



**ŞALPAZARI İLÇESİNİN ÖZEL İLGİ TURİZM POTANSİYELİNİN
BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Yüksek Lisans Tezi

GÜLNUR BAYRAKTAR

Eskişehir 2021

**ŞALPAZARI İLÇESİNİN ÖZEL İLGİ TURİZM POTANSİYELİNİN
BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

GÜLNUR BAYRAKTAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ**

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Haziran 2021**

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI



ÖZET

ŞALPAZARI İLÇESİNİN ÖZEL İLGI TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Gülnur BAYRAKTAR

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2021

Danışman: Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ

Dünyadaki teknolojik ve ekonomik gelişmelere, insanların değişen istek, beklentilerine ve ihtiyaçlarına bağlı olarak özel ilgi turizmi, her geçen gün giderek önemi artan bir şekilde yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu bağlamda, ilk olarak alternatif turizm ve özel ilgi turizm kavramının tanımı ve farklılıklarına açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Daha sonra araştırmanın amacı kapsamında, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizm potansiyeli yerel halkın görüşleri aracılığıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Tezin amacına yönelik olarak yerel halktan 30 kişiyle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan ilçenin özel ilgi turizm potansiyeli konusunda SWOT analizi oluşturulmaya çalışılmış ve TOWS matrisiyle de stratejiler geliştirilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm potansiyelinin yüksek olduğu, fakat bu potansiyelden istenilen düzeyde faydalanılamadığı anlaşılmıştır. İlçede potansiyeli en yüksek turizm türlerinin; dağ turizmi, eko-turizm, etkinlik turizmi, gastronomi turizmi, kamp ve karavan turizmi, kırsal turizm, macera turizmi, kış turizmi, sağlık turizmi, doğa ve hava temelli spor turizmi, yavaş turizm ve yayla turizmi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerinin bulunması halinde bölgeye birçok katkı sağlayabileceği sonucuna da ulaşılmıştır. Şalpazarı ilçesinin önemli değerlerinden bazıları; yaylaları, giyim-kuşamı, Ağasar balı, Acısu, Sis Dağı, şenlikler, alabalık, ahşap ve el işi işçilikleridir. Araştırma sonucunda, TOWS matrisi dikkate alınarak turizm girişimcilerine, bu alanda gelecekte çalışmayı düşünen akademisyenlere ve son olarak da yerel halka uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Alternatif turizm, Özel ilgi turizmi, Şalpazarı, SWOT analizi, TOWS matrisi

ABSTRACT

A FIELD RESEARCH ABOUT DETERMINING SPECIAL INTEREST TOURISM POTENTIAL OF THE ŞALPAZARI DISTRICT

Glnur BAYRAKTAR

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, May 2021

Supervisor: Associated Professor Emre Ozan AKSZ

In relation to technological, economic developments, the changing demands, expectations, and needs of the people all over the world, special interest tourism has become increasingly widespread day by day. In this context, first, here has been tried to clarify the definition and differences of alternative tourism and special interest tourism concepts. Then, within the scope of the study, the special interest tourism potential of Şalpazarı district was tried to be determined based on the opinions of the local people. For the purpose of the thesis, interviews were conducted with 30 local people. The data obtained from interviews were analyzed using the content analysis technique. From the obtained findings, it was tried to create a SWOT analysis and develop strategies with the TOWS matrix on the special interest tourism potential of the district. According to the results of the research, it was understood that the Şalpazarı district has a high potential in special interest tourism, but this potential isn't utilized at the desired level. It has come to the conclusion that the tourism types with the highest potential in the district were mountain tourism, eco-tourism, event tourism, gastronomy tourism, camping, and caravan tourism, rural tourism, adventure tourism, winter tourism, health tourism, nature, and air-based sports tourism, slow tourism, and tableland tourism. Also, it has been concluded that the availability of special interest tourism types in the Şalpazarı district can contribute to the region in many ways. Some of the important values of Şalpazarı district; tablelands, local clothing, Ağasar honey, Acısu, Sis Mountain, festivals, trout, wood, and handicrafts. As a result of the research, considering the TOWS matrix, practical suggestions have been presented to tourism entrepreneurs, academicians who are considering working in this field in the future and finally to local people.

Keywords: Alternative tourism, Special interest tourism, Şalpazarı, SWOT analysis, TOWS matrix.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam boyunca desteklerini esirgemeyen, değerli görüş ve bilgilerini benimle paylaşan, her türlü yardım ve desteğini gördüğüm değerli danışmanım Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ'e teşekkürü bir borç bilirim.

Yüksek lisans eğitimim süresince tecrübesiyle yol gösteren ve akademik gelişimime önemli katkı sağlayan sayın Doç. Dr. Çağrı Hale ÖZEL'e teşekkür ederim.

Düşünce ve önerileriyle bilimsel çalışmalarda bana rehberlik eden ve her aşamada beni yönlendiren sevgili Dr. Öğr. Üyesi Ebru Zencir ÇİFTÇİ'ye teşekkür ederim.

Tez savunmamda bulunarak çalışmama sağladığı katkılardan dolayı Dr. Öğr. Üyesi Cansev ÖZDEMİR hocama teşekkür ederim.

Bu tez çalışması sırasında sürekli beraber okuyup araştırdığımız, doğru yolu birlikte bulmaya çalıştığımız ve deneyimlerimizi paylaştığımız sevgili arkadaşlarım Gönül ÇAY ve Kübra HOŞ'a teşekkürlerimi iletiyorum.

Desteğe ihtiyacım olduğu her aşamada maddi ve manevi yardımlarını ve bilgilerini hiç eksik etmeyen, yoğun ve sıkıntılı geçen tez sürecimde bana olan güvenini hep hissettiren ve her zaman yanımda olan, bugünlere gelmemde büyük emekleri olan babam Kemal BAYRAKTAR, annem Gül Fatma BAYRAKTAR ve kardeşim Beyzanur BAYRAKTAR'a şükranlarımı sunuyorum.

../../2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

İmza

Gölnur BAYRAKTAR

İÇİNDEKİLER

ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii
GÖRSELLER DİZİNİ	xiv
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xv
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Sorusu	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	5
2. ALANYAZIN	6
2.1. Alternatif Turizm	6
2.1.1. Alternatif turizm kavramı ve özellikleri.....	6
2.1.2. Alternatif turizmin ortaya çıkışı	11
2.1.3. Alternatif turizm pazarı.....	15
2.1.4. Alternatif turizme yönelik eleştiriler	18
2.1.5. Alternatif turizmden özel ilgi turizmine.....	22
2.2. Özel İlgi Turizmi	22
2.2.1. Özel ilgi turizmi kavramı ve özellikleri	22
2.2.2. Özel ilgi turisti ve özellikleri.....	35
2.2.3. Özel ilgi turizmi pazarı	42
2.2.4. Özel ilgi turizmine yönelik eleştiriler.....	46
2.2.5. Özel ilgi turizmi ve alternatif turizmin sınıflandırılması.....	48
2.2.6. Özel ilgi turizm türleri	52
2.2.6.1. <i>Av turizmi</i>	52
2.2.6.2. <i>Botanik turizmi</i>	53
2.2.6.3. <i>Dağ turizmi</i>	55
2.2.6.4. <i>Eko-turizm</i>	55

2.2.6.5. Etkinlik turizmi	56
2.2.6.6. Gastronomi turizmi	57
2.2.6.7. Dark (hüzün) turizm	57
2.2.6.8. Kamp ve karavan turizmi.....	58
2.2.6.9. Kırsal turizm	58
2.2.6.10. Kış turizmi	59
2.2.6.11. Kuş gözlemciliği turizmi	59
2.2.6.12. Macera turizmi	60
2.2.6.13. Sağlık turizmi	61
2.2.6.14. Spor turizmi.....	61
2.2.6.15. Yayla turizmi	62
2.3. Şehir ve Ülke Bazında Gerçekleştirilen Benzer Çalışmalar	63
2.4. Şalpazarı İlçesi Hakkında Genel Bilgiler	69
2.4.1. Şalpazarı ilçesinin tarihçesi	69
2.4.2. Şalpazarı ilçesinin coğrafi yapısı.....	70
2.4.3. Şalpazarı ilçesinin nüfusu	73
2.4.4. Şalpazarı ilçesinin eğitim durumu	74
2.4.5. Şalpazarı ilçesinin ekonomik yapısı	76
2.4.5.1. Tarımsal faaliyetler	76
2.4.5.2. Hayvancılık	76
2.4.5.3. Sanayi	77
2.4.5.4. Ticaret.....	78
2.4.5.5. Turizm	78
2.4.6. Şalpazarı ilçesinin altyapı durumu	79
2.4.7. Şalpazarı ilçesinin kültürü.....	80
2.4.8. Şalpazarı ilçesinde turizmin temel unsurları	83
2.4.8.1. Şalpazarı ilçesinin çekicilikleri.....	83
2.4.8.2. Şalpazarı ilçesinde ulaşılabilirlik	88
2.4.8.3. Şalpazarı ilçesinde turizm işletmeleri.....	89
2.4.8.4. Şalpazarı ilçesinde etkinlikler.....	90
2.4.8.5. Şalpazarı ilçesinin imajı	91
3. YÖNTEM	93
3.1. Araştırma Deseni.....	93
3.2. Araştırmanın Örneklemi	93

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı	94
3.4. Verilerin Analizi	95
3.4.1. TOWS matrisi	96
3.5. Araştırmanın İnanandırıcılığı	97
4. BULGULAR VE YORUM.....	99
4.1. Giriş	99
4.2. Katılımcılara İlişkin Bulgular	99
4.3. Özel İlgi Turizm Türleri Potansiyelinin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Tablo İle İlgili Bulgular	100
4.4. Şalpaazarı İlçesinde Bölgeyi Çekici Kılabilcek Özel İlgi Turizm Türlerine İlişkin Bulgular	103
4.5. Şalpaazarı İlçesinin Güçlü Yönlerini Ortaya Koyan Özellikleri ve Özel İlgi Turizminin Gelişmesine Olanak Sağlayan Özelliklere İlişkin Bulgular	105
4.6. Şalpaazarı İlçesinin Önemli Değerlerine İlişkin Bulgular	107
4.7. Şalpaazarı İlçesinin Zayıf Yönlerine İlişkin Bulgular	109
4.8. Şalpaazarı İlçesinde Özel İlgi Turizm Türlerini Geliştirmeye İlişkin Bulgular	110
4.9. Gelecek 20 Yılda Şalpaazarı İlçesinde Ön Plana Çıkabilecek Özel İlgi Turizm Türlerine İlişkin Bulgular	112
4.10. Özel İlgi Turizm Türlerinin Şalpaazarı İlçesine Sağlayacağı Katkılara İlişkin Bulgular	114
4.11. Özel İlgi Turizm Türlerinin Şalpaazarı İlçesine Vereceği Zararlara İlişkin Bulgular.....	116
4.12. Şalpaazarı İlçesinde Özel İlgi Turizmi Bünyesinde Sunulan Hizmetlere İlişkin Bulgular	117
4.13. SWOT Analizi ve TOWS Matrisine İlişkin Bulgular	119
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	124
KAYNAKÇA.....	131
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 2. 1. Kitle turizmi ve alternatif turizm arasında bir karşılaştırma.....	8
Tablo 2. 2. Türkiye'nin alternatif turizme ilişkin GZFT (SWOT) analizi.....	17
Tablo 2. 3. Kitle turizmi ve özel ilgi turizminin karşılaştırılması	28
Tablo 2. 4. Özel ilgi turizmi GZFT (SWOT) analizi	33
Tablo 2. 5. Genel ilgi turisti ve özel ilgi turisti arasındaki farklılıklar.....	36
Tablo 2. 6. Özel ilgi aktiviteleriyle ilgili motivasyonlar	39
Tablo 2. 7. Temel gezi amacı ve çevreye göre pazar dilimleri	40
Tablo 2. 8. Özel ilgi etkinliklerine katılım tercihleri	41
Tablo 2. 9. 10 değer bölümü	44
Tablo 2. 10. Turizm gelirlerinin ana amaca göre sınıflandırılması	48
Tablo 2. 11. Özel ilgi turizm türlerinin sınıflandırılması	51
Tablo 2. 12. Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar ...	63
Tablo 2. 13. Şalpaazarı ilçesi hakkında yapılan çalışmalar	68
Tablo 2. 13. Şalpaazarı ilçesi hakkında yapılan çalışmalar	69
Tablo 2. 14. 2007-2020 yıllarına göre Şalpaazarı ilçesinin nüfus dağılımı	74
Tablo 2. 15. Şalpaazarı ilçesinde bulunan resmi eğitim kurumları/okulları ve sayıları ..	74
Tablo 2. 16. Şalpaazarı ilçesinin 2019 yılına göre okuma-yazma durumu.....	75
Tablo 2. 17. Şalpaazarı ilçesinin 2019 yılına göre eğitim durumu	75
Tablo 2. 18. Şalpaazarı ilçesinde düzenlenen şenlikler	91
Tablo 3. 1. Örnek bir SWOT analizi yapısı	95
Tablo 3. 2. Örnek bir TOWS matrisi.....	96
Tablo 4. 1. Katılımcılara ilişkin bilgiler.....	99
Tablo 4. 1. (Devam) Katılımcılara ilişkin bilgiler	100
Tablo 4. 2. Özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik tablo	100
Tablo 4. 2. (Devam) Özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik tablo	101
Tablo 4. 3. Şalpaazarı ilçesinde bölgeyi çekici kılan özel ilgi turizm türleri.....	103
Tablo 4. 3. (Devam) Şalpaazarı ilçesinde bölgeyi çekici kılan özel ilgi turizm türleri	104
Tablo 4. 4. Şalpaazarı ilçesinin güçlü yönleri ve özeli ilgi turizm türlerini geliştirmeye olanak sağlayan özellikleri	105
Tablo 4. 4. (Devam) Şalpaazarı ilçesinin güçlü yönleri ve özeli ilgi turizm türlerini geliştirmeye olanak sağlayan özellikleri.....	106
Tablo 4. 5. Şalpaazarı ilçesinin önemli değerleri.....	107
Tablo 4. 5. (Devam) Şalpaazarı ilçesinin önemli değerleri	108
Tablo 4. 6. Şalpaazarı ilçesinin zayıf yönleri.....	109
Tablo 4. 7. Şalpaazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerini geliştirmeye yönelik öneriler	111
Tablo 4. 8. Şalpaazarı ilçesinde gelecek 20 yılda ön plana çıkabilecek özel ilgi turizm türleri....	113
Tablo 4. 9. Özel ilgi turizm türlerinin Şalpaazarı ilçesine sağlayacağı katkılar	114
Tablo 4. 9. (Devam) Özel ilgi turizm türlerinin Şalpaazarı ilçesine sağlayacağı katkılar	115
Tablo 4. 10. Özel ilgi turizm türlerinin Şalpaazarı ilçesine vereceği zararlar	116
Tablo 4. 11. Şalpaazarı ilçesinde sunulan hizmetlerin yeterlilik durumu	118
Tablo 4. 12. Şalpaazarı ilçesinin özel ilgi turizmine ilişkin SWOT analizi.....	119
Tablo 4. 13. Şalpaazarı ilçesinin özel ilgi turizmine ilişkin TOWS matrisi.....	121

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2. 1. Alternatif turizmin ortaya çıkışının kökleri	13
Şekil 2. 2. Alternatif turizm eleştirisi	20
Şekil 2. 3. Boş zaman- turizm ilgi döngüsü.....	23
Şekil 2. 4. Turizm ilgi süreci	24
Şekil 2. 5. Pazarlama stratejisinde pazar bölümlleme	42
Şekil 2. 6. Turizm endüstrisinde pazarlama gelişim süreci	43
Şekil 2. 7. Şalpazarı ilçesinin lokasyon haritası	72

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 2. 1. Şalpazarı ilçe merkezinden bir görünüm	71
Görsel 2. 2. Şalpazarı halkının geleneksel kıyafeti	81
Görsel 2. 3. Sandık Gölü	85
Görsel 2. 4. Kadirga Açık Cami.....	86



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

CBI: Centre for the Promotion of Imports

FICC: Uluslararası Kampçılık ve Karavancılık Federasyonu

ICCA: International Congress and Convention Association

ÖKA: Önemli Kuş Alanları

STIC: Spor Turizmi Uluslararası Konseyi

SWOT: Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TOWS: Threats-Opportunities—Weaknesses-Strengths

TUYED: Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜSİAD: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği

UNWTO: The United Nations World Tourism Organization

1. GİRİŞ

Turizmin ekonomik faydaları gözetilerek, kitle turizmine yönelmiş az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kaynak kullanımı yoğun ve dengesizdir. Kitle turizmine açılmış bölgelerde doğal, tarihi ve kültürel değerler tahrip edildiği zaman, çevresel ve kültürel kirlilik ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, çevre ve doğa konusunda bilinçlenen turistler, kitle turizminden uzaklaşarak çevreye ve doğaya zarar vermeyecek ürün ve hizmetleri tercih etmeye başlamıştır. Turistler için tatil süresi boyunca çeşitli aktivitelerde bulunmak, doğayı keşfetmek ve farklı lezzet arayışına girmek daha cazip hale gelmiştir. Bu değişimle birlikte, turistlerin farklılaşan tercihleri, turizmcileri doğaya, çevreye ve kültüre daha az verecek ürünler konusunda arayışlara yönlendirmiştir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 118). Dolayısıyla, alternatif turizm ve özel ilgi turizm türlerinin önemi gün geçtikçe artmaya başlamıştır.

Bir turizm destinasyonu genel olarak değerlendirildiğinde turizm gelişimi ve evrimi kaçınılmazdır. Belirli bir noktadan sonra ise turizmde durgunluk ve düşüş yaşanabilmektedir. Ayrıca, turistlerin tercih ve ihtiyaçlarında farklılaşma başlamasıyla birlikte zamanla destinasyonun popülerliği ve çekiciliği azalabilmektedir (Aydın, 2020, s. 2-4). Dolayısıyla, alternatif turizm veya özel ilgi turizm türlerine katılan insanları seyahate iten veya çeken, o turizm türünün sunduğu temel bir motif vardır (Bahçe, 2016, s. 17). Bu yüzden, bireyleri seyahat etmeye yöneltten her motif kullanılarak, bir turizm türü oluşturulabilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 106). Bu motifler; inançtan kumara, doğadan kültüre, sanattan gündelik yaşama veya huzurdan heyecana kadar uzanabilmektedir (Bahçe, 2016, s. 17).

Turizm, Şalpazarı ilçesinin ekonomik gelişiminde stratejik öneme sahip sektörlerden biri olarak kabul edilmelidir. Şalpazarı ilçesi, turizm konusunda birçok çeşitliliğe sahip bir ilçedir. Buna rağmen, Şalpazarı ilçesinin sahip olduğu turizm potansiyelini yeterince değerlendiremediği düşünülmektedir. Göç vermesi, yetersiz tanıtım ve altyapı eksikliği bu potansiyelin değerlendirilememesinde önemli unsurlar olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, bu araştırmada, Şalpazarı'nın özel ilgi turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelden daha fazla yararlanmayı sağlayacak stratejiler geliştirmek amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Şalpazarı'nda yerel halktan 30

katılımcıyla görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş, ardından Şalpazarı için SWOT analizi ve TOWS matrisi oluşturulmuştur.

Araştırma, belirlenen amaçlar doğrultusunda beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, kapsamı ve sınırlılıkları açıklanmaktadır. İkinci bölümde alternatif turizm, özel ilgi turizmi kavramları açıklanmakta, konuyla ilgili literatürde daha önceden yapılmış olan çalışmalar incelenmekte ve Şalpazarı ilçesi hakkında genel bilgiler sunulmaktadır. Üçüncü bölümde; araştırmanın yöntemi hakkında bilgiler verilmektedir. Dördüncü bölümde; araştırmadan elde edilen bulgular sunulmaktadır. Son bölüm ise sonuç ve öneriler kısmıdır. Bu bölümde, teori ve uygulama sürecinde elde edilen bulgulardan hareketle Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizminden daha fazla katkı sağlamasına yönelik genel bir değerlendirme ve öneriler sunulmaya çalışılmaktadır.

1.1. Araştırmanın Sorusu

Trabzon şehrinin ve ilçelerinin turizm potansiyeline sahip destinasyonlardan biri olduğu ancak bu potansiyelin yeterince kullanılamadığı gerek akademik çalışmalarda gerekse resmi istatistiklerde ortaya koyulmuştur (Yaraşlı, 2007). Özel ilgi turizminin hızlı gelişimi düşünüldüğünde, turizm planlamalarıyla, özel ilgi turizminin Trabzon şehrine, Şalpazarı ilçesine ve Türkiye turizmine önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Şalpazarı ilçesinin turizmde yaşadığı sorunlar, özel ilgi turizmi potansiyeli ve Şalpazarı turizmine dair herhangi bir araştırmaya rastlanmamış olması, bu araştırmanın yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Özel bir durum olarak seçilen Şalpazarı (Trabzon) örneği üzerinden gerçekleştirilecek olan bu çalışmanın çözüm aradığı araştırma soruları, SWOT analizine ve TOWS matrisine yönelik olarak hazırlanmıştır. Araştırma soruları şu şekildedir:

- Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?
- Şalpazarı ilçesinin, dikkat çekici özellikleri nelerdir?
- Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?
- Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?

- Şalpazarı ilçesinin hangi özellikleri özel ilgi turizminin gelişmesine olanak sağlar?
- Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?
- Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir? Neden?
- Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?
- Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?
- Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, barınma, tanıtım vb.)

1.2. Araştırmanın Amacı

Değişen sosyal kalıplar, tatil anlayışında yeni örneklerin artmasına sebep olmuştur. Özel ilgi turizm türleri, boş zamana sahip olan kişilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini giderme rolünü üstlenmiştir. Bireylerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda taleplerini göz önüne alan turizm işletmeleri de çeşitli alternatifler sunmaya başlamıştır. Dolayısıyla, özel ilgi turizmi ele alınması gereken bir konu olarak düşünülmüştür. Bu bağlamda, araştırmanın temel amacı, Trabzon şehrine bağlı Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi potansiyelinin yerel halkın görüşleri sonucunda ortaya çıkarılması, SWOT analizi ve TOWS matrisi ile de Şalpazarı ilçesine yönelik öneriler sunmaktır. Bu amaç, doğrultusunda, araştırmanın alt amaçları şunlardır:

- Alternatif turizm ve özel ilgi turizm kavramlarını açıklayarak farklarını ortaya çıkarmaya çalışmak,
- Şalpazarı'nın özel ilgi turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelden daha fazla katkı sağlanması için stratejiler geliştirmek,
- Şalpazarı ilçesinin güçlü yanları, zayıf yanları, fırsatları ve tehditlerin neler olduğunu tespit etmek,
- Şalpazarı ilçesinin ekonomisine katkı sağlayacağı düşünülen ve hızla gelişme gösteren özel ilgi turizminin bu ilçede uygulanabilirliği,
- Araştırma sonunda elde edilecek sonuçların ulusal yazına, bölgesel yönetimlere, STK'lara, işletme sahiplerine, yöneticilerine ve yerel halka Şalpazarı turizmi hakkında önemli bilgiler sunması amaçlanmaktadır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Şalpazarı, coğrafi şartları ve konumundan dolayı birçok avantaja ve dezavantaja sahip bir ilçedir. Birçok faaliyetin gerçekleştirilmesi konusunda olumsuzlukların yaşandığı ilçede, özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılması, ilçenin ekonomik gelişimi açısından önemli bir yere sahiptir. Bu noktada araştırma, ilçede özel ilgi turizminin gelecekte nasıl gelişebileceğine ilişkin öngörülerde bulunmak ve Şalpazarı gibi küçük destinasyonlarda doğru planlama ve yönetim çalışmalarıyla başarılı bir özel ilgi turizm destinasyonu yaratılmasına katkı sağlaması açısından önemlidir. Önemli olduğu düşünülen bilgiler içeren araştırma, ilçede gelecekte yapılması planlanan yatırımlar ve araştırmalar için değerli ve faydalı bulgular sunmaktadır.

Araştırmanın sektördeki kişilere ve ilçe yöneticilerine, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi çekiciliklerinin neler olduğu, özel ilgi turizminin Şalpazarı turizmi için önemi ve Şalpazarı'nın özel ilgi turizmi konusunda güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri hakkında bilgiler verip öneriler getirebilecek olmasından dolayı, araştırmanın uygulama açısından önemini ortaya koymaktadır.

Alanyazın taraması kapsamında çalışmalar incelendiğinde, turizm potansiyelini ortaya çıkarma ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmıştır. Şalpazarı ilçesine yönelik çalışmalar incelendiğinde de birçok bilimsel makale ve dört adet yüksek lisans tezi olduğu belirlenmiştir. Fakat tez çalışmalarının konuları din, sanat tarihi, ziraat ve coğrafya üzerinedir. Turizm adına bu bölgeye ait çalışmaların olmaması, araştırmayı daha da değerli kılmakta ve önemini artırmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın, Şalpazarı ilçesi üzerinden yürütülmesi, alanyazına katkı sağlayarak eksikliği gidermesi açısından önemlidir.

Çalışmanın bir başka önemi, özel ilgi turizmini ve alternatif turizmi konu edinmesidir. Günümüzde özel ilgi turizmi ve alternatif turizm, yükselen bir değerdir. Doğal çevreye yönelik hedefleri ve yerel kalkınmadaki katkısı göz önünde bulundurulduğunda, önemi giderek artan özel ilgi turizminin, Şalpazarı'nda uygulanabilirliğinin ve potansiyelinin ortaya konulması önem taşımaktadır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma verileri, görüşme (mülakat) yapılarak elde edilmiştir. Bu nedenle, görüşmeye katılan bireylerin gönüllü olarak katılım sağladığı ve görüşme sorularını dikkatli, özenli ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın teorik ve araştırma olmak üzere iki kapsamı vardır. Araştırmanın amacına uygun literatürdeki makale, tez, rapor ve istatistik verileri tezin teorik kapsamını oluştururken, araştırma kapsamını ise, görüşme yapılan yerel halk oluşturmaktadır.

Bu araştırma, her araştırmada olduğu gibi bazı sınırlılıklar içermektedir. İlk sınırlılık; sonuçların hedeflediği amaçlar ve kapsamı itibariyle Şalpazarı ilçesi dışında herhangi bir genelleme yapma fırsatı sunmamasıdır. Başka bir şehirde yapılacak çalışmanın, farklı sonuçları olabileceği göz önüne alındığında, araştırma sadece bu verilerle sınırlıdır. Fakat, sonuçlar Şalpazarı ile benzer özellikler gösteren destinasyonlara aktarılabilir. Elde edilen verilerin, araştırmanın örneklemini oluşturan kişilerin cevapları ile sınırlı kalması da diğer bir sınırlılıktır. Araştırmanın üçüncü sınırlılığı, süre ile ilgilidir. Görüşmelerden elde edilen veriler, 04-10 Mayıs 2021 tarihlerinde yapılan görüşmelerle sınırlıdır. Katılımcıların görüşlerinin zamana göre değişiklik gösterebileceği düşünülmektedir.

2. ALANYAZIN

2.1. Alternatif Turizm

Turistler, günümüzde farklı bir şekilde algıladıkları ve kendilerine ilginç gelen ürünlere ilgi göstermektedir (Baloğlu ve McCleary, 1999). Geçmişte deniz- kum- güneş üçlemesini hedef alan geziler, günümüzde dinlenme, rahatlama, öğrenme, macera, farklılık keşfetme, eğlenme, boş zaman değerlendirme vb. olarak değişmiştir (Albayrak, 2013, s. 31). Dolayısıyla, turizmde tüketicilerin beklentilerinin değişmesi ve dünya görüşlerinin giderek gelişmesi, onları yeni arayışlara itmeye başlamıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008, s. 3). Benzer şekilde, turizmin çeşitlendirilmesi yoluyla farklı tüketici kesimlerine ulaşabilme isteği, turizmin mevsimsellikten kurtarılacak tüm yıla yayılmak istenmesi, turizmi ülke çapına yayma isteği, olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin azaltılması isteği gibi nedenler turizmi geliştirmek isteyen ülkeleri ve bölgeleri arayışlara itmiştir (Boz, 2019). Bu arayışların sonucunda “alternatif turizm” adı altında yeni bir kavram oluşmuştur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008, s. 3). Bu kavramın çeşitli tanımlarına bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

2.1.1. Alternatif turizm kavramı ve özellikleri

“Alternatif” kelimesi Fransızca kökenli bir sözcüktür. Oxford sözlüğünde alternatif kelimesi sıfat olarak “bir veya daha fazla şeyden biri, bir diğer seçenek veya imkan olarak mevcut olan”, isim olarak ise “iki veya daha fazla mevcut ihtimallerden biri” şeklinde ifade edilmiştir. Diğer bir sözlükte ise isim olarak “bir seçim yapma ihtimali, özellikle iki şey, hareket vs. arasında” şeklinde ifade edilmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde alternatif kelimesi ise isim olarak “seçenek”, sıfat olarak ise “değişik”, “farklı” ve “karşı” olarak ifade edilmektedir. “Alternatif (alternatif-ive)” kelimesi, etimolojik olarak incelendiğinde; “iki olasılık arasında seçim” veya “biri olmadığında yerine kullanılacak diğer şey” olarak ifade edilmektedir (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017).

Alternatif turizm kesin bir tanımı olmayan belirsiz bir kavram olarak nitelendirilirken (Isaac, 2010, s. 23) aynı zamanda, birçok sayıda faktöre bağlı olarak tanımlanmaktadır (Noveli ve Benson, 2005). Bu kavramı, çeşitli yazarlar büyük ölçüde farklı ve bazen de çelişkili şekillerde yorumlamıştır (Wearing ve Neil, 2009, s. 1). Örneğin, alternatif turizmi, bazı yazarlar "yeni turizm" (Poon, 1994), "yavaş turizm" (Conway ve Timms, 2010), "aile yanında konaklama turizmi" (Dernoi, 1981), "toplum

temelli turizm" (Dernoi, 1988'den aktaran Isaac, 2010) ve hatta "gey (eşcinsel) turizm" (Ivy, 2001) olarak tanımlamıştır (Egresi, 2016).

Alternatif turizm literatürde “yumuşak turizm”, “korumacı turizm”, “yeşil turizm”, “doğaya yönelik turizm ve eko turizm”, “uygun turizm”, sürdürülebilir turizm”, “ilerleyici turizm” gibi turizm çeşitleri ile birlikte anılmaktadır (Dowling, 1993' den aktaran Akpınar ve Bulut, 2010). Bunlar dışında alternatif turizm “sade turizm”, “sorumlu turizm”, “insandan insana turizm”, “küçük ölçekli turizm”, “kontrollü turizm, “yaz turizmi” ve diğer turizm türlerini kapsayan geniş bir terim olarak da kullanılmaktadır (Gee, 2008, s. 468-469.) Bu yüzden, alternatif turizm, içerisinde birbirine benzer ve farklı birçok turizm yaklaşımı ve biçimini kapsayan bir kavramdır. Bu kavram, kitle turizmine karşı geliştirilen bazı turizm yaklaşımlarının genel ismidir (İlhan, 2019, s. 20). Sonuç olarak alternatif turizm, yalnız bir turizm türü değil aynı zamanda bir çerçeve kavram olmakla birlikte bir anlayıştır (Uluçeçen, 2011).

Alternatif turizm, tüketicilere daha fazla kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi sunmak için post-fordizm'den türetilen "niş" turizm olarak ortaya çıkmıştır (Noveli, 2005; Isaac, 2010; Conway ve Timms, 2010; Mowforth ve Munt, 2009). Bu bağlamda alternatif turizm, eko-turizmden dini turizme kadar çeşitli türleri içerebilmektedir. Bunların çoğu niş bir kaynaktan yararlanmakla birlikte nispeten küçük ölçekli ve yerel topluluklarla etkileşimi teşvik etmektedir (Egresi, 2016).

Alternatif turizm kelimelerinin anlam çeşitliliği Linda K. Richter tarafından şu şekilde tanımlanmıştır “alternatif turizm, bazıları turiste, bazıları doğal çevreye bazıları da siyasal çevreye odaklanan endişelerin ve yanıtların çeşitliliği anlamına gelmektedir” (Beaver, 2005, s. 322). Turizm Bakanlığı Turizm Terimleri Sözlüğünde alternatif turizm; “sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin iş birliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacı güden turizm çeşidi” şeklinde tanımlanmaktadır (Turizm Terimleri Sözlüğü, 1999, s. 10).

Alternatif turizm en genel haliyle, kitle turizminin çevre ve sosyal yapı üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmak ve kitle turizminden farklı arayışları olan tüketicilerin istek ve beklentilerini karşılamak amacıyla oluşturulan ve pazara sunulan turizm türleridir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 96). Benzer şekilde, Wearing ve Neil (2009, s. 4) de alternatif turizmi “genel olarak, doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle tutarlı olacak

şekilde yola çıkan ve hem ev sahiplerinin hem de misafirlerin olumlu ve değerli etkileşim ve paylaşılan deneyimlerden keyif almalarına izin veren bir turizm biçimi” olarak tanımlamıştır.

Bulut’a (2006) göre alternatif turizm, “kaynak olarak güneşin, denizlerin ve sahillerin kullanıldığı kitle turizmine alternatif olarak gelişen turizm türlerini ele alan bir turizm türü”dür. Bir başka tanıma göre ise; 1990’lı yılların ortalarından itibaren kullanılmaya başlanmış olan alternatif turizm, talep noktasında sıkıntı yaşayan ve kitle turizmine karşı çıkarılmış olan bir yapıya sahiptir (Uçkun ve Türkay, 2003). Literatürde birçok araştırmacı tarafından kitle turizminin karşıtı olarak değerlendirilen alternatif turizm, doğaya duyarlı veya sürdürülebilir ilkelere göre geliştirilmesi gerekli turizm türleridir (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017). Kitle turizmine karşı bir tepki olarak kabul edilen alternatif turizm aynı zamanda, kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltacak bir araç olarak da kabul edilmektedir (Bahçe, 2016, s. 12). Bu yüzden alternatif turizm çeşitlerinin kitle turizminin rakibi değil, onun alternatifi olduğu söylenmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 96).

Kitle turizmi ve alternatif turizm arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Kitle turizmi ve alternatif turizm arasındaki karşılaştırma Tablo 2.1.’de sunulmuştur.

Tablo 2. 1. Kitle turizmi ve alternatif turizm arasında bir karşılaştırma (Krippendorff, 1982 ve Lane, 1988’den aktaran Butler, 1990)

	Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
Genel Özellikleri	• Düşüncesiz • Saldırgan • Agresif • Hızlı / Aceleci • Büyük Adımlar • Kontrolsüz • Denetimsiz / Düzensiz • Maksimize Eder • Ölçsüz / Aşırı • Kısa Vadeli • Özel İlgi • Uzaktan Kontrollü • İstikrarsız • Sektörel • Fiyata Önem Verir • Niceliksel • Büyüme	• Düşünceli • Koruyucu • Dikkatli / Tedbirli • Yavaş / Özenli • Küçük Adımlar • Kontrollü • Düzenli • Optimize Eder • Ölçülü / Makul • Uzun Vadeli • Genel İlgi • Yerinden Kontrollü • İstikrarlı • Genel • Değere Önem Verir • Niteliksel • Gelişme

Tablo 2.1. (Devam) Kitle turizmi ve alternatif turizm arasında bir karşılaştırma (Krippendorff, 1982 ve Lane, 1988'den aktaran Butler, 1990)

Turizm Geliştirme Stratejileri	• Plansız gelişme • Projelere bağlı programlar • Sadece kent bazında planlama • Dağınık gelişme • Mevcut yerleşim yöreleri dışında binalar • Doğal güzelliklerin en fazla olduğu yerlerde yoğun gelişme • Yeni binalar ve yeni yatak kapasitesi • Spekülatif, bilinmeyen gelecek talebe yönelik binalar • Turizmin her yerde geliştirilmesi • Turizmin dışarıdan gelenler tarafından geliştirilmesi • Sadece yabancılar için istihdam • Sadece ekonomik alanda gelişme • Çiftçilik azalır, mahalli işgücü turizme kayar • Sosyal harcamaları toplum karşılar • Trafik planı otolara öncelik tanır • Canlı sezon talebine göre kapasite • Doğal ve tarihsel engeller kaldırılır • Kent mimarisi • Yüksek teknoloji ve mekanik turizm tesisleri	• Önce planlama, sonra gelişme • Kavramlara bağlı programlar • Kent planları arasında bölgesel koordinasyon • Yoğunlaştırılmış gelişme • Mevcut yerleşim yöreleri içinde binalar • Doğal güzelliklerin fazla olduğu yerlerin korunması • Mevcut binaların kullanılması-yatak kapasitesinin daha iyi kullanılması • Sabit, sınırlı gelişme • Turizmin sadece uygun yerlerde ve mahalli hizmetlerin bulunduğu yerlerde geliştirilmesi • Turizmin sadece yerliler tarafından geliştirilmesi • Mahalli potansiyele göre istihdam • Bütün ekonomik, ekolojik ve toplumsal faktörlerin ele alınması • Çiftçilik korunur ve güçlendirilir • Sosyal harcamaları yatırımcı karşılar Trafik planı toplu taşımacılığa öncelik tanır • Ortalama talebe göre kapasite • Doğal ve tarihsel engeller korunur • Yerli mimari • Selektif mekanik gelişme-düşük teknoloji tercih edilir
Politika Çerçevesi	• Canlı turizm mevsimi • Eğitilmemiş iş gücü-kariyere önem vermeme • Tanıtım klişeleri • Kaba satış yöntemleri • Ekonomide her derde deva turizm anlayışı	• Dağınık tatil dönemleri • İşgücünün daha fazla eğitilmesi • Turistlerin eğitimi • Sıcak satış yöntemleri • Turizmde alternatiflerin aranması

Tablo 2.1. (Devam) *Kitle turizmi ve alternatif turizm arasında bir karşılaştırma (Krippendorff, 1982 ve Lane, 1988'den aktaran Butler, 1990)*

Turist Davranışları	• Büyük gruplar • Az zaman • Hızlı ulaşım • Turistler yönlendirilir • İthal yaşam tarzı • Görüşler • Rahat ve pasif • Zihinsel olarak çok az hazırlanma ya da hiç hazırlanmama • Yabancı dil yok • Üstünlük hissi • Alışveriş • Hatıra eşyalar • Enstantane (anlık, rastgele çekilmiş) fotoğraflar ve kartpostallar • Kaba • Gürültülü	• Bireyler, aileler ve arkadaşlar • Çok zaman • Uygun (ve aynı zamanda yavaş) ulaşım • Turistler karar verir • Mahalli yaşam tarzı • Deneyimler • Talep eden ve aktif • Zihinsel olarak hazırlanma • Dil öğrenme • Açık görüşlü yaklaşım • Hediyeler getirme • Anılar, yeni bilgiler • Fotoğrafçılık, resim • Nazik • Sessiz
----------------------------	--	--

Tablo 2.1. incelendiğinde kitle turizminin kontrolsüz, kısa vadeli, fiyata önem veren ve insanların kalabalık gruplar halinde turizme katıldıkları bir turizm çeşidi olduğu görülmektedir. Yine tabloya göre alternatif turizm ise kontrollü ve uzun vadeli, fiyata değil değere önem veren turizm çeşididir. Bireyler küçük topluluklar halinde dağınık tatil dönemlerinde turizme katılmaktadır. Bireylerin çevreye zarar vermeyen bir anlayışla turizme katıldıkları ve yerel halkı rahatsız etmeyen bir yaklaşıma sahip oldukları görülmektedir.

Alternatif turizm; doğal kaynakları koruyarak temiz bir çevre ortaya çıkarma ve yerel halkın turizm algısını da göz önünde bulundurarak yerel halka ekonomik anlamda getiri sağlaması amacıyla önemlidir (Oral ve Başarır, 1995, s. 180). Bununla birlikte, alternatif turizm türlerinin kendine ait özellikleri olmakla birlikte, alternatif turizm türleri incelendiğinde bazı genel özellikleri bulunmaktadır. Genel olarak alternatif turizmin özellikleri şu şekildedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 99):

- Alternatif turizm genel olarak daha küçük ölçeklidir.
- Alternatif turizm yerel halka öncelik tanır.
- Alternatif turizm sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında doğal, tarihi ve kültürel kaynakları koruyan ve her türlü taşıma kapasitesini dikkate alan bir gelişimi öngörür.

- Alternatif turizm, gelişim süreci esnasında tüm paydaşların katılımını öngörür.
- Alternatif turizm yerel halkın ve tüketicinin yaşam kalitesini arttıracak nitelikte olmalıdır.
- Alternatif turizmde, sosyal ve fiziksel taşıma kapasitelerini aşmayan gelişim sergilenmelidir.
- Alternatif turizm yerel halk ve ziyaretçiler arasında pozitif etkileşimi öngörmelidir.
- Alternatif turizm, büyük ve kitlesel tüketim yerine daha küçük gruplar veya bireysel turizm faaliyetlerini ön planda tutmaktadır.

Alternatif turizmin en dikkat çeken özelliğinin, kitle turizmine hizmet eden bölgelerde ortaya çıkan yoğunlaşmayı azaltarak doğal, çevresel ve kültürel bozulmanın önüne geçmeye çalışmak olduğu söylenebilir. Yerel halka öncelik tanınması ve tüketicilerin yaşam kalitesini arttıracak nitelikte olması sebebiyle önem arz etmektedir.

Alternatif turizm kavramının tanımından ve özelliklerinden de anlaşılacağı gibi bu turizm türünün kitle turizmine alternatif olarak ortaya atılan bir fikir olduğu söylenebilir. Bu turizm türü insanların farklı istek ve beklentilerine cevap vermesi amacıyla ortaya çıkarılmıştır. Dolayısıyla, alternatif turizm birçok farklı ismiyle insanların istek ve beklentilerine hitap edebilmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik açısından son derece önemli olan alternatif turizm, araştırmacılar tarafından sadece turizm türü olarak görülmemektedir. Buna göre, alternatif turizm aynı zamanda bir çatı ve anlayış biçimidir.

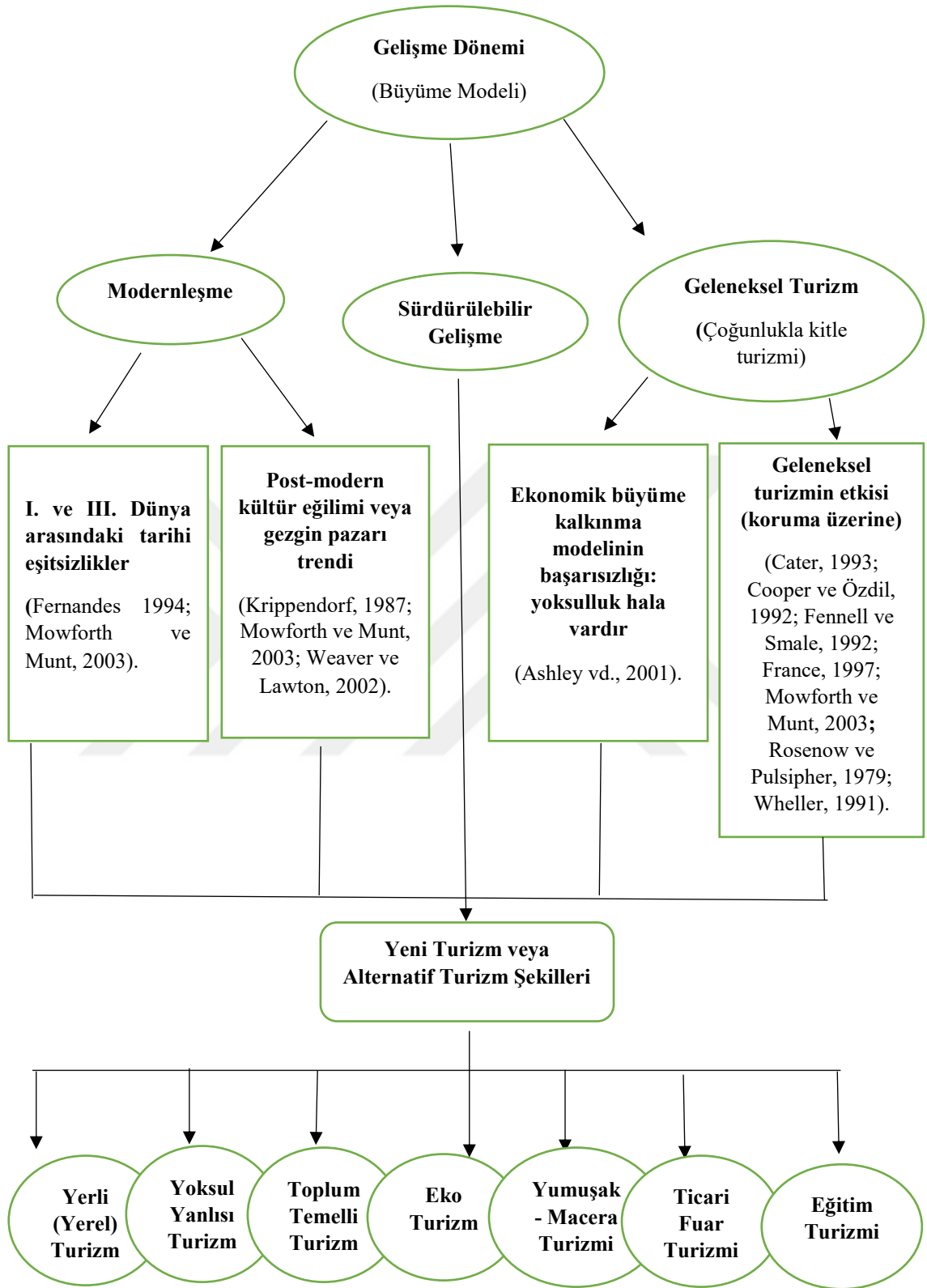
2.1.2. Alternatif turizmin ortaya çıkışı

Bireylerin refah düzeyinin yükselmesi, boş zamanların artması, sanayileşme ve teknolojik gelişmeler turizm hareketlerinin hızlanmasına sebep olmuştur. Bu hareketlilik de kitle turizmine olan ilgiyi arttırmaya başlamıştır. Başlangıçta kitle turizmine olan ilgi; bilinç düzeyinin artması, turizmin gruplar halinde yapılması yerine bireyselliğe dönüşmesi, internetin yaygınlaşması ve bilgiye ulaşma kolaylığı gibi sebeplerden dolayı alternatif turizme doğru kaymaya başlamıştır (Arslaner ve Erol, 2017).

Alternatif turizm, paydaşlar arasında eşitsiz gelişme ve dengesiz faydalar yaratan geleneksel veya ana akım turizm endüstrisinin sorunlarını çözmek için 1970-1980 yılları

arasında ortaya çıkmıştır. 1950'lerde başlayan gelişme çağından 1960'larda modernleşmeye, 1970'lerde alternatif gelişme zamanına ve 1980'lerde neo-liberal, serbest piyasa ve ekonomik büyüme modellerine kadar gelişmiştir. 1990'lı yıllarda sürdürülebilir kalkınmanın önem kazanmaya başlaması, alternatif kavramların ve modernizasyonun ortaya çıkmasına yol açmıştır (Leksakundilok, 2004, s. 96). Şekil 2.1.'de alternatif turizmin ortaya çıkışının nedenleri gösterilmektedir.





Şekil 2. 1. Alternatif turizmin ortaya çıkışının kökleri (Leksakundilok, 2004: 97)

Şekil 2.1. incelendiğinde; dört ana etkili faktör, ekonomik büyümenin başarısızlığıdır. Bunlar: yoksulluk sorununu çözmek (ekonomik sorunlar); turizmin özellikle çevre üzerindeki etkileri (çevre sorunları), Birinci Dünya (Liberal Batı ülkeleri) ile Üçüncü Dünya (Doğu ve Batı Bloklarına üye olmayan ülkeler) arasındaki tarihsel eşitsizliklerin devamı olan küresel turizm endüstrisinin ekonomi politiği (siyasal sorun) ve post-modern kültürün yeni gezgin pazarıdır (sosyal sorun) (Leksakundilok, 2004, s. 96).

Alternatif turizm olgusunun ortaya çıkışının temel nedenlerinden biri; kitle turizminin turistler, yerel halk ve diğer paydaşlar üzerinde neden olduğu olumsuz etkilerdir (Cohen, 1987). Özellikle 1950’li yıllardan itibaren gelişmeye başlayan; 1990’larda ölçek ekonomisine uygun agresif pazarlama politikalarıyla zirveye ulaşan kitle turizmi, doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesi gerekliliğinin görülmesi nedeniyle yeni arayışları gündeme getirmiştir (Bahçe, 2016, s. 12). Bununla birlikte; kitle turizminde mevsimselliğin ön planda olması, kıt kaynakların etkin bir şekilde kullanılamaması gibi sebepler, alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Arslaner ve Erol, 2017).

Turizmin gittikçe artan olumsuz etkilerinin fark edilmeye başlanması, yeni aktiviteler arayan turist sayılarındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin önem kazanmaya başlaması ve turizm pazarındaki genel eğilimler alternatif turizm olgusunu gündeme getirmiştir (Yıldız ve Kalağan, 2009, s. 43). Geleneksel turizm anlayışına yeni bir yön vermek için de yeni turistik ürünler bir araya getirilerek turistik ürün çeşitlendirmesi yapılmıştır (Albayrak, 2013, s. 32). Bu turistik ürünler, alışlagelmiş tatil anlayışlarının giderek değişmesine ve yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008, s. 3). Alternatif turizme geçiş, daha farklı, kişiselleştirilmiş ve benzersiz ürünler isteyen yeni turist profilindeki değişikliklerden kaynaklanmaktadır (Marson 2011; Poon 1993).

Kitle turizmi; en kısa zamanda en çok faydayı sağlamak amacıyla toplu hareketi ön planda tutması, farklı insan gruplarını bir araya getirmesi, alternatif turizm türleri kadar planlı ve kontrollü olmaması sebebiyle tercih edilmez hale gelmeye başlamıştır. Dolayısıyla araştırmacılar, kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerini önermeye başlamıştır. Alternatif turizm, geleceğin turizmi için yeni bir çözüm olarak ortaya atılmıştır (Kerry, 1992, s. 34’ten aktaran Zengin ve Sancar, 2014).

Alternatif turizmin ortaya çıkışında etkili olan faktörlerden bir diğeri, ülkeler arasında yaşanan rekabettir. Kitle turizmi, dünyanın birçok yerinde bulunan bir turizm türüdür. Fakat bu turizm endüstrisinden pay alamayan ülkeler, kendilerinin sahip olduğu doğal, tarihi, fiziksel vb. kaynakları kullanarak yeni turistik ürünler oluşturmaya çalışmıştır. Bunun sonucunda da alternatif turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan, kıyı turizmini gerçekleştirmesine rağmen turizm endüstrisinden pay alamayan ve/veya turizm endüstrisinden elde ettikleri gelirleri arttırmak isteyen ülkeler de alternatif turizme yönelmeye başlamıştır (Albayrak, 2013, s. 32-33).

2.1.3. Alternatif turizm pazarı

Uzay turizminin altyapısının hazırlandığı ve ilk uzay turistinin gözlemlendiği bir dönemde, turizmin çekim alanları olarak, sadece dünya değil aynı zamanda bütün evren göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla, dünya üzerinde yaşayan herkes potansiyel turizm tüketicisi olarak kabul edilmelidir. Doğal güzellikten tarihi çekiciliğe, eğitimden kültürel unsurlara, inançtan kumar tutkusuna kadar birbirine tamamen karşıt veya tamamlayıcı pek çok unsur, insanları turizme katılmaya iten veya çeken etkenlerdir. Ayrıca turizm, dünyanın, uluslararası ticarete katılımında en sorunsuz endüstrisidir. Bu yüzden çoğu yerleşim merkezi turizmden gelir elde etmek için çalışmalar yapmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 102-103).

Alternatif turizm türlerinin pek çok tüketicisi, büyük ölçekli tur operatörlerinin girmeye değer bulmadığı niş pazarlarda bulunmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 107). Halbuki alternatif turizm, kültürel unsurlardan doğal güzelliklere, metropollerden küçük köylere, yağmur ormanlarından çöllere, inançtan şarap veya kumara kadar çok geniş bir ürün çeşitliliği sunabilmektedir. Bu yüzden alternatif turizm çeşidinin pazar payı küçük olsa da toplamda oldukça büyüktür (Bahçe, 2016, s. 16). Alternatif turizm pazarının özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 103):

- Alternatif turizm pazarı, katılımcılarına amaçları doğrultusunda aktif bir dinlenme olanağı sağlar.
- Katılımcılarının ziyaretleri esnasında ihtiyaçları organize edilir ancak zaman kullanımı kendilerine bırakılır.
- Kitle turizminde olduğu gibi sadece konaklama işletmesi ve karşılayıcı seyahat işletmesi çalışanları ile değil yerel esnaf ve halk ile temas halinde olmasına olanak verir.

- Katılımcısına yapay değil ziyarete konu olan çekiciliği otantik bir şekilde deneyimlemesine olanak sağlar.
- Alternatif turizm pazarı tüketiciye farklı alternatifler ve ürün çeşitliliği sunar.
- Her yerleşim merkezi turizmden gelir elde ederek ekonomik fayda sağlamasına neden olmaktadır.
- Ürün çeşitliliği sağlayarak tur operatörlerinin, pazarı istedikleri gibi yönlendirmelerini önlemektedir.
- Küçük, yerel işletmelere ve yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır.
- Turizm gelirlerinin yıl geneline yayılmasına ve dengeli dağılmasına olanak sağlamaktadır. Kıyı şeridi dışında kalan alanlarında kalkınmasına neden olmaktadır.
- Kıyı şeridi dışında kalan alanların alt ve üst yapının yerel estetiğe uygun gelişimlerine zemin hazırlamaktadır.
- Turizmin mevsimsel yoğunlaşmasını ve kitlesel tüketimin zararlarını önler.
- Oluşan rekabet tüketici lehine sonuçlar yaratmaktadır.
- Korumacı bir yaklaşımla doğal ve kültürel değerleri korumaya çalışarak gelecek nesillerin ihtiyaçlarını dikkate alır.
- Refah düzeyine katkı vererek kırsal alanlardan büyük kentlere göçün önüne geçmeye çalışarak sosyal yapının korunmasına katkı sağlar.
- Kaybolamaya yüz tutmuş yerel otantik değerlerin canlanmasına yardımcı olur.

Alternatif turizm pek çok ülke tarafından gerçekleştirilen bir turizmdir. Türkiye'nin alternatif turizmde güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi ve analiz edilmesi, Türkiye'nin hedeflerine uygun stratejiler geliştirmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, Türkiye'nin alternatif turizm imkanlarının sürekli bir biçimde değerlendirilmesi mevcut eksiklik ve olası fırsatların görülmesinde de önemli bir araçtır (Albayrak, 2013, s. 42). Tablo 2.2.'de Türkiye'nin alternatif turizmde güçlü ve zayıf yönleri ile karşılaşılabilecek fırsat ve tehditlere yer verilmiştir.

Tablo 2. 2. Türkiye'nin alternatif turizme ilişkin GZFT (SWOT) analizi (Avcıkurt, Köroğlu ve Doğdubay, 2003)

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Alternatif turizme uygun iklim, doğal kaynaklar ve bozulmamış çevreye sahip olması. • Türkiye'nin sahip olduğu tarih ve kültür zenginliği nedeniyle kültür turizmi için elverişli olması. • Türkiye'de termal turizm olanağı için 1300 termal kaynağın olması • Başta Karadeniz olmak üzere Türkiye'nin yayla turizmine uygun potansiyelinin olması. • Özellikle Antalya-Belek yöresinde gelir durumu yüksek turistlere yönelik, golf turizmine uygun alanların tahsil edilmesi. • Kongre turizmine uygun tesislerin ve kongre merkezlerinin bulunması. • Türkiye'de İslamiyet'e ait eserlerin yanı sıra çok sayıda kilise, sinagog ve diğer dini eserlerin inanç turizmi için çekim merkezi olması. • Dünya mirası açısından önemli olan Pamukkale ve Kapadokya gibi tabiat harikalarına sahip olunması. • Dağcılık ve dağ turizmi açısından yüksek değerleri bulunan Ağrı, Erciyes ve Kaçkar gibi çok sayıda dağın bulunması. • Akarsu turizmi için çok fazla sayıda uygun akarsuyun olması.	• Alt yapının alternatif turizm yatırımları için istenen düzeyde geliştirilmemiş olması. • Tesis ve çevre kalitesi arasındaki uyumsuzluk. • Finansman yetersizliği. • Toplumda alternatif turizm bilincinin gelişmemiş olması. • Alternatif turizm için ayrılan tanıtım ve pazarlama bütçelerinin yetersiz olması. • Yerel yönetimlerin alternatif ürünlere karşı duyarsızlığı. • Turist sağlığı ve güvenliğindeki yetersizlikler. • Belirli yörelerde düzensiz ve çarpık kentleşme nedeni ile doğal çevrenin giderek bozulması. • Doğal, kültürel ve tarihi mirasın yeterince korunmaması. • Türkiye'nin ülke ve turist ürün imajının alternatif turizm imkanlarını olumsuz yönde etkilemesi. • Alternatif turizme yönelik turizm teşviklerinin yetersiz olması.

Tablo 2.2. (Devam) *Türkiye'nin alternatif turizme ilişkin GZFT (SWOT) analizi (Avcıkurt, Köroğlu ve Doğdubay, 2003)*

Fırsatlar	Tehditler
• Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu doğa, tarih ve kültür turizmine olan ilginin yoğunlaşması. • Gelişen ulaşım olanakları ve buna bağlı olarak uzun mesafeli seyahat imkanlarının gelişmesi. • Batı Akdeniz'deki kirlenme sonucu Doğu Akdeniz Bölgesi'nin çekiciliğinin artması. • Avrupa Birliği'nin finansal destek sağladığı projelerde alternatif turizme de yer verilmesi. • Giderek gelişen dünya turizmi.	• Avrupa Birliği üyesi rakip ülkelerin, birliğin bilgi ve finans desteklerinden yararlanarak rekabet güçlerini hızla arttırmaları. • Yabancı tur operatörlerinin kataloglarında Türkiye'deki alternatif turizm olanaklarına yeterince yer verilmemesi. • Coğrafi konum nedeniyle yakın çevrede yaşanan savaşlar ve siyasi iktidarsızlıklardan olumsuz etkilenme. • Avrupa Birliği'nin birlik içi seyahatleri destekleyici politikaları. • Yatay ve dikey entegrasyonlar sonucu işletmelerin istedikleri ürünleri sunamamaları.

Tabloda görüldüğü üzere, Türkiye'nin alternatif turizm konusunda güçlü ve zayıf yönleri bulunmakla birlikte, fırsat olarak kabul edilen imkanların yanı sıra tehditler de yer almaktadır. Türkiye, dünya turizm endüstrisinden aldığı payı arttırmak için tehditlere yönelik önlemler almalı ve zayıf yönlerini güçlendirmelidir. Böylece birçok alternatif turizm türü için önemli kaynaklara sahip olan Türkiye, rekabette ön plana çıkabilir (Albayrak, 2013, s. 44).

2.1.4. Alternatif turizme yönelik eleştiriler

Her görüş, fikir ve akımın savunucusu olduğu gibi, alternatif turizme yönelik de bir takım karşıt görüşler veya eleştiriler bulunmaktadır (Bahçe, 2016, s. 19). Bunlardan ilki, alternatif turizmin kavramsallaştırılması ve tanımlanmasında yaşanan zorluklar ve konu ile ilgili eleştiriler ve tartışmalar, zıtlık üzerine kurulması ve ikilem oluşturmaları, kavramların birbirlerinin yerine kullanılması üzerinedir (İlhan, 2019, s. 31).

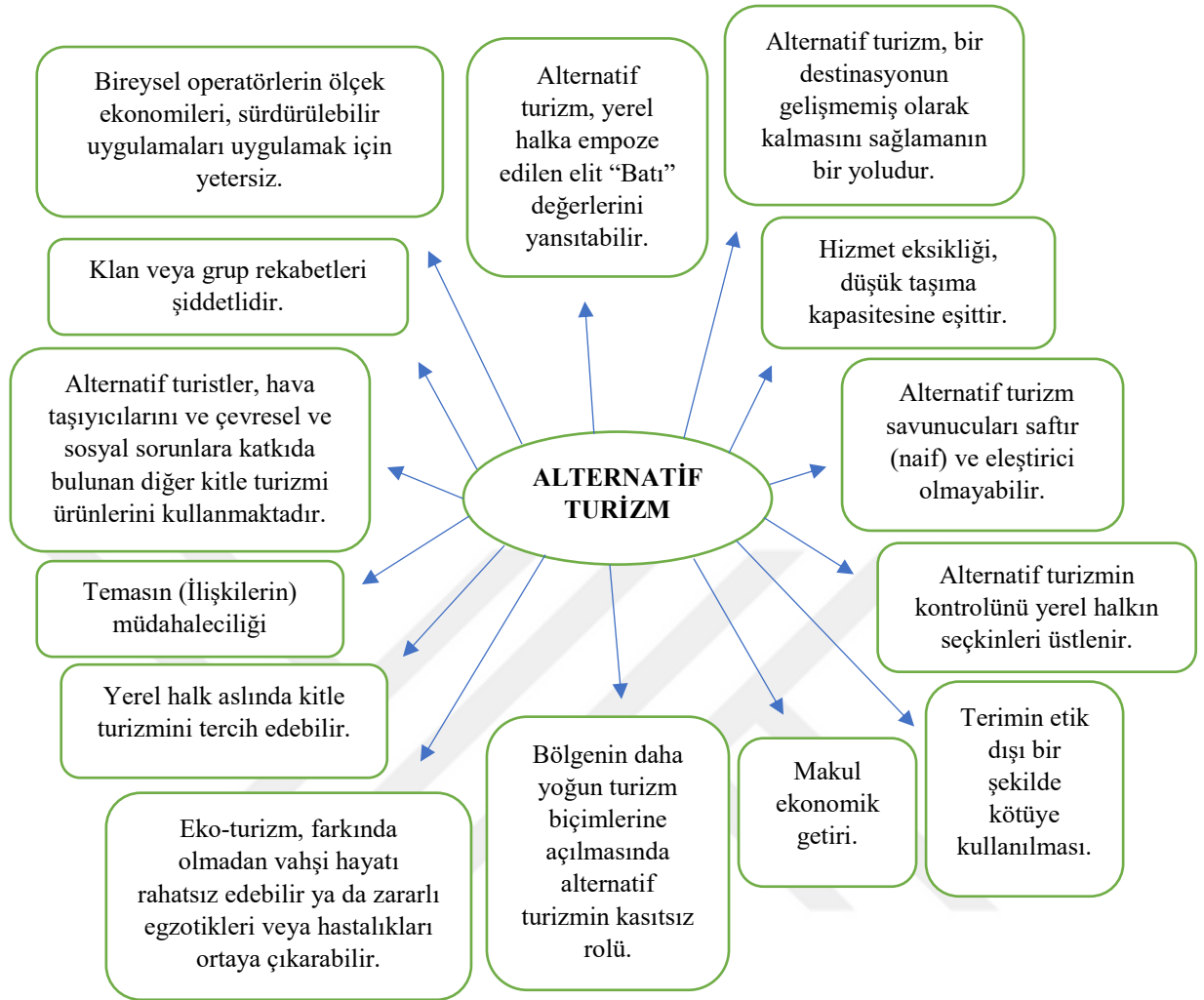
Alternatif turizm kavramına getirilen eleştirilerden birisi; kitle turizmi ve alternatif turizm ilişkisinin “siyah-beyaz”, “iyi-kötü”, “sürdürülebilir-sürdürülemez” şeklinde katı ve kesin çizgilerle belirlenmesidir. Kitle turizmi ve alternatif turizm ilişkisinin zıtlık

üzerine oluşturulması alternatif turizmin anlaşılmasını zorlaştırmaktadır (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017). Alternatif turizmin farklı anlamlarda kullanımı da bu turizm kavramının anlaşılması zor ve karmaşık bir kavram gibi algılanmasına sebep olmaktadır (İlhan, 2019, s. 34).

Turizm pazarında ortaya çıkan ürünlerin genellikle rekabet avantajı sağlayabilmek için ürün farklılaştırma veya çeşitlendirme adı altında ortaya konması, turizm üreticilerinde sürdürülebilirlik konusunda şüpheler yaratmaktadır. Buna bağlı olarak alternatif turizme yöneltilen en önemli eleştirilerden bir tanesi, bu turizm türlerinin aslında yeni bir tür olmadığı, ürün farklılaştırma ve çeşitlendirme ve sürdürülebilirliğin bilinçlenen tüketiciye karşı bir pazarlama stratejisi olduğu yönündedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 109-110).

Bazı araştırmalar, alternatif turizmin öngördüğü küçük ölçekli işletmeciliğin özellikle turizm gibi rekabetçi pazarlarda oldukça zor olduğunu ortaya koymuştur (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 109). Leksakundilok (2004, s. 105), alternatif turizmin, küçük ölçekli ve yerel olarak kontrol edilen sürdürülebilir kalkınma ile ilgili olduğunu ancak yetersiz yönetim, kaynaklar, kontrol sistemi ve gelir nedeniyle başarıya ulaşmanın genellikle zor olduğunu belirtmiştir. Butler'a (1990) göre de alternatif turizmin sürdürülebilirliği; kitle turizminin olumsuz etkilerini sayarak değil, bölge ve yerel halkın ihtiyaçlarının, destinasyon çevresinin kapasite sınırlarının, potansiyel pazarların isteklerinin belirlenmesi ile gerçekleştirilebileceği yönündedir. Bununla birlikte Butler (1990), alternatif turizmin geleneksel kitle turizmine dönüşebileceğini, doğru yönetim ve denetim olmazsa da bunun kaçınılmaz olacağına dikkat çekmeye çalışmıştır.

Alternatif turizm, genellikle küçük ölçekli ve yerel halkın katılımıyla birlikte doğayı, manzaraları ve kültürleri koruması ile karakterize edildiği için sürdürülebilirlik ilkeleriyle daha uyumludur. Ancak alternatif turizm de bazen, çevresel ve sosyal baskılar yarattığı için kitle turizmi kadar sorunlu hale gelebilmektedir (Gibbs, 1996; Bramwell, 2004). Dolayısıyla, alternatif turizme yönelik eleştirilerden bir diğeri, ev sahibi toplumlara hiç veya çok az zarar vereceğini öngören bir yaklaşımın sergilenmesidir. Diğer bir eleştiri ise; alternatif turizmin, olumsuz etkileri dikkate alınmadan giderek büyüyen bir akımın etkisi ile hareket edilmesidir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 111). Bununla birlikte Weaver ve Lawton (2006, s. 358), Şekil 2.2.'de gösterildiği gibi alternatif turizme yönelik çeşitli eleştiriler belirlemiştir.



Şekil 2. 2. Alternatif turizm eleştirisi (Weaver, 1998'den uyarlayan Weaver ve Lawton, 2006, s. 358)

Şekil 2.2.'ye göre alternatif turizm aslında yerel halka dayatılan bir “Batı” kavramıdır. Dolayısıyla alternatif turizm, ekonomik getiri sağlasa da yerel halk aslında kitle turizmini tercih edebilir. Aynı zamanda alternatif turizm faaliyetlerine açılan bölgelerde farkında olmadan daha yoğun turizm şekillerine sebep olunabilir. Bu da eko-turizm gibi turizm türlerinin farkında olmadan vahşi hayatı rahatsız edebileceğine ya da zararlı egzotikleri veya hastalıkları ortaya çıkarabileceği görüşlerini doğurmuştur. Ayrıca, hizmet eksikliğinden kaynaklanan sorunlar da taşıma kapasitesi sorunlarına neden olabilmektedir. Şekle göre bir başka eleştiri de alternatif turizm savunucularının birçoğunun saf olduğu ve eleştirci olmadığı yönündedir. Dolayısıyla bu durum, terimin etik dışı bir şekilde kötüye kullanılmasına ve alternatif turizmin kontrolünün yerel halkın seçkinlerinin üstlenmesine neden olabilmektedir.

Alternatif turizme yöneltilen en önemli eleştirilerden bir diğeri, bazı turizm türlerinde yerel halk ile turistler arasında çatışmalar yaşanacağı ve kontrolün kaybedileceğidir (Bahçe, 2016, s. 20). Bununla birlikte; teoride mümkün olsa da uygulamada bazı alternatif turizm türlerinin çevresel anlamda olumsuzluklarını kontrol etmek de oldukça zor olabilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 109). Örneğin, küçük bir grup katılımcı ile yapılması gereken av turizmi, kontrol edilmediği zaman nesli tükenmekte olan canlı türlerini tehdit edebilir. Benzer şekilde, kültür turisti otantik deneyimler istemesine rağmen destinasyonlar, turist çekmek için otantik olmayan faaliyetlere veya o yöreye özgü olmayan festivallere, hediyelik eşyalara veya el sanatları ürünlerini satmaya yönelebilmektedir (Bahçe, 2012, s. 20).

Alternatif turizme yönelik diğer eleştiriler şu şekildedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 111):

- Ziyaretçi- ev sahibi ilişkisinin birbirini tehdit edebilmesi,
- Dış yatırımların, yerel kontrolün etkisini azaltması,
- Mekansal gelişmenin geniş alanlara yayılabilmesi,
- Daha az yumuşak turizm türlerinin gelişiminde, alternatif turistlerin öncü rolü,
- Alternatif turizm türlerinin bazılarının gelişmiş ülkelerin elit tabakalarının değerlerini yaygınlaştırıcı rol oynaması,
- Turizm yatırımlarında güçlü yerel seçkinlerin kontrol yeteneğini arttırması,
- Ekonomik anlamda düşük ve yavaş geri dönüş oranı,
- Kontrol edilemediği takdirde yerel halkın kitle turizmine benzer bir eğilime girmesine olanak sağlaması.

Literatür incelendiğinde alternatif turizme dair birçok eleştirinin olması dikkat çekmektedir. Buna rağmen alternatif turizm, doğa veya kültürün farklı deneyimleriyle ilgilenen turistlerin ihtiyaç ve isteklerini karşılama konusunda kitle turizmini tamamlayabilir. Özellikle Avrupa'da uygulandığı gibi alternatif turizm; çiftlik turizmi, rehberlik, dağ yürüyüşü, el sanatları gösterileri, dil öğrenme tatilleri ve yatak-kahvaltı işletmeleri gibi yollarla kırsal sakinlerin gelirlerinin desteklenmesine yardımcı olabilir. Ayrıca alternatif turizm, çevresel veya sosyal kapasite sınırlamaları nedeniyle büyük

ölçekli değişimleri kaldıramayan bölgelerde, küçük ölçekli turizm gelişimine olanak sağlayabilir (Gee, 2008, s. 471).

2.1.5. Alternatif turizmden özel ilgi turizmine

Alternatif turizm türlerinin; turistlere, gruplara, ülkelere ve bölgelerin temel değerlerine göre oluşturulmasıyla özel ilgi turizmini ortaya çıkarttığı söylenebilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 108). Kişilerin daha uyumlaştırılmış veya kişiye özel ürün ve hizmetleri talep etmeleri ve turizmde alternatif arayışlar, kendini özel ilgi turizmi olarak göstermeye başlamıştır. Kişilerin, gezi tecrübeleri arttıkça ve gezi davranışlarında farklılaşmaların oluşmasıyla birlikte bu farklılaşmalar genel amaçlı gezilerden özel amaçlı gezilere kayarak özel ilgi turizmini ortaya çıkarmıştır (Himmetoğlu ve Brotherton, 1994a'dan aktaran Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 118).

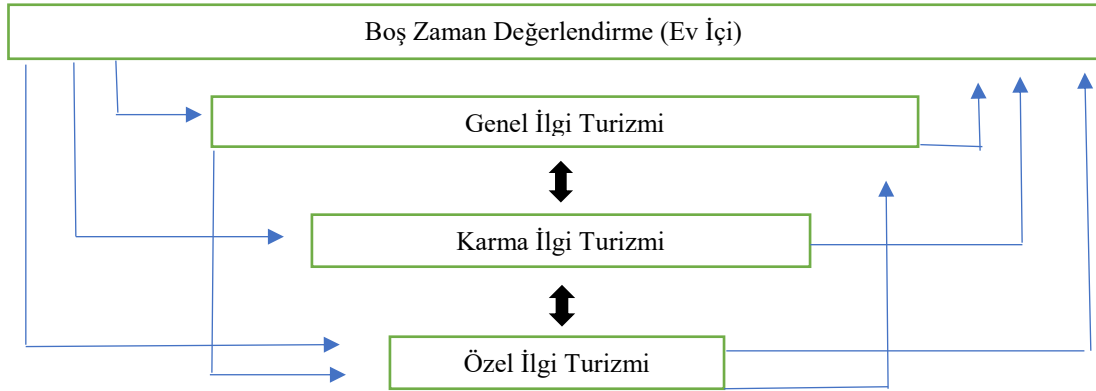
Az sayıda katılımcı veya bireysel olarak gerçekleştirilen özel ilgi turizmi, alternatif turizm pazarında ayrı bir yere sahiptir. Daha önce, alternatif turizm olarak kabul gören ve bu sınıflamalar içinde yer alan özel ilgi turizmi artık alternatif olmakla birlikte, daha özel ve kişiye özgü farklı hizmetlerin sunulduğu bir turizm çeşidi halini almıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 118). Özel ilgi turizmi, sınırlı ilgiler dışında ortaya çıkan bir kavram olarak ele alınmakla birlikte, kitle turizminin içerdiği genel ilgilerden farklı özellikler taşıması nedeniyle de alternatif turizm hareketleri ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca, özel ilgi turizmi ile alternatif turizm arasında bir farklılık söz konusudur. Bu farklılık; her özel ilgi turizm türünün tek başına talep çekme özelliği taşıyabilmesine rağmen, her alternatif turizm türü için böyle bir özellik söz konusu değildir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 11). Ayrıca, alternatif turizm, seyahatin organize edilme biçimi, turistlerin ev sahibi bölge hakkında bilgi edinme ve çevre dostu ürünler tüketme istekliliği ile ilgiliyken, özel ilgi turizmi, seyahati tetikleyen özel güdülerle ilgilidir (Spilanis ve Vayanni, 2004).

2.2. Özel İlgi Turizmi

2.2.1. Özel ilgi turizmi kavramı ve özellikleri

Bireyler, dinlenmek ve eğlenmek gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, turizmi boş zaman aktivitesi olarak görmeye başlamıştır. Post modern toplumlarda çalışma koşullarının değişmeye başlaması, boş zamanları değerlendirme alışkanlıklarının değişmesi, sınırlı sürelerde daha fazla deneyim yaşama isteği ve turizm tüketiminin giderek bireyselleşmesi gibi sebepler boş zaman

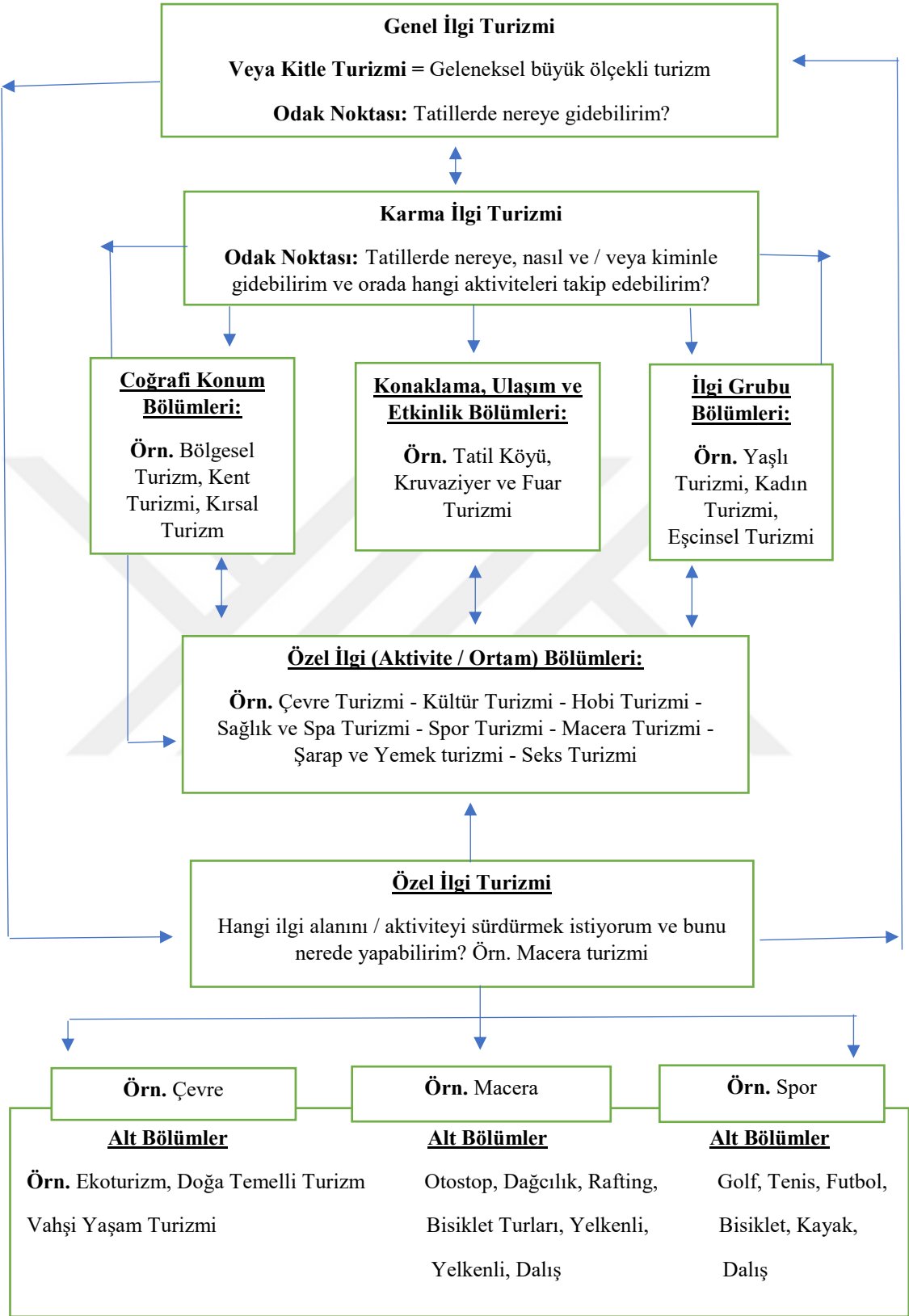
değerlendirme etkinlikleri konusunda bir çeşitlilik yaratmıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 119-123). Boş zaman – turizm ilgi döngüsü Şekil 2.3.’te verilmiştir.



Şekil 2. 3. Boş zaman- turizm ilgi döngüsü (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997 ve Carr 2002’den uyarlayan Trauer, 2006)

Şekil 2.3.’te görüldüğü üzere burada önemli olan, turizmin bir bütün olarak ele alınması gerektiği ve farklı turizm türlerinin belirli bir düzen içerisinde birbirine bağlı olarak geliştiği ve farklı türlerin birçok noktada kesiştiğinin bilinmesidir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 119).

Himmetoğlu ve Brotherton (1994b), ilgileri, turizm hareketi yaratan etmenler olarak incelemiştir. Bu ilgileri de genel ilgi turizmi, özel ilgi turizmi ve bu ikisinden meydana gelen karma ilgi turizmi olarak sınıflandırmıştır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Bununla birlikte, Brotherton ve Himmetoglu (1997), özel ilgi turizmini daha geniş bir turizm bağlamına yerleştirmek için "turizm ilgi süreci"ni önermiştir. Culligan’ın çerçevesine dayanarak da artan seyahat deneyimi, güven ve refah sayesinde turist değerinin artması, sosyal prestij satın alınması ve egonun artmasıyla güvenli seyahat ve tatil türlerinden daha maceralı seyahat ve tatillere geçişin meydana geldiğini belirtmiştir. Brotherton ve Himmetoğlu’nun (1997) turizm yaklaşımına benzer şekilde, Hall (2003, s. 276) da sağlık ve kaplıca (spa) turizmi kapsamında “birincil”, “ikincil” ve “diğer çıkarılara bağlı ortaklık” kavramlarını uygulamaktadır (Trauer, 2006). Turizm ilgi süreci Şekil 2.4.’te verilmiştir.



Şekil 2. 4. Turizm ilgi süreci (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997, Prosser, 2001, Ruyss ve Wei 2001, Schofield, 2001'den uyarlayan Trauer, 2006)

Şekil 2.4.'e göre özel ilgi turizminin genel ilgi ve karma ilgi turizmini tam olarak dışlamadığı, hatta genellikle örtüştüğü ve özel ilgi turizminin belirli türlerinin de sürdürülebilir olmayan turizm kapsamında değerlendirilebileceği söylenebilir. Ayrıca, turistlerin tatilleri arasında genel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi türlerinin bir karışımı olan karma ilgi turizmi türlerine katıldığı da söylenebilir. Bu duruma, genel ilgi turizmi kapsamında gelen turistlerin özel ilgi turizmi türlerinden biri olan rafting turizmi aktivitesine katılmaları örnek gösterilebilir (Akıncı ve Kasalak, 2016). Bununla birlikte, Brotherton ve Himmetoğlu (1997), turistlerin turizm faaliyetine katılma ve karar verme sürecinde hangi soruları soracağına ilişkin fikirleri/görüşleri ileri sürmüştür. Buna göre;

- **Genel İlgi Turizmi:** “Nereye gitmek istiyorum?”
- **Karma İlgi Turizmi:** “Nereye gitmek istiyorum ve orada hangi aktiviteleri takip edebilirim?”
- **Özel İlgi Turizmi:** “Hangi ilgi alanını / aktiviteyi takip etmek istiyorum ve bunu nerede yapabilirim?” sorularına cevap aramaktadır.

Turizm pazarında, günümüz turistlerinin talepleri her geçen gün artmakta birlikte bu turistler hobileri ve özel ilgileri doğrultularında turistik ürün ve hizmetler talep ederek seyahatleri boyunca çok fazla deneyim elde etmek istemektedir (Uca Özer, 2016, s. 47). Dolayısıyla, sürdürülebilirlik ve alternatif arayışlar sonucu birçok özel ilgi turizm türü ve pazarı ortaya çıkmaya başlamıştır. Turizm çeşitleri ve ürünlerinin oluşumunda, turistlerin kişisel tercihleri ve istekleriyle birlikte, bölgedeki diğer temel motifleri de esas alan başka turizm yaklaşımları tartışılmaya başlanmıştır (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012, s. 111). Bir diğer ifadeyle, turizmde özellikle turistlerin tatil motivasyonları temel alınarak gerçekleştirilen pazar bölümlendirme uygulamaları “özel ilgi turizmi”nin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Küçükaslan, 2007, s. 142). Turizm endüstrisinde yaşanan tüm bu gelişmeler ve fırsatlar turistlerin özel ilgilerine yönelik olarak farklı turizm türlerinin gelişmesini sağlamıştır (Uca Özer, 2016, s. 47).

Turizm politikaları, turizmde yaşanan yeni eğilimler ve ortaya çıkan yeni turizm türlerine uyum sağlama adına, 1980’lerin ortasından itibaren kitle turizminden, daha alternatif ve özel ilgi alanlarına yönelik turizm türlerine doğru bir geçiş olduğu görülmektedir (Soyak, 2013). Özellikle 1980’li yıllarda gelişme gösteren özel ilgi turizmi, çok da yeni bir olgu değildir. Dolayısıyla, bireyler ilk çağlardan itibaren kutsal yerleri ziyaret etmek, yabancı dil öğrenmek, başka kültürleri tanımak gibi özel amaçlarla

seyahat ettikleri için özel ilgi turizmi en eski turizm şekillerinden birisi olarak sayılabilir (Read, 1980, s. 105'ten aktaran Türksoy ve Yürük Özkan, 2008, s. 255). Bu kavram, 1980'li yıllardan itibaren uluslararası literatürde yerini almasına rağmen, Türkiye'de üzerinde yeterince durulmayan bir konudur. Özellikle yabancı uzmanlar tarafından sıkça tartışılan özel ilgi turizmi, kitle turizminin alternatifi olarak gösterilmektedir (Tanrıverdi ve Çavuş, 2003). Günümüz turizm literatüründe, üzerinde en fazla tanımlama çalışması yapılan özel ilgi turizmi, turizm paydaşlarının hakkında bilgi sahibi olması gereken konulardan biridir (Uluçeçen, 2011, s. 41).

Dünya Turizm Örgütü (1985) özel ilgi turizmini, “belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve belirli ilgilerini geliştirmek amacını güden kişilerin, bireysel ya da grup halinde katıldıkları uzmanlaşmış bir turizm türü” olarak tanımlamıştır (Hall ve Weiler 1992, s. 5'ten aktaran Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Benzer şekilde Turizm Bakanlığı Turizm Terimleri Sözlüğünde özel ilgi turizmi; “özel ilgi alanları yönünden bir araya gelen ya da getirilen kişilerin oluşturduğu gruplar için düzenlenen turları konu alan turizm türü” şeklinde tanımlanmaktadır (Turizm Terimleri Sözlüğü, 1999, s. 174).

Read (1980, s. 105) özel ilgi turizminin, belirli bir bölge veya özel ilgi alanı içindeki bireylerin hareketleri ile ilgili olduğuna dikkat çekmektedir. Hall (1989, s. 81) özel ilgi turizmini “dünyada binlerce sıra dışı seyahat fırsatı” sunan, üretici ve aracılardan yüksek derece uzmanlığını gerektiren, yüksek getirili ve emek yoğun ürünler olarak tanımlamıştır (Hassan, 2012). Poon (1997), özel ilgi turizminin “turistlerin taleplerine, destinasyonların ekonomik ve sosyo-çevresel ihtiyaçlarına uyacak şekilde, standartlaştırılmamış boş zaman hizmetlerinin rekabetçi fiyatlarla geniş ölçekte paketlenmesi” olduğunu öne sürmüştür (Douglas ve Derrett, 2001, s. 3). Derrett (2001, s. 3) ise özel ilgi turizmini “bireylerin ve grupların belirli özel ilgi alanlarına odaklanan, kişiselleştirilmiş boş zaman ve rekreasyon deneyimleri” olarak tanımlamıştır. Ayrıca özel ilgi turizmi; niş pazarlar olarak bilinen ve turizm sektörü içinde popülerlik kazanan farklı özel ilgi alanı seyahat formlarını içermektedir. Bu, niş pazarlar içinde bir sınır olmamakla birlikte, bazıları daha sürdürülebilir hale gelerek özel ilgi turizmi kategorileri olarak kabul edilmiştir (Kruja ve Gjyzezi, 2011).

Özel ilgi turizmi; “tüketici odaklı üretim”, “bireyselleştirilmiş ürün”, “sürdürülebilirlik” gibi post-modern üretim felsefelerinin, turizm sektöründeki yansıması olarak değerlendirilebilir (Uluçeçen, 2011, s. 41). Başka bir ifade ile özel ilgi turizmi,

kitle turizmine karşı alternatif bir turizm hareketi olarak ortaya çıkmıştır (Tanrıverdi ve Çavuş, 2003). Benzer şekilde Türksoy ve Yürük Özkan (2008, s. 255), seyahat eden insanların tecrübelerinin arttıkça davranışlarında bir farklılık oluştuğunu söylemiştir. Ayrıca, bu farklılıkların da genel amaçlı geziler yerine özel amaçlı gezileri ortaya çıkarttığını belirtmiştir. Bu noktada, özel ilgi turizminin, deniz-kum-güneş üçgeni etrafında gelişen ilgilerin ötesinde olduğu, farklı ve özel olan ilgileri tatmin etme yönünde gelişen eğilimlerin bütününe yansıttığı söylenebilir (Tanrıverdi ve Çavuş, 2003). Bu tanımlardan yola çıkılarak özel ilgi turizminin, herhangi bir özel turizm alanına yönelik olan turistik ilgiyi ifade ettiği söylenebilir (Hassan, 2012).

Özel ilgi turizmi, çeşitli kaynaklarda (Albayrak, 2013, s. 44) bazen benzer kavramlarla eş anlamda kullanılmaktadır. Bunlardan en çok dikkat çeken alternatif turizmdir (Tanrısevdî ve Çavuş, 2003). Bu iki kavram birbiriyle ilişki içinde olmakla birlikte aralarında bazı farklar da bulunmaktadır (Albayrak, 2013, s. 44). Şafaklı ve Erkut (2002), deniz-kum-güneş üçlemesinin en yaygın olduğu turizmi tamamlayan ancak bununla birlikte alternatif bir unsur olarak da önem kazanan özel ilgi turizmini, alternatif turizmle aynı anlamda kullanmıştır. Benzer şekilde, Küçükaslan'a (2007, s. 144) göre de genel ilgi turizmine karşı ve kişilerin merak ya da özel ilgi alanlarına doğrudan hitap etmesinden dolayı alternatif turizm olarak anılabilir. Tsanus, Manologlou ve Markou (2001) da özel ilgi turizmini alternatif turizm ile aynı anlamda kullanmıştır.

Aktif turizm kavramı da özel ilgi turizmi ile eş anlamda kullanılmaktadır. Buna göre, turizmde doğal kaynakların korunması ve çevresel sorunların fark edilerek bunların çözümüne yönelik aktif bir katılımın ortaya çıkması ile özel ilgi turizmi, seyahatlerin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Bu yüzden özel ilgi turizminin odağı, kişilerin ziyaret ettikleri çevrede aktif bir şekilde rol almalarıdır. Belirtilen aktif tatiller ise, kişilerin beklentilerini karşılamak ve kişiliklerini geliştirmek amacıyla tatilleri esnasında kültürel, mesleki ya da boş zaman aktivitelerine veya sportif aktivitelere katılmalarıdır (Tanrısevdî ve Çavuş, 2003).

Özel ilgi turizmi; etiksel seyahat, sosyal turizm, ikinci turizm, eko-turizm, eğitim turizmi, çevre turizmi, sürdürülebilir turizm kavramları ile de eş anlamda kullanılmaktadır (Hall ve Weiler 1992, s. 6). Fakat, özel ilgi turizmini birçok benzerliklerine rağmen alternatif, aktif veya diğer turizm türleriyle ifade etmek veya birbirinin yerine kullanmak doğru değildir (Akıncı ve Kasalak, 2016). Çünkü, bu

kavramlar yakından incelendiğinde farklı anlamlar taşımaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003).

Özel ilgi turizmi, kitle turizminin topluma ve doğal çevreye karşı olumsuz etkilerini sınırlama yoluna giden bir turizmdir. Bununla birlikte, kitle turizminin verdiği zararları onarmak isteyen ve ev sahibi bölgenin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan, çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde olan alternatif bir sorumluluk yaklaşımı olarak da görülmektedir (Akıncı ve Kasalak, 2016). Tablo 2.3.'te kitle turizmi ile özel ilgi turizminin makro ve mikro ekonomi, yerel halk ve doğal çevre açısından karşılaştırılması verilmiştir.

Tablo 2. 3. Kitle turizmi ve özel ilgi turizminin karşılaştırılması (Akıncı ve Kasalak, 2016)

Kapsam	Kitle Turizmi	Özel İlgi Turizmi
Makro Ekonomi	• Ulusal ekonomik büyümeye katkı sağlar, bölgesel ve yerel ekonomik büyümeyi doğrudan desteklemez ancak çarpan etkisiyle katkıda bulunur. • İstihdam sağlar, fakat sağlanan istihdam mevsimsellik özelliği taşır. • Ulusal gelirin artmasını sağlar, bölgeler arasında gelir dağılımında dengesizliklerin giderilmesine katkısı bulunmaz. • Ulusal refahın artmasına katkı sağlar, fakat bölgesel ve yerel refah farklılıklarını dikkate almaz. Sosyal bozulmaya ve sömürüye yol açar.	• Eş zamanlı olarak hem ulusal ekonomik büyümeye hem de bölgesel ve yerel büyümeye doğrudan katkı sağlar. • Sürekli ve istikrarlı istihdam kalitesi sağlar. • Eş zamanlı olarak ulusal gelirin artmasını, bölgesel ve yerel gelirin dağıtılmasını ve dengesizliklerin azalmasını sağlar. Bölgesel ve yerel mutlak yoksullukların azalmasını sağlar. • Bölgesel ve yerel halkın sosyal yapılarına, kaynaklara ve imkanlara erişimini sağlayarak yaşam kalitesinin sürmesini ve artmasını sağlar.

Tablo 2.3. (Devam) Kitle turizmi ve özel ilgi turizminin karşılaştırılması (Akıncı ve Kasalak, 2016)

Mikro Ekonomi	• Genellikle ucuz fiyat ile rekabet eder. • Marka bağımlılığı azdır. • Kaynak kapasite düzenlemeleri talebe göre yapılır. • Nicel müşteri kapasitesi ön planda tutulur. • Düşük bir ücret karşılığı sınırsız tüketim imkanı sağlar. • Bir işletmede çok sayıda çalışan; mevsimsel olarak, asgari ücretle, uzun çalışma süreleriyle ve düşük iş güvencesiyle yorucu bir iş ortamında çalıştırılmaktadır. • Çok uluslu tur operatörlerine bağımlılık söz konusudur. • Sunulan hizmetlerde yerel ürünlerin özelliklerini yitirmesi ve standartlaştırma söz konusudur.	• Yaratılan marka ile rekabet eder. • Marka bağımlılığı fazladır. • Kaynak kapasite düzenlemeleri sürdürülebilirlik bağlamında arza göre yapılır. • Nitel müşteri kapasitesi ön planda tutulur. • Yüksek bir ücret karşılığı, doğal yaşama zarar vermeden sınırlı ve sağlıklı bir tüketim imkanı sağlar. • Bir işletmede az sayıda çalışan; esnek çalışma saatleriyle, kaliteli, sürekli iş güvencesi ve istihdamla uygun bir ortamda çalıştırılmaktadır. • Bireysel tercih ve eylem söz konusudur. İşletmeler, tüm bağlantılarını doğrudan müşterileri ile aracısız yaparlar. • Sunulan hizmetlerde yerel turistik ürünler özelliklerini korur. Özgünlük söz konusudur.
----------------------	--	--

Tablo 2.3. (Devam) Kitle turizmi ve özel ilgi turizminin karşılaştırılması (Akıncı ve Kasalak, 2016)

Doğal Çevre	• Doğanın taşıma kapasitesini zorlayan kısa zamanda çok sayıda katılım söz konusudur. • Doğa bilinci çok yüksek olmayan insanların tercih ettiği bir turizm türüdür. • Kuruluş yeri seçiminde genellikle kıyılara yatırım yapılır ve sadece deniz, kum ve güneş unsurları dikkate alınır. • Sunulan hizmette, mekanda ve zamanda yoğunlaşma vardır. Büyük ölçekli işletmelerde ve yılın 3-4 ayında yoğun faaliyetler söz konusudur. • Hızlı ve doğanın taşıma kapasitesine duyarsız ve denetimsiz bir gelişme söz konusudur. • Bölgenin doğasına özgü yerel mimariyi dışlayan anonim turizm söz konusudur.	• Doğanın yenilenebilirliğine ve sürdürülebilirliğine zarar vermeden mevcut yapı stokunu en düşük düzeyde kullanır. Bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım söz konusudur. • Doğa ve çevrenin sürdürülebilirlik açısından önemini bilen ve buna saygı duyan doğaya duyarlı insanların tercih ettiği bir turizm türüdür. • Kuruluş yeri seçiminde tüm bölgelerin kendine özgü doğal kaynakları ve değerleri dikkate alınarak tüm bölgelerde yatırım yapılır. • Sunulan hizmet çok sayıda tüm mekana yayılmış küçük ölçekli işletmelerde ve tüm yıla yayılmış bir zaman diliminde söz konusudur. • Doğanın taşıma kapasitesine uygun, yavaş, bilinçli ve denetimli bir gelişme söz konusudur. • Bölgenin otantik çevre yapısına uygun özgün mimari yapılar söz konusudur.
--------------------	--	---

Tablo 2.3. (Devam) Kitle turizmi ve özel ilgi turizminin karşılaştırılması (Akıncı ve Kasalak, 2016)

Yerel Halk	• Yapay bir ortam içerisinde bölgesel ve yerel halk ile turistler arasında ilişkiler kopuktur. Kapalı turist bölgeleri söz konusudur. Turist bölgeyi ve bölge halkını tanımadan tatilini yapar. • Yerel halk sadece işçi olarak çalışır. Gelir düzeyi ve yaşam standardı düşüktür. • Yerel halk edilgen bir yapıdadır. Karar verici değil, uygulayıcı konumundadır. • Yerel halk üzerinde sosyal, kültürel bozulma ve yozlaşmaya neden olur. • Yerel halk rant nedeniyle doğal yapıların kullanılarak bozulmasına duyarsız kalır.	• Turist, yerel halk ile iç içe bir tatil yapar. Turistler ve yerel halk arasında kaynaşma, tanışma, uyuşma ve empati söz konusudur. • Yerel halk işinin hem sahibi hem çalışanıdır. Gelir düzeyi, sosyalleşme ve yaşam düzeyi standardı yüksektir. • Yerel halk etkindir. Karar verici ve uygulayıcıdır. • Yerel halkın sosyal ve kültürel özgünlüğünü korumasını ve yaşatmasını sağlar. • Yerel halk doğal yapının önemini ve değerini anlar. Koruyarak kullanmaya ve dikkatli kullanarak korumaya önem verir.
-------------------	---	--

Tablo 2.3.'e göre, genel ilgi turizminde sağlanan istihdam mevsimsellik gösterirken, bu durum özel ilgi turizminde süreklilik göstermektedir. Genel ilgi turizmi ulusal refahın artmasına katkı sağlamasına rağmen bölgesel ve yerel refahı dikkate almamaktadır. Özel ilgi turizmi ise bölgesel ve yerel halkın sosyal yapılara, kaynaklara ve imkanlara erişimini sağlayarak yaşam kalitesinin sürmesini ve artmasını sağlamaktadır. Genel ilgi turizminde doğanın taşıma kapasitesini zorlayan kısa zamanda çok sayıda katılım söz konusu iken özel ilgi turizmi doğanın yenilenebilirliğine ve sürdürülebilirliğine zarar vermeden mevcut yapı stokunu en düşük düzeyde kullanmaktadır. Yani bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım söz konusudur. Ayrıca genel ilgi turizmi yerel halk üzerinde sosyal, kültürel bozulma ve yozlaşmalara neden olmaktadır. Özel ilgi turizminde ise tam tersi bir durum söz

konusudur. Özel ilgi turizmi yerel halkın sosyal ve kültürel özgünlüğünü korumayı ve yaşatmayı amaçlamaktadır.

Özel ilgi turizmi; turistlerin istek, beklenti ve hobilerine göre şekillenmekte ve her geçen gün çeşitlenerek gelişmektedir (Uca Özer, 2016, s. 49). Özel ilgi turizminin gelişiminde rol oynayan unsurlar şu şekilde sıralanabilir (UNWTO, 1995, s. 2'den aktaran Türksoy ve Yürük Özkan, 2011, s. 256-257; Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 125-127):

- Turist beklentilerinin farklılaşması,
- Yeni yaşam şekilleri (demografik karakteristikler, haberleşmedeki ilerlemeler, dinlenmeye yönelik davranışlardaki değişiklikler),
- Çevresel ve toplumsal farkındalıkların gelişmesi,
- Kişisel gelişim gibi yeni eğilimlerin ortaya çıkması,
- Çalışma koşullarının ve boş zaman değerlendirme alışkanlıklarının değişmesi,
- Turizm tüketiminin giderek bireyselleşmesi ve boş zaman değerlendirme etkinlikleri konusunda artan çeşitlilik,
- Kentleşme,
- Tıp alanındaki gelişmeler,
- İnsanların kendilerini yenileme gereksinimi doğrultusunda özel ilgilerine yönelik estetik, otantik ve yenileyici deneyimler aramaları,
- İnsanların eğitim seviyelerinin yükselmesi ile birlikte kitlesel hareketten ziyade, daha küçük gruplar halinde veya bireysel olarak hareket etme istekleri.

Sonuç olarak özel ilgi turizmi; kitle turizminin turist beklentilerini karşılayamaması, çevresel ve toplumsal farkındalıkların gelişmesi, bireyselleşme, kalabalıktan kaçış, kişisel gelişim gibi eğilimlerin ortaya çıkması sonucunda yükselişe geçmeye başlamıştır (Yıldız, 2009, s. 12).

Özel ilgi turizmi, diğer turizm hareketlerinden farklı olarak bazı özellikler taşımaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 127-129):

- Özel ilgi turizminin boyutlarının bilinmesi ve hesaplanması tam olarak mümkün değildir.

- Özel ilgi turizmi küçük ölçeklidir. Katılımcılar, bireysel turistler veya küçük ölçekli gruplardır.
- Özel ilgi turizmine yönelik faaliyet gösteren tur operatörleri, planlamada uygun bir gelişim hızı sağlamaya ve yerel halkın katılımına özen göstermelidir.
- Özel ilgi turizmi emek yoğun bir özelliğe sahiptir. Ancak uzman iş gücü gerektirmektedir.
- Özel istek ve ihtiyaçları karşılayacak ürün ve hizmetlerin talep edilmesi, bu ürün ve hizmetlerin tasarlanmasında yaratıcılık gerektirmektedir.

Özel ilgi turizmi; kitle turizmi turistlerinin sahip olduğu genel ilgilerin tersine daha aktif, çevreye daha duyarlı, daha toplumsal ve hoşgörülü motifler içermektedir. Diğer taraftan ise daha pasif, yerel toplumlardan daha kopuk ve daha bireysel davranışlar sergileyen farklı ilgileri bünyesinde bulundurmaktadır. Bu yüzden, özel ilgi turizmi, içerdiği motifler bakımından farklı bir eğilim olarak değerlendirilmelidir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Tablo 2.4.'te özel ilgi turizmi için bir SWOT analizi verilmiştir. Özel ilgi turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile, özel ilgi turizmi açısından fırsatlar ve tehditler gösterilmiştir.

Tablo 2. 4. Özel ilgi turizmi GZFT (SWOT) analizi (Derrett, 2000'den uyarlayan Derrett, 2001: 18-19)

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Yoğun çalışma; pazarlar, stüdyolar (atölyeler) performans aracılığıyla istihdam fırsatları yaratabilir. • Küçük ölçekli operasyonlar (işlemler). • Katılımcı, eğitici, yorumlayıcı aktivitelerden yararlanabilme. • Eşsiz yer duygusunu ve topluluk yaşam tarzını ortaya çıkarır. • El yapımı ve doğal mirasın keşfi. • Çeşitli, çekici manzaralar ve yaşam tarzı seçenekleri sunar. • Girişimcilerin, kişisel güçlü yanlarından, becerilerinden ve deneyimlerinden yararlanır.	• Ev sahibi yörenin başlıca kültür turizmi destinasyonu olarak yeterince tanınmaması. • Turizm varlıkları hakkında veri eksikliği; kaynak araştırması ve denetimi ihtiyacı. • Yöresel tanıtım ve endüstri gelişiminde küçük işletmeler arasında iş birliği eksikliği. • Sektörün öncüleri arasında zayıf bağlantı ve iş birliği eksikliği. • Profesyonel yönetim, pazarlama ve finans uzmanlığı eksikliği. • Geçici gönüllü komiteler; hesap verme, izleme veya değerlendirme olmadan özel topluluk etkinlikleri düzenler.

Tablo 2.4. (Devam) *Özel ilgi turizmi GZFT (SWOT) analizi (Derrett, 2000'den uyarlayan Derrett, 2001: 18-19)*

Fırsatlar	Tehditler
- Bazı bölgesel ekonomik sorunlara karşı etkilidir. - Yerel insanlarla kaynaşmayı ve tanışmayı içeren kişiselleştirilmiş küçük ölçekli operasyonlar aracılığıyla özgün yaşam tarzı paylaşımı şansı sunar. - Yaşam tarzı seçeneklerinin daha fazla korunmasını ve sürdürülmesini sağlar. - Kültürel turizm, kentsel dönüşüm stratejilerinin merkezine yerleştirilebilir, mevcut kültürel tesisleri yeniden canlandırabilir ve yenileyebilir ve yatırımları çekebilir. - Ana yollarda ayırt edici, tek tip tabelalar aracılığıyla daha büyük iç pazarlardan yararlanma fırsatları sağlar. - Özel etkinlikler sunarak veya topluluk takviminin mevcut çekici unsurlarını pekiştirerek turist ziyaretinin mevsimsel döngüsünü kırar. - Gönüllü yöneticiler için; yaz okulları, sanatsal faaliyetler, miras ve koruma kurumları ile ortak eğitim programları için kullanıcı-öder eğitim programları sağlar. - Sanatçıların üretimi ve eğitimi için donanımlı çalışma alanları, stüdyo ziyaretlerini ve perakendeciliği teşvik eden kuluçka çalışma yerleri sağlar.	- Kültürel ürünlerin metalaştırılması- özgünlüğün tehlikeye atılması. - Sanatçılar düzensiz bir pazarda geçimini sağlamak için mücadele etmektedir. - Artan taşıma kapasitesinin, mekan daraltılmasından kaynaklanması nedeniyle doğal kaynakların sömürülmesi (örneğin festivaller ve özel etkinlikler). - Turist çekmede başarısız oldukları için bazı ev sahibi topluluk faaliyetlerinin marjinalleştirilmesi. - Belirli projeler için uygun ve yeterli finansman eksikliği. - Yeterli yatırım bulamama. - Diğer (yerel ve uluslararası) bölgelerden gelen rekabet. - İşbirliğine dayalı bilgi paylaşımının olmaması.

Özel ilgini turizminin, sıra dışı yer duygusunu ve topluluk yaşam tarzını ortaya çıkarma, çeşitli, çekici manzaralar ve yaşam tarzı seçenekleri sunma, özgün ürün ve hizmetlere yatırım sağlama gibi güçlü yanları bulunmaktadır. Buna rağmen ev sahibi

yörenin başlıca kültür turizmi destinasyonu olarak yeterince tanınmaması, profesyonel yönetim, pazarlama ve finans uzmanlığı eksikliği ve yöresel alanlarda toplu taşıma hizmetleri ve altyapı yetersizliği gibi sebepler özel ilgi turizminin zayıf yönlerini ortaya çıkarmaktadır. Yerel insanlarla kaynaşmayı ve tanışmayı içeren, özgün yaşam tarzı paylaşımı şansı sunması ve yaşam tarzı seçeneklerinin daha fazla korunmasını ve sürdürülmesini sağlaması ise fırsatlar bakımından önemlidir. Özel ilgi turizmine yönelik tehditler ise kültürel ürünlerin metalaştırılması-özgünlüğün tehlikeye atılması, yeterli yatırım bulamama ve diğer bölgelerden gelen rekabet sayılabilir.

2.2.2. Özel ilgi turisti ve özellikleri

Turizm sektörünün geçirdiği değişim süreci, turist profili üzerinde etkili olmuştur. Dolayısıyla, farklı beklentilere ve ilgi alanlarına sahip bir turist profili ortaya çıkmıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 17). Bu yüzden, özellikle son yıllarda oluşan “özel ilgi turizmi” anlayışına sahip birçok turist mevcuttur (Küçükaslan, 2007, s. 144). Bu turistler “özel ilgi turisti” olarak isimlendirilmektedir. En yalın haliyle özel ilgi turisti, “özel bir hobi ya da ilgi alanına sahip olan bireyler” olarak tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 31).

Özel ilgi turistleri, hobi olarak ilgi duydukları aktiviteleri tecrübe etmek amacıyla seyahat etmektedir (Uca Özer, 2016, s. 63). Ayrıca, özel ilgi turisti, yeni şeyler deneyimlemek ve bundan da en yüksek tatmini sağlamak istemektedir. Bu turistler; kesin olarak belirlenmiş ilgilerine göre seyahat ederek günlük hayatlarında da özel ilgilerine zaman ayırmaktadır (Türksoy ve Yürük Özkan, 2008, s. 260). Özel ilgi turisti, kültür ve eğitim seviyesi yüksek, maceracı ve keşfetmeyi seven turistlerdir. Dolayısıyla da özel ilgileri doğrultusunda kendisini geliştirmeyi hedeflemektedir (Uca Özer, 2016, s. 63). Bu turist türü genelde katılımcıdır. Uzmanlık alanı ya da ilgi duyduğu alan ile ilgili aktivitelere katılmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 31). Genelde, doğa ile iç içe aktiviteler, korunmuş bir doğal alanın güzelliği, faunayı doğal ortamında izlemenin, keşfetmenin ve öğrenmenin, engellerin üstesinden gelmenin ve onları aşmanı keyfini çıkarmaktadır (Kruja ve Gjyrezi, 2011).

Özel ilgi turistlerinin seyahat etmelerinde, turizme katılmadaki genel faktörler etkili olmakla beraber bazı özel değişkenler de söz konusudur (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 31). Bu değişkenler; özel ilgi turisti ile genel ilgi turisti arasındaki farkların yer aldığı Tablo 2.5.’te verilmiştir.

Tablo 2. 5. Genel ilgi turisti ve özel ilgi turisti arasındaki farklılıklar (Weaver, 1999'dan aktaran Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 32)

	Genel İlgi Turisti	Özel İlgi Turisti
Kişilik	Ben merkezlilik, yerel kültürel ve sosyo-kültürel şartlara uyum sağlamada isteksizlik	Dış merkezlilik, yerel kültürel ve sosyo-kültürel şartlara uyum sağlamakta isteklilik
Konaklama	Geniş ölçeklilik ve yoğunluk	Yerel mimari stillerine dayalı seyrek ve dağınık konaklama
Çekim Öğeleri	Yapay çekim öğeleri ve yerel insanlar ve kültürden izole bir tatil	Otantik çekim öğeleri, ziyaretçiler ve ev sahipleri arasında sıcak ilişki
Ekonomi	İthal ve yerel olmayan ürünlere ilgi	Yerel ürünlere ilgi
Kural	Yerel katılımın kısıtlılığı ve yerel insanlarla kısıtlı iletişim	Yerel katılımın fazlalığı ve yerel insanlarla sürekli iletişim
Etki	Taşıma kapasiteleri konusunda duyarsızlık	Kültürel, sosyal ve ekonomik taşıma kapasitelerine duyarlılık çerçevesinde işlev görme

Genel ilgi turisti genel olarak yapay çekim öğeleri, yerel insanlar ve kültürden izole bir şekilde tatilini gerçekleştirirken özel ilgi turisti otantik çekim öğeleri, ziyaretçiler ve ev sahipleriyle sıcak bir ilişki içinde tatil yapmayı tercih etmektedir. Genel ilgi turisti yerel olmayan ürünlere yönelirken özel ilgi turisti tam tersine yerel ürünlere ilgi duymaktadır. Taşıma kapasiteleri konusunda duyarsız olan genel ilgi turisti aynı zamanda sosyo-kültürel şartlara uyum sağlama konusunda da isteksizdir. Özel ilgi turisti ise dış merkezci ve sosyo-kültürel şartlara uyum sağlamada isteklidir.

Tablo 2.5.'ten yola çıkılarak, özel ilgi turistinin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997' den aktaran Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 32):

- Seyahat eden insanların azınlığını oluşturur.
- Genellikle orta ya da üst orta sosyo-ekonomik sınıf mensubudur.
- Genel ilgi ya da karma ilgi turistinden daha az fiyat duyarlılığı vardır.
- Deneyim kazanmaya ve sofistike olmaya yatkındır.

- Konaklama hizmetlerinden çok fazla olmasa da gerçekleşen aktivitelerden yüksek beklentisi vardır.
- Çoğunluğun yapmaktan hoşlanmayacağı şeyleri yapan, cesur, maceracı, alışıl gelmiş hayatın dışına çıkan insandır.
- Tatillerinin sosyal açıdan nasıl görüldüğü konusunda bir zorlama ve kendisini sosyal olarak kabul edilen tatilleri seçmek zorunda hissetmez.
- Özel ilgilerinin içeriğini araştırmak için yeni alternatif destinasyonlar arar.
- Özel ilgi tatillerini ev-tabanlı dinlencelerinin bir uzantısı olarak görebilir.

Özel ilgi turistinin diğer genel özellikleri şunlardır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 130):

- Daha iyi eğitilmiş,
- Daha yüksek gelir sahibi,
- Daha üst toplumsal sınıf üyesi,
- Kendine daha fazla güvenen,
- Çevreye ve kültürel değerlere daha saygılı ve bilinçli,
- Ne istediğini bilen,
- Daha pesimist,
- Daha aktif,
- Daha sosyal,
- Daha üst seviyede ihtiyaçlara sahip,
- Daha fazla sayıda kaliteli ürün/hizmet talep eden bireylerdir.

Özel ilgi turisti, kitle turisti gibi tek tip değildir. Katıldığı turizm türündeki tecrübesi, aktiviteye katılım biçimi ve risk alma becerisi gibi ölçütlere göre çeşitli sınıflara ayrılmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 130). Özel ilgi turizminin önem kazanmasından önce yapılmış olan bazı bilimsel çalışmalar, günümüzde özel ilgi turistlerini daha iyi anlayabilmek için ipuçları vermektedir. Bu çalışmalarda turistler çeşitli yönlerden incelenerek sınıflamalar yapılmıştır. Bu sınıflamaların en çok bilinenleri şunlardır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003):

- Cohen (1972) turist tiplerini ilişki boyutuna ve düşünce-kural boyutuna göre ikiye ayırmış ve dokuz farklı turist tipi belirleyerek bir sınıflama yapmıştır. Birinci kategoride ilişki boyutuna göre; başıboş, araştırmacı, bireysel kitle ve örgütlenmiş

kitle turisti şeklinde dört turist tipi oluşturan Cohen, düşünce-kural boyutuna göre beş tip turist belirlemiştir. Bunlar; varoluşsal turistler, deneysel turistler, deneyimsel turistler, eğlentsel turistler ve dinletisel turistlerdir.

- Plog (1974), turistleri demografik yapılarına göre üç bölüme ayırmış ve bunları; çevre merkezli, orta merkezli ve ruhsal merkezli olarak incelemiştir.
- Smith (1977), yedi farklı turist tipi olduğunu belirtmiştir. Bunlar; araştırmacı, seçkin, garip, olağandışı, kitlemsi, kitle ve kapsamlı turistlerdir.
- Böttjer (1979), beklenti, ilişki ve ilgilere göre bir değerlendirme yaparak turistleri dört gruba ayırmıştır. Bunlar; dinlenme amaçlı, dinlenme amaçlı ve etkin, hobi amaçlı ve özel turistlerdir.
- Redfoot (1985) ise deneyim arama düzeylerine göre dört farklı turist tipi olduğunu belirtmiştir. Bunlar; gerçek turist, kaygılı turist, insanbilimci turist ve tinsel turistir.
- Himmetoğlu ve Brotherton (1994), özel ilgi turizmi katılımcılarını; ilgilerinin yoğunluğu, sahip oldukları bilgi, beceri ve deneyim düzeylerine göre dört grupta toplamıştır. Bunlar; yeni başlayanlar, meraklılar, uzmanlar ve fanatiklerdir.

Belirtilen turist tipleri içerisinde, özel ilgi turizminin niteliklerini yansıtan özelliklere sahip turist tiplerinin olduğu görülmektedir. Bu benzerlikler, özel ilgi turistlerini daha iyi tanımayı sağlamaktadır. Bu turist tiplerinin aralarındaki benzerliklere rağmen, seyahate çıkma ve belirli turistik merkezleri tercih etme sebepleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Çünkü, her turist tipinin psikolojik özellikleri, sosyo-kültürel özellikleri ve demografik özellikleri birbirinden farklıdır. Dolayısıyla, her turist aynı turistik merkeze farklı nedenlerle gitmekte ve buradan farklı doyumlar elde etmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003).

Özel ilgi turistlerinin seyahat etme amaçlarında, destinasyonun çekiciliğinden çok kişisel motivasyonları ve yapmak istedikleri daha ön plandadır. Bu yüzden destinasyonlarda gerçekleştirilen aktiviteler özel ilgi turistleri için daha caziptir (Akıncı ve Kasalak, 2016). Hall ve Weiler (1992, s. 3) özel ilgi turizmi faaliyetlerine ilişkin motivasyonları, bu faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği ortamlar bakımından üç grupta sınıflandırmıştır. Söz konusu özel ilgi faaliyetlerin nerelerde yapılabileceği ve bunları ortaya çıkartan motivasyonlar Tablo 2.6. 'da verilmiştir.

Tablo 2. 6. Özel ilgi aktiviteleriyle ilgili motivasyonlar (Weiler ve Hall, 1992, s. 3'ten aktaran Türksoy ve Yürük Özkan, 2008, s. 259)

ORTAM	ÖZEL İLGİ AKTİVİTELERİ	MOTİVASYONLAR
KENTSEL ORTAM	Müzeler	Yenilik, çeşitlilik, keşif, otantiklik, teklik (eşsizlik), eğitim
	Sanat Galerileri	Duygu, güzellik, seçkinlik, teklik (eşsizlik), otantiklik, keşif, eğitim
	Kültürel Miras	Atmosfer, çevre, sezgi, otantiklik, keşif, eğitim
	Sanat Gösterileri ve Festivaller	Otantiklik, duygu, kaçış
	Kültürel-Etnik Seyahatler	Otantiklik, teklik, sosyal ilişki, yenilik, eğitim
	Spor Turizmi	Gösteri, fiziksel açıdan gelişme, sosyal ilişki
KIRSAL ORTAM	Kültürel-Etnik Seyahatler	Otantiklik, teklik, sosyal ilişki, yenilik, eğitim
	Sanat Gösterileri ve Festivaller	Otantiklik, duygu, kaçış
	Kültürel Miras	Atmosfer, çevre, sezgi, otantiklik, keşif, eğitim
	Macera Seyahati	Risk arama, kendini keşfetme, doğayla temas, sosyal ilişki
	Sağlık Turizmi	Gelişme, fiziksel sağlık
	Spor Turizmi	Fiziksel sağlığı geliştirme, sosyal ilişki
	Tarım ve Çiftlik Turizmi	Doğayla ve kırsal çevreyle ilişki, sosyal ilişki, keşif
DOĞAL ORTAM	Doğaya Dayalı Turizm	Doğay ile ilişki, keşif, bilgi, eğitim, bilimsel merak
	Macera Seyahatleri	Risk arama, kendini keşfetme, doğayla ilişki, sosyal ilişki

Tablo 2.6.'ya göre faaliyetler, özel ilgi turizminin hem kentsel alanlarda hem de kent dışındaki kırsal alanlarda yapıldığını göstermektedir. Kentsel alanlara gerçekleştirilen turlar kültürel aktiviteler, yenilik ve sosyal nedenlerle tercih edilirken, kırsal kesime yönelik turlar; macera, sağlık, spor, doğa ve sanat gösterileriyle ilgili olabilmektedir. Doğal alanlar ise buraları keşfetmek isteyen kişilere yöneliktir.

Özel ilgilerine göre seyahat eden turistler ya birinci planda ilgi duydukları faaliyet veya destinasyona ya da faaliyetlerin bulunduğu çevreye göre bölümlenebilmektedir (Hall ve Weiler 1992, s. 7). Tablo 2.7.'de temel gezi amacı ve çevreye göre pazar dilimleri verilmiştir.

Tablo 2. 7. *Temel gezi amacı ve çevreye göre pazar dilimleri (Hall ve Weiler, 1992'den aktaran Tanrısevdi ve Çavuş, 2003)*

TEMEL GÜDÜ	FAALİYETİN GERÇEKLEŞTİĞİ ÇEVRE	
	KENT	KENT DIŞI/KIRSAL
FAALİYETE KATILMA	Sanat ve Tarih Turizmi (sanatsal faaliyetlerde rol alma vb.)	Spor Turizmi (dalış, golf vb.)
	Eğitim Turizmi (yabancı dil öğrenme, öğrenim görme vb.)	Macera Seyahatleri (rafting, tırmanma vb.).
ÇEKİM YERİNE GİTME	Sanat ve Tarih Turizmi (müze ve sanat galerilerini ziyaret etme vb.)	Etnik Seyahat
	Eğitim Turizmi (Avrupa mimarisi turu gibi)	Doğa Turları (Galapagos adalarına tur gibi)
	Spor Turizmi	Macera Seyahati (Nepal'de trekking yapmak gibi)
		Sağlık Turizmi (Avrupa kaplıca turizmi gibi)

Tablo 2.7. 'de görüldüğü üzere, bir faaliyetin öğrenme amacına odaklanması, farklı yerlerde ilgilerini tatmin etmek isteyen ve eğitim amacı ile seyahat eden kişileri birbirinden ayırmaktadır. Bununla birlikte, doğal çevre ile ilgili veya etnik turistlerin temel eğitim motivasyonları; doğayla veya yerli toplum ile temas kurma gibi diğer motivasyonlara da bağlıdır. Ayrıca, doğa turizminde seyahat ürününün belirleyici olması, bazen belirli bir aktiviteye katılmaktan ya da belirli bir katılım motivasyonundan daha önemli hale gelmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003).

Özel ilgi turistlerinin turizm davranışını anlamaya yönelik olarak Tanrısevdi (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışma oldukça önemlidir. Söz konusu çalışma, özel ilgi turistlerinin etkinliklere katılım tercihlerini ortaya koymaktadır. Bu tercihler Tablo 2.8.'de verilmiştir.

Tablo 2. 8. *Özel ilgi etkinliklerine katılım tercihleri (Tanrısevdi, 2009)*

Ölçütler	Alt Ölçütler	f	%
Gezi Düzenleme Şekli	Paket Tur	18	5,8
	Kısmi Paket Tur	32	10,4
	Kişisel Düzenleme	259	83,8
	Toplam	309	100
Bilgi Toplama Kaynakları	Seyahat Acentesi	31	5,8
	Arkadaş ve Yakınlar	184	34,6
	İnternet	204	38,4
	Dergiler	112	21
	Toplam	531	100
Seyahat Etme Şekli	Yalnız	23	5,7
	Grup	272	67,4
	Aile	20	4,9
	Aile ve Akraba	88	21,8
	Toplam	403	100
Yıl İçindeki Seyahat Sıklığı	Bir Kez	21	6,8
	Birden Fazla	288	93,2
	Toplam	309	100
Özel İlgi Kulübü/Derneğine Üyelik	Üye	285	92,2
	Üye Değil	24	7,8
	Toplam	309	100

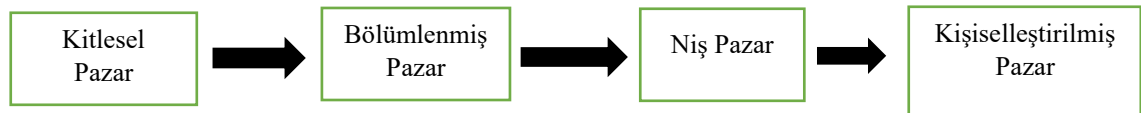
Tablodan da anlaşılacağı üzere; özel ilgi turistleri paket tur satın almak yerine aktivitelerini kişisel bir düzenleme olarak gerçekleştirmektedir. Bu özellik, gezi karar verme sürecinde çoğunlukla seyahat acentesi dışındaki bilgi toplama kaynaklarından yararlanıldığına işaret etmektedir. Görüldüğü üzere tur operatörleri/seyahat acenteleri en az yararlanılan bilgi kaynaklarıdır. Seyahat etme biçimi açısından bir değerlendirme yapıldığında, özel ilgi etkinliklerine daha çok grup olarak katılım gösterilmektedir. Özel ilgi etkinliklerine yıl içindeki katılım sıklıkları ise çoğunlukla birden daha fazladır. Ayrıca, büyük bir bölümü, özel ilgi alanları ile ilgili bir sivil toplum örgütüne üyedir. Dolayısıyla katılımcılar, katıldıkları özel ilgi etkinliklerini kolektif bir faaliyet olarak değerlendirmektedir (Tanrısevdi, 2009).

Özel ilgi turizmi ve alternatif turizm kavramları her ne kadar birbiri yerine kullanılsa da gerek turist özellikleri gerekse gerçekleştirilen faaliyetler ve bu faaliyetlerin

özellikleri açısından benzerlik göstermektedir. Özel ilgi turistleri için önemli olan durum ilgi duydukları aktivitelerdir. Özel ilgi turistleri için gerçekleştirdikleri aktiviteler süreklilik gösterebilmektedir. Bu yüzden bu turistler için katıldıkları seyahatler turistik ürün olmaktan öte bir hobidir. Alternatif turizme katılan turistlerin seyahatleri ise hobi değildir. Onları söz konusu turizm türüne iten motivasyon değişkendir. Alternatif turizme katılan bireylerin yaşı, geliri, eğitim ve kültür düzeyi hatta sağlık koşulları bile seyahat kararları üzerinde etkili olabilmektedir. Bu durum, hobilerde olduğu gibi süreklilik arz etmeyebilir (Albayrak, 2013, s. 45).

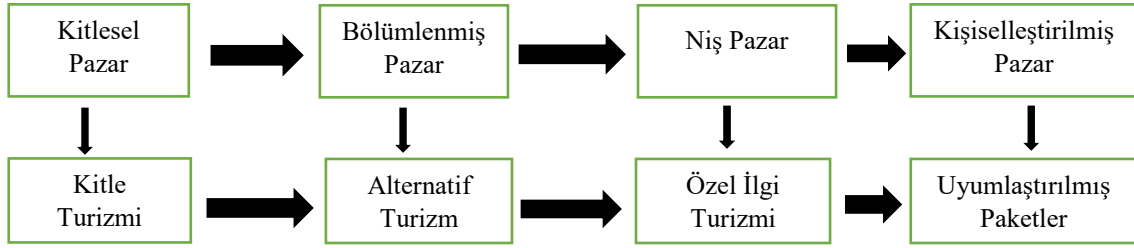
2.2.3. Özel ilgi turizmi pazarı

İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla, iş, aile, toplantı vb. amaçlarla bir bölgeye veya ülke dışına seyahat etme isteği ve ihtiyacı, turistik işletmelerin doğmasına, turizm endüstrisinin oluşmasına ve bu ürünlerin pazarlanmasına yol açmıştır (Page, 2003, s. 233'ten aktaran Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 43). Günümüzde tüketiciler daha kişiselleştirilmiş ürün ve hizmetleri talep etmeye başlamıştır. Dolayısıyla, turizm ürünlerinde “kişiye uyumlaştırılmış ürünler” tercih edilmeye başlanmıştır. Ayrıca her türlü sosyo-ekonomik kesime hitap eden ve kitle turizminden sıkılan elit tabakalar farklılık arayışlarına girmeye başlamıştır. Bu durum, turizm üreticilerini de farklı arayışlara itmiştir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 57). Şekil 2.5.'te pazar bölümlleme olgusu ve tüketici davranışlarındaki değişimler verilmiştir.



Şekil 2. 5. Pazarlama stratejisinde pazar bölümlleme (Karalar, 2005, s. 24)

Şekilden hareketle, pazar bölümllemenin tüketici davranışlarına göre, kitlese üretimden farklılaşarak kişiselleştirilmiş üretime doğru kaydığı söylenebilir. Aynı süreç turizm sektörü için de geçerlidir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 58). Şekil 2.6.'da, turizm endüstrisinin pazarlama gelişim süreci verilmiştir.



Şekil 2. 6. Turizm endüstrisinde pazarlama gelişim süreci (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 58)

Niş pazar kategorisine giren özel ilgi turizminin, gelişmiş teknoloji kullanımı ve farklı kanallar aracılığıyla dağıtımı gerekmektedir. Bu yüzden, özel ilgi turizmi pazarlamacıları, “özel ihtiyaçları” olan niş pazarlar için “özel üretim” yapmak; orijinal olarak ürünleri farklılaştırmak veya belirli ürünlerde uzmanlaşmak zorundadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 134). Ayrıca, özel ilgi turistinin tatmin edilmesi gereken daha özgün istek ve ihtiyaçlarının olması sebebiyle, pazarlama süreçlerinin buna göre düzenlenmesi gerekmektedir (Akat, 1990, s. 8). Özel ilgi turizmi pazarlaması, bireysel taleplerin belirleyici olduğu ve özel ilgi turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerin talebin arkasından gelen ve ihtiyaçları tespit edip hızlı bir biçimde arzın buna uyum sağlamasını sağlayan bir süreçtir (Uluçecen, 2011, s. 63).

Bilgi ihtiyacının yoğun olduğu özel ilgi turizmi pazarlamasında, tüketici ile ürünün uyumlu olabilmesi için ayrıntılı bir pazar bölümlenmesi yapılması şarttır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 135). Dolayısıyla, özel ilgi turizmi üreticileri ve pazarlamacıları, Avustralya’da yaygın olarak kullanılan ve Roy Morgan tarafından Ogilvy ve Mather ile birlikte belirlenen “On Değer Bölümü” adı verilen sınıflandırma modeli geliştirmiştir (Dickman, 1997). Bu model, sosyal sınıfın psikolojik unsurları, kişisel değerler, yaşam döngüsündeki aşama ve turizm pazarlarına geniş çapta uygulanabilecek tüketici tutumları hakkında görüşler sunmaktadır. Özel ilgi turizmi işletmecileri, belirli insanları hedeflemek için bu davranış kalıplarından seçim yapabilmektedir. (Derrett, 2001, s. 8-9). Ayrıca değer bölümleri; sanat, eğlence ve turizm endüstrilerindeki büyük araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Dickman, 1997). Bu bölümler ve özellikler Tablo 2.9.’da verilmiştir.

Tablo 2. 9. 10 değer bölümü (Dickman, 1997, s. 29-32)

DEğER BÖLÜMÜ	ÖZELLİKLERİ
1.Temel İhtiyaçlar	Geleneksel yaşam görüşlerini benimseyen, pasif faaliyetlerden zevk alan ve hayatlarından oldukça memnun olan kişilerdir. Emekliler, yatılı okuyan öğrenciler, yalnız yaşayanlar ve düşük gelirli kişiler bu gruba girmektedir.
2.Açık İlgı Arayanlar	Yaşamlarından nispeten memnun olmayan kişileri ifade eder ve yüksek gelirli vasıfsız işçileri içermektedir. Karamsar, alaycı ve güvensiz kişilerdir. Herkesin tüm eğlenceye sahip olduğunu ancak kendilerinin bunu kaçırdıklarını düşünmektedirler. Öfkeye, hayal kırıklığına ve genellikle otoriteye düşmanlık, sisteme karşı savaşma arzusuna sahiptirler.
3.Klasik Aile Hayatı	Hayatlarının merkezi evleridir ve çocuklara hak ettikleri yaşam fırsatlarını verirler. Aileleri ve arkadaşları ile geçirdikleri zamana çok değer verirler. Finansal güvenlik için çabalarlar ve para kazanmayı yaşam tarzlarını iyileştirmenin ve çocukları için daha güvenli hale getirmenin bir yolu olarak görürler.
4.Geleneksel Aile Hayatı	Bu kişiler 50 yaş üzerindeki ve artık yalnız yaşamaya başlayan kişileridir. Aile içindeki rollerine ve değerlerine güçlü bir bağlılıkları vardır ve geniş aileleri ve torunlarıyla ilgilenirler. Yaşamları; ev, bahçe ve geleneksel faaliyetler etrafında şekillenmiştir ve yeni şeyler ve fikirler konusunda çok temkinlidirler.
5.Kendini Düşünenler	Genç, aktif ve bilgisiz, ben merkezli, akran odaklı ve aileden uzakta eğlence ve özgürlük odaklı kişilerdir. Heyecan verici, refah bir hayat arayan, evlenmemiş ve endişelenecek çocukları olmayan kişilerdir. Moda ve trend bilincine sahip ve sosyal olarak aktiflerdir. Nedenler ve siyasi faaliyetlerle ilgilenmezler, ancak sporlarını ve boş zamanlarını çok ciddiye alırlar.
6.Daha İyisini Arayanlar	Genellikle iyi eğitimli, sağlam bir işi olan, kendinden emin, hırslı ve kendilerini ilerici olarak gören kişilerdir. Hayatın tüm güzel şeylerini isteyen kişilerdir ve daha sonrayı beklemek yerine şimdi bir şeye sahip olmak için kendilerini finansal olarak aşırı büyültmeye hazırdırlar.
7. Gerçek Muhafazakarlar	Çoğu şeyde kendilerini muhafazakar olarak gören bireylerdir. Varlık açısından zengin, ancak gelirleri zayıf ayrıca güvenlik, gelenek ve sabitlikle ilgilenen kişilerdir. Sosyal, dini, ahlaki ve etik olarak muhafazakar görüşlere sahiptirler.

Tablo 2.9. (Devam) 10 değer bölümü (Dickman, 1997, s. 29-32)

8. Genç İyimserler	Gelecek hakkında genel olarak iyimserlerdir. Kendilerini büyük olasılıkla orta ve üst-orta sınıfta gören bireylerdir. Bugünün öğrencileri, bilgisayar teknolojisi uzmanları ve genç profesyoneller bu gruptadır. Kariyerlerini geliştirmeye, yurtdışına seyahat etmeye ve kendi dairelerini kurmaya odaklanan kişilerdir.
9.Görünür Başarılı Kişiler	Genellikle 30 yaşın üzerinde, ortalamanın üzerinde gelir elde eden ve başarılarının kişisel olarak tanınmasını isteyen kişilerdir. Bütün görünür başarı işaretlerini toplamakla ilgilenen bireylerdir. Hayatlarının kontrolünde olduklarına inanan bireyler olmakla birlikte, halkla ilişkiler ve siyasetle ilgilenmektedirler. Kendilerine ve ailelerinin ihtiyaçlarına ve arzularına güçlü bir şekilde odaklanan bireylerdir.
10.Sosyal Farkındalık Grubu	Toplumsal açıdan sorumlu, topluma duyarlı bireyler olmakla beraber, topluluk etkinliklerine, çevre ve koruma gruplarına katılma eğilimindedirler. İlerici ve açık fikirli olduklarına inan kişilerdir. Ürünlerin ve fikirlerin ilk uygulayıcılarıdır. Dünya ile siyasi meseleler hakkında küresel bir bakış açısına sahip bireylerdir.

Özel ilgi turizmi, diğer turizm sektörleri gibi pazar odaklı olup, “bir amaca bağlı seyahat” eden kişilerin, özel ihtiyaçlarını karşılayan turizmdir (Derrett, 2001, s. 8). Dolayısıyla Tablo 2.9. incelendiğinde, her özel ilgi turizmi türünün veya alternatif turizm türünün bu bölümlerden birkaçına uygun olduğu görölmektedir. Örneğin, kendini düşünenler için macera turizmi, rafting, dalış gibi heyecan verici türler geliştirilebilirken, inanç turizmi veya kültür turizmi gibi türler ise gerçek muhafazakarlara hitap edebilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe: 2012, s. 137). Benzer şekilde, Dickman (1997, s. 32), uzman turizm, sanat, festival, etkinlik ve performans ürünleri sağlayıcılarının, muhtemelen 4, 5, 8, 9 ve 10 numaralı bölümlere ulaşmaya çalışacağını öne sürmüştür.

Niş pazar bölümleri çok küçük ve her an yok olabileceği için, tek bir pazarla çalışmak yatırımların yüksekliği göz önünde bulundurulduğunda riskli olabilmektedir. Bu yüzden olabildiğince geniş bir pazarda çalışmak gerekmektedir. Ayrıca, kar elde etmek amacıyla işletmelerin özel ilgi turizmi ve alternatif turizm anlayışından uzaklaşarak sürdürülebilirliği göz ardı etmemeleri ve hem sosyal hem de fiziki taşıma kapasitelerini aşmamaya özen göstermeleri gerekmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 138). Dolayısıyla, işletmelerin yaşadıkları başarılar veya başarısızlıklar

pazarlama çabalarının etkinliğine bağlıdır. Bu yüzden, rekabetin arttığı, iletişimin kolaylaştığı, tüketicinin bilinçlendiği ve ihtiyaçlarının değiştiği bir sistemde ayakta kalmak pazarlama çabalarına bağlıdır (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012, s. 36).

2.2.4. Özel ilgi turizmine yönelik eleştiriler

Son yıllarda, tüketiciler bireyselleşen tüketim biçimlerini tercih etmeye başlamıştır. Diğer bir ifadeyle; tüketiciler, kendi özel ilgilerine yönelik ürün ve hizmetleri talep eder hale gelmiştir. Bu genel eğilim turizm tüketimine de yansımıştır (Bahçe, 2010, s. 7). Dolayısıyla seyahat eden kişilerin artan karmaşıklığına bir yanıt olarak kitle turizminden niş pazarlamaya doğru bir geçiş olduğu söylenebilir. Bu değişim, geleneksel cazibe merkezlerinin çekiciliğini kaybettiğini göstermektedir (Derrett, 2001, s. 5).

Dünya turizminde bilinçlenmeyi, sürdürülebilirliği ve kaliteyi ifade eden kavramlardan biri olan özel ilgi turizmi; yine bu duyarlılıklardan yola çıkılarak bazı eleştirilere maruz kalmaktadır (Uluçen, 2011, s. 52). Özel ilgi turizmine yönelik ön plana çıkan eleştiriler şunlardır (Butler, 1990; Wheeler, 1991; Weaver ve Oppermann, 2000):

- Özel ilgi turizmi veya alternatif turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik yatırımlar ve bu türlere yönelik faaliyetler, kitle turizminin neden olduğu olumsuz etkilerin artmasına katkıda bulunacaktır.
- Turizm endüstrisinin yerel topluluklar tarafından kontrol edilebileceğini ve kendi kendine yetebileceğini ileri sürmek gerçekçi değildir. Ayrıca gelişimin de yerel toplum tarafından kontrol edilmesi zordur. Yani turizm endüstrisi oldukça yüksek yatırım gerektirmektedir. Dolayısıyla, yeterince sermaye birikimi olmayan bölgelerdeki yerel halk yatırım yapamadığı zaman, dışarıdan sermaye birikimiyle gelen yatırımcılar, ekonomik kaygılarla kontrollü bir gelişim yerine hızlı bir gelişimi tercih edecektir.
- Rekabet ve ekonomik kaygılar, gerçek dışı pazarlama kampanyalarına sebep olabilir. Dolayısıyla destinasyonlar, daha fazla turist çekebilmek için var olmayan özelliklerini var gibi gösterebilir veya var olan bir özelliği abartarak kampanyalar düzenleyebilirler. Bu durum kısa sürede avantaj sağlasa da uzun vadede ciddi zararlara neden olabilir.
- Özel ilgi turizmi, geleneksel kitle turizmi cazibe merkezlerinden daha sofistike, daha bilgili turistler tarafından yapılan geçişin yarattığı boşlukta

ortaya çıkan yüksek riskli bir stratejidir. Özel ilgi turizmi daha eğitimli, bilinçli ve sosyo-kültürel anlamda daha üst sınıflara ve daha az sayıda hedef kitleye hitap edeceği için ciddi bir rekabete sebep olacaktır. Rekabette, hedeflerden sapmaya ve kaliteden ödün vermeye sebep olabilir.

- Özel ilgi turizmi daha farklı ulaştırma ve üretim teknikleri gerektirdiği için seyahat maliyetlerini arttırabilir. Dolayısıyla, bu turizmin düşük maliyetli bir alternatif olmadığı unutulmamalıdır.
- Bireysel operatörlerin ölçek ekonomileri, sürdürülebilir ve kontrollü gelişime uygun olmayabilir.

Benzer şekilde, özel ilgi turizmi ile ilgili aşağıda verilen diğer eleştiriler de dikkat çekmektedir:

- Kitle turizminden niş pazarlara geçiş, niş pazarlar için bir fırsat yaratmakla beraber, bazı sorunlara neden olmaktadır. Örneğin, yeni deneyim arayışları; mevcut yatırımları tehdit etmekte, yollar, ulaşım sistemleri, mevcut teknoloji, konaklama yatırımları gibi altyapı üzerinde baskılar oluşturmakta ve ekolojik anlamda hassas doğal bölgelere erişimi kolaylaştırmaktadır (Derrett, 2001, s. 5).
- Özel ilgi turizmi, kitle turizmine bir alternatif ise, o zaman özel ilgi grupları, dünya genelinde daha önce el değmemiş bölgeleri istila ederek, durmaksızın üreyen bir kanser durumuna gelecektir. Bu da sürdürülebilirlik için kitle turizminin en kötü örnekleri kadar büyük bir tehdittir (Ryan, 2002). Yani kitle turizmindeki sorunların zamanla özel ilgi turizminde de olabileceği öngörülmektedir. Eğer kitle turizmi için öngörülen tedbirler özel ilgi turizmi için de alınmazsa çok büyük sorunlara neden olacaktır (Akça, 2016).
- Özel ilgi turizminin denetimsel sorunları vardır (Akça, 2016). Acenteler yoluyla gelen turistler biraz daha kontrol edilebilir halde olmasına rağmen bireysel olarak gelip fauna ve flora bakımından tehlike altındaki türleri de kapsayabilen özel ilgi turlarına yönelik seyahatlerin büyük bir kısmı denetimsiz veya kontrol dışı yapılmaktadır (Ay vd., 2010). Denetimsiz yapılan turlar, zamanla o bölgedeki özel ilgi yerlerini tahrip edebilir ve o bölgede özel ilgi turları yapılamaz hale gelebilir (Akça, 2016).

Hem kitle turizmi hem de özel ilgi turizminin karşı karşıya olduğu sorunlar, aşağıda verilen önlemler sayesinde çözüme ulaştırılabilir (Derrett, 2001, s. 6):

- Güvenli ve uygun ölçek geliştirmek
- Yerel halkın çıkarlarını korumak
- Turistlerin destinasyonun gerçek kültürünü deneyimlemesini ve anlamasını sağlamak
- Çevreye karşı sorumlu bir davranışa teşvik etmek
- Yerel ekonomik fayda sağlamak
- Sosyo-kültürel, ekonomik ve fiziksel uyumu sağlamak

Sürdürülebilir bir anlayış içerisinde, kitle turizmi için öngörülen önlemler özel ilgi türleri için de alınmazsa, çevresel bakımdan tehlikeli bir sonuç ortaya çıkacaktır. Bu yüzden hem arz tarafının hem de talep tarafının çevre bilinciyle hareket etmesi gerekmektedir (Uluçeçen, 2011, s. 53).

2.2.5. Özel ilgi turizmi ve alternatif turizmin sınıflandırılması

İnsanları, turizme katılmaya yönelten nedenler, katılım şekilleri, seyahat süreleri ve benzer unsurlardaki farklılıklar, turistik eylemin de farklı şekillerde gerçekleşmesine yol açmaktadır (Yıldız, 2009, s. 6). İnsanları turizme katılmaya yönelten nedenler incelendiğinde, turizmin farklı çeşitlerde ortaya çıktığı söylenebilir (Toskay, 1978, s. 141). Seyahatin ana amacına göre sınıflandırılması, seyahat sırasında gerçekleştirilen ana faaliyetlerle ilişkilendirilmektedir (UNWTO, 2010, s. 24). UNWTO'nun uluslararası seyahatin ana amacına göre yaptığı sınıflandırma Tablo 2.10.'da verilmiştir.

Tablo 2. 10. *Turizm gelirlerinin ana amaca göre sınıflandırılması (UNWTO, 2008, s. 24)*

1. Kişiyi Özel
1.1. Tatiller, boş zaman değerlendirme, dinlence ve eğlence
1.2. Arkadaşları ve akrabaları ziyaret etmek
1.3. Eğitim ve öğretim
1.4. Sağlık ve tıbbi bakım
1.5. Din/hac yolculuğu
1.6. Alışveriş yapmak
1.7. Transit geçiş
1.8. Diğer
2. İş ve Profesyoneller

Kişilerin hangi amaçlarla turizme katıldığını belirlemek, amaçların birbiriyle ilişkili ve iç içe olması sebebiyle oldukça zordur. Buna rağmen, seyahat ve konaklama süresi boyunca gerçekleştirilen faaliyetlerin hangi noktalarda birleştiğine bakılarak temel amacın belirlenebilmesi mümkündür (Albayrak, 2013, s. 45). Buna göre turizm (Albayrak, 2013, s. 45):

1. Dinlenme ve eğlence,
2. Sosyal ve kültürel,
3. Sportif,
4. Dinsel,
5. Ekonomik,
6. Politik,
7. Ailesel

olmak üzere yedi gruba ayrılabilir. Bu yedi grup içerisinde yer alan çok fazla sayıda alternatif turizm türünden de söz edilebilmektedir. Bu sınıflandırmada, genellikle ülkelerin çekicilik özellikleri yanında, dünya çapındaki moda eğilimlerinin de dikkate alındığı görülmektedir (Albayrak, 2013, s. 45).

Gelişmelere veya amaca göre pek çok farklı sınıflandırma yapmak mümkündür. Değişen istekler ve beklentilerden kaynaklı olarak insanlar seyahatleri sırasında farklı turizm çeşitlerinin özelliklerini taşıyan etkinliklerde bulunabilir. Bu nedenle turizm çeşitlerinin sınıflandırılmasında kesin bir ayrıma gitmek söz konusu değildir (Yıldız, 2009, s. 8).

Turizm türlerini belirlemeye yönelik sürekli olarak çalışmalar yapılmaktadır. Bununla birlikte, turistlerin beklentilerine göre çeşitlendirilme de yapılmaktadır (Bayram, 2016, s. 39). Brotherton ve Himmetoğlu (1997) İngiltere'de yaptıkları bir araştırmada, 36 farklı özel ilgi türü olduğunu belirlemiştir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Başka bir kaynağa göre, 150'nin üzerinde farklı özel ilgi turizmi türü olduğu ileri sürülmektedir (Syratt ve Archer, 2003, s. 25). TUYED'in yaptığı araştırmaya göre ise dünya turizm pazarında 400'e yakın turizm türü bulunmaktadır (<http-1>). Bazı yazarlar kitle turizmi dışındaki her şeyin alternatif turizm veya özel ilgi turizmi olduğunu öne sürmektedir (Newsome vd., 2002). Dolayısıyla, dünyadaki kişi sayısı kadar özel ilgi turizm türü olduğu söylenebilir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003).

Özel ilgi turizmi veya alternatif turizme dair bir sınıflandırma yapmak ve türlerin ait olduğu sınıfı belirlemek, araştırmacıların çok fazla zorlandığı konulardan biridir (Uluçeçen, 2011, s. 71). Bunun nedeni ise, özel ilgi turizmi ile alternatif turizm türlerini birbirinden ayırmanın güç olmasıdır. Yapılacak olan sınıflandırma değişkendir. Çünkü bu türler iç içe geçmiş durumda olmakla beraber hangisinin hangi sınıf altında ele alınması gerektiği ayrıntılı bir tartışmayı ortaya çıkarmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 138). Farklı çalışmalarda özel ilgi turizm türü olarak ele alınan bir turizm çeşidi, bir başka çalışmada, yayında ya da literatürde alternatif turizm olarak ele alınabilmektedir (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017).

Turizme katılan bireyleri seyahate iten veya çeken, o türün sunduğu temel bir motif vardır (Bahçe, 2016, s. 17). Turistin, hangi turizm türünün katılımcısı olduğunun belirleyicisi turistin motivasyonudur (Albayrak, 2013, s. 46). Örneğin doğa temelli kategoride yer alan köy turizmi kültür turizmi altında ele alınabilir. Benzer şekilde doğa temelli turizm türleri içerisinde yer alan çiftlik turizmi ya da tarım turizmi kültür turizmi içerisinde verilebilir. Dolayısıyla, bu durumda belirleyici olan şey, turistin bu türlere katılmadaki temel motifleri ve tatmin etmek istediği ihtiyaçlarıdır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 138).

İnsanları seyahat etmeye yönelten her motif kullanılarak, bir turizm çeşidi oluşturulabilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 106). Bu inançtan kumara, doğadan kültüre, sanattan gündelik yaşama veya huzurdan heyecana kadar uzayabilmektedir (Bahçe, 2016, s. 17). Bu noktada, karmaşıklığı gidermek adına, kastedilen turizm çeşidine odaklanılarak o bölgede hangi turizm çeşidi olasılıklı ise o tür sınıflandırılmadan bağımsız olarak ele alınmalıdır (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017).

Sürdürülebilirlik ve alternatif arayışlar sonucu birçok turizm türü ortaya çıkmıştır. Bu türlerin her biri ayrı bir pazar ve ayrı bir turizm olgusu haline gelmiştir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 111). Özel ilgi turizmi kapsamına alınabilecek birçok tür bulunmaktadır. Değişen tüketici istekleri ve turizm hareketlerini etkileyebilecek eğilimler göz önünde tutularak, yine de özel ilgi turizm türlerini belirli başlıklar altında toplamak mümkündür (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Buna bağlı olarak, her turizm türünü ayrı ayrı detaylandıran bir sınıflandırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tip bir sınıflandırma örneği Tablo 2.11.'de verilmiştir.

Tablo 2. 11. Özel ilgi turizm türlerinin sınıflandırılması (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 139)

Doğaya Dayalı Türler	Kültüre Dayalı Türler	Eğitime Dayalı Türler	Bir Hobiye Dayalı Türler
• Botanik Turizmi • Çiftlik Turizmi • Dağ Turizmi • Doğa Turizmi • Hava Sporları Turizmi • Kış/Kayak Turizmi • Köy Turizmi • Kuş Gözlemciliği • Su Sporları Turizmi • Tarım turizmi • Spa • Trekking • Yayla Turizmi	• Dark (Hüzün) Turizm • Etnik Turizm • Festival Turizmi • İpek Yolu Turizmi • İnanç Turizmi • Kültür Turizmi • Üçüncü Yaş Turizmi • Kültürel Miras Turizmi	• Eğitim Turizmi • Gençlik Turizmi • Kongre Turizmi	• Alışveriş Turizmi • Av Turizmi • Golf Turizmi • Kumar Turizmi • Macera Turizmi • Mağara Turizmi • Rafting Turizmi • Seks Turizmi • Şarap Turizmi • Yat Turizmi

Tablo 2.11. sınıflandırma için sadece bir örnektir. Sınıflandırmalar farklı biçimlerde de ele alınabilmektedir. Bu tabloda bile hangi türün hangi sınıf altında ele alınması gerektiği, değişiklik gösterebilmektedir.

Turizm türleri, destinasyonların sahip olduğu özelliklere göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle her destinasyon kendi özelliklerine göre farklı turizm türlerini belirlemektedir (Albayrak, 2013, s. 46). Turizm türlerine yönelik teşviklerin öne çıkarıldığı Türkiye’de, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” belgesi, bu konudaki en önemli düzenlemedir (Soyak, 2013). Türkiye Turizm Stratejisi’nde öncelik verilen turizm türleriyle “turizm ürününün çeşitlendirilmesi” ve “turizm sezonunun bütün bir yıla yayılması” amaçlanmaktadır. Ayrıca, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, ülkenin doğal, kültürel,

tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkenin turizmden alacağı payı arttırmayı hedeflemektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007, s. 1). Belgede yer alan “Turizm Çeşitlendirilmesi Stratejisi” ile birlikte geliştirilmesi hedeflenen alternatif turizm türleri; sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmidir. (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007, s. 22). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın belirlemiş olduğu diğer turizm türleri ise şunlardır: mağara turizmi, av turizmi, yat turizmi, ipek yolu turizmi, inanç turizmi, hava sporları turizmi, dağcılık turizmi, akarsu-rafting turizmi, su altı dalış ve kuş gözlemciliğidir (http-2).

Bu çalışmada, türlerin sınıflandırılmamasının nedeni; alternatif turizme ve özel ilgi turizmine katılım gösteren kişilerin, gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerinin nerede ve nasıl yapıldığına bakmaksızın katılım göstermesidir. Ayrıca, özel ilgi turizmi ve alternatif turizm türlerine ait bir sınıflandırma yapılmadan, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın belirlediği turizm türleri de dikkate alınarak çeşitli turizm türlerinin açıklamaları 2.2.6. Özel İlgi Turizmi Türleri bölümünde verilmiştir.

2.2.6. Özel ilgi turizm türleri

Kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkan yeni turizm türleri, son yıllarda geleceğin turizmine yön vermeye başlamıştır. Bu bölümde, özel ilgi turizm türleri ulusal ölçekte olmakla birlikte, bu türler ulusal kitap yayınlarında en çok adı geçen özel ilgi turizm türlerinden derlenerek araştırmaya dahil edilmiştir. Ayrıca, bu bölümde özellikle Şalpaazarı ilçesinde çekim gücü yüksek olan turizm türlerinden bazılarına yer verilmiştir.

2.2.6.1. Av turizmi

Av turizmi; avcı niteliğine sahip kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere, belirlenmiş ilkelerle yaptıkları etkinliklerdir (http-3). Eski çağlarda insanların beslenme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yapılan avcılık faaliyetleri, günümüzde spor ve eğlence için yapılan bir turizm türü haline dönüşmüştür (Albayrak, 2013, s. 220, Bayer, 1992). Diğer bir ifadeyle av turizmi, insanların çeşitli gereksinimlerine cevap veren bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Şafak, 2003).

1950’li yıllarda avcılarının birçok av hayvanını herhangi bir kurala bağlı kalmadan avlamalarıyla başlayan süreç, 1970’li yıllarda çeşitli kuralların getirilmesiyle yasal anlamda av turizmi uygulamalarını başlatmıştır. 1977 yılında yabancı avcılarının avlanabilmeleri, seyahat acentesi aracılığıyla Türkiye’ye girebilmeleri ve bir bedel

ödeyerek avlanabilmeleri ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Bu yüzden, ilk av turizmi uygulaması 1977 yılında yaban domuzu avı ile başlamıştır. 1964 yılında korumaya alınıp yeterli popülasyona ulaşan yaban keçileri de 1981 yılında av turizmine açılmış ve yaban domuzu dışındaki av hayvanlarının avına da izin verilmiştir. 1984 yılından itibaren ise yerli turist avcılar da av turizmi kapsamında avlanmaya başlamıştır (http-4).

Avlak işletmeleri, acenteler vb. tarafından düzenlenen av programları; av meraklıları için düzenlenmekte ve av turizmi kapsamında yer almaktadır (Şafak, 2003). Avcılar, av turizmi faaliyetleri ile yaban hayvanlarının boynuz, diş, post benzeri hatıra değeri taşıyan kısımlara sahip olmakla birlikte, değişik kültürleri tanıma ve değişik yerleri görme olanağı elde etmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 246). Av turizmi içinde önemli bir yere sahip olan avcılık, doğaya dönüş özlemi içinde bulunan insanları monotonluktan uzaklaştırmaktadır (Şafak, 2003).

2.2.6.2. Botanik turizmi

İnsanlığın bitkilerle ilgilenmesinin tarihi çok eskilere dayanmaktadır (Albayrak, 2013: 142). Bitkiler, insanların ilgisini çeken ve uğrunda seyahat ettiği en temel ihtiyaçlardan biridir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 177). Çünkü bitkiler, insanlar için çok eski zamanlardan beri bitkisel kaynaklı besinlerin temelini oluşturmuştur (Albayrak, 2013, s. 142). İnsanlar, bitkileri kendilerinin de üretebileceğini öğrendiklerinde, artık beslenme için yer değiştirmek yerine, yerleşik hayata geçmiş ve tarım yapmaya başlamıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 177). Diğer taraftan bitkiler, geçmişten günümüze kadar sağlık, ziraat ve ormancılık alanında da kullanılmıştır (Albayrak, 2013, s. 142).

İnsanlar bitkileri doğal ortamlarında, botanik bahçelerde veya parklarda görmek için seyahat etmektedir. Bu nedenle özellikle endemik bitkileri hem korumak hem de turizm aktivitesi olarak kullanabilmek amacıyla botanik bahçeleri kurulmaktadır (Solak ve Kılınç, 2020, s. 21). Botanik turizmi, her ne kadar belli bir bölgede yetişen, özellikle de endemik türlerin görülmesi ve incelenmesi için yapılırsa da günümüzde özel amaçlarla oluşturulan botanik bahçelerinin ziyareti şeklinde gerçekleştirilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 178). Dolayısıyla botanik turizmi; insanlara, çeşitli bitki parkları ve botanik bahçeleri aracılığıyla bitkilerle ilgilenerek rahatlama, farklı bitkileri keşfetme, dinlenme, bitkilere ilişkin merakını giderme imkanı tanıyan ve genellikle küçük gruplar halinde gerçekleştirilen bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Albayrak, 2013, s. 142).

Botanik turizmi, biyolojik çeşitliliğe ilginin artmasıyla beraber, bu zenginliğin korunması ve geliştirilmesini kapsayan bütün aktiviteleri içermektedir. Günübirlik veya daha uzun süren doğa yürüyüşleri ve bu yürüyüşler sırasında insanların doğayı tanıması, almış oldukları bitki örneklerini yaşam alanlarında kullanmaları ve bölgenin flora zenginliğini yerinde gözlemlemeleri gibi aktiviteler botanik turizmi içerisinde yer almaktadır. Nadir bulunan, çiçek güzelliği ile ön plana çıkan, tıbbi özelliği olan ve yiyecek olarak tüketilen bitkileri kısa bir doğa yürüyüşü sonunda yerinde görmek, fotoğraflamak ve bunu yaparken de bölgenin özelliklerini görerek tanımak botanik turizminin önemli bir parçasıdır (Irmak, 2008, s. 18-20).

Botanik turizmi, özellikle çocuklara çevre bilinci oluşturmak amacıyla ağaç, bitki ekilmesi, yetiştirilmesi gibi eğitici hizmetler sunmaktadır. Daha basit bir ifadeyle insan ile doğanın korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Botanik turizmin amacı, doğada var olan florayı korumak ve sürdürülebilir bir biçimde kullanarak gelecek nesillere miras bırakmaktır. Dünya nüfusunun gerek eğitim düzeyinde gerekse ihtiyaçlarındaki değişim son yıllarda botanik turizmine olan ilgiyi arttırmıştır (Solak ve Kılınç, 2020, s. 18-21).

Botanik turizminde ülkeleri birbirinden ayıran en önemli özellik bitki çeşitliliği ve endemik oluşlarıdır (Solak ve Kılınç, 2020, s. 18). Dünya genelinde Akdeniz ülkelerinden İspanya ile Eski Yugoslavya'nın 500'er adet endemik bitkiye sahip olduğu bilinmektedir. Toplam bitki sayısı bazında Bulgaristan'ın 3.650, Yunanistan'ın 5.000, Kıbrıs'ın 2.000, Suriye-Lübnan'ın 3.500, Irak'ın 4.000, İran'ın 8.000, Fransa'nın 4.500, Almanya'nın 2.500, İtalya'nın 5.600, İspanya'nın 5.000, Romanya'nın 3.400, İngiltere'nin 2.000, Macaristan'ın 2.214, İzlanda'nın 377 ve Norveç'in 1715 adet bitkiye sahiptir. Avrupa'nın en çok endemik bitkisine sahip ülkesi Yunanistan (800)'tür. Rakip ülke olan İtalya'nın endemik bitki sayısı 712, Japonya'nın 2.000, ABD'nin 4.036'dır (Albayrak, 2013, s. 144).

Türkiye'nin yaklaşık 10.000 tür sayısı ve 3.000 endemik bitki sayısı olduğu bilinmektedir. Dikkat edileceği üzere Türkiye'de mevcut olan endemik bitki türleri Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında, Türkiye'nin bu konuda daha zengin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla Türkiye, endemik bitki sayısı ile dünya genelinde botanik turizmi açısından önemli kaynaklara sahip olan ülkeler arasında yer almaktadır (Albayrak, 2013: 145). Botanik turizmi, özellikle Türkiye gibi bitki çeşitliliği yüksek ve doğal kaynak değeri bitki olan sayısız doğa parçasına sahip bir ülke için ayrı bir önem

taşımaktadır. Dolayısıyla, bitkisel açıdan zengin olan bölgelerde iyi planlamalarla yapılacak turizm aktiviteleri, yerel halka ve bölgesel ekonomiye katkı sağlayabilir (Irmak, 2008, s. 19-20).

2.2.6.3. Dağ turizmi

Aktivitelerin gerçekleşme yerlerinin dağ olduğu bu turizm türünde, doğa yürüyüşü, kamp, tırmanış ve yaban hayatı gözlemleme gibi birçok turizm aktivitesi yapılmaktadır. Dağlık bölgelere yapılan ziyaretlerin küresel turizmin %15-20'sinin gerçekleştiği mekanlar haline gelmesi (Richins, Johnsen ve Hull, 2016), ekonomik kalkınma girişimleri ve çevre koruma yöntemleriyle kişilerin yaşam kalitesinin yükseltilmesi bakımından önemli bir turizm türü olduğu söylenebilir.

Dağ turizmi açısından Türkiye’de Ağrı Dağı, Kaçkarlar ve Palandöken olmak üzere birçok destinasyon bulunmaktadır. Dünyada ise en önemli ve popüler destinasyon Nepal’dir. Dağ turizmi kapsamında yüksek zirvelere tırmanmak isteyen gruplardan 25.000-70.000 Amerikan doları alınmaktadır. Bu da dağ turizminin katma değer ve gelir konusundaki gücünü ve küçümsenmeyecek bir potansiyelinin olduğunu göstermektedir (Somuncu, 2004).

2.2.6.4. Eko-turizm

Eko-turizm çevre ve toplum üzerinde oluşan olumsuz etkiler ve yaşanan yıpranma sonucu 1990’lı yıllarda kitle turizminin alternatifi olarak ortaya çıkmıştır. Scheyvens (1999) tarafından doğanın ve kültürel kaynakların korunmasını destekleyen ve yerel halka sosyo-ekonomik getiri sağlayarak çevresel alanlara karşı sorumlu olarak yapılan seyahat ve ziyaretler şeklinde tanımlanmaktadır. Biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik eğitim ve öğrenme odaklı eko-turizmde, doğayla iç içe yerlere doğru gerçekleştirilen seyahat söz konusudur. Ayrıca, bölgeye katkı sağlamak da temel hedeftir.

Centre for the Promotion of Imports (CBI) tarafından 2016 yılında yayınlanan raporda, eko turizm faaliyetlerinin bütün dünyada gerçekleşen toplam turistik faaliyetlerin %20’sini oluşturduğu tespit edilmiştir. Kosta Rika, Meksika, Belize ve Ekvator’a seyahat eden turistlerin yaklaşık %46’sı ülkelerde bulunan koruma altına alınmış yaban hayatını görmek amacıyla ziyaret etmiştir. Türkiye’de de Bartın, Bolu, Kastamonu, Zonguldak, Sinop, Antalya ve Mersin illerinin biyoçeşitlilik yönünden zengin ve öncelikli olarak geliştirilmesi gereken bölgeler olduğu tespit edilmiş ve “GAP Eko-turizm Koridoru” kapsamına dahil edilmiştir (Eko-turizm Sektör Raporu, 2012).

2.2.6.5. Etkinlik turizmi

Günlük yaşamın monotonluğundan kurtulmak, boş zamanı değerlendirmek, farklı deneyimler yaşamak ve hatırlamak adına düzenlenen, sosyal, sportif, kültürel, ekonomik, çevresel veya eğlence temelli organizasyonlar etkinlik turizmi kapsamına girmektedir. Dünya çapında geniş bir pazara sahip olan etkinlik turizmi, turistik bir ürün olarak çeşitlendirilen, planlanan ve pazara sunulan turizm türüdür (Tassiopoulos, 2005, s. 4). Bu turizm türü içinde bulunan kongre-toplantı, festival ve fuar turizm türleri de günümüzde oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Kongre-toplantı turizmi destinasyonun tanıtımını sağlaması, birkaç günlük faaliyetler içermesi, turizm sezonunu tüm yıla yayması, yeni iş olanakları sağlaması, kongre şehrinin altyapı ve üstyapı potansiyelini geliştirmesi bakımından önemlidir. Bilimsel bilginin evrenselleştirilmesiyle de çevresel, ekonomik ve toplumsal sorunların çözümünde kilit noktadır. Dünya’da bunun bilincinde olan birçok ülke kongre-toplantı turizminden faydalanmaktadır. Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği’nin 2018 yılı raporuna göre; dünyada yıllık 12 binden fazla kongre düzenlenmektedir. Dünya ülkeleri sıralamasında; ABD 941 kongre ile ilk sırada yer alırken sıralamayı Almanya (682) ve Birleşik Krallık (592) takip etmektedir. Barselona 195 kongre ile en fazla kongre düzenleyen şehir iken Türkiye 57 kongre ile 49. sırada yer almaktadır (ICCA, 2018).

İnsanlar arasındaki etkileşimi arttırma, yeni kültür ve yaşamlara yönelik deneyim elde etme fırsatı sunan festival turizmi, çeşitli konularda destinasyona çekim gücü kazandırarak marka haline gelmesini sağlamaktadır. Günümüzde gelir oluşturuca etkisiyle destinasyona katma değer üretme anlayışı kazandıran bu turizm türü, ülkelerin kültürel ve duygusal sermayesinin turistler tarafından anlamlandırılmasını mümkün kılmaktadır. Dünya’da Tomorrowland, Oktoberfest, Rio Karnavalı ve Cannes Film Festivali Türkiye’de ise İstanbul Film Festivali, Uluslararası Antalya Film Festivali, İstanbul Caz Festivali, Adana Portakal Çiçeği Karnavalı ve Cappadox en bilinen festivallerdir.

Ticari ilişkilerin geliştirildiği, ürün, hizmet ve fikirlerin sunulduğu devasa platformlar olarak bilinen fuarlar turistik hareketlilik ile fuar turizmini meydana getirmektedir. Fuar turizmi belirli uzmanlık alanlarındaki bilgileri ve yenilikleri takip etmek, iş ilişkileri ve ortaklıkları büyütmek amacıyla yürütülmektedir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’nin 2018 yılı verilerine göre Türkiye’de toplam 499 fuar düzenlenmiştir.

Bu bağlamda Türkiye'nin jeopolitik konumu da dikkate alınarak dünya fuarcılığında ilk üçte olabileceği düşünülmektedir (TOBB, 2019). Dünya'da ise Almanya fuarların başkenti unvanıyla anılmaktadır.

2.2.6.6. Gastronomi turizmi

Özel ilgi turizm çeşitleri arasında kültürün ayrılmaz parçası olan gastronomi turizmi, son yıllarda turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmedeki ilk nedenleri arasında yer almaktadır. Gastronomi turizmi; alışılmışın dışındaki tatları denemeyi, restoran gezilerini, gösterileri, çiftçi pazarlarını, panayırıları, gastronomi festivallerini, yiyecek veya yemek yeme ile ilgili faaliyetleri içeren ve yeme-içme deneyimi yaşamak için gerçekleştirilen turistik seyahatleri kapsamaktadır (Hall vd., 2003, s. 1-24). Ayrıca, sadece turistlerin katıldığı turizm faaliyeti değil aynı zamanda aşçıların ve gastronomi alanıyla ilgilenenlerin de katılım gösterdiği bir turizm çeşidi olarak bilinmektedir.

Dünya'da gastronomi turizmine yönelik gelişmeler otantiklik arayışına bağlı coğrafi işaretler, sokak lezzetleri, turistlere yönelik gerçekleştirilen yemek pişirme kursları, insan duyularının lezzeti algılama ve bu algının beyni nasıl etkilediği üzerine ortaya çıkan nörogastronomi, raw-food, siyah yiyecekler, surf&turf, yenilebilir çiçekler ve böcekler, atıksız mutfak ve 3D yiyecek-içecek tasarımı üzerine yoğunlaşmaktadır. Ancak yeni akımlar karşısında bölge halkının yerel ürünlerini sahiplenmesi gerektiği fikri de unutulmamalıdır.

2.2.6.7. Dark (hüzün) turizm

Literatürde kara, karanlık, hüzün, keder, savaş, ölüm gibi isimlerle anılan dark turizm; toplu katliam, soykırım ve suikast alanlarının turistlerin dikkatini çekmesi ile ortaya çıkmıştır. Foley ve Lennon (1996) tarafından gerçek veya ticari amaçla kurgulanmış ölüm ve yıkım ile ilgili yerlerin ve ilgili faktörlerin tüketimine ilişkin turizm çeşidi şeklinde tanımlanmıştır. Küresel çapta duyulan veya bütün dünyayı etkileyen hüzünlü olaylar, katliamlar, savaşlar, deprem, sel gibi doğal felaketler, soykırımlar ve teknolojik silahlar hüzün turizmi kapsamında değerlendirilmektedir.

Dünya'da hüzün turizmi denildiğinde ilk akla gelen olaylar ve destinasyonlar 2012 yılındaki istatistikler doğrultusunda; Prenses Diana'nın kaza geçirdiği tünel Pont de l'Alma (Fransa), ikiz kulelerin yıkıldığı Zero Point (ABD), Kwai Köprüsü (Tayvan), Auschwitz Yahudi Toplama Kampı (Polonya) ve Çernobil Nükleer Santral Etki Alanı (Ukrayna)'dır. Türkiye'de de Gelibolu-Çanakkale, Anıtkabir-Ankara, Sarıkamış-Kars,

Başkomutan Tarihi Milli Parkı-Afyonkarahisar, Dolmabahçe Sarayı-İstanbul ve Ulucanlar Cezaevi-Sinop hüzün turizmi kapsamında ele alınan bazı destinasyonlardır (Kurnaz, Çeken ve Kılıç, 2013).

2.2.6.8. Kamp ve karavan turizmi

Doğal ve kültürel güzelliklerin yoğun olduğu kamp alanlarında gerçekleştirilen kamp turizmi, küçük veya büyük gruplar halindeki turistlerin kamp faaliyeti amacıyla gittikleri yerlerde kendi çadırlarını kurarak konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşıladıkları, doğa ile iç içe olmaları, zaman ve yer sınırlaması olmadan ekonomik bir tatil yapmalarını sağlayan turizm türüdür. Karavan turizmi ise zaruri ihtiyaçlara cevap verecek şekilde özel olarak tasarlanmış araçlarla değişik ülkeleri görmek üzere doğanın dengesini bozmadan yapılmaktadır.

Kamp turizmi dünyada Kuzey Amerikalılar, Avrupalılar, Avustralyalılar, Yeni Zelandalılar ve son yıllarda Çinliler ve Hintliler arasında yaygınlaşmıştır (Brooker ve Joppe, 2013, s. 2). Türkiye’de FICC (Uluslararası Kampçılık ve Karavancılık Federasyonu) raporuna göre 300 civarında kamp alanı mevcut olmakla birlikte yalnızca 100 kadarı karavan konaklamaları için uygundur. Sudance Kamping, Kelebekler Vadisi ve Ada Kamping ise en bilinen kamping alanlarıdır.

2.2.6.9. Kırsal turizm

Şehirleşmenin, kent halkı üzerinde yarattığı baskı ile belirginleşen kırsal turizm genel anlamıyla kırsal alanlarda uygulanan bütün turizm etkinliklerini ifade ederken bazı tanımlarda düşük nüfus yoğunluğuna bazılarında ise ziyaretçilerin geleneksel ve doğal etkinliklere katılma durumuna vurgu yapmaktadır. Uzmanlar arasında kapsamının netleştirilememesi de kavramın çiftlik turizmi (farm tourism), köy turizmi (village tourism), yayla turizmi (highland tourism), tarımsal turizm (agri-tourism), yumuşak turizm ve yeşil turizm adı altında anılmasına neden olmaktadır.

Kırsal turizm fiziksel, ekonomik ve sosyo-kültürel çevre üzerinde birçok olumlu etki yaratmakla birlikte altyapı ve üstyapı, doğal çevre, biyoçeşitlilik ve kültürel miras unsurlarının korunması ve güzelleştirilmesine de katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda istihdam sağlayarak kente doğru göç hareketliliğinin engellenmesine yardımcı olmaktadır. Bunun dışında doğru bir plan yapılmadığı takdirde tarım alanlarının azalması, doğal yapının bozulması, altyapı problemleri, doğal ve kültürel değerlerin yok olması,

çarpık yapılaşma, ekonomik sızıntı ve konut fiyatlarının artması gibi sorunlarla da karşılaşmaktadır (Albayrak, 2013).

2.2.6.10. Kış turizmi

Genellikle belirli yükseklikteki dağlarda kayak, buzul yürüyüşü, snowboard, tırmanış ve kar raftingi gibi kış sporlarının yapıldığı turizm çeşididir. Turizmin dört mevsime yayılmasını amaç edinen bu türün en önemli işlevi soğukların artması ile turizm tesislerinin atıl durumda bırakılmasına engel olmasıdır. Bu bakımdan işsizlik, altyapı ve kalkınma sorunlarına da çözüm getirmektedir.

Dünya çapında kış turizm pazarında iddialı destinasyonlar İsviçre, İtalya, Fransa, Avusturya ve İspanya-Fransa sınırında yer alan Andora'dır. Japonya'nın 547, Almanya'nın 498, ABD'nin 481 ve 18. sırada yer alan Türkiye'nin de 51 adet kayak merkezi bulunmaktadır. Dünyada 2.000 üzerinde kayak merkezi varken en çok kayakçı turisti 2,6 milyon ile La Plagne (Fransa) ağırlamaktadır (TÜRSAB Kış Turizm Raporu, 2019).

2.2.6.11. Kuş gözlemciliği turizmi

Kuş gözlemciliği, çok uzun yıllardır insanlar tarafından hobi olarak gerçekleştirilmektedir (Albayrak, 2013, s. 164). Kuş gözlemciliği, doğayı kuşların gözünden görmeyi ve tanımayı sağlamaktadır (http-5). Kuşların doğal ortamlarındaki hareketlerini, göçlerini, barınma ve üremelerini izlemeye dayalı bu faaliyete kuş gözlemciliği turizmi denilmektedir. Kuş gözlemciliği parklar, sulak alanlar, ormanlar, bozkırlar, dağlar ve göller gibi her yerde kuşların gözlemlenmesi esasına dayanmaktadır. Kuşları doğal ortamlarında gözlemlemek ve onları tanımak amacıyla yapılan seyahatlerde kişiler konaklama, ulaşım, yeme-içme gibi diğer gereksinimleri için çeşitli mal ve hizmetleri satın almaktadır. Bu durum turizm ekonomisine katkı sağlamakta ve kuş gözlemciliğinin turizm kapsamında değerlendirilmesine neden olmaktadır (Albayrak, 2013, s. 164).

Turistleri bu turizm türüne yönelten en önemli motivasyon, kuşlara ve doğaya duyulan ilgi, farklılık, öğrenme ve kendini iyi hissetmedir. Kimi kişiler bu turizm türünü işleri nedeniyle profesyonel olarak gerçekleştirirken kimi kişiler için kuş gözlemciliği bir hobidir. Özellikle son yıllarda kuşların göç yolları üzerindeki bölgelere giderek burada belirli bir süre konaklayan kişilerin sayısı artmaya başlamıştır. (Albayrak, 2013, s. 164).

Fakat kuş gözlemciliği; Avrupa ve Kuzey Amerika’da oldukça yaygın olmasına rağmen Türkiye’de az sayıda insan tarafından bilinmektedir ([http-6](#)).

Kuşların yaşamları boyunca bulundukları alanların sayısı sonsuzdur. Dolayısıyla tüm bu alanların etkili bir şekilde korunabilmesi imkansızdır. Bu yüzden, Önemli Kuş Alanları (ÖKA) Projesi hayata geçirilmiştir. ÖKA, 1989 yılında Uluslararası Kuşları Koruma Konseyi tarafından başlatılan ve dünyanın birçok ülkesinde yürütülen bir projedir. Doğal Hayatı Koruma Derneği, projenin başlangıcından itibaren Türkiye bölümü için gerekli çalışmaları başlatmış ve 1997 yılında ÖKA kitabını yayınlamıştır. Halen yeni değerlendirme çalışmaları yapan dernek bir taraftan da izleme çalışmalarını sürdürmektedir ([http-7](#)).

1990 yılında başlayan Türkiye'nin ÖKA Projesi, Türkiye'deki kuşlar açısından önem taşıyan alanlarda; kamuoyu bilinci oluşturma, lobi etkinlikleri ve kampanyalarla korunmasını, alanlardaki gelişmelerin sürekli izlenmesini ve yeni ÖKA'ların belirlenmesini amaçlamaktadır Türkiye’de bulunan önemli ÖKA’lar: Meriç Havzası, Marmara Havzası, Susurluk Havzası, Kuzey Ege Havzası, Gediz Havzası, Küçük Menderes ve Büyük Menderes Havzası, Batı Akdeniz Havzası, Burdur Kapalı Havzası, Antalya Havzası, Akarçay Kapalı Havzası, Sakarya Havzası, Batı Karadeniz Havzası, Kızılırmak Havzası, Yeşilırmak Havzası, Doğu Karadeniz ve Çoruh Havzası, Seyhan ve Ceyhan Havzaları, Asi Havzaları, Fırat Havzası, Aras Havzası, Van Kapalı Havzası ve Dicle Havzası’dır ([http-7](#)).

2.2.6.12. Macera turizmi

Bilinmeyen ve gizli kalan deneyimleri tecrübe etme arzusu macera arayışlarını bu yoğun ilgi de macera turizmini ortaya çıkarmıştır. Macera turizmi, fiziksel tehlikeye karşı maruz kalma riski olan, özel beceriler gerektiren, doğal çevre ile etkileşimli faaliyetlere katılan turistleri içermektedir. Macera Turizm Pazar Araştırması’na (2013) göre turistlerin macera dışı seyahatlere göre daha genç oldukları ve ortalama yaşlarının 36 olduğu bilinmektedir. Ayrıca ortalama harcama tutarlarının 947 dolar ve kalış sürelerinin ise ortalama on gün olduğu belirlenmiştir.

Dağcılık, paraşütle atlayış, balon seyahati, bisiklet turizmi (orienteering), mağaracılık ve yelkencilik gibi birçok çeşidi bulunmaktadır. İstatistiksel açıdan incelendiğinde, George Washington Üniversitesi ile Macera Turizmi ve Ticaret Birliği’nin gerçekleştirdiği Macera Turizm Geliştirme Endeksi’nde (2016), 2009-2012

yılları arasında macera turizminin 263 milyar dolar seviyeye çıkarak %65'lik bir büyüme gösterdiği bulgulanmıştır. Ziyaret edenlerin %20'si milli parkları tercih ederken, %15'i macera sporlarına yönelmiştir (TÜRSAB, 2014). Türkiye'de macera turizmi gelişmişliğine bakıldığında ise, Macera Turizm Geliştirme Endeksi'nin (2016) gerçekleştirdiği, macera turizmine ilişkin bölgesel eğilim ve sıralamada, Doğu Avrupa ve Orta Asya bölgesi içerisinde Türkiye'nin 2. sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

2.2.6.13. Sağlık turizmi

Sanayileşmeyle birlikte yorucu, sıkıcı ve bunaltıcı şehir yaşamının insan sağlığını tehdit etmesi sonucu ruhsal ve bedensel hastalıklar ortaya çıkmış ve tedavi edilmesi amacıyla da sağlık turizmi hareketi başlamıştır. Özellikle son yıllarda artan salgın ve rahatsızlıklardan dolayı ekonomik açıdan lokomotif güce dönüşen sağlık turizmi, büyük ve önemli bir pazar haline gelmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre sağlık turizmi; “bireyin fiziksel iyilik halini sağlamak veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavi, rehabilitasyon vb. gereksinimini karşılamak üzere kaplıca veya sağlık merkezlerine seyahat ettiği turizm türü” şeklinde tanımlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019). Sağlık Bakanlığı (2019) da kişilerin koruyucu, iyileştirici, rehabilite edici ve sağlığı güçlendirici hizmetleri satın almak üzere yaşadıkları destinasyonlar dışında gerçekleştirilen ziyaretler olduğunu belirtmekte ve termal, medikal, yaşlı ve engelli turizm türlerini barındırdığını ifade etmektedir.

Kaynak bakımından zengin bir potansiyele sahip Türkiye'nin sağlık turizmine yönelik durumu ele alındığında; Türkiye'ye sağlık ve tıbbi nedenlerle gelen ziyaretçi sayısının 2016 yılında 377.384, 2017 yılında 433.292 ve 2018 yılında 551.778 kişi olduğu tespit edilmiştir (TÜİK, 2019). Dünya'da ise sağlık turizmi merkezleri ve pazarları zamanla oluşmaya başlamış ve Ortadoğu (Dubai, Ürdün, İsrail, Mısır), Uzakdoğu (Malezya, Singapur, Tayland, Hindistan), Doğu Avrupa (Türkiye, Macaristan, Polonya, Çek Cumhuriyetleri), Batı Avrupa (Almanya, Belçika), Güney Afrika, Kuzey Amerika, Brezilya, Güney Kore ve Çin olmak üzere birkaç bölgede yaygınlaştığı gözlenmiştir (TÜSİAD, 2009).

2.2.6.14. Spor turizmi

Spora ilgi duyan kişilerin spor aktivitelerini turizm faaliyetleri içerisinde gerçekleştirdiği veya seyirci olduğu turizm türüdür. Spor turizmi diğer turizm türlerinden farklı olarak insanların temel turizm faaliyetleri içerisinde öncelikli olarak spor yapma

eylemine içermektedir. Etkileşim seviyesi yüksek bu turizm türü, ülkeler arası ilişkilerin güçlenmesine ve uluslararası platformda destinasyonların tanınmasına imkan sağlamaktadır. Ayrıca mevsimsellik sorununda yaşanan ekonomik zararın giderilmesinde de oldukça etkilidir.

TÜRSAB Spor Turizmi Raporunda, son ulaşılan veriler bağlamında 2014 yılında dünyada spor turizminden 180 milyar dolar, Türkiye’de ise 900 milyar dolar gelir elde edildiği tespit edilmiş ve spor turistlerinin diğer turistlerden iki kat harcama yaptığı belirlenmiştir (http-3). UNWTO’nun (2015) Lanzarote’de yaptığı araştırmaya göre spor turistinin günlük ortalama 133,85 euro harcama yaptığı bulgulanmıştır. Spor Turizmi Uluslararası Konseyi (STIC) tarafından yapılan araştırmada da spor turizminden sağlanan gelirin toplam turizm aktivitelerinin %32’sini oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır (Türsab Dergisi, 2002, s. 2). Uluslararası açıdan en büyük spor organizasyonları ise FIFA Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları, UEFA Şampiyonlar Ligi, Kriket Dünya Kupası, Super Bowl, Wimbledon Tenis Turnuvası, Fransa Bisiklet Turu, Rugby Dünya Kupası, Formula Yarışları ve NBA olarak belirlenmiştir (UNWTO, 2015).

2.2.6.15. Yayla turizmi

Doğal çekiciliklere, üstün peyzaj değerlerine, geleneksel mimari tarzına, yerel yaşam ortamına sahip, eko-turizm özelliklerini barındıran yaylalar; kültürü bozulmamış doğayı deneyimlemek isteyen turistlerin ilgisini çekmekte ve kitle turizminin aksine küçük gruplara yaylalarda konaklama ve etkinliklere aktif katılma fırsatı sunmaktadır. Spor, yürüyüş, trekking, golf, binicilik, avlanma gibi birçok aktiviteyi barındırması bakımından da önemli olduğu söylenebilir. Bahsi geçen birçok olanağı bir arada vermesi yaz aylarında yerli ve yabancı turist yoğunluğunda artışa neden olmaktadır. Bu durum da yayla turizminin doğa temelli alternatif turizm türlerinden çıkarak kitle turizmine dönüşmesine ve doğa tahribine zemin hazırlamaktadır.

Türkiye’de yayla ve dağlık alanların geniş yer kaplaması yayla turizmi yönünden uygun bir potansiyelin varlığını ortaya koymakta ve yaylalarda düzenlenen şenlik ve organizasyonlar da bölgeye çekicilik kazandırmaktadır. Doğayı tam anlamıyla yansıtmaması bakımından turistleri ruhsal doyuma ulaştırırken daha az gelir düzeyine sahip tarım üreticilerine de ek bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Sunulan bilgiler yayla turizminin diğer alternatif turizm çeşitlerinden farklı olarak aslında birçok turizm türünü içerdiğini de göstermektedir.

2.3. Şehir ve Ülke Bazında Gerçekleştirilen Benzer Çalışmalar

Tezin bu bölümünde, alternatif turizm ve özel ilgi turizmine ilişkin literatürde yer alan çalışmalara yer verilmiştir. Tablo 2.12.'de çalışma çerçevesinde literatüre katkı sağladığı düşünülen ulusal ve uluslararası bazı çalışmalar incelenmiştir.

Tablo 2. 12. Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)

Yazar İsmi/ Tarih/Çalışmanın Adı	Çalışma Türü	Özet
Kılıçoğlu (1995), “Alternatif Turizm ve Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli”	Doktora Tezi	Çalışmanın amacı, genel itibarıyla alternatif turizmin kavramsal temelini ortaya koymak, türleri üzerinde durmak, dünya genelindeki alternatif turizm çalışmalarına değinmek ve turistlerin beklentilerindeki değişimleri alternatif turizme dönük olarak değerlendirmektir. Kavramsal bir çalışmadır.
Weaver (1995), “Montserrat'ta Alternatif Turizm”	Makale	Karayip adası Montserrat'ın, doğal güzelliği, biyolojik çeşitliliği, tarihi ve kültürel çekiciliklerini incelemek amacıyla yürütülen bu çalışmada, adanın gelişmesindeki engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik alternatif turizm stratejilerinin oluşturulması gerektiği ve bu stratejiler oluşturulurken adanın doğal güzellikleri, biyolojik çeşitliliği, tarihi miras ve sakin yaşam özelliklerinin dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir.
Tanrısevdi ve Çavuş (2003), “Özel ilgi Turizmi ve Özel ilgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme”	Makale	Çalışmanın amacı, özel ilgi turizmi açısından Kuşadası'nda var olan mevcut potansiyele dikkat çekmektir. Çalışmada öncelikle, özel ilgi turizminin kuramsal çerçevesi çizilmiştir. Daha sonra kitle turizminin neden olduğu olumsuzluklara alternatif olması bakımından önem taşıyan bu tür seyahatlerin, Kuşadası gibi gelişme faktörleri kitle turizmine dayandırılmış, ancak birçok olumsuzlukla da karşı karşıya kalmış bir turistik merkezde önemle ele alınması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Son olarak, özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası'nda var olan potansiyel kaynaklar hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 2.12. (Devam) *Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)*

Mafunzwaini ve Hugo (2005), “Güney Afrika'nın Limpopo Eyaletinin Kırsal Turizm Potansiyelini Ortaya Çıkarmak: Bazı Stratejik Kurallar”	Makale	Bu çalışma, turizmi geliştirmek için ulusal ve uluslararası stratejileri incelemekte ve kırsal turizmin başarısını sağlayabilecek kilit stratejik konuları belirlemek amacıyla Limpopo ilinin turizm endüstrisindeki katılımcıların görüşlerini araştırmaktadır. Sonuçlar, kırsal turizmi Limpopo eyaleti için uygulanabilir bir kalkınma aracı olarak tanımlamıştır.
Kreiner ve Wall (2007), “Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Batı Negev, İsrail'in SWOT analizi”	Makale	Bu çalışma, Güney İsrail'deki Batı Negev'de eko turizmin mevcut durumunu ve potansiyelini incelemektedir. Yöntem iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çalışma alanı çeşitli yönleriyle kısaca açıklanmıştır. Yöntem bölümünün ikinci kısmı, SWOT analizi için veri toplamak için kullanılan özel prosedürleri açıklamaktadır.
Uğuz (2011), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli”	Makale	Çalışmada, Burhaniye ilçesinin alternatif turizm potansiyeli belirlenmekte ve sürdürülebilir rekabet gücü olan turizm çeşitleri ortaya konulmaktadır. Çalışmada, Burhaniye’de alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve bu gelişimin avantajlarından ilçenin yararlanabilmesi için öneriler sunulmaktadır.
Uluçeçen (2011), “Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği”	Yüksek Lisans Tezi	Bu çalışmada; Türkiye’de özel ilgi turizmine ait farkındalığın geliştirilmesi ve mevcut kaynaklar göz önünde bulundurularak başarıyla uygulanması hedeflenerek, detaylı bir derleme/yorumlama yapılmıştır.
Christou (2012), “Kitle Turizmini Alternatif Turizm Biçimleriyle Birleştirmek Mümkün Mü: İspanya, Yunanistan, Slovenya ve Hırvatistan örneği”	Makale	Bu çalışmada, alternatif turizmin doğuşu, gelişimi ve alternatif turizm türlerinin kullanımını belirlemek amacıyla alan yazın incelenmiştir. Ayrıca çalışma, İspanya, Yunanistan, Slovenya ve Hırvatistan'ın alternatif turizm biçimlerini nasıl ve neden kullandığını açıklamaktadır.

Tablo 2.12. (Devam) Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)

Düzgüneş ve Demirel (2013), “Maçka Bölgesi’nin Alternatif Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi”	Makale	Bu çalışmada, Maçka bölgesinin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynak değerleri doğrultusunda alternatif turizme yönelik gerçekleştirilebilecek etkinlikler belirlenerek turizme ve bölgeye sağlayacağı katkılar ortaya konmaktadır. Sonuç olarak bölge, sahip olduğu doğal ve kültürel kaynak değerleri ile oldukça yüksek turizm potansiyeline sahiptir.
Moş ve Petroman (2014), “Banat Bölgesi, Timis İlçesinden Seceani’nin Kırsal ve Tarihi Turizm Potansiyeli”	Makale	Çalışma, Romanya’nın Seceani bölgesinin bilinmeyen doğal ve tarihi kaynaklarının altını çizmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, yolcuğu eğitmeyi, ekolojik koruma için fon sağlamayı, bu yerel topluluğun ekonomik kalkınmasına ve siyasi güçlenmesine doğrudan fayda sağlamayı ve otantik Banat kültürü ve zihniyetine saygıyı teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Kavramsal bir çalışmadır.
Yay (2017), “Kemer’in Alternatif Turizm Potansiyeli”	Makale	Bu çalışmada Antalya’nın Kemer ilçesinde yapılan ve yapılabilecek alternatif turizm çeşitlerinin yerel yönetim ve birlikteki yöneticilerin gözüyle ve SWOT analizi ile belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yerel yönetici ve turizm birliklerindeki toplamda 4 yönetici ile görüşülmüştür. Katılımcılar Kemer’in doğal, tarihi, kültürel tabanlı turizm çeşitlerine uygun olduğunu vurgulamaktadır.
Aydın (2017), “Turistlerin Sinop İlinin Alternatif Turizm Potansiyeline Yönelik Algılamalarının İncelenmesi”	Yüksek Lisans Tezi	Bu çalışma Sinop ilinin alternatif turizm potansiyelini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Sonuç olarak; Sinop’un alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu, doğa turizmi ve kültür turizminin bölgede uygulanabilir alternatif turizm türleri olduğu, ancak sahip olduğu potansiyelini konaklama tesislerinin yetersiz oluşu, alt ve üst yapı eksiklikleri, tanıtım yetersizliği gibi faktörlere bağlı olarak yeterince geliştiremediği tespit edilmiştir.

Tablo 2.12. (Devam) *Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)*

Aksakallı vd., (2017), “Cittaslow (Sakin şehir) Uzundere’nin Özel İlgi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi”	Bildiri	Çalışmada, Uzundere’nin sahip olduğu turistik potansiyele yönelik bir bakış açısı oluşturmak amaçlamaktadır. Uzundere’nin sahip olduğu turistik potansiyel ve çeşitli çekicilikler SWOT Analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. SWOT Analizi ile Uzundere’nin sahip olduğu bozulmamış doğal dokusuyla, çeşitli festivaller ve Cittaslow tanıtım atağıyla başta kültür ve gastronomi turizmi olmak üzere birçok turizm türüne ev sahipliği yapabilecek bir potansiyele sahip olduğu değerlendirmeleri elde edilmiştir.
Tırl (2018), “Bir Özel İlgi Turizmi Olarak Edebiyat Turizmi ve Türkiye’nin Edebiyat Turizmi Potansiyeli”	Bildiri	Bildiride, edebiyat turizmi hakkında kavramsal bir tartışma yapılarak, Türkiye’nin edebiyat turizmi potansiyeli iç ve dış turizm bağlamında değerlendirmeye çalışılmıştır. Özel ilgi turizminin tartışılması, edebiyat-turizm ilişkilerine değinilmesi ve Türkiye’de edebiyat turizmine hizmet edebilecek bazı mekânların ele alınmasıyla çalışma tamamlanmıştır.
Mollayakub (2019), “Şincan Uygur Özerk Bölgesinde Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”	Yüksek Lisans Tezi	Bu çalışma çerçevesinde; ilk önce, Şincan Uygur Özerk Bölgesi hakkında genel bilgilendirme yapılarak, bölgedeki yeraltı zenginlik kaynakları üzerinde durulmuştur. Daha sonra; Şincan Uygur Özerk Bölgesi’nin ekonomisi ve ekonomiyi etkileyen sektörler incelenerek bölgenin turizm durumu, turistik arz potansiyeli değerlendirilmeye çalışılmıştır. En son aşamada ise; Şincan Uygur Özerk Bölgesi’nin alternatif turizm sahaları ve alternatif turizmi geliştirmeye yönelik politikaları çerçevesinde araştırma yapılarak bölgenin SWOT analizi yapılmıştır.
Akın vd., (2019) “Yozgat’ın Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”	Makale	Bu çalışmada, Yozgat’ın sahip olduğu alternatif turizm potansiyeli ile bölgesel kalkınmaya etkileri değerlendirilmiştir. Öte yandan SWOT analizi ve yerel paydaşlarla yüz yüze görüşülmüştür. Yozgat’ın önemli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu gerçeğine ulaşılmıştır.

Tablo 2.12. (Devam) *Şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)*

Isaac ve Eid (2019), “Turistlerin Destinasyon İmajı: Filistin'deki Alternatif Turizmin Keşif Niteliğinde Bir Çalışması”	Makale	Çalışma, medyadaki olumsuz imajı göz önüne alındığında alternatif turizmin Filistin'in destinasyon imajına nasıl katkıda bulunabileceğini anlamayı amaçlamaktadır. Ampirik sonuçlar, Filistin'i ziyaret eden ve alternatif turizm ile uğraşan turistlerin, medyada Filistin'i ziyaret etmek için tehlikeli bir yer olarak gösterenlerin aksine olumlu destinasyon imajlarına sahip olduklarını kanıtlamıştır.
Şeyhanlıoğlu ve Kınır (2021), “Ağrı Destinasyonunun Alternatif Turizm Potansiyeline İlişkin Yerel Paydaşların Bakış Açısı”	Makale	Araştırmanın amacı, Ağrı ilinde yaşayan yerel paydaşların görüşleri ve destinasyonun turizm potansiyelinin incelenmesi olup, nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırma bulgularına göre özellikle; tanıtımın, imaj çalışmalarının, kaliteli turizm işletmelerinin, ulaşılabilirliğin, medya kullanımının, etkinliklerin ve çekiciliklerin artırılması konularına önem verilmesi ele alınmıştır.

Yapılan literatür taraması sonucunda yerli ve yabancı kaynaklara ulaşılmıştır. Tabloya göre şehir ve ülke bazında gerçekleştirilen alternatif turizm ve özel ilgi turizmi potansiyeline yönelik birçok çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. Ulusal ve uluslararası çalışmalara bakıldığında, ilk çalışmaların 1990'lı yıllara dayandığı görülmektedir. Bu çalışmaların büyük bir çoğunluğu makale türündedir. Bildiri ve tezlerin sayıca az olması ise dikkat çekmektedir. Diğer bir dikkat çeken nokta, çalışmaların çoğunun alternatif turizme yönelik olmasıdır. Bunun sebebinin ise, alternatif turizm ve özel ilgi turizm kavramlarının birbirine karıştırılması olduğu söylenebilir. Tabloya göre ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemleri değişiklik göstermektedir. Bazı çalışmalarda nitel araştırma yöntemleri kullanılırken bazı çalışmalarda ise nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmaların çoğunluğu kavramsaldir. Ayrıca, çalışmaların yine çoğunluğunda SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır.

Şalpaazarı ilçesine yönelik çalışmalar Tablo 2.13.'de verilmiştir. Çalışma çerçevesinde literatüre katkı sağladığı düşünülen çalışmalar incelenmiştir.

Tablo 2. 13. Şalpazarı ilçesi hakkında yapılan çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)

Yazar İsmi/ Tarih/Çalışmanın Adı	Çalışma Türü	Özet
Zaman (1999), “Güzle yerleşmelerine tipik bir örnek alataşı güzlesi (Şalpazarı-Trabzon)”	Makale	Araştırma kapsamında, Şalpazarı ilçesinde yer alan ve Gökçeköy aileleri tarafından genellikle hayvancılık amacıyla ve mevsimlik olarak kullanılan alataşı güzlesi incelenmektedir.
Aça (2005), “Trabzon-Şalpazarı Çepnileri ile Çavuş Türklerinin Doğum Sonrası Etrafındaki İnanış ve Uygulamaları Üzerine Bir Karşılaştırma Denemesi”	Makale	Bu çalışmada, 16. yüzyıldan sonra Ruslar tarafından uygulanan asimilasyon politikalarıyla Hristiyanlaştırmaya çalışılan; fakat eski inanç sistemlerini ciddi anlamda muhafaza eden Çuvaş Türkleri ile Şalpazarı Çepnilerinin doğum sonrası bazı inanış kalıpları ve törensel uygulamaları üzerinde karşılaştırmalı bir şekilde durulmuştur. Karadeniz’in güney ve kuzey taraflarından iki Türk topluluğunun doğum sonrası inanış ve uygulamaları arasındaki benzer ve farklı yönler tespit edilmiştir.
Yılmaz (2006), “Şalpazarı İlçe Merkezinde Coğrafi Etüdü”	Yüksek Lisans Tezi	Bu çalışmada, Şalpazarı ilçesinin coğrafi özellikleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, temel sorunlar belirlenmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur.
Korkmaz (2010), “Trabzon-Ağasar Kadın Giysileri”	Makale	Bu çalışmada, Şalpazarı ilçesinde kadınların giydiği kıyafetler incelenmiştir.
Çolak (2013), “Trabzon İli Şalpazarı İlçesinde Yetişen Vaccinium Türlerinin Pomolojik ve Morfolojik Özellikleri Üzerine Araştırmalar”	Yüksek Lisans Tezi	Bu araştırma 2011-2012 yıllarında Şalpazarı ilçesinde belirlenen 18’i Vaccinium arctostophlos, 2’si Vaccinium myrtillus türüne ait toplam 20 tip ile yürütülmüştür. Çalışmada tipler pomolojik ve morfolojik özellikler yönünden incelenmiştir.
Yıldırım (2015), “Dokumacılık Sanatının Trabzon/Şalpazarı Yöresindeki Yansıması ve Motif İncelemesi: Çanta ve Çorap Örneği”	Makale	Araştırmanın evrenini, Şalpazarı ilçesi oluşturmaktadır. Şalpazarı’nda yapılan derlemelerle ürünlerin fotoğrafları çekilmiş, envanterleri hazırlanmış ve motifleri çıkartılmıştır. Çalışma, giriş bölümünden sonra üç an bölüm ve sonuç kısmından oluşmaktadır. Bu bölümler; Şalpazarı yöresine ait dokuma türleri, bu dokumalarda kullanılan motifler ve dokuma örnekleridir.

Tablo 2. 14. Şalpazarı ilçesi hakkında yapılan çalışmalar (Yazar tarafından derlenmiştir)

Kandemir (2019), “Şalpazarı’nda Bulunan Serenderler (Tekirler)”	Yüksek Lisans Tezi	Araştırma kapsamında Şalpazarı’nda bulunan 88 adet serender incelenmiştir. Çalışmada serender mimarisinin tarihi menşei hakkında incelemeler yapılmıştır. İlçenin tarihi ve serender mimarisinin yapımına etkisi bakımından iklimi ve coğrafyası hakkında bilgiler de sunulmuştur.
Uzun Palabaş ve Terzioğlu (2019), “Sisdağı (Şalpazarı/Trabzon) ve Yöresinin Florası”	Makale	Bu çalışma ile Sisdağı ve yöresinin bitkisel tür zenginliği ve tehdit altındaki türleri tespit edilmiştir. Araştırma alanı Trabzon ili sınırları içerisinde ve Davis’in grid sistemine göre A7 karesinde yer almaktadır.
Demirci (2020), “Şalpazarı (Ağasar) Bölgesi Çepnilerinin Dini İnançsal Evreninin İncelenmesi “	Yüksek Lisans Tezi	Bu çalışmada, Şalpazarı, Akçaabat ve Çarşıbaşı ilçelerine bağlı bazı mahallelerde yaşayan Çepnilerin Aleviliğe aidiyeti konusu incelenmiştir. Akçaabat ve Çarşıbaşı ilçelerindeki Aleviler, tarihsel süreç, inanç, ahlaki öğretisi, ibadet, gelenek görenek ve demografik yapıları bakımından araştırılmıştır.
Alptekin (2020) “Şalpazarı örneğinde Doğu Karadeniz’de “Temel” adının kişi ve sülale adı olarak kullanımı üzerine”	Makale	Bu çalışmada, Şalpazarı ilçesi ve 24 köyü incelenmiştir. İncelemede, 1831 nüfus sayımı belgelerindeki bilgilerin, ‘Temel’ ismi bağlamında, güncel durumla karşılaştırılması yapılmıştır. Çalışmanın veri toplama tekniği tarihsel karşılaştırmalı araştırma ve saha çalışmasıdır.

Tablo 2.13 incelendiğinde, Şalpazarı üzerine sadece 4 yüksek lisans tez çalışması yapıldığı tespit edilmiştir. Tablonun geneli incelendiğinde ise turizm konulu bir çalışma yapılmadığı görülmektedir.

2.4. Şalpazarı İlçesi Hakkında Genel Bilgiler

Bu bölümde Şalpazarı ilçesinin tarihi, coğrafi yapısı, nüfusu, eğitim durumu, ekonomik yapısı, altyapı durumu, kültürü ve Şalpazarı ilçesinde turizmin temel unsurları incelenmiştir.

2.4.1. Şalpazarı ilçesinin tarihçesi

Şalpazarı ilçesinde yerleşim çok eski tarihlere dayanmaktadır. Şalpazarı’yla ilgili ulaşılan en eski belge H.921 – M.1515 tarihli “Trabzon Tahrir Defteri”dir (Bostan, 2017,

s. 51). Belgede Şalpazarı ilçesinin adı “Akhisar Deresi” olarak geçmektedir. Daha sonraki kayıtlarda da yine “Akhisar Deresi” veya “Akhisar Deresi Nahiyesi” olarak kaydedilmiştir. (http-9). Şalpazarı çevresine “Ağasar” da denilmektedir. Ağasar sözcüğünün Akhisar kelimesinin değiştirilmiş şekli olduğu söylenebilir (http-8). Halk arasında bilinen ismi ile “Ağasar” kelimesinin kökeni bu şekildedir. Trabzon 1320-1902 Salnamesi’nde ilçenin ismi ise “Şar-pazarı” olarak geçmektedir. “Şar-şal” yünden dokunan bir kumaş çeşidi olmakla birlikte aba, zıpka, peştamal gibi dış kıyafetlerin yapımında kullanılmaktadır. İlçe merkezi de bu kumaşların alınıp satıldığı bir pazar yeridir (http-9). Zamanla bölgede bu giyim ve dokuma mallarının alım-satımı yapılması nedeniyle "Şarpazarı" değişikliğe uğrayarak "Şalpazarı" haline gelmiştir (https-8).

Yörede yaşayan halk, Oğuzların Üçoklar boyundan olan Çepnilerdir. Çepniler bu bölgeye Trabzon’un fethinden önce Akkoyunlu hükümdarı ve Safavi Türkmen İmparatoru Şah İsmail’in dayısı Uzun Hasan zamanında kabileler halinde gelmiştir. Çepniler; Horasan-Orta Asya’dan göç ettikten sonra Doğu Anadolu’nun doğu kesimleri ile İran’a yerleşmiştir. Çepniler burada yaşadıkları sırada yönetime karşı ayaklanmalara karıştıkları için yönetim tarafından çıkarılan bir fermanla Anadolu’ya sürgün edilmiştir. Buradan sürgün edilen Çepni Türklerinden yüz bin kadarı Doğu Karadeniz’de Gürgentepe-Koyulhisar-Dereli, Görele, Tirebolu, Şebinkarahisar, Torul, Kürtün ve Ağasar (Şalpazarı) bölgelerine yerleşmiştir (http-9). Şalpazarı ve çevresi 1461 yılında Trabzon’un fethiyle birlikte Osmanlı Devleti topraklarına katılmıştır (Bostan, 2017, s. 51).

İlçe, Osmanlı döneminde Trabzon Sancağı Görele kazasına bağlıyken 1809 tarihinde çıkarılan bir fermanla Trabzon sancağına bağlı Vakfihatuniye (Vakfikebir) kazasına bağlanmıştır. 1914’te Vakfikebir’e bağlı bucak haline getirilen Şalpazarı’nda daha sonra bu teşkilat kaldırılmış ve 1927 yılında Vakfikebir’e bağlı olarak yeniden kurulmuştur (http-9). Bakanlar Kurulu’nun 07.12.1953 tarih ve 4-1945 sayılı kararı ile tam teşekküllü bucak haline getirilen Şalpazarı, 1968 tarihinde belediye teşkilatı haline gelmiş ve 1987 tarihinde de ilçe olmuştur (http-8).

2.4.2. Şalpazarı ilçesinin coğrafi yapısı

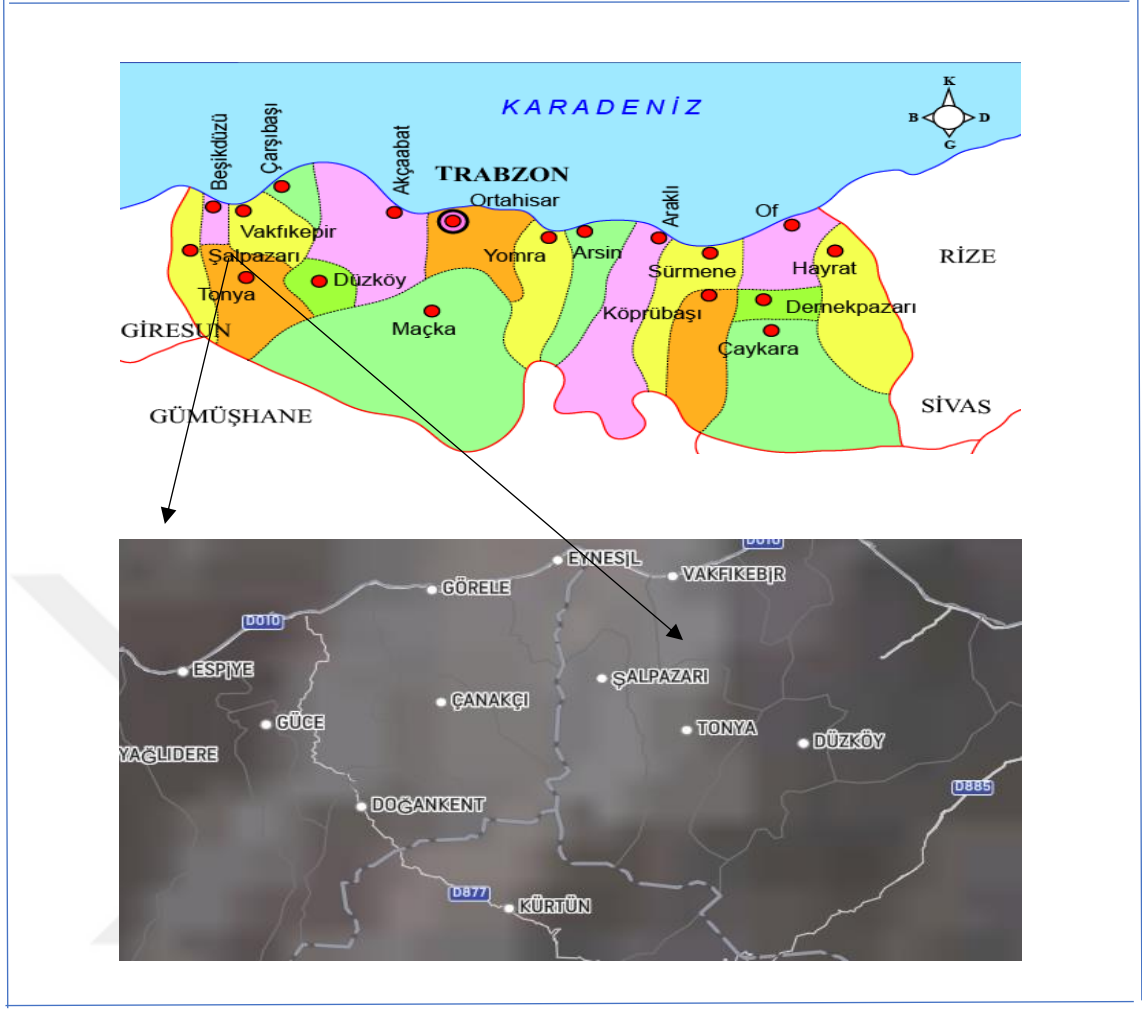
Trabzon şehrine bağlı bir ilçe olan Şalpazarı, Karadeniz Bölgesi’nin Doğu Karadeniz sınırları içinde yer almaktadır. Trabzon şehir merkezine yaklaşık 65 kilometre uzaklıkta olan ilçe, konum itibarıyla Trabzon şehrinin en batısında yer almaktadır

(Yılmaz, 2006, s. 1). Şalpazarı, denizden içeride, dağlarla kaplı bir coğrafi yapıya sahiptir (http-10). İlçe merkezi Akhisar (Ağasar) deresi ile Küçük derenin birleştiği noktada kurulmuştur. Beşikdüzü ilçesinin batısındaki Akhisar vadisi boyunca kurulu olan Şalpazarı ilçesinin kıyıya uzaklığı 15 kilometredir (Yılmaz, 2006, s. 1). 138 kilometrekare yüzölçümü olan Şalpazarı merkezinin, denizden yüksekliği 270 metredir (http-15). Şalpazarı ilçe merkezinin görünümü Görsel 2.1.'de verilmiştir.



Görsel 2. 1. Şalpazarı ilçe merkezinden bir görünüm (http-11)

Engeli bir araziye sahip olan Şalpazarı'nın batısı Giresun'a bağlı Eynesil ve Görele ilçeleri, kuzeyi Beşikdüzü (Trabzon), güneyi Gümüşhane'ye bağlı Kürtün ilçesi ve doğusu Tonya (Trabzon) ilçesi ile çevrilidir (Yılmaz, 2006, s. 1). Şalpazarı ilçesine bağlı 30 mahalle bulunmaktadır. Bunlar; Ağırtaş, Akçiriş, Çamkiriş, Çamlıca, Çarlaklı, Çetrik, Dereköy, Doğancı, Dorukkiriş, Düzköy, Fidanbaşı, Geyikli, Gökçeköy, Gölkiriş, Güdün, Kabasakal, Kalecik, Kasımağzı, Karakaya, Kireç, Kuzuluk, Pelitçik, Sayvançatak, Simenli, Sinlice, Sugören, Sütçınar, Tepeağzı, Turalıuşağı ve Üzümlü mahalleleridir (http-12). Şalpazarı ilçesinin lokasyon haritası 2.7.'de verilmiştir.



Şekil 2. 7. Şalpazarı ilçesinin lokasyon haritası (<http-13> ve <http-14>)

Karadeniz ikliminin hakim olduğu Şalpazarı'nda, yağışlar bol ve sıcaklık şartları elverişli durumdadır. Sıcaklık şartlarının elverişli, yıllık yağış miktarının yüksek oluşu ve kuraklığın bulunmayışı, zengin bir orman örtüsü meydana getirmiştir. Şalpazarı'nda kıyıya yakın olan mahalle ve köylerde yer yer tahrip edilmiş olsa da 2000-2300 metre yüksekliklere kadar gür ormanlar bulunmaktadır. Alçak bölgelerde yayvan yapraklı ağaçlar ve maki türleri yer almaktadır. Daha yükseklerde ise, iğne yapraklı ormanlar bulunmaktadır. Yaygın olan türler; kızılâğaç, meşe, kestane, kayın, gürgen, ıhlamur, şimşir ladin ve köknardır. Bu ormanlardan sonra Alpin çayırları gelmektedir. Kıyı şeridinde de çeşitli ağaçlara rastlanmaktadır. Bu türler; taflan, fındık, kızılçık, çoban püskülü, avcı üzümü, muşmula, geyik diken, defnedir (Yılmaz, 2006, s. 56-131).

Şalpazarı ilçesinin yeryüzü şekilleri, Doğu Karadeniz'in yeryüzü şekilleriyle benzerlik göstermektedir (Yılmaz, 2006, s. 2). İlçede birçok akarsu, çay ve ırmak bulunmaktadır. Şalpazarı ilçe merkezi ve bütün mahalleleri dikkate alındığında su

potansiyelinin yüksek olduğu söylenebilir. Bu akarsular içinde en önemlisi Ağasar Deresi'dir. Ağasar Deresi, Beşikdüzü'nde denize ulaşana kadar yaklaşık olarak 30 kilometrelik bir hat boyunca bütün bir vadiyi yarararak suyunu Karadeniz'e bırakmaktadır. Ağasar Deresi'nin debisi, yıl boyunca değişken bir profil çizmektedir (http-15).

Ağasar Deresi'nin kaynağı, Sis Dağı'nın (2182 m) doğu eteklerindeki iki ana su kaynağından oluşmaktadır. Batıdaki bölümünü, Halil Tepesi'nin (2118 m) dibinden akan Adambilmez Deresuyu oluşturmaktadır. Bu akarsuyun batı tarafında Geyikli Mahallesi, doğu tarafında ise Karaağaç Mahallesi bulunmaktadır. Karaağaç Mahallesi'nin bulunduğu sırtın doğusunda ise diğer vadi uzanmaktadır. Bu arazi üzerinde Simenli ve Sütpınar Mahalleleri yer almaktadır. Bu parçalı araziye Simenli Deresi'nin havzası biçimlendirmektedir. Adambilmez ve Simenli Akarsuları Karaağaç Mahallesinin güney tarafında birleşmektedir. Bunlar, Ağasar deresini oluşturan iki ana su kaynağıdır. Bu akarsuya; Kavacık Deresi, Çetrik ve Fidanbaşı mahallelerinin yer aldığı diğer vadiden akan Değirmendere akarsuyu karışmaktadır. İkinci derenin çatağında Şalpazarı ilçe merkezi yer almaktadır. Ağasar Deresi, ilçe merkezinden sonra ise Kalegüney Deresi ve Korkuthan Mahallesi altından akan Çakal Deresi ile birleşmektedir. Birçok akarsu ve dere ile birleşen Ağasar Deresi, Beşikdüzü ilçe merkezinin batı tarafında kısmen genişleyen bir yatak ile denize ulaşmaktadır. Ayrıca Taşdibi Deresi, Kirazlık Deresi, Baltanın Deresi, Uzunevi Deresi, Saylıbuz Irmağı gibi birçok akarsu da Ağasar Deresi'ni beslemektedir. Bu akarsularda alabalık bulunmaktadır. 1999 yılı yaz aylarında Trabzon Tarım İl Müdürlüğü tarafından derelere alabalık yavruları bırakılmıştır (http-15).

Bölgenin en yüksek dağı Sis Dağı'dır (2182 m). Sis Dağı'nın uzantısı olan Karakısrak Dağı 1902 metre ile ikinci sıradadır. Bu dağları, Toksar Tepesi (1637 m), Cıba Tepesi (1595 m), Sariağuluk Tepesi (1362 m), Şıhgıranı Geçidi (1318 m), Sivridağ Tepesi (1295 m) ve Ağameydanı (1040 m) gibi tepeler takip etmektedir. Sis Dağı'nın en yüksek noktası Halil Evliya Tepesi'dir. Buranın özelliği, güneşin doğuşu ve batışını izlemek için doğal bir ortam sunuyor olmasıdır (http-15).

2.4.3. Şalpazarı ilçesinin nüfusu

Şalpazarı ilçesinin, TÜİK tarafından sağlanan 2007-2020 yıllarına ait nüfus dağılımı Tablo 2.14.'te verilmiştir.

Tablo 2. 15. 2007-2020 yıllarına göre Şalpazarı ilçesinin nüfus dağılımı (TÜİK: [http-16](#))

YIL	KADIN	ERKEK	TOPLAM
2007	6.551	5.939	12.490
2008	6.624	6.121	12.745
2009	6.128	5.676	11.804
2010	5.901	5.404	11.305
2011	5.735	5.275	11.010
2012	5.674	5.249	10.923
2013	5.956	5.590	11.546
2014	5.648	5.255	10.903
2015	5.322	4.996	10.318
2016	5.643	5.335	10.978
2017	5.511	5.263	10.774
2018	6.068	5.866	11.934
2019	5.576	5.439	11.015
2020	5.481	5.365	10.846

Şalpazarı ilçesi, 2020 yılı verilerine göre 10.846 kişilik nüfusa sahiptir. Nüfusun, 5.481'i kadın ve 5.365'i erkektir. Tablo 14 incelendiğinde, şehrin toplam nüfusu içerisinde kadın nüfusu ile erkek nüfusunun oldukça yakın olduğu görülmektedir. Buna rağmen, yıllar baz alındığında kadın nüfusunun daha fazla olduğu görülmektedir. 2007- 2020 yılları arasındaki nüfus sayıları karşılaştırıldığında, yıllar içinde Şalpazarı ilçesinin nüfusu azalmıştır. Buna göre, Şalpazarı nüfusunun değişken olmasında etkili olan etmenlerin ölümler ve göçler olduğu söylenebilir.

2.4.4. Şalpazarı ilçesinin eğitim durumu

Eğitim, gelişmiş ve gelişmekte olan toplumların üzerinde durdukları önemli bir konudur (Yılmaz, 2006, s. 80). Dolayısıyla bu bölümde, Şalpazarı ilçesinde bulunan eğitim kurumları/okulları ve Şalpazarı ilçesinde yaşayan halkın eğitim durumu incelenmiştir. Konuyla ilgili olarak Şalpazarı'nda bulunan resmi eğitim kurumları ve okulları Tablo 2.15.'te verilmiştir.

Tablo 2. 16. Şalpazarı ilçesinde bulunan resmi eğitim kurumları/okulları ve sayıları ([http-17](#))

KURUM/OKUL TÜRÜ	KURUM/OKUL SAYISI
Anaokulu	1
İlkokul	4
Ortaokul	4
Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	1
Çok Programlı Anadolu Lisesi	1
Anadolu İmam- Hatip Lisesi	1
Anadolu Lisesi	1

Tablo 2.15. (Devam) Şalpazarı ilçesinde bulunan resmi eğitim kurumları/okulları ve sayıları (http-17)

Meslek Yüksekokulu	1
Halk Eğitim Merkezi	1
TOPLAM	16

Tablo 2.15. incelendiğinde, Şalpazarı ilçesinde 16 tane resmi kurum ve okul olduğu tespit edilmiştir. İlçede 4 tane ilkokul ve 4 tane ortaokul bulunmaktadır. Bununla birlikte ilçe, 4 tane liseye sahiptir. Ayrıca ilçede 1 tane meslek yüksekokulu ve 1 tane de halk eğitim merkezi bulunmaktadır.

Tablo 2.16.'da Şalpazarı ilçesinde yaşayan halkın okur-yazarlık durumu verilmiştir.

Tablo 2. 17. Şalpazarı ilçesinin 2019 yılına göre okuma-yazma durumu (TUIK: http-16)

OKUMA-YAZMA DURUMU	KADIN	ERKEK
Bilen Kişiler	4.492	5.056
Bilmeyen Kişiler	808	111
Bilinmeyen	25	32

Tablo 2.16. incelendiğinde, okuma-yazma bilen erkek nüfusunun kadın nüfusundan daha fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde okuma-yazma bilmeyen nüfusa bakıldığında ise kadınların sayısının daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 2.17.'de Şalpazarı ilçesinde yaşayan halkın eğitim durumu verilmiştir.

Tablo 2. 18. Şalpazarı ilçesinin 2019 yılına göre eğitim durumu (TUIK: http-16)

EĞİTİM DURUMU	KADIN	ERKEK
Okuma-Yazma Bilen Fakat Bir Okul Bitirmeyen	751	407
İlkokul	1.819	1.411
İlköğretim	311	395
Ortaokul / Dengi Meslek Okulu	541	799
Lise veya Dengi Meslek Okulu	686	1.299
Yüksekokul veya Fakülte	366	701
Yüksek Lisans (5 veya 6 Yıllık Fakülteler Dahil)	15	40
Doktora	3	4

Tablo 2.17. incelendiğinde, okuma-yazma bildiği halde bir okul bitirmeyen kadınların sayısının (751), erkeklerin sayısından (407) daha fazla olduğu görülmektedir.

Buna karşılık, tablonun geneli incelendiğinde de eğitim alan kişilerden erkeklerin sayısı kadınlara oranla daha fazladır. Ayrıca Tablo 17'ye bakıldığında Şalpazarı ilçesinde eğitim düzeyinin daha düşük olduğu da söylenebilir.

2.4.5. Şalpazarı ilçesinin ekonomik yapısı

Şalpazarı ilçesinde yaşayan insanlar, ekonomik ihtiyaçlarını geçmişten bugüne gurbet işçiliği, çiftçilik ve hayvancılıkla sağlamıştır. İlçede yaşayan insanların %10'u aile işletmeciliği şeklinde ziraat ve hayvancılık, %35'i gurbet işçiliği, %20'si de diğer mesleklerle yaşamını sürdürmektedir. İlçede istihdam sağlayıcı herhangi bir yatırım bulunmamaktadır. Tarıma elverişli toprakların az oluşu halkın başka geçim kaynaklarına yöneltmiştir. Bu meslekler içerisinde gurbet işçiliği ve memuriyet başta gelmektedir (http-9).

2.4.5.1. Tarımsal faaliyetler

Şalpazarı ilçesinde arazi yapısının engebeli olması ve arazilerin büyük bir kısmının da orman olması geniş çaplı ticari faaliyetlere izin vermemektedir. Buna rağmen, küçük alanlarda tarımsal faaliyetler yapılmaktadır. Bu, etmenler ziraat faaliyetlerinin geçim kaynağı olmasına neden olmuştur (Yılmaz, 2006, s. 112). Mısır, fındık, patates, tereyağı ve diğer sebze (fasulye, lahana, domates, biber) ve meyve (armut, elma, ayva, kiraz, ceviz, kestane, muşmula, dut, incir) çeşitleri ilçedeki tarımsal ürünlerdir. Fakat bu ürünlerden fındık dışındakiler ticari bir gelir getirmekten çok aile içinde tüketilmektedir. Genel olarak fındık, mısır, patates üretilmekte olup, geriye kalan arazi çayır ve ormandır (http-9).

2.4.5.2. Hayvancılık

Şalpazarı ilçesinde halkın geçim kaynağı büyük oranda hayvancılıktır. Bunun sebebi, tarım ürünlerinden çok hayvancılığın fazla gelir getirmesidir. İklim şartlarının elverişliliği de hayvancılığın ilçe ekonomisine katkı sağlamasında önemli bir faktördür (Yılmaz, 2006, s. 121). İlçede büyükbaş, küçükbaş hayvan ile az miktarda katır, at ve eşek bulunmaktadır. Ayrıca ilçe genelinde tavuk da bulunmaktadır. Son yıllarda arıcılıkta da büyük gelişme olmuştur(http-9).

Şalpazarı'nın mahallelerinde yaşayan halkın çoğunun büyükbaş hayvanı vardır. Aile hayvancılığı ve mera hayvancılığına dayanan bu faaliyetler her ailenin 2-5 arasında değişen sayıda hayvan beslemesi şeklinde yürütülmektedir (Yılmaz, 2006, s. 122). İlçede süt ve et bazında hayvancılık üretimi %40 yerli ve %60 jersey melezi unsurlarından

oluşmaktadır (http-9). İlçede, hayvanlardan elde edilen sütün önemli bir kısmı süt fabrikasına verilmektedir (Yılmaz, 2006, s. 122).

İlçe genelinde nüfusun büyük bir kısmının geçim kaynağı hayvancılık olmasına rağmen hayvancılık sektörü istenilen düzeye çıkamamıştır. Pazarlamadaki sıkıntılar, hayvancılığın verim düzeyi düşük yerli ırklarla yapılması, yem bitkisi ekilişinin yeterli derecede olmaması, tarımsal faaliyetlere geçilmemesi gibi sebepler hayvancılıkta istenilen gelirin elde edilememesine sebep olmuştur. Şalpazarı ve çevresinde; nüfusun hızla göç etmesi de hayvancılığın genel karakterini değiştirmiştir. Genç nüfusun çeşitli nedenlerle ilçe dışına çıkması, ilerleyen yaşlarına rağmen hayvancılıkla uğraşan yaşlı nüfusu hayvan sayılarını düşürmeye zorlamıştır (Yılmaz, 2006, s. 121-122).

2.4.5.3. Sanayi

Şalpazarı'nda birçok olumsuz etmenin birleşmesi bölgede sanayi faaliyetlerini kısıtlamaktadır. Bu olumsuzlukların başında, hammadde yetersizliği, sermaye ve ulaşım gibi unsurların yetersizliği gelmektedir. İlçede fabrika diye nitelendirilebilecek tek tesis, Şihkıranı dağ eteğinde Sütpınar köylülerinin ortak katkılarıyla 1971 yılında kurulmuştur. İlk olarak, Sınırlı Sorumlu Tüketim Kooperatifi, daha sonra Tarımsal Kalkınma Kooperatifi olarak kurulan tesis ilçenin tek süt fabrikasıdır. İlçedeki tek sanayi tesisi olan Sütpınar tarımsal kalkınma kooperatifinin gittikçe düşen satış grafiği göz önüne alındığında bu durum daha anlaşılır hale gelmektedir (Yılmaz, 2006, s. 125).

Şalpazarı ilçe merkezinde diğer işletmeler daha küçük çaplıdır. Ahşap malzeme bakımından zengin olan ilçede, halkın ihtiyacı olan bazı ev eşyaları (sepetler, iskemleler, beşikler, kaşık, külek, gelder, fiçı, yayık, su kapları, çöten, tekir (serander) vb) ustalar tarafından yapılmaktadır. Günümüzde hediyelik eşya olarak yapılan dırmaç, дастar, zenbil, alaço gibi dokumalar da bu üretimin içinde yer almaktadır. Bölgede atölye tipi işletmelerden bir diğeri, bakır işleme atölyeleridir. Bakır işleme, daha çok mutfak eşyaları yapımında kullanılmaktadır. Bir diğer atölye işletmesi demir doğrama atölyesidir. Demir doğrama atölyelerinde, kapı anahtarları ve yaygın olarak kullanılan soba ve tarım işleme aletleri yapılmaktadır. İlçe merkezinde az da olsa oto tamir atölyeleri hizmet vermektedir. Daha büyük tamir hizmetleri Trabzon şehir merkezi, Vakfıkebir ve Beşikdüzü ilçelerindeki tamirhanelerde sunulmaktadır. Ayrıca, ormanların oldukça geniş yer kaplamasına rağmen, bu faaliyet koluna yönelik atölyelerin sayısı fazla değildir (Yılmaz, 2006, s. 126-127).

İlçede modern sanayiden bahsedilememektedir. Çünkü, mevcut üretimler yalnız yerel halkın ihtiyaçlarının bir bölümünü karşılayabilmektedir. Sadece acil ve öncelikli ihtiyaçların giderilmesinden bahsedilebilir. Bu yüzden, sektörde çalışan kişi sayısı da azdır (Yılmaz, 2006, s. 127).

2.4.5.4. Ticaret

Şalpazarı ilçesinde, ticaretin geçim kayağı olmaktan ziyade, yerel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olduğu söylenebilir. Şalpazarı ilçesinin, ticaretin yapıldığı gelişmiş merkezlere yakın olması ve bu hizmetlere ulaşma kolaylığı, ticaretin gelişmemesine sebep olmuştur. İlçede, ticari faaliyetlerin gelişmesini engelleyen bir diğer unsur ise, arazilerinin dar oluşudur (Yılmaz, 2006, s. 128).

İlçenin ticari faaliyetlerinde, perakende ticaret gelişmesine rağmen toptancılık ikinci planda kalmıştır. Bunun sebebi, yerel halkın ihtiyaçlarını perakende ticaretle sağlayabiliyor olmasıdır. Ayrıca, ilçe merkezinde tüccarlar mallarını yakın ilçelerden ve şehir merkezinden temin etmektedir. Yöre halkı satışa sunulan malları daha uygun fiyatlara şehir merkezinden alabildiği için alışverişini buralardan yapmaktadır (Yılmaz, 2006, s. 129).

Ticari faaliyetler ana caddeler üzerinde ve apartmanların giriş katlarında yapılmaktadır. Bakkallar, manifatura-tuhafiye, kahvehane, terziler ve zahireciler bu iş yerlerinin önemli bir kısmıdır. İş yerlerinin tamamına yakını Ağasar Deresi'nde kurulan ilçe merkezindedir. İlçenin bu anlamda yeterlilik gösterdiği söylenebilir (Yılmaz, 2006, s. 129).

2.4.5.5. Turizm

Şalpazarı ilçesi, doğal kaynaklar bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Fakat, bu potansiyel son yıllara kadar turizme açılmamış ve yeterince kullanılamamıştır. Bunun sebebi, ilçenin sahip olduğu güzelliklerin tanıtılamamış olması ve mevcut kaynaklardan sadece yerel halkın yararlanıyor olmasıdır (Yılmaz, 2006, s. 129).

Hızlı kentleşme sorunu, kişileri doğaya çekerek bu güzellikleri keşfetmeye yöneltmektedir. Dolayısıyla, Doğu Karadeniz'de trekking organizasyonları yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu yürüyüşlere uygun doğayı sunan Şalpazarı da doğru tanıtımla istediği yere gelebilir (Yılmaz, 2006, s. 129).

Şalpazarı ilçesinde yaylacılık, önemli organizasyonların başında gelmektedir. Bunlar arasında en önemlilerinden biri, Kadirga Şenlikleridir. Tonya, Maçka ve Torul ilçelerinin idari sınırlarının birleştiği konumda ve Kadirga Tepesi'nin yamacında kurulan bu pazar yerindeki etkinliklere Şalpazarı halkı, aktif olarak katılmaktadır. Diğer il ve ilçelerden binlerce kişinin katıldığı bu şenliklerde, halkın eğlenmesi temel amaçtır. Yörede, bu şenliklerin düzenlendiği hafta “otçu haftası” olarak adlandırılmaktadır. Cuma günü Kadirga pazarında düzenlenen otçu şenliklerinde eğlence ve yeme-içme ön plana çıkmaktadır. Yöre halkı için bu şenlikler yılın yorgunluğunun atıldığı, sıkıntı ve dertlerin unutulduğu bir gündür (Yılmaz, 2006, s. 130).

Yerel halkın etkin olarak katıldığı diğer şenliklerin başında Sis Dağı, Alaca pazarı ve Ağakonağı yayla şenlikleri gelmektedir. Şalpazarı ilçesinde turizm olarak değerlendirilebilecek diğer bir faaliyet de yayla turizmidir. Hatta, Türkiye’de turizm faaliyetlerinin gelişmesine bağlı olarak, 1991 yılında Erikbeli Yaylası yayla turizmi kapsamına girmiştir (Yılmaz, 2006, s. 130).

2.4.6. Şalpazarı ilçesinin altyapı durumu

Şalpazarı ilçesinin altyapı durumu şu şekildedir (http-9):

- Şalpazarı ilçesinde elektrik hizmeti Türkiye Elektrik Dağıtım A.Ş. (TEDAŞ) tarafından verilmektedir. İlçe merkezi ve mahallerin tamamında, yayla ve mezraların %99’unda elektrik bulunmaktadır.
- İlçenin elektrik ihtiyacı ulusal enerji hattından sağlanmaktadır. İlçeye bağlı mahallerde su sorunu bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Şalpazarı ilçe merkezinde belediyeye ait su arıtma tesisi vardır.
- İlçenin kanalizasyonu yapılmasına rağmen ihtiyaca yanıt verememektedir. İlçede yapılaşma sonucu konutların kanalizasyonu dereye verildiği için halkın sağlığını tehdit etmektedir. Bu derenin ıslah ve kanalizasyon çalışmaları proje dahilinde sürdürülmektedir.
- İlçenin Karadeniz sahiline (Beşikdüzü) bağlanan 15 kilometrelik yol, karayolları 10. Bölge Müdürlüğü’nce yapıp asfaltlanmıştır. İlçede yaklaşık olarak 270 kilometre mahalle yolu ağı vardır. Bu yol ağının 10 kilometresi asfalt, 6.2 kilometrelik bölümü ise betonlanmış durumdadır. Yolsuz mahalle bulunmamakla birlikte mahalle yollarının stabilize hale getirilmesi için program dahilinde altyapı çalışmaları sürdürülmektedir. Şalpazarı-

Gökçeköy-Sinlice yolunun Şalpazarı-Acısü arası 9 kilometrelik bölümünün asfalt işlemleri bitirilerek hizmete açılmıştır. Acısü-Sinlice arası 12 kilometrelik bölümün tamamı yol olarak ihale edilmiş ve asfaltlama çalışmalarına müteahhit tarafından başlanmıştır. Yayla ve mezraların ulaşım sorunu yaz ayları için çözümlenmiş durumdadır.

2.4.7. Şalpazarı ilçesinin kültürü

Şehirler, insan yaşamında hayati öneme sahip yerleşim alanlarıdır. Şehirdeki coğrafi yapı, iklim, yollar, sokaklar, parklar, bahçeler, binalar vb. öğeler insan karakteriyle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla insanlar yaşadıkları şehrin karakterini kuşanıp rengine bürünmektedir. Şehirler, içinde yaşayan insanları etkilediği gibi, insanlar da sahip olduğu değerler, dünya algısı, yaşam biçimi, bilim, sanat vb. özelliklerle şehre biçim vermektedir. Dolayısıyla şehrin en önemli unsuru olan insan, şehir kültürünün taşıyıcısı ve temsilcisidir (Alemdar vd., 2020, s. 87).

Türkiye'nin sahip olduğu eşsiz güzellikleri ile çevrelenmiş, mavinin ve yeşilin bütünleştiği Trabzon şehri; doğal, tarihi ve kültürel açılarından zengin bir yapıya sahiptir. Eski çağlardan beri önemli kültürlerle ev sahipliği yapan bu kentin zengin bir kültürü bulunmaktadır (Yaraşlı, 2007). Trabzon şehrinin sahip olduğu zengin kültür, kendini her alanda göstermektedir. Dolayısıyla Şalpazarı ilçesi de sahip olduğu kültür, tarih, sanat, eğlence, yemek gibi unsurlarla şehir insanına ve ağırladığı turistlere zengin içerikler sunabilmektedir.

Toplumların sahip olduğu kültürel değerler, orada yaşayan kişilerin yaşam biçimleri üzerinde etkilidir. Farklı toplumlar, farklı kültürlerle sahiptir (http-10). Şalpazarı halk kültüründeki önemli geleneklerden biri, müzik ve halk oyunlarıdır. Doğu Karadeniz; düz ve geniş alan bulmanın zor olduğu, dağlık bir coğrafyaya sahip, sert doğa şartlarının etkisinde bir bölgedir. Coğrafi yapı ve iklim şartları yöre insanını kıvrak ve hareketli olmaya itmiştir. Bu kıvraklık ve hareketlilik de bölgedeki halk oyunlarına yansımıştır. İlçedeki bu halk oyunları "horon" olarak adlandırılmaktadır. Türkülerin söylendiği horonlarda oyuncular zaman zaman elleriyle müziğe tempo tutmaktadır. Bu horonlara "kemençe" adı verilen bir müzik aleti de eşlik etmektedir (Alemdar vd., 2020, s. 137). Horonlar kemençeyle oynandığı gibi; davul, zurna, kaval ve tulum ile de oynanabilmektedir. Erkekler, kadınlar, yaşlılar ve gençler tarafından geçmişte olduğu gibi

günümüzde de oynanan horonlar; kutlamaların, şenliklerin, düğünlerin ve hasat günlerinin vazgeçilmez unsurudur (http-18).

Trabzon şehrindeki giyim kuşam; insanların ihtiyaçları, toplumsal, ekonomik ve kültürel özellikler sayesinde ortaya çıkmıştır. Tarih boyunca çeşitli kültürlerle ev sahipliği yapması, liman şehri olması ve geçiş yolları üzerinde bulunması Trabzon'un giyim-kuşam bakımından zengin bir kültüre sahip olmasını sağlamıştır (Alemdar vd., 2020, s. 138). Dolayısıyla Şalpazarı ilçesinde de giyim-kuşam aynıdır. Yöresel kadın kıyafetleri eski yıllardan beri çeşitliliğini kaybetmesine rağmen günlük hayatta kullanılmaya devam edilmektedir (http-9). Görsel 2.2'.de Şalpazarı halkının geleneksel giyim-kuşamı verilmiştir.



Görsel 2. 2. *Şalpazarı halkının geleneksel kıyafeti (http-19)*

Halk, uzun bir süre şal dokumalarını ve giysilerini kendi el tezgahlarında yapmıştır. Döşeme ve örtünme ihtiyaçlarını dastar ve çul dokuyarak; taşıma ihtiyaçlarını çentiye (çentik), zembil (camdan), heybe dokuyarak; sarma ve taşıma ihtiyaçlarını dırmaç, urgan ve ip dokuyarak; bel bağı, yörek bağı dokuyarak da süs ve beşik ihtiyaçlarını gidermiştir. Yine kendi el tezgahlarında sarma keten yaparak iç çamaşırı ve gömlek gibi ihtiyaçlarını gidermiştir. Ayrıca zıpka, aba, şal ve başlık gibi ihtiyaçlarını da kendisi dokuyarak karşılamıştır (http-8).

Geçmişten bugüne, Çin'den Avrupa'ya kadar uzanan ticaret yolunda önemli bir durak olması, Trabzon'un el sanatları konusunda zengin bir şehir olmasını sağlamıştır.

Çeşitli kültürlere ait ürünler Trabzonlu zanaatkarlara örnek olmuş, el sanatlarında ustalık düzeyine ulaşmalarını sağlamıştır. Osmanlı Dönemi'nde debbağlık, saraçlık ve pabuççuluk gibi deri işçilikleri, Trabzon sanayisinin önemli iş kollarını oluşturmuştur. Ayrıca taş ve ahşap işçiliği, demircilik, dokumacılık, çömlekçilik ve kalaycılık da bu dönemin önemli meslekleridir. Fakat günümüzde bu el sanatlarının birçoğu yok olmaya başlamıştır (Alemdar vd., 2020, s. 145). Buna rağmen, geleneksel el sanatı olarak; hasır bilezik yapımı, taş ve ahşap işçiliği, dokumacılık, bakırcılık, bıçakçılık, demircilik, sepetçilik ve yorgancılık gibi el sanatları az da olsa sürdürülmektedir. Şalpazarı ilçesinde başta peştemal olmak üzere, perde, gömleklik, şal, başörtüsü, kuşak vb. dokumalar üretilmektedir ([http-8](#)). Ahşap el sanatları içinde ilk sırada yer alan da mercek ve tekirdir. Bunların dışında ahşap el sanatı olarak, ağ elde etmek için kullanılan yayık; sıvıları muhafaza etmek için kullanılan külek; bir ölçek olan got, sedir ve oturmak için kullanılan sekmen, mısırları saklamak için kullanılan çöten ve el değirmenleri ilçede oldukça yaygındır. (Yılmaz, 2006, s. 126).

Şalpazarı ilçesinde gerçekleştirilen en önemli etkinlik, yaylalarda gerçekleştirilen etkinliklerdir. Yılın belirli zamanlarında yaylalara çıkılarak sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetler yapmak, ilçede bir gelenektir. Yaylaya çıkışlar, şenlik havası içerisinde gerçekleşmektedir. Şalpazarı ilçesi bu etkinlikler konusunda zengin bir ortama sahiptir. İlçede, mayıs, haziran, temmuz ve ağustos aylarında çeşitli yayla şenlikleri ve festivaller yapılmaktadır.

Doğu Karadeniz'in eşsiz şehirlerinden biri olan Trabzon, kendine özgü mutfak kültürü ile tanınmaktadır. Karadeniz'in zor coğrafi koşulları, sınırlı ekim alanları ve birkaç besin dışında üretime çok fazla izin vermemektedir. Mısır, karalahana ve hamsi, Trabzon mutfağının lezzet üçlüsüdür. Özellikle hamsi güçlü bir kültürel alan oluşturmuştur. Trabzon mutfak kültürü araştırmaları özellikle bu simgesel besinler üzerinde yoğunlaşmıştır ([http-20](#)). Dolayısı ile Şalpazarı mutfağı da Trabzon mutfağı ile paralellik göstermektedir. İlçe mutfağı, bulunduğu yerin özelliğini yansıtmaları nedeniyle tahıl, fasulye, patates, yeşil sebze ve süt ürünleri ağırlıklı bir mutfaktır. Yemeklerin hazırlanışı pratik ve basittir ([https-10](#)). Bu mutfığa özgü diğer yemekler; mısır sarması, etli lahana sarması, hamsili pide, hohollu pide, pazı burmalısı, hamsili pilav, kuymak, su böreği, yufka tatlısı, Laz böreği, gulya, turşu kavurması, pazı pilakisi, lahana kavurması, kaygana, hamsi kuşu, mısır çorbası, ısırgan çorbası, hamsili ekmek, Hamsiköy sütlacı,

zumur, kaz kaldıran, hoşmeli, tomara, hamsi pilaki, sütlü kabak, borani hamsi cıtlaması ve hamsi ızgara, (http-21) dönderme, keşkek, kavurma, mısır ekmeği, buğday ve arpa çorbası, pancar çorbası, alabalık, ezertere ve galdirikten oluşmaktadır (http-10).

2.4.8. Şalpazarı ilçesinde turizmin temel unsurları

Bir şehrin turizm destinasyonu olabilmesi için turistik ürünü oluşturan özelliklere sahip olması gerekmektedir (Şeyhanlıoğlu ve Kingır, 2021). Dolayısıyla bu bölümde Şalpazarı ilçesinin sahip olduğu çekicilikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, etkinlikler, imaj incelenmiştir.

2.4.8.1. Şalpazarı ilçesinin çekicilikleri

Turizm, Trabzon ve çevresinde 1950’li yıllara kadar inanç çerçevesinde gerçekleşmiş ve gelişmemiştir. Fakat, turizm bu yıllardan sonra hız kazanmıştır. Eskiden, insanların ilgisini turizm olarak cezbetmeyen yayla turizmi gibi birçok aktivite; zamanla en çok arzu duyulan faaliyetler haline gelmiştir. 1980’li yıllardan sonra turizm patlamasının yaşandığı Trabzon şehri ve ilçelerinde, turistlere sunulan konaklama ve ulaşım imkanlarının az da olsa yeterli olması bu faaliyetlerin sürekliliğini sağlamıştır. Trabzon ve çevresi, hak ettiği öneme ulaşamamış olsa da geçmişe oranla yol kat etmiştir (Mor, 2006, s. 58).

Trabzon’un iklimi göz önünde bulundurulduğunda, turistik açıdan olumlu ve olumsuz yönleri bulunmaktadır. Yıl boyunca güneşli gün sayısı 50 civarındadır. Dolayısıyla deniz suyunun sıcaklığının düşük olması, bölgedeki deniz turizmi üzerinde etkili olmuştur. Şehirde deniz turizmi sadece temmuz ve ağustos aylarında yapılmaktadır (Mor, 2006, s. 59). Bu durum, Şalpazarı ilçesini de etkilemektedir. İlçenin denize uzak olması, bölgeye gelen insanları farklı arayışlara itmektedir.

Şalpazarı’nın farklı bölgelerinde bulunan yaylaları, ilçenin turistik zenginliğinin temelini oluşturmaktadır. Bu yaylalarda yılın farklı zamanlarında şenlikler düzenlenmektedir. Bu bölgeler, sadece yerel halkı değil aynı zamanda ilçe dışında yaşayan pek çok insanı da kendine çekmektedir. Şalpazarı ilçesinde yayla turizmi potansiyelinin olduğu Sis Dağı Yaylası, Alaca Yaylası, Kadırğa Yaylası, Sazalanı Yaylası, Erikbeli Yaylası gibi yaylalar doğal bitki örtüsüyle birlikte eşsiz manzaralar sunmaktadır. Bu yaylaların, Türkiye’nin doğal çekicilikleri arasında önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Şalpazarı ilçesinin önemli yaylaları ve diğer çekicilik unsurları

hakkında genel bilgiler aşağıda verilmiştir. Bu çekicilikler; çeşitli internet kaynaklarından ve kitaplardan derlenerek araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Alaca Yaylası: Tonya'ya 32 kilometre, Şalpazarı'na 39 kilometre ve Trabzon'a 98 kilometre uzaklıktadır. Alaca Yaylası'nın denizden yüksekliği 2130 metredir. Yayla, geniş bir alana yayılmış durumdadır. Yaylada fazla hane bulunmamaktadır. Hayvancılık tek geçim kaynağıdır. Elektrik ve su bulunan yaylada, telefon, sağlık ocağı, kanalizasyon bulunmamaktadır (http-22). Yaylada her yıl Temmuz ayında “Alaca Yaylası Şenlikleri” yapılmaktadır (http-23).

Erikbeli Yaylası: Tonya'dan 25 ve Şalpazarı'ndan 34 kilometrelik yolla ulaşılmaktadır. 1800 metre yükseklikteki yaylada altyapı hizmetleri tamamlanmış durumdadır. Yaylada, fırın, kahvehane, bakkal ve telefon hizmetleri sağlanabilmektedir. Yayla; Erikbeli turizm merkezi, Kadirga, Çatma Obası, Sazalanı, Zigana, Ken yaylalarına giden yolların birleştiği kavşaktadır (http-24).

Kadirga Yaylası: En yüksek noktası 2300 metredir. Kadirga pazarı da denilen bu yayla, Erikbeli Turizm Merkezi'ne 15 kilometre uzaklıktadır. Yaylaya toprak yoldan ulaşılmaktadır. Yaylada bakkal, kasap, fırın, kahvehane, lokanta ve tuhafiyeci bulunmaktadır. Bütün altyapı hizmetleri mevcut olup, konaklama veya geceleme yapılabilecek bir tesis bulunmamaktadır. Her yıl temmuz ayında yapılan Kadirga Şenlikleri, bölgenin en meşhur şenliklerinden biridir. Panayır havasında geçen Kadirga Şenlikleri'ne katılmak için şehir dışından birçok insan gelmektedir. Tırmanma sporu yapabilmek için araçların giremediği bir yoldan, 16 kilometre kadar yürünerek, Zigana Geçidi'ne ulaşılabilir. (Mor, 2006, s. 63).

Sazalanı Yaylası: Ormanlarla çevrili ve doğal güzelliklerin sergilendiği yayla, Erikbeli Turizm Merkezi'nin 3 kilometre batısında yer almaktadır. Yaylanın ortalama yükseltisi 1720 metredir. Elektrik ve suyun bulunduğu yaylada, sezon boyunca kasap, bakkal ve kahvehane gibi yapılar hizmet vermektedir. Yaylaya ulaşım toprak yoldan sağlanmaktadır. Yaz aylarında Tonya ve Şalpazarı ilçelerinden vasıta bulmak mümkündür. Yaylada konaklamak için herhangi bir tesis bulunmamaktadır. Sazalanı Yaylası'na Orman Bölge Müdürlüğü tarafından dinlenme amaçlı bir bina inşa edilmiştir. (Mor, 2006, s. 63).

Sis Dağı Yaylası: Trabzon-Giresun il sınırında yer almaktadır. Deniz seviyesinden yükseltisi 1550 metredir. Yaylanın bir diğer ismi Alimeydani'dır. Yaylada karlar temmuz ayının başlarına kadar erimemektedir. Sis Pazarı olarak da isimlendirilen yaylaya, Şalpazarı ilçesi üzerinden veya Erikbeli Turizm Merkezi'nden ulaşılabilir (Mor, 2006, s. 62).

Şalpazarı ilçesi Üvezlialan mevkiinde yer alan yaylaya, taşıdığı kaynak değerleri ve rekreasyon potansiyeli sebebiyle 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu'nun 2. Maddesine göre tabiat parkı statüsü verilmiştir. Tamamı orman rejimine dahil olan 24 ha'lık alana sahip "Sis Dağı Tabiat Parkı" 12.03.2019 tarihinde tescil edilmiş ve gelişme planı çalışmalarına başlanmıştır. Yayla, Şalpazarı ilçesine 7 kilometre, Trabzon şehrine 85 kilometre uzaklıktadır (Trabzon İli Çevre Durum Raporu, 2019, s. 101).

Sandık Gölü ve Sandık Gölü Şelalesi: Sis dağı mevkiinde bulunan Sandık gölü, Sis Dağından gelen dere suyu ile beslenerek meydana gelmiştir. Sandık gölüne ulaşım, yaklaşık 700 metre yürüme yolu ile sağlanmaktadır. Bazı yerlerde, dere içinden ulaşım yapılabilmektedir. Etrafında bulunan orman gülleri, diğer bitki türleri görsel şölen oluşturarak Sandık Gölüne güzellik katmaktadır. Gölün yukarı taraflarında ise mesire yerleri mevcuttur. (http-25).



Görsel 2. 3. Sandık Gölü (http-26)

Acısu: Şalpazarı ilçesinin Simenli-Çamlıca mevkiinde, Acısu bulunmaktadır. Buradan doğal maden suya çıkmaktadır. Şalpazarı ilçe merkezine 7 kilometre uzaklıktadır. Bulunduğu yerin rakımı 364 metredir. Yerel halk, Acısu'nun özellikle

böbrek taşları ve kum temizlediğine inanmaktadır. Kaynak suyunun aktığı yerin çevresi, piknik alanıdır (http-23).

Doğancı Mahallesi Cami: Şalpazarı ilçesi Doğancı Mahallesi'nde bulunan caminin yapım yılı Rumi takvime göre 1288 Miladi takvime göre 1866'dır. Caminin birkaç yerinde tarihi dokular kaybolmaya yüz tutsa da günümüze kadar ayakta kalmayı başarmış tarihi bir mirastır (http-27).

Kadırga Açık Cami: Yazılı kaynaklara göre, 1461 yılında bölgeyi Osmanlı topraklarına katan Fatih Sultan Mehmet, arkadaşının mezarını ziyaret etmek için Kadırga Yaylası'na gitmiştir. Cuma namazını yaylada kılmak isteyen padişahın belirlediği alan taşlarla çevrilmiş ve Cuma namazı bu alanda kılınmıştır. Bu açık hava ibadet alanı uzun yıllardır bölge insanı tarafından ziyaret edilmektedir. Günümüzde etrafı alçak bir duvarla çevrili alana iki tane minare inşa edilmiştir (http-28).



Görsel 2. 4. Kadırga Açık Cami (http-29)

Tokmakardı Köprüsü: Şalpazarı ilçesinin Güdün Mahallesi sınırları içinde Güdün Deresi üzerinde bulunmaktadır. 18.11.1997 tarihli Koruma Kurulu kararı ile "Taşınmaz Kültür Varlığı" olarak tescillenmiştir (http-30).

Cürudere Köprüsü: Üzümlü köyüne ulaşan yol güzergahında Çarlaklı-Çam girişi bağlantısında Ağasar Deresi üzerinde bulunmaktadır. Taştan tek kemer gözlüdür. Köprü'nün kemer profili düzgün yonu taşı, diğer bölümleri düzgün olmayan kaba taştır. Uzunluğu 12.5 metre, genişliği 3.20 metredir. Yan korkuluklarının bir bölümü yıkılmış

bir bölümü betonla yenilenmiştir. Kemer aralığı içinde 4 mazgal deliği bulunmaktadır. Köprünün hemen yanında keske taştan eski bir değirmen bulunmaktadır (http-31).

Değirmen Yanı Köprüsü: Şalpazarı ilçesinin Geyikli mahallesinde Güney mevki ve Karağaç mevkilerini birbirinden ayıran Ağasar Deresi üzerinde, değirmen yanı mevkiinde bulunmaktadır. Küçük boyutludur. 8 metre uzunluğunda 2.80 metre genişliğindedir. Kemer kısmı düzgün kesme taştan yapılmıştır. İki ana kaya kütlesi üzerine oturtulmuştur (http-31).

Sugören Mahallesi Köprüsü: Şalpazarı ilçesinin Sugören Mahallesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Şehir içi ulaşım araçlarıyla ulaşım mümkündür. Kagir olarak inşa edilen köprü iki mesnetli, tek gözlü ve yuvarlak kemerlidir. Köprüde malzeme olarak kesme taş ve moloz taş kullanılmıştır. Yapı, doğu-batı doğrultusunda uzanmaktadır. Köprü ayakları ana kayaya oturtulmuştur. Köprünün korkuluğu üçgen şeklinde birleşmiştir (http-32).

Ağasar Köprüsü: Şalpazarı ilçesinin Kireç Mahallesi ile Kalecik Mahallesi arasında yer almaktadır. Yapı, doğu-batı doğrultusundadır. Kagir olarak inşa edilen köprü, iki mesnetli, tek gözlü ve sivri kemerlidir. Köprüde malzeme olarak kesme taş ve moloz taş kullanılmıştır. Köprü ayakları ana kayaya oturtulmuştur. Köprü kemerlerinin iç yüzeylerinde nişler yer almaktadır. Yapının döşemesi bitkilerle kaplanmıştır (http-33).

Kısık Köprüsü: Şalpazarı ilçe merkezinin girişinde yeni köprünün yanında Ağasar Deresi üzerindedir. Tek kemer gözlü olarak inşa edilmiştir. Köprünün uzunluğu 23 metre, genişliği 4.20 metredir. Köprünün kemer profili düzgün yonu taşı diğer bölümleri düzgün olmayan kaba taştır. Korkulukları betonla yenilenmiştir. Kemer aralığı içinde karşılıklı üçer mazgal deliği bulunmaktadır. Üzeri beton döşeli olan köprü hem araç hem de yaya kullanımlıdır (http-31).

Çömezoğulları Çeşmesi: Yapı, Trabzon-Şalpazarı karayolu kenarında, Kalecik Mahallesi'nde bulunmaktadır. Yığma yapım sistemiyle inşa edilmiştir. Yapıda, malzeme olarak kesme taş kullanılmıştır. Yapı doğu batı yönünde dikdörtgen planlıdır. Tek cepheli ve tek lülelidir. Kuzey cephesi kademeli sivri kemerlidir. Kemer, kareye yakın silmeli ayaklar üzerine oturtulmuştur. Aynalık kısmı kemer hizasından içe çekilerek cephe görünümü hareketlendirilmiştir. Çeşmenin lüle kısmında yuvarlak taş su haznesi ve yalak kısmı bulunmaktadır (http-34).

Üzümlü Mahallesi Değirmeni: Üzümlü Mahallesi, Tevekli mevkiinde bulunan bu değirmen, ilçede korunması gerekli kültür varlığı olarak tescillenmiş tek değirmendir. Tescil işlemi 26.06.1999 tarih ve 3409 sayılı kararla gerçekleştirilmiştir. Değirmen su bendinin yıkılmış olması nedeniyle günümüzde çalışmaz durumdadır. Değirmenin yapım tarihi konusunda kesin bir bilgi yoktur (Usta, 2018, s. 484).

Simenli Mahallesi (Acısu) Değirmeni: Şalpazarı ilçesine bağlı Simenli Mahallesi ve Ağasar Deresi üzerindeki değirmenin 200 yıllık olduğu söylenmektedir. Değirmen çarkı, yerel halkın mısır ve buğdaylarını öğütüp, un haline gelmesi için dönmektedir. Asırlık değirmen, köylülerin ürünlerini öğütmenin yanı sıra, yakınında bulunan Acısu Merkez Cami'nin de enerji ihtiyacını sağlamaktadır (http-35).

Ağasar Kalesi (Kalecik Kalesi): Kalecik Mahallesi'nde ilçe merkezine hakim bir tepe üzerinde güney-kuzey doğrultusunda uzanmaktadır. Kale oldukça stratejik bir konumdadır. Bu kale “Geç Bizans” yapısı olarak kaydedilmiştir (http-36). Tahrip edilmiş olan kaleden günümüzde sadece üç duvar kalıntısı kalmıştır. Düzgün olmayan kaba taşlardan inşa edilen duvarın kalınlığını tam olarak ölçmek mümkün olmamıştır. Kısmen ölçü alınabilen kuzeydeki duvar kalıntısının genişliği 4 metredir. Bu duvar kalıntısının üzerinde 6 adet duvar deliği bulunmaktadır. Bu bölüm, muhtemelen iki katlı olup kule olarak kullanılmıştır. 19.11.1997 tarihli Koruma Kurulu Kararı ile “Taşınmaz Kültür Varlığı” olarak tescillenmiştir (http-30).

Kuş Kalesi: Ağasar Deresi vadisinin doğu kesiminde, Akçiriş ve Çıtlaklı Mahalleleri arasındaki yan vadi üzerinde yer almaktadır. Yörede “Dosina” adıyla tanınan aileye ait evin hemen altında ve vadiye doğru uzanan bir kaya çıkıntısının üzerindedir. Avcı mekanı olduğu söylenen kaya çıkıntısı “Kuş Kalesi” diye isimlendirilmektedir. Haritalarda ise “Kaya Kalesi” olarak geçmektedir. Ağasar Kalesi yakınından geçilerek bu bölgeye ulaşım sağlanabilmektedir (Kılıç, 2018, s. 345-346).

Şalpazarı ilçesinin çekicilikleri incelendiğinde, ilçenin bu bakımdan yetersiz olduğu söylenebilir. İlçe daha çok yaylaları ve doğasıyla ön plana çıkmaktadır. Buna rağmen ilçe, kültürel değerleriyle bünyesinde başlı başına bir çekicilik oluşturmaktadır.

2.4.8.2. Şalpazarı ilçesinde ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik, çekiciliği yüksek olan turizm merkezlerinin hedef kitleye olan yakınlığı ve onlara düşük maliyetle ulaşabilme olanağıdır (Kozak, Akoğlan Kozak ve

Kozak, 2017, s. 74-75). Buradan hareketle, ilçenin bağlı olduğu Trabzon şehrinde kara, deniz ve hava yolları yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Uluslararası havalimanına sahip olan şehirde yurt içi ve yurt dışına, doğrudan ve aktarmalı uçuşlar yapılmaktadır (Alemdar vd., 2020, s. 69). Bu durum Şalpazarı ilçesine de katkıda bulunmaktadır.

Şalpazarı ilçesinde, ulaşım ağlarından sadece karayolu bulunmaktadır. İlçe, şehir merkezi ve diğer şehirlerle olan ulaşımını Ağasar (Akhisar) Deresi'ni takip eden karayolu ile sağlamaktadır. Güzergahın çok virajlı olması zaman zaman ulaşımı olumsuz yönde etkilemektedir. İlçenin, şehir merkezi ve diğer şehirlerle olan ulaşımı Beşikdüzü ilçesi üzerinden sağlanmaktadır. İlçe merkezi ile Beşikdüzü arasındaki karayolu iki şeritli asfalt yoldur. Şalpazarı ve Beşikdüzü arasında özel dolmuş ve taksiler hizmet vermektedir. Bu şekilde, çevre yerlerden gelen insanlar minibüs dolmuşlarla Trabzon'a ve o yol üzerindeki Vakfikebir, Çarşıbaşı ve Akçaabat ilçelerine ulaşabilmektedir. Ayrıca batıdaki Eynesil, Görele, Tirebolu ilçeleri ve Giresun şehir merkezine de bu şekilde ulaşım sağlanabilmektedir (Zaman ve Birinci, 2009). İlçe merkezi ve diğer mahalleler arasındaki ulaşım, standardı düşük yollarla sağlanmaktadır. Dolayısıyla, bu yerleşim yerleri ve ilçe merkezi arasında ulaşım konusunda zorluklar çekilmektedir (Zaman, Birinci ve Bayraktar, 2018, s. 36). Trabzon şehrine bağlı Şalpazarı ilçesinin ulaşımı incelendiğinde, sahip olduğu konumdan dolayı ilçe merkezine ve ilçenin mahallelerine ulaşımın zor olduğu söylenebilir.

2.4.8.3. Şalpazarı ilçesinde turizm işletmeleri

Turizm ürününü oluşturan diğer bir unsur turizm işletmeleridir. Turizm, turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri de içine alan bir sektördür. Ulaşım, konaklama ve yeme-içme hizmetinin yer almadığı bir turizm hareketinden söz edilememektedir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017, s. 73).

Şalpazarı ilçe merkezinde turizm işletmeleri göz önüne alındığında; 3 adet pide salonu, 1 adet av malzeme bayi, 6 adet lokanta bulunmaktadır (Yılmaz, 2006: 129). Ayrıca konaklama yeri olarak Şihkıranı mevkiindeki Zirve Otel (14 oda, 20 yatak kapasiteli) ve Manzara Otel (9 oda 18 yatak kapasiteli) mevcut olup, lokanta bazında Acısu mevkiinde 1 adet ve Doğancı Mahallesi Dere mevkiinde 1 adet olmak üzere iki adet lokanta mevcuttur ([http-31](http://31)). Şalpazarı ilçesinin mahallerinde bulunan diğer otel, restoran, dinlenme tesisi ve turizm merkezleri şunlardır:

- Şihkıranı Tokaloğlu Dinlenme Tesisleri
- Sis Dağı Restaurant
- Sis Dağı Tesisleri Sezgin'in Yeri
- Foleya Mountain Resort
- Trabzon - Tonya - Armutlu - Gümüşhane - Kürtün - Erikbeli Turizm Merkezi
- Trabzon-Giresun Sis Dağı Turizm Merkezi

Şalpazarı ilçesinde iki adet ruhsatlı otel mevcut olup, 2015-2020 yılları konaklama verileri her iki otelin yaklaşık olarak yıllık 450-500 kişi civarındadır (http-31). Şalpazarı Belediyesi'yle kurulan iletişim neticesinde ulaşılan bilgiler bu kadarla sınırlı kalmıştır. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün sunmuş olduğu yıllık il-ilçe konaklama istatistikleri incelenmesine rağmen yine de Şalpazarı ilçesi hakkında net bilgilere ulaşılamamıştır. Elde edilen veriler dahilinde, Şalpazarı'nın turizm işletmeleri açısından yetersiz olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ilçeye gelen turist sayısının az olması da dikkat çekmektedir.

2.4.8.4. Şalpazarı ilçesinde etkinlikler

Etkinlikler, insanlık tarihi kadar eskidir. Tarihsel süreç içerisinde, toplumsal inanışların bir sonucu olarak meydana gelen etkinlikler, zaman içerisinde süreklilik arz eden toplumsal ritüeller haline dönüşmüştür. Değişen bakış açısıyla birlikte etkinlikler, katılanların ortak bir deneyimi paylaşması amacıyla belirli tarih ve zaman aralıklarında organize edilmeye başlanmıştır. Sosyal, sportif, kültürel, ekonomik, çevresel ya da eğlence temelli bu etkinlikler, düzenlendiği destinasyonun gelişimi ve tanıtımı açısından önem arz etmektedir (Silvers, 2004'ten aktaran Dursun ve Yetiş, 2019, s. 167).

Yılın belirli zamanlarında yaylalara çıkarak sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetler yapmak, Doğu Karadeniz'de yüzyıllardır devam eden bir gelenektir. Yaylacılık, yöre insanının vazgeçilmez bir tutkusu ve değeridir. Yaylaya çıkış, şenlik havası içerisinde gerçekleşmektedir (Alemdar vd., 2020, s. 161). İlçede mayıs, haziran, temmuz, ağustos ve eylül aylarında çeşitli yayla şenlikleri ve festivaller gerçekleştirilmektedir. Tablo 2.18.'de Şalpazarı ilçesinde yapılan şenlikler/festivaller verilmiştir.

Tablo 2. 19. Şalpazarı ilçesinde düzenlenen şenlikler (http-37)

ŞENLİK / FESTİVAL ADI	YAPILDIĞI YER	TARİH
Hıdırellez Bahar Bayramı	Şalpazarı-Acısı	Mayıs Ayının İlk Pazar Günü
Şalpazarı Ağasar Kültür Şenliği	Şalpazarı	Haziran Ayının İlk Pazar Günü
Kadırga Yaylası Şenlikleri	Tonya-Şalpazarı-Gümüşhane-Giresun Sınırı- Kadırga Yaylası	Temmuz ayının 3. Cuma Günü
Karakırsak Şenlikleri	Şalpazarı-Doğancık Köyü	Temmuz ayının 3. Salı Günü
Alaca Yaylası Şenliği	Şalpazarı-Alaca Yaylası	Temmuz ayının 3. Pazar Günü
Göllüalan Şenliği	Sinlice mahallesi-Şalpazarı	Temmuz ayının 3. Perşembe Günü
Sis Dağı Şenlikleri	Beşikdüzü-Şalpazarı Sis Dağı	Temmuzun 4. Cumartesi Günü
Ağa Konağı Şenliği	Üzümlü Mahallesi-Şalpazarı	Ağustos Ayının İlk Pazar Günü
İzmiş Şenliği	Tonya-Beşikdüzü ve Şalpazarı'nın Birleştiği Nokta (Gölkiriş Köyü İzmiş Tepesi Mevkii)	Ağustos Ayının Son Pazar Günü

Tablo 2.1.'den de anlaşılacağı gibi, ilçe şenlik ve festival bakımından oldukça zengin bir kültüre sahiptir. Şenlikler ve festivaller düzenli olarak yılın belirli aylarında yapılmaktadır. Şalpazarı halkının önemli geleneklerinden olan bu şenlik ve festivaller, yörenin tanıtılması ve geliştirilmesi açısından da önem arz etmektedir.

Etkinlik kapsamında değerlendirildiği zaman, Şalpazarı ilçesinde devlet avlağı bulunmaktadır. 2012 yılında 22.334 ha'lık alan tescil edilmiştir. Avlakta yaban domuzu, çakal, karatavuk, bıldırcın, çulluk, yeşilbaş ve bozördek avı yapılmaktadır (Trabzon İli Çevre Durum Raporu, 2019, s. 122).

2.4.8.5. Şalpazarı ilçesinin imajı

Turizm bölgelerinin sahip oldukları imajları, tüketicilerin söz konusu bölgeleri tercih etme nedenleri arasında yer almaktadır. Örneğin, Türkiye'nin önemli turizm bölgelerinden biri olan Bodrum, sahip olduğu eğlence turizmine yönelik imajı dolayısıyla turizm talebi yaratmaktadır. Benzer şekilde; Las Vegas-kumar turizmi, New York-iş turizmi, İstanbul, Londra, Prag ve Roma-kültür turizmi, Antalya-kitle turizmi imajına sahiptir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017, s. 74-75).

Trabzon şehri, on bin yıllık medeniyet hayatına sahiptir. Küçük Asya'nın Karadeniz kıyısında, en az üç bin yıllık siyasi, sosyal ve ekonomik geçmişiyle de önemli yerleşimlerden biridir (Karakuş ve Alptekin, 2017). Şehir; köklü geçmişi, sayısız tarihsel mekan ve kalıntıları, kendine özgü kültürü, coğrafi konumu ve ticaret merkezi olma özelliği ile turizm açısından canlı bir kenttir (http-38). Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasından dolayı eski çağlarda da önemli bir geçiş noktası olan Trabzon şehri; tüm çekiciliği ile yerli ve yabancı turistin ilgi odağıdır (Yaraşlı, 2007). Bu bilgiler dahilinde; coğrafi konumu ve özellikleri sebebiyle cazibe merkezi olamayan Şalpazarı ilçesi, nüfusunun önemli bir kısmını temelli veya gurbetçi olarak kaybettiği için, bünyesinde barındırdığı değerlerini yeterince tanıtmaya fırsatı bulamamıştır. Fakat, Şalpazarı ilçesinin, Trabzon şehrinin imajından faydalanabileceği söylenebilir. Şalpazarı ilçesi, Trabzon şehrinin bağımsız olarak, sahip olduğu doğal güzellikleri, inanışları, giyim-kuşamı, yayla şenlikleri, kültürü gibi unsurlardan dolayı bünyesine kendi turizm imajını kazandırabilecek nitelikleri taşımaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni

Bu araştırmada, Trabzon şehrinin Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizm türleri potansiyelini ortaya çıkarmak ve bu kapsamda SWOT analizi yaparak TOWS matrisi oluşturmak amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi de çok boyutlu sonuçlara ulaşabilmek için tercih edilmiştir. Nitel araştırmanın amaçlarından biri, araştırmaya dahil edilen bireylerin algılarının ve deneyimlerinin ortaya konulmasıdır. Nitel araştırma yönteminde bireylerin dış dünyayı nasıl algıladığını ve yorumladığını anlamak için onlarla konuşulur ve gözlemler yapılır. Araştırmaya dahil edilen bireyler, önemli veri kaynakları olduğu için onların vereceği yanıtlar daha önce oluşturulmuş sorularla sınırlandırılmamaktadır. Bunun yerine, açık ve esnek bir tutum sergilenerek ilgili araştırma sorusuna yönelik ayrıntılı ve derinlemesine veri toplanmaya çalışılır (Miles ve Huberman, 1994). Dolayısıyla, bu araştırmada nitel araştırma yöntemiyle daha derinlemesine cevaplar alınabileceği ön görülmüştür. Araştırma kapsamında, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizm türleri potansiyelini ortaya çıkarmak için yerel halk ile görüşmeler yapılmıştır.

3.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmalarda verilerin elde edildiği kaynakların seçimi oldukça önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 113). Bu kapsamda, Şalpazarı ilçesinde yerel halktan 30 kişi araştırmanın örneklemi oluşturmaktadır. Katılımcılar nitel araştırma yöntemi içinde yer alan amaçlı örneklem yöntemlerinden kartopu örnekleme ile belirlenmiştir. Patton'a (1987) göre, amaçlı örneklem zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 118). Bununla birlikte, kartopu örneklem yöntemi araştırmada, zengin bilgi birikimi sağlayabilecek kişilerin veya durumların saptanmasında rol oynamaktadır. Bu süreç; "bu konuda en çok bilgi sahibi kişiler kimlerdir?" sorusuyla başlamaktadır (Patton, 1987, s. 56). Süreç ilerledikçe, isimler veya durumlar bir kartopu gibi büyüyecek ve bir süre sonra da hep aynı isimler ön plana çıkmaya başlayacaktır. Dolayısıyla, görüşme yapılacak kişi sayısı veya ilgilenilmesi gereken durum sayısı azalmaya başlayacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 121). Buradan hareketle, araştırmacı ilk olarak Şalpazarı ilçesinde tanıdığı bir katılımcı ile görüşme yapmıştır. Daha sonra ilk katılımcı, araştırmacıyı bilgi birikiminin zengin olduğunu düşündüğü diğer kişilere yönlendirmiştir. Bir süre sonra

görüşme yapılan kişilerden elde edilen veriler tekrarlamaya başlamış ve doyuma ulaşmıştır. Dolayısıyla, Şalpazarı ilçesinde toplam 30 yerel halk ile görüşülmüştür.

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Araştırmada, veri toplama tekniği ikiye ayrılmaktadır. Araştırmanın teorik kısmında, konuya ilişkin literatürdeki çalışmalardan ve resmi istatistiklerden faydalanılmıştır. Analiz bölümünde, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Görüşme, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan soruları, görüşüne ihtiyaç duyulan kişilere sorarak konu hakkında bilgi toplamayı sağlayan yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2018, s. 59). Görüşme tekniği, konunun detaylarına inme imkanı vermesi, ankete göre daha açıklayıcı ve güvenilir olması nedeniyle tercih edilen bir veri toplama tekniğidir (Coşkun vd., 2015, s. 96). Ayrıca, görüşme tekniği, nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama aracıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 129).

Veriler, Şalpazarı ilçesinin yerel halkı ile telefonda görüşmeler yapılarak elde edilmiştir. Görüşmelerin telefonda yapılmasının sebebi ise Covid-19 kısıtlaması sebebiyle Şalpazarı ilçesine ulaşamamasıdır. Araştırmanın amacına yönelik derinlemesine cevaplar alabilmek için 10 tane yarı yapılandırılmış soru ve bir adet tablo hazırlanmıştır (Ek-1). Sorular, Yavuz'un (2007) "Uluslararası Destinasyon Markası Oluşturulmasında Kimlik Geliştirme Süreci: Adana Örneği" ve Türk'ün (2000) "Doğal, Tarihsel ve Arkeolojik Alanların Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi: Göller Bölgesi Örneği" tezlerinden yararlanılarak araştırma sonuçlarına yanıt bulunabilecek şekilde hazırlanmıştır. Sorulara ek olarak, katılımcılara yaş, eğitim durumu, meslek gibi demografik özelliklerine ilişkin sorular da yöneltilmiştir.

Katılımcılarla görüşebilmek için telefonla veya elektronik posta ile iletişime geçilerek önceden çalışmanın içeriğini anlatılmış, görüşme soruları katılımcılara önceden gönderilmiştir. Görüşmeler, 04-10 Mayıs 2021 tarihleri arasında yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye başlamadan önce katılımcılarla sohbet edilmiş ve katılımcıların görüşmeye hazırlanmıştır. Katılımcılara, görüşme boyunca ses kaydı alınacağı bilgisi verilmiş ve izin istenmiştir. Tüm katılımcılar ses kaydının alınması konusunda olumlu geri dönüş yapmıştır. Görüşme boyunca, katılımcılar tarafından aktarılan ifadeler not edilmiştir. 30 katılımcıyla toplamda 1478 dakika 29 saniyelik görüşme gerçekleştirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Katılımcılarla yapılan görüşmelerden sonra alan araştırması tamamlanmıştır. Daha sonra, görüşmelerden elde edilen verilerin çözümlenmesi, kodlanması ve analizi aşamasına geçilmiştir. Bununla birlikte, araştırmaya katılan bütün katılımcılara kod atanmıştır. Kodlar K1, K2, K3... şeklinde gösterilmiştir. 30 yerel halkla gerçekleştirilen görüşmelerde 30'dan fazla ses kaydı oluşmuştur. Bunun sebebi, katılımcılardan kaynaklı olarak, görüşmelerin bazen yarıda kesilmesidir. Ses kayıtları değiştirilmeden yazıya geçirilmiştir. Yazıya geçirilen dokümanlar tekrar gözden geçirilmiş ve deşifre hataları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmada, görüşme metinleri içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve “kelime sayma” tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, toplanan verileri açıklayabilecek kavramalara ve ilişkilere ulaşmayı sağlamaktadır. Betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulur ve betimsel yaklaşımla fark edilemeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilebilir. İçerik analizinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları anlaşılabilir şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 242). Daha sonra, yöneltilen soruların yanıtlarını oluşturacak şekilde bulgular, SWOT analizinin başlıkları şeklinde derlenmiştir.

Verilerin analizinin ikinci aşamasında, SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, Şalpazarı'nın özel ilgi turizmiyle ilgili SWOT analizi oluşturulmuştur. SWOT kelimesi, İngilizce strengths (güçlü yönler), weaknesses (zayıf yönler), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinden oluşmaktadır. SWOT analizi tekniği, bir firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemeyi ve dış çevreden kaynaklanan fırsatları ve tehditleri saptamayı sağlamaktadır (Karadeniz, Kandır ve Önal, 2007). Tablo 3.1.'de örnek bir SWOT analizi verilmiştir.

Tablo 3. 1. Örnek bir SWOT analizi yapısı (Dinçer, Aydoğan ve Karayılan, 2016)

İçsel Faktörler	Dışsal Faktörler
Güçlü Yanlar Hedefe ulaşmak için kullanılabilecek verimli kaynaklar	Fırsatlar Dış ortamdaki elverişli durumlar
Zayıf Yanlar Hedeflenen amaca ulaşmak için var olan sınırlamalar ve kusurlar	Tehditler Dış ortamdaki olumsuz durumlar

3.4.1. TOWS matrisi

Verilerin analizinin bir sonraki aşamasında, TOWS matrisi kapsamında stratejiler oluşturulmuştur. SWOT analizini gerçekçi bir bakış açısı ile ele alabilmek için bütünleştirme değerlendirmelere yönelik stratejiler kapsamında TOWS matrisi oluşturulmaktadır. Dolayısıyla, TOWS matrisi, SWOT analizinin bir sonraki aşamasıdır. Diğer bir ifadeyle TOWS matrisi SWOT analizine göre daha gerçekçi bir değerlendirme yapmaya olanak sağlamaktadır (Abdurahman, 2015).

SWOT analizi oluşturulduktan sonra, mevcut durumun analizini yapmak için TOWS matrisi oluşturulmaktadır (Prokofyeva, 2011). Bu matris (TOWS), rekabet gücünü analiz etmek ve rekabet stratejileri belirlemek için kullanılan bir yöntemdir (Ahmadov, 2010). TOWS matrisi, içsel ve dışsal faktörlerin analizi sonrası stratejik görüşlerin oluşturulduğu bir kavramsal model önermektedir (Ağdaş, 2015).

SWOT sözcüğünün tersi olarak türetilen TOWS kelimesi, Weihrich (1982) tarafından geliştirilmiştir. TOWS matrisine göre dört başlık altında uygulanabilecek stratejiler ortaya çıkarılmıştır. Bu stratejiler, “güçlü yanlar-fırsatlar stratejisi”, “güçlü yanlar-tehditler stratejisi”, “zayıf yanlar-fırsatlar stratejisi” ve son olarak “zayıf yanlar-tehditler stratejisi”dir (Dinçer Aydoğan ve Karayılan, 2016). Tablo 3.2’de örnek bir TOWS matrisi yapısı verilmiştir.

Tablo 3. 2. Örnek bir TOWS matrisi (Dinçer, Aydoğan ve Karayılan, 2016)

	Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Fırsatlar	Güçlü Yanlar + Fırsatlar (G+F)	Zayıf Yanlar + Fırsatlar (Z+F)
Tehditler	Güçlü Yanlar + Tehditler (G+T)	Zayıf Yanlar + Tehditler (Z+T)

Tablo 3.2. dikkate alınarak, araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan yararlanılarak, Şalpazarı ilçesinin SWOT analizi yapılmıştır. Daha sonra, SWOT analizindeki veriler kullanılarak TOWS matrisine yönelik stratejiler oluşturulmuştur. Buradaki amaç, Şalpazarı ilçesinin, rekabet gücünü arttırmak ve geleceğe dönük rekabet stratejilerini belirleyebilmektir. Dolayısıyla, Şalpazarı ilçesi için; güçlü yanlar ve fırsatların geliştirilmesiyle oluşturulacak güçlü yanlar- fırsatlar stratejisi, güçlü yanları

geliştirip tehditleri azaltmaya yardımcı olabilecek güçlü-yanlar-tehditler stratejisi, zayıf yanları azaltarak fırsatları güçlendirmeye yönelik zayıf yanlar-fırsatlar stratejisi ve son olarak da zayıf yanlar ve tehditleri azaltmaya yönelik zayıf yanlar-tehditler stratejisi oluşturulmuştur. Böylece, SWOT analizinde ortaya çıkan veriler, TOWS matrisi aracılığıyla güçlendirilebilecektir. Bununla birlikte, bu stratejiler Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerini geliştirebilmek için uygulanabilir hale gelecektir.

3.5. Araştırmanın İnandırıcılığı

Araştırmanın inandırıcılığı bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biridir. “Geçerlik” ve “Güvenirlik” araştırmalarda en çok kullanılan iki ölçüttür. Nitel araştırmalarda toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması geçerliğin önemli ölçütleri arasındadır. Geçerlilik konusunda iç ve dış geçerlik stratejileri olmak üzere iki ayrı şekilde geçerlik sağlanabilmektedir. İç geçerlik, elde edilen bulguların ve sonuçların doğruluğunu konu edinirken dış geçerlik, araştırma sonuçlarının benzer ortamlara veya durumlara genellenebilmesidir. Güvenirlik de geçerlikte olduğu gibi iç ve dış olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış güvenilirlik, araştırma sonuçlarının benzer ortamlarda tekrarlanabilmesiyle, iç güvenilirlik başka araştırmacıların aynı verileri kullanıp aynı sonuçlara ulaşabilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 269-284).

Araştırmada geçerlik ve güvenilirlik kapsamında, aktarılabilirliği sağlamak için amaçlı örneklem yöntemlerinden kartopu örneklem seçilmiştir. Katılımcılarla görüşme öncesinde sohbet edilmiş ve daha sonra görüşmeye geçilmiştir. Bunun amacı, katılımcılara güven ortamı sunmaktır. Böylece katılımcıların daha samimi yanıtlar elde edilebilecektir. Görüşmeler sırasında elde edilen ses kayıtları deşifre edilmiştir. Araştırmada tutarlılığı sağlamak için, veri toplama araçlarının oluşturulması, verilerin toplanması ve analizi aşamaları kendi içinde aynı teknikler uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Örneğin, bütün görüşmeler aynı görüşme formuyla ve ses kaydı alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bir uzman, araştırma modelini, toplanan verileri, analizleri ve sonuçların yazımını eleştirel bir gözle incelemiş ve geri bildirimde bulunmuştur. Elde edilen sonuçların, uzman akademisyen tarafından incelenmesi sağlanmıştır. Buradaki amaç, ulaşılan sonuçları ham verilerle karşılaştırarak doğruluğunun sağlanmasıdır. 30 katılımcı ile yapılan görüşmelerden sonra elde edilen veriler, tekrarlanmaya başladığı için görüşmeler bu noktada sonlandırılmış ve toplanan

verilerin araştırmanın amacı doğrultusunda yeterli olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca, verilerin analizinde katılımcılardan alıntılar yapılmasının da çalışmanın güvenilirliğini arttıracakı düşünülmektedir (Coşkun vd., 2015). Elde edilen sonuçlar, alanyazında yer alan sonuçlarla kıyaslayarak sonuçların gerçeğe uygunluğu sınanmıştır.



4. BULGULAR VE YORUM

4.1. Giriş

Araştırmanın bu bölümünde verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmada 30 kişiyle gerçekleştirilen görüşmelerde sorulara verilen yanıtlar, içerik analizi aracılığıyla analiz edilmiş ve Şalpazarı ilçesinin SWOT analizi ve TOWS matrisi oluşturulmuştur. Bulgular kısmında ilk olarak katılımcıların kişisel bilgilerine yer verilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen diğer bulgular, her soru için alt başlık oluşturularak aktarılmıştır. Ayrıca katılımcıların konu ile ilgili söylemiş oldukları birebir alıntılara yer verilerek de bulgular sunulmuştur.

4.2. Katılımcılara İlişkin Bulgular

Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 4.1.'de verilmiştir.

Tablo 4. 1. Katılımcılara ilişkin bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Yaş	Meslek	Şalpazarı'nda İkametgah Süresi
K1	Erkek	Bekar	Lise	33	Güvenlik Görevlisi	26 Yıl
K2	Erkek	Evli	Lisans	55	Memur	50 Yıl
K3	Erkek	Evli	İlkokul	51	Güvenlik Görevlisi	35 Yıl
K4	Kadın	Evli	Lisans	39	Öğretmen	39 Yıl
K5	Erkek	Evli	Lisans	53	Gazeteci	40 Yıl
K6	Erkek	Evli	Lise	35	Şoför	30 Yıl
K7	Erkek	Evli	Lise	37	Güvenlik Görevlisi	37 Yıl
K8	Erkek	Bekar	Lise	29	Asker	25 Yıl
K9	Erkek	Evli	İlkokul	52	Aşçı	48 Yıl
K10	Kadın	Evli	İlkokul	42	Esnaf	40 Yıl
K11	Erkek	Evli	Lisans	37	Öğretmen	33 Yıl
K12	Erkek	Bekar	Lise	33	Serbest Meslek	33 Yıl
K13	Erkek	Evli	Lise	59	İlçe Belediye Başkanı	50 Yıl
K14	Erkek	Evli	Lise	46	Aşçı	40 Yıl
K15	Erkek	Evli	Lisans	40	Memur	40 Yıl
K16	Erkek	Evli	Lise	52	Esnaf	45 Yıl
K17	Kadın	Evli	Lise	31	Ev Hanımı	23 Yıl
K18	Erkek	Bekar	Lise	65	Emekli Gazeteci-Yazar	30 Yıl

Tablo 4. 2. (Devam) *Katılımcılara ilişkin bilgiler*

K19	Erkek	Evli	Lise	40	Belediye Çalışanı	20 Yıl
K20	Kadın	Bekar	Lisans	21	Öğrenci	21 Yıl
K21	Kadın	Bekar	İlkokul	42	Temizlik İşçisi	42 Yıl
K22	Kadın	Evli	Lise	38	Garson	38 Yıl
K23	Kadın	Bekar	Lisans	21	Öğrenci	21 Yıl
K24	Kadın	Evli	İlkokul	30	Ev Hanımı	30 Yıl
K25	Erkek	Bekar	Lisans	21	Öğrenci	21 Yıl
K26	Erkek	Evli	Lisans	53	Kamu Yöneticisi	45 Yıl
K27	Kadın	Bekar	Lisans	24	Bakıcı	24 Yıl
K28	Kadın	Evli	İlkokul	45	Mutfak Personeli	40 Yıl
K29	Kadın	Evli	Lisans	58	Ev Hanımı	50 Yıl
K30	Erkek	Evli	Lise	44	Özel Sektör	38 Yıl

Katılımcıların on biri kadın, on dokuzu erkektir. Görüşme yapılan kaynak kişiler, 21-65 yaşları arasında yer alan; ilkokul, lise ve lisans mezunu kişilerdir. Katılımcılar çeşitli meslek gruplarında çalışmaktadır. Bununla birlikte, katılımcılar arasında öğrenciler ve çalışmayan kişiler de bulunmaktadır. Katılımcılardan dikkat çeken kişilerden biri ise Şalpazarı belediye başkanıdır. Katılımcılar çok uzun yıllardan beri Şalpazarı ilçesinde yaşamaktadır. Bazı katılımcılar okul veya iş nedeniyle farklı yerlerde yaşayıp daha sonra Şalpazarı ilçesine geri dönmüştür.

4.3. Özel İlgi Turizm Türleri Potansiyelinin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik

Tablo İle İlgili Bulgular

Araştırmada, katılımcılardan ilk olarak özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik tabloyu (Ek-1) cevaplamaları istenmiştir. Tablo 4.2’de tabloda verilen cevaplar sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. 3. *Özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik tablo*

Özel İlgi Turizm Türü	Potansiyel Yok (N=30)	Potansiyel Var (N=30)
Av Turizmi	12	18
Botanik Turizmi	6	24
Çiftlik Turizmi	10	20
Dağ Turizmi	1	29
Eko-Turizm	2	28

Tablo 4. 4. (Devam) *Özel ilgi turizm türleri potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik tablo*

Etkinlik Turizmi	-	30
Etnik Turizmi	26	4
Gastronomi Turizmi	1	29
Kamp ve Karavan Turizmi	-	30
Kırsal Turizm	-	30
Kış Turizmi	4	26
Kuş Gözlemciliği Turizmi	20	10
Kültür Turizmi	-	30
Macera Turizmi	2	28
Mağara Turizmi	1	29
Sağlık Turizmi	2	28
Doğa (Kara) Temelli Spor Turizmi	2	28
Hava Temelli Spor Turizmi	9	21
Su Temelli Spor Turizmi	22	8
Yavaş Turizm	2	28
Yayla Turizmi	-	30
Yoksul-Yanlı Turizm	11	19

Tablo 4.2. incelendiğinde, bazı özel ilgi turizm türleri arasında, potansiyel olup olmadığına dair büyük farklar olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, av turizmi bazı katılımcılar için yapılabilecek durumdayken, bazı katılımcılar için bu durum tam tersidir. Bunun nedeni avcılık kapsamında bazı hayvanların avının yapılmasının yasak olmasıdır. Katılımcılar, ilçede en çok yaban domuzu avının yapıldığını söylemiştir. Bunun nedeni de yaban domuzlarının yerel halkın arazilerine zarar vermesidir. Dolayısıyla bazı katılımcılar bunun av turizmi kapsamında değerlendirilemeyeceğini düşünmektedir. Diğer katılımcılar ise, ilçede hayvan çeşitliliği olduğunu ve bu yüzden de av turizmi yapılabileceğini vurgulamıştır.

İlçede botanik turizminin yapılabileceğine dair görüş birliği olduğu söylenebilir. Katılımcılar, ilçede farklı bitki türleri çeşitliliği olduğunu aktarmıştır. Fakat buna yönelik ilçede bir botanik parkı veya çalışma yoktur. Çiftlik turizmi de ilçede potansiyeli olan türlerden biridir. Katılımcılara göre bunun nedeni, yöre halkının evlerinin aslında birer çiftlik evi gibi olması ve hayvanlarının bulunmasıdır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde yöre halkıyla birlikte çalışmalar yapılabileceği görüşü ortaya çıkmıştır. Fakat bazı

katılımcılar, çiftlik turizmi potansiyelinin olamayacağını belirtmiştir. Bunun nedeni ise bazı yerlerde arazilerin engebeli olmasıdır.

Şalpazarı ilçesinde potansiyeli en yüksek olan diğer türler; dağ turizmi, eko-turizm, etkinlik turizmi, gastronomi turizmi, kamp ve karavan turizmi, kırsal turizm, macera turizmi, kış turizmi, sağlık turizmi, doğa ve hava temelli spor turizmi, yavaş turizm ve yayla turizmidir. Bunların nedeni ise, ilçenin bu konuda zengin olmasıdır.

Katılımcılara göre ilçede dağ turizmini gerçekleştirebilecek dağlar bulunmaktadır. Bununla birlikte, Şalpazarı ilçesi, macera turizmi, doğa ve hava temelli spor turizmi, kamp ve karavan turizmi için elverişli alanlara sahiptir. Katılımcılara göre yöreye özgü yemek çeşitliliğinin olması gastronomi turizminin potansiyelini arttırmaktadır. Temiz havası, doğası ve şifalı olduğu söylenen acısularının olması da katılımcılar için sağlık turizmi açısından değerlendirilmektedir. Yavaş turizm açısından bakıldığında zaman katılımcılar, ilçenin şehir gürültüsünden uzak, sakin bir yaşamın olduğu ve nüfusun az olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla, ilçede yavaş turizmin canlandırılabilmesi düşüncesi ortaya çıkmıştır. Katılımcılara göre Şalpazarı ilçesinde, yaylaların fazla olması ve bu yaylalarda her yıl yapılan şenliklerin olması da yayla turizmi ve etkinlik turizminin potansiyelini arttırmaktadır. İlçede, potansiyeli dikkat çeken bir diğer turizm türü kış turizmidir. Bunun nedeni, ilçeye kar yağması ve bu karların uzun süre erimemesidir. Fakat ilçede kış turizmini gerçekleştirebilecek bir kayak merkezi bulunmamaktadır. Katılımcıların çoğu Sis Dağı'nın bu konuda elverişli olduğunu ve kış turizmi kapsamında kayak merkezi ve teleferik ile değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Bununla birlikte bazı katılımcılar, Sis Dağı'na yönelik bir kış turizmi projesinden de bahsetmiştir. Diğer katılımcılara göre kış turizmi potansiyeli olmamasının nedeni ise, karın eskiye göre daha az yağması ve arazilerin elverişli olmamasıdır.

İlçede etnik turizmin yapılamayacağı dikkat çekmektedir. Katılımcılara, ilçede daha önce veya şu an Çepnilerden başka etnik grubun yaşayıp yaşamadığı sorulmuştur. Çoğu katılımcı için uzun yıllardır yörede sadece Çepni Türkleri yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir. Bununla birlikte Çepni kültürü, kültür turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Soyut kültür olarak bakıldığında, katılımcıların hepsi için ilçede büyük bir potansiyel söz konusudur. Katılımcılar, gelenek-görenek, folklor, dil, giyim-kuşam, ahşap ve el sanatları, yemek kültürü bakımından ilçenin zengin bir potansiyele

sahip olduğunu düşünmektedir. Katılımcılar, somut kültür varlıkları olarak da ilçede, eski su değirmenleri, kemer köprüler, çeşmeler ve camiler olduğunu da belirtmiştir.

Potansiyele dair dikkat çeken bir diğer turizm türü su temelli spor turizmidir. Katılımcıların birçoğu ilçede su temelli spor turizmi türlerinin yapılamayacağını belirtmiştir. Bunun nedeni akarsuların buna uygun olmamasıdır. Fakat buna rağmen 8 katılımcı bu turizm türlerinin yapılabileceğini ve bu durumun araştırılması gerektiğini belirtmiştir. Kuş gözlemciliği turizmi de katılımcılar için potansiyeli düşük olan bir turizm türüdür. Bunun nedeni, ilçede gözlemlenebilecek ilginç kuş türlerinin olmayışıdır. Yoksul-yanlı turizm türünün potansiyeli de tartışmaya açıktır. Katılımcıların bazıları, nüfusun genç olmadığını, göç verdiğini, iş olanaklarının az olduğunu belirtmiştir. Bu yüzden de bu turizm türünün ilçeye katkı sağlayabileceği düşünülmüştür. Buna rağmen diğer katılımcılar ise, yöre halkının kendi kendine yetebildiğini ve insanların birçoğunun emekli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar, yöre halkının yardımsever ve paylaşımcı olduğunu da söylemiştir. Yöre halkı genelde elindekini paylaştığı için bu sorunun kendi içlerinde çözülebileceği söylenebilir.

4.4. Şalpazarı İlçesinde Bölgeyi Çekici Kılabilcek Özel İlgi Turizm Türlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ilk sorusu olarak katılımcılara, “Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?” sorusu yöneltilmiştir. Bu aşamada, Şalpazarı’nda hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesiyle bölgenin daha çekici hale gelebileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, soruya verilen cevaplar tablo haline getirilmiştir. Katılımcılar birden fazla özel ilgi turizm türü belirtmiştir. Tablo 4.3.’te Şalpazarı ilçesini çekici kılabilcek özel ilgi turizm türlerine yönelik bulgular aktarılmıştır.

Tablo 4. 5. Şalpazarı ilçesinde bölgeyi çekici kılan özel ilgi turizm türleri

Özel İlgi Turizm Türleri	Frekans	%
Yayla Turizmi	25	17.73
Kültür Turizmi	23	16.31
Gastronomi Turizmi	17	12.05
Kış Turizmi	17	12.05
Kamp ve Karavan Turizmi	10	7.09
Dağ Turizmi	9	6.38
Etkinlik Turizmi	9	6.38

Tablo 4. 6. (Devam) *Şalpazarı ilçesinde bölgeyi çekici kılan özel ilgi turizm türleri*

Botanik Turizmi	5	3.55
Doğa (Kara) Temelli Spor Turizmi	5	3.55
Kırsal Turizm	5	3.55
Macera Turizmi	4	2.84
Av Turizmi	4	2.84
Hava Temelli Spor Turizmi	2	1.42
Su Temelli Spor Turizmi	1	0.71
Yoksul-Yanlı Turizm	1	0.71
Sağlık Turizmi	1	0.71
Yavaş Turizm	1	0.71
Çiftlik Turizmi	1	0.71
Kuş Gözlemciliği Turizmi	1	0.71
Toplam	141	%100

Tablo 4.3. incelendiğinde, Şalpazarı ilçesinde en fazla, “Yayla Turizmi (%17.73), Kültür Turizmi (%16.31), Gastronomi (%12.05) ve Kış Turizmi (%12.05)”nin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılabilir. Bununla birlikte, “Kamp ve Karavan Turizmi (%7.09), Dağ Turizmi (%6.38) ve Etkinlik Turizmi (%6.38)” bölgeyi çekici kılacak diğer türlerdir. Geliştirilmesi dahilinde “Botanik Turizmi (%3.55), Doğa Temelli Spor Turizmi (%3.55), Macera Turizmi (%2.84) ve Av Turizmi (%2.84)” de bölgede çekicilik potansiyeli olan diğer özel ilgi turizm türleridir.

Katılımcılardan bu turizm türlerinin neden bölgeyi çekici kılabilceğine dair görüşlerini açıklamaları istenmiştir. Konuyla ilgili olarak K2 kodlu katılımcının görüşleri şu şekildedir: “(...) yayla turizmi zaten yörenin klasik düzeni. Bunu biraz daha geliştirmek işi büyük boyutlara götürebilir. (...) Bunlar çoğaltılıp yabancı turistlerin de gelebileceği şekle getirilebilir.” K4 kodlu katılımcı da görüşlerini: “Kültürünü hala koruduğu için kültür turizmi yapılabilir. Gelenek-göreneklerine bağlı çünkü. Belki de bu yapının bozulmadığı tek ilçedir Şalpazarı. Bunun dışında coğrafyası da uygun olduğu için doğa temelli spor turizmi yapılabilir. Yaylaları var. Ormanları var. Güzel bir coğrafyası var. Gezilebilir. Bir de incelendiği zaman bu yaylaların belli yerleri kış turizmine uygun olabilir. Ben gördüğüm kadarıyla bu sonuca varıyorum.” şeklinde açıklamıştır.

4.5. Şalpazarı İlçesinin Güçlü Yönlerini Ortaya Koyan Özellikleri ve Özel İlgi Turizminin Gelişmesine Olanak Sağlayan Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmada katılımcılara ikinci soru olarak, “Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Bu bölümde ayrıca, “Şalpazarı ilçesinin hangi özellikleri özel ilgi turizminin gelişmesine olanak sağlar?” sorusuna da cevaplar bulunmuştur. Bu sorulardan elde edilen bulgular, SWOT analizinde kullanılmaktadır. Tablo 4.4.’te Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi konusunda güçlü yönleri ve özel ilgi turizmi türlerini geliştirmesine olanak sağlayan özelliklerine yönelik bulgular paylaşılmıştır.

Tablo 4. 7. Şalpazarı ilçesinin güçlü yönleri ve özel ilgi turizm türlerini geliştirmeye olanak sağlayan özellikleri

İfadeler	Frekans	%
Kültürü	26	11.71
Doğası	24	10.81
Yaylaları	22	9.91
İklimi	20	9.01
Misafirperver Olması	17	7.66
Her Mevsimi Yaşamı	9	4.05
Doğallığı	9	4.05
Yöresel Yemek Çeşitliliği	7	3.15
Yaşam Tarzı	7	3.15
Folkloru	7	3.15
İnsan İletişimi	7	3.15
Coğrafi Konumu	7	3.15
Coğrafi Yapısı	7	3.15
Yeşilliği	6	2.70
Giyim-Kuşamı	6	2.70
Şenlikleri	6	2.70
Gelenek-Görenekleri	4	1.80
Tarihi	4	1.80
Hayvan Çeşitliliği	4	1.80
Temiz Havası	4	1.80
Ormanları	3	1.35
Yerleşim Yerlerine Yakınlığı	2	0.90
Çepni Kültürü	2	0.90
Bitki Çeşitliliği	2	0.90

Tablo 4. 8. (Devam) Şalpazarı ilçesinin güçlü yönleri ve özel ilgi turizm türlerini geliştirmeye olanak sağlayan özellikleri

Dağları	2	0.90
Akarsuları	2	0.90
Acisuları	2	0.90
Sakin Bir Yer Olması	2	0.90
Yardımlaşmanın Olması	1	0.45
Açık Hava Müzesi Olması	1	0.45
Toplam	222	%100

Elde edilen bulgulardan hareketle, Şalpazarı ilçesinin en güçlü olduğu yönler “kültürü (%11.71), doğası (%10,81), yaylaları (%9.91), iklimi (%9.01), misafirperver olması (%7.66), her mevsimi yaşaması (%4.05) ve doğallığı (%4.05)”dır. Dikkat çeken diğer güçlü yönleri de “yöresel yemek çeşitliliği (%3.15), yaşam tarzı (%3.15), folkloru (%3.15), insan iletişimi (%3.15), coğrafi konumu ve yapısı (%3.15)”dır. Bununla birlikte, “giyim-kuşamı (%2.70), şenlikleri (%2.70) ve tarihi (%1.80)” de Şalpazarı ilçesinin güçlü yönlerinden bazılarıdır.

Katılımcılardan Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi yönünden güçlü yönlerini açıklamaları istenmiştir. Konu ile ilgili olarak K7 kodlu katılımcı, “*Doğanın zengin olması. Doğanın bütün imkanları sunması diyelim doğal olarak. (...) Kültürü, giyim konusunda. Tarihine bağlı ve hala bu zamana kadar gelmiş bir kültürünün olması. Birçok ilde, ilçede rastlanılmayan giyim tarzı var. (...) Etkinlikleri. Yazın bayağı bir gelişmiş şenliğin, organize olduğu yer. (...) yaylaları buna müsait. Her türlü insanı barındırabilecek şekilde*” ifadelerini kullanarak görüşlerini açıklamıştır. K9 kodlu katılımcı da görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “*(...) biz burada, Karadeniz’de eğlence kültürüne düşünüyoruz. Bu bizim yıllardan beri gelenek ve göreneklerimizin başında geliyor. (...) imece işi vardı eskiden. Tabi bu şimdi kalmadı ama insanlar yine birbirine yardımcı olmaya çalışıyor. (...) Bana göre en büyük özelliklerinden bir tanesi de doğasının temiz olmasından kaynaklı olarak ormanlık arazinin olması. Yeşilinin olması. Havayı temiz kılıyor. O anlamda Şalpazarı’nın yeşil bitki örtüsü turizm anlamında düşündüğün zaman çok yeterli. (...) kış mevsimi de çok güzel oluyor. Yaz mevsimi de çok güzel oluyor.*”

K11 kodlu katılımcı Şalpazarı’nın güçlü yönleri hakkındaki görüşlerini: “*Şalpazarı’nın en büyük artısı, şunu söyleyebilirim. İnsanların genel yapısını, karakterini*

söyleyebilirim. Çok ilgililer. Yani dışarıdan gelen kim olursa olsun hemen kabul edebilirler. Ve bunların farklı yaşam tarzları göze batıyor ilk başta. Yani ülke içinde diğer insanlara çok ilginç geliyor. Bu başlı başına güçlü bir yön oluyor. Onun yanında bu yayla turizmi. (...) Diğer yerlerde bu yaylalar sadece işte hayvancılık üzerine gidilen yerlerdir. Bizde öyle bir durum yok. Biz yaylayı eğlenmek, yaşamak için kullanıyoruz daha çok. O yayla durumu bizim biraz yaşam kültürümüz olmuş. (...) Oradaki şenlikler de zaten bunu gösteriyor. Sevincimizi gösteriyor. (...) İnsanların bu denli hareketli olması yine çok güçlü bir yönümüzdür. Bir de hayata pozitif bakıyor olmamız. (...) İkliminin yanında özellikle doğası, o kadar doğal ki. Hiçbir şekilde harap edilmemiş, değiştirilmemiş. Yani doğal ortamı çok fazla. (...) İklim çeşitliliği de çok fazla. Bizde sabah hava güneşliken iki saat sonra yağmur yağabilir. Tekrardan güneş açabilir. Hava durumunun hareketli olması bizi de hareketli yapmış tabi. Bitki örtüsünün de farklılığı, çeşitliliği yani güçlü bir yan” şeklinde açıklamıştır.

4.6. Şalpazarı İlçesinin Önemli Değerlerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara, “Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Tablo 4.5.’te Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi konusunda önemli değerlerine yönelik bulgular verilmiştir.

Tablo 4. 9. Şalpazarı ilçesinin önemli değerleri

İfadeler	Frekans	%
Yaylaları	21	12.43
Giyim-Kuşamı	18	10.65
Kadırga Açık Cami	18	10.65
Folkloru	17	10.06
Ağasar Deresi	13	7.70
Ağasar Balı	11	6.50
Acıuları	9	5.32
Sis Dağı	9	5.32
Şenlikleri	9	5.32
Yemekleri	7	4.14
Kültürü	7	4.14
Alabalığı	6	3.55
Değirmenleri	5	2.96
Ahşap ve El İşçilikleri	5	2.96
Kemer Köprüleri	2	1.18

Tablo 4. 10. (Devam) *Şalpazarı ilçesinin önemli değerleri*

Doğası	2	1.18
Yeşili	2	1.18
İnsanları	2	1.18
Yaşam Tarzları	1	0.60
Gelenek-Görenekleri	1	0.60
Komar Çiçeği	1	0.60
Sarağu Çiçeği	1	0.60
Ormanları	1	0.60
Ses Sanatçıları	1	0.60
Toplam	169	%100

Tablo 4.5. incelendiğinde, katılımcılara göre Şalpazarı ilçesinin en önemli değerleri; “yaylaları (%12.43), giyim-kuşamı (%10.65), Kadirga açık camii (10.65), Ağasar Deresi (%7.70) ve Ağasar balı (%6.50)”dır. İlçenin diğer önemli değerleri arasında “Acısuları (%5.2), Sis Dağı (%5.32), şenlikleri (%5.32), yemekleri (%4.14), kültürü (%4.14), alabalığı (%3.55) ve ahşap ve el işi işçilikleri (%2.96)” ön plandadır.

Katılımcılara Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi kapsamında önemli değerleri sorulmuştur. Konu ile ilgili olarak K20 kodlu katılımcı şu ifadeleri kullanmıştır: “*Kültürü bence. Bu çok önemli. Çünkü bu kadar önemli olmasa bu kadar süre devam ediyor olmazdı yani. (...) Yaylaları da kesinlikle bir değerdir. Başka bir yerde yaylacılık var mı bilmiyorum. (...) Birine sor yayla diye Karadeniz der yani. (...) Bal kültürü var. Gacaman balı var. Ağasar balı var.*” K23 kodlu katılımcı da görüşlerini: “*(...) Şenliklerimiz olsun, giyim-kuşam olsun, samimiyetimiz olsun dediğim gibi yaylaları, folkloru, Kadirga açık camii bunlar önemli değerlerdir. (...) Ağasar’ın deresi, balı türkülere konu oluyor. Bunlar da önemli bir değer yani.*” şeklinde açıklamıştır.

K29 kodlu katılımcı Şalpazarı’nın önemli değerleri için: “*(...) Şenlik yerlerinin yapıldığı Sazalanı gibi, Erikbeli gibi yerler de cazip kılabiliyor. Sis Dağı’nın yüksek bir yer ve dönemeçli yollarının olması önemli bir yerde. Bazı yerlerde Acısuların olması. Acısu’da bir değirmen var 200 yıllık olduğu söyleniyor. Bunlar önemlidir. Sütçinar’daki caminin yine eski bir tarihi camii olması önemlidir. (...) Alabalık zaten en çok Şalpazarı’nda. Alabalık için kurulmuş bazı balık tesisleri var birkaç yerlerde. Ağasar’ın balı da çok önemli. Folklor da önemli değerlerden. İnsanlar hep şen şakrak her yere*

giderken. Ufacık, küçücük imece yerine bile gidiliyor olsa bile düğün, bayram gibi giderler. Yani bunlar kemençeye bağlı insanlar. Bunlar önemli” ifadelerini kullanmıştır.

4.7. Şalpaazarı İlçesinin Zayıf Yönlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü sorusu, Şalpaazarı ilçesinin özel ilgi turizmi konusundaki zayıf yönlerini tespit etmek amacıyla sorulmuştur. Bu amaçla katılımcılara, “Şalpaazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Bu sorulardan elde edilen bulgular, SWOT analizinde kullanılmaktadır. Tablo 4.6.’da Şalpaazarı’nın özel ilgi turizmi konusundaki zayıf yönleriyle alakalı bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. 11. Şalpaazarı ilçesinin zayıf yönleri

İfadeler	Frekans	%
Altyapı ve Üstyapının Yetersiz Olması	26	17.33
Göç Vermesi	23	15.33
Halkın Bilinçsiz Olması	19	12.67
İş Olanığının Az Olması	17	11.33
Tanıtımının Eksik Olması	15	10.00
Yatırımın Eksik Olması	9	6.00
Üretimin Az Olması	8	5.33
Gençlere Yönelik Aktivitelerin Olmaması	7	4.67
Teşvik Olmaması	6	4.00
Genç Nüfusun Az Olması	4	2.67
Arazinin Dağlık Olması	2	1.33
Devlet Desteğinin Az Olması	2	1.33
Profesyonel Turizmin Olmaması	2	1.33
İnsanlarının Kendini İfade Edememesi	2	1.33
İlçe Merkezinin Yapısı	2	1.33
Girişimcinin Az Olması	1	0.67
Yöreye Hakim Olamama	1	0.67
Betonlaşmanın Olması	1	0.67
Doğanın Korunmaması	1	0.67
Halkının Yenilikçi Olmaması	1	0.67
Kültüre Değer Verilmemesi	1	0.67
Toplam	150	%100

Tablo 4.6. incelendiğinde, Şalpazarı'nın özel ilgi turizmi konusundaki zayıf yönleri olarak “altyapı ve üstyapının yetersiz olması (%17.33) ve göç vermesi (%15.33)” frekans değeri en yüksek ifadelerdir. “Halkın bilinçsiz olması (%12.67), iş olanağının az olması (%11.33) ve tanıtımının eksik olması (%10.00)” Şalpazarı ilçesinin zayıf olduğu diğer konulardır. Bununla birlikte, Şalpazarı'nda “yatırımın az olması (%6.00), üretimin az olması (%5.33), gençlere yönelik aktivitelerin olmaması (%4.67)” da zayıf yönler olarak görülmüştür.

Konu ile ilgili olarak K27 kodlu katılımcı, Şalpazarı ilçesinin zayıf yönleri hakkında görüşlerini: *“Korumadan bahsettik. Korumayı biraz abarttığımızı düşünüyorum. Çünkü orayı her ne kadar koruyorsak, kendimizi de biraz geliştirmeliyiz ki bir şeyler olsun. Bizimki biraz yerinde saymak gibi oluyor. Önem vermemiz, korumamız gayet güzel ama insanlara bakıldığında ben biraz eksik buluyorum. Çünkü hepimiz düşünebilen varlıklarız fakat o yerinde sayma, bir şeylerin hala değişmediğini görmek üzüyor beni. Halk için bilinçsiz diyebiliriz bu yüzden. (...) Göç veriyor. Eğer iş imkanı sağlanabilseydi, iş imkanı kısıtlı. Hayvancılık vesaire tarım yapılıyor ama yeterli değil. Turizm açısından da işte yayla turizmi vesaire işte ekstrem sporları önceden yapsaydık insanları çekebilirdik. (...) Şu an Şalpazarı'ndaki kısım, gençlerden çok yaşlı nüfus olduğu için biraz itelemek gerekiyor. Gençler öyle değil. Gençler yeter ki bir kıvılcım görsün, bir şey görsün. Ama yaşlı kısım öyle değil. O yüzden önce teşvik gerekli”* şeklinde açıklamıştır.

K30 kodlu katılımcının Şalpazarı ilçesinin zayıf yönleri hakkındaki görüşleri şu şekildedir: *“Zayıf yönü, kültürümüze değer vermememiz. Geliştirebileceğimiz şeyleri, yayla turizmi olsun, kış turizmi olsun onları geliştirmememiz. (...) Mesela zengin iş adamlarımızın hiç oralara uğramayıp sanayi şehirlerine yüz çevirmeleri. (...) Halkı bilinçsiz olmasa kuşağını, peştamalını bir kenara atıp da çağdaş giysilere, kıyafetlere geçer mi? (...) Altyapı yok denecek kadar az. (...) Gençlere yönelik bir şey de yok. Gençleri orada tutabilmek için ancak yayla turizmi üzerine gidebilirsin. (...) İş olanağı yok.”*

4.8. Şalpazarı İlçesinde Özel İlgi Turizm Türlerini Geliştirmeye İlişkin Bulgular

Araştırmanın altıncı sorusu, Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizmini geliştirmek için neler yapılabileceğini tespit etmek amacıyla sorulmuştur. Bu amaçla katılımcılara, “Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?” sorusu

sorulmuştur. Tablo 4.7.’de Şalpazarı’nda özel ilgi turizmini geliştirmeye yönelik önerilere dair bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. 12. Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerini geliştirmeye yönelik öneriler

İfadeler	Frekans	%
Altyapı ve Üstyapı Geliştirilmeli	23	17.70
Tanıtımı ve Pazarlaması Yapılmalı	20	15.38
Devlet Desteği ve Teşviki Sağlanmalı	20	15.38
Yatırım Yapılmalı	16	12.30
Halk Bilinçlendirilmeli	12	9.23
İş Olanakları Sağlanmalı	12	9.23
Göç Önlenmeye Çalışılmalı	6	4.62
Projeler Hazırlanmalı	5	3.85
Üretim Arttırılmalı	2	1.54
İlçeye Önem Verilmeli	2	1.54
Yöre Halkından Bilgi Toplanmalı	1	0.77
İlçe Turizm İçin İncelenmeli	1	0.77
Köy Evleri Yapılmalı	1	0.77
Günlük Turlar Düzenlenmeli	1	0.77
Önemli Değerler Toplanıp Müze Açılmalı	1	0.77
Değerlere Sahip Çıkılmalı	1	0.77
Dereler Temizlenmeli	1	0.77
Hedef Belirlenmeli	1	0.77
Hayvancılık Geliştirilmeli	1	0.77
İnsanlarına Önem Verilmeli	1	0.77
Yeşili Değerlendirilmeli	1	0.77
Dernekler Aktif Rol Üstlenmeli	1	0.77
Toplam	130	%100

Tablo 4.7.’ye göre Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerini geliştirmek için yapılan önerilerden en çok dikkat çeken “altyapı ve üstyapının geliştirilmesi (%17.70)”dır. Diğer yüksek frekanslara sahip öneriler de “tanıtımı ve pazarlaması yapılmalı (%15.38) ve devlet desteği ve teşviki sağlanmalı (%15.38)” önerileridir. Bununla birlikte, “ilçeye yatırım yapılması (%12,30), halkın bilinçlendirilmesi (%9.23), iş olanaklarının sağlanması (%9.23)” da özel ilgi turizm türlerini geliştirmek için atılabilecek adımlardır.

Konu ile ilgili olarak K3 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “Özel ilgi turizminin geliştirilmesi için dükkanların açılması lazım. Devletin teşvik vermesi lazım. Bu ürünleri üreten insanlara teşvik verilmesi lazım. Desteklenmesi lazım. (...) Üretimin arttırılması lazım.” K6 kodlu katılımcı görüşlerini: “En başta devlet desteği. Zaten devlet destek verdiği zaman oranın yöre halkının da devletin verdiği desteğe karşılık vereceğini düşünüyorum” şeklinde açıklamıştır. K18 kodlu katılımcı da benzer şekilde devlet desteğine ve yatırıma dikkat çekerek görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: “Kesinlikle devlet yatırımı lazım buraya. Bir de hedef belirlenmesi lazım yatırım yapılırken de. (...) Plan bir de tanıtım. Tanıtımı kendi imkanlarımızla biz yapıyoruz. Belediye biraz bir şeyler yapmaya çalışıyor ama içeriye yönelik. Dışarıya değil. (...) Bizim insanların üzerinde çalışılırsa bir şeyler olabilir.”

K16 kodlu katılımcı konu ile ilgili olarak: “Bunları geliştirebilmek için buranın reklama ihtiyacı var. Bir de yatırımcıya ihtiyacımız var. Yani iki tane şey var. Reklam ve yatırım” şeklinde fikirlerini belirtmiştir. K19 kodlu katılımcı: “(...) Turizmin kalkınması için burada insanlara istihdam sağlayacak fabrikaların, iş yerlerinin olması şart. Bunlar olmadığı sürece insanların burada herhangi bir kalıcı özelliği olmaz” ifadelerini kullanarak görüşlerini paylaşmıştır. K24 kodlu katılımcı da görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “Tanıtımı en önemlisi. Bir de altyapı sorunu giderildiği zaman, geliştirildiği zaman hepsi olabilir. (...) Halk bilinçlendirilmeli diye düşünüyorum. Ne olduğunu bilmedikleri için uzak durabilirler.”

4.9. Gelecek 20 Yılda Şalpazarı İlçesinde Ön Plana Çıkabilecek Özel İlgi Turizm Türlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın yedinci sorusu olarak katılımcılara, “Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu aşamada, Şalpazarı’nda gelecek 20 yılda hangi özel ilgi turizm türlerinin ön plana çıkabileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, soruya verilen cevaplar tablo haline getirilmiştir. Tablo 4.8.’de Şalpazarı ilçesinde gelecek yıllarda ön plana çıkabilecek özel ilgi turizm türlerine yönelik bulgular aktarılmıştır.

Tablo 4. 13. Şalpazarı ilçesinde gelecek 20 yılda ön plana çıkabilecek özel ilgi turizm türleri

Özel İlgi Turizm Türleri	Frekans	%
Yayla Turizmi	24	17.91
Gastronomi Turizmi	21	15.67
Kültür Turizmi	17	12.69
Kış Turizmi	16	11.94
Etkinlik Turizmi	11	8.21
Kamp ve Karavan Turizmi	11	8.21
Doğa (Kara) Temelli Spor Turizmi	8	5.97
Sağlık Turizmi	6	4.48
Macera Turizmi	4	2.98
Dağ Turizmi	4	2.98
Kırsal Turizm	3	2.24
Av Turizmi	2	1.49
Hava Temelli Spor Turizmi	2	1.49
Su Temelli Spor Turizmi	1	0.75
Kongre Turizmi	1	0.75
Yoksul-Yanlı Turizm	1	0.75
Eko-Turizm	1	0.75
Yavaş Turizm	1	0.75
Toplam	134	%100

Tablo 4.8. incelendiğinde, Şalpazarı ilçesinde gelecek 20 yılda en çok ön plana çıkabilecek turizm türleri “Yayla Turizmi (%17.91), Gastronomi Turizmi (%15.67), Kültür Turizmi (%12.69), Kış Turizmi (%11.94), Etkinlik Turizmi (%8.21) ve Kamp ve Karavan Turizmi (%8.21)”dir. Katılımcılar, ilçenin sahip olduğu zenginliklerden kaynaklı olarak bu turizm türlerinin daha da ön plana çıkabileceğini belirtmiştir.

Konu ile ilgili olarak K26 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “Doğa turizmi Şalpazarı’nın ve bölgenin geleceği. Bu başlıkta yapılabilecek her türlü turizm hareketine açık olacaktır.” K5 kodlu katılımcı ön plana çıkabilecek gastronomi turizmi için: “(...) Gastronomi turizmi mesela. Çünkü bu bölgenin tereyağının eşi benzeri yok örneğin. Kaldirik, kiraz turşusu, kabak turşusu, Ağasar balı gibi çok güzel yemekleri, ürünleri var. Kaşar peyniri, çökelek, tel peyniri çok doğal ürünleri var” şeklinde görüşlerini belirtmiştir. K8 kodlu katılımcı kamp ve karavan turizmi için: “Kamp yapılacak alanlar fazla. Bölge elverişli durumda.” ifadelerini kullanmıştır.

Şalpazarı ilçesinde gelecek 20 yılda en çok ön plana çıkabilecek turizm türü yine yayla turizmidir. Konu ile ilgili olarak K17 kodlu katılımcı şu şekilde görüşlerini belirtmiştir: *“Yaylalarımız çok fazla. Şenlikler yapılıyor bu yaylalarda.”* Benzer şekilde, K25 kodlu katılımcı da yayla turizmi için: *“En büyük potansiyele sahip olduğumuz alanlardan birisi bu. Yayla konusunda şanslıyız.”* ifadeleriyle fikir belirtmiştir. İlçede ön plana çıkabilecek bir diğer turizm türü kültür turizmidir. K21 konu ile ilgili olarak: *“Çepni kültürünün başlı başına zaten yeterli olduğunu düşünüyorum. Ve birçok tarihi yapılarımız da mevcut.”* şeklinde görüşlerini belirtmiştir.

İlçede ön plana çıkabilecek turizm türlerinden en önemlileri yine etkinlik turizmi ve kış turizmidir. Konu ile ilgili olarak K10 kodlu katılımcı şu şekilde açıklama yapmıştır: *“(…) Mayıs ayından başlayıp ağustos ayına kadar ilçemizde şenlikler yapılmakta. (...) Kayak merkezi kurulma projesi vardı ilçemizde en son. Bu konuda da geliştirildiğimiz zaman ön plana çıkacağız.”* Benzer şekilde K12 kodlu katılımcı da görüşlerini: *“Şenlikleri var. Festivalleri var. Yaylalarda özellikle. Çok fazla bir katılım var. (...) Kar alan bir yer. Ve araziler mevcut bu turizm türü için”* şeklinde açıklamıştır.

4.10. Özel İlgi Turizm Türlerinin Şalpazarı İlçesine Sağlayacağı Katkılara İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında, özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırmanın sekizinci sorusu olarak katılımcılara, “Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Tablo 4.9.’da özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılara yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. 14. Özel ilgi turizm türlerinin Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar

İfadeler	Frekans	%
İlçede Göç Azalır	27	18.37
Ekonomik Katkı Sağlar	25	17.01
İş Olanğı Artar	23	15.65
İlçe Gelişir ve Büyür	19	12.93
İlçe Göç Almaya Başlar	18	12.24
İlçede Üretim ve Tüketim Artar	15	10.20
İlçenin Bilinirliğı Artar	11	7.48

Tablo 4. 15. (Devam) *Özel ilgi turizm türlerinin Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar*

Altyapı Gelişir	2	1.36
Turist Yoğunluğu Artar	2	1.36
Halkın Farkındalığı Artar	2	1.36
Eğitim Seviyesi Artar	1	0.68
Dışa Bağımlılık Azalır	1	0.68
Kırsal Kalkınma Sağlar	1	0.68
Toplam	147	%100

Tablo 4.9. incelendiğinde, Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerinin bulunması halinde bölgeye birçok katkı sağlayabileceği tespit edilmiştir. “İlçede göçün azalması (%18.37), ilçeye ekonomik katkı sağlaması (%17.01), ilçede iş olanağının artması (%15.65), ilçenin gelişmesi ve büyümesi (%12.93) ve ilçenin göç almaya başlaması (%12.24)” özel ilgi turizm türlerinin ilçeye sağlayabileceği katkıların en başında gelmektedir. Bununla birlikte, özel ilgi turizm türleri “ilçede üretimin artması (%10.20) ve ilçenin tanınması (%7.48)” konusunda da katkılar sağlamaktadır.

Konu ile ilgili olarak K1 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: “Yörenin en başta tanıtımı yapılmış olurdu. Maddi faydaları da olacaktır. Yapılacak olan otellerde insan çalışacak sonuçta. İnsanlara, gençlere iş imkanı sağlanabilecek. Bununla beraber, alışveriş fazla miktardan yapılacağından dolayı esnafın faydalanacağı söylenebilir. Üretim- tüketimin artması. Bu da maddi olarak katkı sağlayacaktır. Bunlara bağlı olarak da göç vermesine engel olunabilir.” K2 kodlu katılımcı görüşlerini: “İlçenin gelişmesi, büyümesi bambaşka bir yere varırdı. Yolları, ne bileyim çok daha güzel olurdu. Çok daha harika olurdu. (...) Şalpazarı’nın nüfusu on beş binlerde, yirmi binlerde değil de elli binlerde olurdu. Nüfus bir anda patlar çıkardı. İnsanlar, şehirlerden sıkılanlar gelip oralarda konaklayıp, kalırlar bir hafta, on beş gün. (...) Maddi açıdan da Şalpazarı’na katkısı olurdu. Ekonomik olarak ilçenin kalkınmasına büyük katkısı olur diye düşünüyorum. Üretim artacak. İnsanlar gelecek, tüketim artacak” ifadelerini kullanarak açıklamıştır.

Özel ilgi turizm türlerinin ilçeye sağlayacağı katkılar hakkında K4 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: “En önemli katkısı, göçü birazcık önlerdi. İstihdam sağlardı. Kışın hayvancılık yapanların haricinde kimse yok köylerde. En azından evler şenlenirdi. Bu ulaşım demek. Yollar daha güzel yapılır. Yani belli altyapı çalışmaları

yapılırdı o zaman. Daha fazla kalabalık olur hem ilçe hem de köy. Ama ilçe namına çok fazla bir şey yapılamaz. Belki Şalpazarı'nın merkezi de değişebilirdi. Çünkü Şalpazarı'nın şöyle bir dezavantajı var. Genişleyebilecek araziye sahip değil. (...) O yüzden ilçe merkezi daha iyi bir yere taşınırsa gelişim de artabilir. Çünkü ilçe size ipuçları veriyor. Şalpazarı'nın merkezinin gören bir turist çok fazla yukarıları merak etmeyebilir. Bu değişebilir. Dolayısıyla ilçe gelişebilir. Ekonomik anlamda insanlar rahatlar. En büyük avantajı bunlar olur herhalde.”

4.11. Özel İlgi Turizm Türlerinin Şalpazarı İlçesine Vereceği Zararlara İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında, özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine verebileceği zararları tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırmanın dokuzuncu sorusu olarak katılımcılara, “Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Tablo 4.10.’da özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine verebileceği zararlara yönelik bulgular aktarılmıştır.

Tablo 4. 16. Özel ilgi turizm türlerinin Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar

İfadeler	Frekans	%
Doğal Çevreye Zarar Verilebilir	27	32.14
Hayvanlara Zarar Verilebilir	18	21.43
Kültüre Zarar Verilebilir	12	14.29
Halk Yozlaşabilir	11	13.10
Doğallıktan Uzaklaşılabilir	6	7.14
Yerel Halka Zarar Verilebilir	3	3.57
Bilinçsiz Yapılaşma Oluşabilir	2	2.38
Tarihi Yerlere Zarar Verilebilir	1	1.19
Altyapı Sorunu Oluşabilir	1	1.19
Suç Oranları Artabilir	1	1.19
Şehirleşme Oluşabilir	1	1.19
Kalabalıklaşma	1	1.19
Toplam	84	%100

Özel ilgi turizm türleri, ilçede bulunması dahilinde yöreye birtakım zararlar da verebilecektir. Tablo 4.10.’a göre, bu zararların en başında “doğal çevreye zarar (%32.14), hayvanlara zarar (%21.43), kültüre zarar (%14.29) ve halkın yozlaşması

(%13.10)” gelmektedir. Bununla birlikte yine, “doğallıktan uzaklaşılması (%7.14), bilinçsiz yapılaşmaların oluşması (%2.38) ve suç oranlarının artması (%1.19)” da ilçeye verilebilecek diğer zararlardır.

Özel ilgi turizm türlerinin ilçeye verebileceği zararlar konusunda K5 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: *“Nerden baktığına göre değişir. Bir tek zararı olabilir. Gelen insanların bol içki tüketmeleri sonucunda bölgenin maneviyat yaklaşımına, yaşam tarzına müdahale edilmiş olunabilir. Tek sıkıntı olarak bunu görüyorum.”* K7 kodlu katılımcı da görüşlerini: *“Doğallık. İster istemez doğallıktan uzaklaşıyorsun erişilebilirlik geldiği zaman. Birçok insanın çevreye verdiği zararları biliyoruz zaten. Birçok hayvanın zarar görmesine, doğal yaşantısına zarar verilebilecek. Doğaya da zarar veriliyor. Bunların birçok örneği var. Ormanlara zarar veriliyor. Atıyorum bir tarihi esere zarar veriyorsun. Bu duyarsızlıklar ister istemez oluyor.”*

Konu ile ilgili olarak K9 kodlu katılımcının görüşleri şu şekildedir: *“(…) Eğer yapılan her şey doğaya uygun yapılırsa ilçemize herhangi bir zararı olacağını kesinlikle düşünmüyorum. (...) Yalnız şundan şüphe duyuyorum tabi ki. Her yerin betonlaşması. İşte buradaki yerel halkın da zamanla mesela bu konularda dışarı atılması. Yani mesela bu doğayı yerel halk kullanıyor burada. Yarın gelip büyük şirketlerin buraya girmesi, şurayı sit alanı ilan ettim, şurayı kiraladım, burası bize ait demesi. Bu biraz korkutuyor beni. (...) Tabi ki doğal ortam kirletilirse, yani harabe edilirse, azaltılırsa özellikle bu sefer doğal ortamda bulunan hayvanlara oldukça zararı olacaktır. (...) Bunlar bizim elimizde. Turizm hiçbir canlıya zarar vermeden de yapılabilir. (...) En büyük korkum da yerel halkın bu işin dışında kalması. Çünkü yerel halkın bu maddiyatta gücü çok az. (...) yozlaşma durumuna gelince, yaşantının değişmesi. Bizim muhafazakar bir yapımız var şu an için. İşte bu yaşantının değişmesi olabilir belki. Ya da mesela yardımlaşma var hala insanlarımızda. Birbirinden uzaklaşıyor mı acaba? Bunları da tabi düşünmek lazım biraz.”*

4.12. Şalpazarı İlçesinde Özel İlgi Turizmi Bünyesinde Sunulan Hizmetlere İlişkin Bulgular

Araştırmanın son sorusu olarak katılımcılara, “Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)” sorusu sorulmuştur. Tablo 4.11.’de Şalpazarı ilçesinde sunulan hizmetlere yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. 17. Şalpazarı ilçesinde sunulan hizmetlerin yeterlilik durumu

Hizmetler	Yetersiz (N=30)	Yeterli (N=30)
Ulaşım	19	11
Konaklama	27	3
Lokantalar	27	3
Tanıtım	24	6

Tablo 4.11. incelendiğinde, Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetlerin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Şalpazarı ilçesinde hizmetlerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. İlçede konaklama tesislerinin az olması, lokantaların az olması, ulaşım ve tanıtımın yetersiz olması dikkat çekmektedir.

Konu ile ilgili olarak K12 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: *“Tanıtımımız çok nadir. Çok eksik. Lokantalarımız gayet güzel. Günün her saati açık lokanta ve fırın var. (...) Konaklama çok eksik. (...) Ulaşım evet. Ulaşımı bayağı sıkıntılı.”* K13 kodlu katılımcı görüşlerini: *“tanıtıma çok büyük önem veriyoruz. Lokanta, yeme-içme olarak da son dönemde gelişme kaydediyor. Otelcilik, konaklama adı altında daha yeni Şalpazarı’nda. Yeni bir öğretmen evimiz var. Otelimiz bile yok. Ama Şihkıranı’nda bir tane otelimiz var. Sis Dağı’nda projeler var başlayan, devam eden, düşünülen projeler var. Bunlarla, ben hep söylüyorum, Şalpazarı birkaç yıla kadar hak ettiği noktaya gelecek. Bize gelen taleplerden, ruhsatlardan bunu görebiliyoruz. (...) Çalışmalarımız var. Çok zaman geçmez, kısa bir zaman içinde hallolabileceğine inanıyorum”* şeklinde açıklamıştır.

Şalpazarı ilçesinde sunulan hizmetlere ilişkin olarak K15 kodlu katılımcı görüşlerini: *“Genel olarak değerlendirirsek gelen kişi aç kalmaz. Ama yeterli değil tabi. Yani çeşitlilik olarak. Daha yeni yeni yapılmaya başlandı. (...) Konaklamada sıkıntımız var. Otellerimiz yetersiz. Şu anda iki tane otelimiz var. İlçe merkezinde zaten yok da. (...) Yollarımız eskisi gibi değil. Ama daha da geliştirilebilir. (...) Bizde en büyük sıkıntı tanıtım”* şeklinde açıklamıştır.

Konu ile ilgili olarak K16 kodlu katılımcı görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: *“Şu an otel olarak bir tane otelimiz var. Bu da daha yeni yapılmış. 30-35 kişilik kapasitesi*

var. Restoranlar var ama çok gelişmiş restoranlarımız yok. Daha yeni yeni kıpırdanma olmaya başladı. (...) Erikbeli'nde işte bir tesis kuruldu. Bunlar örnek alınarak çoğalabilir. (...) Ulaşım iyi. Yollar asfalt.” K20 kodlu katılımcı da görüşlerini: “Kendi kendine yetiyor şu an. Kendi halkına yetiyor ama herhangi bir turizme yetmez zaten. Ulaşımı için, dışarıdan biri gelse, kendi arabıyla gelmek zorundasın. (...) Yol kötülüğü sorunu var zaten. Altyapı eksikliği var. Su sorunu çekiyor. Köylerde bir su gitmesi oluyor. Bu konuda bir kendine yetememeye başladı. Ulaşım ve su çok sorun şu an dediğim gibi” şeklinde açıklamıştır.

4.13. SWOT Analizi ve TOWS Matrisine İlişkin Bulgular

Alanyazından ve elde edilen bulgulardan hareketle, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi konusundaki güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri tespit edilmiştir. Bu başlıklar altında, öne çıkan verilerden faydalanılarak Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmine yönelik SWOT analizi oluşturulmuş ve Tablo 4.12.'de sunulmuştur.

Tablo 4. 18. Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmine ilişkin SWOT analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Özel ilgi turizmine uygun iklim, doğal kaynaklar ve çevreye sahip olması - Dört mevsimi tam anlamıyla yaşıyor olması - Tarihi ve kültürel zenginliklerinin olması - Coğrafi yapısının dağ turizmi için elverişli olması - Yerel halkın sıcakkanlı ve misafirperver olması - Halkın ve yerel yönetimlerin özel ilgi turizmi kapsamındaki faaliyetlerine olumlu bakması - Sakin bir şehir dokusunun olması - İlçenin kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi yapılabilecek alanlara sahip olması - Yöresel yemek, ahşap ve el sanatları zenginliğinin olması - Kırsal kültürün devam ediyor olması - Yayla kültürünün yaşatılıyor olması	- Ulaşım olanaklarının yeterli olmaması, toplu taşıma türlerinin ve sayısının az olması - Konaklama işletmelerinin az olması ve lokantalar bakımından çeşitlilik olmaması, - Göç vermesi - Halkın bilinçsiz olması - İş olanağının az olması - Tanıtımının eksik olması - Yatırımın ve girişimcinin eksik olması - Üretimin az olması - Gençlere yönelik aktiviteler olmaması - Teşvik olmaması - Genç nüfusun az olması - Arazinin dağlık olması - Profesyonel turizmin olmaması - Yöreye hakim olunamaması - Doğanın korunmaması - Halkın yenilikçi olmaması

• Bölgede şenliklerin yapılıyor olması ve geleneklerin devam ediyor olması • Açık hava müzesi olması	• Betonlaşmanın olması • Turizme kazandırılmamış varlıkların olması • Şalpazarı turizmine ilişkin akademik çalışmaların yetersiz olması
Fırsatlar	Tehditler
• Yayla turizmi olanaklarının, yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkı sağlaması • Halkın genel olarak geleneksel yaşamı sürdürme konusunda istekli olması • Özel ilgi turizmi açısından kaynak çeşitliliğinin fazla olması • Geniş turizm alanlarına sahip olması ve özellikle bozulmamış alanların olması • Özel ilgi turizmine elverişli alanların keşfedilerek turizme kazandırılma potansiyelinin yüksek olması • Yerel düzeyde pek çok şenliğin ve yöresel etkinliğin yapılması (Sis Dağı Yaylası Şenlikleri, Alaca Yaylası Şenlikleri vb.) • Yerel halkın yöresel yemek ve kıyafet gibi özgün farklılıklarının yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmesi • Doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle birlikte tarih boyunca Çepni topluluğuna ev sahipliği yapan Şalpazarı'nın araştırmacılara büyük fırsatlar sunması	• Yakın çevrede bulunan turistik destinasyonların çekicilikleri • Çarpık yapılaşmanın sebep olduğu olumsuz çevre görüntüsü • Tarihi ve doğal dokunun zarar görmesi • İlçenin diğer yerlere uzak noktada bulunması • Ulaşım imkanlarının geliştirilmemesi • Turizm girişimcilerinin ve tur şirketlerinin turizm potansiyelini algılayamamaları • Turizm kaynaklarının yeterince kullanılamaması • Mevcut ve yeni özel ilgi turizm alanlarına yönelik inceleme ve araştırmaların yeterli düzeyde yapılmaması • Şalpazarı'nda birçok turizm alanının imaj gücünün zayıf olması • Halkın bilinçlendirilmemesi • Tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olması • Gelir düzeyindeki dengesizlikler olması • Gelen turistlerin uzun süreli konaklamaması • İşgücünün az olmasından dolayı, turizm alanlarında hizmet anlayışının ve kalitesinin olmaması • İnsan kaynağından tam kapasitede yararlanılamaması

Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmini geliştirmeye yardımcı olabilmek adına SWOT analizinden yola çıkılarak TOWS matrisi oluşturulmuştur. TOWS matrisi Tablo 4.13.'te verilmiştir.

Tablo 4. 19. Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmine ilişkin TOWS matrisi

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
	G-F Stratejileri	Z-F Stratejileri
Fırsatlar	- Doğal kaynaklar etkin bir şekilde kullanılmalıdır. - Yayla turizminin sağladığı katkılar, yayla kültürünün devamlılığını sağlama yönünde değerlendirilmelidir. - Tarımsal ve hayvancılık faaliyetleri sonucu elde edilen ürünler ve şenliklerin devamlı hale gelmesi için geleneksel yiyecekler, el işleri vb. ürünler turizm ürünü olarak kullanılmalıdır. - İlçedeki Çepni kültürü korunarak ve yaşatılarak turizme kazandırılmalıdır. - İlçe, kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi için canlandırılmalıdır. - Sakin şehir dokusu, yavaş (sakin) turizme kazandırılmalıdır. - Gruplar halinde veya bireysel olarak bölgeye gelen turistlere ilçede yeni keşfedilen doğal, kültürel, tarihi zenginlikler fuarlar aracılığı ile tanıtılmalı, pazarlanmalı ve turist sayısının artırılması sağlanmalıdır. - İlçenin etnik kimliği dikkate alınarak, yerel halka gerekli eğitimler verilmelidir. Böylece turistlerin yerli halk ile beraber konaklaması sağlanarak barınma problemi ortadan kaldırılabılır. Turistler ve farklı kültürel zenginliklerin kaynaşması	- İlçedeki, eksik konaklama işletmeleri ve lokantalar yenileme çalışmalarıyla geleneksel dokuya zarar vermeden uygun bir şekilde düzenlenmelidir. - İş olanaklarının eksikliği ortadan kaldırılmalıdır. - Genç nüfusu ilçede tutabilecek ve onları ilçeye çekebilecek aktiviteler düzenlenmelidir. - Tanıtımı daha güçlü bir şekilde yapılarak ilçe turizme kazandırılmalıdır. - Betonlaşma önlenerek doğaya uygun, geleneksel yapılar hazırlanmalıdır. - Yatırım ve teşvik sağlanarak, ilçe geliştirilmelidir. - Özel ilgi turizmi fırsatı sunan kaynaklar keşfedilmelidir. Turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması için uygun politikalar ve eğitimler geliştirilmelidir. Böylece turizm alanlarının amacı dışında kullanımı azaltılabilir. - İlçede gerçekleştirilecek projelerde, araştırmacıların katılımı sağlanarak verimlilik artırılmalıdır. Özel ilgi turizm

	sağlanarak bölgenin tanıtımı artırılabilir. Ayrıca turistlere yönelik seyahat paketleri de sunulmalıdır. Yerel halka turizm alanlarında eğitim imkanları sağlanmalıdır. Böylece, ilçede bulunan doğal, tarihi ve kültürel yerlerdeki turizm hizmetlerinin daha etkin bir şekilde yapılması sağlanabilir. Yerel halkın deneyimleri ve bilgi birikimleri, ilçede turizmin kalitesini, etkinliğini ve imajını güçlendirmek için kullanılmalıdır.	alanlarında daha verimli incelemeler yapılmalıdır. - Özel ilgi turizmi açısından fazla olan kaynak çeşitliliği kullanılarak ilçede profesyonel turizm geliştirilmelidir. - Halkın genel olarak geleneksel yaşamı sürdürme konusundaki istekliliği göz önünde bulundurularak yine de yenilikçi yaklaşımlar sergilenmelidir. - Çepni topluluğuna ev sahipliği yapan Şalpazarı'nın, akademisyenler tarafından incelenmesi sağlanmalıdır. - Geniş turizm alanlarına sahip olan Şalpazarı'nda, bu alanlar değerlendirilerek ilçede göç önlenmelidir.
	G-T Stratejileri	Z-T Stratejileri
Tehditler	- Çarpık kentleşme ve çevre kirliliğinin olumsuz etkisini en aza indirmek için politikalar geliştirilmelidir. - Modern yerleşim yerleri açılarak, açılan yerleşim yerlerinin imar planlamasının yapılması, turizm alanı çevresindeki çarpık yapılaşmanın hızlı bir şekilde kaldırılması sağlanarak çevre kirliliğinin önüne geçilmelidir. - İlçede turizm alanlarının zayıf imaj gücü, bölgede yapılan yayla şenlikleriyle güçlendirilmelidir. - Yerel halkın sıcakkanlı ve misafirperver karakteri kullanarak yerli ve yabancı turistlerin memnuniyetleri arttırılmalıdır. - Özel ilgi turizmine uygun iklim, doğal kaynaklar ve çevreye sahip olan	- Doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski göz önünde bulundurularak turizmi canlandırma konusunda çalışmalar yapılmalıdır. - Turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması sağlanarak turistlerin ihtiyacını karşılayabilecek alternatif çözümler üretilmelidir. - Üniversitelerin iş birliği ile özel ilgi turizmini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır. - Altyapı ve üstyapı tesisleri güçlendirilmeli ve geliştirilmelidir. - Yakın turistik destinasyonların çekicilikleri dikkate alınarak

	Şalpazarı'nda turizm kaynaklarının kullanılmasına yönelik projeler hazırlanmalıdır. • Yöresel yemek, ahşap ve el sanatları zenginliğine sahip olan ilçede, bu ürünlerin satışı yapılarak, gelir düzeyindeki dengesizlik sorunu çözülmelidir.	ilçede tanıtım, pazarlama daha fazla yapılmalıdır. • Bölgede yetersiz olan konaklama kapasitesi ve sunulan düşük hizmetin daha fazla sürdürülmemesi sağlanmalıdır. • Mevcut turizm kaynaklarının bulunduğu yerleşim yerlerindeki işletmelere kredi desteği sağlanmalıdır. • Halk bilinçlendirilerek, insan kaynağından tam kapasitede yararlanılmalıdır.
--	---	---

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyadaki teknolojik ve ekonomik gelişmelere, insanların değişen istek, beklentileri ve ihtiyaçlarına bağlı olarak özel ilgi turizmi, gün geçtikçe giderek önemi artan bir şekilde yaygınlaşmaya başlamıştır. Sıkıcı iş temposu ve gündelik yaşamın stresinden kurtulmak isteyen, farklı arayışlara yönelen ve hobileri doğrultusunda hareket etmek isteyen insanlar, tatil ve eğlence anlayışlarını da farklılaştırmaya başlamıştır. Bu insanlar tekdüzelikten kurtulmak amacıyla özel ilgi turizm faaliyetlerine olan talebi arttırmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak, turizmden daha fazla pay almak isteyen bölge ve ülkeler, ürün ve hizmet farklılaştırma yoluna giderek rakiplerine karşı avantaj sağlamaya çalışmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda da özel ilgi turizminin önemi gün geçtikçe artmaya başlamış ve turizmde sürdürülebilir bir konuma gelmek isteyen destinasyonlar özel ilgi turizmine yönelmeye başlamıştır. Bu noktadan hareketle, bilinçli, doğru ve etkin bir şekilde özel ilgi turizm planlaması yapıldığı takdirde, destinasyonların özel ilgi turizmi konusunda başarıya ulaşabileceği söylenebilir.

Şalpazarı ilçesinin bölgedeki turizmin kıyı alanlarından iç kısımlara doğru uzanmasına, turizmin çeşitlendirilmesine ve tüm yıla yayılmasına olanak sağlayabilecek durumda olduğu söylenebilir. Ormanları, yaylaları, akarsuları, zengin bitki örtüsü, hayvan varlığı, geleneksel evleri, zengin tarihi ve kültürel yapısı ile özel ilgi turizmi açısından değer taşıyan Şalpazarı'nın turizm konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Buna rağmen, Şalpazarı ilçesi, kendi bölgesi içerisindeki diğer yerlere kıyasla turizm konusunda oldukça geride kalmıştır. Turizm faaliyetlerinin yürütülmesi konusunda birçok kaynağa sahip olan Şalpazarı'nda, özel ilgi turizm potansiyeli belirlenerek canlandırılmalı ve ekonomik kalkınmasının sağlanması için de geniş kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır.

Araştırmanın amacı kapsamında, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizm türleri potansiyeli yerel halkın görüşleri aracılığıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Çünkü, turizmin daha etkin yürütülebilmesi, kaynakların korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için yerel halkın görüş ve düşüncelerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bununla birlikte, turizm faaliyetleri ile ilgili bütün süreçlerde yerel halkın katılımının sağlanması son derece önem taşımaktadır. Bu bağlamda, tezin amacına yönelik olarak veriler doyuma ulaşana kadar görüşmeler yapılmıştır. Toplamda 30 yerel halkla görüşülmüştür. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi

kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan ilçenin özel ilgi turizmi potansiyeli konusunda SWOT analizi oluşturulmaya çalışılmış ve TOWS matrisiyle de stratejiler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında, araştırmaya dahil olan katılımcılar farklı demografik özellikler göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu erkeklerden (19 kişi) oluşmaktadır. Kadın katılımcıların sayısı (11 kişi) ise daha azdır. Görüşme yapılan katılımcılar, 21-65 yaş aralığında yer alan ve çoğunluğu lise (13 kişi) ve lisans (11 kişi) eğitim durumuna sahip kişilerdir. Diğer katılımcılar (6 kişi) ise ilkokul mezunudur. Katılımcılar çeşitli meslek gruplarında çalışmaktadır. Bununla birlikte, katılımcılar arasında öğrenciler ve çalışmayan kişiler de bulunmaktadır. Şalpazarı belediye başkanı katılımcılardan biridir. Katılımcılar 21 yıldan fazla süredir ilçede ikametgah etmektedir. Bazı katılımcılar okul veya iş nedeniyle farklı yerlerde yaşayıp daha sonra Şalpazarı ilçesine geri dönmüştür. Katılımcıların çok uzun yıllardan beri Şalpazarı ilçesinde yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler neticesinde Şalpazarı ilçesinin sahip olduğu özel ilgi turizm türlerinin potansiyeli konusunda çeşitli sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bazı özel ilgi turizm türleri arasında, potansiyel olup olmadığına dair büyük farklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, av turizmi bazı katılımcılar için yapılabilecek durumdayken, bazı katılımcılar için bu durum tam tersidir. Bunun nedeni avcılık kapsamında bazı hayvanların avının yapılmasının yasak olmasıdır. Dolayısıyla, bu katılımcılar ilçede av turizmi yapılamayacağını düşünmektedir. İlçede etnik turizmin olmaması da dikkat çekmektedir. Bunun nedeni, uzun yıllardır yörede sadece Çepni Türklerinin yaşamış olması ve yaşamaya devam etmesidir. Dolayısıyla, ilçede Çepnilerden başka farklı bir etnik grup olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Potansiyeye dair dikkat çeken bir diğer turizm türü su temelli spor turizmidir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler neticesinde ilçede su temelli spor turizmi türlerinin yapılamayacağı ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni akarsuların buna uygun olmamasıdır. Kuş gözlemciliği turizmi de katılımcılar için potansiyeli düşük olan bir turizm türüdür. Bunun nedeni, ilçede gözlemlenebilecek ilginç kuş türlerinin olmamasıdır. Yoksul-yanlı turizm türünün potansiyeli de tartışmaya açıktır. İlçedeki nüfusun genç olmaması, ilçenin göç vermesi, iş olanaklarının az olması yoksul-yanlı turizmin potansiyelini arttırmaktadır.

Buna rağmen, yöre halkının kendi kendine yetebildiği ve insanların birçoğunun emekli olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Şalpazarı ilçesinde yerel halka göre potansiyeli en yüksek turizm türlerinin; dağ turizmi, eko-turizm, etkinlik turizmi, gastronomi turizmi, kamp ve karavan turizmi, kırsal turizm, macera turizmi, kış turizmi, sağlık turizmi, doğa ve hava temelli spor turizmi, yavaş turizm ve yayla turizmi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, kadınların tarlalarda ve bağlarda çalışıp evlerinde pratik ve kolay yemekler yaptıkları göz önünde bulundurulduğunda gastronomi turizminin ilçede potansiyelinin fazla olmadığı söylenebilir. Ayrıca, Şalpazarı ilçesi, macera turizmi, doğa ve hava temelli spor turizmi, kamp ve karavan turizmi için elverişli alanlara sahiptir.

İlçede dağ turizmini gerçekleştirebilecek dağlar bulunmaktadır. Yöreyle özgü yemek çeşitliliğinin olması gastronomi turizmi potansiyelini arttırmaktadır. Temiz havası, doğası ve şifalı olduğu söylenen acısuların olması sağlık turizmi potansiyelini arttırmaktadır. Yavaş turizm açısından bakıldığında zaman, ilçenin şehir gürültüsünden uzak, sakin bir yaşamın olduğu ve nüfusun az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, ilçede yavaş turizmin canlandırılabilmesi söylenebilir.

Şalpazarı ilçesinde, yaylaların fazla olması ve bu yaylalarda her yıl yapılan şenliklerin olması da yayla turizmi ve etkinlik turizminin potansiyelini arttırmaktadır. İlçede, potansiyeli dikkat çeken bir diğer turizm türü kış turizmidir. Bunun nedeni, ilçeye kar yağması ve bu karların uzun süre erimemesidir. Fakat ilçede kış turizmini gerçekleştirebilecek bir kayak merkezi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Sis Dağı'nın bu konuda elverişli olduğu ve kış turizmi kapsamında kayak merkezi ve teleferik ile değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Çepni kültürü, kültür turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Soyut kültür olarak bakıldığında, ilçede büyük bir potansiyel söz konusudur. Gelenek-görenek, folklor, dil, giyim-kuşam, ahşap ve el sanatları, yemek kültürü bakımından ilçenin zengin bir potansiyele sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlçe, somut kültür varlıkları olarak da eski su değirmenleri, kemer köprüler, çeşmeler ve camilere sahiptir.

İlçede, botanik turizminin yapılabileceğine dair görüş birliği olduğu söylenebilir. İlçede farklı bitki türleri çeşitliliği olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat buna yönelik ilçede bir botanik parkı veya çalışma yoktur. Çiftlik turizmi de ilçede potansiyeli olan

türlerden biridir. Bunun nedeni, yöre halkının evlerinin aslında birer çiftlik evi gibi olması ve hayvanlarının bulunmasıdır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde yöre halkıyla birlikte çalışmalar yapılabilir. Tüm bunlar dikkate alındığında ilçenin her anlamda büyük bir zenginlik barındırdığı söylenebilir.

Şalpazarı ilçesinde, yayla turizmi, kültür turizmi, gastronomi turizmi ve kış turizminin geliştirilmesi halinde, bu turizm türlerinin bölgeyi daha çekici kılacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, ilçede, kamp ve karavan turizmi, dağ turizmi, etkinlik turizmi, botanik turizmi, doğa temelli su turizmi, macera ve av turizminin de çekicilik potansiyeli yüksek olan turizm türleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Şalpazarı ilçesinde gelecek 20 yılda en çok ön plana çıkabilecek turizm türleri olarak, yayla turizmi, gastronomi turizmi, kültür turizmi, kış turizmi, etkinlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, Şalpazarı ilçesi kültürü, doğası, yaylaları, iklimi, misafirperver olması, her mevsimi yaşaması, doğallığı, yöresel yemek çeşitliliği, yaşam tarzı, folkloru, insan iletişimi, coğrafi konumu ve yapısı, giyim-kuşamı, şenlikleri ve tarihi konusunda güçlüdür. Şalpazarı ilçesinin en önemli değerlerinin de yaylaları, giyim-kuşamı, Kadirga açık cami, Ağasar Deresi, Ağasar balı, Acısular, Sis Dağı, şenlikler, yemekler, kültür, alabalık, ahşap ve el işi işçilikleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şalpazarı'nın özel ilgi turizmi konusundaki zayıflıklarına ilişkin olarak; altyapı ve üstyapı olanaklarının yetersiz olması, göç vermesi, halkın bilinçsiz olması, iş olanağının az olması, tanıtımının eksik olması, yatırımın az olması, üretimin az olması, gençlere yönelik aktivitelerin yeterli olmaması sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın bir diğer sonucuna göre, Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerini geliştirmek için yapılan önerilerden en çok dikkat çeken altyapı ve üstyapının geliştirilmesidir. Bununla birlikte tanıtımın ve pazarlamanın yapılması gerekliliği, devlet desteği ve teşvikine olan ihtiyaç, ilçeye yatırım yapılması, halkın bilinçlendirilmesi, iş olanaklarının sağlanması önerileri de özel ilgi turizm türlerinin gelişmesine olanak sağlayabilecektir.

Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerinin bulunması halinde bölgeye birçok katkı sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İlçede göçün azalması, ekonomik katkı sağlaması, iş olanağının artması, ilçenin gelişmesi ve büyümesi, göç almaya başlaması,

Üretim ve tüketimin artması ve ilçenin tanınması gibi katkılar özel ilgi turizm türlerinin ilçeye sağlayacağı başlıca katkılar olarak söylenbilir. Bununla birlikte, özel ilgi turizm türlerinin ilçeye birtakım zararlar da verebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Doğal evreye ve hayvanlara zarar, kültüre zarar, halkın yozlaşması, doğallıktan uzaklaşılma, bilinçsiz yapılaşmaların oluşması ve suç oranlarının artmasının ilçeye zarar verebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetlerin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlçede konaklama tesislerinin az olması, lokantaların az olması, ulaşım ve tanıtımın yetersiz olması dikkat çekmektedir.

Özel ilgi turizmi çerçevesinde şalpazarı ilçesinin sahip olduğu üstünlükleri, fırsatları ve karşı karşıya kaldığı zayıflıkları ve tehditleri belirlemeye ilişkin yapılan SWOT analizi bulguları, şalpazarı'nın bir turizm destinasyonu olarak önemli içsel ve dışsal faktörlere, bunlar içerisinde de üstünlüklere, zayıflıklara, fırsatlara ve tehditlere sahip olduğunu göstermektedir.

Özel ilgi turizmine uygun iklim, doğal kaynaklar ve çevreye sahip olması, dört mevsimi tam anlamıyla yaşıyor olması, tarihi ve kültürel zenginliklerinin olması, yöre halkının sıcakkanlı ve misafirperver olması, sakin bir kent dokusunun olması, yörenin kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi gibi turizm türlerinin yapılabileceği alanlara sahip olması, yayla kültürünün yaşatılıyor olması, bölgenin açık hava müzesi olması gibi sebepler şalpazarı ilçesinin üstünlüklerini ve güçlü yanlarını göstermektedir.

Ulaşım olanaklarının yeterli olmaması, toplu taşıma türlerinin ve sayısının az olması, konaklama işletmelerinin az olması ve lokantalar bakımından çeşitlilik olmaması, g vermesi, halkın bilinçsiz olması, iş olanağının az olması, tanıtımının eksik olması, yatırımın ve girişimcinin eksik olması, üretimin az olması, gençlere yönelik aktiviteler olmaması, teşvik olmaması, genç nüfusun az olması gibi sebepler ilçenin zayıf yönlerini ortaya koymaktadır.

şalpazarı'nda yayla turizmi olanaklarının, yerel halkın ekonomik kalkınmasına olan katkıları, özel ilgi turizmi açısından kaynak çeşitliliğinin fazla olması, geniş turizm alanlarına sahip olması ve özellikle bozulmamış alanların çok olması, özel ilgi turizmine elverişli alanların keşfedilerek turizme kazandırılma potansiyelinin yüksek olması, yerel

düzeyde pek çok şenliğin ve yöresel etkinliğin yapılması, yerel halkın yöresel yemek ve kıyafet gibi özgün farklılıklarının yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmesi sahip olduğu fırsatlardır.

İlçenin karşı karşıya kaldığı tehditlere örnek olarak, yakın turistik destinasyonların sahip olduğu çekicilikler, çarpık yapılaşmanın neden olduğu olumsuz çevre görüntüsü, tarihi ve doğal dokunun zarar görmesi, ilçenin diğer yerlere uzak noktada bulunması, turizm girişimcilerinin ve tur operatörlerinin turizm potansiyelini yeterince algılayamamaları mevcut olan turizm kaynaklarının yeterince kullanılamaması, mevcut ve yeni özel ilgi turizm alanlarına yönelik inceleme ve araştırmaların yeterli düzeyde yapılmaması gösterilebilir.

Yapılan SWOT analizi ve TOWS matrisi ile ilçenin özel ilgi turizm türleri ile ilgili güçlü yönlerini artırılabilir, zayıf yönlerini kuvvetlendirilebilir, fırsatları değerlendirilebilir ve tehditlerden korunabilmek için gerekli stratejilerin belirlenmesine yönelik öneriler şu şekildedir:

- Doğal kaynaklar etkin bir şekilde kullanılmalıdır.
- İlçedeki Çepni kültürü korunarak ve yaşatılarak turizme kazandırılmalıdır.
- İlçe, kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi için canlandırılmalıdır.
- Yayla turizminin sağladığı olanaklar, yayla kültürünün devamlılığını sağlama yönünde değerlendirilmelidir.
- İlçedeki, eksik konaklama işletmeleri ve lokantalar yenileme çalışmalarıyla geleneksel dokuya zarar vermeden uygun bir şekilde düzenlenmelidir.
- İş olanaklarının eksikliği ortadan kaldırılmalıdır.
- Genç nüfusu ilçede tutabilecek ve onları ilçeye çekebilecek aktiviteler düzenlenmelidir.
- Özel ilgi turizmi açısından fazla olan kaynak çeşitliliği kullanılarak ilçede profesyonel turizm geliştirilmelidir.
- Çarpık kentleşme ve çevre kirliliğinin olumsuz etkisini en aza indirmek için bölge için politikalar geliştirilmelidir.
- Özel ilgi turizmine uygun iklim, doğal kaynaklar ve çevreye sahip olan Şalpazarı'nda, turizm kaynaklarının kullanılmasına yönelik projeler hazırlanmalıdır.

- Turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması sağlanarak turistlerin ihtiyacını karşılayabilecek alternatif çözümler üretilmelidir.
- Üniversite iş birliği ile özel ilgi turizmini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Altyapı ve üstyapı tesisleri güçlendirilmeli ve geliştirilmelidir.
- Yakın turistik destinasyonların çekicilikleri dikkate alınarak ilçede tanıtım ve pazarlama çalışmaları daha fazla yapılmalıdır.

Araştırma sonuçlara göre; ilçede özel ilgi turizm potansiyelinin yüksek olduğu, fakat bu potansiyelden istenilen düzeyde faydalanılamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Özel ilgi turizminin potansiyeli, gerekli yatırımlarla birlikte istenilen düzeye çıkarılabilir. Şalpazarı ilçesinin gelişimi; yeni açılacak olan ya da faaliyeti devam eden turizm işletmelerine ekonomik yardım yaparak, işletmelere yeni yerler vererek ya da var olan yerleri kullanışlı hale getirerek sağlanabilir.

Araştırmanın sadece Şalpazarı ilçesini kapsamı önemli bir kısıttır. Araştırma, belirlenen örneklem ve örneklemi oluşturan katılımcılarla görüşmelerin yapıldığı döneme ait görüşmelerle sınırlıdır. İleriki dönemlerde benzer araştırmalar, daha geniş bir örneklem seçimiyle, ülke genelinde veya farklı şehirlerde yapılabilir. Başka çalışmalarda, yerel halkın özel ilgi turizm türlerine ilişkin bakış açısı, değişen şartlarda, yeniden tespit edilmek üzere tekrarlanabilir. Özellikle Şalpazarı ve çevresinde özel ilgi turizm türleri üzerine daha farklı çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte, alanyazında bu konu hakkında yapılmış bir çalışmaya rastlanmamış olması, araştırmanın önemini arttırmaktadır. Gelecekte, gerçekleştirilecek araştırmaların uygulamaya geçirilmesi de özel ilgi turizminin, turizm pastasından alacağı payı arttıracak yönündeki düşünceleri arttırmaktadır. Araştırma sonuçlarının, turizm girişimcilerine, akademisyenlere ve son olarak da yerel halka katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Abdurahman, S. (2015). Makedonya'nın enerji arz güvenliğinin incelenmesi ve sayısallaştırılmış SWOT analizi ile irdelenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Enerji Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.

Aça, M. (2009). Trabzon-Şalpazarı Çepnileri ile Çavuş Türklerinin doğum sonrası etrafındaki inanış ve uygulamaları üzerine bir karşılaştırma denemesi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (1), 21-34.

Ağdaş, U. D. (2015). Türkiye doğal gaz ithalatının incelenmesi ve sorunlarının sayısallaştırılmış SWOT analizi ile irdelenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Enerji Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.

Ahmadov, F. (2010). Azerbaycan'ın rekabet gücü: TOWS ve elmas modeli bir çözümleme. Yayınlanmış Doktora Tezi. Sakarya: Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.

Akat, Ö. (1990). *Turizm pazarlaması*. Sidre Yayıncılık: Bursa.

Akça, R. (2016). Özel ilgi turizmi etkileri, özellikleri ve sorunları. Yaylı A. ve Sürücü, Ö (Ed.), *Özel ilgi turizmi* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akıncı, Z. ve Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 161- 182.

Akoğlu, K. M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. (2. Baskı). Detay Yayıncılık: Ankara.

Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010). Ülkemizde alternatif turizm bir dalı olan Ekoturizm çeşitlerinin bölgelere göre dağılımı ve uygulama alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi*, s. 1575- 1594.

Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Detay Yayıncılık: Ankara.

Alemdar E., Hacımüftüoğlu, H., Hacıosmanoğlu M., Turan, Ö. ve Keleş, S. (2020). *Şehrimiz Trabzon*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı: Ankara.

Alptekin, M. Y. (2020). Şalpazarı örneğinde Doğu Karadeniz'de "Temel" adının kişi ve sülale adı olarak kullanımı üzerine. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14 (28), 489-508.

Arslaner, E. ve Erol, G. (2017). Alternatif turizmin bazı türleri üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 422- 438.

Avcıkurt, C., Köroğlu A. ve Doğdubay, M. (2003). Alternatif Turizmin Planlanmasında SWOT Analizinin Uygulanması, *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*'nda sunulan bildiri. Çankırı.

Ay, Z., Güngöroğlu, C., Aydın, A. C., ve Gül, A. (2010). Antalya ilinde ekoturistlerin talep ve beklentilerinin belirlenmesi. Ankara: T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı Batı Akdeniz Ormancılık Araştırma Müdürlüğü. Teknik Bülten No: 39.

Aydın, B. (2020). *Destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında turizm destinasyonlarında yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi: Kaş örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bahçe, A. S. (2010). *Yayla turizmi geliştirme ve planlama*. Ankara: 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları, No:11.

Bahçe, A. S. (2016). Alternatif turizm. Yüksek G. (Ed.), *Alternatif turizm içinde*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Baloğlu, S. ve McCleary, W.K. (1999). U.S. international pleasure travelers' images of four mediterranean destinations: A comparison of visitors and non-visitors, *Journal of Travel and Tourism Research*, 8 (2), 144-151.

Bayer, M. Z. (1992). *Turizme giriş*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını: İstanbul.

Bayram, E. G. (2016). Alternatif turizm tanımı ve kavramlar. A. Yaylı ve Ö. Sürücü (Ed.), *Özel ilgi turizmi içinde*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Baytok, A., Pelit, E., ve Soybalı, H. H. (2017). Alternatif turizm Mi turizmde çeşitlilik mi? Kavramsal bir değerlendirme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Özel Sayı), 1-14.

Beaver, A. (2005). *A dictionary of travel and tourism terminology*. Oxon, U.K: CABI Publishing.

Boz, M. (2019). Turizmin gelişmesinde alternatif turizm pazarlamasının önemi: Antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 977-994.

Bramwell, B. (2004). Mass tourism, diversification and sustainable development in Southern Europe's coastal regions. B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism*.

Diversification and sustainable development in Southern Europe içinde. Clevedon: Channel View Publications.

Brooker, E. ve Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality—An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3, 1-6.

Brotherton, B. ve Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations- Special interest tourism and hospitality research. *Anatolia: An International Journal Of Tourism And Hospitality Research*, 8 (3), 11-30.

Bulut, Z. (2006). Kemaliye ilçesi ve yakın çevresinin alternatif turizm kapsamında rekreasyonel turizm potansiyelinin belirlenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Butler, R. W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28 (3), 40–45.

Carr, N. (2002). The tourism-leisure behavioural continuum. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 972–986.

Cohen, E. (1987). Alternative tourism: A critique. *Tourism Recreation Research*, 12 (2), 13–18.

Çolak, S. (2013). *Trabzon ili Şalpazarı ilçesinde yetişen Vaccinium türlerinin pomolojik ve morfolojik özellikleri üzerine araştırmalar*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ordu: Fen Bilimleri Enstitüsü, Ordu Üniversitesi.

Conway, D. ve Timms, B. F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for “slow tourism”. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (4), 329–344.

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Demirci, G. (2020). *Şalpazarı (Ağasar) Bölgesi Çepnilerinin Dini İnançsal Evreninin İncelenmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Karabük: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük Üniversitesi.

Dernoi, L. A. (1988). Alternative or community-based tourism. L. D’Amore ve J. Jafari (Ed.), *Tourism—A vital force for peace içinde*. Montreal: L. D’Amore and Associates.

Derret, R. (2000). *NR regional cultural tourism plan*. Byron Bay: NR Regional Cultural Tourism Organisation.

Derret, R. (2001). Special interest tourism: Starting with the individual. Douglas N., Douglas N. ve Derret R. (Ed.). *Special interest tourism içinde*. Milton: Wiley Publisher.

Dickman, S. (1997). *Arts marketing: The pocket guide*. Sydney: Centre for Professional Development and Australia Council.

Dinçer, M. Z., Aydoğan Ç, M., ve Karayılan, E. (2016). Gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a göre potansiyelinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 40 (1), 34-60.

Dowling, R. K. (1993). *An environmentally based approach to tourism planning*. Unpublished Master's Thesis. Western Australia: Murdoch University, School of Biological and Enviromental Sciences.

Dursun, M. ve Yetiş, A. Ş. (2019). Etkinlik turizmi. Aydın, Ş ve Eren, D. (Ed.), *Alternatif turizm içinde*. Detay Yayıncılık: Ankara.

Egresi, I. (2016). Alternative tourism: Definition and characteristics (57-71). I. Egresi (Ed). *Alternative tourism in Turkey role, potential development and sustainability içinde*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.

Ekoturizm Sektör Raporu. (2012). *Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*. (<https://baka.gov.tr/uploads/1349952547EKOTURiZM-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf> (Erişim tarihi: 11.11.2019)).

Foley, M. ve Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2 (4), 198-211.

Gee, C. Y. (1994). *International hotels: Development and management*. (2nd edition). Educational Institute of American Hotel & Motel Association.

Gibbs, D. (1996). Integrating sustainable development and economic restructuring: A Role For Regulation Theory?. *Geoform*, 27 (1), 1-10.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.

Hall, C. M. (1989). Special interest travel: A prime force in the expansion of tourism?. R. Welch, (ed.), *Geography in action içinde*. Dunedin: University of Otago Press.

Hall, C. M. ve Weiler, B. (1992). What's special about special interest tourism?. B. Weiler ve C. M. Hall (Ed.), *Special interest tourism* içinde (ss. 1-14). London: Belhaven Press.

Hall, M. (2003). Spa and health tourism. S. Hudson (Ed.), *Sport and adventure tourism* içinde (pp. 273–292). London: Hayworth Hospitality Press.

Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Hassan, A. (2012). Package eco-tour as special interest tourism product – Bangladesh perspective. *Developing Country Studies*, 2 (1), 1-9.

Himmetoğlu, B. ve Brotherton, R. (1994a). Turizmin gelişmesi için bir alternatif: Özel ilgi turizmi. *Turizmde seçme makaleler 19*, İstanbul: TUGEY Yayınları, s. 22'den aktaran Akoğlu, K.M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Himmetoğlu, B. ve Brotherton, B. (1994b). Özel ilgi turizmine ampirik bir yaklaşım. *1. Turizm Sempozyumu*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

International Congress and Convention Association (ICCA). (2018). *International 2017 statistic report country & city ranking public abstract*. <https://www.iccaworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=4036> (Erişim tarihi: 17.10.2019).

Irmak, M. A. (2008). *Erzurum ili ve yakın çevresinin flora turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Isaac, R. K. (2010). Alternative tourism: New forms of tourism in bethlehem for the palestinian tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 13 (1), 21–36.

Ivy, R. I. (2001). Geographical variation in alternative tourism and recreation establishments. *Tourism Geographies*, 3 (3), 338–355.

İlhan, İ. (2019). Alternatif turizm. Aydın, Ş ve Eren, D. (Ed.), *Alternatif turizm* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kandemir, E. (2019). *Şalpazarı'nda bulunan serenderler (tekirler)*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

- Karalar, R. (2005). *Çağdaş tüketici davranışı*. Birlik Yayıncılık: Eskişehir.
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y., ve Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş paydaşların SWOT yöntemiyle Türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
- Karakuş, B. ve Alptekin, M. Y. (2017) Trabzon halkının dünya, dünyalık ve ekonomik kazanç algısı: Özgüvenden pragmatizme uzayan ince yol, *İmgelem*, 1 (1), 33-60.
- Kerry, B. G. (1992). "Tourism alternatives" potentials and sounds in the development of tourism. *Journal of Travel Research*, University of Pennsylvania.
- Kılıç, S. (2018). Ağasar vadisi ve çevresindeki arkeolojik kalıntılar. Usta, V. (Ed.), *Şalpaazarı: Tarih-kültür-insan içinde*. Serander Yayınları: Trabzon.
- Kozak, N., Akoğlan K. M. ve Kozak, M. (2017). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar*. (19. baskı). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Krippendorff, J. (1982). Towards new tourism policies. *Tourism Management*, 3 (3), 135–148.
- Kruja, D. ve Gjyzezi, A. (2011). The special interest tourism development and the small regions. *Turizam*, 15 (2), 77-89.
- Kurnaz, H. A., Çeken, H. ve Kılıç, B. (2013). Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 57-73.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel ilgi turizmi*. Ekin Yayınevi: Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019). *Sağlık ve termal turizm-Genel tanımlar*. Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr> (Erişim tarihi: 29.12.2019).
- Lane, B. (1988). "Rural tourism", *Countryside Recreation Conference*, Cheltenham: Countryside Commission.
- Leksakundilok, A. (2004). *Community participation in ecotourism development in Thailand*. <http://hdl.handle.net/2123/668> (Erişim tarihi:15.01.2016).
- Marson, D. (2011). From mass tourism to niche tourism. P. Robinson, S. Heitman ve P. Dieke (Ed.), *Research themes for tourism içinde* (pp. 1–11). Wallingford: CABI.

Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. (2nd edition). Thousand Oask, CA: Sage.

Mor, C. (2006). *Trabzon ilinin turizm coğrafyası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Mowforth, M. ve Munt, L. (2009). *Tourism and sustainability: Development, globalization and new tourism in the third world*. (3rd edition). London: Routledge.

Noveli, M. (Ed.). (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Noveli, M. ve Benson, A. (2005). Niche tourism: A way forward to sustainability?. M. Noveli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* içinde (pp. 247–250). Oxford: Elsevier Butterworth—Heinemann.

Oral, S. ve Başarır, A. (1995). Alternatif turizmin önemi, Türkiye’de alternatif turizm çeşitleri ve Kapadokya’da uygulanabilirliği. *Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Seminerleri II: Kapadokya’nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları*’nda sunulan bildiri. Nevşehir.

Page, S. J. (2003). *Tourism management: Managing for change*. Burlington. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.

Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park: CA: SAGE.

Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategy*. Wallingford, UK: CABI.

Poon, A. (1994). The “new tourism” revolution. *Tourism Management*, 15 (2), 91–92.

Poon, A. (1997). Global transformation: New tourism defined. L. France (Ed.), *The Earthscan reader in sustainable tourism* içinde. London: Earthscan Publications.

Prokofyeva, V. (2011). Seyahat acentelerinin bakış açısıyla Tataristan’daki iç turizm talebinin değerlendirilmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Sosyal Bilimler enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.

Prosser, G. (2001). Regional tourism. N. Douglas, N. Douglas, ve R. Derrett (Ed.), *Special interest tourism* içinde (pp. 86–112). Brisbane: Wiley.

Read, S. E. (1980). A prime force in the expansion of tourism in the next decade: Special interest travel. Hawkins, E. L., Shafer, E. L. ve Rovelstad, J. M. (Ed.), *Tourism Marketing and Management Issues* içinde. Washington: The George Washington University Press, 193-202.

Richins, H., Johnsen, S. ve Hull, J. S. (2016). Overview of mountain tourism: Substantive nature, historical context, areas of focus. H. Richins ve J. S. Hull (Ed.), *Mountain tourism: Experiences, communities, environments and sustainable futures* içinde (s.v1-23). Wallingford: CABI Publishing.

Ruyss, H. ve Wei, S. (2001). Senior tourism. N. Douglas, N. Douglas, ve R. Derrett (Eds.), *Special interest tourism* içinde (pp. 407–431). Brisbane: Wiley.

Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability-Issues of the new tourism. *Tourism Management*, 23 (1), 17-26.

Sağlık Bakanlığı. (2019). Sağlık hizmetleri genel müdürlüğü sağlık turizmi daire başkanlığı. <http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10944,02pdf.pdf?0> (Erişim tarihi: 29.03.2019).

Schofield, P. (2001). Urban tourism and small business. N. Douglas, N. Douglas ve R. Derrett (Ed.), *Special interest tourism* içinde (pp. 432–450). Brisbane: Wiley.

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20 (2), 245-249.

Silvers, J. R. (2004). *Professional event coordination*. New Jersey: John Wiley & Sonsinc.

Solak, B. B. ve Kılınç, Ç. C. (2020). Botanik turizm. R. Temizkan, D. Cankül, F. Gökçe (Ed.), *Alternatif turizm (Turizmin 41 türü)* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve dağ turizmindeki ikilem: Ekonomik yarar ve ekolojik bedel. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (1), 1-21.

Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.

Spilanis, I. ve Vayanni, H. (2004). Sustainable tourism: Utopia or necessity? The role of new forms of tourism in the Aegean Islands. B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism. Diversification and sustainable development in Southern Europe* içinde. Clevedon: Channel View Publications.

Syratt, G. ve Archer, J. (2003). *Short breaks, special interest holidays, theme parks, holiday centres, accommodation and theatre reservations. Manual of travel agency practice*. (3rd edition). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Şafak, İ. (2003). Türkiye’deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri. *Türkiye Ormancılık Dergisi*, 4 (2), 133-148.

Şafaklı, O. ve Erkut, Z. (2002). Kuzey Kıbrıs Cumhuriyeti’nde özel ilgi turizminin karşılaştırmalı üstünlüğü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (I), 33-38.

Şeyhanlıoğlu, H. Ö., ve Kınır, S. (2021). Ağrı destinasyonunun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yerel paydaşların bakış açısı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (1), 619-634.

Tanrısevdi, A. (2009). Türk özel ilgi gezginleri sansasyon arama özelliği sergilemekte midir?. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9 (4), 1313- 1340.

Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22.

Tassiopoulos, D. (2005). *Event management: A professional and developmental approach*. (2nd edition). South Africa: Juta Academic.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023- eylem planı 2007- 2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

TOBB. (2019). 2018 fuar istatistikleri. (<http://tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>). (Erişim tarihi: 15.09.2019).

Toskay, T. (1978). *Turizm olayına genel yaklaşım*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi.

Trabzon İli Çevre Durum Raporu. (2019). https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/icerikler/2019_trabzon_cdr-20200728111317.pdf (Erişim tarihi: 01.05.2020).

Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27 (2), 183-200.

Tsanus, P. Manologlou, E. ve Markou, A. (2001). Domestic tourism in Greece and special interest destinations: The role of alternative forms of tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 12 (1), 35-42.

- Turizm Bakanlığı. (1999). *Turizm terimleri sözlüğü*. Turizm Bakanlığı: Ankara.
- TÜİK. (2019). *Geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler*. http://tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=324 (Erişim tarihi: 13.07.2019).
- Türk, A. (2000). *Doğal, tarihsel ve arkeolojik alanların turizm potansiyelinin belirlenmesi: Göller bölgesi örneği*. Yayınlanmış Doktora Tezi. İstanbul: Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Türksoy, A. ve Yürük E. Ö. (2008). Özel ilgi turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), *Turistik ürün çeşitlendirmesi içinde*. Nobel Yayınları: Ankara.
- TÜRSAB. (2014). *Türkiye doğa ve macera turizmi raporu*. http://www.tursab.org.tr/dosya/12896tursab-dogamaceraturizmi_12896_5091237.pdf (Erişim tarihi: 26.09.2019).
- Türsab Dergisi. (2002). *150 milyarlık dolarlık bir pazar: Spor turizmi*. 216, 22.
- TÜRSAB Kış Turizm Raporu. (2019). https://www.tursab.org.tr/apps/OldFiles//dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1_12196_3978793.pdf (Erişim tarihi: 24.08.2019).
- TÜSİAD Sağlık Çalışma Grubu. (2009). *Türkiye için yeni bir fırsat penceresi: Tıp turizmi görüş belgesi*. <http://www.tusiad.org/FileArchive/2009.06.11TipTurizmiGorusBelgesi.pdf> (Erişim tarihi: 21.04.2020).
- Wearing, S. ve Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, potentials and possibilities*. (2nd edition). Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. B. (1998). *Ecotourism in the less developed world*. Wallingford, UK: CAB International.
- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 792-816.
- Weaver, D. B. ve Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Weaver, D. B. ve Lawton, L. (2006). *Tourism management*. (3. baskı). Australia: John Wiley and Sons Inc.
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix-A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15 (2), 54-66.

Wheeller, B. (1991). Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer. *Tourism Management*, 12 (2), 91–96.

Uca, Ö. S. (2016). Özel ilgi turizmi. G. Yüksek (Ed.), *Alternatif turizm içinde*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Uçkun, G. ve Türkay, O. (2003). Alternatif turizm türlerinin sürdürülebilirliği. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*'nda sunulan bildiri. Çankırı: Çankırı Meslek Yüksekokulu ve Çankırı Valiliği.

Uluçeken, T. (2011). *Özel ilgi turizmi: Kapsamı, çeşitleri ve Türkiye'de uygulanabilirliği*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Daire Başkanlığı.

UNWTO. (1995). *The role of recreation management in the development of holidays and special interest tourism and consequent enrichment of holiday experience*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. Department of economic and social affairs-statistics division. New York. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (Erişim tarihi: 07.11.2020).

UNWTO. (2015). *Sport Tourism*. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/keneth_omt_2015.pdf (Erişim tarihi: 23.09.2019).

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2018). Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, V. (2018). *Şalpazarı: Tarih-kültür-insan*. Serander Yayınları: Trabzon.

Uzun, S. P. ve Terzioğlu, S. (2019). Sisdağı (Şalpazarı/Trabzon) ve yöresinin florası. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7 (3), 1523-1573.

Yaraşlı, Y. G. (2007). *Destinasyon imajı ve Trabzon yöresine dönük bir çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yavuz, C. M. (2007). Uluslararası destinasyon markası oluşturulmasında kimlik geliştirme süreci: Adana örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin yayıncılık.

Yıldırım, F. (2015). Dokumacılık Sanatının Trabzon/Şalpazarı Yöresindeki Yansıması ve Motif İncelemesi: Çanta ve Çorap Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (26), 97-114.

Yıldız, Ö. E. (2009). *Türkiye’de şarap turizmi: Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2009). Alternatif turizm kavramı ve çevresel etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, (33), 42-44.

Yılmaz, Z. (2006). *Şalpazarı ilçe merkezinin coğrafi etüdü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zaman, M., (1999). Güzle yerleşmelerine tipik bir örnek alataşı güzlesi (Şalpazarı-Trabzon). *Atatürk Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Edebiyat Bilimleri Dergisi*, (25), 169-190.

Zaman, M. ve Birinci, S. (2009). İlçe merkezi statüsü kazandıktan sonra şehirleşme sürecine giren yerleşmelere bir örnek: Beşikdüzü. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (43), 147-166.

Zaman, M., Birinci, S. ve Bayraktar, Y. S. (2018). Şalpazarı ilçesi’nin coğrafyası. Usta, V. (Ed.), *Şalpazarı: Tarih-kültür-insan*. Serander Yayınları: Trabzon.

Zengin, B. ve Sancar, M. F. (2014). Alternatif turizm türlerinin pazarlanabilirliği ve seyahat acentalarının bakış açıları: Şanlıurfa örneği. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (10), 141-160.

İnternet Kaynakçası

http-1: <http://www.tuyed.org.tr/seminer2-qturizmin-200-ceidi-ve-pazarlama-yoentemleri/> (Erişim tarihi: 08.11.2020).

http-2: <https://www.ktb.gov.tr/TR-96269/turizm-cesitleri.html> (Erişim tarihi: 10.11.2020).

http-3: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160414-7.htm> (Erişim tarihi: 28.03.2021).

http-4: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9880/av-ve-yaban-hayatinda-av-turizmi.html> (Erişim tarihi: 28.03.2021).

- http-5:** <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10203/kus-gozlemciligi.html> (Erişim tarihi: 04.05.2021).
- http-6:** <https://kirkclareli.ktb.gov.tr/TR-93250/kus-gozlemciligi-turizmi.html> (Erişim tarihi: 04.05.2021).
- http-7:** <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10205/onemli-kus- Alanlari-oka-projesi.html> (Erişim tarihi: 04.05.2021).
- http-8:** <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57626/salpazari.html> (Erişim tarihi: 20.04.2021).
- http-9:** <https://salpazari.bel.tr/salpazari-tarihi> (Erişim tarihi: 20.04.2021).
- http-10:** <https://salpader.org.tr/salpazari-mutfagi> (Erişim tarihi: 22.04.2021).
- http-11:** <https://www.haberturk.com/trabzon-haberleri/79647253-3-hafta-oncesine-kadar-hic-bir-vakanin-gorulmedigi-ilcede-korona-virus-hizla> (Erişim tarihi: 20.04.2021).
- http-12:** <https://salpazari.bel.tr/mahalleler> (Erişim tarihi: 22.04.2021).
- http-13:** http://cografyaharita.com/turkiye_mulki_idare_haritalari5.html (Erişim tarihi: 07.02.2021).
- http-14:** <https://www.accuweather.com/tr/tr/salpazari/321296/satellite/321296> (Erişim tarihi: 22.04.2021).
- http-15:** https://salpader.org.tr/salpazari-cografyasi-dere-ve-daglar/#_ftn1 (Erişim tarihi: 24.04.2021).
- http-16:** <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/> (Erişim tarihi: 24.04.2021).
- http-17:** <https://mebbis.meb.gov.tr/KurumListesi.aspx> (Erişim tarihi: 24.02.2021).
- http-18:** <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57709/kultur.html> (Erişim Tarihi: 13.03.2021).
- http-19:** <https://ozhanozturk.com/2017/09/24/trabzon-ayasofya/> (Erişim tarihi: 07.03.2021).
- http-20:** <https://kultur.org.tr/mutfak-kulturu-arastirmalari-karadeniz-trabzon/> (Erişim tarihi: 20.03.2021).
- http-21:** <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4290> (Erişim tarihi: 14.03.2021).
- http-22:** <http://www.yerturk.com/yer-alaca-yaylasi-trabzon.html#ad-image-0> (Erişim tarihi: 28.04.2021).
- http-23:** <https://www.gezi-yorum.net/etiket/salpazari-gezilecek-yerler/> (Erişim tarihi: 28.04.2021).
- http-24:** <http://www.trabzon.gov.tr/yaylalarimiz> (Erişim tarihi: 22.04.2021).
- http-25:** <https://karadeniz.gov.tr/sandik-golu/> (Erişim tarihi: 28.04.2021).

- http-26:** <https://www.pinterest.ca/pin/326299935479338533/?autologin=true> (Erişim tarihi: 28.04.2021).
- http-27:** <https://www.salpazarigundem.com/haber-doganci-mahallesinde-tarihi-cami-7584.html> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-28:** <https://karadeniz.gov.tr/kadirga-yaylasi-ustu-acik-cami-2/> (Erişim tarihi: 29.04.2021)
- http-29:** <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/ustu-acik-tarihi-camide-cuma-namazi/1190817> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-30:** <https://www.salpazarihaber.com/agasar-in-tarihi-kimligi-kayboluyor-makale,131.html> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-31:** <https://salpazari.bel.tr> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-32:** <http://karadeniz.gov.tr/kopru-2-sugoren-mahallesi/> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-33:** <http://karadeniz.gov.tr/agasar-2-koprusu/> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-34:** <http://karadeniz.gov.tr/comezogullari-cesmesi/> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-35:** <https://www.haberler.com/trabzon-degirmende-uretilen-elektrik-camiyi-12722152-haberi/> (Erişim tarihi: 02.05.2021).
- http-36:** <https://salpader.org.tr/kalecik-kalesi-askeri-kale-yapilari-icerisinde-yer-aldi/> (Erişim tarihi: 29.04.2021).
- http-37:** <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-184458/trabzon-yayla-senlikleri-ve-festival-takvimi.html> (Erişim tarihi: 18.03.2021).
- http-38:** <https://www.ttso.org.tr/icerik/73/turizm> (Erişim tarihi: 15.04.2021).

EKLER

EK- 1. Görüşme Formu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Programı

Değerli Katılımcı,

“Trabzon şehri Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi potansiyelinin belirlenmesi” konulu bir yüksek lisans tezi hazırlamaktayım. Araştırmanın temel konusunu “Şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm türlerinin yerel halk aracılığıyla ortaya çıkarılması” oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, araştırmaya katılmanız önem arz etmektedir.

Bu formdaki sorular, araştırmaya veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Çalışmada kimlik bilgileriniz sorulmamıştır.

Sizden alınan bilgiler gizli tutulacak olup yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır.

Görüş ve önerilerinizi paylaşarak araştırmaya ilgi gösterdiğiniz ve iş birliğiniz için şimdiden teşekkür ederim.

Saygılarımla.

Gülnur BAYRAKTAR

Yüksek Lisans Öğrencisi

DEMOGRAFİK BİLGİLER

- | | | |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Cinsiyetiniz: | ☐ Kadın | ☐ Erkek |
| 2. Medeni Durumunuz: | ☐ Evli | ☐ Bekar |
| 3. Eğitim Durumunuz: | ☐ İlkokul | ☐ Lise |
| | ☐ Lisans | ☐ Lisansüstü |
| 4. Yaşınız:..... | | |
| 5. Mesleğiniz:..... | | |
| 6. Şalpazarı İlçesinde Yaşadığınız Süre (Yıl):..... | | |

ÖZEL İLĞİ TURİZM TÜRLERİ POTANSİYELİNİN ORTAYA ÇIKARILMASINA YÖNELİK TABLO

Değerli Katılımcı,

Bu bölümde sizden “*Şalpazarı ilçesinin sahip olduğu özel ilgi turizm türleri potansiyelini ortaya çıkarmak*” amacıyla görüşlerinizi paylaşmanız istenmektedir. Bu doğrultuda, tablonun sol tarafında verilen özel ilgi turizm türlerine göre Şalpazarı ilçesinde potansiyeli bulunan veya bulunmayan türlerin karşısına “X” işareti koyunuz. Potansiyelinin var olduğunu düşündüğünüz türlerin karşısına ise “**neden var olduğunu**” düşündüğünüzü açıklayınız.

Sayın Katılımcı, Şalpazarı İlçesinde aşağıda verilen Özel İlgi turizm türlerinden size göre potansiyeli olmayanlara “Şalpazarı İlçesinde Potansiyel yok” kısmına “X” işareti koyarak ve eğer “Şalpazarı İlçesinde Potansiyel var” diye düşünüyorsanız da o kutucuğa “X” işareti koyarak “Neden Potansiyeli var” kısmına da düşüncelerinizi yazarak belirtebilirsiniz. Özel İlgi Turizmi: Dünya Turizm Örgütü (1985) özel ilgi turizmini, “belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve belirli ilgilerini geliştirmek amacını güden kişilerin, bireysel ya da grup halinde katıldıkları uzmanlaşmış bir turizm türü” olarak tanımlamıştır.	Şalpazarı İlçesinde Potansiyel Yok	Şalpazarı İlçesinde Potansiyel Var	Neden Potansiyel Var? <i>Bu kutucuğa; potansiyeli olduğunu düşündüğünüz türlere “X” işareti koyduysanız, neden var olduğunu açıklayınız.</i>
Av Turizmi (Var ise hangi hayvanlar Örn.: yaban domuzu, çakal, karataş, bıldırcın, çulluk, yeşilbaş ve bozördek vb.)			
Botanik Turizmi (Farklı bitki türlerini ve onları coğrafi özellikleri bakımından incelemek amacıyla oluşan turizm türü)			
Çiftlik Turizmi (Faal bir çiftlikte, ziyaretçilere geçici konaklama ve dinlenme olanaklarının sağlanması)			
Dağ Turizmi (Dağlarda yapılan sportif, profesyonel ve biraz da macera aktiviteleri içeren turizm türü)			
Eko-Turizm (Yerel halkın refahını gözeterek katkıda bulunan ve çevreyi koruyarak doğal çevrelere yapılan seyahatler)			
Etkinlik Turizmi (İnsanların kutlama, eğlenme veya birlikte olma amacıyla toplanmaları)			
Etnik Turizm (Birden fazla etnik grubun bulunduğu bölgelerde geçmişten bugüne yaşamış olan insanların yaşam tarzlarını ve günümüze kadar gelen eserlerinin turizm amacıyla kullanılması)			
Gastronomi Turizmi (Yeni bir yeme-içme deneyimi yaşamak için yapılan seyahatler)			
Kamp ve Karavan Turizmi (Doğa ile iç içe konaklamayı sağlayan, amaç olarak belirli bir süreliğine sürekli yaşanan ortamdan kaçmak)			

Kırsal Turizm (Kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşime gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmaları)			
Kış Turizmi (Karlı, dağlık ortamlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak gerçekleştirildiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan turizm türü)			
Kuş Gözlemciliği Turizmi (Parklar, sulak alanlar, ormanlar, bozkırlar, dağlar ve göller gibi yerlerde kuşların doğal ortamlarında gözlemlenmesi)			
Kültür Turizmi (Tarihi yerleri ziyaret etmek, kültürel yerlere, özel etkinliklere ve festivallere katılmak veya müzeleri ziyaret etmek, kültür turizmi kapsamına girmektedir)			
Macera Turizmi (Risk, belirsizlik, heyecan ve tehlike unsurları içeren, doğal çevre ile etkileşimli olarak yürütülen turizm türü)			
Mağara Turizmi (Yeraltı oyuklarına veya boşluklarına sağlık, din, görsel vb. amaçlarla gerçekleştirilen seyahatler)			
Sağlık Turizmi (İnsanların sağlıklı olmak, stres atmak, sağlığını korumak ve geliştirmek, kaybettikleri sağlıklarını geri kazanmak amacıyla yaptıkları seyahatler)			
Doğa (Kara) Temelli Spor Turizmi (Trekking, at binme, ipe /halatla iniş, orman keşfi, bisiklet binme gibi etkinlikleri kapsamaktadır)			
Hava Temelli Spor Turizmi (Sıcak hava balonu, yamaç paraşütü, planör, paraşütle atlama gibi havada yapılan sporları kapsamaktadır)			
Su Temelli Spor Turizmi (Deniz, akarsu, göl gibi temelinde su bulunan yerlerde yapılan etkinlikler. Örn: kano, rüzgar sörfü, rafting, sualtı dalışı vb.)			
Yavaş Turizm (Cittaslow Hareketi) (Şehirlerin dokusunun, sakinlerinin ve yaşam tarzının standartlaştırılmasını engellemek ve yerel özelliklerini koruyarak sürdürebilmek için ortaya çıkmıştır. Her şeyin daha insanca ve daha sakin yapılmasını öngörmektedir.			
Yayla Turizmi (Doğayla iç içe yaşamayı seven veya macera tutkunlarının genellikle günübirlik kullanım veya kısa süreli konaklama yapmak amacıyla yayla olarak adlandırılan yüksek rakımlı yerlere yaptıkları seyahatler)			
Yoksul-Yanlı Turizm (Yoksul insanlara birçok fayda sağlayan turizm türüdür. Ekonomik, sosyal, çevresel kültürel faydalar sağlamaktadır)			

- Yukarıdaki tabloya eklenmeyen fakat Şalpazarı ilçesinde potansiyeli olduğunu düşündüğünüz özel ilgi turizm türlerini ve nedenini aşağıdaki kutucuğa yazabilirsiniz. Bu türler dışında başka potansiyel olmadığını düşünüyorsanız da belirtiniz.

YEREL HALKLA YAPILAN GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN DERİNLEMESİNE MÜLAKAT FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu bölümde sizden, yukarıdaki tabloyu göz önünde bulundurarak aşağıdaki soruları içtenlikle cevaplamanız istenmektedir.

Soru 1: Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?

Soru 2: Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?

Soru 3: Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?

Soru 4: Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?

Soru 5: Şalpazarı ilçesinin hangi özellikleri özel ilgi turizminin gelişmesine olanak sağlar?

Soru 6: Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?

Soru 7: Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?

Soru 8: Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?

Soru 9: Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?

Soru 10: Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)

Soru 11: Şalpazarı ilçesi hakkında eklemek istediğiniz başka şeyler var mı?

Araştırma sonuçları hakkında bilgi sahibi olmak isterseniz lütfen aşağıya e-posta adresinizi yazınız.

E-posta adresiniz:.....

İletişim Adresi:

GÖSTERMİŞ OLDUĞUNUZ İLGİYE TEŞEKKÜR EDERİM.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler

K1 - Kodlu Katılımcı

Soru 1: *Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?*

İlçemizde, botanik turizmi, dağ turizmi, etkinlik turizmi, etnik turizm, gastronomi turizmi, kış turizmi, kuş gözlemciliği, kültür turizmi, macera turizmi. Botanik turizmi dedik. Çok farklı bir çeşitliliğe sahip olan bitki örtüsü Karadeniz Bölgesi. Artı Karadeniz Bölgesi'nin bir parçası olan ilçemiz. Bitki örtüsü yeşil. Botanik turizminin geliştirilmesi bu yönden olur. Dağ turizmi dedik. Karadeniz Bölgesi yine haliyle, dağlık. İlçemizde yüksek dağlara sahip bir ilçe. Özellikle de ismi Sis Dağı olan yaylamızda dağ turizmi geliştirilebilir. Etkinlikleri bakımından çok çeşitliliğe sahip kültürümüz. Bunların en başlıcası yaz aylarında. Mayıs sonu haziran başı yayla göçleri. Yine yaylalarımızda haziran sonu temmuzun ortalarına denk gelen bazı bazı yaylalarda yapılan şenlikler. Otçu şenlikleri denir bunlara. Sanatçılar gelir. Geniş çaplı panayır kurulur yaylada. Bu da bu şekilde. Ondan sonra kır düğünleri hep kır düğünü olarak yapılır. Bununla beraber işte kına geceleri farklıdır. Çingil adı verilen gümüş takılar takılır geline. Asker eğlenceleri düzenlenir. Askere giden gençlere toplu bir düğün gibi böyle bir eğlence tarzı da yapılır. Askere gidecekler için para toplanır ve sonra askerlere bölüştürülür.

Anladığım kadarıyla bir kültür çeşitliliği söz konusu. Doğal olarak kültür turizmi de bu kapsamda ele alınabiliyor.

Evet, evet.

Kış turizmi dediniz. Sanırım Şalpazarı kayak merkezleri kurulması açısından, kar yağması açısından elverişli bir coğrafyaya sahip.

Evet. Yükseklerle epey bir miktarda kar düşmekte. Yani nasıl söyleyeyim. İki metre bazen üç metreyi bulan şeyde, kar yağıyor. Bu bölgelerde kış turizmi geliştirilebilir. Kayak, teleferik işte ne bileyim tırmanma gibi bu şekilde yapılabilir. Yani uygun, elverişli.

Bir de gastronomi demiştiniz. Gastronomide sanırım yemek çeşitliliği var.

Gastronomi deyince, her köyün, her mahallenin ayrı ayrı şeyi vardır nasıl söyleyeyim. Böyle yemek kültürü vardır. Aynı yemek bir mahallede başka bir şekilde yapılır, diğer mahallede başka şekilde yapılır. Bu da aynı şeyin çeşit çeşit olmasına vesile oluyor. Bizim en başlıca şeyimiz, karalahanayla başlar. Dolması, çorbası, kavurması. Ondan sonra fasulye turşusu sofralarımızın olmazsa olmazıdır. Bunun yanında toplu yemek organizasyonu olarak, davet, mevlütlerde yapılan keşkek adı verilen yemeği vardır. Bu keşkek, saftır. Saf dediğim de içine koyulan malzemesi et ve buğdaydır. Köklü de bir tarihi vardır bu yemeğin. Osmanlı'dan gelir. Bu ve bunun gibi çeşitliliği çok fazla yani.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K1- Kodlu Katılımcı - Devamı

Soru 2: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?*

Başlıca özellikleri, doğası. Yazın yeşil, kışın beyaza bürünür. Coğrafi özellikleri. İklim özelliklerinden kaynaklı. Ondan sonra yemek kültürü olabilir. Yaylacılık baştadır. Gelenek-görenekleri ve çok köklü bir tarihi olan Çepni kültürü başlıca. Yani bunu en başta söylemek gerekir. Yaşam tarzı diyebiliriz. Folklor, halk oyunları. Biz de horon denir. Horon ve horona bağlı yöresel kıyafet. Yöresel kıyafetimiz kadınlara daha şeydir, böyle özel. Bütün bir elbise olarak, fıstan adı verilen, bununla beraber kuşak, peştamal, kuşak bağı, eşarbi, giyilen şeyi, ayakkabı olarak lastik tarzı bir ayakkabı. Yani yöresel bir kıyafetle birlikte horon, folklor.

Soru 3: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?*

Kadırga yaylası. Kadırga yaylası aynı zamanda hem Gümüşhane'nin hem Trabzon'un ortak yaylası. Üstü açık bir cami var manevi değere sahip Kadırga yaylasında. Fatih Sultan Mehmet Han Trabzon'u fethetmeye geldiğinde, ordunun burada konakladığı ve üstü açık caminin olduğu yerde Cuma namazı kıldığı rivayet olunur. O yüzden manevi değeri olan bir özelliği. Bunun gibi Rus-Trabzon savaşı sırasında Alaca'da savaş adı verilen bir bölge var. Bu bölgede Rus askerlerinin mevzileri ve yöre halkıyla yaptıkları çatışmalar, mevkiiler hala duruyor yani. Bir atmosfer orası. Ondan sonra gelin kaya adı verilen bir kayamız var. Bu kayamız şeylere, efsanelere konu. Bu kayanın özelliği de, bir insan silueti gibi dimdik duruşu ve bahar aylarında tam tepesinde sapsarı bir çiçeğin açması. Yaylalarını söyleyebiliriz. Sis Dağı yaylası mesela Kadırga ve Alaca yaylası. Ondan sonra Sazalanı yaylamız var. Karakısrak yaylamız var. Göllüalan yaylamız var. Bunlar yeşilin, doğanın iç içe olduğu yerler. Ağasar Deresi ve bununla beraber ayrıca şöyle söyleyeyim, Şalpazarı'nın bir ismi de Ağasar. Türküsü dahi var hatta Ağasar'ın balini gel salini salini diye. Ağasar Deresi, Şalpazarı ilçesinin yüksek zirvesinden doğar, Trabzon'un yine Beşikdüzü ilçesinde denize dökülüyor. Bununla beraber bal. Doğal, petek balı, arıcılık. Ağasar balı yine türküde geçen. Bu Ağasar balı doğal, katkısız. Yaban gülü ve çalıçilek mevsimsel olarak işte karayemiş. Bizim burada taflan denir. Bunun çiçeklerinden özel mevsimi geldiğinde yaban kestanesinden arıların yapmış olduğu kestane balı. Bunlar çok önemli değerler. En büyük özelliği de insanımız. Çok cana yakındır, sevecendir. Kimseyi yabancılamaz. Yani, hiç gelmemiş insan, ilk defa gelen bir insan geldiğinde yıllardır orda yaşıyormuşçasına karşılanır.

Soru 4: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?*

Bunlar kanayan yaralarımız ilçemizde. En başlıcası ulaşım. Yollarımız halen toprak yol. Dar. Bir gidiş bir geliş. Yer yer tek şerite düşen, ilçeler arası köyler arası yollar. Yollarımızın bir an önce alt yapısının geliştirilmesinin yapılması gerekiyor. Yani yol, ulaşım. Sonrasında iş imkanı olmayışı. Gençlerimizin, inşalarının göç etmesine sebep oluyor. Göç vermesi.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K1- Kodlu Katılımcı - Devamı

Bu da köylerimizdeki nüfusun yarıdan fazlasının yaşlı olmasına sebebiyet veriyor. Genç nüfus hep şehirlerde. Bu göç vermesinin bir şekilde engellenmesine yönelik işte artık ne yapılması gerekiyorsa yapılabilir. İşte buna bağlı olarak fabrika mı olur? İşte gençlerimize iş imkanı sağlanırsa göç vermesi engellenir. Bununla beraber, otel, konaklama. Dışarıdan gelen insanlar için otel yapılması lazım. Hiçbir otel yok. Konaklama imkanı yok. Konaklayacak olanlar o yerli halkın evinde misafir olarak kalabiliyor. Ya da kendi aracında zaman geçiriyor. Veyahut tekrardan geriye dönüyor. İlçeye otellere ya da daha merkeze tekrar geri gitmek zorunda kalıyor. Konaklama bir diğer sorumuz. Tanıtımı yapılmıyor. Az önce de konuştuk ya hani türkümüz var, balımız var, şuyumuz var. Türkülere konu olmuşuz ama bunun haricinde herhangi bir tanıtım veya tanınmışlığımız yok. Halbuki yani herkesin diline dolanan bir türkü Ağasar. Ama buna rağmen yine de tanıtımı tam olarak yeterli derecede yapılmış değil.

Soru 5: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?*

En başta medya. Gerek sosyal medya gerek televizyon kanalları ile tanıtımı yeterli ölçüde yapılabilir. Bu çok etkili olacaktır. Bununla beraber, gelecek olan turistlere yönelik konaklama, otel işte ne bileyim restoran, dinlenme alanları, park işte böyle geniş belediye veya devletin korumasında olan şeyler yapılabilir. İnsanlarla daha iç içe konuşulup, görüşülüp, buradaki kültür paylaşılabılır. Yaşlılarımızdan daha eskiye yönelik bilgiler edinilebilir. Bu da faydalı olacaktır. Daha da aklıma bir şey gelmiyor açıkçası.

Soru 6: *Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?*

Tanıtımı ve altyapı hazırlıkları yapıldıktan sonra yani en başta yayla turizmi. Sonrasında kış turizmi. Su temelli spor turizmi de olabilir. İşte derelerde ıslah çalışmaları yapıldıktan sonra. Çünkü bizim akarsularımız biraz şendir. Hele ki bahar aylarında coşkulu oluyor, sert akışlı. Rafting gibi örnek olarak. Bu gibi su sporları yapılabilir. Kırsal turizm gelişebilir. Kültür turizmi belli başlı yerlerde keşfedildikçe olabilir. İşte çok eskiye dayalı kemer köprüler bu akarsuların üzerine yapılmış. Eski çeşmeler, çok eskiye dayalı mezarlıklar. Ondan sonra etkinlik turizmi. Etkinlik bolca yapılıyor zaten. İşte kır düğünleri, yayla şenlikleri, şunlar bunlar derken bayağı bir etkin insanı. Gastronomi yani yemek kültürü. Tanıtılıyor. Tanıtıldıkça daha da ilgi çekeceğine inanıyorum ileriki zamanlarda. Yani bunlar.

Soru 7: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?*

Yörenin en başta tanıtımı yapılmış olurdu. Maddi faydaları da olacaktır. Yapılmış olan otellerde insan çalışacak sonuçta. İnsanlara, gençlere iş imkanı sağlanacak. Bununla beraber, alışveriş fazla miktarda yapılacağından dolayı, esnafın bundan faydalanması. Üretim-tüketimin artması bu da maddi olarak katkı sağlayacaktır yöre insanına ve esnafına. Buna bağlı olarak, bunların sonucunda göç vermesine engel olabilir.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K1- Kodlu Katılımcı - Devamı

Soru 8: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?*

Zararları, şöyle konuşabiliriz. Bilinçsiz davranılması sonucunda doğanın kirlenmesi. Hatta ben hatırlıyorum birkaç sene öncesinde bu Ağasar dediğimi dereye ıslah çalışması yapıldı. Dereye sadece şey, akarsu kenarı boyunca poşet yığınları. Ağaç dallarında, taş kenarlarında şuralarda, buralarda yani dilek ağacı gibiydi dere boyu. Bu gibi şeylerin bir daha yaşanmaması. Bu çok zarar verir yani veriyor. Hem yöre insanına, yerli halka hem de dışardan gelecek insanlara bunun aşılınması gerek. Yani doğayı kirlletmemek. En büyük sebebi bilinçsizce kirlenme olabilir.

Aynı zamanda muhtemelen hayvanlara da bir zarar olacak. Hani av potansiyelini düşündüğümüz zaman.

Yani yani. Doğal olarak doğa kirlenenince en başta hayvanlar etkilenecek bundan. Yaban hayatı etkilenecek. Hayvanlarda bundan nasibini alacak.

Soru 9: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)*

İlçe merkezinde her yerde olduğu gibi normal bir seyirde. Ama ilçe merkezinin dışında turistik alanlarda mesela, şenliklerin yapılmış olduğu mesela Acısu dediğimiz şifalı bir su bulunan yerde her yıl mayıs ayının ilk haftası şenliği yapılır. Şenlik olur. Burada panayır kurulur. İnsanlar gerek çevre yerli halk gerek çevre illerden bilenler duyanlar buraya ziyarete gelir. Orda yani yeterli miktarda insanların yiyebileceği, yeme-içme ihtiyacını karşılayabileceği lokanta işte restoran gibi işletmelerin olmayışı. Bu da doğal olarak, senede bir gün olduğu için buna insanlar ilgi göstermiyor. Ama senede bir gün koskoca bir seneye bedel. Yani yöre olarak. O gün o var. Bir hafta sonra başka bir şenlik var. Tanıtımı zaten, tanıtım olarak sizin yapmış olduğunuz gibi birçok çalışma yapılmış olsa birçok yerde tanınmış olacak ilçe. Bu yapılmıyor. Ulaşım zaten en başta konuştuk. Kanayan yaralarımızdan bir tanesi. Yolların virajlı oluşu, arazinin engebeli oluşu çok tehlikeli sonuçlara sebebiyet verebiliyor. Ki Allah'tan şoförlerimiz dikkatli de. Bunun bilincinde dikkatli oldukları için kaza oranları çok düşük seyirde oluyor. Ama olduğu zaman da çok feci sonuçlar doğurabilecek bir seviyede yollarımız. Yollarımızın bir an önce ıslah çalışması, alt yapı çalışması işte genişlemesi, şunları, bunları daha detaylı olarak yapılması gerekiyor. Konaklama olarak otel, otelcilik. Bunlara yöre insanının gücü yetmeyebilir. Nasıl gücü yetmeyebilir? Sürekli işletme olmayacak. Çünkü sürekli gelen giden olmayacak. Buna devlet işte kendi bünyesinde işte belediye olsun, büyükşehir belediyesi olsun kendisi mevsimlik bir şeyler yapabilir. Çalışmalar yapabilir. Mevsimlik işte üç beş katlı oteller. Hepsini geçtim ahşap, doğaya uygun, çevreye uygun, ahşap konaklama şeyleri, odalar yapılabilir. Ailelere özel. Bu ve bunun gibi birçok şey yapılabilir. Yani en başta maddiyat, maddiyat, maddiyat. Bunlar.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K2 – Kodlu Katılımcı

Soru 1: *Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?*

Yani yöreden kaynaklı mesela o yamaç paraşütü dediğimiz şey olabilir. İmkan da var bir yerinde. Birkaç yerinde var hatta. Bizim köyün üstünde de var mesela. Sadece öyle şey değil. Sis Dağı olarak düşünme. Daha başka yerleri de var. Mesela Saylıbaşı dediğimiz bir yer var bizim köyün karşında. Oradan, bizim bu taraftan, Sayvançatak'ın başından, daha aşağıdaki köylerin üstünden de yamaç paraşütü yapılacak bayağı güzel yerler var. Yayla turizmi zaten yörenin klasik düzeni. Bunu biraz daha geliştirmek ne bileyim yani işi daha büyük boyutlara götürebilir. Şeyi görmüştüm ben belgeselde. İsviçre'de Alplerde falan işte çocuklar için çizgi film Heidi var ya. Mesela onların bütün olay yaylada geçiyor. Çok güzel şeyler var. Hani bunlar gibi böyle işi çoğaltıp yabancı turistlerin de gelebileceği bir şekle getirilebilir. Sadece yerli turist olarak değil. O bakımdan geliştirilirse iyi olur diye düşünüyorum. Yani bunlar ideal. Yani tarihi, turistik yerler yok. O yüzden o şeyi geçiyoruz. Ama yamaç paraşütü, yayla turizmi olmazsa olmaz. İşte tatlı su balık avcılığı mesela o da güzel. O da geliştirilebilir. Ama balığın neslini çoğaltmak lazım biraz kaynaklarımız kıt olduğu için.

Soru 2: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?*

Birbirlerine sahip çıkmaları, geleneklerine-göreneklerine bağlılıklarıyla o yönleriyle ideal. Misafirperverliğiyle. Mesela yabancıların gelmesi onları olumsuz yönde etkilemez. Hani efendim ne işi var bunların burada demezler yani. İnsanların yabancı gelenlere de kucak açarlar. O yönleriyle de güzel. Misafirperverliği güçlü yönleri. Yine gelenek-göreneklerine bağlılıkları da güçlü yönleri. Doğası. O başlı başına bir olay. Hani o yeşilliğiyle, yaylasıyla, dağlarıyla ne bileyim o yönleriyle Karadeniz'in klasik güzellikleri. İklimiyle, havasıyla, mevsimiyle güçlü.

Soru 3: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?*

Yani turizm açısından çok, dedim ya mesela Ege'deki tarihi yerlerin ne bileyim müzeleriyle işte kiliseleriyle, o yönleriyle çok olan bir yer değil. Yani rutin, klasik Karadeniz işte yayla turizmi daha çok olan bir şey. Yani çok aktif olarak turizm açısından seçenekleri çok olan bir yer değil. Yöresel açısından.

Ama mesela şey, kemeçesi mesela, halk oyunları, kıyafetleri, bunlar da değer sonuçta.

Kültür daha çok hani ne bileyim tarihi anlamda değil de kültürel anlamda tamam. Yani kültürel anlamda doğru. Yani tarihi anlamda köprüleri, barajları ne bileyim eski yapılarıyla ne bileyim tiyatro sahneleri bilmem ne Ege tarafındaki işte Apollon Tapınağı işte ne bileyim aklına gelecek Selçuk'daki bilmem neler hani öyle bir özellikleri yok. Sadece birkaç köprüleri var. Ama kültür turizmi tamam. Kültür turizmiyle hakikaten gerçekten evet.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K2 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Soru 4: Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?

Zayıf kalan yönleri, arazinin dağlık olması. Hani o yönleriyle hem gelişmeye biraz zayıf hem ne bileyim ben bu bisiklet bilmem ne gibi bazı aktivitelerin yapılmasını zorlaştırıyor. Sahilden uzak olması. Hani o sahil turizmi dezavantajları.

Mesela göç vermesi de bir zayıf yön aslında.

Tabi ki, tabi ki o da. İşte geçim kaynaklarının kıt olması insanları dışarı bağımlı yapıyor. Yani dışarıda çalışmaya zorunlu bırakıyor. O da tabi ki dezavantajları.

Tanıtımı eksik mesela.

Tanıtım zaten başlı başına. Hani çok fazla daha yeni yeni bu internetler falan çıktıktan sonra biraz yayla turizmi ile diğer şeyler ile ortaya çıkmaya başladı. İşte ben hep diyorum. Mesela tarihi kemer köprüler var. Mesela Ayder'deki köprüler daha avantajlı. Niye? Ayder'in tanıtımı çok iyi olduğu için. Yoksa Ayder ile Kadirga'nın ya da Alaca'nın pek bir farkı yok. Sadece Ayder'e fazla yatırım yapılmış. İşte otelleri ile turizm amaçlı kalma yerleri daha fazla olduğu için insanlar orda gidip kalabiliyorlar. Telefonlar ile yer ayırttırıp ne bileyim o imkanlar var. Yeni yeni Uzungöl mesela. Orda da kalma imkanı. Konaklama imkanının, restoran imkanının olduğu her yer olur. Ama mesela bir Kadirga'da bunu yapamıyorsun. Yapmıyorlar. Günöbirlikçiler, evi olan kalıyor. Oysa yani burada ille de oradaki betonlaşmayı yapmadan ne bileyim ahşap ile kalınabilecek çok güzel bungolovlar falan yapılabilir. Onu yapmıyorlar. Oraya kimse girmek istemiyor. Orda sıkıntımız var. Bu da işte eksik yönlerimiz dediğin tanıtımıyla, oraya yatırım yapılmamasıyla ilgili bir şey. Yoksa çok güzel oralarda kalınması. Mesela Ayder'den bir Alaca'nın aşağı kalır bir yönü yok. Kültür Turizm Bakanlıklarının bu işe eğilmeleri gerekir. Bu işle ilgili yatırımlar yapılması gerekir. Rize'de onu aşılar, yapmışlar. Çok güzel turlar düzenlenebilir oralarda mesela. Nedense Arap turistler bile bir bellemişler mesela Uzungöl ile Ayder'e gidiyorlar. Neden? Oraya da günöbirlik turlar düzenlenebilir. Daha yeni yeni mesela Tonya'nın başında Kadıralak diye bir yer var. Yıldız çiçeklerinin olduğu bir yer. Daha yeni yeni öğreniliyor. Oysa yıllardır orda var bu. Aynı şekilde bu özellikler bizim Alaca'da, Kadirga'nın birçok yerinde de var. Mesela o Karakısırak dedikleri bir tepe var Sayvançatak'ın başında. Yani oranın Kadıralak'tan aşağı kalır bir yanı yok. Tanıtılmıyor işte. Kimse bakmıyor. Geliyor bir iki herkes günü kurtarıyor. Oraların tanıtımı olsa bir de yatırımı olsa çok güzel olur.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K2 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Soru 5: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?*

Bunların geliştirilmesi için devlet teşvik etmesi gerekiyor. Devlet desteği olması gerekiyor. Halkın da bilinçlenmesi gerekiyor ve altyapı ve üstyapı yatırımlarının olması gerekiyor. Yani bir Sis Dağı'nda kışın da insanlar kalabilir. Burada azıcık bir kar yağdığı zaman millet Ayder'e koşuyor. Ama yolunu açıyorlar. Konaklama tesisleri var. Kalma imkanları var. O yönleri ile ideal. Yedi gün yirmi dört saat pansiyonlarda ya da otellerde sıcak suyu var. Kuzineyi yakmışlar. Onun başında oturuyorsun. Hani bunları sağlayabilecek altyapının olması gerekir ki insanlara cazip gelsin. Konaklamanın olması gerekiyor. Yeme-içmenin olması gerekiyor. Restoran kültürünün ve konaklamanın olduğu her yerde bu imkanlar olur. Tanıtımının ve pazarlamasının iyi yapılması gerekiyor. Altyapısının olması gerekiyor. Yani imkanlarının olması gerekiyor. Ulaşımının iyi olması gerekiyor. Yollarının işte asfalt olması gerekiyor. Yedi gün yirmi dört saat açık olması gerekiyor. Dört mevsim yollarının açık olması gerekiyor. Ulaşım imkanları olması gerekiyor. Bu Karadeniz'e yapılan yeşil yol bağlantısı ile ilgili çalışmalar olduğunu biliyorum ben. Yani o yönleri ile de geliştirilebilir.

Soru 6: *Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?*

Hani bunun için çok ileriye öngörmem mümkün değil. Yani şu olabilecek dediğim şey değil de daha çok farklı bir şeyler de ortaya çıkabilir. Hani benim şu anda çok öngörebildiğim bir şey yok. Ama beş sene sonrası bile bilmiyorsun. Yani o yüzden net olarak şu ilerde çok güzel bir yere gelebilir diyemiyorum. Yeni nesil insanların mesela teknolojiyi iyi kullanmaları, bu Z kuşağı denilen kuşağın artık anında Instagram'da, Facebook'ta ya da sosyal medyadan paylaşımları hani insanları bir anda bir bakıyorsun oraya çekmeye çalışıyor. Çekmeye başlıyor. Minicik, küçücük bir şelaleyi arkasına alıp çekiyor adam. Bakıyorsun koşturuyor, hücum ediyor oraya yürümeye başlıyor. Hani bu yönleriyle ilerisi bilemiyorum çok farklı şeyler olabilir. Hani benim öngörüm yok.

Şöyle söyleyeyim. Bir gastronomi turizmi ön plana çıkamaz mı Şalpazarı'nda? Ya da bir kamp-karavan turizmi olsun.

Hepsi geliştirilebilir. Diyorum ya hani bir anda üç tane karavan götürürsün oraya iki kişi fotoğraf çeker, iki yemek yapar, bir video çekimi yapar küçük, Youtube'da yayınlar, bakmışsın ki hücum. Herkes karavanını almış dönmüş oraya. Hani böyle bir özelliğimiz var bizim toplum olarak. Yani ilerisi için olabilecek bunun dışında da birçok şey olabilir. Yani sadece gastronomi ile veya yayla turizmi ya da karavan turizmi ile ya da bisiklet, motosiklet ya da yamaç paraşütünün dışında da başka şey olabilir. Mesela oranın otunun özelliklerinden ne bileyim böyle bazı mesela bu bitkisel tabipler var. Bunların söylemiş oldukları aslanpençesi denilen bir ot var mesela. Çok yetiştiriyor. Çok güzel yetiştiriyor oralarda. Bir de doğal yetiştiriyor. Hiçbir katkı maddesinin olmadığı, araç egzozunun olmadığı, ne bileyim hava kirliliğinin olmadığı ortamlar. Mesela böyle bitkisel alanda da bir şey parlayabilir. Botanik de olabilir. Yarın bir gün mesela bu tesbihler var. Kehribar diyorlar.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K2 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Kehribar tesbihi bildiğin çamların dışındaki akıntı var ya onun fosilleşmesinden yapılan bir şey. Bizim yörede bol miktarda oluyor. Mesela çam sakızı denen bir şey var. Harika çam sakızı oluyor mesela. Hani bunlar ilerisi için hakikaten bizim öngöremeyeceğimiz ama ileride gençliğin buna yöneleceği çok farklı şeyler olabilir. Yani bizim ve bizim üstümüz kuşağa göre standart, rutin olan bir şey ama bizim torunlarımız için olağanüstü bir şey olabilir. İnsanların hücum edebileceği bir şey olabilir.

Soru 7: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?*

İlçenin gelişmesi, büyümesi bambaşka bir yere varırdı. Yani yolları ne bileyim çok daha güzel, çok daha harika olurdu. Çok virajlı yollar değil, iki tane tünel ile Şalpazarı'na çıkardın. Yol mesafesi kısaldı. Şalpazarı'nın nüfusu işte on beş binlerde, yirmi binlerde değil de elli binlerde olurdu. Hani nüfus bir anda patlar, çıkardı. İnsanlar, şehirlerden sıkılanlar gelip oralarda konaklayıp kalırlar bir hafta, on beş gün ne bileyim vakitlerini orada geçirirler. Harcamalarını yaparlar. Yani şey açısından, maddi açıdan da Şalpazarı'na aşırı derecede katkısı olurdu. Ekonomik olarak da ilçenin kalkınmasına büyük katkısı olur diye düşünüyorum. Üretim artacak. İnsanlar gelecek. İnsanlar geldi, tüketim artacak. Alışveriş artacak. Kaldıkları sürece bunlar tabi ki çok güzel şeyler.

Soru 8: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?*

Dezavantajı tabi ki olur. Bu gelen insanlar çevreyi kirletecekler. O da var. Atıklarını bırakacaklar. Kirletecekler. Onları da çözebilecek o altyapıyı da kurmak gerekir. Ne bileyim tuvaletle, çöp konteynırlarıyla yani insanların doğayı kirletmeden gelip kalabilecekleri bir şekilde getirmek de gerekir.

Zararları konuşmaya devam edelim. Hayvanlara da bir zararı olacak muhtemelen. Özellikle av konusunda.

Tabi tabi, tabi ki. İster istemez çevreyi kirlettiğin zaman otlayacak hayvanların otları da kirletilir. İşte dezavantajları bunlar da var. İşte karavanla araçlar gelecek. Orada işte egzoz dumanı oluşmaya başlayacak falan. Bunlar dezavantaj tabi ki.

Peki yerel halka bir zarar olabilir mi kültür bakımından mesela?

Kültür bakımından yerel halka zararı olur. Halkı yozlaştırır. Yani şu açıdan yozlaştırır. Herkeste bir para kazanma hevesi başlayacak. Yani ister istemez elindekilerin kıymetini bilmeyip satmaya başlayacaklar. Yani bu yönleri ile dezavantaj olabilir.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K2 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Soru 9: Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir?
(Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)

Yani vasatın altında. Gidip mesela bir Şalpazarı'nda ben konaklayacağım diyeceğin yıldızlı bir otel yok. Ondan sonra benim şurada doğal ya da ne bileyim gastronomi açısından çok güzel bir yemek yiyeceğim diyebileceğin bir restoran yok. Hani böyle damak tadına hitap eden restoran yok. Sadece karın doyurmalık işlem yapanlar, yiyip geçer adam. Hani şurada şu lezzetli, ben bir daha gelsem yerim, on kişiye de tavsiye ederim diyebilecek bir gastronomi kültürü yok. Ya da ne bileyim ben şurada bir otelde kaldım, on numaraydı deyip herkese tavsiye edebilecek bir yer de yok. Yani o yönleriyle zayıf. Ulaşım da iyi değil. Yolları hani tamam belki asfalt ama virajlı, daha böyle rahat gidebileceğin ne bileyim on beş dakikada gideceğin bir yere kırk dakikada gidiyorsun. Niye? Yol virajlı, rahat gidemiyorsun. Dikkatli gitmen gerekiyor. Yani iki tane tünel ile Beşikdüzü'nden rahatlıkla Şalpazarı'na ulaşabilirsin. Ama bunu yapmamışlar. Hep bir dere içlerinden, yollar virajlı, virajlı. Yani ulaşım biraz sıkıntılı.

Soru 9: Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir?
(Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)

Yani vasatın altında. Gidip mesela bir Şalpazarı'nda ben konaklayacağım diyeceğin yıldızlı bir otel yok. Ondan sonra benim şurada doğal ya da ne bileyim gastronomi açısından çok güzel bir yemek yiyeceğim diyebileceğin bir restoran yok. Hani böyle damak tadına hitap eden restoran yok. Sadece karın doyurmalık işlem yapanlar, yiyip geçer adam. Hani şurada şu lezzetli, ben bir daha gelsem yerim, on kişiye de tavsiye ederim diyebilecek bir gastronomi kültürü yok. Ya da ne bileyim ben şurada bir otelde kaldım, on numaraydı deyip herkese tavsiye edebilecek bir yer de yok. Yani o yönleriyle zayıf. Ulaşım da iyi değil. Yolları hani tamam belki asfalt ama virajlı, daha böyle rahat gidebileceğin ne bileyim on beş dakikada gideceğin bir yere kırk dakikada gidiyorsun. Niye? Yol virajlı, rahat gidemiyorsun. Dikkatli gitmen gerekiyor. Yani iki tane tünel ile Beşikdüzü'nden rahatlıkla Şalpazarı'na ulaşabilirsin. Ama bunu yapmamışlar. Hep bir dere içlerinden, yollar virajlı, virajlı. Yani ulaşım biraz sıkıntılı.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K4 – Kodlu Katılımcı

Soru 1: Şalpazarı ilçesinde sizce hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar?

Bence kültür ve kış turizmi olabilir. Bir de dağ turizmi, kamp, piknik, trekking, doğa turizmi için uygun alanlar bulunmaktadır.

Neden peki bu türler?

Çünkü kültürünü, gelenek ve göreneklerini hala koruduğu için kültür turizmi yapılabilir. Belki de bu yapının bozulmadığı tek ilçedir Şalpazarı. Bunun dışında coğrafyası da uygun olduğu için doğa turizmi yapılabilir. Yaylaları ve ormanları var. Güzel bir coğrafyası ve gezilebilir yerleri var. Bir de incelendiği zaman özellikle bu yaylaların belirli yerleri kış turizmine uygun. Benim sadece gördüğüm kadarıyla böyle bir sonuca varıyorum ama tabi bunu inceleyen işin ehli insanlar belki de buna müsait değil der ama televizyonda gördüğüm ya da internetten baktığım kayak merkezleri ile bizim yaylalarımızın doğası aynı.

Soru 2: Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?

Güçlü yönleri yani bu turizm türlerinden eğer bu tarz faaliyetler açılırsa bunu tanıttacak bunun için çalışacak insanlara sahip. Bu gereksinimleri karşılayacak nüfusu var. Dediğim gibi bu turizm türlerinin yapılabilmesi için gerekli şartlar da var. Böyle bir çalışma yapılırsa da buna çok gönülden katılacak insanları da var. O nedenle yapılabilir. Hem de insanlara eğer maddi bir kazanç sağlarsa gençlerin göçü durdurulabilir. İstihdam sağlanır.

Bunlara yine geleceğiz fakat benim güçlü yönlerden kastım şöyle mesela yaylalarının fazla olması yayla turizmine yönelik bir güçlü yan sayılabilir.

O zaman doğası çok bozulmadı. Ormanlık alanları ve yeşili çok fazla. O zaman bu doğa turizmi için güçlü yan olur. Yaylalarının çok fazla olması ve bu yaylalarında coğrafyasının kayak yapılması için uygun olması yani çam ağaçlı olan yaylaları da var. Ağaçsız yaylaları da var sadece çimenden oluşan diyeyim. Böyle bir coğrafyaya sahip olduğu için burada kış turizmi de yapılabilir. Aynı zamanda kültürünü de henüz kaybetmediği için yani koruduğu için de kültür turizmi yapılabilir.

Yine aynı zamanda iklimini falan ekleyebiliriz mesela buna.

İklimini evet. Kış uzun sürer. Ekim ayında falan bu dediğim yerlere yaylalara kar yağar. Nisanın ortalarına kadar devam eder.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K4 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Anladım. Yine aynı zamanda kıyafetleri, folkloru bunlar da güçlü yanlar diye düşünüyorum.

Kültürünü korumaya devam ediyor. Yani bir salon düğünü bizim köyümüzde şu ana kadar yapılmadı diyebilirim. Eğer çok dışardan bir evlilik varsa salon düğünü yapıyor. Onun dışında yine yöresel düğünler, kına gecelerindeki yine o yöresel adetler, yıllardır kutlanan Hıdırellez bayramı ya da işte mayıs yedisi dedikleri bayram, şenlikleri ve bu şenliklerde giyilen kıyafetler bunlar buranın güçlü yönü diyebiliriz.

Soru 3: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?*

Bu saydığım üç turizm için mi?

Yok genel olarak. Mesela ben bir tane örnek vereyim. Kadirga açık cami önemli bir değerdir diye düşünüyorum ben bunun gibi sizin düşündüğünüz neler var?

Kadirga açık caminin dışında şifalı suları olabilir. Bildiğim kadarıyla Bursa taraflarından bazen başka bölgelerden de şifalı diye su almaya gelen insanlar var. Bunun yanında bizde daha çok coğrafya şans. Bunun dışında aklıma şu an için bir şey gelmiyor. Yapılan bir faaliyet olmadığı için yapılacak olanları düşünmek biraz zorlamış olabilir beni.

Olsun. Hiç sorun değil. Ben yönlendireyim sizi. Mesela değirmenleri. Çok güzel değirmenleri varmış Şalpazarı'nın.

Şimdi Şalpazarı'nın değirmenleri bizim köyde bir tane var. Yaya giden insanların fotoğraf çektiğini görüyorum ama bunun için özellikle restore edilmiş bir değirmenini hiç duymadım. Başka bir köyde çok güzel değirmenler var restore edilmiş. Hatta gelen turistlerin ilgisini çekmiş yanında hatta fotoğraf çekmiş. Ama bizde sadece taş yapı bir değirmen var. Ufak bir değirmen zaten. Yanında ufak bir şelale gibi akan su. Bazen fotoğraf çektiren insanları görüyorum. Ama onun dışında bildiğim bir değirmenleri yok. Başka ne olabilir. Şenlikleri olabilir. Temmuz ayında Kadirga şenlikleri. Altaşı şenlikleri, Sis Dağı şenlikleri var. Bunun yanında artık yeni yeni her ovanın kendi şenlikleri olmaya başladı. Göllü alanın şenlikleri diye geçiyor. Festival olarak biliniyor galiba. Şalpazarı'nda bir kültür festivali düzenleniyor. Her sene Haziran ortalarında. Mayıs yedisi dediğim bu şenlik zamanında Acısu denilen yerde yine bir şenlik düzenleniyor. İlk düzenlendiği zamanlarda yöresel kıyafetler falan satılırdı. Yöresel ürünler satılırdı orada. Şimdi o kadar fazla satış yok. Daha çok çalgı, horon, Acısu'dan su almak için insanlar geliyor. Bunun dışında belki yayladan sarıçiçek diyorlar ismine ama tam adını bende bilmiyorum. Çok güzel kokan bir çiçek. Mesela bunun toplanıp değişik şekillerde yapıp satıldığını görüyorum. Bazı internetteki satış adreslerinde yeni yeni bu çiçeklerin aranjman olarak kullanıldığını görüyorum belki bu olabilir.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K4 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Peki yemeklerini, Ağasar Deresi'ni ekleyebilir miyiz önemli değerleri olarak?

Tabi Ağasar Deresi'ni ekleyebiliriz. Zaten Şalpazarı dediğimiz ilçe Beşikdüzü'nden denize dökülen Ağasar Deresi'nin sağına soluna yerleştirilmiş. Yüzölçümü küçük bir ilçe. Belki de Trabzon'un en küçük üç-dört ilçesinden bir tanesidir. Bunun yanında başka ne sayabiliriz. Yemeklerinden lahana çorbası, lahana sarması, lahana diblesi, fasulye turşusu var. Lezzetli kabakları vardır. Tatlısı yapılır. Sütlu kabak yapılır. Mısır ekmeği yapılır mesela. Gerçi beyaz buğday ekmeğini de biz kendimiz yapıyoruz da. Isırgan çorbası vardır. Yağlı aş dediğimiz diğer adıyla kuymak yapılır. Onun dışında da süt ürünlerinden kaşar, lor, beyaz, tereyağı ve peynir yapılır. Hayvancılık hala ölmediği için süt ürünleri doğal, organiktir. Kendimiz üretiyoruz. Ufak bir kooperatifimiz var. Dışardan da çok fazla talep var. Talep fazla ama üretim o kadar yok. Biz bile bulamıyoruz çünkü.

Soru 4: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?*

Birincisi belirli bir yükseltiye kadar yerleşim alanı uygun. Çok dağlık olması. Dağlık bir yerleşim var. Acısu'dan sonraki köyler daha düz. Acısu'dan aşağıdaki köylerin çoğu dağın yamacına kurulmuş şekilde. İkincisi kültür faaliyetlerinin yapılması için girişimcinin olmaması. Şalpazarlı bir girişimcinin olmaması veya dışardan birinin herhangi bir çalışmasının olmaması. Göç veren bir ilçe. Arazisi elverişli olmadığı için çok fazla iş imkanı yok. Hayvancılıktan başka geçim kaynağı yok. Coğrafya tarıma müsait değil.

Halkın bu konularda bilinçsiz olduğunu söyleyebilir miyiz peki?

Hayır ben halkın bilinçsiz olduğunu düşünmüyorum. Bilinçsiz insanlar topraktan ürün almak için uğraşmazlar hayvancılık yapmak için uğraşmazlar. Orada kalan insanlar bu konuda bilinçli. Bütün bir sene topraktan ne ekilebiliyorsa onu ekiyorlar. Boş arazi yok. Yazın hayvanları olan çoğu insan hazır gıda almamak için mesireleri biçer. Yaylalara gider. Yayladan sonrada köyüne geri dönüş yapar. İnsanların bilinçsiz olduğunu söyleyemem. Sadece turizm alanında belki yol gösteren olmadığı için ya da bilinçlendiren kişiler olmadığı için bir atılım yapmamışlardır. Onun dışında geçinebilmek adına elinden gelen her şeyi yapıyorlar fazlasıyla.

Soru 5: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?*

Önce bu turizmin yapılıp yapılamayacağını bilirkişi gelip Şalpazarı'nda tespit etmeli. Burada kültür, kış, yayla turizmi olur mu? Eğer bunlarla ilgili bilirkişi olumlu karar verirse belediyeyle beraber gerekli çalışmalar yapılır. Orada kalan insanlar gönüllü bir şekilde bu faaliyetlere katılır.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K4 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Bunun dışında altyapı-üstyapı geliştirilebilir mi?

Tabi artık ne yapılacaksa ona göre altyapı geliştirilir. Hangi tesisler kurulacaksa o tesislerle ilgili çalışmalar yapılabilir. Ya da diyelim ki kültür turizmin yapılacağına ilişkin olumlu karar çıkarsa bu konuda mesela köylü daha çok bilinçlenir. Diyelim ki o turizmin yapıldığı zamanlarda köylü yöresel kıyafetlerini daha çok giyer. Belirli aralıklarla bu yöresel ürünlerin satıldığı sergilendiği ufak küçük tezgahlar açılabilir. Yemekleriyle ilgili de açılabilir. İnsanlar kalsın yemeğini yiyebilsin diye. Bu yaylalarda konaklama yerleri yapılabilir. Yani uygun olan turizme göre bütün yapılması gerekenler hem Şalpazarı belediyesi hem de orada kalan insanlar gönüllü bir şekilde çalışır diye düşünüyorum.

Anladım. En başta bunun için tanıtım yapılması gerekir.

Evet. Bu saydıklarımızla ilgi Şalpazarı’nda hiçbir çalışma yok. Sadece kültür ve yayla turizmi daha çok gelişiyor. Bunun dışında yok.

Soru 6: *Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?*

Bence kültür, yayla ve kış turizmi olabilir. Doğasının çok bozulmamış olması. Kış mevsiminin uzun olması. Belli konaklama yerleri yapılırsa. Uzun göl gibi. İnsanların ilgisini çeken ahşap mimarili konaklama yerleri yapılırsa insanlar doğayla baş başa kalmak için gelebilir. O nedenle 20 yıl sonra kültür, yayla ve kış turizmi gelişebilir. Yani şöyle söyleyeyim. Köyümüzün en tepe noktasından bakıldığı zaman hemen hemen tüm köyleri görürsünüz. Manzarası gerçekten çok harika. Buraya mesela üç-dört katlı küçük bir otel yapıldı. İnsanlar önce çok yadırgadı. Kim gelir buraya. Nerden bilsinler ki burayı şeklinde ama üç-dört senedir ben orada arabaların eksik olduğunu görmedim. Hatta buraya birkaç defada Araplar gelmiş. Çünkü daha yeni yeni keşfediyorlar.

Peki gastronomi turizmiyle de ön plana çıkabilir mi Şalpazarı?

Ben gastronomi alanında çok çıkabileceğini zannetmiyorum. Çünkü mutfak kültürü hem zengin değil hem de yediğimiz şeylere baktığımız zaman çoğu insanın tercih etmiyor. Bu nedenle çok fazla et, hamur işi, tatlılarıyla bu tarz lezzetleriyle ünlü değil Şalpazarı. Bunu sanat haline dönüştürememiş.

Soru 7: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?*

En önemlisi göçü önlerdi. İstihdam sağlardı. Kışın hayvancılık yapanların haricinde hiç kimse yok köyde. Belirli altyapı çalışmaları yapıldı o zaman. Köyler adına söyleyemeyeceğim ama Şalpazarı’nın merkezi değişirdi. Şalpazarı’nın bir dezavantajı var. Merkezi geniş bir araziye sahip değil. Dere kenarına ufak bir ilçe yapılmış. O nedenle ilçe merkezi arazisi geniş bir yere taşınırsa gelişim artabilir. Merkez bir ilçenin fotoğrafı. Şalpazarı’nın merkezini gören bir kişi çok fazla yukarı tarafları görmek istemeyebilir. Mesela Tonya için böyle şeyleri söyleyemem.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K4 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Çünkü Tonya gerçekten güzel bir yere kurulmuş. Gün geçtikçe aslında gelişiyor. Ama bunda 20 sene önce Tonya ile Şalpazarı arasında hiçbir fark yoktur. Ama şu anda çok büyük farklar var. Dediğim gibi bu değişebilir. İlçe gelişir. Ekonomik anlamda insanlar rahatlar. En büyük avantajı bunlar olur herhalde.

Yine kentten de Şalpazarı'na göç alırdı bu sefer. Göçü önlemekle birlikte herhalde insanlar dışardan Şalpazarı'nda yaşamaya gelebilirler.

Evet o da olur. Yani diyelim ki siz yayla turizmi yapmaya karar verirseniz. Oradaki otelleri yapacak inşa edecek insanlar mutlaka dışardan insanlar olacaktır. Başka yerlerden göç alır. Kendi vatandaşı tekrardan geri gelebilir. Artısı tabi ki olur.

Soru 8: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?*

Yapabileceği tek ve en büyük zarar çok fazla dışarıya açılmamış bir yer olduğu için kültür kaybolabilir. Çünkü kendi içinde yaşayan bir yer. Bunun dışında çevre kirliliği artar. Dediğim gibi o sıcak ortam bozulur.

Soru 9: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)*

İlçenin bazı eksiklikleri var. Şalpazarı dağlık arazi olduğu için yol en önemli çalışma. Bunlar hep geçici tedbirlerle yapıldığı için ulaşım yönünde sıkıntı var. Bunun dışında konaklama olarak bir arz olursa çünkü dışarıdan çok fazla insan gelmediği için bu şekilde kalacak bir yer gerekli mi gereksiz mi henüz karar verilmemiştir. Bunun dışında lokantaları Acısuda ve Şilkırancında var. Yaylalarda da var. İlçe merkezinde üç-dört lokanta var. Temizlik olarak da sorunları var.

Tanıtımı eksik mi?

Tanıtımı çok eksik. Bu konuda belki de en büyük sorumluluk gurbetçilerde diye düşünüyorum. Belki daha iyi bir tanıtım yaparsa organize olursa gittikleri yerlerde burayı tanıtırılarsa daha ilgi çekici olabilir.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı

Soru 1: Şalpazarı ilçesinde hangi özel ilgi turizm türlerinin geliştirilmesi bölgeyi daha çekici kılar? Neden?

Şu şekilde söyleyeyim. Mesela tırmanma geliştirilebilir. Profesyonelleştirilebilir kesinlikle. Çünkü buna arazi çok müsait. Ancak profesyonel olarak yapılmadığı için insanlar gelip yapamıyor. Yani bunun bir güvenlik önlemleri alınması lazım biliyorsunuz. İşte alet, edevatı gerekiyor biliyorsunuz. O yüzden bunlar geliştirilmesi lazım. Yani tek başına herhangi bir insan gelip de işte ben tırmanma yapacağım diyemez. Buna profesyonel destek gerekiyor. Bu geliştirilebilir. Ama bu geliştirilirse çok fazla katkı sağlar. Yine kayak turizmi mesela. Kayak alanları yapılabilir. Profesyonel yardım alınması lazım tabi ki. Bu da geliştirilirse kış turizmi aşırı bir şekilde artış göstereceğini düşünüyorum. Yine doğa yürüyüşü mesela. Doğa yürüyüşü için mesela ormanlık alanlara, belli bölgelere yürüyüş alanları yapılabilir. Bu sefer insanlar gelip o yürüyüş alanlarını görünce direkt mesela daha fazla ilgi göstereceklerini düşünüyorum. Ama şimdiki yapılan yürüyüş alanları örneğin bildiğimiz araba yolları diyeyim size yani. O şekilde yapıyor insanlar yani. Bu turizmlerin birçoğunu yapıyorlar ama genelde amatör olarak yapıyorlar yani. Bunların profesyonelleşmesi lazım. Eğer profesyonel bir duruma gelirse ve bu konuda destek de alınırsa bir de bunun yanında tanıtım gerekiyor. Tanıtımı yapılırsa yurt içinden ve yurt dışından çok fazla turist geleceğini düşünüyorum. Bu şekilde ilçemizin kalkınacağını düşünüyorum. Kesinlikle işe yarayacaktır. Kültür turizmini de dahil etmemiz gerekiyor kesinlikle. Onun özellikle bir tanıtımının yapılması lazım. Çünkü dediğim gibi dünya üzerinde de çok nadirdir. Böyle kendine has, kendi bölgesini bünyesinde barındıran işte oranın mesela doğanın bütün renklerini üzerinde barındıran bir folklor kültürü çok başka bir yerlerde yok.

Bunun dışında peki yemekleri? Bu da bölgeyi çekici kılar mı?

Kesinlikle kılar. Yemeklerinin de yine, şimdi şöyle bir durum var. Bizim mesela diyelim annelerimiz, teyzelerimiz ya da işte büyükannelerimiz yemekler yapıyorlar ama şimdi günlük yemek olarak literatürde öyle geçiyor. Ama baktığımız zaman hepsi bir geçmişe dayanıyor. Ayrı bir kültürü var o yemeklerin. Bunları tanıtmak lazım. Bunları bilmek lazım. Daha böyle ayırtırmak lazım. Profesyonelce yapılması lazım yani. Bu turizm açısından bizim ilçemizde çalışmalar yeni yeni başladı. Bu biraz şeyden kaynaklandı tabi ki. Yerel halkın ekonomik durumunun iyi olmamasından kaynaklandı. Geç kalınlık bu yüzden. Bir şey daha söyleyeceğim az önceki konu ile alakalı. Mesela araç yollarının yani yayla yollarının özellikle köy yollarının daha böyle yapılması lazım. Yani onarılması işte genişletilmesi, asfaltlanması. Birçok yol asfalt değil hala mesela. Bunun da turizme çok büyük bir katkısının olacağını düşünüyorum. Bunu da dikkate alırsak çok iyi olur.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Soru 2: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan özellikleri nelerdir?*

Şalpazarı'nın şimdi en büyük artısı şunu söyleyebiliriz. İnsanların genel yapısını söyleyebiliriz. Karakterini söyleyebilirim. Yani çok misafirperverler. Çok ilgililer. Çok da dışardan gelen her kim olursa olsun herkesi bir anda kabul edebilirler. Ve bunların farklı yaşam tarzları göze batıyor ilk başta. Yani ülke içinde diğer insanlara çok ilginç geliyor. Yani tuhaf, böyle bir hayat var mı diyorlar gelen, gören insanlar. Bu bir kere başlı başına güçlü bir yön oluyor. Yani ilçemizin çok yerlere göre bir farklılığıdır. Onun yanında bu yayla turizmi çok yaygın. Ve gerçekten biz bunu yaşıyoruz. Yani diğer yerler gibi değil. Diğer yaylalar mesela gidip sadece işte hayvancılık üzerine, koyunları otlatmak, keçileri otlatmak için gidilip görülen yerlerdir. Bizde öyle bir durum yok. Biz yaylayı eğlenmek, yaşamak için kullanıyoruz daha çok. Yani o yayla durumu bizim biraz yaşam kültürümüz olmuş. Hatta şu vardır mesela. Yaylaya çıkmadan canım rahat etmiyor. Bu bizde her zaman kullanılır yani. Öyle bir durum var. Onu biz bir yaşam haline getirmişiz. Oradaki şenlikler de zaten bunu gösteriyor. Yani sevincimizi gösteriyor. İşte bahara çıkmanın, hayatın sevillebileceğini, hayatın güzel olduğunu göstergesi. Neşe, mutluluk veriyor yani. Sanırım bu denli hareketli olması yine çok güçlü bir yönümüzdür. Bir de bu kadar hayata pozitif bakıyor olmamız. Bunlar da çok güçlü yönlerimiz.

Aynı zamanda konum olarak, coğrafi özellik olarak baktığımızda, iklimine baktığımızda güçlü olduğunu düşünüyorum.

Evet, bu şimdi, ikliminin yanında özellikle bu doğası. Yani iklimin verdiği durum tabi ki. Yani o kadar doğal ki. Hiçbir şekilde harap edilmemiş. Hiçbir şekilde değiştirilmemiş. Yani doğal ortamı çok fazla. Ve olduğu gibi doğal. Yani gelip bir şey yapılmamış. Üzerinde oynanmamış. İklim çeşitliliği de çok fazla. Bizde mesela sabah hava güneşliken iki saat sonra yağmur yağabilir. İki üç saat sonra tekrardan güneş açabilir. İşte bu şekilde hava durumunun hareketli olması bizi de biraz hareketli yapmış tabi ki. Bu durum da çok farklı bir durum. Yani Türkiye coğrafyasında çok yerde yaşanmaz. Bir de sürekli yağmur alması çok farklı bir durum tabi ki. Bitki örtüsünün de farklılığı. Yani çok çeşitliliği.

Soru 3: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında önemli değerleri nelerdir?*

Sis Dağı'nın bizim için çok özel bir yeri var. Sebebi de şu. Sis Dağı çok farklı bir yayla. Sis Dağı sahile en yakın yer. Yani en yakın yer derken yayla olarak yakın bir yer. Çok fazla bir mesafesi yok sahile. Ama öyle bir durum var ki. Yaylalar bir anda yükseldiği için sahilden yukarı bir anda 2.000 metrenin üzerine çıkıyorsunuz Sis Dağı'na çıktığınız zaman. Ve bütün şehri, denizi görebiliyorsunuz mesela Sis Dağı'nda. Denizi seyredebilirsiniz. Bütün şehir ayaklarının altında kalıyor. Hatta bulutlar mesela ayaklarının altında kalır. Sis Dağı'ndan daha aşağı çöker bulutlar. Onun manzarası çok müthiştir. Her tarafı bu şekildedir. Yani zirvede bir yerdir. Yine oradaki şenlikler tabi ki çok daha özeldir. Yani Sis Dağı'ndaki şenlikler diğer yaylalara göre daha bir özeldir.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Herkesin katıldığı bir durumdur. Havası yine temiz. Bir de isim yapmıştır. Üzerine şarkılar, türküler yapılmış ve söylenmiştir Sis Dağı'nın. Ve şu da vardır mesela. Bunu hep atladık bak şimdiye kadar. Çoğu insanların, çoğu gençlerin bu yaylalarda aşırı bir aşk serüvenleri vardır. Yani herkes aşık olmak istiyorsa yaylaya gidecek. Böyle bir bakış açısı var bizde. İşte türkülerimizde, şarkılarımızda yayla kelimesi işte yaylanın isimleri çok geçer. Yani oradaki yaşanmışlıklar. Çünkü tabi ki daha önceki zamanlarda zor şartlardaydı. Yürüme, koşma gidilen yerlerdi. Şimdi arabayla falan gidiliyor tabi.

Ağasar Deresi'ni de ben önemli bir değer olarak görüyorum. Siz ne düşünüyorsunuz?

Ağasar Deresi de kesinlikle önemli. Çok temizdir suyu. İçinde alabalık vardır. Burada özellikle insanlarımız değirmen olarak suyundan çok faydalanmışlar. Yine balık tutmak amacıyla kullanılır. Yine gezi yapmak için. Yani insanlar stres atmak, gezmek ve yüzmek için de göllerimiz mevcut kısım kısım.

Değerleri olarak kıyafetleri, folkloru, yaşam şeklini de ekleyebiliriz diye düşünüyorum. Siz ne düşünüyorsunuz?

Ben kesinlikle katılıyorum buna. Zaten o folkloru başlı başına eklememiz lazım. En büyük değerimiz bu. Kıyafetlerimiz, giydiğimiz günlük kıyafetler ve şenliklerde giyilen kıyafetler olmak üzere, özellikle bayanların giydiği kıyafetler. Ve bunların birçoğu daha eski yıllarda elle dokunan ürünlerdi her biri. Dediğim gibi burada şöyle bir şey var. O doğanın bütün renklerini, bütün tarzını giyim tarzına insanlar özellikle kadınlarımız yansıtmıştır. Mesela içindeki duyguları da yansıtmışlardır. Yani bu da çok önemli. Mesela yaylalara bahar mevsiminde falan gidilir tabi ki. Yaylalardaki şenliklerde genelde bu mevsimde olur. Örneğin bu mevsimlerde gidildiği için o bayanlarımızın giydiği kıyafetler genel olarak renklidir. Hepsisi işte bitki örtüsünün her parçasını üzerinde bulabilirsiniz. Her rengini. Parlak, iç açıcı işte insanı böyle daha bir hayata bağlayan, canlandıran, sevdiren bir yapısı var. Bunu kesinlikle değerler olarak katmalıyız. Yani göze çarpan en büyük şey bu zaten bizim ilçemizde. İlk gelen insanlar buna şaşırıp kalıyorlar. Bunu çok seviyorlar. Günlük kıyafet olarak da kullanıyorlar. Kuşak bizde mesela sürekli kullanılan bir durum. Çünkü bizim kadınlarımız genelde yük taşıyan işte çok fazla yürüyen insanlar. O yüzden bel ağrısına da iyi geliyor. Yani o belini de korumak için kuşağı sürekli kullanırlar.

Soru 4: *Şalpazarı ilçesinin, özel ilgi turizmi açısından bakıldığında zayıf kalan yönleri nelerdir?*

Asıl problem şu aslında. Tanıtımının çok az olması, yapılamamış olması Türkiye genelinde. Ve de profesyonel turizmin olmaması. Yani hep amatör olarak kalmış. İşte insanlar hep kendi kendine bunları yaşamışlar. Aslında çok değişik tarzımız, yaşantımız, hayatımız var ama bunu biz Türkiye'ye mal edememiştir. Yani ülkemize ve yurt dışına. Bu konuda açılammışız. En büyük sorunumuz bu. Ve bir de gelen turisti karşılamak, işte profesyonel etkinlikler hazırlanmamış. Yani yatırımlar yapılmamış.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı – Devamı

O yüzden biraz geride kalmış bir durumumuz var.

Yani doğal olarak konaklatamıyoruz, onları yedirip içiremiyoruz. Ulaşımlarını sağlayamıyoruz.

Evet, evet kesinlikle. İşte asıl sorunlar bunlar. Ama yeni yeni bu konuda adımlar atılıyor.

Göç vermesi de aslında bir zayıflık. İnsanların bilinçsiz olması. Üretimin az olması. Bunlar da aslında zayıf yönleri diyebilir miyiz?

Göç vermesi zayıf yönü kesinlikle doğru ama şöyle bir durum var. Ana geçim kaynağının az olmasından dolayı. Yani insanlar şimdi geçimini sağlamak için mecburen göç ediyorlar. Böyle bir durum var. Yapılan işlerin bilinçli olma durumuna gelince mesela tarım alanının az olduğunu zaten söyledik. Bu bir problem bizde. Yani burada vatandaş işte tarımdan ürettiği şeyi satıp da geçinecek bir durumu yok. Yalnızca kendi evine, ev halkına yetiyor işlediği toprak. Bu şekilde. Onun için bir para kazanma işte gelir elde etme durumu yok. Ama şimdi son zamanlarda şu şey durumu oldu tabi ki. İşte bu turizm canlandı. Yani bayağı bayağı bir fark etmeye başladı. Bunun üzerine insanlar çalışmalar yapıyorlar. Yani işte yol üstü lokantaları işte oteller kısım kısım. Mesela yaylalara da ufak çaplı oteller yapılmaya başlandı. Yani bu şekilde bir geçim kaynağı da yavaş yavaş canlanıyor.

İnsanları peki. İnsanlarının bilinçsiz olduğunu söyleyebilir miyiz bu konuda? Yani turizm üzerine düşünmediklerini söyleyebilir miyiz?

Kesinlikle söyleyebiliriz. Turizm ile ilgili bizim halkımızın tanışma durumu son üç beş yıl diyebilirim. Yani tam olarak bu konuyu idrak etme durumu bu. Ben de hatırlıyorum kendi zamanlarımda. Şimdi turizm deyince biz ilkokulda kitaplarda okuduğumuzda bize çok uzak gelen bir durumdu. Yani turist ne olduğunu anlamamız çok mümkün değildi. Hayali bir kavramdı bizim için. Artık yeni yeni insanlar turizmin önemli olduğunu işte bizim bölgemizin aslında tam olarak turistik bir bölge olduğunu yeni yeni kavradılar. Bu konuda gerçekten bilinçsiziz halk olarak.

Soru 5: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi türlerini geliştirmek için neler yapılabilir?*

Şimdi şöyle söyleyeyim. İlk önce şunu yapmak lazım. İnsanlara bu konuda biraz eğitim vermek gerekiyor. Yani bilgilendirmek lazım. Turizmin bir geçim kaynağı olduğunu insanların anlayabilmesi lazım. Yani buna inanması lazım burada yaşayan yerel halkın. Ondan sonra da bu konu üzerine yatırımlar yapılması lazım. Yani bir kısmını belki yerel halk kendi adına, kendi başına yapabilir, başarabilir ama diğer bir kısmının devlet destekli olması lazım. Çünkü belirli bir bütçe gerekiyor. Yani bunlar böyle bir insanın asgari ücretle çalışarak yapabileceği şeyler değil. Bu anlamda devletin de biraz destek vermesi gerekiyor. Onun yanında altyapının tamamlanması gerekiyor. Onun yanında da bu değerlere biraz daha sahip çıkmak gerekiyor ve tanıtımının yapılması gerekiyor. Bu şekilde yani ilerleyebiliriz bu durumda.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Soru 6: *Gelecek 20 yılda, Şalpazarı ilçesi hangi özel ilgi turizm türleri ile ön plana çıkabilir?*

Gelecek 20 yıl içinde ilk başta şu olacak zaten. Ve bu giderek artan bir değer zaten. Doğa turizmi. Hiçbir şey yapılmasına gerek yok sadece insanlar o doğada o yeşilliğin içinde o sessizliğin içinde dinlenmek isteyecekler sadece.

Bir nevi ekoturizm, kırsal turizm gibi diyorsunuz.

Evet. Kesinlikle. Bu önemli bir yer alacak. Çünkü böyle bir doğa bulunamıyor artık ülkemizde. Ondan sonra folklorü. Bizim ilçemizin hayat ve yaşam tarzı, giyimi-kuşamı, yaşantısı çok ilgi görecek. Kültür turizmi olarak. Kış turizminin artacağını düşünüyorum. Çünkü bizde kışın kar oluyor. Ama yumuşak bir iklimde yağıyor. Yani arazisinde biraz engebeli olmasından dolayı. Sürüş, araba turizmi için yerler, kayak merkezleri yapılabilir. Bunların yaygınlaşacağını düşünüyorum.

Yeme-içmede ön plana çıkacak mı sizce?

Yeme-içmede ön plana çıkacak. Bizim bitki çeşitliliğimizin içinde bitkisel yemekler çok fazla mevcut. Bu yemekler sağlık açısından çok faydalı. İnsanlar artık özellikle pandemiden sonra yeşil yemenin önemini kavradıkları için annelerimizin ve anneannelerimizin yaptıkları yemeklerin önemi artacak. Dolayısıyla sağlık turizmi ön plana çıkacaktır.

Soru 7: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine sağlayacağı katkılar nelerdir?*

İlçeye sağlayacağı katkı en başta ekonomik anlamda olur. Ekonomik anlamda göçü durduracaktır. Geriye dönüşün başlanacağını düşünüyorum ben. Yani yapılan göçlerin geriye döneceğini düşünüyorum. Bir de ilçemizin Türkiye ve dünya genelinde tanınacağını düşünüyorum. Ve bu konuda ilgi çok rahat bir şekilde artacaktır. İstihdam sağlayacaktır. Üretim ve hayvancılık artacaktır. Arıcılık bizde çok yapılır. Başka yerlerle kıyaslanamaz yani Ağasar balı. Son zamanlarda bu arıcılık çok yaygınlaşmaya başladı. Bitki örtüsündeki çeşitlilikten dolayı çıktı ve sağlık alanında kullanılıyor. Bunun yanında eskiden arının sadece bal olarak üretimi yapılıyordu. Şu anda insanlar propolis ve arı sütü yapmaya başladılar ki bunlar pahalı ve zor üretilen ürünler.

Soru 8: *Özel ilgi turizm türlerinin bölgede olması halinde Şalpazarı ilçesine vereceği zararlar nelerdir?*

Eğer yapılan her şey doğaya uygun yapılırsa ilçemize herhangi bir zararın olacağını kesinlikle düşünmüyorum. Hatta çok daha iyi olacağını düşünüyorum. Yalnız şundan şüphe duyuyorum ki. Her yerin betonlaşması, buradaki yerel halkına zamanla bu konularda kendisini dışarı atması. Şöyle yani bu doğayı yerel halk kullanıyor.

EK- 2. Katılımcılara Ait Örnek Deşifre Metinler Devamı

K11 – Kodlu Katılımcı – Devamı

Yarın bir gün büyük şirketlerin gelmesi şurayı sit alanı yaptım, burayı kiraladım, şurayı parselledim girmeyeceksiniz, burası bize ait, burası özel mülk denmesi tehlike yaratabilir. Doğal ortam kirletilirse, harabe edilirse, azaltılırsa özellikle bu sefer doğal ortamda bulunan hayvanlara oldukça zararda söz konusu olacaktır. Yerel halkın turizmin dışında kalması da sorun yaratabilir. Herhangi bir şey yapılırken dışardan gelip birilerinin yapması doğru olmaz. Yaşantının değişmesi, yozlaşma olabilir belki. Bunları da düşünmek lazım.

Soru 9: *Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmi bünyesinde sunulan hizmetler ne derecededir? (Ulaşım, konaklama, lokanta, tanıtım vb.)*

Şalpazarı bu konulara yeni başlamış bir durumda. Yani özellikle konaklamaya çok yeni yeni başladı. Bunun örnekleri olarak Şalpazarı Sis Dağı alanında yapılan bir otel var. Zirve otel adı. Onun yanında Kadirga yaylasında yine tam anlamıyla turizme hitap etmiyor ama gidip kalınabilir otel olarak. Yine Alaca yaylasında ufak çaplı bir yer var. Otel olarak değil de oda-pansiyon olarak verilebiliyor. Bu konuda biraz eksik. Ama yeme-içme konusunda çok da problem yok. İyi ölçüde diyebiliriz. Ulaşım konusunda kötü. Aracı olmayan insanlar için zorlayıcı.

ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı : Gülnur BAYRAKTAR

Yabancı Dil : İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı :

E-Posta :

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2018- Devam ediyor, Anadolu Üniversitesi / Turizm İşletmeciliği Bölümü / Yüksek Lisans
- 2017, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Gastronomi Bölümü
- 2013, Gaziemir IMKB Kız Teknik ve Meslek Lisesi / Yiyecek- İçecek Hizmetleri Bölümü
- 2017, Hayal Kahvesi / Aşçı Yardımcısı
- 2016, Gökçeada Sörf Eğitim Merkezi Okulu / Mutfak Stajyeri
- 2012, Gümüş Balık Restoran / Mutfak Stajyeri

Yayınları

- Bayraktar, G. ve Zencir, E. (2019). Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1367-1382.
- Hoş, K., Bayraktar G. ve Özel Ç. H. (2019). Yiyecek-içecek fotoğraflarının Y kuşağı üzerindeki etkisi ve yiyecek-içecek fotoğrafı paylaşımı: Instagram örneği. *20. Ulusal Turizm Kongresi* (16 -19 Ekim 2019), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, ss. 1151-1156.
- Çay, G., Aksöz, E. O. ve Bayraktar, G. (2019). Hüzün turizmi konusunda yayınlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. Dr. Öğretim Üyesi Melik Kamışlı (Ed.), *İşletme ve Finans Yazıları- III.* içinde (ss. 401-418). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.