadır. Bununla birlikte Ordu ilindeki birçok ilçede özellikle bungalov yapılar üzerine girişimlerin ve tesislerin olduğu görülmektedir. Ancak

hem özel işletmelerin hem de belediye bünyesinde hizmet veren tesislerin tanıtım problemi bulunmaktadır. Bu konu üzerine eğinilmesi ve pazarlamanın daha etkin yapılması durumunda işletmelerin kendini daha geniş kitlelerle buluşturmasının mümkün olacağı düşünülmektedir (Gürbüz ve Zeybek, 2024). Ayrıca, ılıman ve yağışlı bir iklime sahip olan ilin 12 ay konaklama imkânı sağlayacak glamping tesislerinin daha fazla yaygınlaşması yerel halkın da kalkınmasına katkıda bulunacaktır. Glamping turizmi kapsamında ele alındığında Ordu ilinin daha çok bungalov yapıları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Yeni açılacak glamping tesislerinin çadır, tiny house, karavan gibi farklı türlerde kurulması çeşitliliği sağlama ve turistlerin ilgisini çekme konusunda avantaj sağlayacağı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkuş Belediyesi. (2024). *Erişim adresi: <https://akkus.bel.tr>*. Erişim tarihi: 17 Kasım 2024.
- Albă, C. D. ve Popescu, L. S. (2023). Romanian holiday vouchers: A chance to travel for low-income employees or an instrument to boost the tourism industry? *Sustainability*, 15(2), 1330.
- Andreas. (2021). *Almatı ekoturizm oteli Tenir açılışı*. Superfuture. Erişim adresi: <https://superfuture.com/2021/02/new-hotels/almaty-ecohotel-tenir-opening/>. Erişim tarihi: 5 Kasım 2024.
- Astbury, J. (2019). *Woodhouse Hotel Tuanjie ZJJZ Atelier Cabins, Çin*. Dezeen. Erişim adresi: <https://www.dezeen.com/2019/03/31/woodhouse-hotel-tuanjie-zjjz-atelier-cabins-china/>. Erişim tarihi: 17 Kasım 2024.
- Awang, K. W., & Zulkefli, N. S. (2023). Tourism Planning: Forces of Changes, Processes and Relationship.
- Baena, V. ve Cerviño, J. (2024). Tourism in the era of social responsibility and sustainability: Understanding international tourists' destination choices. *Sustainability*, 16(19), 8509.
- Bahtiyar Karadeniz, C. ve Sarı, S. (2018). Ordu ilinin doğal kaynaklara dayalı turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 11(61).
- Big Sky Tipi Holidays. (2024). *Tipi glamping in Sussex*. Erişim adresi: <https://bigskytipiholidays.co.uk>. Erişim tarihi: 9 Kasım 2024.

- Bilińska, K., Pabian, B., Pabian, A. ve Reformat, B. (2023). Development trends and potential in the field of virtual tourism after the COVID-19 pandemic: Generation Z example. *Sustainability*, 15(3), 1889.
- Borgobello, B. (2014). *Glamping for glampers*, Archiworkshop. New Atlas. Erişim adresi: <https://newatlas.com/glamping-for-glampers-archiworkshop/30753/>. Erişim tarihi: 10 Kasım 2024.
- Budiasa, I. M., Suparta, I. K. ve Nurjaya, I. W. (2019, Ekim). Implementation of green tourism concept on glamping tourism in Bali. In *International Conference on Applied Science and Technology 2019-Social Sciences Track (ICASTSS 2019)* (ss. 191-195). Atlantis Press.
- Braunstein, E. ve Houston, M. (2015). Pathways towards sustainability in the context of globalization: A gendered perspective on growth, macro policy and employment. In *Gender equality and sustainable development* (pp. 34–55). Routledge.
- Brochado, A. ve Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 17, 77-83.
- Craig, C. A. ve Karabaş, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 251-256.
- Ceylan, Y. Ve Serçek, G. Ö. (2023). Yeni turizm trendi glamping ve glamper turist pazarı. In A. Ünal, O. Çelen, E. Çilesiz ve E. Karaçar (Eds.), *Turizm ve destinasyon araştırmaları V* (pp. 49–86).
- Cusack, I. (2024). Dinner under the camel thorn trees: The safari tourist's travel back in time. *Food and Foodways*, 32(3), 234-254.
- Çambaşı Doğa. (2024). Erişim adresi: <https://cambasidoga.com>. Erişim tarihi: 5 Kasım 2024.
- Çoban, Ö. ve Ardiç Yetiş, Ş. (2019). The effect of customers' hotel experience on satisfaction: The mediating role of memorability. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos (ABET)*, 9(1), 1–12.
- Da Mota, V. T. ve Pickering, C. (2020). Using social media to assess nature-based tourism: Current research and future trends. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 30, 100295.
- Demircioğlu, A. ve Demir, Ş. Ş. (2023). Glamping turizminin sürdürülebilir kırsal kalkınma üzerindeki etkisi: Fethiye örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 106-120.
- Düzgün, E. (2021). Pandemi sonrası yeni turist tercihi: Glamping turizmi. *Ordu*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 11(1), 145-158.

- Ergüven, M. H. ve Kutlu, A. Y. D. (2019). Turistik ürün çeşitlendirme bağlamında hibrit turizm: Glamping örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 11(41), 255-265.
- Glamping Association. (2024). *History of glamping*. Erişim adresi: <http://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php>. Erişim tarihi: 13 Kasım 2024.
- Giannoukou, I., Fafouti, E. ve Halkiopoulou, C. (2022, Eylül). Behavior analysis of glamping as a novel tourism marketing trend. In *International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism* (ss. 537-562). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Gök, B. ve Özhasar, Y. (2023). Glamping işletmelerinde asgari standartların belirlenmesi: Keşfedici bir nitel çalışma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 821-830.
- Güvenol, B. ve Sarıbaş, S. K. (2022). Konaklama sektöründe sürdürülebilirlik: Glamping işletmeleri örneği (Sustainability in the hospitality industry: The example of glamping facilities). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2369-2393.
- Grand View Research. (2023). *Glamping market size, share & trends analysis report by accommodation (cabins & pods, tents, yurts, treehouses), by age group, by region, and segment forecasts, 2023 - 2030*. Erişim adresi: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market>. Erişim Tarihi: 13 Kasım 2024.
- Garibaldi, D. (2021). *Future-oriented hospitality* (Bachelor Double Degree Program, Industrial Design of Beijing University of Chemical Technology; Design del prodotto e della comunicazione presso l'Università degli Studi di Genova Dipartimento Architettura e Design).
- Gürbüz, S., & Zeybek, R. (2024). Gastronomi ve İnovasyon. F. Özkaya (Ed.), *Gastronomide Ürün Geliştirme ve Duyusal Analiz* (ss. 1-17). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hapsari, R., Hussein, A. S., Ghofar, A. ve Hanafiah, M. H. (2024). From first visit to forever fans: crafting customer loyalty in glamping through experience quality and engagement. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2416938.
- Jokkala, S. (2023). *An authentic overnight experience: What does glamping look like from the perspective of foreign luxury tourists visiting Finland?* (Bachelor's thesis, Haaga-Helia University of Applied Sciences).

- Kampbros. (2024). *Türkiye 'nin en iyi 20 glamping tesisi*. Erişim adresi: <https://kampbros.com/turkiyenin-en-iyi-20-glamping-tesisi/>. Erişim tarihi: 6 Kasım 2024.
- Kampolog. (2024). *Avalon Steppes lüks glamping tatilleri*. Erişim adresi: <https://kampolog.com/listing/avalon-steppes-luxury-glamping-holidays>. Erişim tarihi: 4 Kasım 2024.
- Kampyeri. (2024). Erişim adresi: <https://kampyeri.org>. Erişim tarihi: 10 Kasım 2024.
- Kang, N., Feng, Y. ve Lin, J. (2024). Why do Chinese glampers recommend it? The role of original ecology environment in a glamping experience. *Journal of China Tourism Research*, 20(4), 734-752.
- Karlıbel. (2024). *Armutalan yayla evleri*. Erişim adresi: <https://www.karlibel.com.tr/tr/armutalan-yayla-evleri/>. Erişim tarihi: 4 Kasım 2024.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J. ve Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: Motivation and subjective well-being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, 76-96.
- Korkmaz, E. (2019). *Ekoturizm alanındaki gelişmelerden glamping 'in uygulanabilirliği: Datça yöresinde bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turkey).
- Liberato, P., Coelho, J. ve Liberato, D. (2023). Attributes associated with the glamping concept: An empirical study. *Revista Turismo & Desenvolvimento = Journal of Tourism & Development*, 40, 9-21.
- Lunawood. (2024). *Minimalism with sustainable tiny house materials*. Erişim adresi: <https://lunawood.com/story/sustainable-tiny-house-materials>. Erişim tarihi: 5 Kasım 2024.
- Mitchell, K. (2015). *Luxurious Korean tent pods expand the world of "glamorous camping"*. Erişim adresi: <https://mymodernmet.com/archiworkshop-glamp-tents>. Erişim tarihi: 8 Kasım 2024.
- Monacamp. (2024). *Mono Glamping*. Erişim adresi: <https://www.monacamp.com/blog-1>. Erişim tarihi: 4 Kasım 2024.
- Morrison, A. M., & Buhalis, D. (Eds.). (2023). *Routledge handbook of trends and issues in global tourism supply and demand*. Taylor & Francis.
- Nellemann, C. (2024). *Travel trailers*. Erişim adresi: <https://tinyhouseblog.com/travel-trailers>. Erişim tarihi: 7 Kasım 2024.
- Noroози, H. (2023). *Sustainable tourism development in Iranian nomadic areas: Study of socio-cultural, economy, environment, and political aspects of Iranian pastoral nomads, and development of sustainable tourism in nomadic areas of Iran* (Doctoral dissertation, Università Degli Studi Di Milano, İtalya).
- Nulty Lighting, (2024). *Treehotel, Sweden*. Lighting Design Consultants. Erişim adresi:

- <https://www.nulty.co.uk/projects/treehotel-sweden/>. Erişim tarihi: 2 Kasım 2024.
- Olçay, A., & Turhan, U. (2017). Türkiye’de glamping hizmeti veren işletmelerin sahip ve yöneticilerinin “Yeni Turizm Trendi Glamping” ile ilgili görüşleri (Muğla ve Antalya örneği). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4), 980-996.
- Ontrail Store. (2024). Erişim adresi: <https://ontrailstore.com/blogs>. Erişim Tarihi: 8 Kasım 2024.
- Ordu Yorum. (2024). *Akkuş Kertil*. Erişim adresi: <https://www.orduyorum.com>. Erişim tarihi: 8 Kasım 2024.
- Perkins, N. ve Twose, S. (Eds.). (2015). *On the edge: Glamping: Design investigations in the New Zealand landscape*. Victoria University of Wellington.
- Perez, L. (2024). *Inara Camp*. Erişim adresi: <https://www.i-escape.com/inara-camp>. Erişim tarihi: 6 Kasım 2024.
- Petrusa, I. ve Vlahov, A. (2019). The role of glamping in development of camping tourism offer—Possibilities and future prospects in the Republic of Croatia. In *Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business* (ss. 834-844). University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
- Plog, S. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24.
- Perdue. (2024). *Perdue*. Erişim adresi: <https://perdue.com.tr>. Erişim tarihi: 4 Kasım 2024.
- Peterson. (2023). *Autonomous Tent*. Erişim adresi: <https://coloradobiz.com/autonomous-tent-co-s-movable-five-star-hotels/>. Erişim tarihi: 6 Kasım 2024.
- Pop, A. M., Marian-Potra, A. C., Hognogi, G. G., & Puiu, V. (2024). Glamping tourism as a sustainable response to the need to reinvigorate domestic tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100803.
- Reykjavik Domes. (2024). *A unique way to comfortably experience nature*. Erişim adresi: <https://www.reykjavikdomes.com>. Erişim tarihi: 6 Kasım 2024.
- Roleda Glamping. (2024). *Roleda Glamping*. Erişim adresi: <https://www.roledaglamping.com>. Erişim tarihi: 3 Kasım 2024.
- Sakáčová, K. L. (2013). *Glamping: Nature served on a silver platter* (Master’s thesis, Aalborg University, Danimarka).
- Summit at Bend. (2024). *Luxury caves: An unforgettable experience*. Erişim adresi: <https://summitbigbend.com/pages/luxury-caves>. Erişim tarihi: 25 Kasım

2024.

- Surdu, A. (2014). *Social media as a channel of communication with customers in the hospitality industry* (Doctoral dissertation, Delft University of Technology, Hollanda).
- Statista. (2023). *Number of users of the camping industry in Malaysia 2018-2027*. Statista. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1234567/malaysia-camping-industry-users/>. Erişim tarihi: 7 Kasım 2024.
- The Coolist. (2024). *Treehotel, Sweden*. Erişim adresi: <https://medium.com/@thecoolist/treehotel-sweden>. Erişim tarihi: 7 Kasım 2024.
- Trabattoni, L., Capotorto, M. ve Berizzi, C. (2024, Nisan). The sustainability of minimum space: Removable off-grid architecture for outdoor tourism. In *International Scientific Conference Environmental Challenges in Civil Engineering* (ss. 205-221). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Uzır, N. Z. M. (2024). Best practices and challenges of farm tourism in Malaysia. *FFTC Journal of Agricultural Policy*, 6, 50–59.
- Yenisoy, C. ve Uygur, S. M. (2024). Lüks kampçılık (glamping) turizmine yönelik bir alanyazın incelemesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 27(1), 106-122.
- Yetiş, Ş. A. (2021). Kapadokya’da turistik ürün olarak kamping mi glamping mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 131-148.
- Yeşil, M. ve Güzel, M. (2021). Ordu ili Asarkaya Kent Ormanı ve Yoroz Kent Ormanı ile Çınarsuyu Tabiat Parkı ve Ulugöl Tabiat Parkı’nın rekreasyonel potansiyel yönünden karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 11(3), 975-987.
- Yıldırım, G. ve Erkalıç, E. (2019). An overview of glamping tourism within the context of the Middle East tourism: The case of Turkey. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 475-489.
- Yılmaz, G. Ö. ve Gürol, N. K. (2012). Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 23-32.
- Xiang, K., Cao, Y., Qiao, G. ve Li, W. (2023). Glamping: An exploration of emotional energy and flow experiences in interaction rituals. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101149.

7. BÖLÜM

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATİNİN SAĞLANMASINDA MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN ETKİSİ: MEŞHUR PİDE ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Meryem SET

Ordu Üniversitesi

Otel Lokanta İkrâm Hizmetleri

meryemset@odu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7662-5240>

Prof. Dr. Cavit YAVUZ

Ordu Üniversitesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

yavuzcavit@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9279-1740>

GİRİŞ

Müşteri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinin önemi günümüzde işletmeler tarafından daha iyi anlaşılmaya başlamıştır. Çünkü müşteriler işletmelerin kar getiren unsurlarıdır. Her işletmenin başarısının ve varlığının temelini müşteriler oluşturur. Müşteri işletmenin gelirini, güvencesini, geleceğini sağlayan gerçek patronudur. İşletme yatırımlarını finanse eden, çalışanların ücretlerini ödeyen, takdir ve teşekkürü, ilgi ve özeni hak eden kişi müşteridir (Burucuoğlu, 2011). Taşkın (2005) tarafından yapılan tanımlamaya göre müşteri,

ticari veya kişisel amaçları için, bir işletmenin belirli bir malını satın alan kurumlar veya kişilerdir. 1980’li yıllarla birlikte gelişen toplam kalite yönetimi anlayışı ve daha sonrasında 1990’larda müşteri ilişkileri yönetimi yaklaşımı müşterinin önemini artırmış, müşteriler işletmelerin sermayesini oluşturan güç haline gelmiştir. Müşterinin talep, beklenti ve ihtiyaçlarını müşteriden önce tam olarak belirleyerek ürün ya da hizmeti sunmak müşteriye odaklanmaktır. Hizmet öncesi, hizmet ve hizmet sonrasında işletme ile müşteri arasında bilgi alışverişi olması bunu sağlamanın en önemli yoludur.

Kendi çalışanlarının en değerli varlık olduğunu anlayan işletmeler, çalışanlarının tatminini sağladıklarında müşterilerinin de memnun olacağını fark etmişlerdir. Müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulunduran işletmeler, ürünü üretim satışlarını ikinci planda tutmuş memnuniyeti sağlamayı amaçlamışlardır. Müşteriler hizmet aldıkları işletmelerden kendilerine değer veren, onları anlayan ve bunu her zaman hissettiren işletmeleri dikkate alır ve tercih ederler(Uyar, 2013). Müşterilerin sadakat düzeylerinin artması, işletme ile olan deneyimleri arttıkça pekişecektir (İlter ve Gökmen, 2009). Müşteriler ile düzenli olarak iletişim kurmak, ürün veya hizmetten memnun olup olmadıklarını kontrol etmek, müşterileri tanımaya çalışmak, müşterileri memnun edecek küçük hediyeler vermek, şikayetlerini dinleyip sorunlarını en kısa sürede çözüme kavuşturmaya çalışmak müşterileri memnun edecek ve işletmeye bağlılıklarını sağlayacaktır. Müşteriler yaşadıkları olumsuzlukları, şikayet kanalları vasıtasıyla etkili bir şikayet yönetim sistemi kuran işletmelere bildireceklerdir. Duygularını işletmeye ifade etme ihtimali yüksek olan tüketiciler, şikayetlerinin etkili bir şekilde yönetilip işletme tarafından kabul edildiğine inanan kişilerdir ve tedarikçilerini değiştirmezler, ağızdan ağıza iletişim yapmazlar (Fernandes ve Santos, 2008). Müşteri şikayet yolu ile beklentisini karşılamayan ürün ya da hizmeti dile getirmek istediğinde, sosyal medya, sözlü, telefonla ya da yazılı şikayet yollarını kullanarak işletmeye iletebilir. Şikayet eden müşteriler; etkili, verimli ve sonuç odaklı bir şikayet yönetim sistemi oluşturularak memnun bir müşteri haline getirilebilir(Bilge, F.A. 2010).

Müşterinin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş çözümler sunmak, onların kendilerini özel hissetmelerini sağlar ve sadakati artırır. Şikayeti çözdükten sonra, müşteriyle tekrar iletişime geçerek çözümün memnuniyet verip vermediğini sormak müşteriye kendisinin önemli olduğunu hissettirir ve işletmeye gelecekteki şikayetleri daha iyi yönetme fırsatı tanır. Aynı zamanda, müşteri sadakatini pekiştiren bir adımdır. Çalışanlar, müşteri şikayetlerini doğru

ve etkili bir şekilde ele alacak becerilere sahip olmalıdır. İyi bir eğitim, daha hızlı ve doğru çözüm üretmeyi sağlar.

1. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATI

Müşteri memnuniyeti, müşterinin hizmet ve ürüne yönelik beklentileri ve hizmet ya da ürünü kullanması ile elde ettiği deneyim arasındaki farklılığın ifade edilmesidir. Müşterinin hizmet veya ürüne karşı yüklediği kişisel algı onların bir parçası değil, memnuniyet ya da memnuniyetsizliktir. İşte bunun için aynı deneyim ya da hizmet ile karşılaşmalar bile müşteriler arasında memnuniyet farklılıkları görülmektedir (Banar ve Ekerkil, 2010). Eğitim, değer yargıları, sosyo-ekonomik ve kültürel çevre, inançlar, psikoloji, kendi deneyimleri müşterilerin ürün veya hizmet hakkındaki algısını oluşturur. Bu algılar doğrudan veya dolaylı olarak memnuniyetlerini ve satın alma davranışlarını etkiler (Yılmaz ve Karpat Çatalbaş, 2007).

Türk Dil Kurumunca yapılan tanımda sadakat, “içten bağlılık, sağlam, güçlü dostluk” şeklinde ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr, E.T. 21.02.2011). Müşteri sadakati, “müşterinin kendisi için başka alternatiflerinde mevcut olduğu bir ortamda, belirli bir işletmeye, satıcıya ya da ürün veya hizmete (markaya) yönelik duyduğu, hissettiği, içten (duygusal) bağlılık ve tesadüfi olmayan alışveriş eğilimi (tutumu), arzusu ve eylemi (sürekli tercihi)dir” şeklinde kapsamlı olarak tanımlanır (Bayruk ve Küçük, 2007). Sadık müşteriler işletmeye çok az uğrayan, ara sıra uğrayan ve devamlı uğrayan gruplar olarak ayrılabilir.

Müşteri memnuniyeti ve şikayet yönetimi konularının incelendiği çalışmalar uluslararası literatürde fazlasıyla yer almaktadır. Ülkemizde ise, müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerine çalışmaların daha çok, şikayet yönetimi ile ilgili çalışmaların daha az olduğu görülmektedir. Müşteri memnuniyetinin ve sadakatının sağlanmasında şikayet yönetiminin etkisine yönelik çalışmaların da sınırlılığı olduğu gözlenmektedir. Özgöz, ve arkadaşlarının (2022) yaptıkları çalışmada; müşteri şikayetleri yönetiminin müşteri memnuniyeti üzerine etkisini, online ortamlarda gerçekleştirilen alışverişlerde oluşan şikayetler ve bu şikayetler sonrası uygulanan şikayet yönetimi çabalarının müşteri memnuniyetini yeniden tesis etmedeki etkinliğini incelemişler ve uygulanan şikayet yönetim sisteminin müşterilerin memnuniyetinin arttırılmasında ve yeniden tesis edilmesinde pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Burucuoglu'nun (2011), "Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Artırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi" adlı tezinde Hazal Bisküvi ve Gıda Sanayi işletmesinin uygulamış olduğu şikayet yönetimi sistemiyle elde ettiği üstünlüğe değinmiştir. Çatı vd. (2008) "Müşteri Sadakati ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" adlı çalışmada pozitif ve güçlü bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir bulgusuna ulaşmıştır. Müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesi ile ilgili olduğu da aşikardır. Akşit Aşık (2026) tarafından yapılan çalışmada, işletmelerdeki hizmet kalitesinin müşterilerin memnuniyetini direkt etkilediği ortaya çıkmıştır. Müşterilerin memnuniyetinin dikkate alınması ve müşteri merkezli yaklaşımların olması ile hizmet kalitesi arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu başka bir araştırmanın sonucunda da görülmüştür (Soysal, 2015).

Hizmet kalitesinin çok boyutlu bir kavram olduğu Şahin ve Şen'in 2017 yılında yaptıkları bir araştırma da vurgulanmış ve kavramın, "güven ve empati, güvenilirlik, fiziksel güvenlik, heveslilik," boyutları olduğu açıklanmıştır. Hizmet kalitesinin bütün boyutlarıyla müşterilerin memnuniyetlerinin artmasında olumlu etkilerde bulunduğu, bu boyutlara ilişkin olumlu algının memnuniyet düzeyinin artmasına hizmet ettiği bu araştırma sonucunda vurgulanmıştır. Bilgin ve Kethuda (2017) tarafından yapılan çalışmada, işletmelerde verilen hizmetin kalitesinin müşterilerin memnuniyetine dönük etkisini analiz eden bir araştırmanın verilerine göre de, hizmet kalitesi boyutlarından fiziksel özellikler, güven ve empati boyutlarının müşterilerin memnuniyetinde pozitif bir etki bıraktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çatı ve arkadaşlarının (2008) müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yaptıkları bir çalışmada da müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasında pozitif ve güçlü bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir.

İşletmeler ve markalar bakımından memnuniyetin çok değerli ve önem arzettiği net bir şekilde görülmektedir. Şikayet yönetimi süreci müşterilerin memnuniyetin ortaya çıkması ve anlaşılması noktasında önemli bir ölçüm aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Şikayet konusu her ne kadar negatif bir algı oluştursa da işletmelerde memnuniyet yönetimi sürecinin sağlıklı bir şekilde yürütülmesinde değerli bir unsurdur. Müşteri şikayetlerine karşı sadakat sağlamak, bir işletmenin uzun vadede başarılı olabilmesi için kritik öneme sahiptir. Müşteri memnuniyetini artırmak ve şikayetleri etkin bir şekilde yönetmek, sadık bir müşteri kitlesi oluşturmanın temel yollarından biridir.

2. MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ

Alınan mal ve hizmetlerden memnun olunmayıp müşteriler tarafından yapılan olumsuz geri dönüşümler, şikayet olarak değerlendirilmektedir (Bell, vd., 2004:113). Müşterilerin iş dünyasına sundukları, işletmenin müşteri ile iletişim kurmasına fırsat veren bir durumdur (Barlow ve Moller, 2008). Yapılan bir çok çalışmada işletmelerin, duymak istemediği negatif tepkileri yönetmenin olumlu etkileri olduğunu görmüştür. İşletmeyi terk etme, negatif iletişim kurma, şikayet mercilerine başvurma ya da eskisi gibi satın alma davranışını gösterme memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin farklı davranışlarıdır (Fernandes ve Santos, 2008). Müşteri beklentilerinin karşılanmaması veya memnuniyetsizlik, yetersiz ürün, müşterinin ürünü yanlış kullanması, ürünün kusurlu olması, müşterinin işletmede çalışanlar tarafından kötü muameleye maruz kalması, müşteri beklentisinin işletmenin yarattığı imaj sonucu çok yüksek olması fakat beklentilerin karşılanmaması gibi durumlarda meydana gelmektedir (Odabaşı, 2015).

Sosyal medya, kullanıcıların internette aradığı, kullandığı ve içerik ürettiği interaktif iletişim platformu olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya kullanımı günümüzde çok fazla yaygınlaşmıştır. Sosyal platformlar üzerinden işletmeler ile ilgili yapılan yorumlar işletmenin ziyaret edilmesi ya da bilinirliğinin artması açısından önem arz etmektedir. Bir gastronomi işletmesini ziyaret etmek isteyen müşteriler artık yapılan öneriler ve yorumlara daha çok dikkat etmektedir. Yorumlar hem memnuniyet hem de memnuniyetsizlik üzerine olabilir ve işletmeye müşterileri ile ilgili iletişim kurma imkanı tanır. İşletmeler açısından oldukça önemli bir konu olan şikayet almak işlerin doğru bir şekilde yapılmasına fırsat olarak değerlendirilmektedir. Müşteri şikayetlerinin ele alındığı ve çözüm bulunduğu süreç şikayet yönetim sistemi olarak tanımlanmaktadır.

Kılıç, vd. (2012) otel işletmelerinde müşteri şikayetleri ve şikayetlerin değerlendirilmesi konusunda yaptıkları çalışmada otel işletmesinin şikayetler konusunda değerlendirmede bulunduğunu ve değerlendirmede cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu değişkenlerinde anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir. Karaman, vd. (2017: 85) kurumsal itibar oluşturma sürecine müşteri şikayet yönetimi, inovasyon ve öğrenmenin etkisi konusunda yaptıkları çalışmada seyahat acentelerinde müşteri şikayet yönetiminin kurumsal itibar üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Aydın Pekacar, (2017) şehir otellerinde müşteri şikayetleri ve çözüm yöntemleri üzerine görgül bir araştırma adlı tezinde şikayet yönetimi işletmelerin finansal ve finansal olmayan

performanslarını artırmakta son derece önemlidir vurgusunu yapmıştır. Yapılan çalışmalarda müşterilerin bazı demografik özelliklerinin müşterilerin şikâyet bildirimleriyle ilişkisi olduğu saptanmıştır. Şikâyet bildiriminde bulunan müşterilerle şikâyet bildiriminde bulunmayan müşteriler farklı demografik özelliklere sahiptirler ve farklı tutumlar sergilemektedirler (Day ve Landon 1977). Şikâyet bildiriminde bulunan ve bulunmayan müşterilerin demografik özelliklerinin bilinmesi ve müşterilerin iyi analiz edilmesi, işletmelerin üretim süreçlerini müşteri beklentileri doğrultusunda düzenlemesi açısından oldukça önemli bir konudur.

Bu çalışmalardan hiçbirinde restoran hizmeti sonrasında memnuniyetsizlikler, memnuniyetsizlikler sonucunda şikâyet davranışı ve şikâyet yönetim sistemi üzerinde durulmamaktadır. Bu yönüyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Müşteri şikâyetleri üzerine yapılan akademik çalışmalar, memnuniyet, memnuniyetsizlik, müşteri profili, şikâyetin türü, bildirimler, bildirimlerin kimlere yapıldığı konularında yoğunlaşmaktadır (Kılıç ve Ok, 2012:25). Bu araştırma hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin önemi ve memnuniyetsiz bir müşterinin şikâyetini anlayıp müşteri şikâyetleri yönetim sistemi çalışmaları sonucunda sadık müşteriler oluşturmanın değeri nedeniyle ortaya çıkmıştır. Çalışmanın amacı, hizmetten memnun kalmayan müşterilerin, memnuniyetini ve sadakatini yeniden sağlayabilmede şikâyet yönetiminin etkisini incelemektir.

Bu amaç doğrultusunda incelenen Ordu Altınordu'da faaliyet gösteren Meşhur Pidede son 6 ay içerisinde hizmet almış müşterilerin Google üzerinden yapmış oldukları yorumlar ve bu yorumlarda belirttikleri şikâyetler şu şekildedir:

Meşhur pidesini ve soslu tavuk yedik iki üründe çok güzel geldi. Eleştiri olarak yağı çoktu diyebilirim kişiye göre değişir. Mekan kesinlikle yetersiz. Kapıda sıra oluyor. Otopark sıkıntı birde çarşı içi olduğu için büyük problem. Karnınız aç araçla uğraşıp sonrada da kapıda beklemek insanı sinir ediyor. Onun haricinde sıkıntı yok. Fiyatlarda piyasa ile en fazla elli lira üstüdür.

Kıymalı pide, kuşbaşı pide, kiremitte et ve kiremitte kaşarlı köfte söyledik. Sıralama yapacak olursak en lezzetlisi kiremitte et idi. Pidelere gelecek olursak daha lezzetli çok pide yedik. Kıymalıları ince hamurlu söylememize rağmen normal hamurlu pide ile (kuşbaşı pide) aynı kalınlıktaydı. Pidelere üstüne koydukları tereyağı lezzetliydi. Kiremit yemeklerin yanında gelen pilav oldukça lezzetsizdi. Uzun süre beklemiş olabilir diye düşünüyoruz. ♀ Özetle; yüksek puan

ve yorum sayısını görerek denemeye geldik ama biz pek gelmeye değer olduğunu düşünmüyoruz(pide yemek için).

Ordu'nun yöresel pidenin en lezzetli yapıldığı yer diyebilirim Pastırmalı pide çok hoşuma gitti Kapalı pide tarzında geliyor üzerinde yöresel tereyağı var Gayet güzel. Restoran kalabalık olduğu için sıra bekleyebilirsiniz. Siparişiniz 30 dk civarında geliyor

Pide lezzetli üzerinde bol tereyağı ile geliyor, kıymalı yumurtalı ve kaşarlı denedik. Kıyması lezzetli. Tek sorun pide hamuru kalın biraz ekmeğimsi yapıda, daha ince ve çıtır olmasını beklerdim. Birde ikram yok sadece pide geliyor salata ezme turşu gibi minik ikramlar güzel olabilirdi.

Hafta sonu öğle saatlerinde gittiğimizde mekan oldukça kalabalıktı. Pide olarak birçok çeşit mevcut. Pide hamurunu ince olarak tercih edebiliyorsunuz . Biz ince tercih ettik ama maalesef gelen hamur bile normal pidelere göre kalın geldi. Onun dışında çok fazla yağlıydı. Evet pide yağlı olur ama bu resmen yağda yüzüyordu. Ben köy peynirli sipariş etmeme rağmen neredeyse tamamı ile kaşardan oluşuyordu. Köy peynirinin tadını alamadım o yüzden.

Pidenin ekmeği kalındı ve çıtır bir pide değil, porsiyon olarak bayağı büyük geldi ayrıca bol tereyağı ile servis ediliyor yanında herhangi bir ikram yok fiyatlar 250 tl bandından başlıyor. Kıymalı güzeldi, kuşbaşıyı beğenmedim. Çalışanlar ilgiliydi teşekkürler, son olarak çay ikramı var.

Günübirlik gezi için Ordu'dayım. Google tavsiyesine uyup ailece Meşhur Pideye geldik. İyi ki gelmişiz dedik. Pideler harika, karışık ızgarayı da beğendik. Tek sıkıntı, araç park yeri bulmak zor oldu. Bu gibi işletmeleri öne çıkarmalıyız ki kaliteleri aynı şekilde devam etsin.

Tek olumsuz durum garsonun yan masayı silerken masa üstündeki tüm kalıntıları bir tabağa toplamak yerine, yere doğru silmesiydi. Masayı temizlediğini sanırken oluşturduğu kirliliğin farkında olmadığı bilinçsiz ifadesinden okunuyordu.

Pide fiyatları ortalamanın üzerinde fiyatlandırmada fakat porsiyon büyüklüğü ve pidelerdeki malzeme yoğunluğu ile bunu dengeliyor. Puanlamada 1 yıldız kırmamın sebebi ise az bile olsa bir salata, yeşillik vs. ikramlarının olmaması ve çalışanların genel olarak güler yüzlü olmamaları.

Meşhur diye geldim, diğer pidedicilerden tek farkı vıcık vıcık yağ içinde gelen pide. Çok yağlı seviyorsanız olabilir. Çalışanlar isteksiz, zorla çalışıyor gibi bazıları. Çayı bile zorla getiriyorlar (Google haritalar, yorum).

3. YÖNTEM

Çalışmamızda nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği uygulanmış ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. Araştırma soruları önceden belirlenip görüşme formu hazırlandığı için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda Ordu ilinde bulunan restoranlardan biri olan Meşhur Pide ile ilgili son altı ayda hizmet almış kişilerin Google'de yapmış olduğu yorumlarda belirtmiş oldukları şikayetler ve gözlemlerimizle birlikte tarafımızdan oluşturulmuş olan yarı yapılandırılmış sorularla Meşhur Pide yöneticisi ile görüşme gerçekleştirilmiş ve yapılan görüşme sonucunda alınan verilerle analize gidilmiştir.

4. BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu bölümünde Ordu ilinde bulunan restoranlardan biri olan Meşhur Pide ile ilgili son altı ayda hizmet almış kişilerin Google'de yapmış olduğu yorumlarda belirttikleri şikayetler ve gözlemlerimizle birlikte tarafımızdan oluşturulmuş olan sorularla, işletmenin şikayet yönetim sisteminin müşteri memnuniyeti ve sadakatine etkisi incelenecektir. Okumuş olduğumuz yorumlarda belirtilen şikayetler genel olarak; ürün ile ilgili, mekan ile ilgili ve personel ile ilgili olarak gruplanabilir. Bu doğrultuda yapılan görüşmede Meşhur Pide yöneticisine aşağıdaki sorular yöneltilmiştir.

Soru 1- Bu kurumdaki göreviniz nedir?

Mutfak şefi olarak çalışıyorum, Meşhur Pide aynı zamanda aile işletmemiz olduğu için hemen hemen tüm birimlerinde çalıştım.

Soru 2- Müşteri memnuniyeti ve sadakati hakkında neler düşünüyorsunuz?

Müşteri memnuniyeti bir işletmenin devamlılığı için olmazsa olmaz bir unsur. Son dönemlerde yapılan bir araştırmaya göre gastronomi sektöründe açılan her 10 işletmeden 8 i bir yıl dolmadan kapanıyormuş. Bu da müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturamadığımızda ne olduğunu göstermektedir. Bizim gibi 1967 yılından beri hizmet veren bir işletmenin sadık müşterileri olmadan bu kadar süre bu zor sektörde barınamayacağı aşikardır diye düşünüyorum.

Yapılan görüşme sonucunda müşteri memnuniyeti ve sadakatinin çalışan tarafından benimsendiği ve sadık müşteri devamlılığının kurumsal kimlik oluşumunda önemli bir etken olduğu görülmüştür.

Soru 3- Müşteri şikayetlerinin memnuniyet ve sadakati nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?

Bu aslında her durum için geçerli. Mutlu olmadığımız bir yerde bulunmayız, diyelim ki bulunmak zorunda kaldık bir daha gitmeyiz. Bu nedenle müşteriyi bir daha o işletmeye tekrar sokmak için memnun olması gerekir ve bu bir zincir gibidir. Hizmetinle, ambiyansınla, lezzetinle, fiyatınla tekrar seni tercih etmesini sağlaman gerekiyor. Ustalarım ve çıraklarım hep şunu söylüyorum, insanlar bu mekana biz işimizi iyi ve tutarlı yaptığımız için geliyor eğer kalitemizi bozarsak, standardımızı değiştirirsek bir daha gelmezler. Yılların hatırına belki bir şans daha verirler ama emin olun bu şans iki olmaz.

Yapılan müşteri şikayetlerinin, kurumda verilen hizmetin aksayan yönlerini görmek ve çözüm yolları geliştirmek açısından çok önemli olduğu ayrıca memnun ve sadık müşteri oluşturmak açısından değeri yöneticinin verdiği cevaptan açıkça anlaşılmaktadır.

Soru 4- Kurumunuzla ilgili Google yorumlardan şikayetleri okuyor musunuz?

Şikayetleri de memnuniyetleri de kısaca her yorumu dikkate alıp aylık toplantılarımızda okuyoruz. Bunun yanında her kat kasa ve şef garsonlarına da müşteriler olumlu olumsuz ne söylerse not alınması talimatını verdik. Bu görüşler de aylık toplantılarda tüm sosyal medya platformlarındaki yorumlarla birlikte tasnif edilerek personele okunuyor.

Yönetici bu soruya verdiği cevapta olumlu olumsuz bütün yorumların bilgi paylaşımı kapsamında kurumda çalışan personelin tamamıyla paylaşıldığını belirtmiştir. Bu durum kurumun şeffaflığını ve sorunları gidermede çalışanlar arasında sorumluluğun paylaşılmasının müşteri memnuniyeti açısından değerini ortaya koymaktadır.

Soru 5- Kurumunuzdan son altı ay içerisinde hizmet alan müşterilerin yorumlarında ürün ile ilgili; pidenin çok yağlı olması, hamurunun kalın olması, lezzetsiz olması, yan ürünlerle desteklenmemesi gibi şikayetler karşılığında nasıl bir uygulama gerçekleştirdiniz?

Sırasıyla gidecek olursak, pidenin orijinali bol tereyağlı zaten. Biz ordunun ilk pide restoranyız ve ilk kurulduğumuz yıllarda ürünün adı halk arasında pide değil yağlı, hala eskiler yağlı der. Bu yüzden tereyağlı olması normal. Fakat bu durum ile ilgili şöyle bir önlem aldık, gerek menümüzde gerek işletmemizde bulunan ekranlarda yağ oranını müşterinin seçebileceği belirtiliyor fakat müşteri hiç bir şey söylemezse tabi ki görece yağlı oluyor. Hamur durumu da aynı şekilde

bizim pidemizin özelliği yumuşak olması fakat yine müşteri isterse ince hamurlu yaptırabiliyor. Hiçbir şey söylemezse standart yapılıyor. Zaten müşterinin yüzde 95'i de standart hamur ve bol tereyağlı seviyor. Lezzetsiz olması yorumuna katılmıyorum, ürünü lezzetsiz olan bir işletme 58 yıl ayakta kalıp 53 personel istihdam edemez. Yan ürün ikramıyla ilgili olarak bizim pidemiz piyasadaki normal bir pidenin bir buçuk katı büyüklüğünde ve aynı hatta daha uygun fiyatlı ve fazlasıyla doyurucu. Bir dönem ikramda bulunduk çok fazla israf oldu. Müşteriye sebebini sorduğumuzda pide çok büyük bitiremedik şeklinde yorumlar aldık bu yüzden ekstra bir ikram sunmuyoruz.

Ürün ile ilgili yorumlarda belirtilen şikayetlere, yöneticinin verdiği cevap doğrultusunda şikayetler değerlendirilmiş ve müşterilere farklı alternatifler sunulmuş olması müşteri memnuniyetine verilen önemi göstermektedir. Ayrıca lezzetsiz oluşuna kesinlikle katılmaması, kurumun müşteriler tarafından tercih edilirliğine bağlı olarak yarım asırdan fazla hizmet sektöründe olması ile ilişkilendirilmektedir. Yan ürün kullanımına verilen cevap müşteri görüşlerine verilen değeri göstermektedir. Görüşlerine değer verilen müşteri ise memnun ve sadık müşteri potansiyeli yüksek olan grubu oluşturmaktadır.

Soru 6- Kurumunuzdan son altı ay içerisinde hizmet alan müşterilerin yorumlarında mekan ile ilgili; mekanın yetersiz olması, otopark alanının olmaması, bekleme süresinin uzun olması gibi şikayetler karşılığında yaptığınız çalışmalar nelerdir?

İşletmemiz yılın sadece 2 aylık kısmı için yetersiz olabilir, bunun sebebi de Ordu nüfusunun nerdeyse 3 katına çıkması ve bizim çok fazla gurbetçi müşterimiz olması. Buna yapabileceğimiz bir şey yok, insanlara bizi tercih etmeyin diyemeyiz. Fakat şu şekilde önlem alıyoruz. Yılın 10 ayı bize 2 fırın çalıştıracak personel yetecekken tüm yıl 3 fırın çalıştıracak personel istihdam ediyoruz. Bunu tüm birimlerde bu şekilde yani en yoğun zamana yetecek kadar personeli tüm yıl çalıştırıyoruz. Bunun maddi külfetini düşünmüyoruz çünkü müşteri memnuniyeti bizim için çok önemli.

Yöneticinin bu soruya verdiği cevapta kurumda mekan ile ilgili yorumlarda belirtilen şikayetler değerlendirilmiş, mekanın yoğun olduğu dönemler vurgulanmış, önlemler alınmış fakat otopark sorunu ile ilgili hiçbir görüş belirtilmemiştir. Otopark sorunu ile ilgili bir görüş belirtilmemiş olması kurum açısından bir eksiklik olarak görülmektedir.

Soru 7- Kurumunuzdan son altı ay içerisinde hizmet alan müşterilerin

yorumlarında personel ile ilgili; masa temizliği, güler yüzlü olmamaları, isteksiz çalışmaları gibi şikayetlerle ilgili olarak personelle nasıl bir çalışma yaptınız?

Bu bahsettiğiniz durum en yoğun olduğumuz dönem için geçerli. Elimizden geldiği kadar personelimizi motive etmeye çalışıyoruz fakat herkesin aynı saatlerde hizmet almak istemesi aşırı bir yoğunluğa sebep oluyor. Bu durumda bazen istemesek te sıkıntılar yaşanabiliyor. Daha öncede bahsettiğim gibi maksimum sayıda ve tecrübeli personelle çalışarak bu durumu minimize etmeye çalışıyoruz.

Personel ile ilgili belirtilen şikayetlerin farkında olduğu ve şikayetlerin değerlendirildiği, yapılan çalışmaların samimiyetle dile getirildiği fakat sıkıntılarında yaşandığı yöneticinin bu soruya verdiği cevapta görülmektedir. Müşteri memnuniyetini sağlamak açısından personele verilecek eğitim konuları şikayetler doğrultusunda seçilmelidir.

Soru 8- Kurumdan memnun olmayan müşterilerle yorumları okuduktan sonra nasıl bir iletişime geçtiniz?

Eğer yorum gerçekçi ise direkt mesajdan yazarak iletişime geçiyoruz ve tabiri yerindeyse kendimizi affettirmeye çalışıyoruz.

Memnun olmayan müşteriler ile ilgili hızlı ve çabuk dönütler yapmak müşteriye önemsenme kapsamında mutlu edecektir. Kurumun bu konuda yaptığı uygulama müşteri memnuniyetine ve sadık müşteriler oluşturma kapsamında şikayetlere verdiği önemi vurgulamaktadır.

Soru 9- Kurum olarak sizlerin olumlu çabalarını gören müşterilerinizin tekrar kurumunuzu ziyaret ettiğini nasıl anlarsınız?

Bizim personelimiz uzun yıllardır bizimle çalışıyor bu sebeple müşterilerin genelde yüzlerine aşınalar hatta çoğu müşterinin ne yiyeceği önceden bilinir. Paket serviste de kullandığımız yazılımın özelliği gereği kayıtlı müşterinin son 5 siparişı görünüyor. Müşteriye adıyla hitap edip ne istediğini bilmemiz müşterimizin hoşuna gidiyor ve bir aidiyet oluşturuyor.

Kurumda çalışan personelin çalışma sürelerinin uzun olması müşterileri tanıma, tercihlerini bilme noktasında pozitif etki sağlamaktadır. Ayrıca kullanılan sipariş sisteminin özelliği ve müşterinin ismi ile hitap edilmesi kurumsal iletişime verilen önemi göstermektedir.

Soru 10- Şikayet yönetim sistemi hakkında en iyi sonuç aldığınız yöntem hangisidir?

Yüz yüze olan şikayet ve memnuniyetler daha etkili oluyor anında müdahale ediyoruz ve müşterimizin memnun ayrılmasını sağlamaya çalışıyoruz.

Yöneticinin verdiği cevapta memnun ve sadık müşteriler oluşturabilmek için kurumun şikayet yönetim sisteminde anında müdahalede müşteri memnuniyetinin daha çok sağlandığı ve şikayetin giderilmesinde daha etkili olduğu vurgulanmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi sektöründe yaşanan gelişmeler, hizmet kalitesinin ve rekabetin artması, sunulan hizmetlerin çeşitlenmesi, sosyal medya platformlarının etkisi gibi nedenler daha iyi hizmet sunmak açısından işletmeleri zorlamaktadır. İşletmeler, müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda müşteri şikayetlerini en aza indirmek ve gelişen pazarda ayakta kalabilmek için müşterileri tatmin edici çözümler bulmayı amaçlamaktadır. Müşterilerini elde tutarak sadık müşteriler oluşturmak, müşteri kayıplarını önlemek, ve işletmenin karlılığını artırmak için stratejiler geliştirilirken müşteri hep odak noktasında olmuştur. Müşteri memnuniyeti ve sadakati için önemli bir konu olarak şikayet konusu karşımıza çıkmaktadır.

Memnuniyetsizlik yaşayan bir müşteri, işletmenin kaybettiği müşteri değil, memnuniyetsizliğine işletmenin haberdar olduktan sonra çözüm bulduğu zaman tekrar memnun müşteri hâline gelebilecek ve yine o işletmeden hizmet satın alabileceği bir müşteridir. Memnuniyetsizlik yaşayan müşterinin bu memnuniyetsizliğini başkalarına değil, işletmenin kendisine anlatmasını sağlamak en önemli noktadır. Memnuniyetsizliğini hiçbir şekilde anlatmayan müşteriler de bulunmaktadır. Şikâyet etmeyen müşterilerinin, şikayetlerini kendisine bildirmelerini sağlamak ve müşterisini kaybetmemek işletmenin hedefleri arasında olmalıdır. İyi bir şikâyet yönetimi sistemi kuran işletmeler yaşanacak olumsuzlukların önüne geçmiş olmanın ilk adımını atmış olacaktır.

Bu araştırma hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin önemi ve memnuniyetsiz bir müşterinin şikayetini anlayıp müşteri şikayetleri yönetim sistemi çalışmaları sonucunda sadık müşteriler oluşturmanın değeri nedeniyle ortaya çıkmıştır. Çalışmanın amacı, hizmetten memnun kalmayan müşterilerin, memnuniyetini ve sadakatini yeniden sağlayabilmede şikayet yönetim sisteminin etkisini incelemektir.

Çalışmamızda nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği uygulanmış ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda Ordu ilinde bulunan restoranlardan biri olan Meşhur Pide ile ilgili son altı ayda hizmet almış kişilerin Google’de yapmış olduğu yorumlarda belirtmiş oldukları şikayetler ve gözlemlerimizle birlikte tarafımızdan oluşturulmuş olan yarı yapılandırılmış sorularla Meşhur Pide yöneticisi ile görüşme gerçekleştirilmiş ve yapılan görüşme sonucunda alınan verilerle analize gidilmiştir. Görüşme sonucunda ürün ile ilgili, mekan ile ilgili ve personel ile ilgili yorumlarda belirtilen şikayetlere şikayet yönetim sistemi sayesinde çoğunlukla çözüm önerileri geliştirilmiş sadece otopark ile ilgili bir işlem yapılmamıştır. Yapılan yorumlarda ürün ile ilgili şikayetler kadar beğeniler de çoktur. Bu nedenle ürün üzerinde yapılan çalışmalar daha fazladır. Müşterilere ürün ile ilgili alternatifler sunma memnuniyetsiz müşteriler üzerinde olumlu etki bırakmış ve sadık müşteri oluşturmaya katkı sağlamıştır.

Müşterilerin şikayetlerine hızlı bir şekilde yanıt vermek, onların kendilerini değerli hissetmelerini sağlar. Müşteri şikayetlerine karşı empatik bir yaklaşım sergilemek, şikayetin ciddiyetini ve müşterinin duygusal durumunu anlamak önemlidir. Müşterinin şikayetini tam olarak dinleyip, ne hissettiklerini anlamaya çalışmak, çözüm önerilerini daha etkili hale getirebilir. Müşteri, yaşadığı problemin çözülüp çözülmeyeceğini merak eder. Şikayet üzerine yapılan her adımda açık ve şeffaf bir iletişim kurarak, müşteriye süreç hakkında bilgi vermek, güven oluşturur. Çözüm sürecinde herhangi bir gecikme veya sorun oluşursa, bunu derhal müşteriye bildirmek önemlidir. Her müşteri farklıdır, bu nedenle şikayetlere standart bir çözümle yaklaşmak yerine, her durumu özel olarak ele almak gerekir. Müşterinin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş çözümler sunmak, onların kendilerini özel hissetmelerini sağlar ve sadakati artırır.

Şikayeti çözdükten sonra, müşteriyle tekrar iletişime geçerek çözümün memnuniyet verip vermediğini sormak müşteriye kendisinin önemli olduğunu hissettirir ve işletmeye gelecekteki şikayetleri daha iyi yönetme fırsatı tanır. Aynı zamanda, müşteri sadakatini pekiştiren bir adımdır. Çalışanlar, müşteri şikayetlerini doğru ve etkili bir şekilde ele alacak becerilere sahip olmalıdır. İyi bir eğitim, daha hızlı ve doğru çözüm üretmeyi sağlar. Sadık müşterilerimize teşekkür etmek için özel indirimler, puanlar veya özel avantajlar sunmak, müşterilerin işletmeyi tercih etmeye devam etmelerini sağlayabilir.

Sonuç olarak müşteri şikayetlerinden ders çıkarmak, uzun vadede işimizi geliştirmemize yardımcı olabilir. Müşteri geri bildirimlerini toplamak, analiz

etmek ve sık yapılan şikayetleri ele almak, hizmet kalitesini artırmanın ve sadık müşterinin anahtarıdır. Müşteri şikayetleri birer fırsat olabilir; onları çözerek işletmenizi güçlendirebilirsiniz. İşletmelerin, memnuniyetsizlik yaşamış müşterilerini yeniden memnun müşteriler haline getirebilmek için iyi ve etkin bir şikâyet yönetimi sistemi kurmasının önemi anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akşit Aşık, N. (2016). *Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9 (47):s.1161-1168.
- Aydın Pekacar, Z. (2017) Şehir Otellerinde Müşteri Şikayetleri Ve Çözüm Yöntemleri Üzerine Görgül Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi Konya.
- Aygün Özgöz, A. & Uzun, M. (2022). *Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi*. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 3(3), 231-249.
- Banar, K. & Ekeril, V. (2010). *Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti İlişkisi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 10, sayı: 1, ss: 39-60.
- Barlow, J. & Moller, C. (2008). *Her Şikayet Bir Armağandır. (Çev: Gülden Bilgili)*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Bayruk, N. & Küçük, F. (2007). *Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi*. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: XXII, Sayı: 1.
- Bell, J. S. & Mengüç, B., & Stefani, L.S. (2004). *When Customer Disappoint: A Model of Relational Internal Marketing and Customer Complaints*. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol: 32, No:2, pages: 112-126.
- Bilge, F.A. (2010). *Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Bilgin Y. & Kethüda, Ö. (2017). *Restoran İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine ve Sadakatine Etkisi: Oba Restoran Örneği*. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (2): s.147-170.
- Burucuoğlu, M. (2011). *Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi* Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Sayfa 3).
- Çatı, K. & Koçoğlu, C.M. (2008). *Müşteri Sadakati ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal

Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 19: s.167-188.

- Day R.L. & Landon E.L. (1977). “*Toward a theory of consumer complaining behavior*”. 425-437. (Woodside A, Steht J ve Bennet P.), *Consumer and Industrial Buying Behaviour*. Amsterdam: North Holland Publishing Company.
- Fernandes, H. D. & Santos, P.C. (2008). *The Antecedents of the Consumer Complaining*. <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/07a/05.htm> E.T. 13.02.2011.
- İlter, B. & Gökmen, H. (2009). *Mevduat Bankalarında İlişkisel Fayda ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme: İzmir İli Ölçeği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:11, Sayı: 1.
- Karaman, S. & Ceylan, U.(2017). *Kurumsal İtibar Oluşturma Sürecine Müşteri Şikâyet Yönetimi, İnovasyon Ve Öğrenmenin Etkisi: Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma*. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi Cilt: 1, Sayı:2.
- Kılıç, B. & Ok, S./ (2012) *Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetleri Ve Şikayetlerin Değerlendirilmesi*. Journal of Yaşar University 25(7) 4189-4202.
- Odabaşı, Y. (2010). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Soysal, A.N. (2015). *Müşteri Odaklı Anlayışta Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalite Algısı: Bir Hastane Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, A. & Şen, S. (2017). *Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (52): s.1176-1184.
- Taşkın, E. (2005). *Müşteri İlişkileri Eğitimi*. İstanbul: Papatya Yayınevi.
- Uyar, M. (2013). *Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Her Şey Dahil Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesi: Alanya örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yılmaz, V. & Çatalbaş, Karpat, G. (2007). *Kredi Kartlarına İlişkin Algının Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi*. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi. Cilt: 44, Sayı: 513.

8. BÖLÜM

TOKAT TURİZMİNİN ARZ KAYNAKLARI

Dr. Öğr. Üyesi Nercü DURMUŞ AYDIN

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Yönetim ve Organizasyon Bölümü

nercu.aydin@gop.edu.tr / nercudurmus@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3419-9914>

GİRİŞ

Tokat Orta Karadeniz'in sahil kesimi ile İç Anadolu bölgeleri arasında önemli bir geçit yeridir ve Yeşilırmak havzasında yer almaktadır. Tokat, Anadolu'da tarihi eski çağlara kadar dayanan önemli bir şehir olma özelliğini göstermektedir. Şehrin kuruluş tarihi kesin olarak bilinmemektedir. Fakat İl'de yerleşim tarihinin Kalkolitik çağ ile (M.Ö. 5400-3000) başladığı söylenmektedir (Açıkel, 2012). İpek yolu ve Kral yolu güzergâhında bulunan Tokat, stratejik konumu itibarıyla, yer altı ve yer üstü kaynaklarıyla, pek çok medeniyetin egemenliğinde yer alan önemli bir kültür ve ticaret merkezi olmuştur. Tokat Malazgirt savaşından sonra Danişmentliler tarafından fethedilmiştir. Selçuklular zamanında Anadolu'nun önemli şehirleri arasında yer almaktadır ve Osmanlı döneminde de bütün kervanların geçiş noktası olmuştur. Şehirde bulunan ve yaklaşık 1500 yaşında olan Tokat Kalesi bugünkü şehir merkezinin ilk yerleşim alanı olarak gösterilmektedir (Tokat Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2022).

Antik çağlardan beri kervan yollarının ziyaret edildiği Tokat, doğu-batı ve kuzey-güney ulaşım ağında yer alan ve günümüzde Türkiye'nin her köşesinden ulaşılabilen önemli bir karayolu merkezlerinden biridir. Tokat'ın kuzeydoğusunda Ordu, kuzeyinde Samsun, güney ve güneydoğusunda Sivas, batısında Amasya

ve güneybatısında Yozgat illeri bulunmaktadır. Demiryolu il sınırlarına 105 km mesafededir. Demiryolu bağlantılı trenler yolcu ve yük taşıyabilmektedir. Tokat demiryolu bağlantıları ile Karadeniz, Akdeniz ve Ortadoğu'ya ulaşım sağlayabilmektedir (Erdem, 2015; Kızılaslan ve Ünal, 2014; Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı & Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2020).

Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Tokat'a gelen ve konaklayan turist sayılarına bakıldığında; 2018 yılında 5.102 yabancı ve 473.497 yerli, 2019 yılında 6.472 yabancı ve 487.032 yerli, 2020 yılında 2.183 yabancı ve 319.512 yerli, 2021 yılında 4.566 yabancı ve 422.865 yerli, 2022 yılında 3.048 yabancı ve 135.562 yerli turist şeklindedir. Tokat merkez ve ilçelerde konaklama işletmesi sayılarına bakıldığında ise İşletme Belgeli Otellerin 15 adet olduğu ve 1021 yatak kapasitesine sahip olduğu ve Belediye Belgeli Otellerin sayısının 28 olduğu ve 1766 yatak kapasitesine sahip olduğu belirtilmektedir (Tokat İli Kültür ve Turizm Eylem Planı 2018-2023).

1. TOKAT ŞEHRİNİN TURİZM ARZ KAYNAKLARI

Turizm, istihdam yaratan, birçok sektörü ve iş kolunu harekete geçiren ve bölgenin dış dünyaya açılmasına katkı sağlayan önemli bir araçtır. Sanayi faaliyetleri yönünden yeterli kaynak ve gelişme olanağı bulamamış fakat doğal oluşumlarıyla göze çarpan Tokat hem doğal birçok kaynağa ve güzelliğe sahip olması bakımından hem de tarihsel olarak oldukça geçmişe dayanmasından dolayı çok fazla turizm çeşitliliğini barındıran ve turizm etkinlikleri için tercih sebebi olan Anadolu kentidir. Bu kapsamda sahibi olduğu zengin turizm potansiyelini etkin ve planlı bir şekilde güçlendirmesi mümkündür. Özgün iklimi, zengin kültürel mirası, arkeolojik değerleri, dini ve sivil yapıları, coğrafi yapısı, termal kaynakları, doğal güzellikleri, yaylaları, çok zengin su kaynakları, çok farklı yüksekliklerdeki yerleşkeleri, su kültürüne ve organik tarım kaynaklarına turistlere çok geniş bir yelpazede alternatif turizm fırsatları sunmaktadır (Demirbağ, 2024; Kızılaslan ve Ünal, 2014; Tanış ve Kara, 2024).

1.1. Tokat Turizminin Doğal Arz Kaynakları

Günümüzde her geçen gün daha da artan şehir nüfusu bir arada yaşayan insanları şehir yaşantısının zorluğu, trafik, hava kirliliği ve iş stresi gibi nedenlerle sakin ortam arayışına itmektedir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde de doğa

turizmi bu arayışa cevap niteliğindedir. Tokat ili doğa turizmi kapsamında değerlendirildiğinde hem coğrafi konumu hem de iklim şartları bakımından elverişli durumdadır. İl’de çok sayıda baraj, göl ve yayla bulunmaktadır.

Tablo 1. Tokat ilinde bulunan şelale, vadi, akarsu, baraj ve göller

ŞELALE, VADİ, AKARSU, BARAJ ve GÖLLER	
Ocaklı – Munamah (Pazar) Şelalesi	Pazar
Kelkit Vadisi	
Behzat Deresi Vadisi	
Yeşilırmak Omala Vadisi	
Yeşilırmak ve Kolları	
Tozanlı Çayı	Reşadiye
Kelkit Çayı	Reşadiye, Niksar ve Erbaa
Çekerek Çayı	
Almus Barajı	Almus
Belpınar Barajı	Zile
Boztepe Barajı	Zile
Ataköy Barajı	Almus
Köklüce HES	Niksar
Akbelen Barajı	Merkez
Güzelce Barajı	Almus
Alpudere Barajı	Sulusaray
Kaz Gölü	Pazar
Düden Gölü	Erbaa
Zinav Gölü	Reşadiye
Güllü Köy Gölü	Reşadiye
Kurt Gölü	Reşadiye

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 1’de Tokat İlinde bulunan şelale, vadi, akarsu, baraj ve göller gösterilmektedir. İl sınırları içerisinde bulunan baraj ve göl sayısının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu da bu bölgelerde yapılabilecek alternatif turizm potansiyellerinin olduğunu göstermektedir. Ocaklı şelalesi konum itibariyle Tokat Balıca Mağarasına yakın olduğundan mağarayı görmeye gelen turistlerin yoğunlukla ziyaret edebileceği mekanlardan olabilir.

Tablo 2. Tokat ilinde bulunan yaylalar

YAYLALAR	
Topçam Yaylası	Merkez
Selemen Yaylası	Reşadiye
Batmantaş Yaylası	Merkez
Akbelen (Bizeri) Yaylası	Merkez
Kızılcaören Yaylası	Reşadiye
Alan Yaylası	Başçiftlik
Gürlevik Yaylası	Merkez
Dumanlı Yaylası	Almus
Çamiçi Yaylası	Niksar
Çevreli (Muhat) Yaylası	Almus
Bozcalı Yaylası	Reşadiye
Çatak Yaylası	Almus
Başçiftlik Yaylası	Başçiftlik
Ceğet Yaylası	Almus

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 2’de Tokat ilinin başlıca yaylaları gösterilmektedir. İl’de yer alan yaylalar flora ve fauna bakımından çeşitlilik göstermektedir (Kızılaslan ve Ünal, 2014). Karadeniz bölgesinde yayla turizmi tek başına değerlendirilmemelidir. Yayla turizmi entegre edilebilecek birçok turizm çeşidi (kamp, kayak, yamaç paraşütü, rafting, binicilik, vb.) bulunmaktadır. Yaylalarda yapılan şenlikler, festivaller ve güreşler de turistlere turizm talep kaynağı yatırımcılara turizm arz kaynağı oluşturmaktadır. Ayrıca yaylalara yapılan ziyaretler günübirlik de yapılabileceğinden önem arz etmektedir.

Tablo 3. Tokat ilinde bulunan tabiat parkları

TABIAT PARKLARI	
Orman Evleri Tabiat Parkı	Almus
Balıca Mağarası Tabiat Parkı	Merkez
Zinav Gölü Tabiat Parkı	Reşadiye
AVLAKLAR	
Niksar Devlet Avlağı	Niksar
Beşören Devlet Avlağı	Merkez
Kaz Gölü Yaban Hayatı Geliştirme Sahası	Turhal ve Pazar

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 3’te Tokat’ta bulunan tabiat parkları gösterilmektedir. Bunlardan bir tanesi olan, yapısı ve özel oluşumları sebebiyle ülkemizde önemli mağaralardan biri olan ve daha çok görsel özellikleriyle öne çıkan Ballica Mağarası Tokat ilinin Pazar ilçesi yakınlarındadır. Mağara ülkemizin 28 Jeolojik Miras alanından birisidir ve Tabiat Parkı olarak ilan edilmiştir. Bu mağaranın diğer bir önemi pek çok kültürel ve doğal kaynak değerine yakın bir konumda olmasından kaynaklıdır. Mağarada kır kahvesi, geleneksel el sanatlarının sergilendiği bölüm ve yakınlarında restoran bulunmaktadır. Mağaraya araçla ulaşım mümkündür ve görsel açıdan oldukça zengin bir yerdedir. Mağarada yıl boyunca sıcaklık 17-24 dereceleri, nem ise %40-80 arasında değişmektedir. Mağara içerisinde yer alan doğal oluşumlar ziyarete gelenlere görsel açıdan zengin olan doğal bir mekân ortamı sunmaktadır (Yeşil, vd. 2008).

1.2. Tokat Turizminde Su Kaynakları Arzı

Termal turizm, sağlık turizmi çeşitleri arasında öne çıkan başlıklardan bir tanesidir. Termal turizm sayesinde turizm mevsimsellik özelliğinden çıkmakta ve tüm yıla yayılabilmektedir. Yine termal turizm sayesinde tesislerde istihdam sayısı artmaktadır. Ayrıca diğer turizm türleriyle entegrasyonunun kolay sağlanması önemli bir turizm arz kaynağı olma özelliğini göstermektedir. Ülkemiz tarihi geçmişi, doğal ve kültürel zenginlikleri, iklimi, geleneksel hamam ve kaplıca kültürleriyle sağlık turizmi için yüksek potansiyele sahiptir. Türkiye’de bulunan termal kaynakları etkin şekilde kullanmak ve turizm gelişimini desteklemek amacıyla “Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013” kapsamında; Tokat, Kuzey Anadolu Termal Turizm Kentleri Merkezleri olarak belirlenen kentlerden biridir ve ikinci etap termal turizm geliştirme sürecinde yeni turizm merkezi olarak ilan edilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı & Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2020).

Tokat’ta öne çıkan iki termal kaynak vardır. Bunlar Reşadiye ve Sulusaray ilçelerinde bulunmaktadır (Tokat İl Kültür ve Turizm Bakanlığı). Reşadiye Kaplıcası Tokat’ın ilçelerinden biri olan Reşadiye’nin merkezinde yer almaktadır. Reşadiye Kaplıcasında termal su sıcaklığı 40 ve 49 dereceleri arasında değişmektedir ve bu su yüksek mineral içermekte, hafif tuzlu, ekşi, kokusuz ve renksiz yapıdadır. Kaplıca suyundaki belirlenen arsenik miktarın üzerinde olduğu için sudan içme veya inhalasyon şeklinde yararlanılmamalıdır. Kaplıca

suyunun Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenmiş tedavileri şunlardır: kronik dönemdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklar, romatizmal hastalıklar (romatiod, artrit, ankilozan, spondilit), mobilizasyon çalışmalarında, yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde tamamlayıcı tedavi unsuru olarak, kronik bel ağrısı rahatsızlıklarında, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında, ortopedik operasyonlar, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu ve spor yaralanmalarında tamamlayıcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir. İlçede 5 adet nitelikli konaklama işletmesi mevcuttur. İşletmelerin içerisinde spa, açık-kapalı havuz, restoran, Türk hamamı ve spor salonu bulunmaktadır (DOKAP, 2018; Reşadiye Kaymakamlığı, 2016; Tokat İli Kültür ve Turizm Eylem Planı, 2018-2023; Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Tokat'ta yer alan diğer termal kaynak ilçelerinden bir diğeri olan Sulusaray'dadır. Sulusaray Kaplıcası Sebastapolis Antik Kenti yakınında yer almaktadır ve kaplıca kaynağı bu antik kentin kalıntılarının içinden çıkmaktadır. Buradan çıkan soğuk, ılık ve tuzlu olan termal suyun sıcaklığı 32 ve 44,3 dereceleri arasında değişmektedir ve içerisinde sodyum klorür, bikarbonat ve sülfat bulunmaktadır (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Niksar Ayvaz Suyu: Niksar'a 2 kilometre uzaklıkta bulunmaktadır. Niksar Ayvaz Suyu'nun böbrek taşı, safra kesesi, damar sertliği ve yüksek tansiyon hastalıklarına iyi geldiği bilinmektedir. Ayrıca marka ülkemizde ilk şişeleme sertifikası alan su işletmesi özelliğini taşımaktadır (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

1.3. Tokat'ın Kültürel Ve Tarihi Arz Kaynakları

Tokat ili günümüze kadar pek çok medeniyete ev sahipliği yaptığı için arkeolojik ve kültürel bakımdan zengin bir destinasyondur (Sivaslıgil, Kendir ve Arslan, 2024).

Tablo 4. Tokat ilinde bulunan kültür turizmi unsurları (Antik Kentler)

ANTİK KENTLER	
Zile Maşathöyük	Zile
Erbaa Horoztepe	Erbaa
Sebastopolis Antik Kenti	Sulusaray
Artova Yeraltı Yerleşimi	Artova
Comana Pontika Antik Kenti	Merkez

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 4’de Tokat ilinde yer alan antik kentler gösterilmektedir. Sulusaray ilçesinde bulunan ve milattan önce birinci yüzyılda inşa edildiği tahmin edilen Sebastapolis Antik Kenti’nde yapılan kazı sonucunda surlar, tapınak ve hamamın belli bir kısmı ortaya çıkarılmıştır. Bu antik kent Roma döneminde önemli bir ticaret yolu üzerinde konumlanmıştır ve içerisinde birçok tarihi ve kültürel değeri koruyarak günümüze aktarmaktadır. Bu sebeple kültürel miras turizmi kapsamında değerlendirildiğinde önemli bir talep kaynağı durumundadır. Fakat mekânın Tokat il merkezine uzak kalması (69 km) ve konaklama imkânlarına sahip olmaması kültürel miras turizmi kapsamında değerlendirilmesinin önündeki engellerden olabilir (Yayla ve Solunoğlu, 2017).

Tablo 5. Tokat ilinde bulunan kültür turizmi unsurları (Hamamlar)

HAMAMLAR	
Mustafa Ağa Hamamı	Merkez
Sultan Hamamı	Merkez
Pervane Hamamı	Merkez
Sultan Hamamı	Merkez
Ali Paşa Hamamı	Merkez
Mevlana Hamamı	Merkez
Halil Paşa Hamamı	Pazar
Büyük Hamam	Niksar
Kale Hamamı	Niksar
Çavuş Hamamı	Niksar
Sebastapolis Hamamı	Sulusaray
Tekke Hamamı	Zile
Hacı Ahmet Hamamı	Erbaa

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 5’te Tokat İlinde bulunan Hamamlar gösterilmektedir. Hamamlar özellikle yabancı turistler tarafından merak edilen ve ziyaret edilmek istenen turizm ürünleri arasındadır. Tokat’ta yer alan hamam kültürü turistlerin şehirde daha uzun kalmasını sağlayabilmesi açısından önemli bir arz kaynağı olma özelliği taşımaktadır.

Tablo 6. Tokat ilinde bulunan kültür turizmi unsurları (Hanlar ve Kervansaray)

HANLAR ve KERVANSARAY	
Sulu Han	Merkez
Taşhan – Voyvoda Hanı	Merkez
Paşa Han	Merkez
Deveciler Hanı	Merkez
Mahperi Hatun Kervansarayı	Pazar
Yazmacılar Hanı	Merkez

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 6’da Tokat İlinde bulunan Hanlar ve bir adet Kervansaray gösterilmektedir. Çolak ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencilerinden oluşan örneklem grubunun Tokat’ı turizm merkezi olarak değerlendirmedeği, sosyo-kültürel ve tarihsel öneminin farkında olunmadığı sonucuna varmışlardır. Yine aynı çalışmada Tokat’ta en beğenilen tarihi yapının ise Taşhan olduğu belirtilmiştir. Taşhan mimari ve tarihi özellikleri, estetiği ve Tokat kültürünün hem görselleştirilerek hem de yaşatılarak deneyimlenebileceği önemli tarihi mekânlardandır (Çetinkaya, 2023).

Tablo 7. Tokat ilinde bulunan kültür turizmi unsurları (Köprüler)

KÖPRÜLER	
Tokat Yeşilirmak Köprüsü –Hıdırlık Köprüsü	Merkez
Boğazkesen Kalesi-Köprüsü	Erbaa
Yer Köprü	Erbaa
Leylekli Köprü (Yılanlı Köprü)	Niksar
Talazan Köprüsü	Niksar

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 7’de Tokat’ta bulunan kültür turizmi unsurlarından köprüler gösterilmektedir. Köprülere fiziksel anlamda bakıldığında insanların karşı kıyıya geçebilmeleri ve ulaşımı kolaylaştırıcı etkisi olması açısından önem arz etmektedir. Fakat köprülerin önemi bununla sınırlı değildir. Köprüler; medeniyetlerin ve toplulukların birbirlerine bağlanmasında stratejik öneme sahiptir, ölümden sonra yaşam konularında sembolik önemi mevcuttur ve kültürel miras özelliği taşımaktadır. Köprüler turistik anlamda ziyaretçilerine

tarihsel bir yolculuk imkânı sunmakta ve estetik-mimari açısından da ilgi odağı olmaktadır (Güçlü, 2024).

Tablo 8. Tokat ilinde bulunan inanç turizmi unsurları (Camiiler)

CAMİİLER	
Tokat Garipler Camii	Merkez
Tokat Ulu Camii	Merkez
Tokat Ali Paşa Camii	Merkez
Tokat Mahmutpaşa Camii	Merkez
Tokat Behzad-I Veli Camii	Merkez
Tokat Meydan Camii – Hatuniye Camii	Merkez
Tokat Takyeciler Camii	Merkez
Silahtar Ömer Paşa Camii	Erbaa
Çöregibüyük Camii	Niksar
Niksar Ulu Camii	Niksar
Kesikbaş Camii Ve Türbesi - Şeyh Şehabettin Türbesi	Turhal
Zile Ulu Camii – Nasuh Paşa Camii	Zile
Elbaşoğlu Camii	Zile
Beyazıt Bestami Camii	Zile
Hubyar Tekkesi	Almus

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 8’de Tokat’ta bulunan inanç turizmi unsurlarından camiiler gösterilmektedir. İnanç turizmi kapsamında değerlendirildiğinde camiiler ziyaretçiler tarafından en çok ziyaret edilip görülmek istenen mekânlardandır. Tokat’ta bulunan ve Malazgirt Zaferi’nden sonra Danişmend Gazi tarafından inşa edilen Garipler Camii Anadolu’daki en eski camii olarak bilinmektedir (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Arşivi, 2013; Mülayim, 1996).

Tablo 9. Tokat ilinde bulunan inanç turizmi unsurları (Tekke, Türbe ve Zaviyeler)

TEKKE, TÜRBELER VE ZAVİYELER	
Esentimur Türbesi	Merkez
Tokat Ali Tusi Türbesi	Merkez
Tokat Sümbül Baba Zaviye ve Türbesi	Merkez
Tokat Burgaç Hatun Türbesi	Merkez
Tokat Ebu Şems Hanegahi-Vezir Ahmet Paşa Mescit ve Türbesi	Merkez
Tokat Abdulmuttalip Zaviyesi	Merkez
Tokat Şeyh Mekkun İmareti (Açık Baş Zaviyesi)	Merkez
Tokat Horozoğlu Zaviyesi	Merkez
Tokat Halef Sultan Zaviyesi	Merkez
Tokat Sefer Paşa Mescit ve Türbesi	Merkez
Tokat Pir Ahmet Bey Türbesi	Merkez
Tokat Erenler Türbesi	Merkez
Tokat Sevdekar Murad Türbesi	Merkez
Tokat Hatuniye (Meydan) Camii Medresesi – İmareti	Merkez
Melikgazi Türbesi	Niksar
Kesikbaş Camii ve Türbesi - Şeyh Şehabettin Türbesi	Turhal
Şehit Komutan Mehmet Nurullah Türbesi	Turhal
Turhalahi Yusuf Türbesi	Turhal
Turhaldazya Köyü - Ali Baba Türbesi	Turhal
Şeyh Nusreddin Türbesi	Zile

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 9’da Tokat’ta bulunan inanç turizmi unsurlarından tekke, türbe ve zaviyeler gösterilmektedir. Bu mekânlar insanların inançları gereği değerli gördükleri kişilerin mezar veya türbelerini ziyaret etmeleri sonucu inanç turizmi kapsamında değerlendirilmektedir.

Tablo 10. Tokat ilinde bulunan inanç turizmi unsurları (Kaleler ve Medreseler)

KALELER ve MEDRESELER	
Tokat Kalesi	Tokat
Niksar Kalesi	Niksar
Turhal Kalesi	Turhal
Zile Kalesi	Zile
Gökmedrese	Merkez
Tokat Yağlıbasan Medresesi (Çukur Medrese)	Merkez
Niksar Yağlıbasan Medresesi	Niksar

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 10'da Tokat ilinde bulunan inanç turizmi unsurlarından kaleler ve medreseler gösterilmektedir. Tokat Kale'si şehrin merkezinde yer almaktadır ve tüm yönlerine hâkim konumlanmıştır. Antik dönemde yol güzergâhını kontrol etmek amacıyla inşa edilmiştir. Fakat zamanla başka hâkimiyetlere girmiş ve önemi giderek artmıştır. Roma İmparatorluğu döneminde Kale sığınak olarak kullanılmıştır. Daha sonra Danişmend Gazi tarafından Kale fethedilmiş ve Tokat bu sayede şehir kimliği kazanmıştır. Sonraları Evliya Çelebi'nin Kale'deki basamaklı tüneli keşfi gerçekleşmiş ve kaleye olan ilgi daha da önem kazanmıştır. Ayrıca Kazıklı Voyvoda gibi pek çok ünlü kişinin kalede hapis yaşadığı da ülkemiz çapında Kale'nin tanınmasını sağlamıştır (Çıtak, 2023). Yağlıbasan Medresesi Anadolu'daki ilk medreselerden biri olduğu için önem arz etmektedir (www.kulturportali.gov.tr).

Tablo 11. Tokat ilinde bulunan inanç turizmi unsurları (Müze ve Ören Yerleri)

MÜZE ve ÖREN YERLERİ	
Arastalı Bedesten - Tokat Müzesi	Merkez
Latifoğlu Konağı	Merkez
Mevlevihane	Merkez
Tokat Kültür Evi	Merkez
Atatürk Evi Ve Etnoğrafya Müzesi	Merkez
Yüksek Kahve	Merkez
Comana Pontika - Gümenek	Merkez
Maşat Höyük	Zile
Horoztepe	Erbaa
Sebastapolis Antik Kenti	Sulusaray
Artova Yeraltı Yerleşimi	Artova

Kaynak: Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 11’de Tokatta bulunan inanç turizmi unsurlarından müze ve öğren yerleri gösterilmektedir. Tokat birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için zengin ve eşsiz kültürel mirasa sahiptir. İl’de yer alan müzeler de bu kapsamda şehrin kimliğini göstermektedir. Bu müzelerin korunması, sürdürülebilmesi ve gelecek nesillere aktarılması önem arz etmektedir (Okay Atılğan, 2007).

Tokat ili inanç ve kültür turizmi kapsamında incelendiğinde hem birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için hem de Alevilik inancı yaygın olduğu için turistler için tercih edilebilir bir destinasyondur. Çiftçi (2024) tarafından yapılan çalışma incelendiğinde Tokat ilinde Cem Evleri sayılarının fazla olduğu ve bu inanca sahip kişilerin İl’i bu sebeple ziyaret ettiği belirtilmiştir. Ayrıca bu sebeplerle bir kez gelen ziyaretçilerin bölgeyi mutlaka tekrar ziyaret ettikleri belirtilmiştir.

Tokat, İpek yolu üzerinde bulunduğundan dolayı uzun yıllar boyunca hem kervanların hem de seyyahların uğrak noktalarından biri olmuştur. Bundan dolayı Tokat’ın kültürel değerlerinin aktarımında seyyahların paylaşımları önem arz etmektedir. Tokat’ı ziyaret eden seyyahlar; Polonyalı Simeon, Joseph De Tournefort, William Ouseley ve Evliya Çelebi’dir (Çetinkaya, 2023).

Tokat’ta çok eskiden beri merkez olma özelliğini koruyan ve İpek Yolu’nun geçtiği tarihi mekânlardan biri de Sulusokak’tır. Sokakta eski dönemlerde faaliyette olan ticaret merkezlerinin bir arada olması şimdi şehri tanımak isteyenlerin birleştiği mekân olmuştur. “Sulusokak” ve çevresi turizm açısından potansiyel niteliği taşıyan Tokat’ın türbeleri, medrese, han, hamam ve eski evleri gibi yapıların bir arada görülebileceği açık hava müzesi özelliğini taşımaktadır. Tokat’ta “Hacivat Köftecisi” gezilip görülmesi gereken mekânlardan birisidir. Burada gölge tiyatrosu sergilenmekte, tiyatro ve sanat eşyaları sergilenmekte ve kimi zaman sanatla ilgili söyleşiler yapılmaktadır (Çetinkaya, 2023; Karabudak, 2023).

Özgün işlevi ile kullanıma devam eden camii, mescit, türbe, köprü gibi turizm değerleri hem yerel halkın inançlarını hem de Tokat’ın tarihini ve kültürünü yansıtan turizm arz kaynaklarıdır. Han, hamam, medrese, bedesten, imarethane gibi yapılar ise mimari ile yeniden işlevlendirilerek turizm alt yapısı için kullanılabilir turizm arz kaynaklarıdır. Yağıbasan medresesi (Çukur Medrese), Pervane Bey Medresesi, Arastalı Bedesten, Mevlevihane, Mustafa Ağa Hamamı, Sık Dişini Helası ve Latifoğlu Konağı restorasyon sonrası müze olarak işlenmiştir. Sümbül Baba Zaviyesi onarımdan sonra vakıf

veya dernek binası olarak kullanımına devam etmektedir. Deveci Han ve Halef Sultan Tekke ve Zaviyesi yeniden işlevlendirilerek Kültür Evi ve Kütüphane olarak kullanılmaktadır. Hatuniye İmaretı ve Pir Ahmet Bey İmaretı restoran olarak kullanılmaktadır. Taşhan (Voyvoda Hanı) restorasyona uğradıktan sonra geleneksel sanat-zanaat atölyelerinin ve satış birimlerinin bulunduğu ticari fonksiyonlu bir yapı haline getirilmiştir. Yazmacılar (Gazioğlu) Hanı otel ve restoran olarak yeniden işlevlendirilmiştir. Pervane hamamı, Sultan Hamamı, Ali Paşa Külliyesi'nin Hamamı özgün işlevini korumaktadır (Akın ve Ercan, 2023; Erkara, 2019).

1.4. Tokat'a Özgü Gastronomik Ürünler

Yemek birçok toplumsal alışkanlığı, davranışı, bütünleşmeyi ve kolektif olma düşüncesini beraberinde getirdiğinden dolayı sadece bir beslenme olayı olarak düşünülmemelidir. Tarihe baktığımızda da yemek kültürümüz ile ilgili geçmişten bugünüme bir profil çıkartmak mümkündür. Türk yemek kültürünün; coğrafyaya göre değişen beslenme farklılıkları, yemek yeme adaptaları, yemeğin sunum biçimi, sofrada adaptaları, mevsimlere göre değişebilen yiyecek çeşitleri ve yemeklerde kullanılan kap ve kacaklar ve bunun gibi birçok etmen kendine has özelliklerini ortaya koymaktadır.

Tokat yemek kültürü de diğer illerimizde olduğu gibi kendine has özelliklere sahip olan zengin bir mutfağa sahiptir. Tokat mutfağında tarih boyunca çeşitli medeniyetler yaşadığı için günümüze kadar süregelen farklı yemek çeşitleri mevcuttur. Ayrıca konum açısından verimli ovalarının olması ve Alevi kültürünün de bölgedeki etkisi yemek çeşitliliğini artırıcı nitelikler arasında sayılabilir. Tokat sofralarında etli yemekler, yörenin meşhur üzüm yaprağı ile yapılan yemekler, şifalı bitkilerle yapılan yemekler, tatlılar, çorbalar ve daha farklı pek çok çeşit yiyecek yer almaktadır. Düğünlerde, doğum öncesi ve sonrasında verilen yemeklerde, kurban veya ölü aşı uygulamalarında Tokat yemek kültürünün belirgin özelliklerini görmek mümkündür. Tokat mutfağında kışlık hazırlıkları (yufkaların hazırlanması, pekmezin hazırlanması vb) da toplumsal işbirliği ve dayanışmayı artıran bir kültürel değer olarak ön plana çıkmaktadır (Sağır, 2012).

Türk Patent ve Marka Kurumu'nda Tokat'a ait 21 adet mahreç ve menşee almış ürün bulunmaktadır. Bunlardan 15 âdeti gıda alanındadır ve Tablo 12'de kronolojik olarak sıralanmıştır.

Tablo 12. Tokat ilinde mahreç ve menşee almış gıda ürünleri

ÜRÜN ADI	COĞRAFI İŞARET TÜRÜ	ÜRÜN GRUBU	YIL
Zile Pekmezi	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	17.11.2009
Niksar Cevizi	Menşee Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	17.12.2013
Turhal Yoğurtmacı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	28.01.2014
Tokat Kebabı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	31.07.2015
Zile Kömesi	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	01.11.2017
Erbaa Narince Bağ Yaprağı	Menşee Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	05.12.2017
Tokat Narince Salamura Asma Yaprağı	Menşee Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	28.02.2019
Tokat Yağlısı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	17.09.2021
Tokat Çöreği	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	17.09.2021
Tokat Ekmeği	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri	04.05.2021
Tokat Bez Sucuk	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	03.01.2022
Erbaa Katmeri	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	06.06.2023
Reşadiye Kırmızı Pezik Turşusu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	21.08.2023
Tokat Karayaka Kuzu Eti	Mahreç İşareti	İşlenmiş İşlenmemiş Et Ürünleri	19.02.2024
Tokat Üzüm Tarhanası	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	09.07.2024

Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur. (Türk Patent ve Marka Kurumu)

Günümüzde yapılan araştırmalar incelendiğinde insanların yoğun tempoda yaşaması sonucunda hızlı tüketim alışkanlıklarının doğduğu bilinmektedir. Bunlardan en göze çarpanı da hazır gıdaların sofralarımıza kadar gelmesidir. Yine yapılan araştırmalarda hazır tüketilen gıdaların insan sağlığını olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Bundan dolayı insanlar artık doğal, özü bozulmamış, organik, genetiğiyle oynanmamış ve güvenli ortamlarda yetişen gıdalara ve yöresel ürünlere yönelmektedir. Bu kapsamda coğrafi işaret almış olan ürünler belirli aşamalardan geçip denetlendiği için insanların güvenini kazanmaktadır. Coğrafi işaret olarak tescillenen ürünler; bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmakta, yerel ekonomiye katkı sağlamakta ve kırsal kalkınma için de önem arz etmektedir (Yaylacı ve Mertol, 2021). Tescillenmiş gastronomik ürünler hem ilgili bölgenin çekiciliğini ve üretimin sürdürülebilirliğini arttırmak adına hem de uygun hammaddelerin doğru yöntemlerle pişirilmesini sağlamak adına fayda göstermektedir. Tokat ilindeki gastronomik lezzetler sadece coğrafi işaret

almış ürünlerle sınırlı değildir. Şehre özgü daha birçok lezzet bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; tokat tavası, fefene, tatlı tarhana, baklalı dolma, etli dolma, erikli dolma, pehlili pilav, patatesli sarma, bat, fasulye ve patlıcan tava, madımak, tavuklu kurutulmuş bamya, kuşburnu marmelatı, patlıcan turşusu kavurması, kayısı çiri, nivik, bacaklı çorba, samsa, toyga çorbası, nohut mayalı cevizli parmak, gendüme, katmer, çemen, zambak reçeli, tokat simiti, düğ pilavı, dutmaç çorbası ve tokat keşkeği olarak sıralanabilir (Erkara, 2019; Özçelik Bozkurt, 2018; Yaylacı ve Mertol, 2021).

1.5. Tokat İlinin Alternatif Turizme Yönelik Arz Kaynakları

Tokat eko turizm kapsamında değerlendirildiğinde öne çıkan mekânlarından biri “Kaz Gölü” dür. Tokat eski zamanlardan bugüne farklı türlerden kuşların geçtiği ilimizdir ve 108 çeşit kuşa ev sahipliği yapmaktadır. Kaz gölü de kuş gözlem kuleleri ile fotoğraf sanatçılarının ve kuş gözlemciliği ile ilgilenen diğer turistler için kuş gözlem sahası niteliğinde konumlanmıştır. Burada aynı zamanda gün batımı manzarası da seyredilebilmektedir. Bu kapsamda ziyaretçilerin tercih ettiği mekânlar arasında gelmektedir. İl’de bulunan göl turizmi içeriğinde manzara turizmini, balıkçılık, su sporları, kamp turizmi ve piknik olanaklarını da barındırmaktadır. Ayrıca yine eko turizm kapsamında Çamiçi Yaylası hem doğal güzellikleri hem de tarihi ahşap evleriyle, Ballica Mağarası ise doğal oluşum yapısıyla öne çıkan mekânlardır (Çetinkaya, 2023; Kızılaslan ve Ünal, 2014).

Tokat’ın bağ ve bahçeleri öne çıkan değerleri arasındadır. Özellikle üzüm yaprakları, üzüm yetiştiriciliği ve şarapları Tokat’ın önemli marka değerleri arasında sayılmaktadır. Bağcılıkla ilgili olarak Tokat’ın coğrafi işaretli ürünleri de bulunmaktadır. İl topraklarında kırk dört çeşit üzümün yetiştirildiği bilinmektedir. İl’de öne çıkan diğer bir kültürel ürün dünyanın en pahalı bitkisi olan, aromatik özelliği olan ve tıp alanında da kullanılan “safran”dır (Çetinkaya, 2023).

Tokat’ta talep kaynağı oluşturan unsurlardan biri de el sanatlarıdır. Bununla ilgili İl’de dericilik (ürün: aynalı çarık), bakırcılık (ürün: honca tepsisi) ve yazmacılık (ürünler: örtü, şal, sofrta bezleri, masa örtüleri, elbise, şalvar, vb) meslekleri ön plana çıkmaktadır (Çetinkaya, 2023). Tokat’a özgü geleneksel el sanatlarından bakırcılık, ahşap oymacılığı ve yazmacılık Tokat’ın somut olmayan kültürel miraslarından ve turizm için potansiyel arz etmektedir (Erkara, 2019). Bu alanlarda İl’de coğrafi işaret alıp tescillenen ürünler mevcuttur. Bunlar; Tokat

Yazması (2020 mahreç), Tokat Bileziği (2021 mahreç), Tokat Honçası (2021 mahreç) ve Tokat Perperli Küpesi (2021 mahreç) olarak belirlenmiştir. Reşadiye ilçesinde üretilen ve 2023 yılında mahreç işareti almış olan Reşadiye Hamam Kesesi el sanatları örneklerinden bir tanesidir. Kesenin ayırt edici özelliği koyun yününden elde edilen iplikle ve el tezgâhlarında dokunmasıdır. Hamam kültürü ve ilçenin dokumacılık geleneklerinde öneme sahiptir. (Türk Patent ve Marka Kurumu). Turistlerin bu tür el sanatlarına olan ilgisi bölgeye olan talebi artıcı niteliktedir ve önemli arz kaynaklarındandır.

Tokat Ballica Mağarası ile Ocaklı Şelalesi arası, Niksar'da bulunan Danişmend Yolu Gavra Kaya, Kümbetli yakınlarında bulunan Dilimkayalar, Tokat Topçam Dağı Doğa Yürüyüş Yolu, Tokat Tarihi İpek Yolu, Bedirkale Hızan, Dumanlı Yaylası, Yağsiyan Badal Mallesi, Kurtlapa Şahinkayası, Hasanbaba Gıgıj Tepesi, Ballica Tabiat Parkı, Topçam Yürüyüş Parkuru, Uğrak-Gökçe Deresi, Gıgıj Dağı Doğa Yürüyüş Parkuru, Minik İzler Doğa Yürüyüş Parkuru, Simav Kanyonu yürüyüş rotası ve bunun gibi çok sayıda trekking yapmaya müsait konum bulunmaktadır. Almus Barajı, Kelkit Çayı ve Yeşilirmak gibi alanlar yelkencilik, kürek yarışları ve su kayağı gibi birçok su sporlarının yapılabileceği elverişli alanlardandır. Keza Almus Baraj gölünde “Mavi ve Yeşilin Büyüsü” projesi kapsamında jet ski, su kayağı, ringo, kano ve deniz bisikleti gibi su sporlarının yapılması için imkanlar tanındığı bilinmektedir. Tokat'ta olta balıkçılığı ve sportif balıkçılığın yapılabileceği alanlar mevcuttur. Yine Almus barajı, Almus'ta bulunan Harami Yaylasındaki dereler bunun için elverişli yerlerden birisidir. (Kızılaslan ve Özyurt, 2012; Tokat Valiliği, 2012; www.aa.com; www.milliyet.com; www.wikiloc.com).

Niksar İlçesi doğa fotoğrafçılığına elverişli bir ilçedir. Doğal güzellikleri ve yeşiliyle bilinmektedir. İlçede “16-19 Mayıs 2013 Uluslararası Görüntü Avcıları Yarışması” yapılmış ve 330 fotoğrafçı 4.000 adet Niksar fotoğrafı çekmiştir (Kızılaslan ve Ünal, 2014).

Yaylalardayılın belirli ayları şenlikler, festivaller ve güreşler düzenlenmektedir. Bunlardan bazıları; Almus Yayla Şenliği Atasporu Güreş Etkinlikleri, Geleneksel Yayla Şenlikleri, Almus Dumanlı Benliyurdu Yayla Şenlikleri, Dikili Belediyesi Yayla Şenlikleri ve Güreş Etkinlikleri, Erbaa Çardak Belen Yayla Şenlikleri, Niksar Çardak Belen Yayla Şenlikleri, Niksar Yeşilkaya Köyü Yayla Şenliği, Reşadiye Yavuz Sultan Selim Han Yayla Festivali (Selemen), Niksar Sorhun Köyü Yayla Şenliği, Niksar Özalan Kasabası Karakucak Güreşleri Yayla Şenliği, Almus Çatak Yayla Şenliği vb. şeklindedir (<https://www.bitokat.com/kesfet/>

tokattaki-festivaller-g1169).

Tokat'ta kamp ve karavan turizmi için elverişli alanlar da bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Çamiçi yaylası kamp alanı, Almus Barajı Kamp Alanı, Ballica Mağarası Tabiat Parkı Kamp Alanı, Topçam Yaylası Kamp Alanı, Batmantaş Yaylası Kamp Alanı, Niksar Kamping, Zinav Gölü Tabiat Parkı Kamp Alanı, Akbelen Yaylası Kamp Alanı, Ocaklı Şelalesi Kamp Alanı, Düden Gölü Kamp Alanı, Almus Harami Yaylası Kamp Alanı, Çatalkaya Şelalesi Kamp Alanı, Kurt Gölü Kamp Alanı, Selemen Yaylası Kamp Alanı, Dumanlı Yaylası Kamp Alanı şeklinde sıralanabilir (Demir, 2011).

Ayrıca İl'de yer alan kahvehaneler de şehrin tarihi ve kültür özellikleriyle bağdaştığı için ve geleneksel el sanatları ve kültürel etkinliklerin yapıldığı mekânlar olarak işlev gördükleri için önemli cazibe merkezlerindedir (Kızılaslan ve Bakır, 2022).

SONUÇ

Tokat ilinde son yıllarda turizm alanında önemli gelişmeler yaşanmaktadır. İl'de turizm eksenli düzenleme ve faaliyetler gelişmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı & Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2020).

Erdem (2015) yaptığı çalışmada Tokat'ın ilçeleriyle birlikte turizm potansiyelini incelemiştir. Buna göre yerli ve yabancı turist sayısının yıllar itibarıyla artış gösterdiği ve bu artışın nedeninin de ulaşım imkânlarının artması, tur hizmetlerinin çoğalması, turizm için elverişli alanların iyileştirilmesi ve konaklama imkânlarının geliştirilmesi olduğu belirtilmiştir. Ayrıca İl'de yerel yönetimler tarafından turizmi artırmaya yönelik yapılan ortak projelerin olmasının da bu artışın nedenlerinden biri olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Tokat ili, özellikle İstanbul ve çevresindeki şehirlere çok fazla göç verdiği için buralardan bazı dönemlerde İl'e akraba ziyaretleri veya sıra turizmi kapsamında ziyaretler mevcuttur (Arslan, 2020).

Turizm fiziksel, sosyal, kültürel, tarihsel, ekonomik özellikleriyle bütünleşik bir yapıya sahip olduğu için turizmin geliştirilmesinde çevrenin taşıma kapasitesine göre planlama yapılmalı ve bu kapsamda yönlendirilmeler yapılmalıdır. Yapıların yeni bir işlev görecerak tekrar kullanılabilir hale getirilmesi yeni yapı maliyeti açısından ekonomik fayda getirecek ve yapıların yaşayarak korunmasını sağlayacaktır. Yıkık ve harabe durumundaki yapılar yeniden işlevlendirilerek

turizm arz kaynağı oluşturabilirler. Turizmin geliştirilmesinde özel işletmeler, kamu işletmeleri, sivil toplum kuruluşları gibi birçok paydaş birlikte çalışmalıdır (Erkara, 2019). Ayrıca İl’de bulunan kaplıcalar çağdaş standartlara uyumlu hale getirilerek var olan kaynak geliştirilebilir. Yeni turizm türleri geliştirilebilir. Yöre folkloru kullanılarak, sanat festivalleri yaygınlaştırılarak ve büyük spor organizasyonlarına ev sahipliği yapılarak da turizm arz kaynağı oluşturulabilir (Kızılaslan ve Bakır, 2022).

Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından açıklanan istatistiklere göre Tokat’ı ziyarete gelenlerin geceleme sayısının az olduğu görülmektedir. Bunun sebebi konaklama işletmelerinin düşük kalitede olmasıyla açıklanabilir. Bu durumun önüne geçmek için turizme hizmet eden tüm işletmelerinin kalitesi ve sayısı artırılabilir. Ayrıca hem bu alanda istihdam edilenler hem de yerel halk bilinçlendirilmeli ve sürdürülebilir turizm kapsamında eğitilmelidir. Ayrıca yapılacak etkin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri de bu anlamda fayda sağlayabilir (Erkara, 2019). Nitekim Tokat’ın komşu illeri (Amasya, Samsun ve Sivas) kapsamında yapılan bir çalışmada katılımcıların; Tokat’ın doğal güzellikleri, ulaşımı, güvenliği, misafirperverliği, mutfağı (gastronomisi), tarihsel ve kültürel zenginliği, iklimi ve tarım ürünlerinin kalitesi bakımından olumlu bir imaja sahip oldukları ama tanıtım itibarıyla zayıf kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine aynı çalışmada katılımcılardan elde edilen bilgiye göre şehir ile ilgili en çok sahip olunan ilk üç bilginin ise sırasıyla tarım ürünleri, doğal güzelliği ve tarihi ve kültürel dokusu olduğudur (Sadaklıoğlu ve Aşık, 2019).

Tokat Şehir Müzesi’nin kentteki müzelerin ve büyük hanların yoğun olarak bulunduğu Sulusokak bölgesine konumlandırılması, ulaşım açısından da müzeye avantaj sağlamaktadır. Birçok müzenin iç içe olduğu bölgede yapılan gezilerle Tokat şehrinin tarihini çok kısa bir sürede öğrenmek mümkün olmaktadır. Tokat Şehir Müzesi diğer tarihi binalar arasında yerini almış ve ferah bir ortamda konumlanmıştır. Sulusokak Çarşısı’nda restorasyonların tamamlanmasıyla birlikte ziyaretçilerin arttığı da gözlemlenmektedir. Müze içerisinde modern bir görünümle beraber Tokat’ın yakın tarihinin sunumu yapılmaktadır. Tokat şehrinin 100 yıllık fotoğraflarına yer verilen müzede bilgi edinilebilmesi için tanıtımlar ve fotoğraflarda interaktif çözümler de üretilmiştir. Böylece deneyim faktörünün önemi açığa çıkabilmekte ve ziyaretçiler üzerinde tekrar ziyaret niyeti belirebilmektedir (Sivaslıgil, Kendir ve Arslan, 2024). Yine bu kapsamda turistler için Tokat şehrinin tarihsel anlamda değeri büyük olan Plevne gazisi Gaziosmanpaşa’nın katkılarını görsel ve ses efektleri ile deneyimleyebilecekleri

biz müze kurulması önerilebilir (Sadaklıoğlu ve Aşık, 2019). Tokat tarım ve çayır mera arzisi, tarımsal işletme sayısı ve büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık bakımından iyi durumda olan bir ilimizdir. Bu kapsamda İl’de bulunan çiftlik sahipleri çiftlik turizmi kapsamında bilgilendirilebilir ve bu sayede çiftlik turizmi kapsamında da arz kaynağı oluşturulabilir (Kızılaslan ve Ünal, 2014).

Yapılan seyahatler genel olarak incelendiğinde gidilen destinasyonun sadece yemek kültürünü görmek amacıyla giden insanların var olduğu bilinmektedir. Bu sebeple gastronomi turizmi seyahat için başlıca bir neden olarak sayılmaktadır. İnsanlar seyahat ettikleri yerin diğer turizm ürünlerini merak etmektedirler ama bunu yaparken gastronomik deneyimlerden de faydalanmak istemektedirler. Özellikle az turist sayısına sahip olan destinasyonlar gastronomik öğelerle daha fazla turist kazanma potansiyeline sahip olmaktadırlar (Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın, 2019). Tokat şehri her ne kadar kültürel, tarihi ve doğal güzellikleriyle ön planda olsa da burada olan gastronomik ürünler İl’in turizm talep ve arz kaynağını artırıcı unsur taşımaktadır. Arslan, Kendir ve Bozkurt (2021) yapmış oldukları çalışmada Tokat’ı ziyaret eden turistlerin gastronomi kapsamında tekrar gelme düşüncesinde olduklarını ve yöresel yiyeceklerinden memnun kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca İl’in coğrafi işaretli ürünlerinden olan Tokat Kebabı gastronomi turizmi kapsamında Tokat’a gelen turistlerin en fazla tercih ettiği yemek olarak seçilmiştir (Arslan, 2020). Tokat’ın gastronomik turizmde olan talebini artırmak adına Tokat mutfağına özgü insanların akıllarında daha çok kalabilmesi adına deneyimleştirerek tecrübe edinmeleri için ortamlar hazırlanabilir. Örneğin; Tokat’ta ve ülkemizin bazı şehirlerinde aynı zamanda geleneksel Tokat kebabı şenlikleri düzenlenmesi önerilebilir (Sadaklıoğlu ve Aşık, 2019).

Genel olarak Tokat ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde şehrin turizm potansiyelinin olduğu ama bir takım eksikliklerden dolayı bu potansiyeli verimli kullanmadığı görülmektedir. Şehir daha önce de belirtildiği gibi turizme hizmet eden birçok kültürel değer itibarıyla zengin turizm ürününe sahip konumdadır. Fakat tanıtım ve pazarlama eksikliği, ulaşım bakımından büyük şehirlere uzak kalması, havaalanının yeni faaliyete geçmesi ve uçuşların sadece İstanbul aktarmalı yapılabilmesi, konaklama tesisi bakımından gelişmemiş olması, turizm hizmeti veren diğer işletmelerin niteliksiz olması ve bunun gibi sebeplerle yeterince turizm arz ve talep kaynağı oluşturamamaktadır. Bu durumun önüne geçebilmek için nitelikli işletme sayısı artırılabilir, tanıtım-pazarlama faaliyetleri geliştirilebilir ve ulaşım imkânları geliştirilebilir, çeşitli vakıflar kurularak ve

yerel yönetimlerle işbirlikleri yapılarak potansiyeller değerlendirilip Tokat turizmi için arz ve talep kaynakları oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- Açikel, A. (2012). *Tokat*, TDV İslâm Ansiklopedisi, Erişim adresi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/tokat#1>, Erişim tarihi: 07.12.2024.
- Akın, E. S., & Ercan, A. K. (2023). *Köhneleşmiş Tarihi Kent Çekirdeklerinin Soylulaştırılması Üzerine: Tokat Sulu Sokak Örneği*. Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 9(19), s. 311-341.
- Arslan, E. (2020). Çevrimiçi Gastronomik Turist Deneyimlerinin İçerik Analiziyle İncelenmesi. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 23 (2), s. 442-460.
- Atılğan, S. O. (2007). *Tokat İl'indeki Vakıflar Genel Müdürlüğü Mevlevihane Vakıf Müzesi Örneğinde Müzecilik Anlayışı ve Önemi*. Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Çetinkaya, G. (2023). *Geçmişten Günümüze Tokat'ın Marka Değerleri*. Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (10), s. 282-304.
- Çıtak, M. (2023). *"Tarihi Geçmişi ve Savunma Yapısıyla Tokat Kalesi"*. Ortaçağ Araştırmaları Dergisi, 6/2. S. 484-503.
- Çiftçi, A. Z. (2024). *Ekonomik ve sosyal yönleriyle inanç turizmi: Tokat ili ve çevresi Alevi inanç mekanları üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Çolak, M., Türkmen, İ., & Haniççe, M. (2017). *Halkın Tarihi ve Kültürel Bilginç Durumu: "Tokat Örneği"*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi.
- Demir, İ. (2011). *Tokat Kamp Alanları*. Erişim adresi: <https://www.kampyerleri.org/tokat-kamp-alanlari/>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Doğu Karadeniz Turizm Master Planı Tokat İli Mevcut Durum Raporu, (2018). Erişim adresi: https://www.dokap.gov.tr/Upload/Genel/tokat-mevcut-durum-raporpdf-242058-rd_5.pdf, Erişim Tarihi: 07.12.2024
- Erdem, B. (2015). *Contribution of the tourism on economy: Tokat sample*. Journal of International Management Educational and Economics Perspectives, 3(1), s. 29-38.
- Erkara, A. (2019). *Kentsel Korumada Sürdürülebilir Turizm İlkelerinin Belirlenmesi: Tokat Kentsel Sit Alanı Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi.

- Güçlü, D. (2024). *Tarih ve Turizm Arasındaki Bağlantı: Köprüler*. Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 15, s. 1541-1561.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Arşivi, (2013). *Garipler Camii (Danışmend Melikgazi Camii) – Tokat*. Erişim adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/tokat/gezilecekyer/garpler-cam-dansmend-melkgaz-cam>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Karabudak, G. (2023). *Tokat'ta Kültürel Mirasların Buluşma Noktası: 900 Adımda 900 Yıllık Tarihi Kültür Yolu*. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 6(2), s. 267-283.
- Kızılaslan, N., & Bakır, B. (2022). *Kırsal Turizm Algısı ve Turizm Etkilerine Bakış Açısı (Tokat İli Örneği)*. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 11(2), s. 107-122.
- Kızılaslan, N., & Özyurt, Ç. (2012). *Sürdürülebilir kırsal kalkınmada ekoturizmin önemi: Tokat ili örneği*. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, (1), s. 50-62.
- Kızılaslan, N., & Ünal, T. (2014). *Tokat ilinin ekoturizm/kırsal turizm potansiyeli ve swot analizi*. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, (9), 45-61.
- Mülayim, S. (1996). *Garipler Camii*. TDV İslâm Ansiklopedisi, Erişim adresi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/garipler-camii>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Özçelik Bozkurt, H. (2018). *Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesi*. Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2(3), s. 49-55.
- Reşadiye Kaymakamlığı. (2016.). Erişim adresi: <http://www.resadiye.gov.tr/kaplicalar>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Sadaklıoğlu, H., & Aşık, A.K. (2019). *Şehir Pazarlaması Kapsamında Şehir İmajının Ölçümü: Tokat Örneği*. Enderun, 3(1), s. 1-15.
- Sağır, A. (2012). *Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı*. Electronic Turkish Studies, 7(4).
- Sivaslıgil, M. K., Kendir, H., & Arslan, E. (2024). *Tokat İlinde Kültürel Miras Turizmi (Müzecilik Perspektifinde İncelemeler)*. Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2022). Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-217296/termal-turizm.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat İli Kültür ve Turizm Eylem Planı 2018-2023, Erişim adresi: <https://oka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/30tokat-kultur-ve-turizm-eylem-plani.pdf>. Erişim tarihi: 07.12.2024

- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (tarih yok). Doğa Turizmi. Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-217295/doga-turizmi.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (tarih yok). Kültür Turizmi. Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-217293/kultur-turizmi.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (tarih yok). Müze ve Ören Yerleri. Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-231603/antik-kentler.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (tarih yok). Termal Turizm. Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-217296/termal-turizm.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2023). Turist İstatistikleri. Erişim adresi: <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-231560/turist-istatistikleri.html>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat'ta su sporları revaçta... (2017). Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/galeri/tokatta-su-sporlari-revacta-2510756/1>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat'ta Harami Yaylası olta balıkçılarının gözdesi oldu. (2024). Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/tokatta-harami-yaylasi-olta-balikcilarinin-gozdesi-oldu/17>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat (Türkiye) içindeki en iyi Doğa Yürüyüşü rotaları. (tarih yok). Erişim adresi: <https://tr.wikiloc.com/rotalari/gezi-yuruyus/turkiye/tokat?page=2>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat Valiliği, (2012). Valimiz, Almus'ta "Mavi ve Yeşilin Büyüsü" Proje Alanından İncelemelerde Bulundu. Erişim adresi: <http://www.tokat.gov.tr/valimiz-almus-ta-mavi-ve-yesilin-b-y-s-proje-alanindan-incelemelerde-bulundu>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Tokat Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, (2022). 2021 Yılı Tokat İl Durum Çevre Raporu, TC Tokat Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, Tokat. Erişim adresi: <https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/icerikler/tokat-ilcdr-2021-20220816111825.pdf>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Türk Patent ve Marka Kurumu (tarih yok). Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=60>. Erişim tarihi: 07.12.2024
- Türk Patent ve Marka Kurumu (tarih yok). Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/6046>. Erişim tarihi: 09.12.2024
- Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı & Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, (2020). Tokat İli Sağlık Turizmi Sektörü Termal Sağlık Kompleksi / Ön Fizibilite Raporu. Erişim Adresi: <https://www.tokatso.org.tr/panel/files/tokat->

ili-saglik-turizmi-sektoru-termal-saglik-kompleksi-on-fizibilite-raporu2020.pdf. Erişim Tarihi: 07.12.2024

Türkiye Kültür Portalı, (tarih yok). Yağlıbasan Medresesi – Tokat. Erişim adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/tokat/gezilecekyer/yagibasan-medreses-cukur-medrese>. Erişim tarihi: 07.12.2024

Yayla, Ö., & Solunoğlu, A. (23-24 Ekim 2017). *Sebastapolis Antik Kentinin Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Dört Adım Modeli*. DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu, Karadeniz Teknik Üniversitesi. Trabzon. s. 577-581.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). *Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği*. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3(4), s. 861-871.

Yeşil, P., Yeşil, M., & Yılmaz, H. (2008). *Jeolojik miras alanlarının alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi: Balıca Mağarası örneği*. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 39(2), s. 241-248.

10. BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YEREL MUTFAKLARIN ÖNEMİ: TOKAT MUTFAĞI

Nilay DEĞERLİ

Ordu Üniversitesi, SBE,

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yüksek Lisans Öğrencisi

<https://orcid.org/0009-0002-1532-8714>

Prof. Dr. Cavit YAVUZ

Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi,

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

yavuzcavit@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9279-1740>

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Ordu Üniversitesi, SBMYO

cbkaradeniz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3902-5251>

GİRİŞ

Beslenme, insanlık tarihinin en temel gereksinimlerinden biridir ve zaman içinde farklı toplumlar, kendi coğrafi, kültürel ve ekonomik koşullarına bağlı olarak çeşitli mutfak kültürleri geliştirmiştir. Bu kültürler, sadece bireylerin hayatta kalmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal yapılar, sosyal ilişkiler ve kültürel kimlikler üzerinde derin etkiler bırakır. Tarihsel

olarak, beslenme alışkanlıkları, toplumların iklim koşullarına, tarımsal üretim biçimlerine, yerel malzemelere ve ticaret ağlarına göre şekillenmiştir. Bu bağlamda, mutfak kültürleri sadece yiyecek ve içeceklerin hazırlanışını değil, aynı zamanda bir halkın dünyayı nasıl algıladığını, neyi değerli gördüğünü ve kimliğini nasıl tanımladığını da yansıtır (Beşirli, 2010; Tunçel, 2018).

İnsanlar, beslenme gereksinimlerini karşılamak için doğal kaynaklardan yararlanmış ve farklı coğrafyalarda gelişen mutfaklar, bölgesel kültürlerin en önemli göstergelerinden biri haline gelmiştir. Örneğin, Akdeniz mutfağı, zeytin, üzüm ve buğday gibi tarımsal ürünlere dayalı, sağlık odaklı bir beslenme biçimi sunarken, Orta Doğu mutfağı, baharatlar ve etli yemekler ile karakterize edilir. Her bir mutfak, o bölgenin toprağını, iklimini ve kültürel geçmişi bir araya getirerek kendine özgü bir kimlik oluşturmuştur (Deniz, 2024).

1. YÖRESEL MUTFAKLAR

Yöresel mutfaklar, belirli bir bölgenin iklimi, toprak yapısı, tarımsal üretimi, hayvancılık gelenekleri ve coğrafi koşullarının etkisiyle şekillenir. Ancak, bu yemekler yalnızca fiziksel çevrenin bir sonucu olmayıp, aynı zamanda bölgenin kültürel, sosyal ve dini yapılarının da bir yansımasıdır. Akbaba ve arkadaşlarının (2017) belirttiği gibi, yöresel yemekler sadece karın doyurma işlevi görmekle kalmaz; aynı zamanda bir toplumun kültürel değerlerini, sosyal normlarını ve toplumsal yapısını taşır. Yöresel yemekler, halkın günlük yaşamına dair ipuçları verir ve dini bayramlar, evlilikler gibi toplumsal etkinliklerde önemli bir rol oynar (Beşirli, 2010).

Bu yemekler, sadece o bölgenin sakinleri için değil, dışarıdan gelenler için de kültürel bir iletişim aracı haline gelir. Örneğin, Akdeniz mutfağında zeytinyağının ve taze sebzelerin bolca kullanılması, bölgenin tarımsal verimliliğini ve doğasına olan saygıyı simgeler. Benzer şekilde, Orta Asya mutfağında etin önemli bir yer tutması, göçebe yaşam tarzının ve hayvancılığın toplumsal yapıya etkisini gösterir. Dolayısıyla, her bir yemek sadece beslenme ihtiyaçlarını karşılamaktan çok daha fazlasını ifade eder: o bölgenin kimliğinin, tarihinin ve toplumsal yapısının bir yansımasıdır. Ancak, küreselleşme, şehirleşme ve sanayileşme süreçleriyle birlikte geleneksel mutfaklar yerini hızlı ve pratik yiyeceklere bırakmaya başlamıştır. Fast-food kültürünün yükselmesi, geleneksel yemeklerin unutulmasına yol açmış ve bunun önüne geçebilmek için gastronomi turizmi

gibi modern stratejiler devreye girmektedir. Bu noktada, gastronomi turizmi, yöresel mutfakların tanıtılması, korunması ve yaşatılması için büyük bir fırsat sunmaktadır (Küçükkömürlü vd. 2018; Kendirli ve Arslan, 2020; İnce ve Gençay,2023).

2.1. Coğrafi İşaretler ve Yöresel Ürünler

Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin özgünlüğünü ve kalitesini korumak amacıyla kullanılan yasal düzenlemelerdir. Coğrafi işaretli ürünler, sadece o bölgenin mutfak kültürünün bir parçası değil, aynı zamanda bölge ekonomisinin can damarıdır. Sormaz ve arkadaşlarının (2016) ifade ettiği gibi, coğrafi işaretler, yöresel ürünlerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamakta ve bu ürünlerin kalitesini garanti altına almaktadır. Bu işaretler, hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çeker, bölgedeki geleneksel mutfakların ekonomik açıdan değer kazanmasına olanak tanır (Denk, 2021).

Özellikle Türk mutfağında coğrafi işaretlerin rolü büyük bir önem taşımaktadır. Çekal ve Doğan (2022), yöresel yemeklerin coğrafi işaretlerle tanımlanmasının, yemeklerin özgünlüğünü ve kalitesini koruyarak yerel halkın yaşam standartlarını yükselttiğini ve geleneksel tariflerin geleceğe taşındığını vurgulamaktadır. Coğrafi işaretler, aynı zamanda yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasına olanak sağlar ve bölgesel kalkınma için önemli fırsatlar yaratır.

Yöresel yemekler, sadece bölgenin kültürel kimliğini yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda turizm açısından da büyük bir potansiyele sahiptir. Gastronomi turizmi, insanların yerel mutfakları deneyimlemek için seyahat etmeleri anlamına gelir ve bu tür seyahatler, bölgesel ekonomilere katkı sağlar. Yöresel yemekler, destinasyonlara özgü cazibe merkezleri oluşturarak turistlerin bölgeye olan ilgisini artırır. Kurnaz ve İşlek (2021), yöresel ürünlerin gastronomi turizmi çerçevesinde pazarlanmasının bölge kalkınmasına nasıl katkı sağladığını vurgulamaktadır. Yöresel yemeklerin restoran menülerinde yer alması, bölgedeki esnafa ve üreticilere ekonomik katkı sağlar ve bu sayede yerel kalkınmayı destekler.

Turizm sektöründe yöresel yemeklerin tanıtılması, aynı zamanda bölgenin kültürel mirasının korunmasına da yardımcı olur. Bir yörenin mutfağı, o bölgenin tarihini, halkını ve yaşam biçimini ziyaretçilere tanıtarak kültürel anlayışın artmasına katkı sağlar. Ayrıca, yöresel yemekler, turizmle birlikte kültürler arası

ilişkilerin kurulmasına yardımcı olabilir ve toplumsal dayanışmayı artırabilir (Yavuz, 2018). Ancak günümüzde, modern yaşamın hızına ayak uydurmak adına geleneksel mutfaklar ve yöresel yemekler zaman zaman geri planda kalmaktadır. Küreselleşme, dijitalleşme ve fast-food kültürünün yaygınlaşması, yöresel yemeklerin unutulmasına neden olabilir.

Ancak bu yemeklerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, yalnızca kültürel bir gereklilik değil, aynı zamanda ekonomik bir fırsattır. Yöresel yemeklerin standardize edilmesi ve coğrafi işaretlerle korunması, bu yemeklerin geleceğe taşınmasını sağlar. Aynı zamanda coğrafi işaretler sayesinde, yöresel yemeklerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımı mümkün olur (Çekal ve Doğan, 2022).

Bu bağlamda, coğrafi işaretler, yöresel yemeklerin üretim süreçlerinin ve tariflerinin belirli bir standarda kavuşturulmasını sağlar. Bu süreç, yemeklerin hem kültürel hem de ekonomik açıdan korunmasını garanti eder. Anadolu'nun zengin tarımsal ve hayvansal çeşitliliği, yöresel mutfakların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak bu mutfakların geleceğe taşınabilmesi için sürdürülebilirlik ve korunma önlemleri kritik öneme sahiptir. Özellikle coğrafi işaretler sayesinde, yöresel yemeklerin üretim süreçlerinin standartlara uygun olarak gerçekleştirilmesi, bu yemeklerin unutulmasını engellemektedir ve kültürel mirasın korunmasını sağlamaktadır (Ercik, 2024).

Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından verilen coğrafi işaretler, mutfak kültürlerinin sürdürülebilirliğini arttırmak, ürünlerde farklılaşmaların önüne geçmek ve yöresel ürünlerin korunarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Coğrafi tesciller, bölge halkına, üretici ve tüketiciye fayda sağlayarak, bölgede üretilen ürünlerin ön plana çıkmasını ve bilinirliklerinin artmasını sağlamaktadır. Bu ürünlerin coğrafi işaret alması, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yayımlanarak önemli faydalar sağlamaktadır (Usta ve Şengül, 2022; OKA, 2023; URL 5).

Yöresel yemekler, yalnızca karın doyurma amacını taşımaktan çok daha fazlasını ifade eder. Her bir yemek, o bölgenin kültürünün, tarihinin ve toplumsal yapısının bir yansımasıdır. Küreselleşmenin etkisiyle geleneksel mutfaklar zaman zaman geri planda kalsa da, gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlerin önemi, bu yemeklerin korunmasına ve yayılmasına büyük katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretler, yöresel yemeklerin kalitesini güvence altına alırken, aynı zamanda bu yemeklerin kültürel miras olarak korunmasını mümkün kılar. Bu süreç, sadece

kültürel bir sorumluluk değil, aynı zamanda yerel ekonomilerin kalkınmasına da büyük katkı sunar. Yöresel yemeklerin, yalnızca yerel halk için değil, turistler için de değerli bir deneyim sunduğu göz önünde bulundurulduğunda, gastronomi turizminin bu yemeklerin korunması, tanıtılması ve sürdürülebilirliği konusunda önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Sonuç olarak, yöresel mutfakların korunması ve geleceğe taşınması, hem kültürel hem de ekonomik açıdan stratejik bir öneme sahiptir (Türkay ve Genç, 2017).

3. GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi, yemeklerin sadece fiziksel bir boyutunu değil, aynı zamanda kültürel, sosyal ve sanatsal bir yönünü de içeren çok disiplinli bir alandır. Santich (2004), gastronomiyi, yemeklerin ne zaman, nerede, nasıl ve neden yenildiğini inceleyen bir bilim olarak tanımlar. Bu tanım, gastronominin yalnızca beslenme gereksinimlerini karşılayan bir pratik olmanın ötesinde, aynı zamanda toplumsal ritüellerin ve kültürel ifade biçimlerinin bir parçası olduğunu ortaya koyar (Küçükkömürler vd. 2018)

Gastronomi turizmi, bir bölgenin yemek kültürünü deneyimlemek amacıyla seyahat eden turistlerin oluşturduğu turizm türüdür (Türkay ve Genç, 2017). Yöresel mutfakların ve geleneksel yemeklerin tanıtılması, bu bölgeye özgü gastronomik deneyimlerin turistlerle buluşması, yalnızca turizme değil, aynı zamanda yerel ekonomilere de büyük katkılar sağlar. Gastronomi turizmi, bölgeye gelen turistlerin yemekleri tatmalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bir sosyal ve kültürel köprü işlevi görerek kültürler arası etkileşimi teşvik eder (Kim ve Eves, 2012). Şengül ve Türkay (2016), yöresel mutfakların, turistler için çekicilik unsurları oluşturduğunu ve bu sayede yerel kültürün daha geniş bir kitleye tanıtıldığını vurgulamaktadır.

Yöresel yemekler, bir bölgenin kültürel kimliğini dışa vurur ve turistlere sadece bir yemek deneyimi değil, o bölgenin tarihini, halkını ve yaşam tarzını keşfetme fırsatı sunar (Kim ve Eves, 2012). Bu bağlamda, gastronomi turizmi sadece bir yeme içme deneyimi değil, aynı zamanda yerel halkın kültürel yaşamını ve geleneklerini anlamaya yönelik bir keşif yolculuğudur. Yöresel mutfaklar, bir bölgenin tarihini, kültürünü, geleneklerini ve yaşam biçimlerini yansıtan önemli öğelerdir. Bu yemekler, yalnızca beslenme ihtiyaçlarını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda bir toplumun değerlerini, inançlarını ve toplumsal yapısını dışa vurur.

Gastronomi turizmi, bu açıdan kültürel sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlar. Yöresel yemekler, o bölgenin kültürel mirasını gelecek nesillere aktarmada bir araç işlevi görür. Bu yemekler, sadece yerel mutfak kültürünü tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda o bölgenin kültürünün korunmasına ve yayılmasına da olanak tanır (Şengül ve Türkay, 2016). Ayrıca, gastronomi turizmi, bölgedeki geleneklerin yaşatılmasına yardımcı olur, çünkü gastronomi turizmi, yerel halkla etkileşimi teşvik eder ve turistlerin yerel kültüre olan ilgisini artırır.

Son yıllarda sosyal medya ve dijital platformların etkisiyle, gastronomi turizmi önemli bir hızla büyümüştür. Restoranlar ve yemekler, sosyal medya aracılığıyla hızla tanıtılmakta ve büyük bir kitlenin ilgisini çekmektedir. Eryılmaz ve Şengül (2016), dijitalleşmenin gastronomi turizmini küresel ölçekte nasıl şekillendirdiğine dair önemli bulgular sunmaktadır. Sosyal medya, gastronomik deneyimlerin hızla yayılmasını ve tanınmasını sağlayarak, gastronomi turizminin gelişmesine önemli bir ivme kazandırmıştır. Günümüzde, sosyal medya sayesinde gastronomi turizmi, yalnızca yeme içme deneyiminden ibaret olmaktan çıkmış, bir kültürel keşif ve yerel halkla etkileşim sağlayan bir deneyim haline gelmiştir. Yöresel yemeklerin sosyal medya platformlarında paylaşılması, turistlerin bu yemeklere duyduğu ilgiyi artırmakta ve böylece gastronomik deneyimlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Bu dijital paylaşımlar, aynı zamanda yerel ekonomiye de katkı sağlar; çünkü turistler, gastronomi turizmi çerçevesinde yerel restoranlar ve üreticilerle etkileşimde bulunur.

Gastronomi turizmi, ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sunar. Çetin ve Bora (2022) bu turizmin, özellikle yerel ekonomilere sağladığı ekonomik fırsatları vurgulamaktadır. Yöresel yemeklerin ve geleneksel tariflerin tanıtılması, turistlerin bu bölgelere seyahat etmesini teşvik eder ve bu durum bölgedeki turizm sektörüne doğrudan katkı sağlar. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO, 2012) Küresel Yiyecek Turizmi Raporu'na göre, yöresel yiyecekler ve içecekler, turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştiren, destinasyonun marka imajını güçlendiren önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu da, gastronomi turizminin, destinasyonların prestijini artırdığına işaret eder (Chang & Mak, 2018; Küçükkömürlü vd. 2018).

Türkiye'de de gastronomi turizmi son yıllarda büyük bir ivme kazanmıştır. Türkiye'nin zengin mutfak kültürü ve bölgesel lezzetlerin çeşitliliği, gastronomi turizminin gelişmesini pekiştirmiştir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB, 2015) verilerine göre, Türkiye'deki turistlerin yeme-içme harcamaları, turizm gelirlerinin %20-25'lik bir dilimini oluşturmaktadır. Bu

oran, gastronomi turizminin Türkiye ekonomisi ve turizmi için ne denli önemli bir sektör haline geldiğini açıkça göstermektedir (URL, 2)

Gastronomi turizmi, kültürel mirasın yaşatılmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Bir bölgenin yemekleri, o bölgenin tarihini, kültürünü ve geleneklerini yansıtan öğelerdir. Bu bağlamda, gastronomi turizmi, sadece bir yeme içme deneyimi sunmakla kalmaz; aynı zamanda yerel halkın geleneklerinin yaşatılmasına ve kültürel mirasın korunmasına da katkı sağlar. Gastronomi turizmi, yerel halkın kültürünü dışa vurmasına, bölgedeki gelenekleri ve yaşam biçimlerini turistlere tanıtmaya olanak tanır. Bu da, kültürler arası anlayışı artırmakta ve bölgenin kimliğini global ölçekte tanıtmaya fırsatı yaratmaktadır. Özellikle, gastronomi turizmi sayesinde, geleneksel yemek tariflerinin korunması sağlanmakta ve bu yemekler, sadece yerel halk için değil, aynı zamanda turistler için de kültürel bir deneyim sunmaktadır. Yöresel yemeklerin, bir bölgenin kültürel kimliğini tanıtmaya ve bu kimliği gelecek nesillere aktarma işlevi büyüktür (Türkey ve Genç, 2017) .,

4. TOKAT MUTFAĞI VE GASTRONOMİ TURİZMİ

Yöresel yemekler, bir bölgenin kültürel, ekonomik ve coğrafi özelliklerini yansıtan, o bölgeye özgü malzemelerle hazırlanan ve geleneksel pişirme yöntemleriyle yapılan yemeklerdir. Bu yemekler, bir toplumun tarihini, geleneklerini ve yaşam biçimini temsil eden önemli kültürel öğeler arasında yer alır (Inwood, 2009). Yöresel mutfaklar, sadece bölgesel bir beslenme biçimi sunmakla kalmaz, aynı zamanda o bölgenin sosyal yapısını, kültürel kodlarını ve ekonomik koşullarını da yansıtan benzersiz bir kimlik oluşturur (Çapar ve Yenipınar, 2016; Can ve Ağcakaya, 2019). Bu bağlamda, yöresel mutfaklar kültürel mirasın korunması açısından büyük bir öneme sahiptir.

Yöresel yemekler, buldukları bölgenin ekolojik koşullarına ve tarımsal üretim çeşitliliğine dayanarak şekillenir. Yerel halkın yaşam tarzı, beslenme alışkanlıkları ve tarihsel gelenekleriyle özdeşleşen pişirme teknikleri, her bölgeye ait mutfak kültürünü farklı kılmaktadır (Saatçi ve Demiral, 2018). Bu sebeple yöresel yemekler, sadece lezzetli birer yemek olmanın ötesine geçerek, bir bölgenin kültürel ve toplumsal yapısını gözler önüne seren önemli değerlerdendir.

Tokat mutfağı, Anadolu'nun zengin tarımsal verimliliği ve kültürel çeşitliliği

ile şekillenmiş zengin bir gastronomik mirasa sahiptir. Karadeniz ve İç Anadolu bölgelerinin kesişiminde yer alan Tokat, tarih boyunca pek çok medeniyetin izlerini taşır. Bu medeniyetler arasında Hititler, Asurlular, Frigler, İskitler, Persler, Osmanlılar ve Cumhuriyet dönemi yer alır (URL 1). Her bir medeniyet, Tokat'ın mutfak kültürünü derinden etkilemiş ve bölgeye özgü yemeklerin çeşitlenmesine katkı sağlamıştır.

Tokat'a yerleşen Muhacirler, Aleviler, Ermeniler, Rumlar, Yahudiler ve Balkan toplulukları gibi farklı kültürler, kendi mutfak geleneklerini Tokat mutfağına katmış ve bu da zengin bir yemek çeşitliliği ortaya çıkarmıştır (Mertol ve Yaylacı, 2021). Tokat mutfağının bu çok kültürlü yapısı, geleneksel pişirme yöntemlerini, farklı malzemelerin bir arada kullanımını ve yemeklerin çeşitlenmesini sağlamıştır. Osmanlı döneminde saray mutfakları ile halk mutfakları arasındaki etkileşim de Tokat mutfağının farklılaşmasında önemli bir rol oynamıştır (Gökbilgin, 1979).

Tokat, verimli toprakları ve iklim çeşitliliği ile tarım ve hayvancılık açısından oldukça zengin bir bölgedir. Bu doğal zenginlikler, bölgenin mutfak kültüründe de kendini göstermektedir. Tokat, özellikle üzüm ve ceviz üretimiyle ünlüdür. Bu ürünler, sadece yöresel tatların hazırlanmasında değil, aynı zamanda bölgenin iklim ve tarım koşullarına uygun olarak şekillenen geleneksel yemeklerin temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, Tokat'a özgü ürünler arasında asma yaprağı, kuşburnu ve çeşitli yaz sebzeleri (özellikle patlıcan ve domates) de bulunur (URL 3). Tokat mutfağında, üzüm ve asmadan elde edilen yapraklar önemli bir yer tutar. Üzüm, hem taze olarak hem de kuru olarak, mutfakta farklı şekillerde kullanılır. Tokat mutfağının geleneksel yemeklerinde, pekmez, tatlılardan yemeklere kadar birçok alanda yer bulur. Aynı şekilde, bölgedeki ceviz ağaçları, özellikle tatlılar ve bazı yemekler için vazgeçilmez bir malzeme olarak kullanılır (URL 4).

Tokat mutfağı, zengin tarımsal üretimi ve bölgeye özgü ürünleriyle sürdürülebilir bir gastronomi turizmi modeline olanak tanımaktadır. Yerel tarım ürünlerinin kullanımı, geleneksel pişirme tekniklerinin korunması ve yöresel yemeklerin tanıtılması, bölgenin kültürel mirasının sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Gastronomi turizmi, Tokat'a özgü yemeklerin tanıtılmasına yardımcı olarak, bölgenin ekonomik kalkınmasını destekler. Coğrafi işaretli ürünlerin tescillenmesi, bu sürecin önemli bir parçasıdır. Bu tür ürünler, hem yerel ekonomiyi canlandırır hem de Tokat'ın gastronomi turizmi açısından potansiyelini artırır. Tokat mutfağının geleceği, sadece geleneksel yemeklerin

korunmasına değil, aynı zamanda bu yemeklerin modern dünyada tanıtılmasına da bağlıdır. Gastronomi turizmi, Tokat'ın zengin mutfağını dünya çapında tanıtabilir, böylece hem kültürel miras hem de ekonomik kalkınma bir arada sağlanabilir. Tokat mutfağı, sadece bir yemek deneyimi sunmanın ötesinde, bölgenin kimliğini ve tarihini geleceğe taşımaktadır.

Tokat mutfağı, bölgenin zengin kültürel mirasını, coğrafi çeşitliliğini ve tarımsal üretimini yansıtan önemli bir gastronomik değerdir. Hem geleneksel hem de modern pişirme tekniklerinin bir arada kullanıldığı Tokat mutfağı, sadece bir tat deneyimi değil, aynı zamanda kültürel bir miras olarak kabul edilmelidir. Bu miras, gastronomi turizmi aracılığıyla geniş kitlelere tanıtılabilir ve Tokat'ın ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynayabilir. Tokat'a özgü yemekler, bölgenin sosyal, kültürel ve ekonomik dokusuyla bütünleşmiş, sürdürülebilir bir turizm modeline dönüşebilir (Everett & Aitchison, 2008; Türkay ve Genç, 2017)

4.1. Tokat Mutfağında Öne Çıkan Geleneksel Lezzetler

Tokat mutfağı, bölgenin tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin zenginliğini yansıtan ve doğal ürünlerin mevsiminde kullanımıyla şekillenen bir mutfak kültürüdür. Tokat'ın verimli toprakları, meyve ve sebze çeşitliliği, yerel hayvancılık ve özgün bitki örtüsü, bu mutfağın temel taşlarını oluşturur. Yerel ürünlerin kullanımı, hem lezzetli hem de sağlıklı yemeklerin ortaya çıkmasını sağlamış, Tokat mutfağını kendine özgü bir kimliğe kavuşturmuştur. Bu yemekler, sadece damak tadını değil, aynı zamanda Tokat'ın tarihini, coğrafyasını ve kültürel kimliğini de derinlemesine yansıtır. Tablo 1'de bu yöresel lezzetlerden en bilinenleri verilmiştir (URL 4).

Tablo 1. Tokat İli Yöresel Yemekler

ÇORBALAR	ANA YEMEKLER	DOLMALAR	PILAVLAR	HAMUR İŞLERİ	TATLILAR	DiĞER
Bacaklı Çorba	Tokat Kebabı	Bakla Dolması	Mercimekli Bulgur Pilavı	Çökelekli Katmer	Tatlı Tarhana	Ispanak Mihlaması
Toyga Çorbası	Kuru Patlıcan Yemeği	Mumbar Dolması	Pehlili Pilav	Haşhaşlı ve Cevizli Parmak	Zile Pekmezi	Yumurmalı Pürpürüm Kavurması
Helle Çorbası	Bat	Kelem Dolması	Fasulyeli Bulgur Pilavı	İşkefe	Zile Kömesi	Madımak
Tarhana	Çalma Pekmezli Köy Pilici	Efelik Dolması	Dolma İçi	Samsa	Ak Zambak Reçeli	Ferfene
	Kabak Döşemesi	Et Dolması	Keşkek	Erbaa Katmeri	Köme	Tiritli Ispanak
	Kabak Kızartması	Erikli Yavan Dolma		Tokat Çöreği ve Ekmeği	Kayısı Çiri	Reşadiye Kırmızı Pezik Turşusu
	İsot Patlaması	Pırasa Dolması		Turhal Yoğurtmacı	Gül Reçeli, Bük Reçeli, Ceviz Reçeli	
				Tokat Yağlısı	Tırtıl Baklavası	

Tokat mutfağı, yalnızca bir beslenme aracı olarak değil, aynı zamanda toplumsal etkinliklerin ve geleneklerin ayrılmaz bir parçası olarak önemli bir yer tutar. Yemekler, Tokat halkının sosyal yaşamını, kültürel kimliğini ve geleneksel değerlerini yansıtarak toplumsal bağları güçlendirir. Örneğin, madımak toplama etkinlikleri gibi geleneksel faaliyetler, özellikle kadınlar arasında sosyal bağları pekiştiren, bilgi ve deneyim paylaşımını sağlayan etkinliklerdir. Tokat mutfağı, bu tür geleneksel sosyal etkinliklerin bir parçası olarak, toplumsal dayanışmayı ve misafirperverliği pekiştiren bir işlev görür.

Yöresel yemekler, bölgenin geleneksel ritüellerinin ve toplumsal olaylarının önemli bir parçasıdır. Kız isteme, söz, nişan, kına, düğün, sünnet gibi toplumsal etkinliklerde yemeklerin sunumu, hem bir misafirperverlik göstergesi hem de sosyal bir bağ kurma aracıdır. Düğünlerde sunulan pehlili pilav, keşkek ve Tokat kebabı gibi yemekler, bu etkinliklerin ayrılmaz bir parçasıdır. Tokat mutfağında yemekler, bir araya gelen insanları kaynaştıran, toplumsal dayanışmayı pekiştiren unsurlar arasında yer alır. Bu yemeklerin hazırlanışı, sunumu ve paylaşılması, Tokat halkının kültürel değerlerini ve geleneksel yaşam tarzını somut bir şekilde yaşatır. Yemekler, aynı zamanda Tokat'ın kültürel mirasını nesilden nesile aktaran önemli bir araçtır (Sağır, 2012).

Tokat mutfağının en belirgin özelliklerinden biri, bölgeye özgü yerel ürünlerin mevsiminde kullanılmasıdır. Tokat'ın zengin tarımsal çeşitliliği, mutfak kültürünü besleyen önemli bir kaynaktır. Asma yaprakları, Tokat mutfağının en yaygın kullanılan malzemelerindedir. Bu yapraklarla yapılan yaprak sarma, bölgenin özgün baharatlarıyla tatlandırılarak lezzetli bir yemek haline gelir. Ayrıca, Tokat'taki üzümlerden üretilen **üzüm pekmezi** ve kuşburnu marmelatı, hem geleneksel tatlar yaratır hem de Tokat'ın tarımsal potansiyelini gözler önüne serer.

Tokat mutfağında zambak çiçeği reçeli gibi özgün reçeller de önemli bir yere sahiptir. Zambak çiçeği, Tokat'ın doğal zenginliklerinden biri olarak, reçel haline getirilerek yöresel mutfağın tatlı çeşitliliğini artırır. Bunun yanı sıra, Tokat'ın en bilinen ve değerli tarımsal ürünlerinden biri olan ceviz, hem tatlılarda hem de yemeklerde sıkça kullanılır. Cevizli tatlılar, bölgenin tarımsal ürünlerini en iyi şekilde değerlendiren geleneksel tatlar arasında yer alır.

Tokat mutfağının tatlıları da, bölgenin tarım ürünlerini yansıtan önemli bir unsurdur. Zile pekmezi ve kuşburnu marmelatı, bölgenin meyve çeşitliliği ve tarımsal üretimiyle doğrudan ilişkilidir. Bu tatlar, Tokat'a özgü olup, hem bölgenin gastronomik kimliğini oluşturur hem de yerel halkın kültürel değerlerinin birer yansımasıdır.

Tokat mutfağı, yemeklerin ötesinde, Tokat halkının sosyal yaşamını şekillendiren bir kültürün parçasıdır. Yöresel yemekler, bir araya gelerek kutlanan özel günlerde bir bağ kurma aracı olarak kullanılır. Özellikle düğünlerde sunulan yemekler, toplumsal yaşamın en önemli ritüellerinden biri olan düğün törenlerini daha anlamlı ve unutulmaz kılar. Tokat kebabı, pehlili pilav, keşkek gibi yemekler, bu tür etkinliklerde hem damak tadına hitap eder

hem de misafirperverliği simgeler.

Ayrıca, Tokat'ta yapılan toplumsal etkinliklerde yemeklerin rolü, bölgenin misafirperverliğini ve halkın geleneksel değerlerini pekiştirir. Tokat halkı, yemeklerin hazırlanışında ve sunumunda büyük bir özen gösterir, bu da yemeklerin sadece bir beslenme aracı olmanın ötesine geçmesini sağlar. Yöresel yemekler, sosyal bağların güçlendirilmesinde önemli bir yer tutar ve bu yemeklerin nesilden nesile aktarılması, Tokat'ın kültürel mirasının korunmasına katkı sağlar.

Tokat mutfağı, zengin tarımsal ve hayvansal ürünlerle hazırlanan geleneksel tariflerin bir yansımasıdır. Bu yemekler, Tokat'ın tarihini, coğrafyasını ve kültürel kimliğini yansıtan önemli unsurlardır. Yerel ürünlerin mevsiminde kullanılması, Tokat mutfağının sadece beslenme amacıyla değil, aynı zamanda kültürel bir kimlik olarak varlığını sürdürmesini sağlar. Yöresel yemekler, Tokat halkının yaşam biçimi, toplumsal yapısı ve tarihsel geçmişi hakkında önemli ipuçları sunar. Tokat mutfağı, sadece lezzetli yemekler sunmakla kalmaz, aynı zamanda bölgenin kültürel zenginliğini ve geleneksel değerlerini günümüze taşır.

Tokat mutfağı, sadece etli yemeklerle değil, aynı zamanda sebze, baklagil ve otlarla hazırlanan zengin yemeklerle de tanınır. Tokat'ta yetişen meyve ve sebzeler, özellikle patlıcan ve domates, yemeklerde sıkça kullanılır. İşte Tokat mutfağının en bilinen yemeklerinden bazıları:

Tokat Kebabı: Tokat'ın en ünlü yemeği olan Tokat Kebabı, Karayaka kuzu etinin şişe dizilip odun ateşinde pişirilmesiyle hazırlanır. Karayaka kuzu etinin yumuşaklığı ve lezzeti, kebaba özel bir tat katmaktadır. Etin doğallığı ve odun ateşinin verdiği aroma, Tokat Kebabı'nı benzersiz kılar.

Yaprak Sarma: **Asma yaprağı** ile hazırlanan yaprak sarma, Tokat mutfağının simgesel yemeklerinden biridir. İç harcı pirinç, et ve çeşitli baharatlarla hazırlanır, genellikle zeytinyağı ile pişirilir. Tokat yaprağının kendine has lezzeti, bu yemeği farklı kılar.

Pehlili Pilav: Pehlili pilav, Tokat'ın düğünlerinde ve bayramlarında vazgeçilmez bir yemektir. Pirinç, nohut ve tereyağı ile yapılan bu pilav, Tokat'ın geleneksel tatlarından biridir. Özellikle özel günlerde sunulan bu pilav, yemekteki ana unsur olan tereyağının zengin lezzetiyle dikkat çeker.

Keşkek: **Keşkek**, nohut ve yarma ile yapılan geleneksel bir yemektir. Tokat'ta özellikle toplumsal etkinliklerde, düğünlerde veya bayramlarda sıkça yapılır. Bu yemek, bölgedeki sosyal hayatın ve toplumsal bağların önemli bir parçasıdır.

Kavurma: Tokat mutfağının bir diğer et yemeği olan **kavurma**, Karayaka kuzu etinin baharatlarla kavrulup pişirilmesiyle hazırlanır. Genellikle özel günlerde tercih edilen bir yemektir ve Tokat halkının mutfağında büyük bir yere sahiptir.

Zeytinyağlı Enginar: Tokat'ın verimli topraklarında yetişen enginarlar, zeytinyağı ile pişirilerek sağlıklı ve lezzetli bir yemek haline gelir. Bu yemek, Tokat mutfağının hafif ve besleyici özelliklerini yansıtır.

Tokat mutfağında, sebze ve baklagiller de sıkça kullanılır. **Baklılı dolma**, **patlıcanlı yemekler** ve **sulu otlar** ile yapılan yemekler, bölgenin zengin ekolojik yapısının mutfağa nasıl yansıdığını gösterir. **İvik** adlı yemek de, yöresel otlarla hazırlanan sulu bir yemektir ve genellikle ekmekle birlikte yenir.

Tatlılar ve Diğer Yöresel Lezzetler

Tokat mutfağı, tatlılar açısından da oldukça zengindir. Yörede yetişen meyveler ve tarımsal ürünler, tatlılarda kullanılarak bölgenin kültürüne özgü tatlar yaratılır. Tokat tatlıları arasında şunlar öne çıkar:

Zile Pekmezi: Tokat'ın ünlü pekmezi, hem tatlı olarak kullanılır hem de yöresel yemeklerde önemli bir yer tutar. Zile pekmezi, Tokat'ın tarımsal ürünlerinden biri olarak, bölgeye özgü bir lezzet sunar.

Kuşburnu Marmelatı: Tokat'ın doğal zenginliklerinden biri olan **kuşburnu**, marmelat olarak kullanılarak geleneksel bir tat yaratır.

Cevizli Tatlılar ve Kömeler: Tokat'ın ceviz üretimi oldukça yaygındır ve cevizli tatlılar da bu bölgenin önemli tatlılarından. Ayrıca, **köme** adı verilen tatlı, yöresel mutfakta sıkça tercih edilir.

Zambak Çiçeği Reçeli: Tokat'ta **zambak çiçeği** kullanılarak yapılan reçel, bölgenin özgün tatlarından biridir. Zambak çiçeğinin hoş aroması, reçele eşsiz bir tat katar.

Tokat Kebabı Malzemeleri

- 3 adet patlıcan
- 20-25 adet küçük Tokat biberi
- 6-7 adet domates
- 1 kg. parça kuzu eti
- 7-8 baş sarımsak
- 3-4 adet orta patates

- 100 gr kadar kuyruk yağı
- 1 tatlı kaşığı tuz
- 5 adet lavaş pide

Tokat Kebabı Tarifi: Mevsiminde yetiştirilen patlıcanlar kabuğu soyulmadan uzunlamasına ikiye, sonra bir parmak kalınlığında kesilir. Patatesler soyulup bir parmak kalınlığında halka şeklinde kesilir. Şişler bir parça kuyruk yağı ile yağlanır. İlk olarak bir parça kuyruk yağı, bir baş sarımsak ve sonra iri kuşbaşı doğranmış kuzu eti, 1 parça patlıcan olmak üzere şişlere sırayla dizilir. Tokat kebabı pişirmek için özel üretilen iki yandan ateş yanan fırınlarla pişirilir Şişlerin en üstüne takılan kuyruk yağı eriyerek sebzenin üstüne akar. 15-25 dakika içinde pişen et ve sebzeler bir tepsiye yayılan pideye dizilerek orta kısmına domates eklenir ve servis edilir.



Görsel 1. Tokat Kebabı

Bakla dolması: Baklalar ılık suda bekletilir ve ortadan ikiye kesilir kabukları çıkartılır ve doğranır. Doğranan baklalar büyük bir kaba alınır ve soğan, salça, dolma içi, ince doğranmış maydanoz, dereotu, reyhan, kırmızı biber, karabiber, tuz ve bir bardak kadar su eklenerek karıştırılır ve iç hazırlanır. Yaprağın ortasına iç konularak sarılır. Tencerenin en altına istenirse kemikli kaburga eti

konular ve üzerine dolmalar dizilir. Dolmaların üzerine sıcak su gezdirilir ve kapak koyularak kısık ateşte yaklaşık 3-4 saat pişirilir. Sosu için soğanlar yağda kavrulur içine salça eklenir ve dolmaların üzerine yayılarak pişirilir.



Görsel 2. Baklalı, etli ve zeytinyağlı dolmalar

Et Dolması: Soğan ince ince doğranır. İçerisine eklenen kıyma, düğü, salça, baharatlar ve bir su bardağı su ile yoğrulur. Asma yaprağı 3-4 parçaya bölünür ve küçük bohçalar şeklinde sarılır. Hazırlanan dolmalar tencereye dizilir. Üzerini geçmeyecek kadar sıcak su eklenir ve tereyağı eklenir kısık ateşte 4-5 saat pişirilir. Suyunu çektikçe sıcak su ilavesi yapılır.



Görsel 3. Bat



Görsel 4. Madımak

Bat Malzemeleri:

- 2 su bardağı haşlanmış yeşil mercimek
- 2 çorba kaşığı salça
- 2 adet domates, 2 adet yeşil biber ve 2 adet kuru soğan
- Yarım demet yeşil soğan, maydanoz ve dereotu
- 1 çay bardağı dövülmüş ceviz
- 1 çorba kaşığı kuru reyhan
- 1 fincan ince bulgur
- 1 tatlı kaşığı pul biber ve tuz

Servis için: 200 gram üzüm yaprağı ve 5-6 dilim ev ekmeği

Bat Tarifi: Mercimekler yıkanıp süzülür. Tencereye koyularak, üzerini 4-5 parmak geçecek kadar suyun içinde kaynatılıp köpüğü alınır. Ateşin altı kısılarak mercimekler yumuşayınca kadar haşlanır. İçine bulgur eklenip, soğumaya bırakılır. Ceviz içleri havanda hafif irice parçalanır. Biberlerin sap kısımlarıyla tohumları temizlenir ve ince kıyılır. Domatesler ve soğan küp şeklinde doğranır. Taze otları ince kıyılır. Soğuyan mercimeğin içine salça, tuz, kırmızı biber, soğan, domates, yeşil biber ve yeşillikler ilave edilip karıştırılır. Ceviz içi eklenip haşlanmış asma yaprağı ve ev ekmeği eşliğinde servisi yapılır.

Madımak Malzemeleri:

- 1 kg madımak
- 200 gram kıyma ya da pastırma
- 2 çorba kaşığı tereyağı
- 1 tatlı kaşığı çemen
- 1 su bardağı kalın bulgur
- 2 diş sarımsak
- Kimyon, Karabiber, Kırmızıbiber

Madımak Tarifi: Madımaklar temizlenir, yıkanır ve suyu süzüldükten sonra ince doğranır. Tereyağı eritilir, doğranmış kuru soğan ve kıyma eklenerek kavrulur. Madımak eklenerek kavrulmaya devam edilir. Bulgur, çemen, sarımsak

ve baharatlar eklenir. Üzerini geçene kadar su konulur ve pişirilir.



Görsel 5. Tokat Çöreği

Tokat Çöreği Malzemeleri:

Nohut mayasının malzemeleri;

- *1 su bardağı nohut*
- *1 su bardağı ılık su*
- *1 yemek kaşığı şeker*
- *1 çay kaşığı tuz*
- *1 çay bardağı un*

Hamurun malzemeleri;

- *1 su bardağı ılık süt*
- *125 gram margarin*
- *125 gram tereyağı*
- *2 yumurtanın akı (Sarı yüzüne olacak)*

- Yarım ay bardağı sıvı yağ
- 2 ay bardağı Şeker
- 1 ay kaşığı toz maya
- Yarım ay kaşığı tuz
- 2 su bardağı kuru üzüm
- 2 su bardağı ceviz

Tokat reği Tarifi: Hamur için süt, nohut mayası, Şeker ve sıvı yağ karıştırılır. Daha sonra kuru üzüm ve ceviz hariç tüm malzeme yoğurma kabına alınır ve yoğurulur. Hamurun kıvamı sertleŐince hamur yoğurma kabı ile poŐete koyulur ve üzeri örtülerek 1 saat dinlendirilir. Hazırlanan hamura kuru üzüm ve ceviz koyulur ve tekrar yoğrulur. Merdane ile parmak kalınlığında açılan hamur bardak yardımıyla eşit parçalara blnr15 dakika tepsi mayası için bırakılır. reklere yumurta sarısı sürülür, zeri Őekillendirilir ve 180 derece fırında pişirilir.



Görsel 6. Tokat Yağlısı



Görsel 7. Zambak Reçeli

Tokat Yağlısı Malzemeleri:

- 3 su bardağı un
- 1,5 su bardağı su
- 1 tatlı kaşığı tuz
- İç malzemesi olarak tereyağı

Tokat Yağlısı Tarifi: Un geniş bir kaba alınır ve ortası havuz şeklinde açılır. Tuz ilave edilen su yavaşça eklenerek yoğurulmaya başlanır. Hamur kıvam aldıktan sonra, eşit büyüklükte parçalara ayrılır. Her bir parça yuvarlanarak, üstleri temiz bir bez ile örtülür ve oda sıcaklığında dinlendirilir. Bezeler ve un serpilmiş tezgah üzerinde servis tabağı büyüklüğünde, ince bir yuvarlak şeklinde açılır. Açılan hamurun ortasına tereyağı sürülür ve hamurun kenarlarından başlanarak üst üste katlanır tüm katlama işlemlerinde aralara tereyağı sürülür. Hazırlanan bezeler, soğuk bir yerde 10 dakika kadar bekletilir. Soğutma işleminden sonra, bezeler tekrar yuvarlak şekilde açılır. Hazırlanan bezeler tavada alt üst kızartılır.

Ak Zambak Reçeli Malzemeleri

- 1 kase tohumlarından ayrılmış ak zambak
- 2 kase toz şeker
- 1.5 kase su
- yarım limon

Ak Zambak Reçeli Tarifi

Zambaklar ayıklanır. Üzerine bir çay bardağı toz şeker ekilerek üzeri kapatılır. 1 gün buzdolabında bekletilir. Kalan şeker ve su kıvam alana kadar kaynatılır. Şekerde bekletilen zambak ve limon suyu ilave edilerek reçel kıvamına getirilir. Soğutulduktan sonra kavanozlara doldurulur.

SONUÇ

Tokat mutfağı, bölgenin zengin tarihi, kültürel ve coğrafi geçmişinin bir yansıması olarak, sadece bir yemek kültürü değil, aynı zamanda yerel kimliği pekiştiren, toplumsal bağları güçlendiren ve ekonomik kalkınmayı destekleyen önemli bir unsurdur. Yöresel yemekler, Tokat'ın sosyal dokusunu, kültürel

mirasını ve ekonomik potansiyelini geleceğe taşıyan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, Tokat mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde daha etkin bir şekilde tanıtılması, bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına büyük katkı sağlayacaktır (Çekal ve Doğan, 2022).

Gastronomi turizmi, sadece turistlerin Tokat mutfağını deneyimlemesinin ötesinde, bölgenin kültürel mirasının korunmasına, yerel üreticilerin ve esnafın desteklenmesine, ayrıca bölgesel ekonominin canlandırılmasına olanak tanır. Tokat'ın coğrafi işaretli ürünleri ve yöresel yemekleri, hem Tokat'ın doğal ve kültürel zenginliklerini sergileyen hem de bu değerleri koruma amacını taşıyan sürdürülebilir bir gastronomi turizmi modeli için büyük bir potansiyel taşımaktadır. **Üzüm**, ceviz, asma yaprakları, kuşburnu ve Karayaka kuzu eti gibi yerel malzemelerle hazırlanan yemekler, yalnızca Tokat'ın mutfak kimliğini değil, aynı zamanda bölgenin tarımsal çeşitliliğini ve ekolojik yapısını da yansıtır. Bu yemekler, Tokat'ın geleneksel yemek kültürünün korunmasında ve tanıtılmasında önemli bir rol oynar.

Gastronomi turizmi, Tokat için aynı zamanda ekonomik bir fırsat sunmaktadır. Yöresel yemekler ve coğrafi işaretli ürünler, restoranlar ve turizm sektörü aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşacak, bölgeye özgü mutfak kültürü daha fazla tanıtılacaktır. Tokat'ta düzenlenen gastronomi etkinlikleri, festivaller, yemek yarışmaları ve fuarlara katılım, hem yerel esnafın hem de bölgedeki tarım ve gıda üreticilerinin ekonomiye katkı sağlamasına olanak verir. Bu etkinlikler, sadece bölgeyi tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda yerel ekonomiyi canlandırarak istihdam yaratır.

Gastronomi turizmi, Tokat'ın sosyal yapısındaki dayanışmayı da güçlendirir. Yöresel yemeklerin toplumsal etkinliklerde, düğünlerde, bayramlarda ve diğer geleneksel kutlamalarda oynadığı rol, sosyal bağları pekiştirirken, toplumsal kültürün nesilden nesile aktarılmasına yardımcı olur. Tokat mutfağı, bu açıdan sadece bir beslenme kültürü değil, aynı zamanda toplumsal kimliği pekiştiren, sosyal dayanışmayı artıran ve kültürel mirası yaşatan bir öğe olarak öne çıkar.

Bölgesel kimliğin korunması ve tanıtılmasının bir aracı olarak gastronomi turizminin etkin bir şekilde kullanılması, Tokat'ın turizm sektörü açısından da rekabet gücünü artıracaktır. Tokat, gastronomi turizmi sayesinde, bölgenin tarihî ve kültürel mirasıyla birleşen eşsiz mutfağını tanıtarak, daha fazla yerli ve yabancı turistini ilgisini çekebilir. Bu süreç, sadece gastronomi ile ilgili deneyimlerin sunulmasından ibaret olmayıp, aynı zamanda bölgedeki yerel

halkın yaşam kalitesini artırma, sosyal refahı destekleme ve bölgesel kalkınmayı sağlama açısından da kritik bir önem taşır.

Sonuç olarak, Tokat mutfağı ve gastronomi turizmi, birbirini tamamlayan iki önemli alan olup, bölgenin kültürel mirasının korunması ve ekonomik kalkınmasının desteklenmesi açısından güçlü bir araçtır. Bu potansiyelin doğru bir şekilde değerlendirilmesi, Tokat'ı gastronomi turizmi açısından cazip bir destinasyon haline getirebilir ve bölgenin turizm sektöründe önemli bir paya sahip olmasını sağlayabilir. Yöresel yemeklerin tanıtılması, sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşması, bölgenin turizm potansiyelini artıracak, hem yerel halkın hem de turistlerin bu mutfağa olan ilgisini derinleştirecektir. Böylece Tokat, sürdürülebilir bir gastronomi turizmi modeli ile hem bölgesel kalkınmayı destekleyecek hem de kültürel zenginliklerini gelecek nesillere aktaracaktır.

KAYNAKÇA

- Çam, O., ve Çılğınoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 176-192.
- Çekal, N., ve Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçete ve Coğrafi İşaretlerin Önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- Akbaba, M., Özel, G., ve Yıldız, F. (2017). Yöresel Yemeklerin Restoran Menülerinde Yer Alma Düzeyinin Belirlenmesi: Kilis Mutfağı Örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, 351-364.
- Aksoy, M., ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 79-89.
- Başol, S. ve Alkoç, S. Ş. (2012). "19. Yüzyılın ortalarında Tokat'ta kullanılan ve tereke belgelerine yansıyan ev eşyaları", *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Tokat Sempozyumu (Cilt 1)*, 1. 01-03 Kasım 2012, Tokat. https://api.tokatsempozyumu.com/uploads/symposium/tokat-sempozyumu_1-3-kasim-2012/ekler/2-tokatsempozyumu_1-3-kasim-2012_c.1.pdf
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 165-181.

- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür Ve Kimlik. *Milli Folklor*, 87.
- Deniz, T. (2024). Coğrafya Kültür ve Tarım. Gıda Coğrafyası, içinde, Editörler. Taşkın Deniz, H. Avni Kırmacı., 1-23, 2. Baskı, Detay Yayıncılık
- Can, İ. İ., & Ağcakaya, H. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 788-804. <https://doi.org/10.32958/gastoria.582778>
- Chang, R. C., & Mak, A. H. (2018). Understanding gastronomic image from tourists' perspective: A repertory grid approach. *Tourism Management*, 68, 89-100.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*(4), 100-115.
- Çetin, B., Bora, D. (2022) Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Değerlendirilmesi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4)- 1561-1574
- Gökçen, A., & Bişgin, H. (2024). Yemek, Toplumsallık ve Dönüşüm: Tokat Mutfağı Üzerine Nitel Bir Araştırma. *İctimaiyat*, 8(1), 164-179. <https://doi.org/10.33709/ictimaiyat.1420733>
- Denk, E. (2021). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1(1), 51-61.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ercik, C. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin incelenmesi: Mersin örneği. *Review of Tourism Administration Journal*, 5 (1), 1-15.
- Eryılmaz, B., ve Şengül , S. (2016). Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* , 32-42.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Gökbilgin, T. (1979). "TOKAT" İslam Ansiklopedisi. *Cilt: XII. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları*, 401-412.
- Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H. ve Stinner, D. H. (2009), *Restaurants, chefs*

- and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agriculture and Human Values*, 26(3), 177-191.
- İnce, C. ve Gençay, İ. C. (2023) Tokat Mutfağının Algılanan İmajı Ve Tokat Mutfağı Farkındalığının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Turizmde Yeni Trendler*, içinde, Editörler A. Gökçe, G. Coşkun, N. Eker, E. Dilmaç ve O. Çolak, 349-389, Özgür Yayınları
- Kendir, H., & Arslan, E. (2020). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Lezzetlerin Duygusal Değer Boyutunda İncelenmesi Tokat İli Örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sonbahar Özel Sayı I/II), 130-138.
- Kahraman, S. A. (2010). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi* (Cilt 5). İstanbul: Yapı
- Kendir, H. & Özçelik Bozkurt, H. ve Arslan, E. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin yöresel yiyecek tercihleri: Tokat ili örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 9(5): 261-275. Kredi Yayınları.
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kurnaz, A., ve İşlek, E. (2021). Yöresel Yemeklerin Restoranlar Tarafından Kullanımının Değerlendirilmesi: Marmaris Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 50-59.
- Küçükkömürler, S. , Şirvan, N. B., Sezgi, A. C. (2018) Dünyada Ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2): 78-85,
- Mertol, H. ve Yaylacı, S. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 313-334. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.891301>
- Nebioğlu, O. (2021). Restoran İşletmelerinin Menülerindeki Yöresel Yemekleri İnceleyen Yerli Yazın Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması. *Alanya Akademik Bakış* , 1031-1047.
- Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı-OKA (2023). Tokat’ın Coğrafi İşaretli Ürün Sayısı 14’e yükseldi. <https://oka.ka.gov.tr/tr/haber/tokat-in-cograf-i-isaretli-urun-sayisi-14-e-yukseldi> (Erişim Tarihi: 10.10.2024).
- Saatçi, G. ve Demiral, N. Ö. (2018). “Yöresel Yemeklerin Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Alma Düzeylerinin Belirlenmesi: Bozcaada Örneği”,

IWACT International West Asia Congress of Tourism Reserarch 27 Sept-30 Sept 2018 Van-Turkey The Congress Book of Full Texts-IWACT ISBN:978-605-2292-64-8 Genişletilmiş Baskı

Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4), 2675-2695.

Sormaz, Ü., Akmeşe , H., Güneş , E., ve Aras , S. (2016). Gastronomy in Tourism. . *Procedia Economics and Finance* 39, 725-730.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.

Tunçel, H. (2018) Temel Kavramlar, Gıda Coğrafyası, içinde, Edt. Semra Günay Aktaş, 1-32, Anadolu Üniversitesi Yayın No:3274, Eskişehir

Türkay, O., & Genç, K. (2017). Gastronomi turizmi. Sarıışık, M.(Editör), *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi içinde* (224). Ankara: Detay Yayıncılık.

Umur , M., ve Şener, B. (2023). Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Menülerde Kullanılması: Şanlıurfa Yemekleri Üzerine Bİir İnceleme. *Erciyes Akademi*, 1352-1363.

Usta, S., ve Şengül , S. (2022). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Yiyecek-İçecek Ürünlerinin Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 604-634.

Yavuz, C. (2018). Turistik Destinasyonların Tanıtılmasında Yerel Mutfaklar: Ordu Vejeteryan Mutfağı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 123-141.

URL 1. <https://www.gastronomidergisi.com/endustriyel-mutfak/tokat-anadolu-mutfak-kulturunun-vazgecilmez-halkasi-olmayi-hak-ediyor>,

URL 2. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), (2015). TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu-12302_3531549.pdf [Erişim Tarihi: 13.12.2024].

URL 3. <http://www.tokat.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> [Erişim Tarihi: 01.12.2024].

URL 4. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/tokat/neyenir?ilId=73&keyword=&etiket=&hariciEtiket=&kategori=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=12> [Erişim Tarihi: 05.12.2024].

URL 5. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir> [Erişim Tarihi: 10.12.2024].

10. BÖLÜM

TOKAT TURİZMİNİN KONAKLAMA ARZ YAPISI

Öğr. Gör. Nagehan AYDIN SARI

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO

e-mail.nagehanaydinsari@odu.ed.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5437-5172>

Öğr. Gör. Mustafa SARI

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO

e-mail. mustafasari@odu.ed.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7075-2310>

GİRİŞ

Turizm sektörü, günümüzde ekonomik yapının önemli bir bileşeni haline gelmiş ve dünya çapında hızla büyümüşür. Bu büyüme, yalnızca ekonomik kalkınmayı değil, aynı zamanda kültürel etkileşimleri ve toplumsal yapıları da dönüştürmüştür. Turizm, turistlerin seyahat ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda ziyaret edilen bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik yapılarında önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bu bağlamda, turizm endüstrisinin sunduğu altyapı ve üstyapı hizmetleri, hem yerel halkın hem de turistlerin yaşam standartlarını doğrudan etkileyen kritik unsurlar arasında yer almaktadır.

Turizmdeki altyapı ve üstyapı hizmetleri; ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, rekreasyon, sosyal ve kültürel hizmetler, güvenlik ve sağlık gibi birçok unsuru içerir. Bu hizmetler, turistlerin seyahat deneyimlerini doğrudan şekillendirir ve aynı zamanda bir destinasyonun çekiciliğini artıran önemli

faktörlerdir. Özellikle konaklama işletmeleri, seyahat sektörünün en temel unsurlarından biri olup, turistlerin konaklama ve diğer temel ihtiyaçlarını karşılamak için kritik bir rol oynar. Konaklama dışında, yiyecek-içecek hizmetleri, ulaşım ve rekreasyonel faaliyetler de turizm sektörünün daha geniş ve verimli bir şekilde çalışmasını sağlayan önemli unsurlar arasında yer alır.

Tokat ili özelinde bakıldığında, bölgenin turizm potansiyeli oldukça yüksektir. Tokat'ın tarihi ve kültürel zenginlikleri ile doğal güzellikleri, turizmi destekleyen önemli unsurlardır. Tokat ilinde konaklama tesislerinin sayısı ve kapasiteleri, bölgenin turizm altyapısının gelişimini doğrudan etkilemektedir. Örneğin, Tokat ilindeki konaklama tesislerinin toplam yatak kapasitesi 700.000'i aşmaktadır (URL 1). Bu durum, bölgenin sağlık turizmi gibi çeşitli alanlarda sunduğu imkanların yanı sıra genel turizm potansiyelini de artırmaktadır (URL 2).

Bu bölümde, turizm sektöründeki altyapı ve üstyapı hizmetlerinin çeşitli alanlarına odaklanarak, Tokat ilinin konaklama arzı üzerinden bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Bir destinasyonda turizm gelirlerinin artırılabilmesi yolunda temel gerekliliklerden birisinin konaklama arz kapasitesi ve bu arzın niteliği olduğu düşünüldüğünde destinasyon çalışmalarının kritik konularından birisinin konaklama yapısı üzerine olduğu kabul edilmelidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Turizmdeki Üstyapı Hizmetleri

Turizm üst yapısı, bir destinasyonda turistlere sunulan konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence ve diğer hizmetlerden oluşan işletmeler bütünüdür. Bu yapı, turistlerin seyahat deneyimlerini doğrudan etkileyerek, bölgenin cazibesini artırır ve ekonomik hareketliliğe katkı sağlar. Üst yapının sunduğu hizmetlerin kalitesi, turistlerin memnuniyet düzeyini yükseltirken, bölgeye tekrar gelme olasılıklarını da artırır. Bu durum, yerel ekonomiye pozitif katkılar sunar. Aynı zamanda, iyi planlanmış bir üst yapı, turizm sektörünün sürdürülebilirliğini destekleyerek bölge halkının yaşam standartlarının iyileştirilmesine olanak tanır. Bu nedenle, turizm üst yapısı, ekonomik ve sosyal açıdan büyük bir öneme sahiptir.

1.1. Konaklama Hizmetleri

Konaklama işletmeleri, turizm sektörünün temel ve önemli bir bölümünü teşkil eder (Batman, 2008, s.25). Sürekli olarak yaşadığı yerden geçici bir süreliğine ayrılan kişilerin en temel ihtiyaçlarından biri konaklamadır. Turistlerin farklı yerlerde geceleme ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler ise konaklama tesisleridir (Akat, 2008, s.85)

Konaklama endüstrisi, turizm sektörünün önemli bir parçasıdır. İnsanların evlerinden farklı bir yere seyahat ettiklerinde, bu sektördeki işletmeler onlara geçici barınma ve yiyecek-içecek gibi temel ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla hizmet verir. Bu faaliyetler, sadece ekonomik gereksinimleri değil, aynı zamanda insanların sosyal ihtiyaçlarını da karşılamayı hedeflemektedir (Öztekin ve İlhan, 1994: 12).

1.2. Yiyecek İçecek Hizmetleri

Yiyecek içecek işletmesi, yapısı, teknik altyapısı, konforu ve bakım durumu gibi maddi unsurlarının yanı sıra, sosyal değeri ve personel hizmet kalitesi gibi niteliksel özellikleriyle de dikkat çeker. Bu işletmeler, kişilerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılamayı profesyonel bir meslek olarak kabul eden, ekonomik, sosyal ve disiplinli bir yapıya sahiptir. Ayrıca, bu tür işletmeler yemek üreten fabrikalara ya da işyerlerine hizmet verebilecek kapasiteye sahip olmalıdır (Türksoy, 1997, s39).

1.3. Seyahat Hizmetleri

Seyahat işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri olmak üzere iki grupta incelenebilir. Bu işletmeler turistik ürünlerin turistlere ulaştırılmasında aracılık faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla bir destinasyonun gelişimi konusunda seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin ürün kataloglarında yer alış düzeyleri önemli ip uçları sunmaktadır (Genç vd., 2016, s. 1019).

a. Tur Operatörleri: Farklı turizm hizmetleri sağlayan işletmelerin (ulaşım, transfer, konaklama, yeme-içme, eğlence, rehberlik vb.) sundukları hizmetleri bir araya getirerek paket turlar oluşturan ve bu turları kendi satış ofisleri veya seyahat acenteleri aracılığıyla müşterilerine sunan işletmelerdir. Bu turlar, genellikle geniş çaplı reklam kampanyalarıyla tanıtılır veya seyahat acenteleri aracılığıyla satışa sunulur (Akat,2008, s88).

- b. *Seyahat Acentaları*: Ticari amaç güden, kişilerin turistik ihtiyaçlarını karşılamak ve seyahatlerini organize etmek için hizmet veren perakende seyahat işletmeleridir. Bu işletmeler, seyahat planlamasında aracılık yaparak turizm sektöründe hizmet sunarlar (Hacıoğlu,1989, s26)

1.4. Rekreasyon Hizmetleri

Rekreasyon, insanların dinlenmesini, eğlenmesini ve canlanmasını sağlayan bir kavramdır. Rekreasyon ve turizm her ikisi de boş zaman etkinlikleri olarak birbirleriyle yakın ilişkilidir ve insanların hayat kalitesi üzerinde olumlu etkilere sahiptir (Öztürk, 2018, s. 31). Bu bağlamda rekreasyon işletmeleri, kişilerin boş zamanlarını değerlendirmek ve eğlence, dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla çeşitli etkinlikler sunan işletmelerdir. Bu işletmeler, sundukları faaliyetlerle doğa ile iç içe olma, spor yapma, kültürel etkinliklere katılma ve eğlenceye dayalı aktiviteler gibi farklı alanlarda hizmet verirler. Bu faaliyetler, insanların ruhsal ve fiziksel tatminlerini sağlamaya yöneliktir ve genellikle doğa, spor, kültür ve eğlence gibi kategorilere ayrılır (Kozak vd., 2008 s.61)

1.5. Ulaştırma Hizmetleri

Dünya turizm hareketlerinin gelişiminde en büyük paylardan biri, şüphesiz hızla ilerleyen ulaştırma sektörüne aittir. Ulaşım araçlarının gelişmesi, seyahatleri daha hızlı hale getirirken, insanların daha fazla yer görme ve keşfetme fırsatını da sunmuştur. Ulaşım hizmetlerinin gelişimi, başlangıçta turizme yönelik olmamakla birlikte, turizm sektörünün hızla büyüyen ve popülerleşen yapısı, ulaştırma sektöründe önemli bir itici güç olmuştur (Gürkan, 2002: 37). Günümüz turistlerin ulaşım hizmetlerinden beklentileri ise konfor, emniyet ve ekonomiktir (Kutvan ve Kutvan, 2013, s. 163).

Ulaştırma işletmeleri dört grupta incelenmektedir.

- Demiryolu İşletmeleri
- Havayolu İşletmeleri
- Denizyolu İşletmeleri
- Karayolu İşletmeleri

1.6. Sosyal-Kültürel Hizmetler

Turizmde sosyo-kültürel hizmetler turistik faaliyetler sırasında turistlerin

sosyal, kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sunulan çeşitli hizmetler bütünüdür. Bu hizmetler turizm deneyiminin zenginleşmesini sağlar ve yerel kültürle etkileşimi teşvik eder. Turistlerin yalnızca fiziksel değil kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını da gözeten bir hizmet anlayışını ifade eder.

Bazı sosyo-kültürel hizmetler şunlardır:

- Kültürel ve sanatsal festivaller
- Kültürel turlar
- Yerli halkla etkileşim

1.7. Güvenlik ve Sağlık Hizmetleri

Turizmde güvenlik yalnızca fiziksel güvenlik önlemlerini değil aynı zamanda salgın, savaş, afet yönetimi, suç öncesi ve sonrası hizmetler gibi geniş bir yelpazeyi içerir. Öyle ki turizm endüstrisi savaş, terör, politik kriz vb. konulara karşı oldukça hassas ve kırılabilir bir yapıdadır (Öztürk ve Şimşek, 2013, s. 16). Güvenlikle ilgili destinasyonun geliştirmiş olduğu olumlu imaj, destinasyon kararı verme aşamasında potansiyel turistleri etkileyebilmektedir (Seçilmiş ve Ünlüöner, 2009, 66). Bu yönde sonuç vermiş birçok araştırma gerçekleştirilmiştir (Şengül vd., 2017, s. 269).

Turistlerin sağlık ihtiyaçlarını karşılayan hastaneler, klinikler ve acil yardım hizmetlerinin varlığı turizmde üst yapı hizmetlerinin önemli bir parçasıdır ve bu hizmetlerin bulunabilirliği turistlerin bir destinasyonu tercih etme kararlarını etkilemektedir.

Bu üst yapı hizmetlerinin kalitesi, turistlerin memnuniyetini doğrudan etkileyerek, bir destinasyonun tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle konaklama hizmetlerinin çeşitliliği ve kalitesi, bir bölgenin turizm potansiyelini artırmakta ve ziyaretçilerin deneyimlerini zenginleştirmektedir. Bu hizmetler genel olarak aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir:

2. KONAKLAMA İŞLETMELERİ

Konaklama işletmeleri, turizm faaliyetlerine bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenen işletmelerdir. Bu işletmeler, turistlere konaklama hizmeti ihtiyacının giderilmesinin yanında, turistik mal ve hizmetlerin üretimini de sağlayan ve birinci derecedeki turizm işletmeleri arasında ilk sırada yer alan kuruluşlardır.

(Toksay, 1978).

Konaklama işletmeleri, turizmle doğrudan bağlantılı olarak ortaya çıkan ve bu sektöre özgü olarak şekillenen işletmelerdir. Turistik mal ve hizmetlerin üretimine katkıda bulunarak, birinci derecedeki turizm işletmeleri arasında ön sıralarda yer alırlar (Aktaş, 2002).

Konaklama işletmeleri genel olarak asli ve yardımcı olmak üzere iki ana gruba ayrılır. Her iki grup da turizm sektörünün önemli bir parçasını oluşturur, ancak sundukları hizmetler ve işlevleri farklıdır.

a. Asli Konaklama İşletmeleri

Oteller: Seyahat eden bir kişinin geçici konaklama, bazen beslenme ihtiyaçlarını ücret karşılığında karşılayan işletmeler, maddi unsurlar açısından yapıları, teknik altyapıları, konfor seviyeleri ve bakım şartları ile; sosyal açıdan ise personel hizmet kalitesi ve moral faktörleriyle uygar bir seyahatin gereksinimlerini karşılayan işletmeler olarak tanımlanabilir. Bu tür işletmeler, ekonomik, sosyal ve disiplinli bir yapıya sahiptir (Olalı ve Korzay, 1993, s.25).

Moteller: Karayolları ağının genişlemesi ve otomobil kullanımının artması, motellerin yaygınlaşmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Genellikle yoğun yerleşim alanlarının dışında, karayolları üzerinde kavşak noktalarına yakın bölgelerde bulunan bu işletmeler, seyahat edenlerin konaklama, yeme-içme, otopark gibi ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet verir. Bu tür yerler, karayolu ile seyahat edenlerin rahatlıkla faydalanabileceği tesislerdir (Hussein ve Saç, 2008, s.50).

Pansiyon: Yönetimi kolay olan, genellikle beş odadan oluşan ve burada kalanların yemek ihtiyaçlarının işletme tarafından karşılandığı ya da misafirlere kendi yemeklerini hazırlama imkânı sunulan konaklama işletmeleridir (Hazar, 2010, s.93).

Tatil Köyleri: Doğal güzelliklerin içinde yer alan, konforlu bir konaklama sunan ve aynı zamanda çeşitli spor, eğlence ve alışveriş hizmetleri de sağlayan, genellikle yaygın yerleşim düzeninde ve en fazla iki katlı yapılardan oluşan, en az altmış odalı turistik konaklama tesisleridir. (Kozak vd., 2008, s.57)

b. Yardımcı Konaklama Tesisleri

Kampingerler: Karayolu güzergâhları, şehir girişleri, deniz veya göl kenarları

ve doğa güzellikleriyle ünlü dağlık alanlarda kurulan, genellikle turistlerin kendi imkânlarıyla konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşılayabildiği, en az otuz odalı tesislerdir (Demir, 1990, s.3).

Apart Otel: Belgeli bir otel veya tatil köyü yatırımı kapsamında yer alan, misafirin kendi yeme içme ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için gerekli ekipman ve donanımlarla donatılmış, otel gibi işletilen konaklama tesisleridir. Bu tür tesislerde, misafirler kendi yemeklerini hazırlama imkânına sahip olurlar. (Öğüt vd., 2003, s.56).

Oberjler: Spor ve av turizmi odaklı hizmet veren, en az bir yıldızlı otel standartlarına sahip konaklama işletmeleridir. Genellikle yerleşim alanlarının dışında, turistik yollarla bağlantılı ve doğal güzelliklere sahip, su kenarları, dağlar veya kış sporlarının yapılabileceği alanlarda kurulur. Bu tür işletmelerin en az otuz kişilik kapasiteye sahip olması ve odalarının sekiz kişilik yatakhaneler şeklinde düzenlenmesi gerekmektedir. (Akat, 2000, s.82).

Hostel: Kültürel ve sportif amaçlarla seyahat eden öğretmen, öğrenci gibi grupların ya da dinlenmek ve bilgi edinmek için seyahat eden düşük gelirli kişilerin konaklamasını sağlamak amacıyla kurulan, ucuz, temiz, güvenli ve samimi bir ortam sunan en az yirmi odalı tesislerdir. Bu tesisler, misafirlerin seyahatleri sırasında konforlu ve uygun fiyatlı bir konaklama imkânı sağlar. (Olalı ve Korzay, 1993).

Yüzer Tesis: Türk karasularında veya limanlarda, turizm amacıyla konaklama ya da yeme-içme hizmeti sunabilen, kendi kendine hareket edebilen veya römorkla çekilebilen deniz araçlarıdır. Bu tür araçlara yatırım belgesi verilmez, ancak işletme belgesi düzenlenir (Hussein ve Saç, 2008, s.51).

Termal Otel: Yerel halkın geleneksel kaplıca kullanma alışkanlıklarını karşılamak amacıyla düzenlenen, termal kaynakların bulunduğu veya yakınında kurulan tesislerdir. Bu tesislerde, mineralize termal suyun tek başına ya da çamur gazı ile kullanılarak, insan sağlığına olumlu etkiler sağlayan tedavi ve uygulamalar yapılmaktadır

Yayla Evi: Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından geliştirilmesi uygun görülen bölgelerde, mevcut yayla evlerinin iyileştirilerek turizme kazandırılması veya yeni yayla evlerinin, bakanlık tarafından belirlenen örnek yapı tiplerine göre inşa edilmesiyle oluşturulan, müstakil veya toplu olarak hizmet veren, en az 5 odalı konaklama tesisleridir. Bu tesisler, yayla turizmini desteklemek amacıyla düzenlenir (Hazar, 2010, s.106).

YÖNTEM

Bu çalışmada, Tokat ilinin konaklama altyapısının ve kapasitesinin analiz edilmesi amacıyla betimsel bir araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırma sürecinde hem nitel hem de nicel veri toplama ve analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışmanın yöntem adımları şu şekilde yapılandırılmıştır:

Veri Toplama Süreci

Çalışmada kullanılan veriler, hem birincil hem de ikincil kaynaklardan elde edilmiştir:

Birincil Veriler: Tokat ilindeki konaklama tesisleriyle ilgili güncel bilgiler, yerel yönetim birimleri, turizm müdürlükleri ve konaklama sektörü temsilcileri ile yapılan görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Ayrıca, saha ziyaretleri gerçekleştirilerek tesislerin fiziksel kapasiteleri ve sundukları hizmetler yerinde gözlemlenmiştir.

İkincil Veriler: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi kurumlardan alınan raporlar ve istatistikler incelenmiştir. Ayrıca, akademik yayınlar, sektörel raporlar ve internet tabanlı veri kaynaklarından yararlanılmıştır

Veri Analizi ve Sunumu

Araştırmada toplanan veriler, sistematik bir şekilde düzenlenerek tablolaştırılmış ve analiz edilmiştir. Nicel veriler istatistiksel yöntemler kullanılarak özetlenmiş ve bulguların daha anlaşılır bir biçimde sunulması amacıyla grafik ve tablolarla desteklenmiştir. Bu tablolar aracılığıyla, Tokat ilindeki konaklama altyapısının genel durumu, kapasite oranları, hizmet çeşitliliği ve bölgesel dağılım gibi önemli veriler ortaya konulmuştur.

Elde edilen bulgular, ilgili teorik çerçeveye ilişkilendirilerek yorumlanmış ve bölgenin mevcut durumu ile potansiyel gelişim alanlarına yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu yaklaşım, verilerin sadece betimsel olarak sunulmasıyla kalmayıp, araştırmanın amaçları doğrultusunda derinlemesine analiz edilmesini sağlamıştır.

Araştırmanın kapsamı, yalnızca Tokat ilindeki resmi kayıtlı konaklama tesisleriyle sınırlıdır. Gayriresmî konaklama seçenekleri veya kısa dönem kiralama hizmetleri bu çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu yöntem yaklaşımı,

Tokat ilinin konaklama kapasitesinin derinlemesine analiz edilmesini ve turizm potansiyeline yönelik somut bulgular elde edilmesini sağlamıştır.

BULGULAR

Tokat İlinin Konaklama Arz Kapasitesi

2024 yılı Ekim ayı itibarıyla Tokat ilindeki Bakanlık Belgeli konaklama tesisleri incelendiğinde, ilin turizm sektörünü güçlü bir şekilde etkileyen konaklama altyapısının mevcut durumu ve kapasitesi net bir şekilde ortaya konulmuştur (Tablo 1). Bu analiz, aynı zamanda Tokat ilindeki turizm altyapısının genel yapısını ve bölgenin turizm potansiyeline olan katkısını değerlendirmek açısından önemli veriler sunmaktadır. Elde edilen bulgular, konaklama sektörünün ilin turizm faaliyetlerine olan etkisini ve sürdürülebilirlik açısından taşıdığı önemi ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Tokat İlinde Bakanlık Belgeli Tesislerin Oda ve Yatak Sayısı

	İşletme Belgeli			Yatırım Belgeli			Basit Konaklama İşletme Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
TOKAT	31	1.179	2.386	1	28	52	30	633	1.268

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (Ekim- 2024)

Tokat ilinin konaklama arzı, İşletme Belgeli 31 tesisten oluşmakta olup toplamda 1.179 oda ve 2.386 yatak kapasitesine sahiptir. Bu veriler, Tokat'ın önemli bir konaklama altyapısına sahip olduğunu ve bölgedeki tesislerin genellikle daha geniş kapasiteye ve gelişmiş hizmet standartlarına sahip olduğunu göstermektedir. İşletme belgeli tesisler, genellikle daha lüks ve kaliteli hizmet sunan otelleri kapsadığı için Tokat'ın turizm potansiyelinin yüksek olduğunu ve ilin turizm altyapısının iyi bir seviyeye ulaştığını da ortaya koymaktadır.

Tokat'ta yalnızca bir adet Yatırım Belgeli tesis bulunmaktadır. Bu tesisin 28 odası ve 52 yatak kapasitesi vardır. Yatırım belgeli tesisler, genellikle yeni kurulan veya henüz işletmeye geçmemiş olan tesislerdir. Bu tür tesislerin

sayısının az olması, Tokat'ta büyük çaplı yatırımların henüz gerçekleşmediğini ve bölgedeki turizm sektörünün gelişme potansiyeline sahip olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, bu durum, Tokat'a yönelik yatırımcı ilgisinin sınırlı olduğunu da belirtmektedir.

Tokat'ta, Basit Konaklama İşletme Belgeli 30 tesis bulunmaktadır ve bu tesislerin toplamda 633 odası ve 1.268 yatak kapasitesi vardır. Basit konaklama tesisleri, genellikle daha düşük fiyatlarla temel hizmetler sunan ve lüks beklentisi olmayan turistlere hitap eden işletmelerdir. Bu tür tesislerin sayısının yüksek olması, Tokat'ın turizm sektöründe özellikle ekonomik konaklama seçenekleri arayan yerel turistler için önemli bir pazar sunduğunu gösteriyor. Ayrıca, bu tesislerin varlığı, Tokat'ın konaklama altyapısının farklı gelir düzeylerine sahip turistlere hitap edebilecek çeşitlilikte olduğunu da ortaya koymaktadır.

2023 yılı itibarıyla Tokat ilindeki turizm belgeli konaklama tesislerinin tür ve sınıflara göre dağılımı, ildeki turizm sektörünün gelişimi ve konaklama arz kapasitesindeki farklılıkları açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Tokat, geleneksel Türk misafirperverliği ile bölgesel turizmde önemli bir yere sahiptir. Ancak mevcut tablo, konaklama sektörü açısından daha genişleyen bir potansiyele işaret etmektedir. Bu çalışma, Tokat ilinin turizm belgeli konaklama tesislerinin verilerini inceleyerek il genelindeki konaklama arzının detaylı bir değerlendirmesini yapmayı amaçlamaktadır.

Tablodaki verilere göre Tokat il merkezi, turizmin lokomotifi konumundadır. Merkez ilçesi hem turizm yatırım belgeli hem de turizm işletme belgeli tesisler açısından lider durumdadır. Tokat Merkez'de 8 turizm işletme belgeli tesis, 490 oda ve 961 yatak kapasitesine sahip olup, ek olarak 28 oda ve 52 yatak kapasiteli bir turizm yatırım belgeli özel tesis bulunmaktadır. İl genelindeki 5 yıldızlı otel gibi yüksek standartlı tesislerin yalnızca Merkez ilçesinde bulunması, turizmin büyük ölçüde merkezileştiğini göstermektedir. Ayrıca, 4 yıldızlı otel sayısının 2 olması ve bu otellerin toplamda 221 oda ve 442 yatak kapasitesine sahip olması, orta ve üst segment turistlere hitap eden bir yapının mevcut olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Tokat ilinde Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı (2023)

İlçe	Türü	Sınıfı	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
			Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Merkez			1	28	52	8	490	961
	Otel					6	448	871
		5 Yıldızlı				1	143	288
		4 Yıldızlı				2	221	442
		3 Yıldızlı				1	29	58
		2 Yıldızlı				1	28	52
		1 Yıldızlı				1	27	31
	Özel Tesis		1	28	52	1	20	40
Pansiyon	(Sınıfı Yok)					1	22	50
						1	22	50
Pazar						3	62	124
	Otel					1	22	44
		2 Yıldızlı				1	22	44
	Apart Otel					1	24	48
	Pansiyon	(Sınıfı Yok)					1	16
						1	16	32
Reşadiye						4	71	150
	Otel					1	20	40
		3 Yıldızlı				1	20	40
Apart Otel					3	51	110	
Sulusaray						3	61	122
	Apart Otel					1	24	48
	Termal Otel					2	37	74
		2 Yıldızlı				1	15	30
1 Yıldızlı					1	22	44	
Turhal						1	53	106
	Otel					1	53	106
		3 Yıldızlı				1	53	106
Yeşilyurt						1	22	44
	Apart Otel					1	22	44

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü

Tokat Merkez'in Turizmdeki Önemi

Tokat Merkez'deki konaklama altyapısı, büyük oranda otel türü tesislerle şekillenmiştir. 6 otel tesisi toplamda 448 oda ve 871 yatak kapasitesine sahiptir. Bu otellerin sınıflandırması, turistlerin farklı bütçelere ve beklentilere uygun bir şekilde konaklama seçeneği bulmasını sağlamaktadır. Örneğin, Merkez'de bir adet 5 yıldızlı otel (143 oda, 288 yatak) ve iki adet 4 yıldızlı otel (221 oda, 442 yatak) bulunmaktadır. Bu durum, Tokat'ın daha yüksek bütçeli turistler ve iş seyahati yapan ziyaretçiler için çekici hale geldiğini göstermektedir. Öte yandan, 3 yıldızlı otellerden bir tanesi 29 oda ve 58 yatak kapasitesine sahipken, 2 yıldızlı bir otel 28 oda ve 52 yatak kapasitesine sahiptir. Aynı şekilde, bir adet 1 yıldızlı otel 27 oda ve 31 yatak kapasitesi ile hizmet vermektedir.

Merkez'deki bu yapı, özellikle iş seyahati yapan turistler ve büyük gruplar için uygun bir ortam sunmaktadır. Bununla birlikte, daha küçük ölçekli konaklama türlerinde kısıtlı seçenekler bulunmaktadır. Örneğin, Merkez ilçesinde yalnızca bir pansiyon (22 oda, 50 yatak) ve bir özel tesis (28 oda, 52 yatak) bulunmaktadır. Bu durum, ekonomik ve yerel turistleri hedefleyen küçük ölçekli tesislerin artırılması gerektiğine işaret etmektedir.

Tokat İlçelerindeki Durum ve Konaklama Dengesizlikleri

Tokat il genelinde, ilçelerdeki konaklama tesislerinin sayısı ve kapasiteleri arasında belirgin bir dengesizlik olduğu görülmektedir. İlçeler genellikle düşük bütçeli ve küçük ölçekli konaklama seçenekleriyle dikkat çekmektedir. İlçeler arasındaki farklılıklar şu şekilde özetlenebilir:

Pazar İlçesi: Pazar ilçesinde toplamda 3 tesis bulunmakta olup, 62 oda ve 124 yatak kapasitesine sahiptir. İlçede bir adet 2 yıldızlı otel (22 oda, 44 yatak) ve bir adet apart otel (24 oda, 48 yatak) bulunmaktadır. Ayrıca bir pansiyon da (16 oda, 32 yatak) yer almakta ve ekonomik konaklama seçenekleri sunmaktadır. Ancak bu tesislerin kapasitesi Tokat Merkez'e kıyasla oldukça sınırlıdır.

Reşadiye İlçesi: Reşadiye ilçesi 4 tesis ile 71 oda ve 150 yatak kapasitesine sahiptir. Bir adet 3 yıldızlı otel (20 oda, 40 yatak) ve üç adet apart otel (51 yatak kapasitesi) bulunmaktadır. Özellikle apart otellerin yaygınlığı, daha uzun süreli konaklamalar ve bağımsız konaklama tercih eden turistler için cazip bir seçenek sunmaktadır. Bununla birlikte, Reşadiye'nin kaplıcalarıyla ünlü bir ilçe olmasına rağmen termal turizm tesislerinin eksikliği dikkat çekicidir.

Sulusaray İlçesi: Sulusaray termal turizm açısından önemli bir potansiyele

sahiptir. İlçede iki termal otel (37 oda, 74 yatak) ve bir apart otel (24 oda, 48 yatak) bulunmaktadır. Toplamda 3 tesis, 61 oda ve 122 yatak kapasitesi sunmaktadır. Ancak termal turizm açısından önemli bir bölge olmasına rağmen mevcut kapasitenin yeterli olmadığı görülmektedir. Sulusaray, sağlık turizmine yönelik yatırımların artırılmasıyla turizmde daha büyük bir rol oynayabilir.

Turhal İlçesi: Turhal, 1 tesis ile toplamda 53 oda ve 106 yatak kapasitesine sahiptir. İlçede bulunan bu 3 yıldızlı otel, konaklama altyapısının sınırlı olduğunu göstermektedir. Turhal'ın Tokat'ın önemli ilçelerinden biri olduğu düşünülürse, daha fazla yatırım yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Yeşilyurt İlçesi: Yeşilyurt'ta yalnızca bir adet apart otel bulunmaktadır. Bu tesis, 22 oda ve 44 yatak kapasitesine sahiptir. İlçenin küçük ölçekli turistik bir yapıya sahip olduğu ve daha fazla turist çekmek için alternatif konaklama türlerinin geliştirilmesi gerektiği açıktır.

Genel olarak Tokat turizmine hizmet eden konaklama tesisleri büyük ölçüde şehir merkezinde yoğunlaşmıştır. İlçelerdeki turizm altyapısının yetersizliği ve konaklama kapasitesinin düşüklüğü, il genelindeki potansiyelin tam anlamıyla kullanılmadığını göstermektedir. Termal turizm, kırsal turizm ve eko-turizm gibi alternatif turizm türlerine yönelik yatırımların artırılması, Tokat'ın turizm çeşitliliğini artırabilir ve il genelinde daha dengeli bir turizm dağılımı sağlayabilir. Özellikle Sulusaray ve Reşadiye gibi doğal kaynaklara sahip bölgelerdeki tesis sayısının artırılması, bölgenin sağlık turizmi açısından çekiciliğini artıracaktır. Ayrıca, küçük ölçekli ekonomik konaklama seçeneklerinin geliştirilmesi, yerel turistler için de cazip bir alternatif oluşturacaktır. Tokat turizminin mevcut durumunu ve gelecekteki potansiyelini geliştirmek için bu dengesizliklerin giderilmesi ve yatırım imkanlarının artırılması büyük önem taşımaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tokat ilindeki turizm sektörünün konaklama kapasitesi, büyük ölçüde otel türüne odaklanmış olup, özellikle 4 yıldızlı ve 3 yıldızlı otellerin yoğunluğu dikkat çekmektedir. Tokat merkez hem turizm işletme belgeli hem de turizm yatırım belgeli tesislerde lider konumdadır ve il genelindeki konaklama altyapısının büyük kısmını barındırmaktadır. Bu durum, Merkez'in ticari ve turistik cazibesini artırırken, Tokat'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için önemli bir çekim merkezi haline getirmiştir. Ancak, ilçeler arasındaki kapasite

ve tesis çeşitliliği açısından belirgin bir dengesizlik olduğu görülmektedir.

Tokat il merkezi konaklama tesis sayısı ve kapasitesi bakımından lider konumunda ve ilçelerdeki dengesizlikler dikkat çekmektedir. Tokat merkez, özellikle 5 yıldızlı ve 4 yıldızlı otellerin bulunmasıyla üst segment turistlere hitap etmektedir. 5 yıldızlı otel, şehre gelen yüksek bütçeli turistler ve iş amaçlı ziyaretçiler için çekim noktası olurken; 4 yıldızlı ve 3 yıldızlı oteller daha geniş bir kitleye hitap eden seçenekler sunmaktadır. Bununla birlikte, 2 yıldızlı oteller ve pansiyonlar gibi ekonomik seçenekler sınırlı sayıdadır. Bu durum, Tokat Merkez'in orta ve üst segment ağırlıklı bir konaklama profiline sahip olduğunu göstermektedir.

Buna karşın, ilçelerdeki turizm altyapısının sınırlı ve dengesiz olduğu dikkat çekmektedir. Sulusaray gibi termal turizm açısından önemli potansiyele sahip bir ilçede yalnızca iki termal otel ve bir apart otel bulunması, sağlık turizminin gelişimi için önemli bir eksikliği ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, kaplıcalarıyla ünlü Reşadiye'de termal otel bulunmaması, bu doğal zenginliğin yeterince değerlendirilemediğini göstermektedir.

Almus, Artova, Başçiftlik, Erbaa, Niksar ve Zile gibi ilçelerde turizm belgeli tesislerin bulunmaması, bu bölgelerdeki doğal ve kültürel zenginliklerin turizme kazandırılmadığını açıkça ortaya koymaktadır. Almus'un eşsiz doğal güzellikleri, Zile ve Niksar'ın tarihi mirası veya Erbaa'nın kültürel dokusu, bu bölgelerde doğru yatırımların eksikliği nedeniyle turistik açıdan yeterince değerlendirilememektedir. Bu durum, hem turistlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmakta hem de bu ilçelerin turizm gelirlerinden faydalanamamasına yol açmaktadır.

Tokat ili, termal turizm açısından önemli bir destinasyon olma potansiyeline sahiptir. Sulusaray ve Reşadiye gibi termal kaynaklara sahip ilçelerdeki altyapının yetersizliği, bu potansiyelin tam anlamıyla hayata geçirilemediğini göstermektedir. Tokat, doğru yatırımlar ve tanıtım çalışmalarıyla termal turizmde lider bir destinasyon haline gelebilir. Termal otel ve tedavi merkezlerinin sayısının artırılması, sağlık turizmi alanında hem yerli hem de yabancı turistlere hitap edebilecek bir yapı oluşturabilir.

Bunun yanı sıra, Tokat'ın doğal güzellikleri, kırsal ve doğa turizmi açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Almus Barajı ve çevresi, yürüyüş parkurları, kamp alanları ve doğa sporları için altyapı oluşturularak, doğa sever turistlerin tercih edeceği bir destinasyon haline getirilebilir. Aynı şekilde, Niksar ve Zile gibi tarihi

mirasıyla öne çıkan ilçelerde kültürel turizm odaklı projeler hayata geçirilmelidir. Bu bölgelerde butik oteller, restorasyon projeleri ve kültürel etkinlikler düzenlenerek, Tokat'ın tarihi ve kültürel değerleri ulusal ve uluslararası turizme kazandırılabilir.

Son yıllarda gastronomi turizmine önem verilmesiyle Tokat ili de gastronomisiyle öne çıkmaktadır. Tokat mutfağı, zengin lezzet çeşitliliği ve kendine özgü yemek kültürüyle gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Tokat kebabı, yaprak sarma gibi yöresel lezzetlerin tanıtıldığı gastronomi odaklı konaklama tesisleri, bölgeyi hem yerli hem de yabancı turistler için cazip hale getirebilir. Ayrıca, Tokat'a özgü doğal ürünlerin sunulduğu pazar yerleri ve gastronomi festivalleri, turistlere unutulmaz bir deneyim sunarak bölge ekonomisine katkı sağlayabilir.

Tokat ilinin turizm açısından stratejik planlama ve tanıtım ihtiyacı duyduğu açıktır. Tokat'ın turizm sektörünü sürdürülebilir ve rekabetçi bir hale getirmek için kapsamlı bir stratejik planlama yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda, her ilçenin doğal ve kültürel özelliklerine uygun turizm yatırımlarının teşvik edilmesi, altyapıların güçlendirilmesi ve bölgenin tanıtımına ağırlık verilmesi kritik öneme sahiptir.

- **Altyapı Yatırımları:** Her ilçenin turizm potansiyeline uygun konaklama seçeneklerinin geliştirilmesi gereklidir. Örneğin, Sulusaray ve Reşadiye'de termal oteller, Almus ve Erbaa'da doğa ile iç içe bungalov tipi konaklama tesisleri, Zile ve Niksar'da tarihi dokuyu yansıtan butik otellerin artırılması bölgeye büyük katkı sağlayacaktır.
- **Tanıtım Çalışmaları:** Tokat'ın ulusal ve uluslararası düzeyde daha fazla tanıtılması gereklidir. Yerel yönetimlerin, özel sektörün ve turizm acentelerinin iş birliğiyle düzenlenecek tanıtım kampanyaları, bölgenin cazibesini artırabilir.
- **Eğitim ve Kapasite Geliştirme:** Turizm sektöründeki çalışanların eğitilmesi, hizmet kalitesinin artırılması ve yerel halkın turizm sektörüne katılımının teşvik edilmesi, bölgenin turistik cazibesini güçlendirecektir.

Sonuç olarak; Tokat ili, doğal güzellikleri, termal kaynakları, tarihi zenginlikleri ve yöresel lezzetleriyle Türkiye'nin önemli turizm potansiyeline sahip bölgelerinden biridir. Ancak, ilçelerdeki konaklama altyapısının yetersizliği, turizm çeşitliliğinin sınırlı olması ve tanıtım eksikliği, bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilmesini engellemektedir.

Yerel yönetimlerin, özel sektörün, ilgili tüm kamu kurumların ve özellikle Sivil Toplum Kuruluşlarının iş birliğiyle yapılacak stratejik yatırımlar ve tanıtım çalışmaları, Tokat'ı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde bir turizm destinasyonu haline getirebilir (Genç, vd. 2014). Bu adımlar, bölge ekonomisine katkı sağlamanın yanı sıra, Tokat'ın doğal, tarihi ve kültürel değerlerinin dünya çapında tanınmasını sağlayacaktır.

Tokat'ın turizm potansiyelini tam anlamıyla gerçekleştirmek için atılacak her adım, bölgenin cazibesini artırarak, yerli halkın refah düzeyine de doğrudan katkı sunacaktır. Tokat'ın bir turizm markası haline gelmesi, doğru planlama ve sürdürülebilirlik prensipleriyle mümkündür.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö. (2000). Turizm İşletmeciliği. Burs49-kin Kitabevi.
- Akat, Ö. (2008), Pazarlama Ağırlıklı Turizm işletmeciliği, 4.Baskı, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Aktaş, A. 2002. Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Batman, O. 2008. Otel İşletmelerinin Yönetimi, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Demir, N. (1990). Konaklama Tesisleri Muhasebesi, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya, s.3-4
- Genç, K., Şengül, S. ve Eryılmaz, B. (2016). Erzincan Turizm Potansiyelinin Seyahat Acentaları Tarafından Gerçekleştirilen Turlar Üzerinden Değerlendirilmesi. Uluslararası Erzincan Sempozyumu, Cilt 2, 1017-1023.
- Genç, K., Atay, L. ve Eryaman, M.Y. (2014) Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi: Çanakkale Turizmi Üzerine Bir Araştırma. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25 (1), 49- 61. DOI: 10.17123/atad.vol25iss137185
- Gürkan, T. A., 2002. "Herşey Dahil" (All Inclusive) Sistemin Türk Turizmi Açısından İncelenmesi (Antalya-Kemer Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Sakarya.
- Hacıoğlu, N. (1989), Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü, Yayın No:33, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Hazar, A. (2010), Genel Turizm, 1.Baskı, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Hussein, A. T. ve Saç, F. (2008), Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği, Ankara: Siyasal Kitabevi.

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201131/tesis-istatistikleri.html>

Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2008) Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar, Detay Yayıncılık

Kutvan, A. ve Kutvan, S. A. (2013). Turizm planlamasında destinasyon çekiciliklerinin ölçümü: Bir yöntem yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 11, 159-184.

Olalı, H. ve Korzay, M. (1993). Otel İşletmeciliği. İstanbul: Beta Yayınları.

Öğüt, A. vd., Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim Enformatik Bir Bakış, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2003.

Öztekin, H. ve İlhan, İ. (1994). Konaklama Endüstrisi ve Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması, *Anatolia Turizm Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 3, Eylül

Öztürk, Y. (2018). Boş zaman, rekreasyon ve turizm kavramları arasındaki ilişkinin karşılaştırmalı bir analizi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(2), 31-42.

Öztürk, Y. ve Şimşek, E. (2013). Politik İstikrarsızlıkların Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 15-25.

Seçilmiş, C. ve Ünlüönen K. (2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 1 (1), 65-84.

Şengül, S., Bayhan, İ., Genç, K., & Torun, M. K. (2017). Turizm Destinasyonu Seçiminde Güvenlik Algısı: Yozgat Örneği. 2. Uluslararası Bozok Sempozyumu, Cilt 2, 260-271.

Tinsley, R. and Lyncha, P.A. (2001) Small Tourism Business Networks and Destination Development, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 20, No. 4, pp. 367-378.

Toksay, T. (1978), Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım, İstanbul Üniversitesi İktisat Türksoy, A.(1997), Yiyecek ve İçecek Yönetimi Hizmetleri, Ankara: Turhan Kitabevi. Fakültesi Yayın no:431 İstanbul, s.215.

URL 1. <https://www.tokattso.org.tr/panel/files/tokat-ili-saglik-turizmi-sektoru-termal-saglik-kompleksi-on-fizibilite-raporu2020.pdf>

URL 2. <http://www.tokat.gov.tr/kurumlar/tokat.gov.tr/Genel/Dokumanlar/2022/Mart/>

eylem-planlari/3 0tokat_kultur_ve_turizm_eylem_plani.pdf

URL 3. <https://www.istka.org.tr/media/1074/t%C3%BCrkiye-ve-%C4%B0stanbul-b%C3%B6lgesi-n-de-turizm.pdf>

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. URL 4. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201131/tesis-istatistikleri.html> (Erişim tarihi: 09.11.2024).

11. BÖLÜM

TOKAT İLİ TURİZMİ SWOT ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Yasin SOYLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Ayvacık MYO-Turist Rehberliği

yasinsoylu.dr@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2951-0069>

GİRİŞ

Turizm hem dünyada hem de ülkemiz özelinde gelişen sektörlerden biridir. 1950 yıllardan itibaren gelişim göstermeye başlayan turizm sektörü özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ekonomik getirisi bakımında önemli bir kaynak özelliği taşımaktadır. Türkiye bu sektörden 2023 yılı içerisinde yaklaşık 54,3 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir (tursab.org.tr). Turizmden elde edilen gelirin bir önceki yıla göre %16.9 oranında artış göstermesi Covid-19 pandemi sürecinden sonra artma eğiliminde olan sektörün önemli bir değer artışına neden olduğunu göstermektedir.

Ülkemize gelen turist sayısı da gelir gibi önemli bir artışa sahiptir. 2023 yılında ülkemize yaklaşık 49.2 milyon turist ziyaret etmiştir (tursab.org.tr). Bu sayıya yurt dışında yaşayan ülke vatandaşlarının da ziyareti eklendiğinde (yaklaşık 7,5 milyon) toplam turist 56,7 milyona yaklaşmıştır ki bu toplam rakam ile Türkiye dünyada en çok ziyaret edilen ülkeler sıralamasında altıncı sıraya getirmiştir. 17.4 milyon ile İstanbul ülkenin en çok ziyaret edilen destinasyonu iken (Antalya 15.7 milyon, Muğla 3.4 milyon ve İzmir 2.4 milyon) Rusya (6.3 milyon), Almanya (6.2 milyon) ve İngiltere (3.8 milyon) ise Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülkelerdir (türofed.org.tr.).

Uzun yıllardır yapılan turizm yatırımları neticesinde turizm çekiciliklerini oldukça fazla kullanana bu büyük şehirlerimizin yanında özellikle yerli ancak

yabancı turist nezdinde de turizm potansiyeli yüksek olan illerimizde vardır. Bunlardan biri de Tokat ilidir.

Tokat ili Türkiye'nin Orta Karadeniz ve bazı bölgeleri de Orta Anadolu bölgesinde yer alan bir şehirdir. Amasya, Ordu, Samsun, Sivas ve Yozgat illeri ile çevirili bir şehirdir. Karadeniz bölgesinin 4. büyük şehridir.

2. TOKAT İLİNİN TARİHİ

Karadeniz bölgesinin 4. büyük şehri olan Tokat ilinin bulunduğu coğrafyanın sahip olduğu bazı özellikler sebebi ile tarih çağlarının başladığı dönemlerde dahi bir yerleşim yeri olarak kullanıldığını göstermektedir. Bakır Çağı dönemini kapsayan bu süreçte Yeşilirmak gibi bölgenin en büyük ikinci nehrinin bu bölgeden geçmesi o dönemlerde hem insanlar hem hayvanlar hem de tarım için önemli olan tatlı su kaynağı sayesinde bölgenin yerleşim gördüğü muhtemeldir.

Tarih öncesi çağdan beri yerleşim yeri olarak kullanılan bu coğrafya sonrasında Hitit Devleti, Frig Uygarlığı, Kimmerler, Medler, Pers İmparatorluğu, Büyük İskender'in önderi olduğu Makedonların hakimiyeti altına girmiştir. Milattan sonraki yüzyıllara bakıldığında ise önce bir dönem Pontus Krallığının ve sonrasında da Roma İmparatorluğu ve devamında Bizans İmparatorluğu'nun iskân olarak kullandığı önemli bir bölgedir. Tokat ilinin yerleşim gördüğü süre içerisinde başından geçen bazı hadiseler aşağıdaki gibidir (Dokap, 2018).

- M.Ö. 2500-400 : Hitit ve Frig yerleşim alanları
- MÖ IV. – I. Yüzyıl : Pontus Krallığı, Roma Dönemi
- MS. I-XI. Yüzyıl : Pers, Helenistik, Roma ve Bizans Dönemleri
- 1074 : Danişmend Oğulları Egemenliği
- 1144 : Konya Selçukluları Dönemi
- 1243 : Gıyaseddin Keyhüsrev'in Tokat'a Gelişi
- 1256 : İlhanlı Hakimiyeti
- 1275 : Pervane Bey tarafından Tokat Darüşşifası'nın Kuruluşu
- 1355 : Ertena Oğulları Hakimiyeti
- 1381 : Kadı Burhanettin Hakimiyeti
- 1398 : Osmanlı Egemenliği
- 1402 : Timur'un Tokat'a Gelişi
- 1470 : Uzun Hasan Tokat'ı Yakması
- 1506 : Şah İsmail Tokat'ı Yakması

- 1538 : Tokat'ın Voyvodalık Olması
- 16 Ekim 1919 : Mustafa Kemal Paşa'nın Tokat'a Gelişi

1071 yılında Büyük Selçuklu İmparatorluğu hükümdarı Alp Arslan ile Bizans İmparatoru Romen Diyojen'in orduları arasında geçen Malazgirt Savaşı ile bölge artık Türk hakimiyeti altına girmiştir. Türk hakimiyeti günümüzde de devam etmektedir. Tokat ili Amasya, Ordu, Samsun, Sivas ve Yozgat illeri ile çevirili bir şehirdir. Bu açıdan bölge önemli bir Osmanlı vilayetinin içerisinde bulunması hasebiyle Osmanlı döneminde bir sancak şehri özelinde ve sonrasındaki Türkiye Cumhuriyeti Devleti için de önemli bir bilim, eğitim ve askeri bir bölge olmuştur. Merkez ilçesi ile toplam 12 ilçesi bulunan Tokat ilinin nüfusu 2023 yılı verilerine göre 606.934 kişidir (nip.tuik.gov.tr).

3. TOKAT İLİNDEKİ TURİZM FAALİYETLERİ VE POTANSİYELLERİ

Tokat ili yukarıda da ifade edildiği gibi tarih öncesi ve sonrası çağlarda birçok medeniyet için bir yerleşim yeri olmuştur. Kimi dönem daha az önemli olan bu şehir bazı dönemlerde ise oldukça popüler bir şehir hüviyetindedir. Geçmişte hem kültür hem de ticaret ile ön plana çıkmış bu şehrin bulunduğu coğrafyada o tarihlerden bu yana toplam 14 devlet ve birçok Anadolu beyliğinin yer aldığını bilinmektedir (www.tokat.gov.tr). Şehirde Hitit, Pers, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi çok büyük imparatorlukların geride bıraktığı toprak altında ve üstünde sayısız eserler bulunmaktadır. Bazı eserler günümüzde dahi kullanılmaya devam etmektedir.

Devletler tarafından yerleşim yeri olarak kullanılan yerler sadece merkez ile sınırlı değildir. Bunun yanında Tokat ilinin birçok ilçesinde de benzer dönemlerden kalma yerleşim yerlerinin ve mimari öğelerin olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu açıdan bölgeye ziyaret gelen turistler şehrin her yerinde benzer dokuyu görmeleri mümkündür. Var olan höyükler ve arkeolojik alanlar yer altı zenginlikleri iken cami, köprü, hanlar vb. diğer mimari öğelerde Tokat ilinin yer üstü mimari anlamdaki turizm çekicilikleridir. Tabi ki her şehir gibi Tokat ilinin de kendi özgü doğal güzellikleri, sosyo-kültürel değerleri ve gastronomik değerlerini de turizmin önemli kaynakları arasında saymak gerekecektir. Orman ve Su İşleri Bakanlığının geçmiş yıllarda yaptığı bir raporunda Tokat ilinin 2023 yılına kadarki turizm master planı hazırlanmış ve bu turizm çekiciliklerinin neler olduğu Tablo 1' de verilmiştir. Bu kaynakların birçoğu hakkında daha detaylı

bilgi ilerleyen başlıklarda verilmeye çalışılacaktır.

Tablo 1. Tokat İl Geneli Turizm Çekicilikleri

Turizm Çekicilikleri	Konum
Trekking	Niksar ilçesinde 6 parkurda yapılmaktadır. Alan Yaylası-Akdağ Zirvesi ve Ballica Mağarası arasındaki parkur bunlardan sadece birisidir
Mağara Turizmi	Ballica Mağarası, Devini Mağarası, Evrenköy Mağarası, İnkaya, Çermik, Tilkidibi, Deliklikaya, Kokurdan
Hava Sporları	Turizmi Turhal ilçesi Şenyurt Köyü Mercimek tepesinde yamaç paraşütü yapılmaktadır
Yayla Turizmi	Topçam, Selemen, Batmantaş, Dumanlı, Buğalı, Çamiçi, Akbelen, Bozcalı, Kızılcaören, Çevreli yaylaları
Çiftlik Turizmi	Niksar İlçesi Şıhlar Köyü ve Serenli Beldesi
Sportif Olta Balıkçılığı	Göllü Köy, Gödölüş, Kurt, Almus Baraj Gölü, Düden Gölü, Kemer Gölü
Kaplıca-Şifalı Sular	Sulusaray Kaplıcası, Reşadiye Kaplıcası, Beşören Maden Suyu, Kat Kasabası Kaplıcası
Rafting	Reşadiye ve Niksar ilçesinde yapılmaktadır
İnanç Turizmi	Almus ilçesi Hubuyar Köyü, Merkez Keçeci Köyü, Niksar Melik Gazi Türbesi, Turhal ilçesi Yenisu Beldesi, Almus İlçesi Akarçay Kasabası Mihrap Yatırı, Almus Armutalan Köyü Hamzattal yatırı, Almus Serince Köyü İmam Gazi Yatırı, Almus Görümlü Beldesi Kulhimmeth Türbesi
Kamp/Karavan Turizmi	Niksar Çamiçi.
Şenlik/Festival Turizmi	Geleneksel Hıdırellez Şenlikleri, Kiraz Festivali, Çilek Şenliği, Niksar Çamiçi Yayla Şenlikleri, Cihet Kasabası Yayla Şenlikleri, Su Festivali, Büşürüm El Sanatları ve Yayla Şenlikleri, Kuyucak Köyü Gurbetten Sılaya Hasret Şenlikleri, Kuyucak Kültür Ve El Sanatları Şenlikleri, Baydarlı Kültür ve Dayanışma Şenliği, Küçük Yayla Şenliği, Hasanşeyhi Anma ve Kültür Şenlikleri, Vişne Festivali, Kurt Gölü Kültür Festivali, Çevrecik Kültür ve El Sanatları Şenlikleri, Nebişeyh Belediyesi İpek Halıcılık Etkinlikleri, Topçam Şenlikleri, Karkın Köyü Aziz Baba Şenlikleri, Görümlü Köyü Kul Himmet Kültür-Sevgi ve Dostluk Sanat Etkinlikleri, Reşadiye Yavuz Sultan Selim Han Selemen Yayla Şenlikleri, Koç Festivali Sarıağıl Köyü Kültür ve Sanat Festivali, Sırlıklı Şenlikleri, Hüseyin Akbaş Karakucak Güreş ve Şenlikleri, Keçeci Ahi Mahmut Veli Kültür Festivali, Gözderesi Festival Şenlikleri, Patates Festivali Ve Sünnet Şöleni, Gökçeli Üzüm ve Yaprak Festivali.
Av Turizmi	Beşören Devlet Avlağı, Niksar Devlet avlağı, Planlanan Devlet Avlakları (Topçam, Başçiflik).

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (korumakurullari.ktb.gov.tr); Orman Bakanlığı (ekotaban. tarimorman.gov.tr)

3.1. KORUNAN ALANLAR

Korunan alanlar özellikle doğal ve kültürel bir mirasın bulunduğu alanların çeşitli yasalarla uzun süreli korunmasını ifade etmektedir (Yinanç ve Sönmez, 2022). Öncelikle Amerika’da ortaya çıkan bu alanların belirleme süreci sonrasında diğer gelişmiş ülkelerden Avustralya ve Kanada gibi ülkelere sıçramıştır. Bu uygulamalar sonrasında diğer ülkelerde de yavaş yavaş uygulanmaya başlanmıştır. Bu alanlar çoğunlukla insanlar için faydalı olabileceği düşünülen ve onların hoş bir vakit geçireceklerine yarayan alanlar olarak tanımlamak mümkündür. Tokat ilinde de buna benzer alanlar yasalar çerçevesinde belirlenmiş ve uygun koruma planlarına sokulmuştur. Özellikle Sebastopolis antik kenti gibi arkeolojik kazı alanlarının yer aldığı ve bu antik şehirlerin sınırların içerine girdiği düşünülen alanlar, höyük ve tümülüslerin çevreleri ve eski yerleşim yerleri koruma alanları olarak belirlenmiştir.

Bakanlığı, Kültür Varlıklarını Koruma Müdürlükleri ve Tarım ve Orman Bakanlığının ‘ekotaban’ sitesinde yer alan Tokat ili korunan alanları Tablo 2’deki gibidir. Başka bir kaynakta ise Tokat ilinde 2018 verilerine göre toplamda 17 adet arkeolojik sit alanı, 1 kentsel sit, 1 adet arkeolojik ve doğal sit alanı ve tescillenmiş 993 adet eser bulunduğu belirtilmiştir (Master Planı, 2018).

Tablo 2. Tokat İli Korunan Alanları

Karaca Gölü Mahalli Öneme Haiz Sulak Alanı	Sulu Adalı Gölü Mahalli Öneme Haiz Sulak Alanı	Tokat-Kaz Gölü Yaban Hayatı Geliştirme Sahası Alanı
Horoztepe Nekropolü	Ziyarettepe Tümülüsü	Aşılık Yerleşimi
Balıca Mağarası Tabiat Parkı	Arduçlu Kaya Mezarı	Ocaklı Yamaç Yerleşimi
Baydarlı Yamaç Yerleşimi	Hasan Kalesi Tümülüsü	Çöte Deresi Yerleşim Alanı
Zinav Gölü Tabiat Parkı	Kiremitliburun Kutsal Alanı	Kova Tümülüsü

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (korumakurullari.ktb.gov.tr); Orman Bakanlığı (ekotaban. tarimorman.gov.tr)

3.2. Su Kaynakları

Göller, akarsular, denizler vb. doğal ya da insan eliyle yapılmış olan su kaynakları turizm sektörü için önemli bir çekicilik unsurudur. Su temalı rekreatif

etkinliklerin de yapılabildiği bu alanlar doğal kaynak çekiciliğini barındırdığından bulunduğu destinasyona önemli bir rekabet avantajı sağlayabilmektedir. İnsanlar bu tür su kaynaklarını ziyaret ederek bir aktiviteye katılmak, dinlenmek, yenilenmek ve kendilerini tazeleme ihtiyaçlarını giderebilmektedir. Su üstünde yapılan spor ya da rekreatif faaliyetleri de sayarsak su kaynaklarının turizm açısından ne kadar önemli olduğu daha net anlaşılacaktır. Tabii ki bu su kaynaklarını bir yaşam alanı olarak kullanan canlı popülasyonun varlığı, bunların turistler tarafından gözlemlenmesi için bölgeye talep yaratması da yine turizm özelinde önemli gelişmelerdir. Bu açıdan bu tür alanların turizme kazandırılması son derece önemlidir. Tokat ili özelinde bulunan bu su kaynakları aşağıdaki Tablo 3’ de belirtilmiştir.

Tablo 3. Tokat İli Turizm Potansiyeli Olan Su Kaynakları

Yeşilirmak	Kelkit Irmağı	Çekerek Irmağı
Zinav Gölü	Büyük Göl	Kaz Gölü
Güllü Köyü	Düden Gölü	Kurt Gölü

Kaynak: Uslu, 2014

Yukarıdaki su kaynakları turizm potansiyeli yüksek olan önemli yerlerdir. Örneğin Kaz Gölü bataklık bir halde iken turizm potansiyeli olduğu düşüncesi ile ıslah edilmiş ve yapılan düzenlemelerle bir turizm merkezi konumuna erişmiştir. Bölge önemli bir ekosistem alanı olarak görülmektedir. Gölün kuşların göç yolu üzerinde bulunması, bu su kaynağının kuş çeşitliliğinin artmasına sebebiyet verdiği gibi bu kuşları gözlemlemek isteyen kuş gözlemcileri ve diğer turistlerin de bölgeye gelmesine olanak tanımıştır. Bölge aynı zamanda sahip olduğu benzersiz manzarası ile fotoğraf sanatçılarının da sıklıkla ziyaret ettikleri bir yer haline gelmiştir (Çetinkaya, 2023). Tüm bu kaynaklar Tokat ili için önemli bir turizm kaynağıdır. Bu durum bölgenin doğa turizmi kapsamında değerlendirilebileceğini ve bölgenin önemli bir destinasyon olduğunu göstermektedir.

3.3. Tarih ve Kültür Turizmi

Turistlerin seyahat etme nedenlerinin belki en başında tarihi ve kültürel yapıları görme isteği gelmektedir. Aslına bakılırsa din gibi tarih ve kültürel kaynaklı seyahat etme alışkanlıkları turizmin ilk türlerinde de biri olduğu unutulmamalıdır. Tarihte yapılan ilk turizm kaynaklı gezilerin bilinmeyen

bir yeri bilme, görülmemiş olanı görme gibi niyetlerle ve genellikle öğrenme içgüdüsünün tetiklediği seyahatler olduğu bildirilmiştir (Genim, 2002).

Tarih ve kültür turizmi aslında gidilecek destinasyonlardaki değişik kültürlerdeki anlaşılması, o toplumların ortaya koyduğu kültürel eserlerin görülmesini hedefleyen bir turizm türüdür (Güngör, 2018). O destinasyondaki antik çağlardan kalma yerleşim yerleri, cami ve kiliseler, köprüler, türbe, su kanalları ve kemerleri, hamam ve benzeri yapılar, kervansaraylar vb. mimari yapılarıdır. Bunun yanında arkeolojik kazı çalışmalarının olduğu yerler ve bunların açık veya kapalı sergilendiği yerler, farklı dönemleri ve farklı toplumların yapılarını ortaya koyan ören yerleri de bu turizm türü altında değerlendirilen kültürel kaynaklardır.

Turizm açısından bakacak olursak eğer bu yerleri görmek isteyen ve her ne kadar üzerlerinden yüzler ya da binlerce yıl geçmiş olmasına rağmen burada yaşanan olayları deneyimlemek isteyen turistlerin ziyaretine konu olmaktadır. Turistler bu sayede sanat tarihi ve kültürel yapıları görmekte, müzeleri ziyaret etmekte ve o kültürlerle ait bilgileri edinebilmektedirler.

Tokat ili de binlerce yıllık tarihi ile bu kültürel ve tarihi dokuya sahip bir şehir konumundadır. Bu kültürel kaynaklar o bölgenin tarihi ve kültürel bir bilinç düzeyine erişmesine olanak tanıyarak bu miras özelliklerinin bir sonraki kuşaklara aktarılmasını ve böylelikle de farklı kültürel yapıdaki toplumların bir etkileşim içerisinde olmasına olanak tanımaktadır (Saçılık ve Toptaş, 2017). Tokat ilinde bulunan tarihi ve kültürel bazı değerler aşağıda yer almaktadır.

- Antik kentler; Comona Pontika Antik Kenti, Sebastopolis Antik Kenti,
- Medrese; Gök Medrese, Yağıbasan Medreseleri,
- Hamamlar; Pervana Hamamı, Sultan Hamamı, Ali Paşa Hamamı, Çay Hamamı, Hacı Ahmet Hamamı, Çifte Hamam,
- Hanlar; Taşhan, Sulu Han, Yazmacılar Hanı, Deveciler Hanı, Paşa Han,
- Köprüler; Leylekli Köprüsü, Talazan Köprü, Sulsaray Köprüsü,
- Kaleler; Niksar Kalesi, Zile Kalesi,
- Höyükler; Kayapınar Höyüğü, Maşat Höyük, Horoztepe
- Türbeler; Vezir Ahmet Paşa Türbesi, Burgaç Hatun Türbesi, Sümbül Baba Türbesi, Sentimur Türbesi,
- Camiler; Takyeciler Cami, Ulu Cami, Turhal Ulu Cami, Zile Ulu Cami, Niksar Ulu Cami,

Kervansaraylar, tarihi konak evleri, Mevlevihane, külliyeler, bedestenler ve tekkeler de Tokat ilinde bulunan sayısız tarihi ve kültürel eserlerden bazılarıdır. Görüldüğü üzere sayıca oldukça fazla olduğu düşünülen bu eserler turistlerin kente geldiklerinde beklentilerini karşılayacak eserlerle karşılaşmalarına olanak taniyacaktır.

3.4. Ekoturizm

Turizm tüm ülkeler için önemli bir ekonomik kaynaktır. Gelişmiş ülkeler buradan sağlanan gelirleri büyüme için kullanırken (sektörel büyüme), gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler ise buradan elde edilen ekonomik getiriyi hem sektörü iyileştirmek hem de diğer sektörler özelinde topyekûn bir kalkınma amaçlı kullanabilmektedir. Ancak şu unutulmamalıdır ki turizmin ekonomik getirisi ön plana alıp çevresel zararlarını göz ardı etmemek gerekmektedir. Turizm özellikle de sürdürülebilir bir ilerleme ve kalkınma hamlesi olarak değerlendirilecekse çevreyle uyumlu ve çevreyi koruma-kullanma çerçevesinde kullanmayı hedef almalıdır. İşte tamda bu noktada ekoturizm temelli turizm anlayışının sektörde etkin bir rol aldığı görülebilmektedir. Ekoturizm organizasyonlarına katılan bireyler doğa, çevre, insan, yerel halk vb. kavramlarını dikkate alır ve tatillerinde bu yapıyı bozmamaya özen göstermektedirler.

Ekoturizm var olan destinasyondaki doğayı ve kültürel değerleri anlamayı, onları korumayı, ziyaretçi yoğunluğunun az olmasını, yerel halkın ekonomik ve sosyal kaynaklarını zenginleştirmeyi, sağlıklı bir seyahat anlayışını amaç edinen ve buna uygun bir destinasyonu ziyaret etmeyi ifade etmektedir. Bu turizm türü ve turistlerin göstereceği tavırlar çoğunlukla savunmaya ihtiyaç duyulan ekosistemlerinin korunmasını sağlarken, destinasyondaki aile işletmelerine, yerel mimariye, özellikle yerel ürünlerin kullanıma uygun davranışlar gösterilerek bölgenin sosyoekonomik düzeyini iyileştirmektedir (Yılmaz, 2011). Bir bölgenin ekoturizm potansiyelinin artması için bazı olumlu yansımaları da beraberinde getirmektedir (Wood, 2002).

- Biyolojik çeşitlilikte var olan değerlerin korunması sağlanır,
- Yerel halkın ekonomik getirisi arttırılmış olur,
- Yorumlama ve öğrenme deneyimini geliştirir,
- Küçük ölçekli işletmelerin dahada fazlalaşır ve alanları genişler,
- Yenilenemeyen kaynakların kullanılması azaltılır,

- Yereldeki katılım düzeyini artırır.

Tokat ili özelinde bakacak olursak ekoturizm kaynağı olarak birçok fırsat bulunmaktadır. Örneğin Tokat ilinin arazi yapısına bakıldığında %45 oranında dağlık ve yaklaşık %15'i ise ova özelliği taşımaktadır. Tarım kaynaklı turizm türlerine elverişli bir ortamın olması Tokat ilinin ekoturizminin geliştirilmesi için önemli bir etkidir. Vadiler Yeşilirmak etrafında konumlandığından bu su kaynağı bölgeye önemli bir avantaj yaratmaktadır.

Tarım alanlarından bahsetmişken ülkenin en kalabalık orman popülasyonlarından biri de Tokat ilindedir. Tokat ilinin bitki örtüsünün %49'u orman ve fundalık dediğimiz odunsu bitki örtüsü ile kaplıdır (Dokap, 2018). Bu bitki örtüsünde yetişen birçok ağaç türü bulunmaktadır. Bu durum Tokat ilindeki kentleşme oranının oldukça düşük kalmasına neden olmaktadır (Zengin ve Demir, 2012) ve bunun da ekoturizm kaynaklarının varlığı noktasında önemli bir veri olduğu açıktır.

Türkiye, coğrafik konumu, iklimi ve toprak yapısı gibi özellikleri sıralandığında bağcılık yapılmaya son derece elverişli kuşakta yer almakta, dahası çok eski bir bağcılık kültürü olan Türkiye'nin hemen her bölgesinde çeşitli kullanımlara uygun üzüm üretimi yapılabilmektedir (Sümbül ve Yıldız, 2022). Tarım arazilerinde yapılan bağcılık faaliyetleri de Tokat ilinin ekoturizm değerlerinden biridir. Bu bölgede yetiştirilen üzüm çeşitlerinden elde edilen mahsulün %50'si sofrada kullanırken, yaklaşık %20'si ise alkollü ürün üretiminde kullanılmaktadır (Kılıç ve diğ., 2007). Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2022 yılı verilerine göre ülkede toplam 4.165.000 ton üzüm üretimi gerçekleştirilmiştir (TÜİK, 2022). Üzüm üretiminde Türkiye dünyada 6. büyük üretici konumundadır. Bu üretimin yaklaşık %10'u şarap üretiminde kullanılırken, ülke genelinde şaraplık üzüm üretiminin %10'u ise sadece Tokat ilinde yapılmaktadır. İlin şaraplık üzüm üretimi 44.647 tondur ve bu Tokat'ı şaraplık üzüm üretiminde Türkiye'de 2. sıraya taşımıştır (StatAgri, 2024).

Narince bu şehrin ve aynı zamanda Türkiye'nin en önemli üzümünde biridir. Beyaz şarap yapımında kullanılan bu üzüm yerli bir üzüm çeşidi olması sebebiyle de oldukça değerlidir. Tokat ilindeki Narince ve Nevşehir ilindeki Emir isimli beyaz üzüm çeşitleri beyaz şarap yapımında kullanılan ülkedeki en kaliteli beyaz şaraplardandır. Tokat ilinin şarap üretimi için ikliminin ne kadar uygun olduğu akademik araştırmalarda da kendini göstermektedir. Bu çalışmalardan biri Bekar (2017) tarafından yapılmıştır. Bekar (2017) yapmış

olduğu çalışmada, Tokat ilinde beyaz şarap olarak yetiştirilen Gewürtztraminer, Chardonnay, Narince, Riesling ve Emir ve kırmızı şarap olarak yetiştirilen Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Öküzgözü, Boğazkere, Merlot ve Syrah gibi üzümlerden Öküzgözü ve Boğazkere çeşitlerinin dışındaki toplam 9 çeşidin de Tokat ili ekolojisinde kaliteli bir ürün ortaya çıktığını ifade etmiştir. Tokat ili bu özelliği ile de bir yandan ekoturizm potansiyelini bir kez daha ortaya koyarken diğer yandan da gastronomi turizmi potansiyeli anlamında da turizm sektöründe önemli bir yer tutmaktadır.

3.5. Mağara Turizmi

Mağaralar insanların tarih öncesinde kullandıkları bir barınma yeridir. İnsan toplulukları hayvanlardan ve gecenin getirdiği tehlikelerden korunmak ve dünyada var olan uzun süreli buzul çağda hayatta kalabilmek için mağaraları kullanmışlardır. Mağaralar, dağ yamaçlarının sularla ya da toprak altındaki kayaların yağmur sularının biriktirdiği yer altı sularının aşındırması ile oluşan doğal boşluklardır (Nazik, 2016). Bu yapılardan bazıları ilerleyen yüzyıllarda insan eliyle de yapılmaya başlanmış ve barınmanın yanında artık bu mağaralarda çeşitli ayinler ve dini ritüellerin de yapıldığı bilinmektedir.

Günümüzde turizm hareketi içerisinde turistlerin ziyaret etmeği tercih ettiği yerlerden biri olan mağaralar, jeolojik, ekolojik ve kültürel birtakım özellikleri barındırmaktadır. Bu sayede mağaralar inançtan eğitime, spordan maceraya kadar ve rekreatif etkinlik yapma amacı ile turistler tarafından ziyaret edilmektedir (Yozcu, 2020).

Tokat ili mağara ziyareti için de ziyaretçi ağırlayan bir destinasyondur. Tokat ilinde bulunan Ballica Mağarası bu kapsamda belki de en önemli turistik değerlerden biridir. Turistlerin kente geldiklerinde uğradıkları turizm çekiciliği olan Pazar ilçesindeki bu mağara 2007 yılında Tabiat Parkı olarak tescillenmiş ve aynı zamanda mağara ve çevresi 2.Derece Doğal Sit Alanı da olmuştur.

Ballica Mağarasının toplam 680 metre uzunluğunda 8 adet salonu bulunmaktadır. Mağaranın en yüksek yeri 95 metredir (tokat.gov.tr). Doğanın Tokat iline sunduğu eşsiz bir miras olan bu yapının daha profesyoneller tarafından keşfedilmemiş yerlerinin olması burayı gizemli bir yer haline getirmektedir. Ballica Mağarası dünyanın da sayılı büyük, ihtişamlı ve önemli mağaralarından biridir. 3.4 milyon yıl önce oluşmaya başlayan mağaranın içerisinde soğan, pırasa ve makarna sarkıtlar, dikitler, mağara incileri, ve gülleri, damlataşları, havuzlu

kısımlar ile çok çeşitli özellikleri barındıran bir mağara özelliği taşımaktadır (Yeşil ve diğerleri, 2008). Hem bu çeşitlilik hem de ülkemizdeki başka hiçbir mağarada olmayan ‘soğan sarkıt’ biçimli oluşumlar Ballica Mağarasına ülkemizde ve dünyada da nadir bir değer kazandırmaktadır.

3.6. Gastronomi Turizmi

Gastronomi tek başına, üretim ve tüketim aşamasına odaklanarak ürünlerin tarladan çıkıp (üretimde kullanılan tüm süreçler), mutfaklarda işlenip en nihayetinden turistin önüne giden tabaktaki yerini alması süreci yöneten bir bilim alanıdır. Gastronomi bu aşamada kendilerine uygun lezzetleri aramaya başlayan bir kitlenin oluşmaya başlaması ile de bir turizm etkinliği halini almıştır. Gastronomi turizmi farklı kültürler için önemli ve farklı bir yöreye ait olan sadece onlara özgün bir lezzeti tatmayı amaçlayan, bu tatları keşfetmek isteyen, bu tadım sırasında keyif almayı hedefleyen ve bu kültürlerin yeme-içme anlayışlarını deneyimlemek isteyen kişilerin planladıkları seyahat olan ifade edilebilir (Kendir ve Arslan, 2020). Gastronomi önceleri turizm sektörü içerisinde bir tamamlayıcı ya da destekleyici rol oynarken günümüzde artık tek başına bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Taşpınar, 2017). Yemek şovları, gastronomi festivalleri ve benzer çeşitli etkinlikler de yine gastronomi turizmi kapsamında sayılmaktadır.

Yöresel mutfak kültürü ve o yöreye ait yeme-içme alışkınları arasında değerlendirilecek olan bu lezzetler bir turizm kaynağı olarak değerlendirilmekte ve aynı zamanda da bir destinasyona ait bir kültürel miras kaynağı durumundadır. Bu kültürel miras kaynaklarının da gastronomi turizmi sayesinde gelecek kuşaklara aktarılması son derece önemlidir. Bu sayede değerler kaybolmaz ve varlıklarını çok uzun süreler koruyabilmektedirler. Tablo 4’de bu kapsamda değerlendirilebilecek Tokat iline var olan bazı gastronomik lezzetler yer almaktadır.

Tablo 4: Tokat İlinin Yöresel Lezzetleri

Tokat Kebabı	Tokat Simidi	Gelin Parmağı	Dolma İçi	Kuskus
Bacaklı Çorba	Bez Sucuk	Isırgan Yağlı Aşı	Cevizli Çörek	Bat
Helle Çorbası	Zile Pekmezi	Tülü Köfte	Çökelekli Pide	Nivik
Madımak	Zile Kömesi	Kulak Cadı	Siron	Keşkek

Tokat Tavası	Kızılıcak Hoşafı	Kavlak Börek	Olibah	Katmer
Baklalı Dolma	Kuşburnu Marmeladı	Pırasa Böreği	Hamba	Yufka
Etlı Dolma	Zambak Reçeli	Mısır Böreği	Güdül	Yağlı
Yavan (erikli) Dolma	Püşürük Çorba	Yaş Börek	Kumak	Çemen
Pehlili Pilav	Keşbo Çorba	Almus Böreği	Hasurda	Pestil
Toyga Çorbası	Kamalı Çorba	Sini Çevirme	Pakali	Tarhana
Çökeliklı Gözleme	Kelem Çorba	Kuru Erik Tatlısı	Ferfene	Baldıran
Nohut Yahnisi	Çoştı Yemeği	Leylek Giliği	Papa	
Gendüme Çorbası	Pancar Tatlısı	Pekmez Helvası	Şipsi	
Mercimeklı Hamur Çorbası	Yufka Tatlısı	Tırtıl Tatlısı	Basta	

Kaynak: İnce ve Gençay, 2023.

4. TOKAT İLİNDEKİ TURİZM İSTATİSTİKLERİ

4.1. Yerli ve Yabancı Turist Sayısı

Tokat ili merkezi ve diğer ilçelerine gelen turistlerin konaklama istatistikleri Tablo 5'deki şekildedir. Bu tabloda şehirde bulunan hem işletme hem de basit belgeli konaklama tesislerine yönelik bilgiler yer almaktadır. Tesise geliş sayısı, geceleme sayısı, ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri ve tesislerin doluluk oranları verilmiştir.

Tablo 5. Tokat İli Konaklama İstatistikleri (2023 Yılı)

İlçeler	Tesise geliş sayısı			Geceleme			Ortalama kalış süresi			Doluluk Oranı (%)		
	Ya-bancı	Yerli	Toplam	Ya-bancı	Yerli	Toplam	Ya-bancı	Yerli	Toplam	Ya-bancı	Yerli	Toplam
Merkez	3 048	135 514	138 562	7 978	188 249	196 227	2,62	1,39	1,42	1,50	35,45	36,95
Niksar	36	6 683	6 719	224	14 728	14 952	6,22	2,20	2,23	0,32	21,16	21,48
Reşadiye	205	3 279	3 484	207	12 391	12 598	1,01	3,78	3,62	0,27	16,18	16,45
Sulusaray	164	5 650	5 814	267	9 401	9 668	1,63	1,66	1,66	0,65	22,97	23,63
Turhal	29	18 842	18 871	75	29 551	29 626	2,59	1,57	1,57	0,07	27,73	27,80
Almus		1 549	1 549		3 363	3 363	0,00	2,17	2,17	0,00	31,14	31,14

Başçiftlik		265	265		7 921	7 921	0,00	29,89	29,89	0,00	48,45	48,45
Pazar		251	251		1 754	1 754	0,00	6,99	6,99	0,00	5,16	5,16
Yeşilyurt		240	240		7 200	7 200	0,00	30,00	30,00	0,00	45,45	45,45
Zile	47	10 511	10 558	497	18 420	18 917	10,57	1,75	1,79	1,06	39,36	40,42
Toplam	4 199	199 887	204 086	1 382 ⁰	326 780	337 162	2,47	1,63	1,65	0,96	30,33	31,30

Kaynak: TÜİK, 2023.

Buna göre Tokat iline 2023 yılında yaklaşık 204 bin yerli ve yabancı turist gelmiştir. Şehirde bulunan turizm çekiciliklerinin çoğunlukla yerli turistler tarafından karşılık gördüğü açıktır. 204 bin turistin yaklaşık 200 binini yerli turistler oluşturmaktadır. 2023 yılında ortalama kalış süresi 1,65 gün iken konaklama işletmelerinin doluluk oranları da 31,30 olmuştur. Tablo 6’da Tokat iline ait 2019-2023 yılları arasındaki konaklama istatistiklerine istinaden turist sayıları verilmiştir.

Tablo 6. Tokat ili 2019-2023 Yılları Yerli ve Yabancı Turist Sayısı

Yıllar	Yerli Turist	Yabancı Turist	Toplam
2019	262.968	2.545	265.413
2020	169.509	774	170.283
2021	230.394	1.690	232.084
2022 (9 ay)	259.266	4.145	263.411
2023	199.887	4.199	204.086

Kaynak: TÜİK, 2022.

4.2. Konaklama Kapasitesi

Konaklama turizm organizasyonu için en önemli unsurlardan biridir. Şehre gelen yerli veya yabancı turistlerin beklentilerini karşılayacak düzeyde konaklama hizmeti almaları elzemdir. Bu durum ziyaretçilerin şehri gezmeleri sonrasında dinlenebilecekleri ve bir sonraki güne kendilerini hazır hissetmeleri için önemlidir. Eğer bir şehirde farklı ekonomik düzeylere sahip turistlere uygun seçenekler yer alırsa bölgeye gelebilecek potansiyel hedef kitlenin sayısında bir artış söz konusu olacaktır. Bu açıdan aşağıdaki Tablo 7’de şehirde bulunan işletme ve belediye belgeli otellerin listesi yer almaktadır. Bu bilgiler Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün Tokat ili Kültür ve Turizm Eylem Planından elde edilmiştir.

Tablo 7. İşletme Belgeli Otellerin Listesi

Tesisin Adı	Niteliği	İlçe	Oda	Yatak
Dedeman Otel	5	Merkez	143 Oda	288 Yatak
Çavuşoğlu Tower Otel	4	Merkez	81 Oda	178 Yatak
Grand Ali'n Otel	4	Merkez	132 Oda	264 Yatak
Çamlıca Otel	3	Merkez	30 Oda	56 Yatak
Fırat Palas Otel	3	Merkez	32 Oda	64 Yatak
Rms Atlas Otel	3	Merkez	29 Oda	58 Yatak
Burcu otel	2	Merkez	24 Oda	48 Yatak
Çavuşoğlu Plevne Otel	2	Merkez	28 Oda	52 Yatak
Has Yücel Otel	2	Merkez	33 Oda	66 Yatak
Ayvaz Park Otel	3	Niksar	43 Oda	88 Yatak
Önder Otel	3	Erbaa	24 Oda	44 Yatak
Green Ereğ Otel	3	Erbaa	36 Oda	72 Yatak
Familya Otel	3	Erbaa	56 Oda	112 Yatak
Grand Ali'n Otel	3	Turhal	53 Oda	106 Yatak
Altunsaray Otel		Sulusaray	25 Oda	25 Yatak
Aydınlr Tesisi		Sulusaray	21 Oda	42 Yatak
Almus Yaman Otel		Almus	12 Oda	24 Yatak
Yeşilyurt Konaklama Tesisi		Merkez	22 Oda	44 Yatak
Osmanoğlu Tesisi		Reşadiye	18 Oda	44 Yatak
		Toplam	842 Oda	1675 Yatak

Kaynak: Yılmaz, F., 2023; Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2022

Her ilde olduğu gibi işletme belgeli konaklama imkanlarının yanında belediye tarafından ruhsatlandırılan konaklama tesisleri de bulunmaktadır. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü verilerine göre il genelinde toplam 51 adet belediye işletme belgeli otel bulunurken bunların kapasitesi ise 1254 oda ve 2802 yatak kapasitesi şeklindedir (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2022). Tablo 8'de bu otellerden bazılarının isimleri ve yatak kapasiteleri verilmiştir.

Tablo 8. Belediye Belgeli Oteller

Tesis Adı	Yatak	Tesis Adı	Yatak	Tesis Adı	Yatak	Tesis Adı	
Çağrı Otel	29	Royal Otel	55	Huzur Otel	25	Belediye Oteli	65
Emniyet Otel	32	Kent Otel	14	İpek Palas Otel	25	Konfor Otel	35

Topçam Otel	30	Kısmet Otel	28	Dicle Otel	26	Sezar Otel	28
Gündüz Otel	50	Ciddeoğlu Otel	33	Ünye Otel	35	Zerze Butik Otel	15
Dedeman Otel	292	Zile Dinçerler Otel	38	Nuri Park Otel	65	Beybağı Otel	84
Ali'n Otel	240	Reşadiye Kaplıca Otel	80	Yeşilirmak Otel	45	Reşadiye Otel	130
RmsAtlas Otel	77	İkizoğlu Doruk Otel	70	Şah Otel	70	Teknal Otel	50
						Toplam	1766

Kaynak: Yılmaz, F., 2023.

4.3. Ulaşım Olanakları

Türkiye'nin her köşesinden karayolu ile ulaşılabilen Tokat, Ankara'ya 399 km, Samsun'a 232 km, Ordu'ya 233 km, Sivas'a 108 km, Yozgat'a 206 km, Amasya'ya 114 km ve İstanbul'a 785 km uzaklıkta bulunmaktadır. Görüldüğü üzere hem ulaşım imkanları hem de güzergâh açısından bakıldığında Tokat iline ulaşım ağırlıklı olarak karayolu ile daha kolay yapılmaktadır. Doğu ve batı arasındaki ana ulaşım bağlantısını sağlayan uluslararası yol güzergâhı Tokat ilinin kuzeyinde Erbaa ve Reşadiye ilçelerinden geçmektedir. Bu yol ilin Avrupa, Kafkasya ve Ortadoğu uluslararası yol ağlarına bağlanmasını sağlamaktadır.

Tokat ilinde havayolu ulaşım da söz konusudur. İlki 1995 yılında açılan Tokat havalimanı 2017 yılında büyük gövdeli uçaklara uygun piste sahip olmadığı ve bu nedenle de yolcu sayısı düşen havalimanı kapatılmıştır. 2018 yılında yenileme çalışmalarına yapılan piste artık orta ve büyük gövdeli uçaklarda inebilmektedir. Ayrıca kargo uçakları da bu piste kullanarak kente önemli bir girdi sağlanmasına imkân vermiştir. 2.700 metre uzunluğunda olan bu yeni pist 7 adet uçak park kapasitesine sahiptir. Yeni Tokat Havalimanı 2022 yılında hizmetine tekrar başlamış ve haftanın 7 günü de uçuş bulunmaktadır.

Turizm organizasyonu için ulaşım oldukça önemlidir. Özellikle de yolculuk sürelerinin kısılması açısından havayolu taşımacılığı hayati bir öneme sahiptir. İstanbul'da diğer memleketlerden olduğu gibi Tokat ili memleketi olan insanlarda yaşamaktadır. Hem bu açıdan memleket ziyaretleri için hem de Tokat ilini görmek isteyen yerli turistlerin bu imkân sayesinde şehre daha fazla geldikleri söylenebilmektedir. Bu kentin turizm kazanımlarından biridir.

4.4. Seyahat Acenteleri

Seyahat acenteleri turizm organizasyonu içerisinde önemli bir yeri vardır. Öncelikle seyahat acentelerinin otellerin pazarlanması noktasında önemli bir işlevi bulunmaktadır. Aracı konumunda olan acenteler konaklama tesislerinin ürettiği tüm mal ve hizmetlerin piyasada pazarlanmasında, belirlenen hedef kitleye ulaştırılmasında ve de turistlere de farklı konaklama işletmelerinin arasındaki farkları göstermesi bakımında da önemli işlevleri bulunmaktadır. Bununla birlikte acentelerin farklı mal ve hizmet ürünlerini bir araya getirerek ortaya çıkaracağı paket tur ürünü ile de turistlere tatil seçenekleri sundukları unutulmamalıdır. Acenteler ulaşım, konaklama, eğlence, etkinlikler vb. turizm ürünlerini tek tek de turistler sunabilmektedir. Tokat ilinde toplam 17 adet turizm acentesi bulunmaktadır. Tüm acenteler A Grubu belgeye sahiptir. Tablo 9’da Orta Karadeniz Kalkınma Ajansının 2018-2023 yılları Tokat ilini kapsayan Kültür ve Turizm Eylem Planındaki bu acentelerinin listesi verilmiştir.

Tablo 9. Tokat İli Seyahat Acenteleri

Ay-Şafak Turizm	Hafız Hoca Turizm	Vahdet Turizm
Topçam Center Turizm	Büşra Turizm	Akit Turizm
Kadsel Turizm	Gazi Turizm	06 Verde Turizm
Komana Turizm	Danişmend Turizm	Travel Kanka
Reftur Turizm	Nuradoğru Turizm	Uzman Turizm
Senabil Turizm	Al Vefa Tur Turizm	Toplam: 17 Seyahat Acentesi

Kaynak: OKA, 2023.

4.5. Müze ve Ören Yerleri

Müzeler bir şehir için önemli turizm kaynaklarından biridir. Bu mekanlar tarihsel süreç içerisinde yaşanan olayları anlatan, dönem insanlarının deneyimlerini anlayabileceğimiz, dönemin çeşitli eşyalarının ve eserlerinin sergilendiği kısacası geleceği günümüze getiren birer zamanda yolculuk mekanlarıdır. Bu yapılar şehrin, bölgenin, ülkenin kültürel yapılarının daimî bir şekilde var olmasını sağlarken kültürün yok olmasını engelleyen bir misyona sahip yerleridir.

Tarihinde birçok uygarlık dönemine dair izler bulunan Tokat ili de müzelerin oluşmasında ve sayılarının artmasında eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Şehir bu amaçla kurulan birçok müze vardır. Mevlevihane Müzesi, Tokat Müzesi, Atatürk

Evi ve Etnografya Müzesi, Mozaik Müzesi vb. müzeler bunlara örnek olarak verilebilecek yerlerdir.

Atatürk Evi ve Etnografya Müzesi, Atatürk'ün Millî Mücadele Döneminde ve Cumhuriyet kurulduğundaki sıralarda Tokat'a geldiğinde kaldığı silah arkadaşı Mustafa Vasfi Süsoy'a ait bir evdir. Mustafa Vasfi Süsoy aynı zamanda Atatürk'ün Samsun'a yola çıktığı ve Millî Mücadeleyi başlatacağı seyahati sırasında kullandığı Bandırma Vapurunda da yanında olan bir kişidir. Atatürk'ün kendi ve eşi Latife Hanım ile geldiğinde kullandığı tüm eşyalar muhafaza edilmiştir. Ev 2001 yılında kamulaştırıldıktan sonra 2007 yılında tüm eşyalar sergilenmeye açılmıştır. Evde aynı zamanda Tokat ilinde bulunan başlarına ait olan yöreye has özellikler barındıran eşyaların da kazandırılmasıyla sergisi genişletmiştir.

Tokat Müzesi de şehirdeki en önemli turist lokasyonlarından biridir. Müze 1926 yılında kurulmuş ve eser sayısı ve çeşitliliğine bakıldığında oldukça zengin bir listeye sahiptir. Tokat Müzesi eser bakımından o kadar geniştir ki o dönemden sonra özellikle Karadeniz'de kurulan birçok müzenin açılabilmesine de gönderdiği eserlerle katkıda bulunmuştur. M.Ö. 2500-3000 yıllara işaret eden tarihi ile zengin bir birikime sahip şehirdeki bu müzede Kalkolitik Dönem, Eski Tunç, Hitit, Frig, Roma, Bizans, Danişmentli, İlhanlı, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerini kapsayan birçok medeniyetten izler bulunmaktadır. Buraya gelmeyi tercih edecek turistlerin bu süreçleri tek tek gözlemlemeleri ve deneyimlemeleri kaçınılmaz olacaktır.

Bunun dışında müze olarak değerlendirilen bir başka durum ise o şehir ya da bölge için önemli olan kişiler adına yapılan yerlerdir. Bu müzelerde bölgenin ya da şehrin kültürüne etkisi olan kişiler, filozoflar ya da bilim insanları, sanatçılar, siyasi birtakım figürlerin sahip olduğu değerlerde bu tür yapılarda sergilenebilmektedir. Bu kişiler o topluma mal olmuş ve aynı zamanda toplumun kültürel, sosyal, ekonomik, siyasi yaşantısının da bir özeti gibidirler. Latifoğlu Konağı, Canikli Konağı, Muslu Ağa Konağı vb. yapılarda buna örnek olarak verilebilir.

Arastalı Bedesten, Gümenek'de ki Comana Pontika, Maşat Höyük, Horoztepe, Sebastapolis Antik Kenti, Artova Yeraltı Yerleşimi, Roma Arsenali gibi yerler de Tokat şehrinde bulunan diğer önemli turistik yerler ve kültürel varlıklar olarak dikkat çekmektedir. Tokat ilinde bulunan Bakanlığa bağlı müze ve özel müze olmak üzere 2022 yılı istatistikleri Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Tokat İli Müze İstatistikleri

	Bakanlığa Bağlı Müzeler			Özel Müzeler		
Şehir	Müze Sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı	Müze Sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı
Tokat	3	43.733	66.172	2	1.870	183.010

Kaynak: İllere Göre Müze Eser ve Ziyaretçi Sayıları (TÜİK, 2023)

Yukarıda ifade ettiğimiz gibi müzeler dışında da turistlerin kültürel değerleri görme imkanları bulunmaktadır. Taşınmaz Kültürel varlıklar olarak listelenen bu değerler bir şehrin olmazsa olmazlarıdır. Aşağıda Tablo 11’de Tokat ilinde bulunan bu taşınmazlar yer almaktadır.

Tablo 11: Tokat İli Kültür Varlıkları

	Taşınmaz Kültür Varlıkları									Sit Alanı	
Şehir	İdari	Kültürel	Askeri	Ticari	Dinsel	Mezarlık	Sivil Mimari	Kalıntılar	Arkeolojik	Kentsel	Tarihi
Tokat	27	121	1	26	158	31	669	42	334	3	1

Kaynak: İllere Göre Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları (TÜİK, 2023).

5. Amaç ve Yöntem

Kitap bölümünde Tokat ilinde var olan turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir amaç belirlenmiştir. Bu potansiyelin belirlenebilmesi için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan literatür araştırması yapılmıştır. Bu sayede elde edilen bilgiler ışığında Tokat ilinin doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel turizm kaynakları gibi şehre özel değerlerin ortaya çıkarılması ya da tekrar ön plana çıkarılması hedeflenmiştir. Dahası var olan ve potansiyel turizm hedeflerine ulaşmada turistler ve araştırmacılara bir dizi öneri sunulması planlanmıştır.

6. Tokat İli Turizm Swot Analizi

SWOT Analizi, bu çalışmada olduğu gibi bir destinasyonun içsel ve dışsal tüm bilgileri en ince ayrıntılarına kadar anlaşılabilmesi için önemli bir araştırma yöntemidir. Bu analizde bilgiler Güçlü-Zayıf-Fırsat-Tehdit (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) sözcükleri altında toplanmaktadır. Güçlü ve

Zayıf yönler içsel unsurlar olurken Fırsat ve Tehditler ise dış çevreden kaynaklı birtakım unsurlardır.

Tablo 12. Tokat İli Turizm SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
-M.Ö. 2500 ve sonrasındaki yerleşimler	-Bölgenin 4500 yıllık tarihinin bilinirliğinin olmaması
-Antik alanlar	-Bölge turizm kaynaklarının tanıtım eksikliği
-Selçuklu ve Osmanlı dönemi tarihi evler	-Turizm tesislerinde ki kapasite azlığı ve kalite standartları sorunları
-Dinsel değerler	-Yöresel lezzetlerin ön plana çıkarılabileceği gastronomi turizmi bilgi eksikliği
-El değmemiş doğal imkanlar	-Alternatif turizm türlerinin yeterince değerlendirilememesi
-Kentin bitki örtüsünün %49'u orman ve fundalık olması ekoturizm, kamp, dağcılık, trekking vb. turizm etkinliklerinin yapılabilmesine imkan vermesi	-Kent markalaşması sürecindeki eksiklikler
-Göl ve Yayla turizmi imkanları	-Yerel olarak düzenlenen etkinliklerin turizm kapsamına girmekten uzak planlanması
-Gastronomi değeri şarap üretimi	-Marka değeri oluşturabilecek birkaç yerel lezzetin tanıtım ve pazarlama ile ön plana çıkarılması gerekir
-Dünyaca ünlü Ballica Mağarası	-Kente özgü mobilya ve aydınlatma elemanlarının tasarlanması ve toplumun kullanıma sunulması kente bir kimlik kazandıracaktır. Bunun eksikliği kentte görülebilmektedir
-Mağara, yayla, göl çevresi trekking yolları	-Butik tarzda kent kimliğini yanından konaklama tesislerinin eksikliği
-Yeşilirmak, göl ve diğer su kaynakları sayesinde su temalı rekreatif etkinlikleri	-Ballica Mağarası civarı konaklama eksikliği
-Kaz gölü ve benzeri alanların kuş çeşitliliğine ev sahipliği yapması dolayısı ile kuş gözlemciliği	-Kaplıca otel sayısının yetersizliği
-Yöresel lezzetleri ile gastronomi turizmine de ev sahipliği yapabilme potansiyeli	-Uluslararası düzeyde bir etkinlik ve festival eksikliği
-Avcılık özellikle de bıldırcın, keklik ve tavşan	-Coğrafi işaretli turizm ürünleri oluşturmak (özellikle gastronomi alanında)
-Olta balıkçılığına uygun sulak alanlar ve su kaynakları	-Turizm kaynaklı kongre, sempozyum ve akademik çalışmalarının yeterli düzeyde olmaması
-Doğu ve Batı arasındaki konumu sayesindeki avantajlar	-Restorasyon çalışmalarının hızının yavaş olması
-Yeni turizm tesislerine uygun alanların varlığı	-Çeşitli turizm tesislerinin web başta olmak üzere sosyal medya araçlarını tanıtım ve satış odaklı kullanamaması
-Misafirperverlik	-Genel turizm eğitiminin yetersiz
-Havayolu ulaşımı bölgenin en önemli turizm kaynağıdır	
-İlçelerinde de bulunan turizm kaynakları ve turizm tesisleri	
-Geleneksel yaşam tarzlarının hala varlığı sürdürmesi	
-Geleneksel el sanatları üretimi (bakırcılık vb.)	

Fırsatlar	Tehditler
<p>-Alternatif turizm türleri var ve bunların gerekli adımlarla hareketlendirilebileceği</p> <p>-Balıca Mağarası şehir için büyük bir fırsattır ve bu turizm türünün geliştirilmesi bölgeye istenen o yabancı turisti çekecektir</p> <p>-Kuş Cenneti Projesi</p> <p>-Kaz Gölü yıl boyu yüzden fazla kuş türüne ev sahipliği yapmakta olması geliştirilebilir bir turizm türüne işaret etmektedir. Ayrıca bölge Yaban Hayatı Geliştirme Sahası olarak ilan edilmiştir</p> <p>-Eşsiz Manzaralar</p> <p>-Tarihi kalıntılar ve sonraki kazılardan elde edilebilecek yeni bulgular bölgeye olan ilgiyi arttırabilir</p> <p>-Şehrin şarap üretimi oldukça değerlidir, bu kaynağın pazarlama ve tanıtım faaliyetleri ile şehri daha da ön plana çıkaracağı açıktır</p> <p>-Bağcılığın varlığını uzun yıllar devam ettirebileceği potansiyeli</p> <p>-Yöresel lezzetlerin sayısının fazla olması</p> <p>-Yerel yönetimlerin turizm kaynaklı girişimleri destekleme potansiyeli</p> <p>-Kaplıca turizmüne uygun sahalarının (Reşadiye, Sulusaray vb.) varlığı</p> <p>-Yayla, Mağara, Göller vb. alanlar trekking rotası olarak daha etkin bir şekilde kullanılması şehre değer katacaktır</p> <p>-Dünyada hızla yükselen ekoturizm potansiyeli kentte vardır</p> <p>-Anadolu'da kurulan ilk müzesi</p> <p>-Taşınmaz Kültür Varlıklarının sayısının oldukça fazla olması ziyaretçilere sunacak eser yönünden bir fırsattır</p> <p>-Tematik müzeler oluşturularak eserlerin nitelikli bir şekilde sergilenmesi kaynakların tanıtılması için önemlidir</p>	<p>-Şehirdeki turizm bilincinin istenen seviyede olmaması</p> <p>-Yöresel lezzetlerin unutulma tehlikesi</p> <p>-Çevre şehirlerin turizmde ilerlemesi bölgeye olan talebi düşürebilir</p> <p>-Sürdürülebilir projelerdeki eksiklik bölge kaynaklarının yok olmasına neden olabilir</p> <p>-Kuş gözlemciliği için planlı bir turizm yaklaşımı olmalı. Aksi durumda ziyaretçi sayısının artması sulak alanların korunmamasına bu durumda kuş çeşitliliğinin azalmasına neden olabilir</p> <p>-Kültürel varlıkların korunmasına yönelik özellikle kamu örgütlenmelerin ve organizasyonların yeterli seviyede olamaması durumu bu değerlerin yok olmasına yol açabilir</p> <p>-Turistik bir kent imajının zayıf olması</p> <p>-Bilinçsiz doğal çevre kullanımı</p> <p>-Deprem riski yüksek bir bölge olması</p> <p>-Yeşilirmak şehrinde geçmesi ve halkın bu kaynağı koruma kullanma çerçevesinde değerlendirmemesi kirliliğe neden olmaktadır</p>

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada Tokat ilinin turizm potansiyeli SWOT analizi ile okuyucuya sunulmak istenmiştir. Bu analiz sonucunda şehrin en güçlü yönlerinin doğal zenginlikler, ormanlık alanlar, yöresel lezzetler, şarap üretimi ve bağcılık, su kaynaklarının turizm kapsamında kullanılması vb. olurken zayıf yönleri ise benzer diğer şehirlerimizde olduğu gibi turizm kaynaklarının tanıtım eksikliği, marka değeri ürünlerin oluşturulamaması, var olan alternatif turizm türleri kaynaklarının yeterince değerlendirmemesi, tesislerin kalite ve sayısının azlığı vb. oluşturmaktadır.

Şehrin fırsat kaynakları olarak ise bağcılık ve şarap üretiminin varlığı sürdüreceği olması, alternatif turizm türleri, yöresel lezzetlerin sayısının çok olması, kuş gözlemciliği ve mağara turizminin dünyaca üne kavuşabilecek olması vb. değerleri sayılabilir. Şehrin turizm kaynakları bakımından çeşitli tehditler de söz konusudur. Bunlar ise turizm bilinci ve eğitimin yetersiz olması kaynakların tahribatına neden olabilir, kent imajının geliştirilememesi, deprem riski vb. olarak sayılabilmektedir.

Turizmden elde edilebilecek gelirler bu gibi kentlerin ekonomileri için oldukça önemlidir. Yerel yönetimler ve bölgede yer alan turizm işletmeleri ekonomik kazanımı arttırmak için birlikte hareket etmeli ve planlı, sürdürülebilir, kültürel değerlere önem veren bir anlayışla marka imajına sahip, ulusal ve uluslararası piyasada Tokat ilinin tanınırlığını arttıracak gastronomik kaynaklara, şarap üretimine, mağara turizmine, doğal çekiciliklere, ekoturizme ve kuş gözlemciliğine yönelik planlamalar yapmalıdırlar. Havayolu taşımacılığının da faydalarından yararlanması gereken kentin önce yerli turiste sonrasında ise yabancı turistlerin beklentilerine uygun ürünler ortaya koymaları gerekmektedir. Mevcut ürünler geliştirilmeli alternatif için öncelikle en önemli pozisyonda olan bazı turizm ürünlerinin sonrasında ise yukarıda güçlü yönlerde ve fırsatlar bölümünde yer alan tüm turizm ürünlerine yönelik çalışmalar yapılması, planlanması, tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinin ilgili kamu ve özel kurumlar ve işletmeler aracılığıyla yapılması kentin turizm kaderi için hayati önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Bekar, T. (2017). Tokat Merkezde Yetiştirilen Bazı Şaraplık Üzüm Çeşitlerinin Fenolojik Gelişme Evreleri. *Türkiye Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 1(2): 73-78.
- Çetinkaya, G. (2023). Geçmişten Günümüze Tokat'ın Marka Değerleri. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 10, 283-305.
- Dokap (2018). Doğu Karadeniz Turizm Master Planı Tokat İli Mevcut Durum Raporu. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
- Genim, S. (2002). Kültür Turizmi. T.C. Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri, 12-14 Nisan, Ankara.
- İnce, C. ve Gençay, İ.C. (2023). Tokat Mutfağının Algılanan İmajı Ve Tokat Mutfağı Farkındalığının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Kitap: Turizmde Yeni Trendler, Gaziantep/Türkiye : Özgür Yayınevi, Bölüm Sayfaları: 349-389.*
- Kendir, H. ve Arslan, E. (2020). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Lezzetlerin Duygusal Değer Boyutunda İncelenmesi Tokat İli Örneği. *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. Sonbahar Özel Sayı*, 130-138.
- Kılıç, D., Cangi, R. ve Kaya, C. (2007). Tokat'ta üzümün Değerlendirilmesi ve üzümde Edilen Ürünler. *Türkiye V. Ulusal Bahçe Bitkileri Kongresi*, 04-07 Eylül, Erzurum, s. 345-348.
- Nazik, L. (2016). Mağara Nedir?, Nasıl Oluşur??. *Mağaracılık Çalıştayı*. Bursa.
- OAK, Tokat İli Kültür ve Turizm Eylem Planı 2018-2023.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı (2012). Tokat İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023.
- Saçılık Y. M. ve Toptaş A. (2017). Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 107-119.
- StatAgri (2024). Türkiye Üzüm İstatistikleri. <https://www.statagri.com/uzum-istatistikleri/>, adresinden 13.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.
- Sümbül, A. ve Yıldız, E. (2022). Türkiye'de Yetiştiriciliği Yapılan Sofralık, Kurutmalık ve Şaraplık Üzümlerin Mevcut Durumu Ve Üretim Projeksiyonu. *Erciyes Tarım ve Hayvan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 17-22.

Recognition and Brand Image Valued within the Scope of Gastronomic Tourism: A Research on Wine. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(2), 209-226.

Tokat İli, <http://www.tokat.gov.tr/tokat>, adresinden 09.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

Tokat İli Korunan Alanları, <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/tr#arama>, adresinden 09.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

Tokat İli Kültür Varlıkları, <https://korumakurullari.ktb.gov.tr/TR-189674/tokat.html>, adresinden 10.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

TÜİK 2022. Tokat İli Turist İstatistikleri 2019-2022. <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-231560/turist-istatistikleri.html>, adresinden 13.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

TÜİK 2022. Bitkisel Üretim İstatistikler. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2022-45504>, adresinden 13.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

TÜİK, 2023. Tokat İli Müze İstatistikleri, İllere Göre Müze Eser ve Ziyaretçi Sayıları, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?P=Kulturel-Miras-Istatistikleri-2022-49749>, adresinden 18.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

TÜİK, 2023. Tokat İli Taşınmaz Varlıkları, İllere Göre Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?P=Kulturel-Miras-Istatistikleri-2022-49749>, adresinden 20.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

TÜİK 2023. Tokat İli Nüfusu, Türkiye İstatistiki Kurumu Nüfus İstatistikleri Portalı, <https://nip.tuik.gov.tr/>, adresinden 09.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

Türkiye Turizm İstatistikleri (2023). Türkiye Otelciler Federasyonu, https://www.turofed.org.tr/panel/upload_system/pages_file/86de6b7faaf393debd50ea1c7685a0fd.pdf, adresinden 09.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

Türkiye Turizm İstatistikleri (2023). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), <https://www.tursab.org.tr/turkiye-turizm-istatistikleri>, adresinden 09.11.2024 tarihinde elde edilmiştir.

Uslu, S. (2014). Tarih Öncesi Çağlarda Tokat'ın Tarihi Coğrafyası. Yüksek Lisans Tezi, Tarih Anabilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.

Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (2022). Tokat Konaklama tesisleri istatistikleri.

Yılmaz, F. (2023). Tokat İli Kültür ve Turizm Eylem Planı, 2018-2023, Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Yılmaz, O. (2011). Analysis of the potential for ecotourism in Gölhisar district. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 19, 240–249.

- Yinanç, A. ve Sönmez, K. (2022). Türkiye’de Korunan Alanların Tanımlanmasında ve Sınıflandırılmasında Yaşanan Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri. *International Journal of Management and Administration*, 6(11), 53-60.
- Yozcu, S. (2020). Türkiye Mağara Turizmine Yönelik Bir Değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 1493-1508.
- Zengin, M. ve Demir, D. (2012). Tokat İlinde Şeker Pancarı Yetiştiriciliği ve Ekonomisi. *Tokat Sempozyumu Bildiriler Kitabı II. Cilt, 01-03 Kasım*.