



**TARİHİ TİCARET ROTALARININ
ALTERNATİF TURİZM FAALİYETLERİ
KAPSAMINDA TURİSTİK DEĞERLERE
DÖNÜŞTÜRÜLMESİ: KRAL YOLU-FRİG
VADİSİNE YÖNELİK BİR ÖNERİ**

Alp YURDAKUL

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TÖRE BAŞAT

Haziran, 2019

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TARİHİ TİCARET ROTALARININ ALTERNATİF
TURİZM FAALİYETLERİ KAPSAMINDA TURİSTİK
DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ: KRAL YOLU-FRİG
VADİSİNE YÖNELİK BİR ÖNERİ**

Hazırlayan
Alp YURDAKUL

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TÖRE BAŞAT

AFYONKARAHİSAR 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “*Tarihi Ticaret Rotalarının Alternatif Turizm Faaliyetleri Kapsamında Turistik Değerlere Dönüştürülmesi: Kral Yolu ve Frig Vadisine Yönelik Bir Öneri*” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

30/05/2019

Alp YURDAKUL

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ ÜYELERİ

İmza

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TÖRE BAŞAT

Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Özcan ZORLU

: Dr. Öğr. Üyesi Göksel Kemal GİRGİN





Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Alp YURDAKUL'un "Tarihi Ticaret Rotalarının Alternatif Turizm Faaliyetleri Kapsamında Turistik Değere Dönüştürülmesi: Kral Yolu-Frig Vadisi'ne Yönelik Bir Araştırma" başlıklı tezi, 30.05.2019 günü saat 13.00'da Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Doç.Dr.Elbeyi PELİT
MÜDÜR

ÖZET

TARİHİ TİCARET ROTALARININ ALTERNATİF TURİZM FAALİYETLERİ KAPSAMINDA TURİSTİK DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ: KRAL YOLU-FRİG VADİSİNE YÖNELİK BİR ÖNERİ

Alp YURDAKUL

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

Mayıs 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TÖRE BAŞAT

Dünyada meydana gelen sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmeler turizmin ve turist taleplerinin değişmesine neden olmuştur. Zaman içerisinde kitle turizminin geleneksel öğelerinin turistlerin beklenti ve beğenilerini karşılamaması ve taleplerine uygun seçenek sunamaması; turistlerikendi hobi ve beklentilerine uygun alternatif turizm türlerine yöneltmektedir. Ankara, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya illeriarasında bulunan Dağlık Frigya Bölgesinin ve bölgeden geçen önemli tarihi ticaret rotalarından biri olan Kral Yolunun, alternatif turizm türlerinin gerçekleştirilebilmesi için potansiyeli olan bir alan olduğu düşünülmektedir. Çalışmada alternatif turizm ve türleriincelendikten sonra antik ticaret rotalarının kapsamı, özellikleri ve durumlarıaraştırılmıştır. Ardından Dağlık Frigya Bölgesinin fiziki, coğrafi, kültürel ve turistik yönleri ele alınmıştır. Çalışmada, Dağlık Frigya Bölgesi ve Kral Yolu'nun potansiyel çekicilik unsurlarının turistik değerlere dönüştürülmesine yönelik öneriler geliştirilmesi amaçlanmıştır. Yöntem ve bulgular kısmında Dağlık Frigya Bölgesi ve Kral Yolu hakkında nitel araştırma yöntemi türlerinden gözlem ve mülakat teknikleriyle veriler toplanmıştır. Veriler toplanırken paydaş teorisine göre bölgenin ilgili paydaşları belirlenmiş ve elde edilen veriler stratejik planlama dikkate alınarak analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak stratejik planlama sürecine göre durum analizi ve S.W.O.T. analizi kullanılmıştır.Değerlendirmeler sonucunda bölgenin altyapı, üstyapı ve envanter çalışmalarında eksiklikler olduğu ve bu eksikliklerin bölgenin turistik destinasyon olmasını engellediği ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonucunda Dağlık Frigya Bölgesi'nin turistik değere dönüştürülmesine yönelik model önerisi geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif turizm, antik ticaret rotaları, kral yolu, dağlık frigya bölgesi

ABSTRACT

CONVERTING ANCIENT TRADE ROUTES IN SCOPE OF THE ALTERNATIVE TOURISM ACTIVITIES TO THE TOURISTIC VALUES: A SUGGESTION INTENDING TO THE ROYAL ROAD AND THE HIGHLAND PHYRIGIA REGION

Alp YURDAKUL

AFYON KOCATEPE UNIVERSITY

THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

DEPARTMENT of TOURISM MANAGEMENT

MAY 2019

ADVISOR: Asst. Prof. Hümeýra TÖRE BAŞAT

Social, cultural and technological developments in the world have changed tourism and tourist demands for last decades. Since traditional features of mass tourism could not fulfill tourist expectations and demands, tourists have turned to alternative tourism and its types. The Highland Phrygia Region, surrounded by Ankara, Eskişehir, Afyonkarahisar and Kütahya, contains one of the most important ancient trade routes, The Royal Road, which is thought to be a potential area to be managed with alternative tourism types. On this paper first, alternative tourism and its types have been viewed, then scope, features and situation of ancient trade routes are researched. In addition, physical, geological, geographical, cultural and touristic characteristics of The Highland Phrygia Region have been examined. In this study, creating some suggestions are aimed that potential charming factors of Highland Phrygia Region and The Royal Road are converted to touristic value. In the method and findings chapters, data about The Highland Phrygia Region and The Royal Road are collected with observation and interview techniques of the qualitative research method in the method and findings chapters. During data collecting, stakeholders were determined with The Stakeholders Theory and collected data were analyzed with The Strategic Planning Theory. Analysis was regulated with The S.W.O.T. Analysis and The Situation Analysis. According to the result of assessment, The Highland Phrygian Region and The Royal Road lacks infrastructure, facility and inventory. Thus, regions have not been converted to tourism destinations. In conclusion chapter, model suggestion has been offered so that The Highland Phrygia Region and The Royal Road can be turned to the touristic value.

Key Words: Alternative tourism, ancient trade routes, the royal road, the highland phrygia region

ÖNSÖZ

Çalışma konumun fikir aşamasında, değerlendirilmesinde ve yürütülmesinde benden hiçbir desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TÖREBAŞAT'a, çalışmamın şekillenmesinde fikirleriyle bana yardım ve desteklerini sunan değerli hocamlarım Doç. Dr. Özcan ZORLU, Doç. Dr. Elbeyi PELİT, Dr. Öğr. Üyesi Sabri ÇELİK, Doç. Dr. Gürel ÇETİN, Prof. Dr. Hakan YİĞİTBAŞIOĞLU ve Doç. Dr. Hülya BOYANA'ya, her durumda benden maddi ve manevi desteğini esirgemeyen annem Yücel YURDAKUL ve kardeşim Işıl YURDAKUL'a ve her zorlukta bana destek veren başta Yağmur Raziye KOÇAK, Yiğit Berk ŞENAL ve Erkan GEÇKALDI olmak üzere tüm arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmamın oluşumunda fikirlerimin gelişiminde bana yardımcı olan Prof. Dr. Hüseyin SARI ve değerli büyüğüm Kenan Halis KIZILDAĞ'a, çalışmamın gelişim sürecinde kaynaklarını benden esirgemeyen değerli bilim insanı Amelia DOWLER ve Jeff FUCHS'asansız şükranlarımı ve minnetimi sunmaktan kıvanç duyarım.

ALP YURDAKUL

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
RESİMLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ALTERNATİF TURİZM

1. ALTERNATİF TURİZM	4
1.1. KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ.....	6
1.2. KÜLTÜR TURİZMİ.....	7
1.3. EKO-TURİZM.....	7
1.4. ETKİNLİK TURİZMİ	8
1.5. KONGRE TURİZMİ	8
1.6. REKREASYONEL TURİZM	8
1.7. GASTRONOMİ TURİZMİ	9
1.8. DARK TURİZM.....	10
1.9. ETNİK (DİASPORA) TURİZM	10
1.10. SAĞLIK TURİZMİ	11
1.11. BOTANİK TURİZMİ.....	11
1.12. KAMP-KARAVAN TURİZMİ.....	11
1.13. KUŞ GÖZLEMCİLİĞİ TURİZMİ	12
1.14. MAĞARA TURİZMİ.....	12
1.15. HAVA SPORLARI TURİZMİ.....	12

1.16. KIŞ TURİZMİ VE DAĞCILIK.....	13
1.17. AKARSU TURİZMİ	14
1.18. YAT TURİZMİ.....	14
1.19. YAYLA TURİZMİ.....	14
1.20. KURVAZİYER TURİZMİ.....	15
1.21. SUALTI TURİZMİ.....	15
1.22. GOLF TURİZMİ	16
1.23. AV TURİZMİ	16
1.24. FUTBOL TURİZMİ	17
1.25. EĞİTİM TURİZMİ.....	17
1.26. ALIŞVERİŞ TURİZMİ	18
1.27. GENÇLİK TURİZMİ	18
1.28. ÇİFTLİK TURİZMİ	19
1.29. İNANÇ TURİZMİ	19
1.30. ŞARAP TURİZMİ.....	20
1.31. ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİ.....	20
1.32. ATLI DOĞA YÜRÜYÜŞÜ (HORSE TREKKING)	21
1.33. İPEKYOLU TURİZMİ.....	22

İKİNCİ BÖLÜM

ANTİK TİCARET ROTALARI

1. ANTİK TİCARET ROTALARI.....	23
1.1. İPEK YOLU	24
1.2. BAHARAT YOLU	25
1.3. KEHRİBAR YOLU	26
1.4. TÜTSÜ YOLU	29
1.5. TRANS-SAHRA TİCARET YOLU	34
1.6. TUZ YOLU.....	35
1.7. KALAY YOLU	39
1.8. ÇAY VE AT YOLU	40
1.9. KRAL YOLU	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİ

1. FRİG VADİLERİ.....	48
1.1. JEOLJİSİ.....	51
1.2. COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ.....	54
1.3. TARİHİ ÖZELLİKLERİ	57
1.4. DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİNİN 2023 TURİZM STRATEJİLERİNDEKİ YERİ.....	61
1.5. DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU	62
1.6. FRİG VADİLERİ VE KRAL YOLU İLE İLGİLİ YAPILMIŞ BİLİMSEL ÇALIŞMALAR	65
1.7. TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERİN DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİNDE STRATEJİK PLANLAMA VE AVANTAJLARI	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TARİHİ TİCARET ROTALARININ ALTERNATİF TURİZM FAALİYETLERİ KAPSAMINDA TURİSTİK DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ KAPSAMINDA BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI	71
2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	71
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	72
4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI	72
5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ.....	73
6. ARAŞTIRMANIN YAKLAŞIMI VE PAYDAŞ TEORİSİ	73
7. GÖRÜŞME SORULARININ HAZIRLANMASI VE GÖRÜŞME SÜRECİ	75
8. BULGULAR	76
8.1. AFYONKARAHİSAR İLİ FRİG VADİLERİ VE KRAL YOLU S.W.O.T ANALİZİ VE SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	79
8.2. TARİHİ TİCARET ROTALARININ TURİSTİK DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİNE YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ (FAALİYET PLANLAMASI MODELİ).....	88
8.3. KRAL YOLU'NA YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ (ETKİNLİK MODELİ)	91

8.4. PAZARLAMA FAALİYETLERİ	93
8.5. ROTA ÜZERİNDEKİ TURİSTİK DEĞERLER	100
8.6. ROTA ÜZERİNDEKİ ÜSTYAPI OLANAKLARI	105
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	110
KAYNAKÇA	114
EKLER.....	128



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Alternatif Turizm Türleri	6
Tablo 2. Atlı Doğa Yürüyüşü Parkuruna Ait Olması Gereken Özellikler	21
Tablo 3. Frig Vadilerinde Bulunan İhsaniye Bölgesinin Yıllık Sıcaklık Haritası.....	57
Tablo 4. Frig Vadileri’ne Ait S.W.O.T. Analizi.....	63
Tablo 5. Stratejik Planlama Süreci	67
Tablo 6. Paydaş Grupları ve Paydaşlara Ait Bilgiler	74



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. İpek Yolu Rotası.....	25
Şekil 2. Baharat Yolu Rotası.....	26
Şekil 3. Kehribar Yolu Rotası.....	28
Şekil 4. Tütsü Yolu	31
Şekil 5. Tütsü Yolu Rotası.....	32
Şekil 6. Trans-Sahra Ticaret Yolu	35
Şekil 7. Eski Tuz Yolu Rotası.....	37
Şekil 8. Tuz Yolu	38
Şekil 9. Kalay Yolu Rotası	39
Şekil 10. At ve Çay Yolu	40
Şekil 11. Kral Yolu	41
Şekil 12. Lidyalılar	43
Şekil 13. Frigler	45
Şekil 14. Pers İmparatorluğu.....	47
Şekil 15. Dağlık Frigya Bölgesi Haritası	51
Şekil 16. Peribacalarının Oluşum Süreci	56
Şekil 17. Paydaş Grupları	73

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. İğnimbrit İsimli Volkanik Kayaçtan Oluşan Peribacaları	54
Resim 2. Tanrıça Bavurdu'nun Simasının İşlendiği Bavurdu Testisi	58
Resim 3. Antilop Başlı Emzikli Testi	59
Resim 4. Frig Döneminde Yapılmış Kaya Anıtı	60
Resim 5. Ana Tanrıça Kibele	128
Resim 6. Aslankaya Açık hava Anıtı.....	128
Resim 7. Frig Dönemine Ait Aslan Kabartmaları	129
Resim 8. Tümülüs	129
Resim 9. Frig Döneminde Yapılan Büyük Kapıkaya Açık hava Tapınağı.....	130
Resim 10. Frig Döneminde Yapılan Maltaş Kaya Mezarları	130
Resim 11. Fibula Adı Verilen Çengelli İğne	131
Resim 12. Roma Döneminde Yapılmış Ana Tanrıça Kibele Heykeli	131
Resim 13. Roma Döneminde Kullanılan Leontos Kefal (Bayramalılar) Kalesi	132
Resim 14. Bizans Dönemine Ait Ayazini Bölgesindeki Oyma Kilise.....	132
Resim 15. Bizans Döneminde Yapılmış Kırkinler Manastırı	133
Resim 16. Kırkinler Manastırının İçi	133
Resim 17. Geç Roma-Erken Bizans Döneminde Yapılan Ağınönü İni Mezar Odaları	134
Resim 18. Ağınönü İni İçerisindeki Mezar Odaları.....	134
Resim 19. Bizans Döneminde Yapılan ve Yerleşim Yeri Olarak Kullanılan Ornaş Kayalıkları.....	135
Resim 20. Ornaş Kayalıklarının İçi	135
Resim 21. Bizans Döneminde Yapılan Alanören Mezar Odaları.....	136
Resim 22. Geç Roma-Erken Bizans Döneminde Yapılan Selimiye Mezar Odaları	136
Resim 23. Selimiye Mezar Odalarının İçi	137
Resim 24. Bizans Döneminde Yapılan Şapelin İçi.....	137
Resim 25. Döğer Kervansarayı.....	138

KISALTMALAR

ERASMUS	:	Üniversite Öğrencilerinin Hareketliliği İçin Avrupa Bölgesi Eylem Hareketi
ERASMUS-MUNDUS	:	Avrupa Bölgesi İş Birliği Ve Hareketlilik Programı
FARABİ	:	Yükseköğretim Kurumları Arası Öğrenci Ve Öğretim Üyesi Değişimi Programı
FRİGKÜM	:	Frigya Kültürel Mirasını Koruma Ve Kalkınma Birliği
IUOTO	:	Uluslararası Seyahat Örgütleri Birliği
UNESCO	:	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim Ve Kültür Örgütü
UNWTO	:	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

GİRİŞ

II. Dünya Savaşı'ndan sonra küreselleşmenin etkisiyle, dünyada her alanda olduğu gibi turizmde de yenilenme ve gelişme süreci başlamıştır. Bu süreç içerisinde teknolojik gelişmelerin artması, boş zaman kavramının ortaya çıkması, bireylerin gelir düzeylerinde artış yaşanması, hem bölgeler hem de ülkeler arası seyahat özgürlüklerinin genişletilmesi, ulaşım imkanları, altyapıların güçlendirilmesi ve iletişim ağının genişlemesi turizmin gelişimini hızlandırmıştır ve kitle turizmini ortaya çıkartmıştır. Ancak, uzun bir dönem popüler turizm anlayışı olan kitle turizminin çevresel, ekolojik, sosyal ve kültürel olumsuzlukları arttırması, turist profillerinin ve beklentilerinin değişmesi yeni taleplerin oluşmasına neden olmuştur. Bu duruma yol açan en önemli etmenlerin başında kişilerin kendi başlarına ya da kendileriyle aynı beğenilere sahip insanlarla birarada turistik faaliyetlere katılma düşüncesi yer almaktadır. Her ne kadar kitle turizminin geleneksel unsurları turistlerin taleplerini yerine getirmek için çaba göstereceği zaman içerisinde bu turizm şekli kendisini beklentileri karşılayacak kadar yenileyememiştir. Bu durum beraberinde yeni turizm destinasyonlarını, farklı ve kişiye özgü turistik ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Turizmde sürdürülebilirlik kavramının önem kazanmasıyla birlikte tercih edilen turizm türleri olarak her geçen gün talep açısından gelişmektedir. Bu durum beraberinde yeni turizm alanları ve turistik ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Destinasyonlar, kendilerine özgü tarihi, doğal ya da kültürel özellikleri birer turistik ürüne dönüştürerek, değişen turist taleplerini karşılama eğilimi içerisine girmişlerdir. Bu süre içerisinde turistlerin bireyselleşme isteğinin artması, boş zaman kavramının ihtiyaç haline gelmesi, teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması ve doğa ile daha fazla içiçe olma isteği beraberinde alternatif turizmin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ayrıca, kitle turizminin bulunduğu çevreye zarar vermesi, büyükşehirlerin ve kıyı şeridi dışındaki bölgelerin turizmden daha fazla pay alma istekleri, çevre bilincinin artması, yerel yönetimlerin turizmi desteklemesi ve girişimcilerin turizme olan olumlu bakış açısı alternatif faaliyetlerinin ortaya çıkmasını desteklemiştir.

Alternatif turizmin ortaya çıkması hem turizm destinasyonlarının belirli bölgelerde sınırlandırılmasını engellemiş hem de kitle turizminin destinasyon içerisinde yarattığı turizm gelirlerinin, yatırımlarının ve hizmetlerinin sadece kıyı şerisinde kalmasını en aza indirmiştir. Ayrıca alternatif turizm, turistik destinasyonlara yakın bölgelerdeki altyapı ve üstyapı imkanlarının gelişimini hızlandırırken, destinasyon içinde yaşayan yerel halkın sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özelliklerinin güçlenmesini de desteklemektedir. Alternatif turizm yaygınlaşmadan önce turizm faaliyetinin az olduğu illerde, alternatif turizm ile birlikte turizm faaliyetleri ve turizm gelirleri artarken bölgeler, altyapı-üstyapı destekleriyle önemli turizm destinasyonları haline gelmişlerdir.

Afyonkarahisar ilinde alternatif turizm türlerinin yaygınlaşmasıyla bölgesel gelişmişlik ve turizm gelirlerinde artış gibi pozitif etkilerin olduğunu söylemek mümkündür. İlin büyükşehirlerle kavşak noktada bulunması ve bölgeye ait sucuk, kaymak ve lokum gibi yöresel gıdaların tanıtımıyla başlayan turizm hareketleri termal turizm, spa ve wellness gibi alternatif turizm türleriyle desteklenmiştir. Günümüzde dünyanın en önemli termal turizm merkezlerinden biri haline gelen Afyonkarahisar ili, geliştirdiği yöntemlerle diğer termal turizm destinasyonlarına da örnek olmuştur. Ayrıca, termal turizmin ilde yoğunlaşması altyapı ve üstyapı imkanlarının artmasına ve bölge halkının turizmden gelir elde etmesini de sağlamıştır.

Termal turizmin odak turizm noktası olmasına rağmen, zaman içerisinde pek çok alternatif turizm türü ilde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Afyonkarahisar ili içerisinde bulunan pek çok cami, medrese, türbe ve Konya'dan sonra Mevleviliğin en önemli merkezlerinden biri olan Mevlevihane, ilde inanç turizminin gelişiminde önemli rol oynamıştır. Ayrıca, Kurtuluş Savaşı'nda ve Cumhuriyet'in kazanılmasında Afyonkarahisar ilinin oynadığı rol savaş alanları turizmini, Frig Vadileri ve sahip olduğu doğal güzellikler eko-turizmi, bir çok yöresel lezzete sahip olması gastronomi turizmini, ilde geleneksel olarak düzenlenen önemli festival ve kutlamalar etkinlik turizmini desteklemektedir.

Afyonkarahisar, Ankara, Eskişehir ve Kütahya illeri arasında yer alan Dağlık Frigya Bölgesi ise potansiyel turizm destinasyonlarından biridir. Bölge içinde bulunan peribacaları, ormanlar, göller, yürüyüş rotaları, anıtlar, mabetler, antik Kral Yolu ve Frigya, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu dönemlerinden kalma tarihi pek çok eser bölgenin turizm potansiyelini oluşturmaktadır.

Geniş bir alana sahip olan Dağlık Frigya Bölgesi, pek çok alternatif turizm türünün aktif bir şekilde yürütülebilme potansiyeline sahip olmasına rağmen henüz aktif bir turizm destinasyonuna dönüştürülebilme potansiyeline sahip olmamıştır. Her ne kadar Dağlık Frigya Bölgesi Cumhurbaşkanlığı 100 Günlük Eylem Planı kapsamına alınmış olsa da alan içerisinde define avcılarının tarihi eser niteliğindeki pek çok taşınmaza zarar vermesi ve bölge içi denetimlerin yetersiz olması Dağlık Frigya Bölgesi'nin turizm geleceğini tehlikeye atmaktadır.

Bu olumsuzluklardan etkilenebilecek bir diğer alan da Kral Yolu'dur. Kral Yolu, Pers İmparatorluğu'ndaki Susa şehriden Manisa'daki Sard şehrine kadar uzanan antik bir ticaret yoludur. Yaklaşık 3000-3500 yıllık bir tarihe sahip olan Kral Yolu'nun izleri pek çok yerde ortadan kaybolmuş olsa da Dağlık Frigya Bölgesi'nde hala görülmektedir. Dünya'da sayıları çok az olan antik ticaret rotalarının bir kısmı turistik ürüne dönüştürülerek koruma altına alınmıştır.

Bu çalışma Dağlık Frigya Bölgesi ve Kral Yolu üzerinde çeşitli Alternatif Turizm türleri kullanılarak bir model önerisi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle alternatif turizm türleri ele alınmış ardından Kral Yolu ve dünyada kullanılmış diğer antik ticaret rotalarına yönelik araştırmalar yapılmıştır. Ardından Dağlık Frigya Bölgesi'nin tüm özellikleri tek tek incelenerek araştırma ve yöntem kısımları oluşturulmuştur. Bulgular kısmında bölge için hem genel hem de spesifik olmak üzere birbiriyle bağlantılı iki farklı proje önerisi sunulmuştur. Genel olan, bölge içerisinde yürütülmesi uygun turistik faaliyetlerin bölge içerisinde uygun alanlar belirlenerek ve birbiriyle entegre olabilecek altyapıları oluşturulan modeldir. Spesifik olan ise, Yazılıkaya ve İhsaniye arasında Kral Yolu üzerinde oluşturulan rotada gezilerin, sanatsal ve sportif etkinliklerin olduğu modeldir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM

1. ALTERNATİF TURİZM

Alternatif turizm, deniz-kum-güneş temelinde yapılan ve dünyada gelenekselleşmiş kitle turizminin ortaya çıkarttığı kötü etkileri azaltmak amacıyla popüler turistik ürünlerden başka ürünleri talep eden tüketicilerin taleplerini karşılamak için sunulan turizm türlerinin ana başlığıdır (Kozak-Akoğlu ve Bahçe, 2009: 95).

Alternatif turizmin temelleri ilk olarak 1987’de düzenlenen Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun, Çevre ve Gelişim konulu Ortak Geleceğimiz başlıklı raporunda (Brundtland Raporu) atılmıştır. Bu rapor, ekonomik olarak büyüme sağlanırken çevresel koruma kavramlarının hayata geçirilmesini sağlamak amacıyla yapılmıştır. Turizm boyutunda ise bu kavramlar Sürdürülebilir Turizm ya da Turizmde Sürdürülebilirlik olarak belirtilmiştir (Sezgin ve Karaman, 2008: 430).

Alternatif turizmin ortaya çıkmasını sağlayan bir başka neden ise rekabettir. Geçen 30-35 yıllık süre zarfında en popüler turizm türlerinin başında gelen kıyı turizmi (Deniz-Kum-Güneş) yalnızca sahil kesimlerinde yapılmasından, iç bölgelerde bulunan kişi ve kurumların bu türden fayda elde edememelerinden, kıyı turizminin sunduğu turistik ürünlerin benzerlik göstermesinden ve tüketicilerin farklı ilgi alanlarına yönelik ihtiyaç boşluğundan dolayı alternatif turizm ortaya çıkmıştır (Albayrak, 2013: 31-32).

Alternatif turizmin amacı, pasif bir şekilde tüketicileri eğlendirip dinlendiren bir tatil anlayışından ziyade aktif bir şekilde tüketicileri eğlendirip dinlendirirken onlara kendilerini geliştirme imkanı sunmak, tüm bunları yaparken yerel halkın

ekonomik ve yerel değerlerinin manevi çıkarlarını korumak ve sürdürülebilir bir şekilde devamlılığını sağlamaktır (Küçükaslan, 2007: 89-90).

Diğer turizm türleriyle kıyaslandığında alternatif turizm daha küçük ölçeklidir (Baytok, Pelit ve Soybalı, 2017: 6). Bunun sebebi, alternatif turizmin kitle turizminden farklı olarak az sayıda tüketiciyle yapılması ve turizm destinasyonuna zarar vermekten kaçınma isteğidir (Cohen, 1987: 13). Bir diğer sebebi ise, katılımcıların popüler turizm türlerinden sıkılıp alternatif türlere yönelme isteği ve çevreye duyarlı olma istekleridir (Molz, 2013: 211).

Alternatif turizmin sürdürülebilirlik kavramını içermesinden dolayı doğal, tarihi ve kültürel kaynakları koruması bir başka özelliğidir (Wearing ve Neil, 2009: 5). Alternatif turizmin çevreci turist yaratma ilkesinden, kaynakları koruma felsefesinden ve sürdürülebilirlik anlayışının asgari zarar azami saygı içermesinden dolayı çevreci bir unsur olmaktadır (King ve Stewart, 1996: 294). Ayrıca, alternatif turizmin katılımcıları eğitip bilinçlendirmesi ya da ekolojik denge konusunda bilinçli ve eğitilmiş tüketiciler yaratması da kaynakların korunmasını sağlamaktadır (Blamey, 2001: 9).

Alternatif turizm, katılımcılara kitle halinden ziyade küçük gruplar halinde ya da bireysel olarak rekreasyon imkanı sunmaktadır (Wearing ve Neil, 2009: 5). 1-10 kişilik gruplar arasında yapılması uygun olan alternatif turizmin küçük gruplar halinde yapılmasının sebebi ekolojik çevreye zarar vermektten kaçınma ve alternatif turizmin yapıldığı destinasyonun taşıma kapasitesinin aşılmaması gerektiğidir (William, Singh ve Schlüter, 2001: 212). Küçük grupların önceden öngörülebilir kapasiteleri ve çevreyi kirletme alanları ölçülebilir olduğundan alternatif turizmin muhtemel zararların önlenmesi kitle turizmine göre daha rahat alabilir (Swarbrooke, 1999: 6-7).

Yapılan araştırmalara göre, alternatif turizmin yaklaşık 33 farklı türünün olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, bu türler kültüre dayalı, doğaya dayalı, eğitime dayalı ve hobiyeye dayalı olarak kategorize edilmesine rağmen bir arada değerlendirilmesi daha uygun görülmüştür. 33 farklı Alternatif Turizm türleri şunlardır:

Tablo 1. Alternatif Turizm Türleri

Kültürel Miras Turizmi	Kültür Turizmi
Eko-Turizm	Etkinlik Turizmi
Rekreasyonel Turizm	Gastronomi Turizmi
Atlı Doğa Yürüyüşü	İpek Yolu Turizmi
Dark Turizm	Etnik Turizm
Kurvaziyer Turizmi	Kongre Turizmi
Su Altı Turizmi	Sağlık Turizmi
Golf Turizmi	Botanik Turizmi
Av Turizmi	Yayla Turizmi
Futbol Turizmi	Kamp-Karavan Turizmi
İnanç Turizmi	Kuş Gözlemciliği Turizmi
Şarap Turizmi	Mağara Turizmi
Gençlik Turizmi	Hava Sporları Turizmi
Üçüncü Yaş Turizmi	Kış Turizmi ve Dağcılık
Çiftlik Turizmi	Akarsu Turizmi
Eğitim Turizmi	Yat Turizmi
Alışveriş Turizmi	

Kaynaklar: Akoğlu-Kozak ve Bahçe, 2009: 142-258; Albayrak, 2013: 49-271; Matsuura vd. 2010: 618

1.1. KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ

Kültürel miras, geçmiş dönemde yaşayan insanların oluşturdukları ve yapıldığı dönemden günümüze kadar getirdikleri maddi ve manevi kültürel ürünlerdir (Çetin, 2010: 183). Kültürel miras turizmi ise, geçmiş dönemde yaşayan insanlar tarafından meydana getirilen sözlü-yazılı gelenekler, geleneksel üretim şekilleri, gösteri sanatları, geçmiş dönemde yapılan sosyal yaşam uygulamaları, ritüeller, festivaller ve deneyimlerin turistik amaçlar doğrultusunda örgütlenmiş bir grup insana sunulması ve bunlarla ilgili çeşitli faaliyetler yapılması işlemidir (Lusetyowati, 2015: 402; Richards, 1996: 261).

1.2. KÜLTÜR TURİZMİ

Kültür turizmi, küçük etkinliklerle kültürel çatışmayı önleyen ve kültürel mirasa daha az zarar gelmesi için gayret gösteren turizm türüdür. Kültür turizminin amaçları var olan soyut ya da somut eserleri korumak, ortadan kaybolanları yeniden hayata kazandırmak, bölge insanının haklarını korumak ve onları turizm konusunda bilinçlendirmek ve gerekli yatırımları bölgesel konseptte göre düzenlemektir (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 146-149).

Kültür turizmi ilk olarak Roma döneminde yapılmaya başlanmıştır. Refah düzeyi yüksek insanların Roma İmparatorluğu topraklarında bulunan farklı kültürlerle yaptıkları ziyaretler, kültürlere ait ürünleri satın almaları kültür turizmini doğurmuştur. Ancak o dönemlerde yaşayan Romalılar, yaptıkları bu faaliyetleri turizm bilinci içerisinde gerçekleştirmemişlerdir (McKercher ve Du Cros, 2002: 1).

Modern anlamda ise, 18. ve 19. yüzyıllarda Fransa, İtalya, Almanya, İsviçre ve Hollanda'ya Thomas Cook tarafından düzenlenen Grand Tour'lardır (Smith ve Richards, 2013: 1-2). Kavram olarak kültür turizmi ilk olarak 1969 yılında Kanada'da bir kongrede kültürel motivasyonlarla seyahat etmek olarak tanımlanmıştır (Albayrak, 2013: 51).

1.3. EKO-TURİZM

Ekoloji, organizmaların ve onların çevresi arasındaki kısmi ya da bütünüyle ilişkilerin vurgulanmasıyla ortaya çıkan evdeki yaşam çalışmalarıdır (Odum, 1959: 4). Eko-turizm ise, yerel halkın karlı bir şekilde aktif sosyo-ekonomik kazanımları için temin edilen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve korumayı sağlayan doğadan zevk almak için ilişkili bir şekilde bozulmamış doğal alanlara yapılan ziyareti ve geziyi aydınlatan ve çevresel olarak sorumlu bir olay olarak nitelendirilmektedir (Beeton, 1998: 3).

20. yüzyılda Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Birliği (IUOTO) ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO) gibi örgütler ekolojik gezilerin getirebileceği çeşitli zararların farkına varmışlardır. Bu farkındalık

beraberinde IUOTO'nun üstlendiği çevresel turist yasasını getirmiştir. Bu yasa, dünyada hangi bölgelerin narin, hangi bölgelerin kırılğan ve hangi bölgelerde ekoturizmin yapılıp yapılamayacağını belirleyen bir yasa olmuştur. Bu yasa, 1972 yılında Stokholm'de Birleşmiş Milletlerin İnsan Çevresi Üzerine isimli konferansta paylaşılmıştır. Yasanın getirdiği Eko-Gelişim Stratejisi ekonomik gelişimlerle çevre korumasının beraber yürütüldüğü bir çalışma yapmıştır (Dowling, 2013: 16-17).

1.4. ETKİNLİK TURİZMİ

Etkinlik turizmi, kamu ya da özel kişiler tarafından yürütülen, önemli bir olayın ya da bir ritüelin tanıtımının mega, büyük ve yerel kapsamda yapıldığı, yılda birkaç kez yapılan etkinliklerin organize edildiği, katılımcılara hoşça vakit geçirme imkanı sunarak rekreasyon olanağı sağlayan, çevreye duyarlı bir şekilde yapılan sosyo-kültürel çalışmalar bütünüdür. Etkinlik turizminin amacı destinasyon için çekici imaj yaratmak, turizm sezonunu uzatmak, turist talebini genişletmek ve hem yerli hem de yabancı turistlerin dikkatini çekmektir (Damster, 2005: 4-5).

1.5. KONGRE TURİZMİ

Kongre turizmi, yıllık olarak hizmet işbirliği, gezi teşviki, iş etkinliği, kongre ve toplantı girişiminde bulunan milyonlarca delegeye servis ve tesis tedarikinin sunulduğu alternatif turizm türüdür. Kongre turizminin temelinde Etkinlik turizminin motivasyon nedenlerinden biri olan mesleki nedenler yatmaktadır. Kongre turizminin ilişkili olduğu mesleki nedenlerin alt kümeleri arasında toplantı ve buluşma, tüketici ve ticaret gösterileri, fuarlar ve pazarlar bulunmaktadır (Kozak, Akoğlan-Kozak ve Kozak, 2014: 17).

1.6. REKREASYONEL TURİZM

Rekreasyon, bireylerin rutin olarak yaptığı işlerden dolayı yıpranan ya da bozulan fiziksel ya da mental fonksiyonlarının tekrar sağlıklı hale gelebilmesi için boş zamanlarında yapılan aktivitelerden oluşan etkinliklerdir. Boş zaman, dışarıdan

gelen zorlamalara maruz kalınmaksızın bireysel olarak kontrol edilen, kişilerin kendi rızalarıyla tercih ettikleri ve belli başlı kurallara uyulmadan eğlendiren, keyif aldırıcı ve mutlu eden, genellikle ücret alınmayan, tatminkar tecrübelerin edinildiği, enerji ve güç harcanmasıyla canlanmak, yenilenmek; bu sayede fiziksel, zihinsel ve ruhsal olarak tekrardan sağlıklı hale gelebilmek için harcanan zaman aralığıdır. Boş zamanla ilgili yapılan araştırmalarda boş zaman tatmini, boş zamanda algılanan özgürlük ve yaşam tatmini olmak üzere üç kavram ortaya çıkmaktadır. Yaşam tatmini, bireylerin kendi hayatlarında edindiği memnuniyeti, boş zaman tatmini, kişilerin tercihleri sonucu elde ettiği memnuniyeti ve boş zamanda algılanan özgürlük, boş zamanda yapılan tercihlerden elde edilen memnuniyetin gözlemlenmesidir (Jensen ve Guthrie, 2006: 9).

Rekreasyonel turizm ise, bireylerin boş zamanlarında, monoton hayat tarzından uzaklaşmak için ikamet ettikleri yerden bir süreliğine ayrılıp planladıkları aktiviteleri yapma, rahat hareket etme ve yenilenme olanağı sağlayan, katılımcıların kendi öz rızalarına göre katıldıkları aktiviteler bütünüdür (Nagle, 1999: 4).

1.7. GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi, insan gıdasını, zevkini ve refahını ilgilendiren, içerisinde kimya, biyoloji, jeoloji, edebiyat, tarih, antropoloji, müzik, tarım, felsefe, psikoloji ve sosyoloji gibi bilim dallarını barındıran, gıda ürününün üretimini, hazırlanmasını, düzenlenmesini ve servisini içeren yemek sanatı ve bilim dalıdır. Gastronomi turizmi ise, özel bir yemek türünü, bir yemeğin üretilmesini görmek için gıda üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve özel alanlara yapılan ziyaretlerdir (Long, 2004: 20).

Bir bilim olarak gastronomi ise ilk olarak M.S. 4. yüzyılda, dönemin Yunan aristokratları tarafından düzenlenen ve Akdeniz çanağındaki yiyecek ve şarapların rehberliğini yapan “*Gastronomia*” kitabıyla başlamıştır. Bu çalışma ardından gelecek diğer bilimsel çalışmaların da öncüsü olmuştur. 9. Yüzyılın sonlarında Charles Monselet gastronomiyi, “*Bütün şartlar ve yaşlarda tadılabilen sanat olarak*

tanımlamıştır". 18. ve 19. yüzyılları arasında bilimsel çalışmalarda bulunan Fransız bilim adamı Jean Anthelme Brillat-Savarin, bahsi geçen dönemlerde yemek lezzetini fizik ve kimya gibi pozitif bilimlerle örtüşüren "*La Physiologie Dugout*" isimli eseri yaratmış ve eseri "*Tat Fizyolojisi*" olarak İngilizceye çevrilmiştir. Aynı dönemde Joseph Bercholux, "*Gastronomie ou L'Homme des champs a Table*" (Tarlardan Sofraya İnsan) isimli eserini yayınlamış, iki yıl sonra Croze Magnan "*Gastronomie a Paris*" (Gastronomi Paris'te) isimli eserini yayınlamıştır. 1893 yılında ise Ranhofer, içerisinde 3500'den fazla yemek tarifi olan bir kitap yayınlamıştır. Daha sonraki dönemde ise tarih bilimcileri klasik uygarlıkların mutfak kültürü ve kökenlerini araştıran pek çok bilimsel çalışmalarda bulunmuştur. Gastronomi, turizm, fen ve tarih gibi bilimsel konularla örtüştüğü ve bu konuları beslediği için bir bilim dalı olarak ele alınmaktadır (Wilkins ve Hills, 1994: 5).

1.8. DARK TURİZM

Dark turizm, ölüm, hastalık ve üzücü olayların yaşandığı bölgelerin turistik ürün talebinde bulunan kişiler tarafından kullanıldığı alternatif turizm türüdür. Dark turizm literatürde Askeri Alan Turizmi, Kara Nokta Turizmi ve Dehşet Turizmi olarak da geçmektedir. Dark turizmin temelinde geçmişte yaşanmış ölümlü, acı verici, dehşet uyandıran ve trajik olayların, cinayetlerin, toplu infazların, soykırımların, savaş alanlarının, mezarlıkların, türbelerin, kilise bahçelerinin ve kayda değer ölümlerin olduğu yerlerin ziyareti yatmaktadır. Ziyaret alanları katılımcılarda korku, ürkme, depresyon, empati, sempati ve öç alma hissi uyandıran yerlerdir (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 152).

1.9. ETNİK (DİASPORA) TURİZM

Etnik turizm, dünyanın herhangi bir bölgesindeki ortak günlük yaşam alışkanlıkları, kültürü, dili, tarihi ve dinini tanıtan değişik sosyo-kültürel insan topluluklarını tanımak için yapılan geziler sonucunda ortaya çıkan alternatif turizm türüdür. Etnik turizmin temelinde bölgede insanlar tarafından oluşturulmuş yapılar, kültürel unsurlar ve ürünlerin deneyimlenmesi yatmaktadır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 154).

1.10. SAĞLIK TURİZMİ

Sağlık turizmi, vücudun rahatsız bir bölgesini tedavi ya da sağlıklı bir vücudun fonksiyonlarını güçlendirmek ve korumak için belirli bir süre zarfı içerisinde ikamet ettikleri yerden doğal kaynaklara dayalı çeşitli sağlık merkezlerine gelen insanların tedavi, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon gereksinimlerinin karşılandığı alternatif turizm türüdür. Sağlık turizminin temelinde temiz hava alanları, şifalı su kaynakları, doğal kürler, yaşam tarzının önemi, kişisel sağlık farkındalığı ve çok daha iyi hayat kalitesi yatmaktadır (Didascalou, Lagos ve Nastos, 2009: 113).

1.11. BOTANİK TURİZMİ

Botanik turizmi, farklı türlerden olan bitkilerin bulunduğu tarih ve şehir temalı botanik bahçelerde çeşitli aktiviteler düzenlenmesiyle ortaya çıkan alternatif turizm türüdür. Botanik turizminin temelinde sergiler, bisiklet turları, konserler, festivaller, yürüyüşler, yoga ve spor aktiviteleri, şenlikler, bitki satışı ve bitki gözleme faaliyetleri bulunmaktadır. Botanik turizminin geçmişi Rönesans'a dayanmaktadır. Rönesans döneminde İtalya, Almanya, İngiltere ve Fransa botanik bahçeleri kurarak çeşitli araştırmalarda bulunmuşlardır. Günümüzdeki Botanik Turizmi ise, 20. Yüzyılın başlarında İngiltere ve Almanya'da başlamıştır. Bu dönemde İngiliz girişimciler Almanya'da Bundesgardenschaus isimli, yaklaşık altı ay süren ve çeşitli şehirlere turlar düzenleyen bir program düzenlemişlerdir (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 175).

1.12. KAMP-KARAVAN TURİZMİ

Kamp, doğada sportif ya da rekreasyon etkinliklerinde bulunmak isteyen insanların kısa süre için konaklama ve dinlenme amacıyla çadır, baraka, karavan gibi konaklama araçlarını kullandığı aktivitedir. Kamp-karavan turizminin gerçekleştirilmesi için kamp alanının karayolları üzerinde ya da yakınında bulunması, kent girişlerinde bulunması, civarında deniz, göl ve dağ gibi doğal güzelliklerin olması, kamp alanlarında kamp yapmak isteyen insanların kendi

imkanlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlenme ve spor yapma imkanlarını gerçekleştirebilme ve kamp alanlarında en az 30 kişiye yetecek karavan, çadır ve bungalov gibi konaklama imkanlarının bulunması gerekmektedir. Kamp-karavan turizmi, ortalama bir insandan fiziksel gücü düşük bireylerin, yaşlıların, engellilerin ve çocukların da katılımını sağlamaktadır (Albayrak, 2013: 156).

1.13. KUŞ GÖZLEMCİLİĞİ TURİZMİ

Kuş gözlemciliği turizmi, türleri merak edilen kuşların doğal ortamlarına gidilerek bireysel ya da bir grupla izleme, incelemeye dayanan alternatif turizm türüdür. Kuş gözlemciliği turizminin temelinde, kuşları sessiz ve hareketsiz bir şekilde çıplak gözle ya da dürbün ve kara teleskopuyla izlemek ya da kuş seslerini dinlemek yatmaktadır (UNEP, 2006: 14).

1.14. MAĞARA TURİZMİ

Mağara turizmi, girişleri dar olan boşluklarda çeşitli amaçlar için toplanmış bir grup insanla farklı rekreasyon faaliyetlerinin düzenlendiği alternatif turizm türüdür. Her mağara turistik amaca hizmet edememektedir. Turizme hizmet eden mağaralarda olması gereken özellikler şunlardır; İçerisinde korunması gereken canlı-cansız varlık bulunmaması gerekir, can güvenliği riski bulunmaması gerekir, civar bölgeleri olumsuz etkilememesi gerekmektedir, ilgi çekici özelliklerinin olması gerekir, insanların rahat edebileceği içyapısının olması gerekir, yerleşim yerine yakın olması gerekir, çevre düzenlenmesi için yeterli araziye sahip olması gerekmektedir. Mağara turizminin gerçekleştirilmesi için jeolog, jeomorfolog, inşaat mühendisi, işletmeci ve peyzaj mimarı tarafından mağara uygulama projesi hazırlanarak fizibilite çalışması yapılmış olması gerekmektedir (Kozak, Akoğlan-Kozak ve Kozak, 2014: 21).

1.15. HAVA SPORLARI TURİZMİ

Hava sporları turizmi, hava sporlarıyla ilgili yapılan spor faaliyetleri ve organizasyonlara katılmak ya da izlemek için yapılan seyahatlerden oluşan alternatif

turizm türüdür. Hava sporları turizminin temelinde, hava sporlarıyla ilgili gerekli malzeme, faaliyet esnasında hava değişimlerinden yararlanma, sert hava akımının olmaması ve yoğun dağlık alanlar yatmaktadır (Albayrak, 2013: 190; Diker, Çetinkaya ve Cinkara, 2016: 89).

Hava sporları turizminde kullanılan araçlar yamaç paraşütü, yelken kanat, sıcak hava balonu, mikrolayt, planör ve paraşüttür. Yamaç paraşütü, yüksek bir zeminden koşarak ya da vinç yardımıyla havalanan, paraşüte bağlı iplerle gidilecek rotanın belirlendiği ve inişlerde kullanan kişinin bacak kuvvetine dayanan hava aracıdır. Yelken kanat, yüksek bir zeminden koşarak, vinç ya da motorlu yelken kanat römorku yardımıyla havalanan, kullanan kişinin ağırlık verdiği yöne doğru rotasını belirleyen ve inişlerde kullanan kişinin bacak kuvvetine dayanan hava aracıdır. Sıcak hava balonu, ısıtılmış hava ya da helyum gazıyla yükselen, atmosferde uçuş yeteneği kazanan hava aracıdır. Mikrolayt, stabil durumda havadan ağır ancak hareket halinde aerodinamik özelliği sayesinde havada tutunabilen ve belirli bir limitte uçabilen hava aracıdır. Planör, stabil durumda havadan ağır ancak hareket halinde aerodinamik özelliği sayesinde havada kalabilen hava aracıdır. Paraşüt, katlanabilir bir malzemeden üretilen, yüksek bir yerden atlandıktan sonra otomatik ya da isteğe bağlı açılan, yer çekimine aksi yönde ilerleyebilen, havanın yaptığı etkileri kullanan ve yer çekimine bağlı olarak kullanan kişiyi yere indiren özel kostümü olan hava aracıdır (THK, 2012: 8-9).

1.16. KIŞ TURİZMİ VE DAĞCILIK

Kış turizmi, kış sporlarının yapıldığı karlı ve dağlık bölgelerde kar yağışı, karın yerde kalma süresi, zemin eğimi ve bakı gibi coğrafi kıstaslara göre ölçüm yapılan alternatif turizm türüdür. Kış turizminin temelinde macera ve heyecan tutkusu, sağlıklı yaşam arama, atıl alanları değerlendirme, her yaş grubuna hitap etme ve yerel halka ekonomik kazanç getirme gibi faktörler yatmaktadır (Albayrak, 2013: 198-199).

1.17. AKARSU TURİZMİ

Akarsu turizmi, katılımcıların çeşitli araçlarla ve rehber eşliğinde akarsu üzerinde yaptıkları rekreasyon faaliyetleriyle ortaya çıkan alternatif turizm türüdür. Akarsu turizminin temelinde suyun akış hızı ve hacmi, yatağın genişliği ve istikameti, suyun düşük ve yüksek olduğu bölgeler ve suyun akış hızını etkileyen faktörler yer almaktadır. Akarsu üzerinde yapılacak faaliyetler (Kano ve Rafting) akarsuyun derecelerine göre değişmektedir (Akova, 1995: 394-397).

1.18. YAT TURİZMİ

Yat turizmi, yatlarıyla farklı bölgelerden gelen insanların marinalarda hizmet elde ettiği ve farklı vasıtalarla geldikleri bölgede sağlık, spor, macera ve farklı yerleri görme isteği gibi nedenlerle yat kiralama imkanı sunan alternatif turizm türüdür (Albayrak, 2013: 204).

Yat turizmi, yapıldığı bölgelere çok ciddi ekonomik etki ve istihdam getirmiştir (Kozak, Akoğlan-Kozak ve Kozak, 2014: 20). Yat turizmi katılımcıları ortalama insanlardan daha üst düzeyde gereksinimlere ve daha lüks tüketim alışkanlıklara sahip olduğundan pek çok turizm türüne göre daha çok gelir getirebilmektedir (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 257).

1.19. YAYLA TURİZMİ

Yayla turizmi, katılımcıların ikamet ettikleri yerden yaz ayları içerisinde belli bir süre için ayrılıp yaylalarda dinlenmek için doğa ve temiz havayla iç içe oldukları alternatif turizm türüdür. Yayla turizminin temelinde ikamet edilen yerden uzaklaşmak, doğayla iç içe olmak ve doğal yaşam içerisinde dinlenmek yatmaktadır (Albayrak, 2013: 147).

Çoğu Karadeniz Bölgesinde olan 23 yayla turizmi merkezleriyle ilgili yapılan araştırmalara göre, turistlerin katılım motivasyonları yayla turizminin yapıldığı yerlerde doğal değer potansiyelinin yüksek olması, bölgeye özgü sivil mimarinin egemen olması, şehir merkezine yakınlık, yerel halkın turizme sıcak bakması,

ekonomik olarak uygun aktivitelerin olması ve farklı turizm türlerinin de bu bölgelerde yapılabilir olmasıdır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 186).

1.20. KURVAZİYER TURİZMİ

Kurvaziyer turizmi, orta ve üst gelir grubuna mensup katılımcıların içerisinde alışveriş ve eğlence merkezleri, balkonlu kamaraları, casino, bar ve restoran, dinlenme, okuma, terapi ve spor salonları, konferans, tiyatro ve kütüphane salonları olan ve en az 100 kişilik kapasiteye sahip, 4-5 yıldızlı otel konforu ve güvenliği olan gemilerde iki ya da daha fazla gün süreyle zaman geçirdikleri alternatif turizm türüdür. Kurvaziyer Turizmin temelinde seyahat süresinin belli olması, ziyaret limanlarının önceden bilinmesi, gezi noktalarının katılımcılara bildirilmesi ve çeşitli hizmet faaliyetleri yatmaktadır (Ritter ve Schafer, 1998: 65).

İlk olarak 20. yüzyılın başında popüler olan kurvaziyer turizmi, uçakla seyahatin yaygınlaşması ve elit sınıfın tercih etmemeye başlamasından dolayı etkililiği azalmıştır. Ancak, 20. yüzyılın ortalarında alternatif turizme olan ilginin artmasından sonra eski popülerliğini geri kazanmaya başlamıştır. 1970’li yıllarda ilk modern kurvaziyer turları Kuzey Amerikalı turistlerce Karayip Adalarına düzenlenmiştir. 1990’lı yıllarda ise, Kurvaziyer Turizmi Birleşik Krallığa sıçramış, ardından da Avrupa’nın geri kalanıyla Asya ve Pasifik ülkelerine ilerlemiştir (Kester, 2002: 337). Günümüzde kurvaziyer turizmi, 20 milyarın üzerinde gelir sağlamaktadır. Kurvaziyer turizminin %80’i Kuzey Amerikalılar tarafından yapılırsa da Avrupa ve Asya pazarları gelecek vaat etmektedir. Kurvaziyer turizmi toplam turist sayısının %1,6’sını, toplam geceleme sayısının %1,9’unu ve toplam turizmin %3’ünü oluşturmaktadır. Kurvaziyer turizmi 1980-2007 yılları arasında %500’lük bir büyüme sağlamıştır. Dünyada Kurvaziyer turizmi için en çok tercih edilen yer Karayip Adalarıdır (Brida ve Zapata, 2010: 206).

1.21. SUALTI TURİZMİ

Sualtı turizmi, katılımcıların deniz altı yaşamını, farklı deniz canlılarını ve sualtında kalan tarihi unsurları görmek, spor yapmak ve avlanmak için çeşitli aktivitelerde zaman geçirdiği alternatif turizm türüdür. Sualtı turizminin temelinde

sualtı ekipmanları, dalış organizasyonları, dalış eğitimleri, tarihi unsurlar ve sualtı canlıları yatmaktadır (Erkut ve Parker, 2014: 134).

1.22. GOLF TURİZMİ

Golf turizmi, ikamet ettikleri yerden başka bir yere golf oynamak, golf sporunu izlemek ya da golf sporuyla ilgili yapılan etkinliklere katılmak için giden insanların oluşturduğu alternatif turizm türüdür. Golf turizminin temelinde golf sporuna uygun doğal ve yapay bariyerler, özel golf sopaları, özgürlük ve sakinlik hissi, her yaştan insanın katılabilir olması ve rekabet yatmaktadır (Hudson, 2009: 3).

Golf turizmi Birleşik Devletlerde 25 milyon, Japonya'da 15 milyon ve Avrupa'da 2,5 milyon kişi tarafından yapılmaktadır. Golf turizminin dünyada yıllık geliri 20 milyar dolar civarındadır Yılda %10-12 civarında büyüme gösteren Golf turizmi, toplam turizm gelirlerinin %11'ini oluşturmaktadır. Golf turizmine katılan kişilere yönelik yapılan bir araştırmaya göre, katılımcıların %28,1'i 3000 Euro ve üzerinde harcama yaparken %54'ünün aylık 3000 Euro ve üzeri bir gelire sahip olduğu ortaya çıkmıştır(Hudson, 2009: 2-3).

1.23. AV TURİZMİ

Av turizmi, yaban hayatında avlanmak isteyen ve avlanma lisansı bulunan insanların rehber eşliğinde, özel veya ulusal uygulamalar çerçevesinde ve yerel halkı, kırsal alanı ve vahşi yaşamı koruma şartıyla rekreasyon faaliyetlerine katıldığı alternatif turizm türüdür (Kozak, Akoğlan-Kozak ve Kozak, 2014: 22).

Av turizmi kapsamında dört farklı rehberlik hizmeti vardır. İlk rehberlik hizmeti, olağan rehberliktir. Olağan rehberlik, özel bir kırsal bölgede ya da ticari bir alanda hizmet verilmesidir. İkinci rehberlik hizmeti usta rehberliktir. Usta rehberlik, yerel yönetimlerin izin verdiği ve iki farklı kırsal bölgede verilen rehberlik hizmetidir. Üçüncü rehberlik hizmeti profesyonel rehberliktir. Profesyonel rehberlik, ulusal kapsamda izin verilen tüm av bölgelerinde verilen rehberlik hizmetidir. Dördüncü ve son rehberlik hizmeti büyük oyun rehberliğidir. Büyük oyun rehberliği,

yabani manda, fil, aslan gibi vahşi hayvanların bulunduğu tehlikeli alanlarda verilen rehberlik hizmetidir (Samuelsson ve Stage, 2007: 42-43).

Av turizminin geçmişi 19. yüzyıla dayanmaktadır. Afrika ve Asya'ya gelen çoğu İngilizlerden oluşan Avrupalı maceracılar buralarda hem safari gezileri düzenlemiş hem de buralarda bulunan kaplan ve fil gibi hayvanları avlamış, bazı böcekleri de koleksiyon için almışlardır. Avlanan hayvanların derileri, boynuzları, dişleri, uzuvları, kafatasları ve tırnakları alınmıştır. Fotoğrafi çekilenler arasında ise, yüzülmüş kaplan derisi ve fillere ait dişler de vardı. Günümüzde av turizmi ciddi maliyeti olan bir aktivitedir. Avustralya'da av gezileri ve avlanma lisansı için 100,000 dolar civarında ücret ödenmektedir. Avustralya'nın av turizmi için yapılan bir araştırmaya göre, arama motoru Google üzerinden Avustralya turizmiyle ilgili yapılan tıklamaların %29'u av turizmine aittir. %29'luk oran içerisinde avlanmanın payı %8 iken balık avlamanın payı %21 olmuştur (Bauer ve Herr, 2004: 57-58).

1.24. FUTBOL TURİZMİ

Futbol turizmi, futbol takımlarının önceden belirlenmiş bir takvim çerçevesinde yerel ya da uluslararası müsabakalara katılma, müsabakalar için sezon başı, dönem arası ya da maç öncesinde hazırlık yapmak için özel spor tesislerine giderek konaklama, yeme-içme, dinlenme ve rekreasyon gibi ihtiyaçlarını karşıladığı alternatif turizm türüdür. Futbol turizminin temelinde, ulusal ya da uluslararası federasyonların oluşturduğu organizasyonlar, takımların kamp ve hazırlık çalışmaları, futbol turnuvaları ve kamp tesisleri yatmaktadır (Demir ve Demir, 2013: 362; Gümüşgöl vd. 2013: 87).

1.25. EĞİTİM TURİZMİ

Eğitim turizmi, eğitim almak isteyen katılımcıların eğitim veren bölgelere yaptıkları seyahatlerden oluşan alternatif turizm türüdür. Eğitim turizminin temelinde, uluslararası düzeyde kabul gören iş üzerinde eğitim, teorik eğitim, uygulamalı eğitim ve öğrenci-öğretici değişimi gibi faktörler vardır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 208).

Eğitim turizmi, ilk olarak İngiltere’de başlamış sonrasında Birleşik Devletler, Japonya, Avustralya, Kanada gibi ülkelere sıçramış ve Avrupa Birliği ülkeleri arasında da ERASMUS, ERASMUS-MUNDUS ve FARABİ gibi uluslararası eğitim programları oluşturulmuştur. Yapılan araştırmalara göre, eğitim turizmine katılan kişilerin motivasyon nedenleri arasında daha iyi bir eğitime sahip olma, daha kültürlü olma ve kültürlü çevreye uyumlu olma, daha meraklı ve analitik olma, kişisel gelişimin sağlanması ve daha aktif olmak gibi etmenler bulunmaktadır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 208-210).

1.26. ALIŞVERİŞ TURİZMİ

Alışveriş turizmi, tatmin edici fiyat kalitesi, geniş ürün çeşitliliği ve yaşadığı rutin çevreden geçici süreliğine kaçmak için neden arayan insanların ürün ve hizmet satın almak için yaptıkları gezilerden oluşan alternatif turizm türüdür. Alışveriş turizminin temelinde araştırılmış ürün, seçilmiş destinasyon ve fiyat avantajı yatmaktadır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 248).

1.27. GENÇLİK TURİZMİ

Gençlik turizmi, 15-24 yaş aralığında olan genç ya da yetişkin genç insanların kendi başlarına ya da kendi akranlarının veya benzer yaşlarda olan insanlarla yaptıkları gezilerden oluşan alternatif turizm türüdür. Gençlik turizmi, üç farklı şekilde yapılmaktadır. Bunlardan ilki geleneksek gençlik turizmidir. Geleneksel gençlik turizmi, hem organize edilmiş hem de bireysel olarak yapılan kitle turizmidir. İkincisi, değişim programlarıdır. Değişim programları, aynı yaşlarda olan ve benzer eğitim altyapısına sahip gençlerin gençlik liderinin rehberliğinde ticari amaç taşımayan turlardır. Son ve üçüncüsü ise, modern gençlik turizmidir. Modern gençlik turizmi, belli bir limitte grup oluşturulmayan ve herhangi bir tur operatöründen faydalanılmayan turlardır (Kozak, Akoğlan-Kozak ve Kozak, 2014: 14).

Gençlik turizminin gelişmesinde çeşitli faktörler rol oynamıştır. Bu faktörler, harcanabilir bütçenin yükselmesi, havayolu taşımacılığının ucuzlaması, gençler arasında otobüsle uzun yol seferlerinin artması, kısa süreli çalışma imkanının artması, bağımsız gezgin ve özel öğrenci sayısındaki artış, internet kültürünün

yaygınlaşması, yeni destinasyonların ortaya çıkması, bağımsız gezginler için hazırlanan rehber kitapların artmasıdır (Richards ve Wilson, 2006: 4).

Yapılan araştırmalara göre gençlik turizmine katılan kişilerin %30'u Kuzey Avrupa, %16'sı Güney Avrupa, %16'sı Kuzey Amerika, %8'i Batı Avrupa ve makul oranlarda Güneydoğu Asya ve Yeni Zellandayı ziyaret etmişlerdir. Ayrıca, gençlik turizmine katılan kişilerin %60'ı Hindistan'ı ve yaklaşık %50'si Güney Amerika'yı, Güneydoğu Asya'yı ve Avustralya'yı ilk kez ziyaret etmişlerdir. Katılımcılar arasında ömür boyunca bir kez görülmesi gereken yerler arasında %44'ü Güney ve Orta Afrika, %25'i Güney ve Orta Amerika, %21'i Ortadoğu ve %20'si Güneydoğu Asya'yı ziyaret etmişlerdir. Birleşik Devletlerde bulunan Michigan State University tarafından yapılan araştırmaya göre, yaşları 12-18 arasında olan Amerikalı gençlik turizmi katılımcıları ailelerinden bağımsız olarak yaptıkları gezilerde yıllık 10 milyar dolar harcama yapmışlardır (Khoshpakyants ve Vidishcheva, 2010: 101-102).

1.28. ÇİFTLİK TURİZMİ

Çiftlik turizmi, katılımcıların yurtiçi ya da yurtdışında zirai aktiviteler, yerel kültürü keşif, yer şekilleri ve zirai biyolojik çeşitlilikten keyif alma, organik ve geleneksel zirai öğretileri izleme ve meyve sebze toplamak gibi etkinliklere katılmak için seyahat ettiği alternatif turizm türüdür (Türkben, Gül ve Uzar, 2012: 47; Catalino ve Lizardo, 2004: 87-88). Çiftlik turizminin temelinde çiftlikler, tarımsal üretim alanları, zirai eğitimler, eğlence, alışveriş ve yerel halkın ekonomik çıkarlarının korunması yatmaktadır (Türkben, Gül ve Uzar, 2012: 47).

1.29. İNANÇ TURİZMİ

İnanç turizmi, çeşitli dinlere mensup insanların mensup olduğu dinde kutsal değer olarak tanımlanan yerlere türlü nedenlerle yapılan ziyaretlerden oluşan alternatif turizm türüdür. İnanç turizminin temelinde dini yapılar, ritüeller, festivaller ve dini merasimler yatmaktadır (Albayrak, 2013: 230-231).

İnanç turizmi ilk olarak Orta Çağ'da Roma ve Kudüs gibi kutsal şehirlere yapılan ziyaretlerle başlamıştır. 19. Yüzyılda ise inanç turizmi, kitle turizmiyle

birlikte yaygınlaşmıştır. Yapılan araştırmalara göre insanlar inanç turizmine, hac ziyaretinin getirdiği manevi huzur, mensup oldukları dinlerden başka insanlarla tanışma, dini görevin yerine getirilmesi, kutsal değer olarak tanımlanan yerlerin görülme isteği, günahlarından kurtulmak ve dua etmek gibi nedenlerle katılmaktadırlar (Güzel, 2010: 90-91).

1.30. ŞARAP TURİZMİ

Şarap turizmi, katılımcıların şarapçılığı, şarap bölgelerini ve bu bölgelerin bağlantılı olduğu kültürlerini deneyimlemek için gezilere katıldığı alternatif turizm türüdür. Şarap turizminin temelinde üzüm bağları, şarapçılık, şarap festivalleri ve şarapların tadılması ve şarap bölgelerinin deneyimlenmesi için yapılan şarap gösterileri yatmaktadır (Akoğlan-Kozak ve Bahçe, 2009: 238).

Şarap Akdeniz ülkeleriyle ilişkilendirilmiş bir içki türüdür. Şarabın geçmiş dönemde Yunanlılar ve Fenikeliler tarafından ticareti yapılırdı. Yunanlıların ve Fenikelilerin yaşadığı yerler üzüm üretimi için uygun bölgelerdi (Hall ve Mitchell, 2001: 2).

1.31. ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİ

Üçüncü yaş turizmi, 60 ve üzeri yaşta olan ve faal çalışma hayatını sonlandırmış olan kişilerin boş zamanlarını değerlendirmek için yaptığı seyahatlerden oluşan alternatif turizm türüdür (Albayrak, 2013: 271).

Üçüncü yaş turizmi, her mevsim yapılabilen bir türdür, inanç turizmi, sağlık turizmi ve kültür turizmiyle entegrasyonsağlayabilen bir türdür ve sürdürülebilir turizme katkı sağlamaktadır. Üçüncü yaş turizminde, katılımcılar kendi yaş gruplarından olan diğer katılımcılarla güzel zaman geçirmeyi istemekte, durağan aktivitelere katılmak istemekte, bulundukları yerin temizlik ve konforuna önem vermekte, paket turları tercih etmekte, doğa turları, spor turizmi ve yayla turizmi ilgilerini çekmekte, güneşin ve sıcak iklim bölgelerinin olduğu yerleri sevmemektedirler (Albayrak, 2013: 274-277).

1.32. ATLI DOĞA YÜRÜYÜŞÜ (HORSE TREKKING)

Doğa yürüyüşü (Trekking), gerekli malzemelerin taşındığı, yürüyerek ya da bisiklet, motosiklet gibi araçlarla ya da binek hayvanlarıyla ilerlenen, birkaç saat ile birkaç hafta arasında süren, doğada önceden belirlenen rota üzerinde ya da doğal patikalarda bireysel ya da az miktarda insanla yapılan rekreasyon faaliyetleridir (Bezruchka, 1997: 20-21). Atlı doğa yürüyüşü (Horse Trekking) ise, ormanda, açık arazide ya da kumsalda belirlenen bir rota üzerinde atla yapılan doğa yürüyüşü türüdür (Matsuura vd. 2010: 618).

Bir bölgede atlı doğa yürüyüşü yapılabilmesi için gerekli özellikler şu şekilde sıralanmıştır:

Tablo 2. Atlı Doğa Yürüyüşü Parkuruna Ait Olması Gereken Özellikler

FAKTÖR TURLERİ	FAKTÖR DERECELERİ	DEĞERLENDİRME FAKTÖRLERİ	UYGUNLUK DERECELERİ
<i>Doğal Faktörler</i>	1. Derece	• Eğim • Heyelan Olasılığı • Taban Su Seviyesi • Toprak Drenajı • Rüzgar Hızı • Nem • Doğal Hayvan-Bitki Varlığı	• %0-30 • Küçük Ölçüde • 2 m+ • İyi • 0-4 m/s • %40-80 • Yok
	2. Derece	• Bulutluluk ve Güneşlenme • Sıcaklık • Mikroklima • Yıllık Yağış • Su Kaynağı	• 0-8 • 10-20 C⁰ • Var • 250-1250 mm • 300-1600 m

<i>Beşeri Faktörler</i>	1. Derece	• İnsan İlişkileri	• Olumlu
	2. Derece	• Ulaşım Mesafesi • Haberleşme Olanğı • Konaklama • Sağlık Tesislerine Uzaklık	• 0-3000 m • 0-3000 m • İyi • 0-3000 m

Kaynak: Topay ve Memlük, 2011: 144

1.33. İPEKYOLU TURİZMİ

1987 yılında UNESCO, diyalog yolları programı kapsamında başlattığı Büyük İpekyolu Projesinden ortaya çıkan İpekyolu turizmi, Çin başta olmak üzere Asya, Avrupa ve Afrika ülkeleri arasında iletişim, haberleşme, enerji, lojistik, ulaştırma, kanun, ticaret ve kültürel etkileşim gibi konuların pekiştirilmesi için oluşturulmuş turizm koridorudur (Winter, 2016: 1).

İKİNCİ BÖLÜM

ANTİK TİCARET ROTALARI

1. ANTİK TİCARET ROTALARI

Antik ticaret rotaları, geçmiş dönemlerde tüccarların mallarını başka ülkelerde satmaları için oluşturulmuş yollardır. Yapılan araştırmalara göre, antik dönemde dokuz farklı ticaret yolu ve ticaret rotasının olduğu anlaşılmaktadır. Bu yol ve rotalar sırasıyla şöyledir; İpek Yolu, Baharat Yolu, Kehribar Yolu, Tütsü Yolu, Trans-Sahra Ticaret Yolu, Tuz Yolu, Kalay Yolu, At ve Çay Yolu ve Kral Yolu'dur. İpek Yolu, Baharat Yolu ve Kral Yolu Anadolu'dan geçen ticaret yollarıdır. Antik ticaret rotalarının isimleri, ticaretin olduğu dönemde değil 19. ve 20. Yüzyılda arkeolog, yer bilimci ve tarih araştırmacıları tarafından taşınan değerli ürünlerin isimlerine ya da yolun geçtiği bölgenin ismine göre verilmiştir. Örneğin, İpek Yolu'nun ticaret yolu olarak kullanıldığı dönemlerde doğudan batıya ipek ticaretinin yürütüldüğü güzergah olmasından dolayı Alman yer bilimci ve araştırmacı Baron Ferdinand von Richtofen İpek Yolu (die Seidenstrasse) ismini 1877'de vermiştir (Waugh, 2007: 1-2). Antik ticaret yolları arasında ismi 19. ve 20. Yüzyılda verilmeyen tek yol Kral Yolu'dur. Kral Yolu'na bu ismi veren, Antik Yunan'da yaşayan ünlü tarihçi Herodot'tur (Pers İmparatorlarının Anadolu'nun fethinden sonra Kral Yolunu askeri güzergah olarak kullanmasından dolayı bu ismin verildiği düşünülmektedir) (French, 1998: 15).

İpek Yolu, Uzakdoğu ülkeleriyle Roma İmparatorluğu arasında hem kara hem de deniz yolu üzerinde oluşturulmuş antik ticaret yoludur (Bergman, 1939: 39-40). Baharat Yolu, Güneydoğu Asya ülkeleriyle Roma İmparatorluğu arasında deniz yolu üzerinde oluşturulmuş antik deniz rotasıdır (Karluk ve Karaman, 2014: 730-731). Kehribar Yolu, Baltık ülkeleriyle Roma İmparatorluğu arasında karayolu üzerinde oluşturulmuş antik ticaret yoludur (Northrup, 2005: 30-31). Tütsü Yolu,

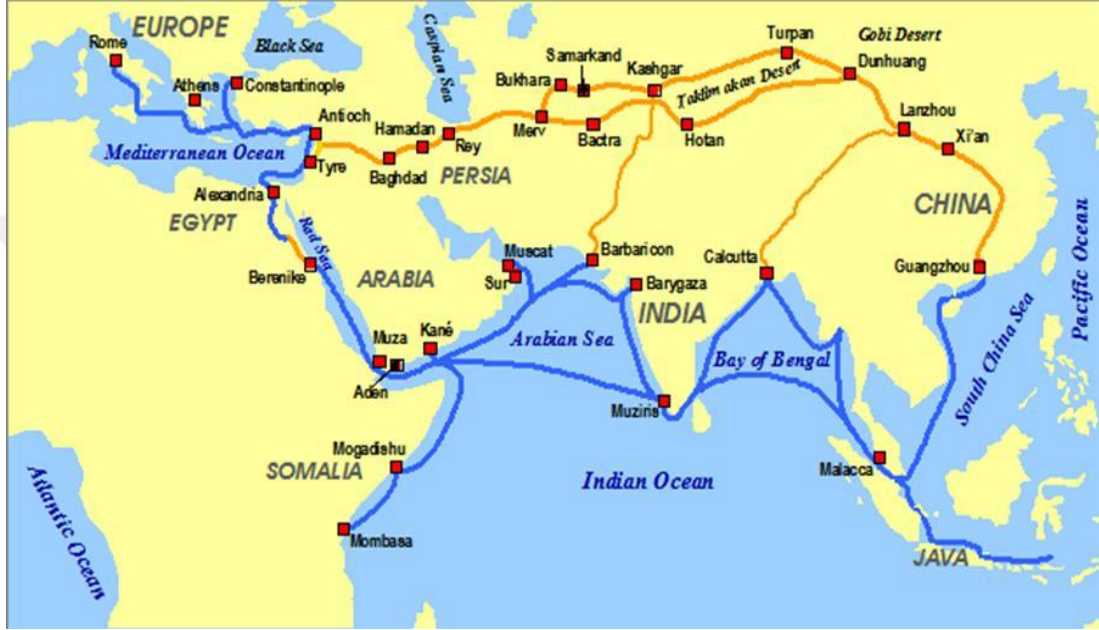
günümüzde bulunan Arap yarımadasından Roma İmparatorluğuna karayoluyla ürün taşımacılığı için kullanılan antik ticaret yoludur (Ingrams, 1945: 172-173). Trans-Sahra Ticaret Yolu, Sahra ve Sahra altı ülkeleriyle Kuzey Afrika ve Roma İmparatorluğu arasında karayolu üzerine oluşturulmuş antik ticaret yoludur (Northrup, 2005: 806). Tuz Yolu, hem Roma İmparatorluğuna bağlı ülkeler arasında karayoluyla, hem de Almanya, Baltık ve İskandinav ülkeleri arasında denizyoluyla yürütülen eski bir ticaret yoludur (Poulton-Smith, 2013: 3-17). Kalay Yolu, Batı Avrupa'yla Antik Yunan arasında deniz yolu üzerinde yürütülen Antik bir ticaret rotasıdır (De Palma, 1986: 11). At ve Çay Yolu, Tibet ile Çin arasında karayoluyla yürütülen eski bir ticaret yoludur (Sigley, 2010: 535). Kral Yolu, Lidya'da bulunan Sart şehri ile İran'da bulunan Susa şehri arasında karayoluyla ilerlenen çok eski bir ticaret yoludur (Casson, 1925: 7).

1.1. İPEK YOLU

İpek Yolu, çeşitli araçlar vasıtasıyla Çin'den Akdeniz'e, Akdeniz'den Roma'ya kadar hem karadan hem de deniz üzerinden yürütülen ticaret rotası sistemidir. İpek Yolu üzerinden batıya ipek giderken doğuya yün, altın ve gümüş geliyordu. İpek Yolu, Çin'den başlayarak Orta Asya, İran, Mezopotamya, Suriye üzerinden devam ediyor ve Antakya'da karayolu bitip İskenderun'da limanlarda yüklenen mallar Bizans ve Roma'ya gidiyordu. Tüccarlar, rota sisteminin sonunda lüks mallara yönelik talepleri karşılamak için rota boyunca yerleşmişlerdi. Tüccarlar çoğunlukla hayvanlar ya da at arabalarına mallar yükleyen ticaret ekibinin olduğu karavanlar içerisinde organize olmuşlardı (Toniolo vd. 2012: 3365-3366). Karavanlara ev sahipliği yapmak için İ.Ö. ilk yüzyılda Çin içerisinde bulunan Han İmparatorluğunun kralı İmparator Wudi tarafından İpek Yolu üzerinde karavan şehirleri oluşturulmaya başlanmıştı. İmparator Wudi, batıdan gelen mallara çok önem verdiği için güvenlik garantisi vermişti. Han İmparatorunun bu güvenlik garantisini vermesinin altında yatan gerekçe, Han İmparatorluğuna bağlı diplomat Zhang Qian'ın İpek Yolu üzerinde at sırtında bir karavana eşlik ederken kabile grubu Xiongnu (Hunlar olduğu düşünülmektedir) tarafından yağmalanmaya maruz kalmasıydı. İmparator Wudi, önceden çeşitli şekilde savaştığı ve hakkında kara

propagandalar yaptığı Xiongnu kabilesi için hem Han İmparatorluğunu hem de kuzey İpek Yolu'nu (Hexi Koridoru) korumak adına Çin Seddi'ni inşa ettirmişti. Kuzey İpek Yolu, Qilian Dağlarının güney yakasında bulunan Sarı Nehrin batı kıyısından başlayıp Moğol Çölünün kuzey yakasında biten bir koridordur. (Liu, 2010: 10-11).

Şekil 1. İpek Yolu Rotası



Kaynak: coin-haber.com, 2018

1.2. BAHARAT YOLU

Baharat Yolu, Çin, Kore, Hindistan ve çeşitli Güneydoğu Asya ülkelerinde bulunan ürünlerin İran körfezi üzerinden Afrika ve Arabistan'a, Kızıldeniz üzerinden Mısır ve Akdeniz'e gönderildiği deniz ticaret rotasıdır (Pollmer, 2000: 58). Mısır ve Akdeniz'e giden ürünler, Mısır'da bulunan Berenike limanına getirilir buradan Akdeniz'e giderdi. Berenike'ye çoğunlukla egzotik ürünlerin yanı sıra tıbbi, felsefi, astronomi, astroloji ve din konseptli ürünler getirilerek Greko-Romen Akdeniz'ine götürülürdü. Liman olarak Berenike'nin seçilme nedeni merkezi yerlere yakınlığıdır. Berenike Aswan şehrine 260, Edfu şehrine 340, Süveyş Kanalına 825 ve Nil yakınlarındaki Quft şehrine 65 km uzaklıktadır. Ancak, eski dönemde Quft şehrine ürünlerin yetiştirilmesi eşek ve develerle 12 gün sürüyordu. 12 günlük süre içerisinde

gelen ürünler eşkıya saldırı ve yağmalarından korunması için ordu mensubunun oluşturduğu eskortlarla Quft şehrine götürülüyordu. Yine 12 günlük süre zarfında yol üzerinde bulunan kervansaraylarda konaklıyorlardı (Sidebotham, 2011: 2-7).

Şekil 2. Baharat Yolu Rotası



Kaynak: getyourimage.club, 2018

1.3. KEHRİBAR YOLU

Kehribar, madencilikte değerli ve yarı değerli taşlar grubuna giren özel bir taştır. Diğer dekorasyon malzemelerinden farklı olarak kehribar, vücut ısını normalle döndürür ve kullanımı basittir. Bunun nedeni, kehribarın inorganik maddelerden ziyade organik bileşenlerden oluşmasıdır. Kehribarın kimyasal formülü " $C_{40}H_{54}O_4$ " tür. Kehribar fosil bir maddedir ancak her bir kehribar türü birbirinden farklılık gösterir. Kehribarın oluşumu 30-40 milyon yıl önce ağaçlardan sızan reçinelere dayanır. Ağaçlardan süzülen reçineler toprağa akar ve burada kuruyarak kumlu toprakta oksijenle birleşip fiziksel ve kimyasal değişime uğrar ve katılaşır. Katılaşan kehribar rüzgarlar tarafından sürüklenerek su yataklarına süpürülür. Su yataklarında yıkanan kehribar yumuşayarak içerisine oksijen ve alkali sodyumunun girişi sağlanır. Devam eden süreçte kehribar içerisinde süksinit asit ve tuz oluşur. Böyle bir oluşum geçiren kehribar inorganik maddelerden farklı olarak stabil değildir

ve değişme özelliği vardır. Kehribar Baltıklar, Japonya, Rusya, İsviçre, Lübnan, Alaska, New Jersey ve pek çok yerde bulunan bir taştır ve her bölgede birbirinden farklı renkleri vardır. New Jersey kehribarı, Baltık kehribarına göre daha kırmızı ve daha koyu renklere sahiptir. Alaska kehribarının saydam bal sarısı ve siyah renkleri vardır. Japon kehribarı ise karamel rengine sahiptir. Yapılan araştırmalara göre Rusya, dünyanın en büyük kehribar rezervine sahiptir ve Lübnan'da ki en eski kehribar 120-130 milyon yıl önce oluşmaya başlamıştır (IBP, 2015: 122-123).

Kehribar kullanımı çok çeşitli olan bir taştır. Antik dönemlerden beri kehribardan yapılan kolyeler, düğmeler ve boncuklar ilgi çekici olmuştur. Dini kuramların egemen olduğu dönemlerde tespih ve farklı dini gereçler de kehribardan yapılmaktaydı. Tıbbi bazı malzemeler ve alternatif eczacılığa ait pek çok ürünün yapımı için kehribardan yararlanılmaktadır. Örneğin, vücuttaki iç ya da dış rahatsızlıkların tedavisi için kehribar kullanılmaktadır. Ancak, bilim adamları kehribar içinde bulunan süksinit asidin vücuda zararlı olabileceğini düşündüklerinden tıbbi gereçlerde ve rahatsızlık tedavilerinde kehribardan farklı derecelerde yararlanmaktadırlar. Kehribarın içerisinde bulunan süksinit asitten tıp ve eczacılık dışında nükleer denizaltı ve uzay gemisi mühendisliğinde de yararlanılmaktadır. Ayrıca, kehribardan üretilen yağ ve vernik boya kalitesini arttırmak için kullanılırken, kehribar verniği tarihi mimarilerin çatılarını restore edilirken de kullanılır. Kehribar, optik ürünlerde de çok uzun zamandır kullanılmaktadır. Orta Çağ'da dürbün camları kehribardan yapılıyordu ve lenslerin kalitesini arttırmak için kehribardan faydalanılıyordu. Tüm bunların dışında kehribar, elektronik ürünlerin yalıtkanlığının ölçülmesinde kullanılmasının yanı sıra, Çernobil felaketinden sonra bölgedeki radyasyon seviyesinin ölçülmesi için kehribar çekirdeğinden yararlanılmıştır (IBP, 2015: 124).

Şekil 3. Kehribar Yolu Rotası



Kaynak: tr.pinterest.com, 2018

Kehribar Yolu, eski dönemlerde Kuzey ve Baltık denizlerinin kıyılarından çıkartılan kehribar taşının Akdeniz'e taşındığı ticaret yoludur. Kehribar Yolu sırasıyla Rusya, Letonya, Litvanya, Polonya, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Avusturya, Slovenya ve İtalya arasında gidip gelen bir rotaydı. Tarih öncesi dönemlere ilişkin yapılan kazılarda Kuzey ve Güney Avrupa arasında yapılan ticaret ürünlerinden kehribara rastlanmıştır. Binlerce yıl önce, ham madde olarak önemli olan ve bazı yerlerde Kuzeyin altını olarak isimlendirilen kehribar, Baltık ve Kuzey denizi kıyılarından alınıp Vistül ve Dinyeper nehirleri üzerinden İtalya, Yunanistan, Karadeniz, Suriye ve Mısır'a götürülürdü (Halsted, 2016: 1-2).

İ.Ö. 16. Yüzyılda kehribar, Kuzey Avrupa'dan Akdeniz'e fazla miktarda taşınmaktaydı. Eski bir Prusya kenti olan Kaup ve Baltık denizi yakınlarında bulunan Truso, Kehribar Yolu'nun güneye giden kısmının başlangıç noktalarındı. Kehribar Yolu, İskandinavya'da Kuzey Tunç Çağı kültürünün gelişmesine yol açarak Akdeniz'den Kuzey Avrupa ülkelerine etkileşimi hızlandırdı. İ.Ö. 1333-1324 yılları arasında hükümdar olan Mısır firavunu Tutankhamun, göğüs süsü için geniş miktarda Baltık kehribarından yapılan boncuklar kullanmıştı. Alman işadamı ve

arkeolog Henry Schliemann'ın bulgularına göre, antik Yunan şehri olan Miken'de Baltık kehribarından yapılan boncuklara rastlanmıştı. Ayrıca, yapılan diğer araştırmalara göre, günümüzde Suriye'de bulunan antik Katna şehrinin Kral Mezarlarında bulunan kehribar miktarıyla İ.Ö. 2000 yılına ait olduğu düşünülen Doğu Akdeniz ülkelerinde ve antik Yakın Doğu ülkelerindeki kazı alanlarında bulunan kehribar miktarı paralellik göstermemektedir. Bunların dışında kehribarın, Kuzey denizinden antik Yunanistan'da bulunan Delfi şehrindeki Apollo tapınağına antlaşma karşılığında gönderildiği ortaya çıkmıştır (Halsted, 2016: 2).

İpek Yolu'nun gelişimi Kehribar Yolu'nun düzenini değiştirmiştir. Roma döneminde Baltık kıyılarından Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'ya akan Kehribar Yolu, Baltık kıyılarından Adriyatik denizine doğru akmaya başlamıştır. İ.S. 9. yüzyılda Vikinglerin İskandinavya taraflarına gelmesi başka bir Kehribar Yolu'nun oluşmasına yol açmıştır. İskandinavya'ya yerleşen Vikingler Baltık bölgesindeki kehribarı Neva nehri üzerinden St. Petersburg'u geçip Rusya'da bulunan Staraya Ladoga şehrine, oradan da Volkov nehri üzerinden Novgorod'a götürmüşler ancak Novgodord'da geçiş güzergahı olmadığından daha ileriye götürememişlerdir. Geçiş güzergahı yapıldıktan sonra ya Dinyeper nehri üzerinden Kiev, Karadeniz ve İstanbul'a ya da Volga nehri aracılığıyla Moskova, Yaroslav, Astrakhan ve Hazar denizine kıyısı olan Orta Asya ülkelerine ticaret ve seyahat gerçekleştirebilirlerdi. Hatta, aşırı zorlu Volga rotasıyla İran, Irak ve daha önce ilişkili oldukları Müslüman ülkelerinin ötesine geçebilirlerdi. Ancak, fırsatçı, tüccar ve öncü Vikingler, Don-Volga nehirleri arasına bir geçiş güzergahı düzenlediler. Don nehri Karadeniz'le bağlantısı olan Azov denizine dökülmektedir. Don-Volga arasındaki bu geçiş güzergahına Viking Yolu adını vermişlerdir ve Viking Yolu, günümüzde (Don-Volga Kanalı olarak da bilinmektedir) Rusya'nın Birleşik Derin Su Taşımacılığında önemli bir bağlantıdır. Viking Yolu Vikinglere, tek yol üzerinden ticaret ve gezi yapma imkanı sunmuştur (Halsted, 2016: 3-4).

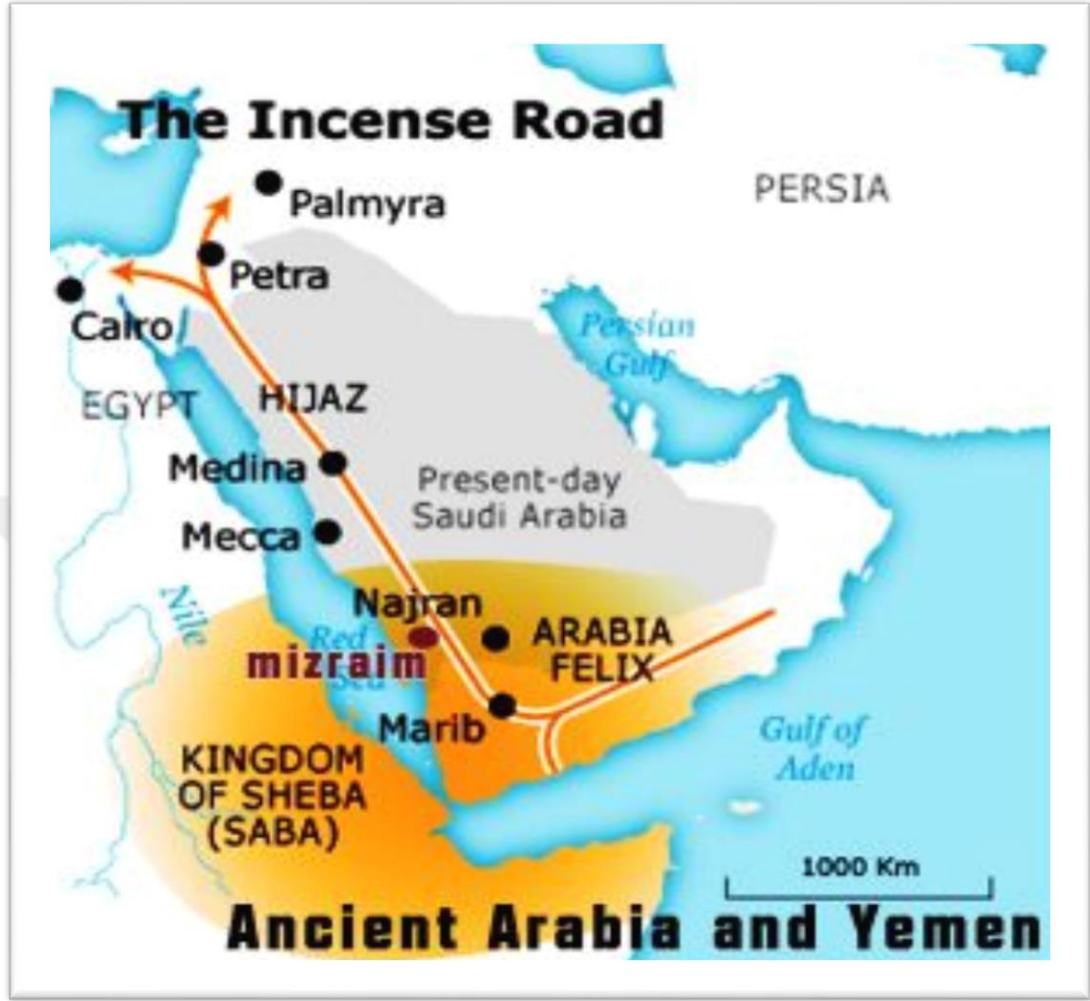
1.4. TÜTSÜ YOLU

Tütsü şaşırtıcı bir deneyimdir. Pek çok insan tütsünün elle tutulan bir nesne olduğunu düşünmesinin aksine elde tutularak keyif veren bir şey değildir. Tütsünün

armağan vari kokusunu yayması için yalnızca somut bir tütsü yetmez, aynı zamanda kısa süreli bir ateş gücünün de olması gerekir. Bu iki kavramın yanı sıra tütsüyü keyif için kullanan kişinin bu kokuyu daha önce deneyimlemiş olması gerekmektedir. Yani, tütsü yalnızca bir cisim değil, o aynı zamanda bir süreçtir. Tütsü, ateşin kullanımı kadar eskidir. Çok uzun zamandan bu yana insan kültürünün bir parçası olmuştur ve asla önemsiz ya da ikinci plana atılmış bir nesne olarak görülmemelidir. Tütsü, insanlığı atalarına, üzerinde yaşadığımız dünyaya bağlayan bir bağıdır. Tütsü, doğru kullanılması şartıyla, bir keyif aracıdır. Tütsü kullanımı için pek çok neden vardır ancak esas nedenlerden biri tütsünün tamamen biyolojik bir nesne olmasıdır (Sentetik tütsüler de vardır). Pek çok insanın duyuları vasıtasıyla algıladıkları sensorlar yardımıyla beyne iletilir. Diğer dört duyunun aksine burnla algılanan kokular biyolojik herhangi bir müdahale olmadan direkt olarak beyne iletilir. Pek çok bilim adamı koku duyusunu, duyuların atası olarak kabul eder. Koku sıklıkla ihmal edilmiş bir duyu olmasına rağmen, insanlar ve çoğu hayvan üzerinde heyecan verici bir etkisi vardır. Burnun beyinle direk bağlantısı olduğundan koku, yaşamışlıklarla bağlantısı olan güçlü bir kokudur. Bu yüzden, tütsü yakıldıktan sonra kokusunu duyan insanları okyanus kenarına, derin bir ormana, Asya'ya, Amerika'ya, Antik Mısır'a ve hatta kendi çocukluğuna götürebilir (Neal, 2012: 1-2).

Sentetik tütsülerin aksine doğal tütsüler, elementlerin fiziksel temsilcisidir. Doğal tütsüler, dünyada yetişen çeşitli materyalleri bünyesinde bulundurur. Bu materyaller havanın gücüne, büyümek için suya ve güç kazanımına ihtiyaç duyar. Ateş gücü ise materyallere güneşten gelir ancak tütsü yandığında ortaya çıkan güçlü duyu, ateşin ortaya çıkarttığı materyal gücünün tamamı bir araya gelmektedir. Tütsü yakıldıktan sonra öyle bir etki yaratır ki, bulunduğu yerde uhrevi bir boşluk oluşturur ve insanların zihinsel enerjilerini güçlendirme hissi verir. Tütsülerin kendilerine has enerjileri de vardır. Tütsülerin enerjileri, tütsü yakıldıktan sonra kokuyu duyan kişilerin enerjisine yakın enerjileri sıralayarak bir araya getirir. Tüm bunların dışında, insanlar kendi tütsülerini kendileri oluşturabilir ve tütsüler, kişilerin bireysel ihtiyaçlarına ve hedeflerine erişebilme adına yapacakları çalışmalar için motive edici olabilirler (Neal, 2012: 3).

Şekil 4. Tütsü Yolu

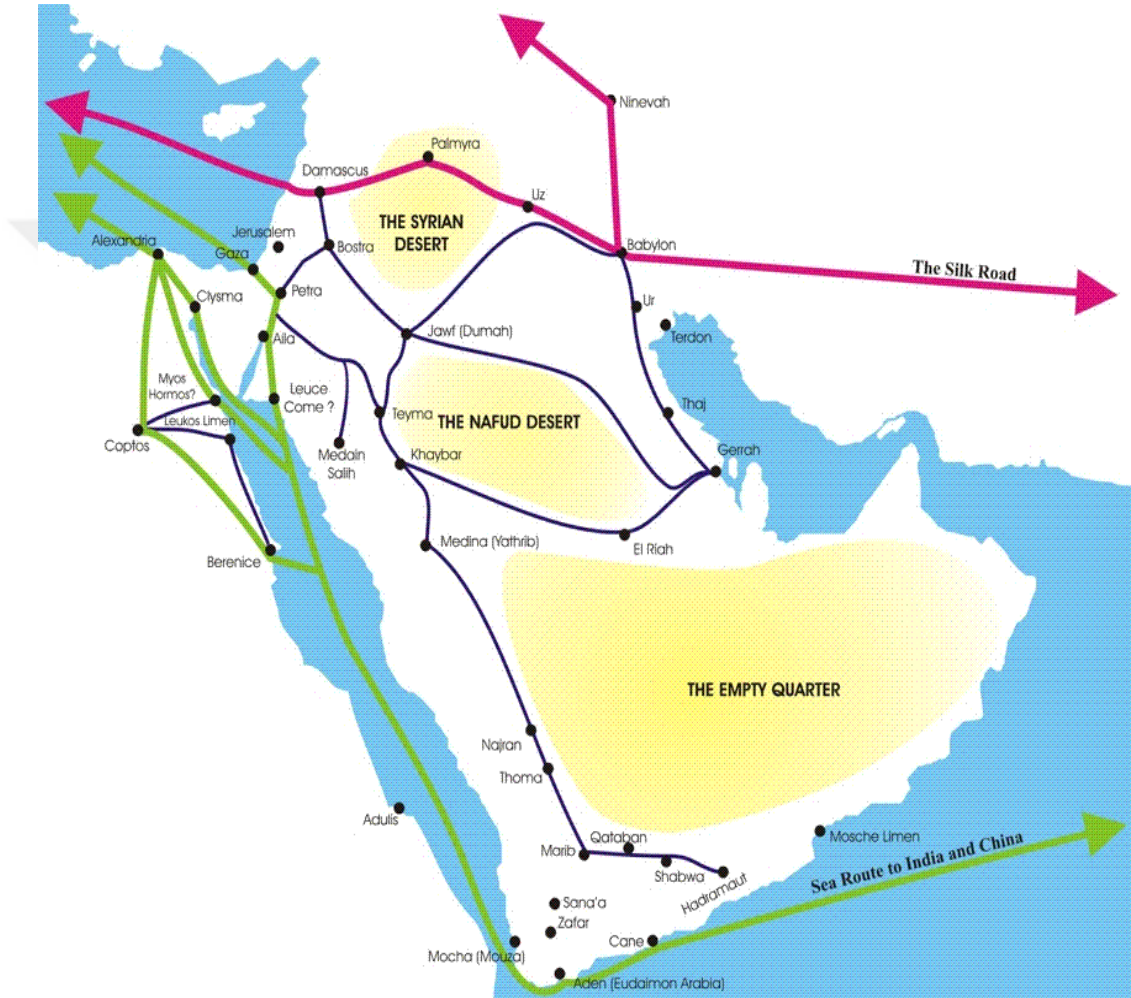


Kaynak: traveltoeat.com, 2018

Tütsü Yolu, günümüzde Suudi Arabistan ve Yemen civarında olan Nod ülkesinde bulunan Ubar şehrinden başlayıp ve Akdeniz'e ve Afrika'nın çeşitli bölgelerine kadar karayoluyla, Akdeniz'den sonra deniz yoluyla Roma'ya kadar uzanan antik bir ticaret yoludur (Ingrams, 1945: 172-173). Ubar şehrinde çeşitli ağaçlardan elde edilen buhur ve mür reçinesinden elde edilen karışımla yapılan tütsü ve masala adı verilen tütsü çubukları kervanlarla gönderilirdi. Tütsünün yanı sıra, Tütsü Yolu üzerinden çeşitli aromalar, parfümler, baharatlar da gönderildiği için Tütsü Yoluna bazı kaynaklarda Baharat Yolu da denilmekteydi. Ayrıca, İpek Yolu aracılığıyla gelen tütsüyle alakalı ürünlerin Roma'ya ulaşmasından dolayı Tütsü Yolu'nun İpek Yolu'nun başka bir kolu olduğu düşünülmektedir. Tütsü Yolunu

kullanan tüccarlar, vergilere, soygunlara, uzun yola, yakıcı sıcaklara, dondurucu soğuklara ve düşmanca tavrı takınan yerel yönetimlere rağmen önemli kar getiren işler yapıyorlardı. Öyle ki, o dönemde Afrika'da bulunan pek çok  lke Mısır ve Akdeniz'e sattıkları buhur, m r, akasya, yohimbin ağacı, balsam ve çeşitli aromalardan önemli gelirler elde ederek gelişmişti (Neal, 2012: 14-16).

şekil 5. Tütsü Yolu Rotası



Kaynak: traveltoeat.com, 2018

Tütsü ticaretinin yapıldığı ülkelerden Roma İmparatorluğu, tütsünün ge g nd z yakıldığı bir ülkeydi. Roma şehrindeki tapınaklarda, dükkanlarda ve evlerde fazla miktarda tütsü kullanılırdı. Bu sayede tütsü, Roma İmparatorluğu sonrasında da, özellikle Hristiyan Avrupa'da, yaygın olarak kullanıldı. Ancak, Hristiyanlığa

geçildiği dönemde pagan Roma İmparatorluğu'nun adetlerinden kabul edildiği için bir süreliğine yasaklansa da, tütsü kullanımı zamanla eski yerini almaya başladı. Özellikle Katolik ve Ortodoks kiliselerinde buhur ve kutsal tütsü harmanı kullanılmıştır. Hatta, günümüzde Yahudi ritüellerinde de tütsünün önemli bir yeri vardır. Tütsü Yolu'nun geçtiği bir diğer nokta ise Afrika'ydı. Afrika, antik dönemin tütsü ticaretinin önemli merkezlerinden biriydi. Burada üretilen ve tütsülerde kullanılan ürünler Batıda pek çok yere gönderilirdi. Günümüzde Afrika ve tütsü birbiriyle pek ilişkilendirilmiyor olsa da, hala tütsü ticaretinde önemli bir konumdadır. Tütsü Yolu'nun geçtiği bir başka ülke ise Mısır'dı. Mısır, tütsünün hem üreticisi hem de kullanıcısıydı. Antik dönemde Mısır'ın "*Kifi (Kyphi)*" adını verdiği tütsü formülleri de vardı. Mısır tütsülerinin içerisinde damlasakızı macunu, ladin reçinesi, benzoin ve çeşitli maddeler kullanıyor ve yaptıkları bu tütsüyü çoğunlukla ritüellerinde kullanıyorlardı. Bu maddelerin bazılarını mumyalama sürecinde de kullanıyorlardı (Neal, 2012: 12-15).

Tütsü kullanımı, geçmişte kültürlerin sosyolojik ve psikolojik nedenlerine dayanmaktaydı. Tütsü kullanımının ilk nedeni tütsüyle kötü ruhların kovulacağı, hastalıklardan kurtulma ve vücut bozukluklarının tedavi edilmesi inancıydı. Mekanlar içerisinde oluşturduğu koku sayesinde tütsünün sağlıklı bir ortam yarattığına ve hastalık taşıyan böcekleri uzak tuttuğuna inanılırdı. Öyle ki, o dönemde bazı toplumlarda tütsü yakmanın banyo yapmaktan daha sağlıklı olduğuna inanılırdı. Ayrıca, geçmiş dönemde insanların küçük bir oda içerisinde geniş bir aile ve hayvanlarla yaşadığı düşünüldüğünde, o dönemde yaşayan insanların inançlarını geçerli kılmaktadır. Tütsü yakmanın bir diğer gerekçesi, tütsünün içerisinde doğal ve doğadan elde edilen pek çok materyalin yanmasından dolayı kurban etme inancıydı. Kurban ya da adak, günümüzde olduğu gibi geçmişte de yaratıcıya ya da ilahlara şükür hareketi olarak kabul edilmekteydi. Bir hayvanı kurban edemeyen birinin, yine doğadan gelen başka maddelerin bir arada olduğu tütsüleri ilahlar için yakmasıyla ibadetini yerine getirmiş olurdu. Tütsü yakılmasının bir diğer nedeni, ruhani ve mental olarak arınma imkanı sunduğuna inanılmasıydı. Geçmiş dönemlerde yaşayan insanlar, tütsü kokusunun mekandaki ve bedendeki olumsuz enerjiyi yok ettiğine inanırlardı. Ayrıca, tütsünün çıkarttığı dumanın evrene bir mesaj verdiği düşüncesi idi. Daha eski dönemlerde insanların dumanla haberleşmesi ve dumanın

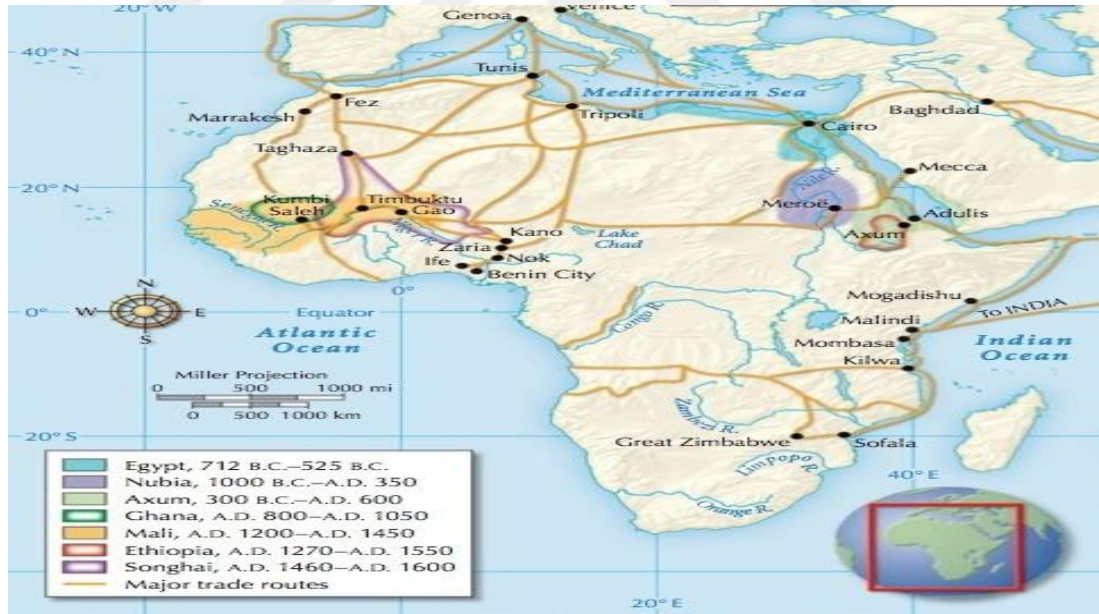
bir mesaj içerdiği düşüncesinden dolayı, ilahlara edilen duaların ilahlara daha çabuk ulaşması ve dualarının ilahlar tarafından anlaşılabilmesi için tütsü yakılırdı. Kehanetler ve büyüler tütsü yakılmasına neden olan bir başka gerekçedir. Pagan inancından kalma tarot falı gibi tütsü yakmak da geleceğe dair kehanetler elde etmekte ya da olması istenen bir durumun gerçekleşmesi için büyülerde kullanılırdı. Geçmiş dönem şamanları, tütsü içerisine insan kanı akıtarak tütsüyü yakar, yanan tütsünün dumanı çıkmasıyla çeşitli danslar eşliğinde dumanda kehanetler arardı. Tütsü kullanımının son nedeni ise zevkti. Tütsünün yaydığı koku ve geçmiş dönemde tütsünün zenginlik anlamı olarak görülmesi, tütsüyü değerli kıldı (Neal, 2012: 9-12).

1.5. TRANS-SAHRA TİCARET YOLU

Trans-Sahra Ticaret Yolu, Afrika'nın iç bölümlerinde ele geçirilen kölelerin ve değerli madenlerin Sudan'dan başlanarak Sahra çölü üzerinden Libya'ya, Libya'dan da başta Roma İmparatorluğu olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerine gönderildiği eski bir ticaret yoludur (Roe, 2006: 120). Arapça anlamı çöl olan Sahra, dünyadaki pek çok kişi için çelişkili bir yerdir. Sahra, çok az insanın yaşadığı oldukça tehlikeli bir kum denizidir. İnsanları çelişkiye düşüren özelliği, Sahranın hem geçmişte insan medeniyetlerinin pek çok dinamiğinin geçtiği yer hem de Afrika'nın günümüzde yerleşim yeri olmayan bölgesi olmasıdır. Ancak günümüzden binlerce yıl önce Sahra üzerindeki ticaret rotası, Akdeniz'le Afrika'nın geri kalanını birbirine bağlayan bir yoldu. Deve kervanları çölden geçen bu yol üzerinde Kuzey bölgelerine yalnızca altın ve köle taşımazdı; aynı zamanda, çeşitli materyaller ve İslami ürünler (İslam'ın yayılmasından sonra) de taşınırlardı. Trans-Sahra Ticaret Yolu sayesinde global okyanus trafiği zenginlik ve kıyılarında kültürlerarası medeniyetler yarattığı gibi Afrika'nın altın çağının başlamasını da sağlamıştır. Bazı kaynaklar ve akademisyenler, İslam'ın Afrika'nın pek çok yerine yayılmasını Trans-Sahra Ticaret Yolu'na borçlu olduğunu düşünmektedirler. İ.Ö. 5. Yüzyılda yaşayan Yunanlı yazar Herodot'un, Mısır'dan Sahra'nın iç bölgelerine kadar bir ticaret yolundan kitaplarında bahsettiği bilinmektedir. Sahra'nın 5.6 milyon km² alanının yalnızca %25'i kumlarla kaplıdır. Geri kalan yerlerin çoğu kuru, çakıl taşlı, kayalık düzlüklerden ve platolardan oluşur. Arazinin yeşil kısımlarını, kalıcı suya sahip

vahaları, palmiye ağaçları, dağları ve tarıma uygun toprakları oluşturur. Sahra'nın yalnızca Batı kanadı Atlantik Okyanusuna kıyısı vardır. Sahra'nın üç bölgesi daha verimli ve nüfusun yoğunlaştığı yerlerdir. İlki, Sahra'nın Kuzeyine düşen Akdeniz sahili, diğerleri ise Doğusuna düşen Nil Vadisi ve Kızıl Deniz sahili ile Güneyine düşen Sudan'ın olduğu topraklardır. Gelişmenin yalnızca bu üç bölgede oluşması eşitsizliği açıkladığı gibi Trans-Sahra Ticaret Yolu'nun nasıl ortaya çıktığını da açıklamaktadır. Kuzey Afrika'nın pek çok yerinde Akdeniz iklimi yaşandığı için eski dönemlerden beri buğday, zeytin ve şaraplık üzüm yetiştiriciliği yapılmaktadır. Ancak, Afrika'nın Doğu bölgelerine Sahra'ya yağdığından daha az yağmur yağmaktadır. Bu durumu Nil Nehri değiştirerek az yağmur alan bölgeleri beslemektedir. Savan ikliminin yaşandığı Sudan'da, tarım Kuzey Afrika ve Nil kıyılarına göre biraz daha zor yapılmaktadır. Buğday, zeytin ve meyve çeşitliliğinin çok fazla olmaması bu bölgeyi zorlamaktadır. Bu yüzden, Trans-Sahra Ticaret Yolu, geçmişte bu bölgeye ekonomik büyüme sağlamıştır (Austen, 2010: XI-4).

Şekil 6. Trans-Sahra Ticaret Yolu



Kaynak: cellcode.us, 2018

1.6. TUZ YOLU

İnsanlık, tarihi boyunca pek çok şey öğrenmiştir. Bu öğretileri büyükbabalarından ya da kendi deneyimleriyle elde etmişlerdir. Bu öğretiler genelde

toprakların nasıl genişletileceği ve bu genişlettiği topraklardan toplumun tamamına nasıl fayda sağlanması gerektiği olmuştur. Suyun depolanabilir ya da kanallar aracılığıyla yerleşim yerine taşınabilir olduğunu, bitki türlerinin yetiştirilebilir ve yenilebilir ürünler olduğunu ve hayvandan avlanarak, tuzağa düşürülerek ya da evcilleştirilerek et elde edebileceğini öğrenmiştir. Ancak, hayati değeri olan ve çok az yerde fazlaca bulunan tuzun yetiştiriciliği ya da kolay elde edilebilirliği olmadığından öğrenilmesi kolay olmamıştır. Hayvanlar için de hayati değeri olan tuzu etobur canlılar avladıkları canlılardan, otobur canlılar ise bulundukları topraktaki tuzlu kısımları yalayarak ya da tuzlu yerlere göç ederek temin etmektedirler. İnsanlar ise, tuz ihtiyaçlarını giderecek yerlere yollar inşa ederek temin etme yoluna gitmişlerdir. Elde edilen tuzlar çeşitli yöntemlerle saklanarak depolanmıştır. 1911 yılında, Doğu Afrika’da yapılan kazı çalışmalarında pek çok araç-gereç, kemikler ve yer altına saklanmış tuz depoları ortaya çıkartılmıştır. Geçmiş dönemde insanlar tuz ihtiyaçlarını karşılamak için, eğer yakınsa, tuzun bulunduğu bölgede tuz toplamacılığı, eğer uzaksa, tuzun bulunduğu bölgeye ait ülke ya da ülkelerle ticaret anlaşmaları yaparak gideriyorlardı. Bu ticaret anlaşmaları da beraberinde ticaret yolları çıkarttı. Ticaret yolları üzerinde zirai ürünler, yün, kumaş, hayvan postları, araç-gereçler, pişirme kapları, süs eşyaları, baharat çeşitleri ve tuz taşındı. Gönderilen ürünlerin en bilindik özelliği, gönderildiği yerde bulunmayan nadir ürünler olmalarıydı. Tuz da bu nadir ürünlerden biriydi. Özellikle denize kıyısı olmayan yerlere gönderilen tuz, gönderildiği bölgelerde oldukça değerli bir ürün olarak değerlendirildi ve bu şekilde Tuz Yolunun ortaya çıkması sağlandı (Poulton-Smith, 2013: 1-3).

Yapılan araştırmalara göre iki farklı Tuz Yolunun olduğu anlaşılmaktadır. İlk Tuz Yolu, Roma İmparatorluğu kurulmadan önce günümüzde Almanya, Baltık ve İskandinav ülkelerinin yaşadığı bölgeler arasında yapılmış olan ve yaklaşık 100 km uzunluğunda olan Eski Tuz Yoludur. Eski Tuz Yolu, Almanya’da bulunan Lüneburg şehrinden başlayarak Baltık ve İskandinav kıyılarına kadar uzanırdı. Ortaçağ döneminde oldukça pahalı olan tuz mineraline beyaz altın adı konulmuştu. Ortaçağda tuz ticareti zenginliğin ve gücün sembolüydü. Günümüzde doğal gaz ve akaryakıt ekonomiyi güçlü tuttuğu gibi tuz da ortaçağda ekonomiyi güçlü tutuyordu. Lüneburg şehrinden elde edilen tuz minareli karayoluyla Lübeck kentine giderdi. Lübeck

kentinin limanlarında gemi ve çeşitli deniz taşıma araçlarıyla Baltık ve İskandinav ülkelerine götürülürdü ve bu yolculukların tek seferi 20 gün sürerdi (20 gün gidiş-20 gün geliş). Ortaçağ'da tuz yolu trafiğinin güvenliği ve akışının devamlılığı için çeşitli antlaşmalar imzalanmıştır. Bu anlaşmalara göre tuz ticaretiyle uğraşan tüccarlar ve çalışanlar ülke görevlerinden muaf tutuluyordu ve antlaşmalara uygun davranmayan kimseler ciddi şekilde cezalandırılıyordu (<http://www.germany.travel>, 2018).

Şekil 7. Eski Tuz Yolu Rotası

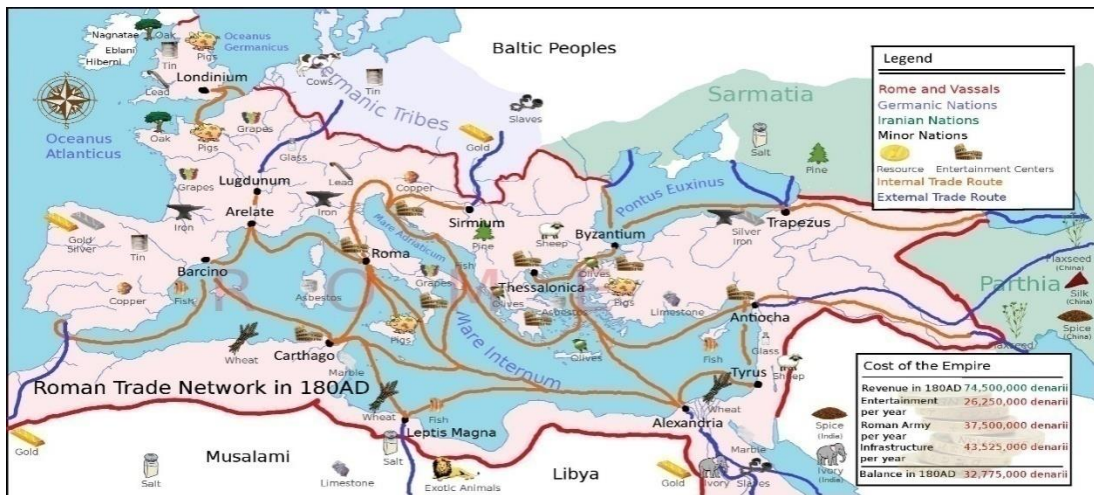


Kaynak: www.germany.travel, 2018

Bir diğer Tuz Yolu ise Avrupa'dan Britanya adasına kadar devam eden Tuz Yoludur. Britanya adası denizlerle çevrili olduğundan bol miktarda tuz minerali bulunmaktaydı. Britanya adasının kuzeydoğusunda ve günümüzde İrlanda'nın olduğu kuzey bölgesinde tuz yatakları bulunmaktaydı. 220 milyon yıl önce oluşan bu tuz yataklarından elde edilen tuz minerallerinin bazıları fosilleşmişti ve o dönemin insanları tarafından yakıt olarak kullanıldığından günümüze kadar varlığını sürdürememişti. Denizlerin çekilip kara parçalarının çıkmaya başladığı dönemlerde deniz tuzu, kara parçalarının üzerinde bulunan kayalarda birikti ve güneş ışınlarının

da etkisiyle kristalleşmeye başladı. Sonraki dönemde Britanya adasında yaşamaya başlayan Britanyalılar ve ardından Romalılar, odun ateşinde pişirdikleri kilden yapılan kaplar içerisinde kristalleri eritmeye ve eriyen kristalleri döverek ve kurutarak tuz haline dönüştürmeye başladılar. İngiliz kaynaklarına göre, bu kaplar kristalleşmiş tuzu eritmekten başka bir işe yaramıyorlarmış. Sonraki dönemde Romalılar, kurşundan yapılan kaplarla tuz kristallerini eritmeye başladılar. Günümüzde yüksek ısıyla canlı organizmaları zehirleyen kurşun araç-gereçler, Romalılar döneminde fazla uzun süre kullanılmadı. Ortaçağ İngiltere'sinde ise yalnızca atlar tarafından taşınabilen tuz kazanları (Mitt adı veriliyordu) üretildi ve bu kazanlar içerisinde bir ton tuz üretilabiliyordu. İngiltere'de üretilen tuzlar sırasıyla Fransa, Belçika, Avusturya, Almanya ve Polonya'ya gidiyor, buradan da dünyanın diğer yerlerine dağılıyordu. Tuz Yolu üzerindeki bu ülkelerde tuz yığınakları oluşturuluyordu. Örneğin, İngilizcede hol anlamına gelen Hall kelimesi o dönemde tuz yığnağı, Avusturya'da bulunan Salzburg kentinin anlamı tuz kalesi ve Latince kırma taş anlamına gelen grava kelimesi de tuz anlamına gelmektedir. Antik çağlardan beri var olan Tuz Yoluyla ilgili 777 ile 1042 yılları arasında yapılan araştırmalar neticesinde sabit bir Tuz Yolunun olmadığı ancak Hristiyanlığın yaygınlaşmasıyla sabit hale gelen bir Tuz Yolunun olduğu anlaşılmaktadır (Poulton-Smith, 2013: 3-17).

Şekil 8. Tuz Yolu



Kaynak: historyrepeatingdotorg.wordpress.com, 2018

1.7. KALAY YOLU

Pek çok tarihi ve arkeolojik araştırmalara göre, insanlık tarihi doğadan elde ettiği alet-edevat işlemeciliğine göre sıralanmış, bu aşamalara göre gelişimi şema haline getirilmiş ve yazının icadından itibaren de çağlar kategorize edilmiştir. İnsanlığın işlediği taşlardan sonra maden devrinin başladığı görülmektedir. Maden Devrinin başlangıcı olarak da bakır madeninin işlenmeye başladığı dönem kabul edilmektedir (Muhley, 1973: 404). Bakır madeni, yumuşak ve işlenmesi kolay bir madendir. İnsan medeniyetlerinin ilk tanıştığı maden olan bakır, Neolitik dönemden beri kullanılmaktadır. Keşfedildiği ilk dönemde toprak yüzeyinden toplanarak ele geçirilen bakır, İ.Ö. 5. Yüzyılda madenleri keşfedilerek cevher olarak çıkarılmaya başlanmıştır. Bakırın eritilerek kalıplara dökülüp şekil verilmesi sayesinde güçlü araç-gereçler üretmeye başlayan insanlık, daha güçlü araçlar yapma yoluna gitmiştir. Bu amaç doğrultusunda kalayı keşfeden insan medeniyetleri, bakır ve kalayı karıştırıp eriterek bronzu, yani tuncu, keşfetmiştir. Bronzun keşfiyle Bronz Çağı başlamış (İ.Ö. 3000-1000) ve beraberinde daha güçlü araç-gereçlerin üretilmesini sağlamıştır. Yapılan araştırmalar, ilk kalay örneklerinin Mezopotamya’da bulunduğunu göstermektedir. Ancak Asurlulara ait kil tabletler incelendiğinde, kalayın Mezopotamya’ya ilk olarak doğu bölgelerinden geldiğini göstermektedir. Fakat 1982 yılında yapılan bir kazı sonucunda, Anadolu’da kalayın İ.Ö. 2870 yılında işlendiği ortaya çıkmıştır. (Akbulut, 2016: 1; Özdemir, 2007: 501).

Şekil 9. Kalay Yolu Rotası

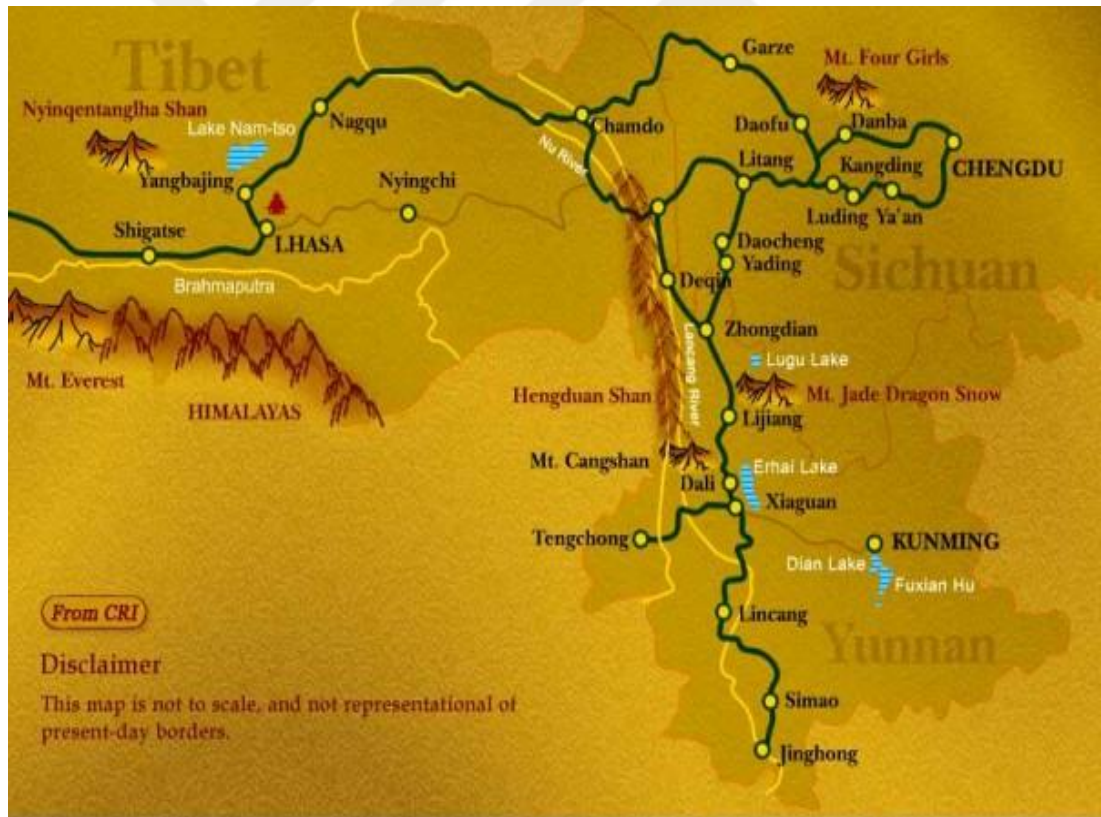


Kaynak: Muhley, 1973: 408

1.8. ÇAY VE AT YOLU

Çay ve At Yolu, Tang Hanedanlığı döneminde, Çin'in Yunnan şehrinden başlayarak Guangxi, Guizhou, Sichuan, Gansu, Qinghai şehirleri üzerinden Tibet'e ulaşan antik bir ticaret yoludur. Antik dönemde bu yolu kullanan tüccarlar Çin'in Doğusunda bulunan Büyük Kanal isimli rotada su yoluyla gitmemiş, dağlık yollar üzerinden at, deve, yak gibi binek ve taşıma hayvanları vasıtasıyla ve hamalları kullanarak ilerlemişlerdir. Çay ve At Yolu, İpek Yolu'nun etkin bir şekilde kullanıldığı dönemde oluşturulduğu için bazı kaynaklarda Güney İpek Yolu olarak da geçmektedir. At ve Çay Yolu üzerinde ticaret, Yunnan şehrinde elde edilen çay ile Tibet'te yetiştirilen ve çeşitli amaçlar için kullanılan atların takasıyla yapılıyordu. Çay ve at dışında bu yol üzerinde yün, ipek, tuz ve tedavi amaçlı bitkisel ürünlerin de ticareti yapılıyordu (Fuchs, 2008: 98).

Şekil 10. At ve Çay Yolu

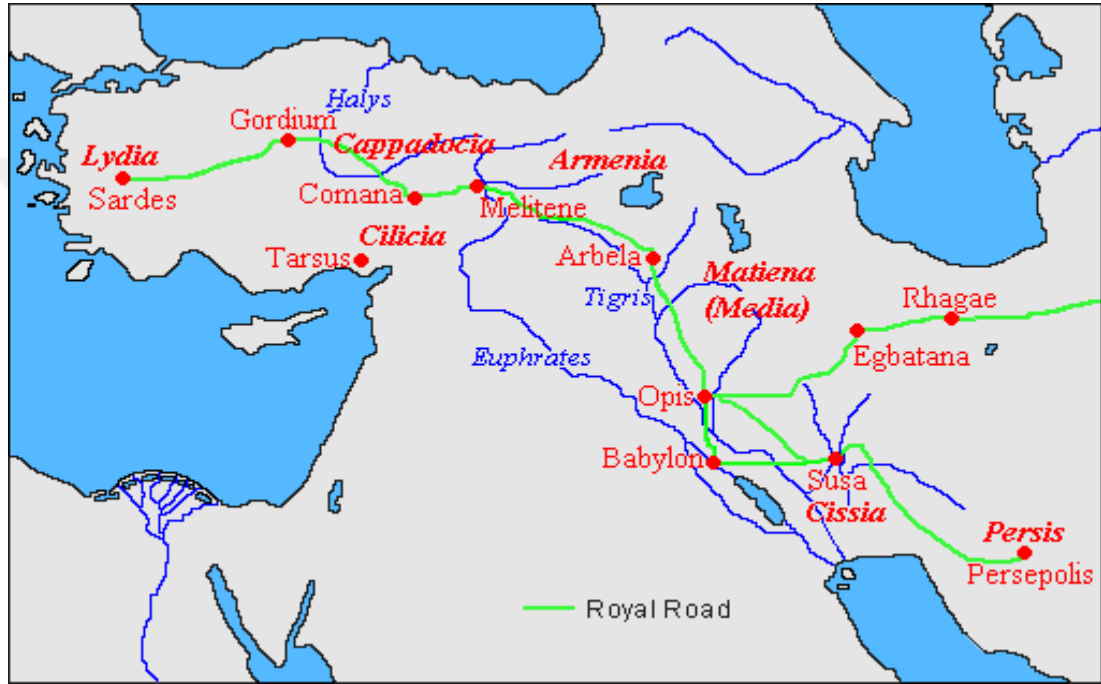


Kaynak: lartdethechinoise.blogspot.com, 2018

1.9. KRAL YOLU

Kral Yolu, günümüzde İran'da bulunan Susa kentiyle Manisa'da bulunan Sart kenti arasında bulunan, Lidya döneminde ticaret yolu olarak kullanılan, Pers İmparatorluğu döneminde hem ticari hem de askeri geçiş güzergahı olarak kullanılan, ilkçağda kendiliğinden oluşan, yaklaşık 2500 km uzunluğunda olan antik bir ticaret yoludur (Taştan ve Çelebi, 2007: 234).

Şekil 11. Kral Yolu



Kaynak: www.irangazette.com, 2018

Yapılan araştırmalara göre, Kral Yolu'nun isim babası Herodot'tur. Herodot'un (İ.Ö. 484-425) anlatımına göre, Kral Yolu üzerinden, Sart şehrinin doğu kanadından ilerlendiğinde Frigya bölgesine ulaşılmaktadır. Frigya bölgesi geçildikten sonra Kızılırmak kıyılarına ulaşılmaktadır. Kızılırmak'ın devamı Kapadokya'ya çıkmaktadır. Kapadokya üzerinden devam edildiğinde Çifte Kapılara, Çifte Kapılardan ise Kilikya'ya ulaşılmaktadır. Kilikya üzerinden ilerlendiğinde Fırat Nehrine ulaşılmaktadır. Fırat Nehri geçildiğinde Nusaybin'e ulaşılmaktadır. Nusaybin üzerinden İran'da bulunan Shush kentine, oradan da Susa'ya ulaşılmaktadır. Ancak French (1998), Persli Serkes'in (Xerxes) fetih yolunu (Kral Yolu) tarif ederken Kral Yolu'nun Sart'tan değil Aydın'ın Söke ilçesinde bulunan

Yeniköy beldesinde başladığını, Büyük Menderes ırmağının geçilerek Denizli'nin Sarayköy ilçesine, Sarayköy'den Buldan'a, Buldan'dan da Sart kentine ulaşıldığını söylemektedir. Sart kentinden hareket edilerek Cydrara (Serinyayla köyü olduğu düşünülmektedir) üzerinden Honaz'a, Honaz'dan Afyon'da bulunan Acıgöl'e gidilerek Frigya bölgesine geliniyordu. Acıgöl üzerinden Dinar'a, Dinar'dan Polatlı'ya (Gordion) gidiliyor, Polatlı üzerinden Aksaray'a, Aksaray'dan Nevşehir'de ki Bozca Köyüne gidiliyordu. Bu köy aynı zamanda Kızılırmak üzerinden geçiş güzergahıydı. Bozca köyü üzerinden Kayseri'ye ulaşılarak Çift Kapılar bölgesine (Kilikya Ermeni Krallığı sınırı) doğru hareket ediliyordu. Çift Kapılar (Karahan Beli ile Gavur Geçidine denilmektedir) üzerinden Malatya'ya, oradan da Fırat Nehrine (Elazığ-Habibuşağı köyü) geçilmekteydi. Buradan Maden-Ergani (Diyarbakır) üzerinden Nusaybin'e ve oradan Shush ardından Susa'ya ulaşılmaktaydı. Atinalı tarihçi Ksenophon'a (İ.Ö. 430-350) göre Pers İmparatoru Kiros'un (Cyrus) Lidya'yı fetih yolu olan Kral Yolu, Sart kentinden başlayarak Dinar, Şuhut, Afyon ve Polatlı'ya devam etmektedir. Polatlı'dan Kapadokya'ya, Kapadokya'da Kızılırmak üzerinden Kilikya, Mezopotamya ve Susa kentine gidilmekteydi. Yunan coğrafyacı Strabon'a (İ.Ö. 64-İ.S. 24) göre ise Kral Yolu, Efes'ten başlayarak Aydın'da bulunan Tekin köyü, Aydın merkezi, Sultanhisar ve Azizabat köyü üzerinden Frigya, Kilikya ve Susa'ya gidiyordu (French, 1998: 15-22; Young, 1962: 348; Casson, 1925: 7-11; Sir Ramsey, 1883: 102).

Kral Yolu'nun İlkçağ döneminde üç ayrı devlet için önemli olduğu düşünülmektedir. Bu devletlerden ilki Lidyalılardır. Lidyalılar, İ.Ö. 1200'de Batı Anadolu'da kurulan ve merkezi Sart kenti olan Antik Çağ devletidir. Bölgeye geldiklerinde, bu bölgede yaşayan Maionları yenilgiye uğratmışlardır. Konuştukları dil Lidyacaydı ve bu dil Hitit dili ailesindendi. Lidyalıların Anadolu'ya nereden geldikleri bilinmemektedir. Ancak yapılan araştırmalar neticesinde, Lidyalıların İndo-Germen kavminden olduğu düşünülmektedir. Lidyalılar, Atyad hanedanlığı tarafından kurulmuştur. Atyad hanedanlığının kralı Ati'nin oğlu Lidus, Lidyalılara ülke ismini veren kişidir. Atyad hanedanlığından sonra başa geçen ve ülkenin ilk kralı olan Heraklid hanedanlığının kralı Agron'du. Heraklid hanedanlığına ise Lidyalıların en ünlü kralı, Mermnad hanedanı Giges (Gyges) son vererek İ.Ö. 680 yılında başa geçmiştir. Giges döneminde Lidya altın çağını yaşamıştır. Bu dönemde

Lidya kalkınmış, zenginleşmiştir. Bu zenginliğin kaynağı ise hüküm sürdükleri bölgelerin altın yataklarıyla dolu olmasıdır. Giges döneminde altın sikkeler bastırılarak ülke ekonomisi güçlenmiştir. Sonraki dönemde Lidyalılar Helen şehir devletine savaş açarak burayı haraca bağlar. Yine bu dönemde Lidyalılar, Kral Yolu aracılığıyla doğu devletleriyle kereste, bakır, kalay, gümüş ve çeşitli ürünlerin ticaretini yapmışlardır. İ.Ö. 664 yılında Giges, rüyasında Asur tanrısı Assuyu gördükten sonra kendini Asur kralı ilan etmiştir. Ancak, Asur kralı Kimmerlilerle (Kuzeyli yağmacı pagan topluluğu) ittifak yaparak Lidyalılara savaş açmış ve İ.Ö. 657 yılında Giges'i öldürmüştür. Gigesten sonra başa geçen oğlu Ardis, Kimmerlerin akınlarına iyi bir müdafa hattı geliştirerek onları püskürtmeyi başarmıştır. İ.Ö. 600'de Lidyalılar, Batı Anadolu'nun, Güney Marmara'nın, Batı Karadeniz'in ve Kızılırmak havzasının tamamını, Antalya'nın bir kısmını ele geçirdiler. İ.Ö. 585'de Kilikya ve Babil ile barış antlaşmaları imzalayarak sınırlarını garanti altına aldılar. İ.Ö. 560 yılında ülkenin başına Karun geçer. Bu dönem Lidya'nın ekonomik açıdan en parlak dönemi olduğundan, günümüzde halk arasında geçen "Karun kadar zengin" sözünün buradan geldiği düşünülmektedir. Bu dönemde Perslerin yayılcı politikaları Lidyalıların yıkılmasına yol açmıştır (De Blois ve Van Der Spek, 2008: 53-55; Greenewalt Jr vd. 2003: 12-15; Roosevelt, 2009: 11-31; Gür, 2007: 35-37; Akurgal, 1995: 195).

Şekil 12. Lidyalılar



Kaynak: <http://www.kronolojim.com>, 2018

Diğer önemli medeniyet ise Friglerdir. Frigler (Herodot Brigler olarak anlatılmaktadır), İ.Ö. 1200-1000 yılları arasında Balkanlar üzerinden (Makedonya olduğu düşünülmektedir) Trakya'dan Kızılırmak yayı üzerinde bulunan Kapadokya'ya yerleşmişlerdi. Trakya üzerinden Anadolu'ya göç etmelerini kolaylaştıran en büyük etmen, bölgede bulunan Truvalıların düşmüş ve Hititlerin yıkılmış olmasıydı. Ancak, yerleştikleri dönemde bölgede Asur akınlarının sürmesi Friglerin Polatlı'ya doğru göç etmesine neden olmuştur. Yine bu dönemde Polatlı'da bulunan Gordion kentini başkent yapmışlardır. İ.Ö. 8. Yüzyılda devletleşmeye başlamışlardır. Günümüzde Eskişehir, Afyon ve Kütahya illeri üzerinde bir devlet inşa etmişlerdir. Gür (2007)'e göre, Gordion kenti ismini Frig ülkesinin kurucusu Frig kralı I. Gordios'tan almıştır. Ayrıca, Frig devleti İ.Ö. 750'de kurulmuş ve Gordion'a Gordios'un Şehri adı verilmişti. I. Gordios'un ardından Frig kralları sırasıyla şu şekilde sıralanmıştır; I. Gordios- I. Midas-.II. Gordios- II. Midas- III. Gordios- III. Midas (İ.Ö. 738-695)- IV. Gordios (İ.Ö. 695-670)- IV. Midas (M.Ö. 670). Yapılan araştırmalara göre Frigler, İndo-Avrupa dil ailesine mensuptu ve dilleri Yunancaya benzemekteydi. Friglerin tanrıları Güneş Tanrısı Sabazios ve Ay Tanrısı Men'dir. Ancak, en önemli tanrısı Ana Tanrıça Kibele idi. Kibele'ye Frigliler, Ana (Matar) unvanını vermişlerdi. Ana unvanının verilmesindeki başlıca gerekçe, kadınların doğurgan olması ve doğanın her yıl kendini yenilemesinden (yeniden doğması) dolayı aralarında bir bağ kurulmuş olmasındandır. Ana Tanrıça Kibele, bereket tanrıçasıydı. Zirai üretimle uğraşan Friglerin her yıl daha fazla ürün alabilmek için Kibele'ye taptıkları bilinmektedir. Frig inancına göre, Kibele'nin Attis isminde tanrı olan bir sevgilisi vardı. Kibele ve Attis'in ilkbaharda bir araya geldikleri için doğanın uyandığına, kış aylarında ayrı kaldıkları için doğanın kış uykusuna geçtiğine inanılırdı. Ancak çeşitli Frig araştırmalarına göre, Friglerin tek taptıkları ilah Kibele olduğundan dolayı tek tanrılı inançlar sınıfına girmektedir. Uçankuş (2002)'a göre Frigler, müzik ve dansla ünlü ancak cesaret ve enerjiden noksan, köle ruhlu ulus olarak tanımlanmıştır. Ancak Homeros'a göre Frigler, savaşmak için yaratılmış, yiğit ve savaşçı insanlardan oluşan bir toplum olarak nitelendirilmiştir. Dönemin Frig erkekleri bukleli saça sahip, kısa sakallı ve yuvarlak küpe takan, köşeli ve püsküllü elbiseler ile uzun çizmeler giyen insanlardı. Frig askerleri ise, diz üstü çorap, kısa etek ve dize kadar gelen dar pantolonlar giyer,

başlarına da tüylü deriden yapılan, uç kısmı eğik başlıklar (Şirinler çizgi filmindeki karakterlerin kullandığı başlık) ve madeni miğferler takardı. Friglerin en parlak dönemi III. Midas dönemi idi. Bu dönemde Asurlularla çeşitli siyasi çekişmeler yaşanmıştı. Bu dönemde Frig ülkesi içerisinde üretilen mobilya, değerli taş işlemeciliği ve maden işlemeciliğinden ürünler Kral Yolu aracılığıyla Batı Anadolu'ya ve Mezopotamya'ya götürülmekteydi. İ.Ö. 640 yılında Kuzeyden gelen Kimmerliler akını Frig Krallığını yıkılış sürecine sürüklemiştir. İ.Ö. 540 yılında ise Pers İmparatoru Sirus (Cyrus) tarafından egemenlik altına alınmıştır (Gür, 2007: 30-34; Roller, 2011: 560-574; Tüfekçi-Sivas, 2008: 9-14; Uçankuş, 2002: 15-19; Kuhrt, 2009: 242-249; Akurgal, 1995: 191-195; Sir Ramsey, 1897: 747-755).

Şekil 13. Frigler

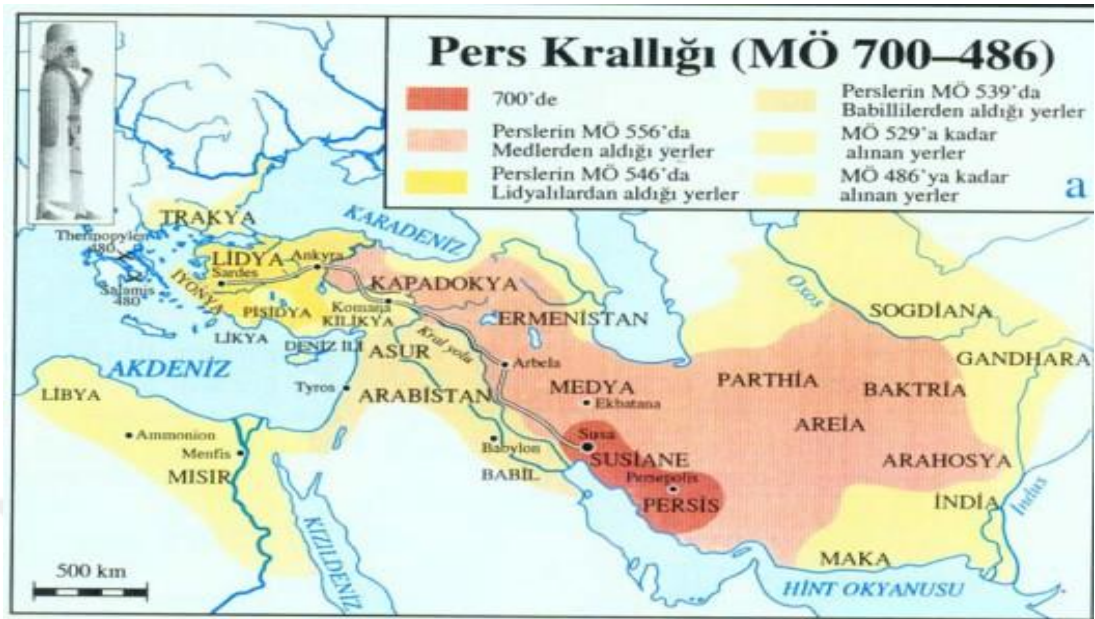


Kaynak: tr.redsearch.org, 2018

Kral Yolu'nun son medeniyeti Pers İmparatorluğudur. Günümüzde İran coğrafyasının Mezopotamya'ya yakın olması ve coğrafya içerisinde pek çok doğal kaynağın bulunması antik dönemde çeşitli kavimlerin bulunduğu bir yer halini almıştı. Bu bölgede İ.Ö. 3000'lerde ilk olarak Elamlılar kuruldu. Aynı dönemde Elamlılar, Mezopotamya'ya çeşitli akınlar gerçekleştirmiş ve pek çok yeri ele

geçirmişti. İ.Ö. 2000'lerde Orta Asya'dan göçebe İranlılar Elam Krallığına akın etti. Burada Elam halkıyla karışan İranlılar, bölgede kalıcı olarak yaşamaya başladılar. İ.Ö. 9. Yüzyılda ise bu bölgede Med Krallığı kuruldu. İ.Ö. 645 yılında Asurlular, Elamlıları yenerek Elam hakimiyetine son verdi. İ.Ö. 612-605 yılları arasında ise Med Kralı Kiaksares (Kyaksares) Babil Kralı Nabopolassar ile ittifak yaparak Asur Krallığını yıktı. Aynı yüzyıl içerisinde Medler Pers'i, Urartuları ve Kapadokya'yı ele geçirdi, Lidyalılarla uzun süreli savaşlar gerçekleştirdi. İ.Ö. 585'te savaş esnasında güneş tutulması yaşandığı için savaş sona erdi ve Lidyalılarla Medler arasında sınır antlaşması yapıldı. Sonraki süreçte Medler Mezopotamya'yı ve Kuzey Suriye'yi ele geçirdi. İ.Ö. 553 yılında doğudan gelen Persler, Kiros (Kyros) önderliğinde Med Krallığına savaş açtı. İ.Ö. 550 yılında savaşı kazanan Persler, kısa süre içerisinde tüm Mezopotamya'yı ve Lidya'ya kadar Anadolu'yu ele geçirdi. Kiros önderliğinde Persler, 546 yılında Lidya'yı ele geçirdi. Sonraki süreçte Ege'de ki Yunan şehir devletlerini haraca bağladı. İ.Ö. 529'da Kiros Mısır seferine hazırlanırken öldü. Kiros'un yerine oğlu Kambises (Kambyzes). Kambises önderliğindeki Pers İmparatorluğu, İ.Ö. 525'te Mısır'ı ele geçirdi. Kambises, Etiyopya ve Kartaca'ya doğru sefere çıkmak üzereyken Medli münecimler (Büyücüler) ve aristokratlar ülke içerisinde isyan çıkarttılar. İsyanı bastırmak için geri dönen Kambises İ.Ö. 523 yılında yetişmeden öldü. Kambises'in ölümünden sonra ülkede otorite boşluğu oluştu. İ.Ö. 521 yılında Akhaimenid hanedanlığı ülkenin başına geçti. Akhaimenid hanedanı kralı Histaspes (Hystaspes), isyanlarla çok mücadele etmesine karşı başarılı olamadı. Ancak, Histaspes'ten sonra başa geçen oğlu I. Daryus (Darius) isyanı bastırarak Pers İmparatorluğunu yeniden güçlendirdi. Daryusla beraber ülke satrap adı verilen eyaletlere bölündü. Aynı dönemde Kral Yolu askeri ikmal güzergahı olarak kullanılmaya başlandı. Daryusla birlikte Kuzey Afrika'da ve Afganistan'da pek çok yer ele geçirildi. Ancak, İ.Ö. 517 yılında Sakalara ve İ.Ö. 513 yılında İskitlere karşı yapılan savaşlarda Pers İmparatorluğu yenilgilerle ayrıldı ve ülke güçten düşmeye başladı. İ.Ö. 490 yılında Maraton Ovasında Yunanlılara karşı yenilgiler aldı. III. Daryus döneminde Büyük İskender komutasındaki Makedonyalılar, Pers İmparatorluğunu ele geçirdi (Katouzian, 2009: 3-7; Curtis ve Stewart, 2010: 7-23; Diakov ve Kovalev, 2008: 212-222; Curtis, 1989: 37-48).

Şekil 14. Pers İmparatorluğu



Kaynak: tr.redsearch.org, 2018

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİ

1. FRİG VADİLERİ

Dünyada yeryüzü şekillerinin ve yer kabuğunun oluşması uzunca bir zaman almıştır. Yapılan çalışmalar, yerküre kıtalarının oluşumunun 4 Milyar yıl öncesine dayandığını ortaya çıkartmıştır. Çalışmalar, bu dönemin ilk aşaması için Kambrien Öncesi Dönem adını vermişlerdir. Yerkürenin %90'ının oluştuğu Kambrien Öncesi Dönem Arkean ve Proterozoik olarak iki aşamaya ayrılmaktadır. Arkean Aşamasında, ortaya çıkan bazalt manto tarafından pek çok defa geri aktarılmıştır. Bu geri aktarımlar sayesinde kara oluşumları başlamıştır. Manto içerisine aktarılan bazaltların erimesi sonucu zengin mineraller, felsik ve kuvarslar oluşmaya başlamıştır. Ayrıca, bu dönemde kıta blokları ortaya çıkmaya başlamıştır. Proterozoik Aşamada ise, kıtasal yok olmalar başlamış, ilk kıta olan Rodinya Süper Kıtası ortaya çıkmıştır. Rodinya Süper Kıtası günümüzdeki Hindistan, Avustralya, Antartika, Sibirya, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Afrika ve Kuzey Avrupa kara parçalarının bir kısmından oluşmaktaydı. Kıta içerisinde oluşan sıcak ve soğuk akıntılarla kara parçaları ayrılmaya başladı ve Kuzey Amerika, Kuzey Avrupa ve Sibirya kıtalarının ayrılmasıyla Gondvana Kıtası ortaya çıktı. Kambrien Öncesi Dönemin kapanmasından sonra dünya Fanerozoik Döneme girmiştir. Bu dönem dört jeolojik zamandan oluşmaktadır (Lutgens, Tarbuck ve Tasa, 2013: 468-475). Bu jeolojik zamanlardan ilki, 1. Zaman (Palezoik Zaman)'dır. 1. Zaman, 600 milyon yıl önce başlamış ve 375 milyon yıl sürmüş dönemdir. Bilim insanları 1. Zaman'ı altı aşamada incelemektedir. İlk aşama Kambrien Aşamasıdır. Kambrien Aşamasında, Kuzey Amerika'da oluşan kıvrımlar nedeniyle Atlantik ve Pasifik Okyanusları birbirinden ayrılmıştır. İkinci aşama Silürien Aşamasıdır. Silürien Aşamasında, günümüzde Rusya, Kanada ve Sibirya'nın bulunduğu toprak parçaları oluşmuştur. Bu aşamada ülkemizde Zonguldak, İstanbul, Kayseri, Orta Toroslar ve Silifke-

Anamur arasındaki Ovacık bölgesi oluşmuştur. Üçüncü aşama Devonien Aşamasıdır. Devonien Aşamasında, kırmızı kumtaşları, şist, gre ve kalkerler ortaya çıkmıştır. Dördüncü aşama Ordovision Aşamasıdır. Ordovision Aşamasında, Avrupa kıtası oluşarak su üstüne çıkmaya başlamıştır. Beşinci aşama Karbonifer Aşamasıdır. Karbonifer Aşamasında kömür katmanları ortaya çıkmaya başlamıştır. Altıncı ve son aşama Permien Aşamasıdır. Permien Aşamasında yüksek sıradağlar ortaya çıkmaya başlamış ve volkanik faaliyetlerin ilk şiddetli patlaması olmuştur (Akkuş, 1998: 68-69; Doğanay, 2002: 29)

Jeolojik zamanların ikincisi, 2. Zaman (Mesozoik Zaman)'dır. 2. Zaman'da Alp Dağları oluşmaya başlarken bir arada olan kıta kütleleri ayrılmaya başlamıştır. Bilim insanları 2. Zaman'ı üç aşamada incelemektedirler. Bu aşamalardan ilki Trias Aşamasıdır. Trias Aşamasında dünya sıcak bir devir geçirmiştir. Bu devirde kalsiyum, karbonat ve magnezyum ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu aşamada aşamada Kocaeli, Balıkesir ve Amanos dağları oluşmuştur. İkinci aşama Jura Aşamasıdır. Jura Aşamasında Alp dağları ortaya çıkmaya başlamış ve dünyada flora-fauna gelişimi olmuştur. Son olarak üçüncü aşama Kretase Aşamasıdır. Kretase Aşamasında, pek çok kara sular altında kalmış ve günümüzdeki bitkiler ortaya çıkmaya başlamıştır (Akkuş, 1998: 69-70; Doğanay, 2002: 29)

Jeolojik zamanların üçüncüsü ise, 3. Zaman (Tersiyer Zaman)'dır. 3. Zaman'da günümüzdeki yeryüzünün genel hatları ortaya çıkmaya başlamış, Alp ve Himalaya Dağları oluşmaya başlamış ve linyit kömürü oluşumu ortaya çıkmıştır. Bilim insanları 3. Zaman'ı üç aşamada incelemektedirler. İlk aşama Eosen Aşamasıdır. Eosen Aşamasında, Alp Dağları kıvrılmaya başlamış ve volkanik hareketler ortaya çıkmaya başlamıştır. İkinci aşama Oligosen Aşamasıdır. Oligosen Aşamasında Alp Dağlarının oluşumu büyük ölçüde tamamlanırken şiddetli volkanik hareketler meydana gelmiş ve jips, kaya tuzu, kil taşları ve kalın linyit tabakaları oluşmaya başlamıştır. Ayrıca, bu aşamada tortullaşmalar meydana gelmiştir. Üçüncü ve son aşama Neojen Aşamasıdır. Bilim insanları Neojen Aşamasını Miosen ve Pliosen olarak iki kategoriye ayırmaktadır. Miosen Devrinde, Alp-Himalaya kıvrımı günümüzdeki halini almış, Atlantik kıtası sular altında kalmış ve Akdeniz günümüzdeki halini almıştır. Pliosen Devrinde ise, Karadeniz ve Hazar Denizi

oluşmuş ve Doğu ve İç Anadolu Bölgeleri'nde şiddetli volkanik püskürmeler başlamıştır (Akkuş, 1998: 70-71; Doğanay, 2002: 29)

Jeolojik zamanların sonuncusu 4. Zaman (Kuaterner Zaman)'dır. 4. Zaman yaklaşık 1 milyon yıl sürmüş ve sıklıkla iklim değişiklikleri yaşanmıştır. Bu zamanda insan toplulukları ortaya çıkmaya başlamış ve önemli volkanik hareketler olmuştur. Bilim insanları 4. Zaman'ı iki aşamada incelemektedirler. Bu aşamalardan ilki Pleistosen Aşamasıdır. Pleistosen Aşamasında deniz suları çekilmeye başlamış ve dört farklı buzul çağı yaşanmıştır. Ayrıca arkeologlar, Pleistosen Aşamasından kalma insan kalıntılarına rastlamışlardır. Son aşama ise, Holosen Aşamasıdır. Bu aşamada Britanya adası Avrupa kıtasından ayrılmış ve günümüzdeki yeryüzü şekilleri, iklim tipleri, bitki ve hayvan türleri var olmaya başlamıştır (Akkuş, 1998: 71; Doğanay, 2002: 29)

Frig Vadileri, uzun zaman önce oluşan volkanik hareketler nedeniyle meydana gelen pek çok yüzey şekillerinden oluşmaktadır. Volkanik faaliyetler, Türkiye'de yer şekilleri oluşumunda önemli katkıları vardır. Türkiye'de 3. Zaman'da faaliyet gösteren volkanlar, 3. Zaman'ın sonlarında faaliyetlerini arttırmıştır. Bu faaliyetler çeşitli bölgelerde volkanik arazilerin oluşmasına yardımcı olmuştur. Bu volkanik arazilerden biri de Afyonkarahisar ilidir (Pamir, 1948: 142; Kılıç, 1957: 116). Afyonkarahisar ili içerisinde bulunan volkanik bölgelerdeki ignimbirit volkanik kayalardan oluşan volkan tüfleri, rüzgar ve sel suları gibi dış kuvvetlerin de yardımıyla aşınmaya uğramışlardır. Zaman içerisinde aşınan volkan tüfleri peribacalarına dönüşmüşlerdir (Akkuş, 1998: 84; Şahin, 2006: 30; Erinc, 1996: 488-489). Afyonkarahisar ili içerisinde bulunan Frig Vadileri bölgesinde yoğunlaşan peribacaları, turistik çekiciliğe sahip unsurlardır. Bu unsurların benzerleri Nevşehir ilinde bulunan Göreme ve Avanos bölgelerinde de görülmektedir (Güngördü, 2003: 23). Bu bölgeler Frig Vadileriyle kıyaslandığında daha çok turist çeken bölgelerdir (Atalay, 1997: 442; Ekiz ve Yazıcı, 2016: 75). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı Türkiye Turizm Stratejileri 2023 çalışmasında Frig Vadileri ve çevresinin turistik çekicilik unsuru olabilmesi için çeşitli çalışmalarda bulunacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın yayınladığı master planında da Frig Vadileriyle ilgili bir S.W.O.T. analizi sunmuşlardır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2013: 129-131).

Şekil 15. Dağlık Frigya Bölgesi Haritası



Kaynak: www.afyon.bel.tr, 2018

1.1. JEOLJİSİ

Maden Tetkik Arama kurumu 2011 yılında Afyonkarahisar ili içinde bulunan Ihsaniye, Bayat, Şuhut ve Çay ilçelerinde yaptığı çalışmalar üzerine jeoloji raporu sunmuştur (Öcal, Turhan ve Göktaş, 2011: 1). Bu rapora göre, Frig Vadileri ve çevresinin jeolojik geçmişi dördüncü zamana dayanmaktadır. Orta Miyosenden Geç Miyosene kadar Afyonkarahisar bölgesinin volkanitleri, Geç Miyosende ise Seydiler'in volkanitleri oluşmaya başlamıştır. Yine bu dönemde Seydiler İgnibiritleri oluşmuştur. Orta Miyosende oluşan volkanik kül akıntıları batıya doğru gidildikçe azalmaktadır. Volkanik kül akıntılarının neden olan iki volkanik patlama meydana gelmiştir. İlk oluşan patlamada pümis, biyotit, feldspat, kuvars kristalleri ortaya çıkmıştır. İkinci patlamada ise, ortaya çıkan küller erozyonun da etkisiyle

peribacalarının oluşumu başlamıştır. Peribacalarının oluşumuna neden olan diğer bir etmen ise oluşan bloklu küllerin lavlarla birlikte akmasıyla çökme yaşamıştır. Çökme üzerine oluşan göl içerisinde de peribacaları oluşmuş ve bu yapı Köprülü civarında Gebeciler gölsel istifinde bulunmaktadır (Öcal, Turhan ve Göktaş, 2011: 22-26).

Bu bölgeler Üst Kretase-Paleosen zaman dilimindeki sıkışmış tektoniğin etkisinde kalmıştır. Bu süre zarfında kütle olarak yerleşimini gerçekleştirmiş ve Kütahya-Bolkardağı kuşağı kayalarını dilimlemiştir. Bu bölgelerde Kuzey-Güney doğrultuda normal faylar görülür. Bunların dışında Kuzeydoğu ve Kuzeybatı fayları da vardır. Kuzeydoğu yönünde 10km uzunluğundaki Arızlar fayı, Güneydoğu yönüne doğru ilerler. Kuzeydoğu yönünde ilerleyen bir başka fay hattı olan Akharım fayı, 17 km uzunluğundadır ve Güneydoğu yönüne doğru hareket etmektedir. Bu faylar aktif fay kategorisine alınmıştır. Kuzeybatı yönünde 20 km uzunluğunda olan Simav fayının Sinanpaşa segmenti, Kuzeydoğu yönünde ilerlemektedir (Öcal, Turhan ve Göktaş, 2011: 27).

Maden Tetkik Arama kurumunun 2011 yılında Afyonkarahisar ilinin İhsaniye ve Sandıklı, Kütahya ilinin Altıntaş ve Uşak ilinin Banaz ilçelerinde yaptığı çalışmalar hakkında da jeoloji raporu oluşturmuştur (Öcal ve Göktaş, 2011: 1). Rapora göre, bölge bol miktarda volkanik gaz kaçış bacası içermektedir. Afyonkarahisar volkanizması sayesinde Karakaya bazaltı oluşmuştur (Öcal, Turhan ve Göktaş, 2011: 24-25).

Bölgede Kuzeybatı yönünde olan Sultandağı fay hattı, Güneybatıya doğru ilerlemektedir. Kuzey batı yönünde ilerleyen diğer bir fay hattı olan Çobanlar fay zonu ise, Sülümenli ve Telekoğlu mahallelerinden geçmektedir (Öcal, Turhan ve Göktaş, 2011: 28).

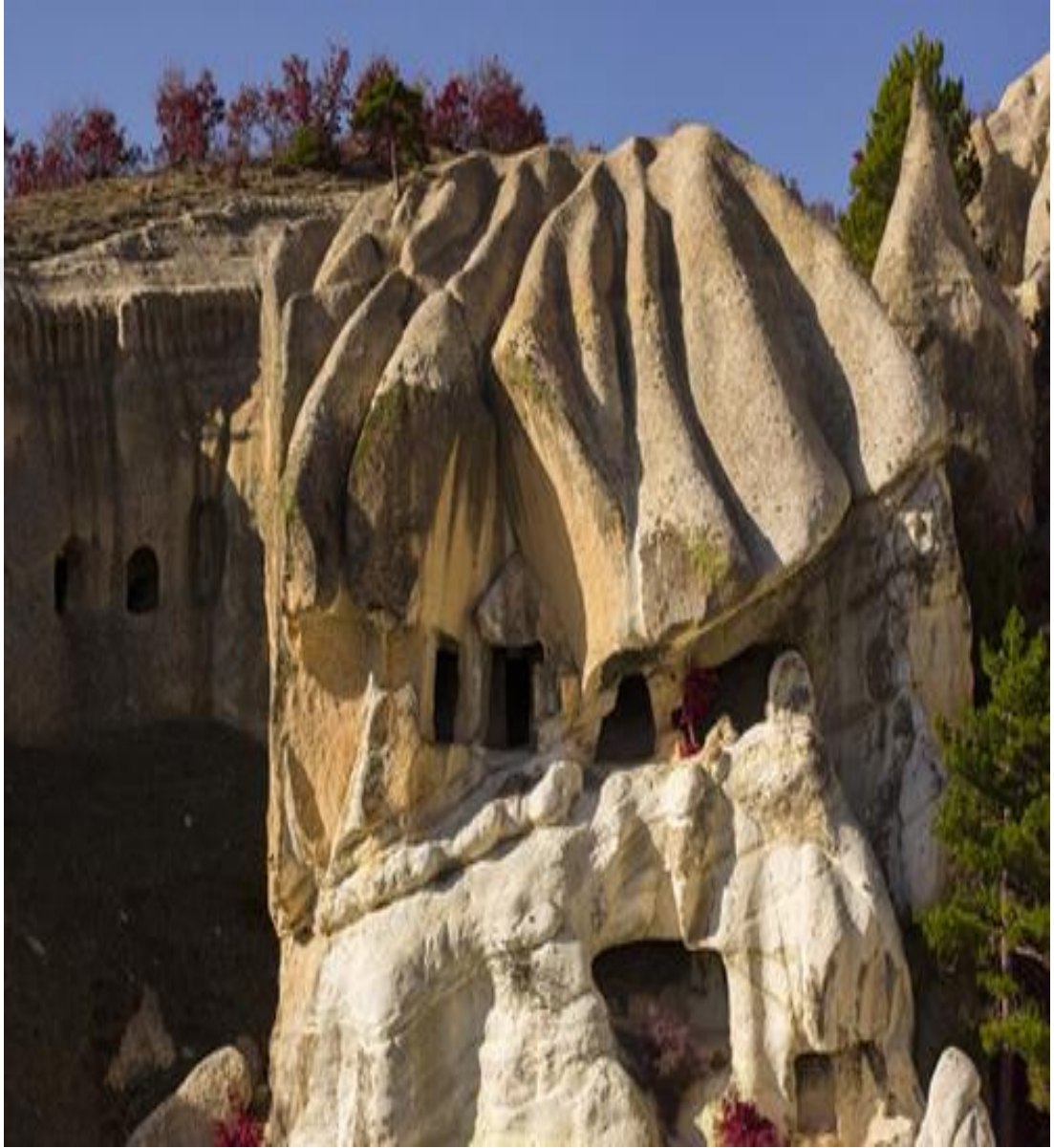
Yapılan araştırmalarda, Afyonkarahisar ilinin Pre-Mezozoik, Mezozoik, Tersiyer ve Volkanit yapı özellikleri incelenmiştir. Pre-Mezozoik yapı, bölgenin en yaşlı kayacıdır. Bu yapılar, Afyonkarahisar Ovasının kuzeyinde geniş kütleler halinde bulunmaktadır. Bölge genelinde Kuzeybatı ve Güneydoğu yönünde uzanmaktadır. Sandıklı ilçesine doğru ilerleyip son bulurlar. Bu yapının Paleozoik ya da daha da eski bir dönemde oluştuğu düşünülmektedir. Bu dönemde İscehisar civarında mermer yatakları oluşmuştur. Mezozoik yapı ise koyu renkli kalkerlerin,

şisti mermerlerin ve dolomitlerin olduğu yapıdır. Bu yapının, üst Permien-alt Trias yaşında olduğu düşünülmektedir. Ancak, bazı kaynaklar bu bölgelerde Mezozoik yapıya dair herhangi bir oluşumun olmadığını belirtmektedir. Mezozoik yapı, Sandıklı ve Şuhut Ovalarının güneyinden başlayarak Güneybatı-Kuzeydoğu istikameti üzerinden Sultandağlarının batısına kadar uzanmaktadır. Tersiyer yapılar, Paleojen dönemde Pre-Tersiyer yapılı arazilerin yükselmesi ve erozyona uğraması sonucunda çakıllı, kalker çimentolu, tabakalı konglomeralardan kalın bir kütle halinde oluşmuştur. Bu yapılar Büyük Sincan ovasının doğusunda ve Küçük Sincan ovasının kuzeyinde bulunmaktadır. Neojen ve Kuaterner döneminde ise, Paleojen dönemin sonunda şiddetlenen alpin hareketlerle ortaya çıkmış tektonik çukurların birikmesiyle ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde oluşan depremler yüzünden çukurlar oluşmuştur. Bu yüzden kalınlıkları çeşitli bölgelerde farklılıklar göstermektedir. Bu çukurlar kuzey taraflarında Kuzeybatı-Güneydoğu hattı ve güneyde Güneybatı-Kuzeydoğu hattı boyunca Kuzey-Güney hattı boyunca ilerlemektedir. Bu dönemde kalker, marn, kil, kum ve konglomeralar oluşmuştur. Volkanit yapılar ise, ortaya çıkan lavların soğuyup aşınma sonucu oluşan malzemelerdir. Bu malzemeler çoğunlukla andezit, trakiandezit, tefrit, trakit, latit, riolit, volkanik tüf, volkanik breş, ignimbirit, aglomera, ponza taşı, selajitik, bazaltik lavlar, piroklastik ve camsı maddelerdir. Volkanit yapılar, Kumalar dağının kuzeyinde andezitik ve riolitik tüfler, aglomeralar, andezit, trakiandezit, trakit ve volkanik breşler olarak, güneybatısında ve doğusunda krater gölü olarak ve güneyinde andezit, trakiandezit, volkanik breş, aglomeralar ve lav domları ortaya çıkmıştır. Küçük Sincan ovasının güney ve kuzeyinde ise bazalt olarak, Afyonkarahisar Ovasında ise asit kalkerli tüfler ve bazalt olarak ortaya çıkmıştır (Ardos, 1978: 7-26).

İgnimbirit volkanik kayalar, Frig Vadileri'nin olduğu Ayazini'nde bulunmaktadır. İgnimbirit, tüflere çok benzeyen, tüflere göre daha kompakt ve daha sert olmalarının yanı sıra beyaz renkli ve bölgede Kuzey-Güney fay hattı boyunca bulunan maddedir. İgnimbirit, içerisinde lav damlası, toz, kül, farklı büyüklüklerde kırıklı mineral parçaları ve lapilli bulundurur. Bu maddelerin her biri İgnimbirit içerisinde yapışarak ve kaynayarak kendine yer bulur. Taş altere olmayan bölümlerinde çok sert, diğer yerlerde yumuşak yüzeyi olan bir maddedir. Kuzey-

Güney fay hattı boyunca bölge İgnimbirit volkanik kayalarla örtülüdür. Ancak, eğim arttıkça İgnimbirit volkanik kayalarla örtülü alan kısmı azalma göstermiştir. Kalınlıkları da değişkenlik göstermektedir. Ayrıca, ignimbirit volkanik kayadan oluşan pek çok tepecik (Peribacası) bulunmaktadır (Ardos, 1978: 47-52).

Resim 1. İgnimbirit İsimli Volkanik Kayadan Oluşan Peribacaları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

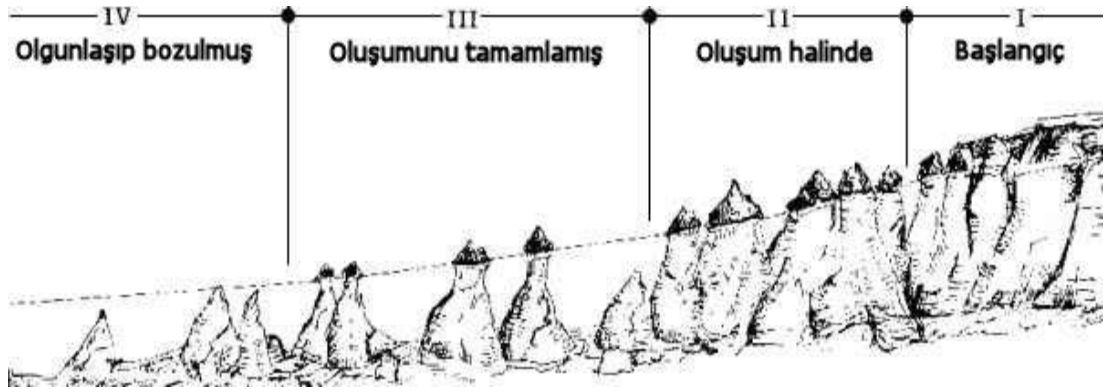
1.2. COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ

Frig Vadileri'nin coğrafyası peribacalarından oluşmaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2012: 134). Peribacalarının bulunduğu topografyaya ise kırgıbayır ismi

verilmektedir. Kırgıbayır, mil ve tuf gibi maddelerin oluşturduğu yamaçlar üzerinde ve yarı kurak arazilerde şiddetli sel hareketleri sayesinde ortaya çıkmış, yarıklı yer şekilleridir. Peribacaları, sel sularının bölgede yarıklar oluşturmaları sonucu kendiliğinden sütunlar halinde yükselmesiyle oluşur. Sütunların yüksekliği birkaç santim ile 20-30 metre arasında değişkenlik göstermektedir. Sütunlar üzerinde çeşitli büyüklükteki kayalar ya da blok taşlar, koruyucu şapkalar görevini üstlenmektedir. Bu kayalar genellikle gevşek ve ince unsurlu olmasının yanı sıra, ara tabakalar içerir ve peribacalarının oluşmasına yardımcı olur. Peribacalarının dik arazilerde, bitki örtüsünden yoksun, şiddetli yağış alan ve şiddetli rüzgarlara maruz kalan bölgelerde bulunması, bu yapıların ortaya çıkmasına yardımcı olan diğer etmenlerdir. Bölgede bulunan kayalar, altında yer edinen ince maddeleri şiddetli sel sularının süpürücü etkisinden onları korur. Bu sayede kayanın bulunduğu alanın çevresi aşınarak alçalır ve altındaki madde zaman içerisinde yükselerek peribacası halini alır. Yükselme sırasında ya da sonrasında üstündeki kayayı kaybeden sütun, zamanla küçülür ve eski halini alır. Lavlar ve Volkanik tüflerden oluşan arazilerin İç Anadolu ve İç Batı Anadolu Bölgelerinde sıkça yer edinmesi, bu bölgelerde peribacası oluşumlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Örneğin, Nevşehir’de bulunan peribacası örnekleri, Ürgüp ve civarında çok miktarda yer bulmuştur. Rakımı yaklaşık 1200 metre olan bir plato içerisinde bulunan ve derin yarıklar sayesinde oluşan vadide ortaya çıkan Neojen tüfleri bulunmaktadır. Bu bölgenin bitki örtüsü seyrek, yağış miktarı az ancak yağış gücü şiddetli ve civarından geçen Kızılırmak ile bölgenin yükselti farklı fazladır (Güngördü, 2003: 23; Akyol ve Arda, 1944: 127; Güner vd. 2007: 114; Atalay, 1997: 442; Doğanay, 1999: 369-371; Erinç, 1996: 488-489).

Yapılan araştırmalara göre, Türkiye’de peribacalarının görüldüğü yerler Afyonkarahisar iline bağlı İhsaniye, İscehisar, Özbek ve Bolvadin, Aksaray iline bağlı Selime ve İhlara, Ankara iline bağlı Abacı ve Kızılcahamam, Erzurum iline bağlı Yoldere, Narman, Çiftlik, Aşkale, Balıklı, Uzundere, Horasan ve Karakurt, Kayseri iline bağlı Soğanlı ve Yeşilhisar, Kırıkkale iline bağlı Hasandede, Uşak iline bağlı Kayaagıl, Manisa iline bağlı Durhasan, Demirci, Yurtbaşı, Kula, Kütahya iline bağlı Yeniköy ve Simav ve Van iline bağlı Yavuz ve Başkale bölgeleridir (Polat ve Güney, 2013: 19).

Şekil 16. Peribacalarının Oluşum Süreci



Kaynak: www.on5yirmi5.com, 2018

Frig Vadilerinde bulunan İscehisar bölgesi, İç Anadolu Bölgesiyle Ege Bölgesi arasında kalan bir bölgede oluşmuştur. Bu yüzden bölgenin denize olan uzaklığı, yüzey şekilleri ve yükseltisi göz önüne alındığında çoğunlukla karasal iklim görülmektedir. Ancak, bölgenin Batı ve Güney kısımlarında ılıman bir iklim hakimdir. Bölge yazları sıcak ve kurak, kışları ise soğuk ve yağışlı geçer. Bölgenin en soğuk ayı Ocak, en sıcak ayı ise Ağustos'tur. Yıllık sıcaklık ortalaması 12° C olan bölgenin sıfır derecenin altında olduğu gün sayısı 80'dir. Kış mevsiminde kar, İlkbahar mevsiminde ise yağmur yağışları görülür. Bölgenin mevsimlere göre yağış yüzdesi hesaplandığında bölgeye yağışların %35'i İlkbahar, %10'u Yaz, %25'i Sonbahar ve %30'u Kış mevsiminde görülür. Bölgenin yıllık yağış ortalaması 460 mm, kar yağışlı gün sayısı 14 ve zeminin karla örtülü ortalama gün sayısı ise 27'dir. Bölgenin doğal bitki örtüsü bozkırdır. Bölgenin Kuzey ve Kuzeydoğu bölgelerinde yükseklik arttıkça bitki örtüsü bozkırdan funda ve ormanlara dönüşür (Iscehisar.gov.tr, 2016).

Bölgenin aylara göre asgari, azami ve ortalama sıcaklık düzeyleri şu şekilde verilmiştir (tr.climate-data.org, 2018):

Tablo 3. Frig Vadilerinde Bulunan İhsaniye Bölgesinin Yıllık Sıcaklık Haritası

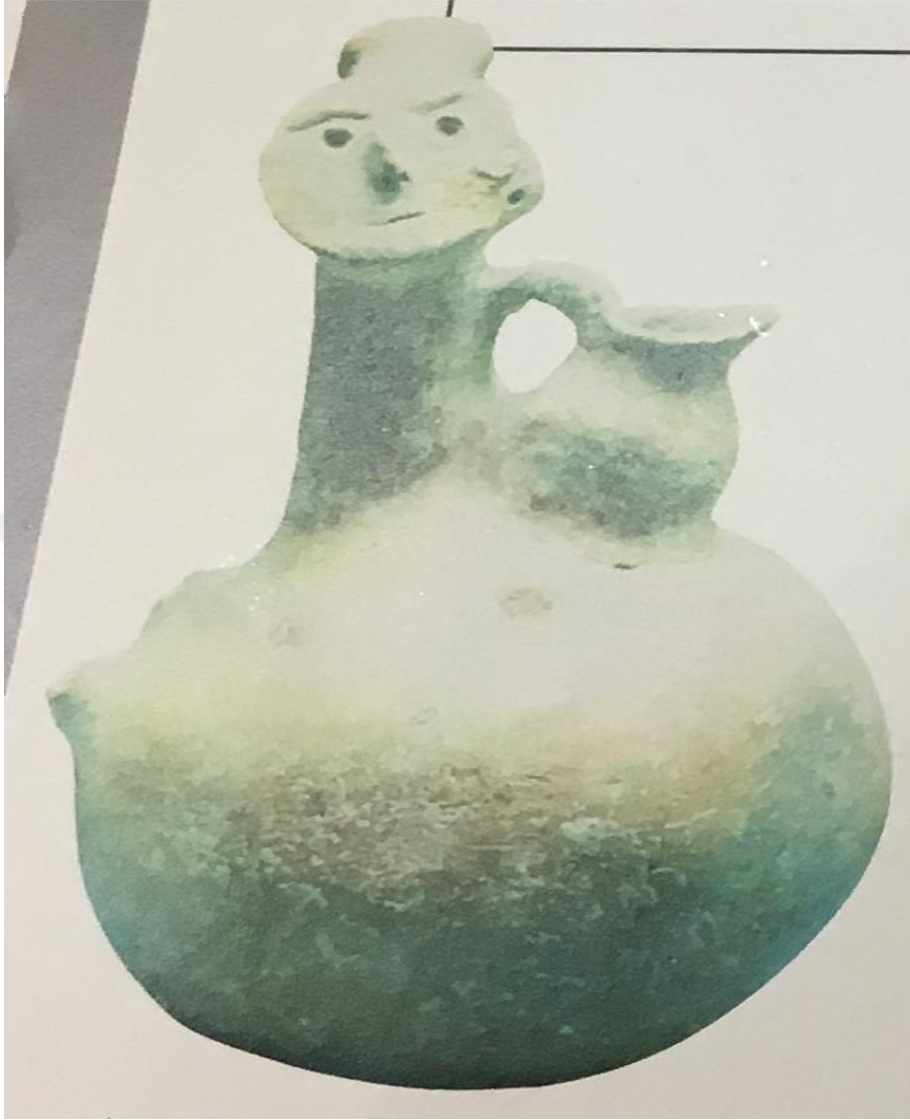
Sıc./Ay	Oca.	Şub.	Mar.	Nis.	May.	Haz.	Tem.	Ağu.	Eyl.	Eki.	Kas.	Ara.
Asg.	-3,4	-2,4	-0,1	3,9	7,7	10,9	13,4	13	9,4	5,4	1,6	-1,1
Aza.	3,7	5,5	10,2	15,4	20,2	24,5	27,9	27,7	23,9	17,7	11,6	5,6
Ort.	0,1	1,5	5	9,6	13,9	17,7	20,6	20,3	16,6	11,5	6,6	2,2

Kaynak: tr.climate-data.org, 2018

1.3. TARİHİ ÖZELLİKLERİ

Afyonkarahisar ili ve çevresi tarih boyunca geçiş noktası olarak kullanılmış, Doğu ile Batı ve Kuzey ile Güney arasında köprü görevini üstlenmiştir. Bölgede stratejik bir noktaya sahip olan Afyonkarahisar ili ve çevresi, Anadolu coğrafyasına sahip olmak isteyen her medeniyet için öncelikli ele geçirilmesi gereken bölge olarak görülmüştür. İ.Ö. 301 yılında yapılan İpsos Savaşı, 1176 yılında yapılan Miryakefalon Savaşı ve 1922 yılında yapılan Büyük Taarruz Savaşı gibi pek çok savaşa ev sahipliği yapmıştır. Hititler Arzava seferine Afyonkarahisar üzerinden geçmiş, Frigler bu bölgeyi yurt edinmiş, Persler merkezlerini Dinar olarak benimsemiş, Romalılar ticaret yolunu bu bölge üzerinden şekillendirmiş, Bizanslılar Emirdağ'ı askeri üs olarak değerlendirmişler, Araplar ve Türkler tüm Anadolu'nun fethedilmesi için önce Afyonkarahisar'a saldırmış, Selçuklular bu bölgeyi üs olarak kullanmış, Osmanlı Devleti Karamanoğullarını yıkmak için bu bölgeden saldırmış ve Anadolu'da egemenliğini perçinlemek isteyen Yunan kuvvetleri Afyonkarahisar ve çevresini üs olarak kullanmışlardır. Afyonkarahisar ve çevresinin stratejik önemi, pek çok medeniyetin bu bölgede yerleşmesine neden olurken bu medeniyetlere ait eserler de Afyonkarahisar ve çevresinde arkeolojik araştırmalar sonucunda ortaya çıkartılmıştır. Afyonkarahisar iline bağlı İncehisar ilçesinin Alanyurt kasabasında İ.Ö. 3000 yılında yapıldığı düşünülen ve dönemin Tanrıçası Bavurdu'nun simasını gösteren Bavurdu Testisi bulunmuştur (Yüksel, 2007: 12).

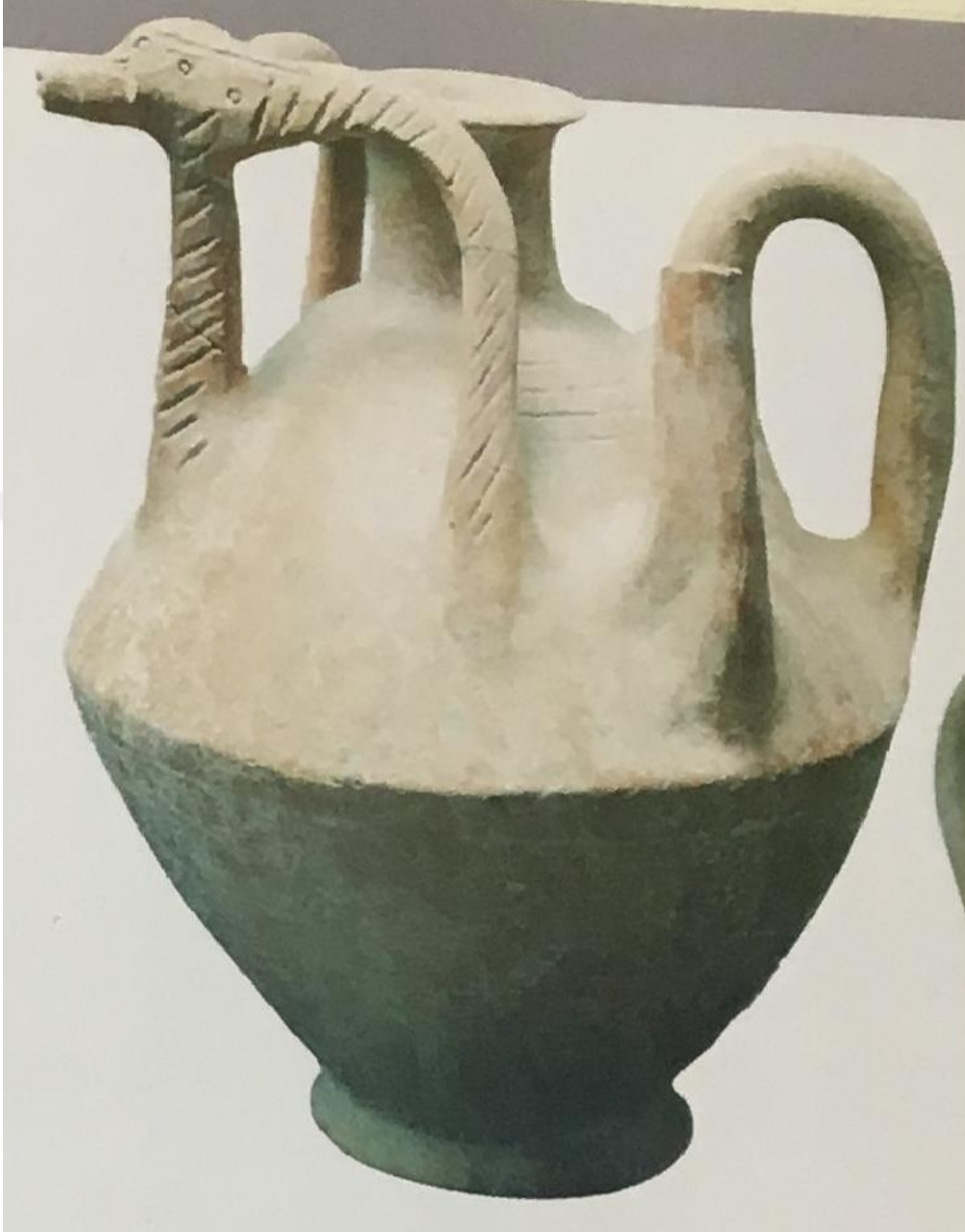
Resim 2. Tanrıça Bavurdu'nun Simasının İşlendiği Bavurdu Testisi



Kaynak: Yüksel, 2007: 12

Yapılan bir diğer arkeolojik çalışmada, Seydiler bölgesinde bulunan Yanarlar Mahallesi'ndeki Hitit Mezarlığında İ.Ö. 2000'lerde Hititler tarafından yapıldığı düşünülen Antilop Başlı Emzikli Testi ve İnsan Başlı, Erkeklik Organı Şekilli Emzikli Testi bulunmuştur. 19. Yüzyılda Afyonkarahisar ve çevresinde çalışmalarda bulunan İngiliz araştırmacı, tarihçi ve arkeolog Sir William Mitchell Ramsay, Afyonkarahisar iline bağlı İhsaniye ilçesindeki Beyköy bölgesindeki höyükte Hititlere ait Hiyeroglif yazılı bir obelisk bulmuştur. Ancak, sonraki süreçte obeliske ait herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır (Yüksel, 2007: 13).

Resim 3. Antilop Başlı Emzikli Testi



Kaynak: Yüksel, 2007: 13

500 yıllık Hitit egemenliğinden sonra Afyonkarahisar ve çevresine yerleşen Frigler, bu bölgede kendi kültürlerine ait pek çok eser bırakmışlardır. Yapılan arkeolojik kazılarda ve çalışmalarda Seydiler, Ayazini, Göynüş Vadisi ve Döğer Bölgelerinde Açık hava Tapınakları, Frig Kaya Anıtları, Ana Tanrıça Kibele Kabartmaları, Aslan Kabartmaları, içerisinde mezar odalarının bulunduğu çeşitli Tümülüsler, Fibula, süs plakları, hamam taşları, mobilya parçaları ve demirden

yapılmış ok uçları bulunmuştur. Friglerin kaya kabartmalarına olan ilgisinin araştırıldığı çalışmaya göre Frigler, Ana Tanrıça Kibele'nin doğa içerisinde bulunduğu düşüncesiyle Kibele'yi mağara ve kayalık yerlerde aradıklarından bu bölgelere Kibele'nin kabartmalarını yapmışlardır. Aslan kabartmaları ise, Kibele'nin aslanlar tarafından korunduğu ve bu yüzden kutsal bir varlık olduğunu düşündükleri için aslanları da kabartma figürü olarak kullanmışlardır (Yüksel, 2007: 13-14).

Resim 4. Frig Döneminde Yapılmış Kaya Anıtı



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Friglerin ardından Afyonkarahisar ve civarına hükmeden Lidyalılar, Pers İmparatorluğu ve Büyük Makedonya İmparatorluğu'ndan sonra bölge, İ.Ö. 30'da Romalıların egemenliği altına girmiştir. Bu dönemde Afyonkarahisar ve civarı, Frigya ve Caria olarak iki bölgeye ayrılmıştır. Sonrasında Frigya kısmı Frigya Prima ve Frigya Salutaris (Şifalı Frigya) olarak ikiye ayrılarak bu isimler verilmiştir. Günümüzdeki ismi Şuhut olan Synnada, Frigya Salutaris'in merkezi şehri olarak tayin edilmiştir. Bölge büyüyerek çeşitli yerleşim alanları eklenmiştir. Bu dönemde

Aquage Germ (Ömer-Gecek Kaplıcaları) ve Leontos Kome (Aslanlı Su Kaynağı Köyü-Gazlıgöl Kaplıcaları) hem önemli yerleşim alanları hem de önemli şifalı su kaynakları olarak görülmüştür (Yüksel, 2007: 14-15).

Yaklaşık 400 yıllık Roma İmparatorluğu egemenliğinden sonra, Afyonkarahisar ve çevresi 395 yılında Bizans İmparatorluğu himayesine geçmiştir. Bu dönemde Afyonkarahisar ili Salutaris olarak adlandırılmıştır. Afyonkarahisar ve çevresi ise ikiye bölünüp Frigya Secunda ve Frigya Salutaris olarak adlandırılmıştır. Bizans İmparatorluğu döneminde Amorium (Emirdağ-Hisarköy) bölgesi önemli yerleşim yerlerinden biri haline gelmiştir. Ayrıca, Afyonkarahisar ve çevresi İstanbul (Konstantinopole)'dan sonra ikinci büyük askeri bölge haline gelmiştir. 610 yılında, önce Acemler Afyonkarahisar ve çevresini istila etmiş, sonrasında da Arap istilası baş göstermiştir. 1176 yılında yapılan Miryakefalon Savaşı sonucunda Afyonkarahisar ve çevresi Türklerin egemenliğine girmiştir. Bizans İmparatorluğu dönemine ait elde edilen bilgilere göre, bu döneme ait pek çok oyma kilise ve mabet olduğu ortaya çıkmıştır (Yüksel, 2007: 15-16).

1.4. DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİNİN 2023 TURİZM STRATEJİLERİNDEKİ YERİ

Frig Vadileri'nin geliştirilmesi ve tanıtımının yapılması için çeşitli çalışmalarda rol üstlenen bir diğer kurum da Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, bölgenin gelişmesi ve tanıtımının yapılması için pek çok proje geliştirmektedir. Bu projelerden biri de 2007 yılında yayınlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013'tür. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023 yılına kadar dokuz adet turizm gelişim bölgesi oluşturmayı hedeflemektedir. Bu gelişim bölgelerinden biri de Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında 2. Eylem Planı başlığı altında geçen Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi oluşturmaktır. Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi dışında, Sağlık Turizmi ve Termal Turizm ile Turizmde Karayolu Ulaşımında Güvenliğin ve Erişim Kapasitesinin Arttırılması başlıkları altında Frig Vadilerini doğrudan ya da dolaylı şekilde ilgilendiren konular da vardır. Buna göre (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 52-72; Özdemir ve Kervankıran, 2012: 136-137):

- Frigya Turizm Gelişim Bölgesi önemli bir Doğa ve Kültür turizmine sahiptir. Kültür Turizmine yönelik bu potansiyel kazı, restorasyon, alan düzenlemeleri ve benzeri çalışmalarla turizme kazandırılacaktır.
- Bölgenin diğer turizm türleri ile entegrasyonu sağlanacak ve Frigya Turizm Gelişim Bölgesi'nde, ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılarak büyük çaplı Termal Turizm Kentleri gerçekleştirilecektir.
- Bölgenin orta ve uzun vadede termal turizmde ülkemizin ve dünyanın en önemli turizm bölgesi olması için Kütahya-Altıntaş'a havaalanı önerisi yer almaktadır. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin termal, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla arttırılacaktır.
- Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.
- İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda Alternatif Turizm türlerinin nitelikli bir biçimde gerçekleştirilmesi hedeflenecektir.
- Turizmin çeşitlenmesi ve tüm yurda yayılması kapsamında ana bölünmüş yol güzergahlarının fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir. Bu projeler kapsamında Ankara-Afyonkarahisar-Uşak-İzmir hattı ve Afyonkarahisar-Kütahya-Bursa-Balıkesir (Bursa-Erdek) hattı oluşturulacaktır.
- Öncelikli olarak dört bölge için termal turizm master planı hazırlanacaktır. Bu dört bölgeden biri olan Frigya Bölgesinde, Afyonkarahisar, Ankara, Uşak, Kütahya ve Eskişehir illeri vardır. Bu bölgelerde termal turizm merkezleri belirlenecek ve termal turizmin altyapı ve üstyapısının geliştirilmesine yönelik stratejiler hayata geçirilecektir.

1.5. DAĞLIK FRİGYA BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU

Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın hazırladığı Afyonkarahisar İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023'te, Frig Vadileri'nin günümüzdeki durumuna dair

bir S.W.O.T. analizi hazırlamıştır. S.W.O.T. analizi, çeşitli araştırmalar sonucunda üzerine çalışılan bir alan ya da bölgenin güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra bu alan ya da bölgenin sahip olduğu fırsatların ve tehditlerin anlatıldığı raporlardır. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, bu çalışmada S.W.O.T. analizinin yanı sıra, bölgede Doğa Turizminin geliştirilmesi için çeşitli önerilerde de bulunmuştur. Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın hazırladığı Afyonkarahisar İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023'e göre (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2013: 129-131):

Tablo 4. Frig Vadileri'ne Ait S.W.O.T. Analizi

Afyonkarahisar İli Vadileri S.W.O.T. Analizi		
Vadi Adı	İlçesi	Bilinirlik
Frig Vadileri	- İhsaniye - Bayat - İscehisar'ın tamamı - Merkez, Bolvadin ve Emirdağ ilçelerinin bir kısmı	Bölgesel Seviyede
Güçlü Yönleri		Zayıf Yönleri
- Bölgenin Kapadokya'ya benzemesi - Bölgenin çam ormanları, göller ve yaylalarla bir arada olması - Bölgenin Doğa ve Kültür Turizmi potansiyelinin olması - Bölgede ve civarında jeo-termal kaynakların olması - Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya valilikleri tarafından kurulan FRİGKÜM'ün olması		- Bölgede bulunan unsurların turistik değere dönüştürülememiş olması - Bölgede konaklama imkanlarının yetersizliği - Bölge tanıtımının az yapılması - Bölgede altyapı ve üstyapı eksikliklerinin bulunması - Bölge tanınırlığının yetersiz olması
Fırsatlar		Tehditler
- Bölgenin Doğa ve Sağlık Turizmi açısından önemli bir yere sahip olması - Bölgede pek çok tarihi, doğal ve kültürel unsurun var olması - Bölgedeki turistik değerlere yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün		- Bölgede bulunan turistik ve kültürel unsurların iyi korunamaması - Bölgenin define avcıları tarafından macera alanı olarak görülmesi - Bölgedeki doğal, kültürel ve turistik unsurların bölge halkı

ilgi göstermeye başlaması • Bölgenin Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Master Planı'nda belirtilen Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi içinde yer alması • Bölgenin termal turizmin geliştirilmesi için oluşturulan Termal Turizm Kentleri Projesi'nde ilk olarak geliştirilecek bölgeler arasında yer alması	tarafından depo ve hayvan barınağı olarak değerlendirilmesi
---	---

Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın bölgenin güçlü yönlerinden ve fırsatlarından yararlanılarak zayıf yönlerinin ve tehditlerin ortadan kaldırılması ve doğa turizminin güçlendirilmesi için şu önerileri sunmuştur (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2013: 131-132):

- Bölgede Kültür Turizminin geliştirilmesi için kazı, restorasyon, alan düzenleme ve benzeri çalışmaların yapılması gerekmektedir.
- Bölgede bulunan diğer turizm türleri birbiriyle entegre edilmelidir.
- Frigya Turizm Gelişim Bölgesinde bulunan ulaştırma bağlantılarının çeşitlendirilmesinin sağlanması ve bu bağlantıların sahip olduğu özelliklerin güçlendirilmesi gerekmektedir.
- Bölgedeki gelişim süreci planlı ve sürdürülebilirlik çerçevesi içinde yürütülmelidir.
- Bölgenin hem ülke içinde hem de ülke dışında tanıtımı yapılmalıdır.
- Bölgede bulunan kültürel miras unsurlarıyla arkeolojik çalışmalarla elde edilecek potansiyel kültürel miras unsurlarının korunmasına özen gösterilmelidir.
- Bölgede bulunan ya da arkeolojik çalışmalarla elde edilecek potansiyel kültürel miras unsurlarının korunması için hem yerel halkın hem de yetkili mercilerin bilgilendirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

1.6. FRİG VADİLERİ VE KRAL YOLU İLE İLGİLİ YAPILMIŞ BİLİMSEL ÇALIŞMALAR

Yapılan araştırmalarda, Dağlık Frigya Bölgesi ve Kral Yolu'nun turizmle ilişkisi hakkında yazılmış yüksek lisans tezleri, makaleler ve bildiriler olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın bu kısmında sırasıyla yüksek lisans tezleri, makaleler ve bildirilerden ulaşılmış olanlar incelenmiştir.

SEYHAN (2014)'ın yılında yazdığı Frigya Bölgesinin Kültürel Miras Kapsamında Değerlendirilmesi isimli yüksek lisans tezinde yazar, bir kültürel miras modeli oluşturmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda yerel halk, yerel yönetimler ve turistlerden oluşan görüşmeci grubundan görüşme yöntemiyle veriler elde etmiştir. Elde edilen verileri alan yazınından ulaşılan verilerle değerlendirmiştir. Yapılan işlem sonucunda var olan kültürel miras geliştirme modelinden faydalanarak beş adımlı kültürel miras modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan model hakkında ilgili görüşmecilerle görüşmeler gerçekleştirmiş ve modelin bölgeye katkı sağlayacağı sonucuna varılmıştır.

DOĞANTAN (2014)'ın yılında yazdığı Frigya Bölgesine Alternatif Konaklama Tesisi Önerisi: Karavancılık isimli yüksek lisans tezinde yazar, Dağlık Frigya Bölgesi'nde bulunan Karaören ve Yapıldak Baraj Göletleri çevresinde belirlenen alanların Kamp-Karavan Turizmi için uygunluğunun değerlendirilmesi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda gözlem, görüşme ve Delfi yöntemleriyle veri elde etmiştir. Delfi yöntemiyle Kamp-Karavan Turizmine uygun destinasyonların sahip olması gereken özellikleri belirlemiş, gözlem ve görüşme yöntemleriyle bölge için değerlendirmelerde bulunmuştur. Çalışmanın sonucunda her iki bölgenin de Kamp-Karavan Turizmi için uygun olduğu ancak bölgede bu durumu desteklemek için üstyapı olanaklarının arttırılması gerektiğini belirtmiştir.

AŞILIOĞLU ve MEMLÜK (2010)'ün yılında kaleme aldıkları Frig Vadisi Kültür Mirası Alanlarının Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi isimli makalelerinde Dağlık Frigya Bölgesi'nde kültür mirası alanlarının belirlenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amacına ulaşabilmesi adına yazarlar tespit ve tecili yapılmış kültürel unsurları sayısal haritalara işlemişler ve Simon Prosedürüne göre

önem sırası dikkate alınarak puanlama yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda, kültürel unsurlar olduğu alanları ön plana çıkarılmıştır.

ÖZKAYMAK, YILDIZ, KARABAŞOĞLU, BAĞCI ve BAŞARAN (2017)'ın yılında ortaklaşa yaptığı Seydiler (Afyonkarahisar) ve Çevresinin Jeo-Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi isimli makalede yazarlar, Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde bulunan Seydiler kasabası ve çevresinin Jeo-Turizm potansiyelini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu amaçlar doğrultusunda yapılan araştırmalarda var olan yedi doğal oluşumun Jeo-Sit özellikleri taşıdığı ve bu alanların Jeo-Turizm açısından önemli olduğu sonucuna varmışlardır.

EKİZ ve YAZICI (2016)'nın yılında yazdığı Termal Turizmde Farklı Bir Destinasyon: Jeo-Turizm (Afyonkarahisar Örneği) isimli çalışmada Dağlık Frigya Bölgesi'nin Jeo-Turizm potansiyelinin önemi ve gerekliliğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Alanda arazi çalışması yapılmış ve bölgede Termal Turizm ve Jeo-Turizmi bir arada kullanılması sonucuna varılmıştır.

KERİMOĞLU ve ÇIRACI (2008)'nin yılında kaleme aldıkları Sustainable Tourism Development and A Governance Model for Frig Valley isimli makalede yazarlar muhtemel modelin bölgeler arası ağ bağlantısını ve kurumsal partnerliğin geliştirmesi amaçlanmıştır. Çalışma için anket yöntemi kullanılmış ve sonucunda kurumların ve kişilerin de benzer bir çalışma modelini oluşturmak istedikleri ortaya çıkmıştır.

BEKTÖRE, KORKMAZ, ERŞEN ve ATAK (2018)'in yılında yazdıkları Frig Vadisi Potansiyel Kamp Alanları ve Rotalarının CBS Aracılığıyla Belirlenmesi isimli makalede yazarlar Dağlık Frigya Bölgesinde Kamp-Karavan Turizmine uygun alanların belirlenmesini amaçlamışlardır. Coğrafi Bilgilendirme Sistemleri vasıtasıyla alanlar belirlemişlerdir. Sonucunda bölge içerisinde uygun yerler için rotalar belirlemişlerdir.

YÜKSEK, İSTANBULLU-DİNÇER ve DİNÇER (2017) 'in yılında birlikte oluşturdukları Seyitgazi İlçesi Paydaşlarının Sürdürülebilir Turizm Farkındalıkları isimli bildiride amaç, Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde bulunan turizm kaynaklarını

belirlemek ve paydaşların düşüncelerini anlamaktır. Çalışmanın sonucunda paydaşlarla görüşülerek bir S.W.O.T. analizi oluşturulmuştur.

YURDAKUL ve TÖRE-BAŞAT (2018)'ın yılında yazdıkları Antik Rotaların Turizm Açısından Yeniden Canlandırılması: Kral Yolu-Frig Vadisi için Frig Yürüyüş Yolu Önerisi isimli bildiride yazarlar Dağlık Frigya Bölgesi'nin turizm potansiyelini arttırmayı ve bölge içerisindeki unsurları gelecek nesillere aktarmayı hedeflemişlerdir. Bu doğrultuda, Kral Yolu ve Frig Vadilerinin tanıtılmasının turizm potansiyelini arttıracığı sonucuna ulaşmışlardır.

1.7. TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERİN DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİNDE STRATEJİK PLANLAMA VE AVANTAJLARI

Stratejik planlama, önceden belirlenen stratejileri hayata geçirmek için organizasyonu yapılmış metotları oluşturmak ve örgütün hedeflerine ulaşması için yeni stratejilerin yaratılma sürecidir (Russel ve Russel, 2005: 10). Stratejik planlama yapılırken bu süreçte amaçları içeren sonuçlar, vizyon, strateji, amaçlar, değer önerisi, işletme modeli gibi kavramlar dikkate alınır (Abraham, 2012: 13). Bunların dışında örgüte ait ilke ve değerler, iç ve dış çevre analizi, SWOT analizi, eylem planları, performans ölçümü gibi faktörler de dikkate alınır (Küçüksüleymanoğlu, 2008: 404). Analizin tablosu şu şekildedir (DPT, 2006: 5):

Tablo 5. Stratejik Planlama Süreci

• Plan ve Hazırlanma • Paydaş Analizi • SWOT Analizi	Durum Analizi	Bulunulan Yer
• Kurulma ve Ortaya Çıkma Nedeni • Temel Kavramlar	Görev ve İlkeler	Hedeflenen Yer
• Hedeflenen Nokta	Vizyon	
• Orta Vadeli Amaçlar • Özel, Somut ve	Amaç ve Hedefler	

Makul Hedefler		
• Amaç ve Hedefe Erişme Yolları	Planlar	Hedeflenen Noktaya Ulaşma Yolları
• İş Planı • Maliyet Hesabı • Performans • Bütçe Hesabı	Uygulama ve Proje	
• Rapor Oluşturma • Mukayese	Gözlem	Değerlendirme
• FeedBack • Ölçeği Belirleme • Performans Sonuçları • Sonuç-Değerlendirme	Ölçme-Değerlendirme	

Stratejik planlama, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de örgütün hedeflerine ulaşabilmesi adına uygulanan yöntemlerden biridir. Yapılan araştırmalar neticesinde stratejik planlamanın pek çok avantajı bulunmaktadır. Bu avantajlar aşağıda şu şekilde sıralanmıştır (Simerson, 2011: 4-5);

1. Kısa vadede fazlasıyla ihtiyaç duyulan yoğunlaşma ve yöntemi sağlar.
2. Pazarı yönetecek temel kararların alınması için yeni organizasyonlara izin verir.
3. Tanımlanan, belirlenen ve süre verilen sürecin gözden geçirilmesi için var olan organizasyonlara izin verir.
4. Organizasyonun geçmişi, bugünü ve geleceğiyle ilgili stratejik bir şekilde düşünme ve bir adım geri atma fırsatı verir.
5. Organizasyonun müşterilerin ve ortakların ihtiyaç ve beklentilerini karşılama yeteneğine ve bunlarla ilgili sorulara cevap verilmesine izin verir
6. Organizasyonun geleceğini gözden geçirme ve sorgulama şansı verir.

7. Belirlenen amaçlara erişmeye ve organizasyonun stratejik niyetine yardımcı olan taslak, taktik ve stratejilerin belirlenmesine izin verir
8. Optimal başarıya ulaşılması için ihtiyaç duyulan kaynakların belirlenmesini sağlayan organizasyona erişim fırsatı verir.
9. Beklenmedik durumların çözümünün nasıl belirleneceğini kararlaştıran avantajların belirlenmesine ve organizasyonun performansını etkileyebilecek muhtemel olmayan, beklenmedik ya da planlanmamış olumsuz durumların ortaya çıkartılmasına izin verir.
10. Çeşitli paydaş gruplarına sahip organizasyonların sunulmasını seçmenin yanı sıra yaygın seçenekli organizasyonların girişi, yönetilmesi ve içerilmesi için gerekli harika ortamları temin eder.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TARİHİ TİCARET ROTALARININ ALTERNATİF TURİZM FAALİYETLERİ KAPSAMINDA TURİSTİK DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ KAPSAMINDA BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın yöntem kısmında öncelikle araştırmanın amacı ve önemine yönelik bilgilendirmeler yapılmıştır. Ayrıca, kullanılan nitel araştırma yöntemlerinin neden kullanıldığına ve görüşme yönteminin neden veri toplama aracı olarak kullanıldığına detaylı bir şekilde değinilmiştir. Ardından araştırmanın kısıtlarından bahsedilip araştırma yaklaşımı ve paydaş teorisi derinlemesine ele alınmıştır.

Araştırmanın evren kısmında paydaşların belirlenmesine, görüşmede kullanılan soru formunun oluşturulmasına ve görüşme sorularına ve görüşmelere dair bilgiler sunulmuştur.

Bulgular kısmında paydaşlarla yapılan görüşmelerin sonuçları değerlendirmeye alınarak SWOT analizi oluşturulmuştur. Ayrıca, bu bölümde doğrudan ve dolaylı pazarlama faaliyetleri belirlenerek model önerisi geliştirilmiştir. Dolaylı pazarlama faaliyetlerinde, araştırma alanında yürütülen çeşitli Alternatif Turizm türlerine yönelik araştırmalardan, Kral Yolu'na yönelik araştırmalardan ve arz olanaklarına dair araştırmalardan faydalanılarak Kral Yolu'nun turistik bir değer olarak kullanımına yönelik model önerisi oluşturulmuştur.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma, Frig Vadileri ve Kral Yolu’nuturistik değerlere dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Alternatif Turizm türleri arasında bulunan kültür turizmi, kültürel miras turizmi, ipek yolu turizmi, gastronomi turizmi, atlı doğa yürüyüşü, eko-turizm, rekreasyonel turizm ve inanç turizminin bölge içerisinde potansiyeli olduğu için bu türlere yönelik araştırma soruları hazırlanmıştır.

Araştırmanın alt amacı ise, bölgede yaşayan yerel halkın sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel unsurlarını geliştirmek ve arttırmaktır. Yerel halkın bölgede tarım ve hayvancılık üzerine bir ekonomi faaliyeti yürüttüğünden turizm girdileriyle gelirlerinin artırılması ve turizmin bölgede yakın zaman içerisinde yeni fırsatlar oluşturmaya başlamasından dolayı bölgede turizmin geliştirilmesi için araştırmalar yapılmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Araştırma, turizme yakın zaman içerisinde kazandırılmaya çalışılan Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde yürütülmektedir. Bölge içerisinde çok sayıda somut kültürel miras unsurlarının bulunması ve bölgenin Kapadokya’ya benzer doğal ve kültürel unsura sahip olması çalışmayı önemli kılmaktadır.

Bölgenin Kapadokya’dan daha geniş sınırlara sahip olması ve Kapadokya olmayan dağ, orman, göl, termal sular gibi farklı unsurları bünyesinde barındırması araştırmanın önemini arttırmaktadır. Bölgenin Afyonkarahisar, Kütahya, Eskişehir ve kısmen Ankara illeri arasında bulunmasından dolayı bu bölgede yaşayan yerel halk sayısı Kapadokya’ya göre çok daha fazladır. Araştırma, bölgede yaşayan yerel halkın ekonomik gücünü artırma ve ekonomik faaliyetlerini çeşitlendirme amacı taşıdığından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırma, bölgede bulunan doğal ve kültürel unsurların korunması ve güçlendirilmesi amacı taşıdığından turizm faaliyetleri için önem arz etmektedir. Bölge içerisinde Frig, Geç Roma ve Erken Bizans dönemine ait pek çok kültürel unsur bulunmaktadır. Ayrıca, bölge içerisinde muhtelif yerlerde doğal unsurlar da bulunmaktadır. Bu unsurlar hem defineciler hem de bilinçsiz kullanım yüzünden

zarar görmektedir. Zararların minimize edilmesi ve faydanın arttırılıp güçlendirilmesi için araştırmalar yapılmıştır.

Yapılan araştırma, daha önce çalışılmamış ve farklı faaliyetlerin hayata geçirilmesi için önemlidir. Dünyada tüketici ihtiyaçlarının değişmesi farklı turizm türlerinin doğmasını sağlamıştır. Bölgede bulunan unsurların nicel olarak fazla olması bölgede çeşitli ve farklı turizm türlerinin hayata geçirilmesi açısından önemlidir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada ulaşılan veriler gözlem ve görüşme yöntemleriyle elde edilmiştir. Araştırmanın büyük kısmında görüşme yöntemi kullanılırken küçük bir bölümünde gözlem yapılarak gözlemlenen yerler fotoğraflanmıştır.

Nitel yöntemler, belli bir konu üzerinde araştırma yapılmasıyla o konunun “*Ne kadar*” ya da “*Ne kadar iyi*” olduğunu ortaya çıkartan bir yöntemdir (Büyüköztürk vd. 2008: 200).

Gözlem, önceden belirlenmiş kişi, yer, olay, nesne, durum ve olguya ait bilgilere ulaşmak için belirli kriterlere göre yapılan araştırmadır (Karasar, 1995: 156; Yıldırım ve Şimşek, 2003: 127).

Görüşme, önceden belirlenmiş amaçlara ulaşmak için araştırma konusu hakkında bilgi sahibi olan kişi veya deneklerle soru sorma ve yanıt alma şeklinde oluşturulan, karşılıklı ve etkileşimli bir veri toplama sürecidir. (Yıldırım ve Şimşek, 2003: 93-99).

4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Araştırmanın öncelikli kısıtı paydaşlardır. Görüşme yapılan paydaşların belirlenmesi, randevu alınması ve görüşmelerin gerçekleşmesi oldukça uzun zaman almıştır. Görev aldıkları kurumlara ya da bulundukları lokasyonlara erişilmesi, buralarda insanlarla belirli bir süre zarfı içerisinde görüşmelerin yapılması, iletişim ve maliyet anlamında diğer kısıtlamaları oluşturmaktadır.

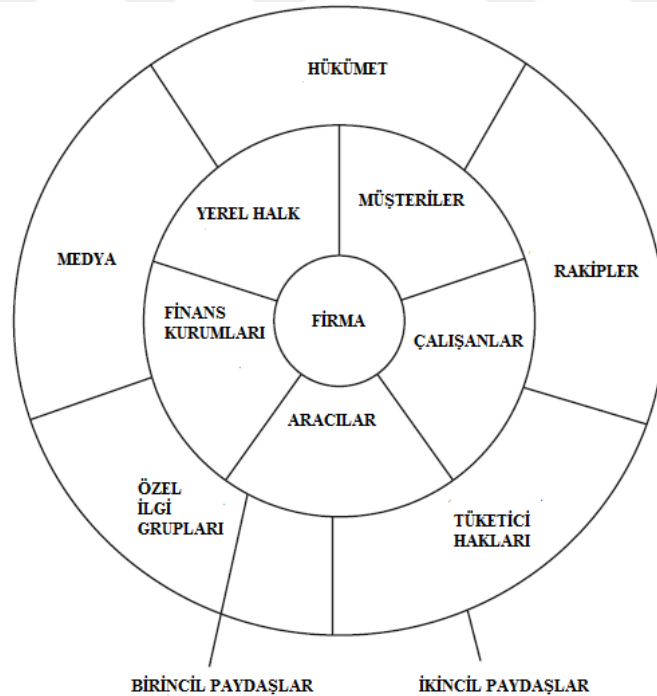
5. ARAŞTIRMANIN EVRENİ

Araştırmanın evrenini Afyonkarahisar ili içerisinde bulunan İhsaniye belediyesi, il merkezi ve İhsaniye ilçesine bağlı köylerde bulunan yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, karar vericiler ve yerel halk oluşturmaktadır. Bu kişilere telefon ve e-mail yolu ile ulaşılarak randevu alınmış ve ziyaret edilerek görüşmeler yürütülmüştür. Toplam görüşülen paydaş sayısı 20'dir. Görüşme yapılan paydaşlar, araştırma yapılan konuya ve bölgeye hakim, bölge hakkında yeterli bilgiye sahip ve görüşlerine önem verilen kişiler arasından seçilmiştir.

6. ARAŞTIRMANIN YAKLAŞIMI VE PAYDAŞ TEORİSİ

Paydaş, örgütün belirlenen amaçlara ulaşması için örgüte çeşitli durumlarda fayda sağlayabilen çıkar ve beklentilere sahip her kişi, kurum ve kuruluşlardır (Demirel, 2013: 150; Freeman vd. 2010: 24-25; Friedman ve Miles, 2006: 13).

Şekil 17. Paydaş Grupları



Kaynak: Chen vd. 2010:3

Tablo 6’da araştırma kapsamında görüşme yapılan paydaş grupları gösterilmektedir. Bununla birlikte bu paydaşlara ait bazı bilgiler de verilmiştir.

Tablo 6. Paydaş Grupları ve Paydaşlara Ait Bilgiler

Paydaşlar	Görüşmeci	Meslek	Yaş	Eğitim	Cinsiyet
Yerel Yönetimler	G.1	İhsaniye Kaymakamı		Lisans	Erkek
	G.2	İhsaniye Belediye Başkanı	49	Önlisans	Erkek
Üniversite	G.3	Afyon Kocatepe Üniversitesi-Akademisyen	37	Lisans üstü	Erkek
	G.4	Ankara Üniversitesi-Akademisyen	52	Lisans üstü	Erkek
Yerel Girişimciler	G.5	Girişimci	66	İlkokul	Kadın
	G.6	Girişimci	41	Lise	Erkek
Kamu Kurumları	G.7	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Şef	42	Lisans	Kadın
	G.8	İl Tarım ve Orman Müdürlüğü-Orman Mühendisi	33	Lisans	Erkek
Ar-Ge	G.9	İhsaniye Kaymakamlığı Turizm Ofisi-Memur	32	Lise	Erkek
	G10	İhsaniye Kaymakamlığı Turizm Ofisi-Memur	26	Lisans	Erkek
Yerel Rehberler	G.11	Doktor	40	Lisans üstü	Erkek
	G.12	Emekli Sosyolog	74	Lisans	Erkek
Yerel Halk	G.13	Muhtar	64	Lise	Erkek
	G.14	Emekli Asker	48	Lise	Erkek
Gezginler	G.15	Memur	53	Lise	Erkek
	G.16	Makinist	36	Lisans	Erkek
	G.17	Emekli	61	Lisans	Erkek

	G.18	Serbest Meslek	28	Lisans	Erkek
	G.19	Emekli Arkeolog	68	Lisans	Erkek
Acenta	G.20	Acenta Sahibi	30	Lisans	Erkek

7. GÖRÜŞME SORULARININ HAZIRLANMASI VE GÖRÜŞME SÜRECİ

Görüşme soru formunun oluşturulması sürecinde literatür taraması ve uzman kişilerin görüşleri dikkate alınmıştır. Ayrıca, görüşme soru formunun oluşturulma aşamasında akademisyenlerin fikirleri alınmış ve Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun turizm potansiyeliyle Alternatif Turizm türlerinin ilkeleri dikkate alınarak belirlenen paydaşlara yöneltilen sorular oluşturulmuştur.

Görüşme süreci öncesinde belirlenen paydaşlar şu şekilde sıralanmıştır;

- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- İhsaniye Kaymakamlığı
- İhsaniye Belediyesi
- İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
- Girişimciler
- Yerel Halk
- Yerel Rehberler
- FRİGKÜM
- Acentalar

Görüşme yapılması uygun kişiler belirlendikten ve soru formunun oluşturulmasından sonra bu kişilere telefon ve e-posta ile ulaşılmaya çalışılmıştır. 9 farklı paydaş grubu içerisinde pek çok kişiden randevu talep edilmesine rağmen çok azından randevu alınabilmiştir. Randevu alma esnasında bazı paydaşlar hem bulundukları kurumların hem de kendi adlarının paylaşılmamasını istediklerinden bu görüşmecilerin bazı bilgileri girilmemiştir. Randevu alma esnasında görüşmecilere araştırmanın konusu, önemi ve amacı hakkında bilgiler verilmiştir. Randevu vermeyi kabul eden paydaşlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ancak, yukarıda belirtilen paydaş grubu arasında Frigya Kültürel Mirasını Koruma ve Kalkınma Birliği (FRİGKÜM) örgütüne bağlı herhangi bir yetkiliyle görüşme gerçekleştirilememiştir.

İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùğüne ve İl Tarım ve Orman Mùdùrlùğüne bağlı yetkililerin Kamu Kurumları paydaşları grubuna birlikte alınması ve İhsaniye Kaymakamlığına bağlı Turizm Ofisi yetkililerinin AR-GE paydaş grubu oluşturulması uygun görùlmüřtür.

Yüz yüze yapılan görüşmelerde, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Her görüşmeciye verdikleri cevaba istinaden görüşme soru formunda olmayan bağımsız sorular sorulmuştur. Bu şekilde araştırma konusu hakkında daha fazla veri elde etme amacı güdülmüştür.

8. BULGULAR

Paydaşlarla yapılan görüşmelerin sonuçlarına göre, paydaşların %60'ı kamu sektöründe, %40'ı özel sektörde çalışmaktadır. Görüşme yapılan grubun yaş ortalaması yaklaşık 46,5'tir. Görüşme yapılan paydaşların %90'ı erkek ve %10'u kadındır. Paydaşların %50'si lisans, %25'i lise, %15'i lisansüstü eğitim, %5'i ön lisans ve %5'i ilkokul diplomasına sahiptir. Ayrıca, paydaşların %45'i turizmle doğrudan ilişkili olup, %50'si doğa ve doğa sporlarıyla doğrudan ilişkilidir.

Paydaşların %85'i *Frig Vadisini turizmaçısından geçmişi, günümüzdeki hali ve gelecekteki muhtemel durumunu değerlendirir misiniz?* Sorusuna, geçmişte turizme dair hiçbir şey yoktu, günümüzde geçmişine göre daha iyi durumda ancak potansiyeli olduğu için geleceğinden umutluyum şeklinde cevap vermişlerdir. %15'lik dilime ait paydaşlardan G8 ve G9 bölgenin geçmiş durumuyla ilgili bilgi sahibi olmadığını ancak günümüzde iyi ve gelecekte umutluyum yanıtını verirken G12 geçmişte de şimdi de hiçbir şey yok ama gelecekte umutluyum yanıtlarını vermişlerdir.

Neden Frig Vadisi bugüne kadar turistik destinasyona dönüştürülemedi? Dönüştürülmesi için neler yapılabilirdi? sorusuna paydaşların verdiği yanıtların %45'i tanıtım eksikliği, %25'i altyapı eksikliği, %15'i termal turizmin gölgesinde kalması ve %15'i arazinin geniş olması şeklinde oluşmuştur. Paydaşlardan G7 bilgisinin olmadığı, G11 dönüştürüldüğü ve G19 siyasi nedenler cevabını vermiştir. Turistik destinasyona dönüştürölme yöntemleri sorulduğunda paydaşların yanıtları

%40 destinasyon pazarlaması, %20 yatırım, %20 altyapı ve %10'u 10 yıllık master planı şeklinde olmuştur. Ayrıca, G11 uygun konaklama ve turizm modeli olmalı, G16 yerel halk bilinçlendirilmeli ve G19 kendi kendine olur cevaplarını vermiştir.

Frig Vadisiyle Kral Yolu arasında ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? sorusuna paydaşların %85'i ilişki var cevabını verirken G5 bilmediğini ve G7 ve G19 ilişki olmadığını söylemiştir. ***Kral Yolu'nun bilinmesi Frig Vadisini daha değerli hale getirir mi?*** sorusuna paydaşların %80'i değerli hale getirir cevabını vermişlerdir. G5 bilmediği ve G19 ilişki yok cevaplarını verdikleri için bu soruyu yanıtlamamıştır. Diğer paydaşlardan G6 Frig Vadileri, Kral Yolu'nu değerli hale getirir ve G8 zaten değerli cevaplarını vermişlerdir.

Frig Vadisiyle Kral Yolu'nun kesiştiği kısımlar turistik destinasyona dönüştürülebilir mi? sorusuna paydaşların %80'i evet, G4 hayır, G5 bilmiyorum, G19 ilişki yok cevabını vermiştir.

Yerel halkın turizme bakış açısı nasıldır? sorusuna paydaşların %55'i sıcak bakıyorlar, %35'i soğuk bakıyorlar cevabını verirken G8 bilmediğini ve G16 çıkarıcı olduklarını belirtmiştir. ***Turizm yerel halka yeni iş fırsatı yaratır mı?*** sorusuna ise tüm paydaşlar yaratır cevabını vermiştir.

Frig Vadisinde hangi turizm türlerine yönelik faaliyetler uygulanmaktadır? sorusuna paydaşların %70'i eko-turizm, %65'i inanç turizmi, %90'ı spor turizmi, %70'i kültür turizmi, %35'i kamp-karavan turizmi, %15'i termal turizm, %15'i etkinlik turizmi, %10'u kuş gözlemciliği, %5'i jeo-turizm ve G3 deniz turizmi hariç hepsi yapılar cevabını vermiştir. ***Başka hangi turizm çeşitleri yürütülebilir?*** sorusuna paydaşların %25'i çiftlik turizmi, %20'si gastronomi turizmi, %20'si etkinlik turizmi, %20'si balon, %10'u kültür turizmi, %10'u kamp-karavan turizmi, %5'i spor turizmi, %5'i kış turizmi, %5'i jeo-turizm, %5'i hava sporları turizmi, %5'i kuş ve kelebek gözlemciliği ve %5'i inanç turizmi cevabını vermiştir. Ayrıca, paydaşlardan G4 yoga ve kişisel gelişim kursları, G9 cittaslow ve G15 sürdürülebilir turizm cevabını vermiştir.

Frig Vadisinde turistik değerlere yönelik hangi envanter çalışmaları yapılıyor? sorusuna paydaşların % 70'i koruma-bakım yok, %25'i koruma-bakım var ve %10'u envanter çalışmaları var ancak yetersiz cevabını vermişlerdir. ***Frig***

Vadisinde turizm gelişirse olumlu katkısı olur mu? sorusuna paydaşların %90'ı olumlu olur, %5'i bilinçli turistler gelirse olur yanıtını vermişlerdir. Ayrıca, paydaşların %40'ı restorasyon var, %45'i restorasyon yok, %10'u altyapı var, %5'i altyapı yok, %10'u çevre koruması var ve %25'i çevre koruması yok yanıtını vermişlerdir. ***Turizm Frig Vadisinde gelişirse zararı olur mu?*** sorusuna paydaşların %45'i planlı gidilirse olmaz, %30'u zararlı olmaz, %30'u yerel halk bilinçlenirse olmaz, %15'i iyi bilinirse olmaz ve %10'u zararlı olur cevaplarını vermişlerdir.

Bölgede bulunan altyapı olanakları yeterli seviyede midir?sorusuna paydaşların %40'ı var, %30'u var ama yetersiz ve %25'i yetersiz cevabını vermiştir. ***Frig Vadisi'nde Konaklama imkanı var mı?***sorusuna paydaşların %50'si konaklama var, %30'u planlanan var, %25'i az var, %15'i civar yerlerde var, %15'i planlanan var mı bilmiyorum, %5'i planlanan yok ve G15 konaklama imkanı yok yanıtını vermiştir.

Karayolu ve toplu taşıma imkanı var mı? sorusuna paydaşların %45'i her ikisi de var, %35'i karayolu var, %45'i toplu taşıma kısıtlı, %15'i karayolu kısıtlı ve %5'i tren var cevabını vermiştir. Ulaşım ile ilgili haritalarda işaretlemeler, bilgi panoları ve yönlendirmeler yeterli mi? sorusuna paydaşların %80'i yetersiz, %20'si var cevabını vermiştir.

Frig Vadisi'nde mola noktaları oluşturuldu mu? sorusuna paydaşların %45'i var, %25'i yok ve %25'i yetersiz cevabını vermiştir. ***Mola noktalarının temel niteliklerini olmalıdır?*** sorusuna paydaşların %60'ı temel ihtiyaçları karşılamalı, %20'si yöresel ürünler olmalı, %5'i bütçeye göre ürünler olmalı ve G8 fazla olmamalı cevabını vermiştir.

Frig Vadisi'nde acente, tur satışı ve rehberlik hizmetleri var mı? Yeterli düzeyde hizmet verdiklerini düşünüyor musunuz?sorularına paydaşların %30'u var, %20'si yok, %65'i hizmetleri yetersiz ve %10'u hizmetleri yeterli cevabını vermiştir. ***Frig Vadisinde rekreasyonel faaliyetler kapsamında hangi aktiviteler yürütülüyor?*** sorusuna paydaşların %45'i yürüyüş rotaları, %45'i bisiklet, %40 bot turları, %35'i trekking, %35'i ATV turları, %30'u kano, %25'i foto safari, %25'i orienteering ve %5'i kaplıca cevabını vermişlerdir.

Frig Vadisi'nde yöresel ürün stantlarına yönelik işletmeler mevcut mu? Hangi yöresel ürünler sunulmalı? sorularına paydaşların %55'i stant yok, %40'ı stant var, %40'ı yöresel ürünler olmalı, %15'i organik ürünler olmalı, %15'i köy ürünleri olmalı ve G12 turist profiline göre ürün olmalı cevabını vermiştir. ***Bölgeye özel hediyelik eşyalar hakkında önerileriniz nelerdir?*** sorusuna paydaşların %95'i Frigleri anlatan ürünler, %65'i yöresel ürünler, %25'i Frig şapkası, %10'u Siyez ürünleri ve G8 Frig sikkesi olmalı demiştir.

Bölgenin pazarlanması için tanıtım faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz? Seyahat acentelerinin faaliyetleri yeterli midir? Otel yöneticisi/otel rehberi bu konuda neler yapıyorlar? Resmi kurumlar bu konuda neler yapıyorlar? Frig Vadisi için yeterli sayıda tanıtım etkinlikleri düzenleniyor mu? Sosyal medyada-internette yeterince tanıtım çalışmaları yapılıyor mu? sorularına paydaşların %80'i tanıtımların yetersiz olduğunu, %10'si yeterli olduğunu ve %5'i tanıtım olmadığını; %50'i acentelerin tanıtımlarda yetersiz olduğunu, %30'u acentenin tanıtım yapmadığını ve %15'i tanıtım yaptıklarını; %55'i otellerin sadece kendi tanıtımlarını yaptığı, %25'i gezilerle tanıtım yaptığını, %10'u sponsorluklarla tanıtım yaptığını ve %5'i bilmediği; %55'i resmi kurumların fuar ve organizasyonlarda bölgeyi tanıttığı, %40'ı resmi kurumların hiçbir şey yapmadığını; %75'i yeterli sayıda tanıtım etkinliği düzenlenmediğini, %20'si düzenlendiğini; %55'i internette yapılan tanıtımların yetersiz olduğunu ve %40'ı yeterli olduğunu söylemiştir.

Bunlar dışında ekleme ya da belirtmek istediğiniz görüşünüz var mı? sorusuna paydaşların %25'i altyapı yatırımları olmalı, %30'u doğru turizm yöntemleri uygulanmalı, %20'si tanıtım yapılsın, %15'i yerel halk bilinçlendirilmeli, %10'u yerel yönetimler senkronize çalışmalı, %5'i bilinçli turist getirilmeli ve %5'i projeler desteklenmeli yanıtını vermiştir.

8.1. AFYONKARAHİSAR İLİ FRİG VADİLERİ VE KRAL YOLU S.W.O.T ANALİZİ VE SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

BÖLGENİN ADI:Frig Vadileri ve Kral Yolu

LOKASYONU: İhsaniye, Bayat, İscehisar, Bolvadin, Emirdağ

BİLİNİRLİK: Yerel

GÜÇLÜ YÖNLERİ:

- Bölgenin Kapadokya'ya benzemesi
- Kapadokya'dan daha büyük bir alana sahip olması
- Ormanların ve göllerin bulunması
- Bölgenin eko-turizm, sağlık turizmi, spor turizmi, kültür turizmi, kültürel miras turizmi, gastronomi turizmi, rekreasyonel turizm, jeo-turizm, etkinlik turizmi, çiftlik turizmi ve İpekyolu turizmi potansiyelinin olması
- Bölgenin Termal turizme yakınlığı
- 100 günlük eylem planı içerisinde olması
- Kütahya, Eskişehir, Afyonkarahisar ve Ankara arasında olması
- Yerel halkın turizme açık olması
- Bölgenin FRİGKÜM tarafından desteklenmesi

ZAYIF YÖNLERİ

- Bölgenin hala bakir kalması
- Tanıtım eksikliğinin olması
- Altyapı eksikliğinin olması
- Yerel yönetimlerin senkronize olamaması
- Termal turizmin gölgesinde kalması
- Toplu taşımanın yetersiz olması
- Yeterince ilgi gösterilmemesi
- Denetimlerin yetersiz olması
- Mola noktalarının yetersiz olması
- Yerel halkın bilgilendirilmemesi
- Bölgedeki hizmet üreticilerinin turistleri bilgilendirmemesi
- Yerel yönetimlerin bilgi ve deneyimi olan kişilerle iletişim halinde olmaması
- Kral Yolu'nun Frig Vadileri kadar iyi bilinmemesi
- Bölge otellerinin çoğunlukla kendi tesislerini tanıtırken bölgeyi es geçmesi

FIRSATLAR

- Farklı turizm türleri için uygun bir coğrafyaya sahip olması
- Doğal ve kültürel pek çok unsuru bünyesinde barındırması
- Doğa sporcularının ve yerel halkın farkındalığının artması
- Asya pazarına açılma ihtimali
- Sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik açıdan güçlü insanlara hitap eden unsurlara sahip olması
- Yöresel ürünlerin tanıtılma ihtimali
- Yerel halkın sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik açıdan güçlenme ihtimali
- 10 yıllık master planı yapılması durumunda faaliyet opsiyonunda sayısının artma ihtimali
- Doğru turizm modellerinin uygulanma ihtimali

TEHDİTLER

- Definecilerin bölgeye zarar vermesi
- Bazı yerel halkın hala turizm bilincine varamamış olması
- Çıkar gruplarının bölgeye yatırım yapmak istemeleri
- Yerel yönetimlerin gerekli çabayı göstermemesi
- Çöp ve atıklara kesin çözümlerin bulunamaması
- Bölgenin geniş olmasından dolayı denetimlerin yeterli düzeyde yapılamaması
- Bilinçsiz turistlerin tahribatı
- Doğal yollarla oluşan tahribatlar
- Doğru turizm modellerinin uygulanamaması durumunda tahribatın artma ihtimali
- Özensiz restorasyon çalışmalarının doğal ve tarihi unsurlara zarar verme ihtimali
- Kral Yolu'nun doğal ve beşeri nedenlerden dolayı tamamen yok olma ihtimali

Dağlık Frigya Bölgesi üzerine yapılan S.W.O.T. analizinin dört aşamada değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Her bir aşama içerisinde değerlendirme sonuçlarına dair bilgiler sunulurken aynı zamanda model önerisi için de bazı açıklamalar ve örnekler verilmiştir.

Değerlendirmenin ilk aşaması altyapı geliştirme aşamasıdır. Dağlık Frigya Bölgesi, Ankara, Eskişehir, Afyonkarahisar ve Kütahya illeri arasında bulunduğu için oldukça geniş bir alana yayılmıştır. Alanın bu kadar geniş olması ve yerel yönetimlerin birbirleriyle senkronize olamaması bölgenin bakir kalmasına ve altyapı eksikliklerinin meydana gelmesine neden olmuştur. Alan içerisinde öncelikli olarak altyapı hizmetlerinin yerine getirilmesinin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle, bölge içerisine gelen turistlerin yol, ulaşım, yeme-içme ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması altyapı çalışmalarının ilk adımları olarak görülmektedir. Ancak, bölge içerisinde bulunan pek çok rota ve patika üzerinde yolların bulunması ve yollar üzerinde istikamet tabelalarının oluşturulması bölge içerisinde yol sorununun olmadığını göstermektedir. Konaklama ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda hem yerel halk, hem FRİGKÜM, hem de çeşitli yerel girişimciler çeşitli konaklama ünitelerinin oluşmasında çaba göstermiş ve bazı yerleşim alanları içerisinde Frig Evleri, pansiyon ve butik oteller oluşturulmuştur. Ayrıca, civar beldelerde bulunan termal otellerin de varlığı bölge içerisinde konaklama sorununun olmadığını göstermektedir. Ancak, alan içerisinde bungalov tipi, çelik konstrüksiyon temelli veya ahşap konaklama ünitelerinin oluşturulması hem turistler açısından hem de bölgenin sit alanı olarak geçmesinden dolayı daha iyi olacağı düşünülmektedir. Bölge içerisinde insani ihtiyaçların karşılanma noktasında tesislerin yok denecek kadar az olması ve konaklama alanlarıyla Frig Vadileri ve Kral Yolu arasında yer yer ciddi mesafelerin olması alan içerisinde bu tip konaklama ünitelerini gerekli kılmaktadır.

Yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması konusunda mola noktalarının eksikliği alan içerisinde oldukça önemlidir. Alan içerisinde iki tane mola noktası olması dışında başka mola noktası yoktur. Altyapı eksikliklerinden biri olan mola noktalarında insani ihtiyaçların karşılanması gereken üniteler, yeme-içme alanları, dinlenme alanları ve rekreasyon alanları oluşturulması gerekmektedir. Bu alanların ve ünitelerin mola noktalarının temel niteliklerini taşıdığı görülmektedir. Ancak,

mola noktalarının 1-2 km’lik alanlara yerleştirilmesi ve bu alanlar içerisinde yerel halk için istihdam sağlanması gerekmektedir. Özellikle, mola noktalarının belediyeler ya da illere ait valilikler tarafından organize edilmesi, yerlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu konseptlere ve alanlara sahip mola noktalarının ve konaklama ünitelerinin alan içerisinde var olmaları turist miktarının ve turizm gelirlerinin mevsimlere göre dalgalanmasını da en aza indireceği düşünülmektedir.

Altyapı hizmetlerinin son aşaması ulaşım hizmetleridir. Alan içerisinde yol miktarının fazla olmasına rağmen ulaşım konusunda çeşitli sıkıntıların yaşandığı görülmektedir. Toplu taşıma imkanlarının sınırlı olması ve bölge tanıtımında kullanılan tabela ve işaretçilerin yetersiz ve kafa karıştırıcı olması ulaşım hizmetlerinin en büyük çelişkilerindendir. Toplu taşıma araçlarının civar yerleşim alanlarında haftanın belli günlerinde ve belli saat aralıklarında hizmet vermesi turistler için sorun teşkil etmektedir. Ayrıca, hususi araçlarıyla alanı ziyaret etmek isteyen kişilerin tabela ve işaretçilerden yeterli miktarda yararlanamaması ciddi sorunlar doğurabilmektedir. Ancak, belediyelerin toplu taşıma firmalarıyla senkronize bir şekilde çalışması ve Türkiye Cumhuriyeti Karayolları Genel Müdürlüğü’nün tabela ve işaretçi sayısını arttırması ve daha anlaşılır hale getirmesi sorunları büyük oranda ortadan kaldıracakı düşünülmektedir.

Değerlendirmenin ikinci aşaması pazarlama planlama aşamasıdır. Pazarlama planlaması turistik doğa envanteri, turistik değerlere yönelik pazar bölümlendirmesi, niş pazarlama ve tanıtım faaliyetleri kapsamında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Turistik doğa envanteri hem İhsaniye belediyesi, hem İhsaniye Kaymakamlığı hem de FRİGKÜM tarafından oluşturulmuş ve oluşturdukları tanıtım filmlerinde kullandıkları bir unsurdur. Bölge içerisinde bulunan peribacaları, kervansaray, türbeler, tekkeler, ormanlar, göller, kiliseler, şapeller ve Kral Yolu turistik doğa envanterini oluşturmaktadır. Bölge içerisinde Hititlerin, Lidyalıların, Friglerin, Perslerin, Makedonyalıların, Roma İmparatorluğunun, Bizans İmparatorluğunun, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluklarına ait pek çok tarihi eserin bulunması, bölge içerisinde orman ve göllerin olması ve Frig Yürüyüş Yolu rotalarının bölgenin her yerinden geçmesi pazarlama çalışmaları için önemli unsurlardır. Ancak, hem özel sektörün hem de kamu kurumlarının yeterli miktarda tanıtım yapmaması ve yapılan tanıtımların yeterli miktarda etki oluşturamaması

pazarlama çalışmalarını yetersiz kılmaktadır. Ancak, pazarlama faaliyetlerinde Ankara, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya illerinin senkronize çalışmaları ile altyapı hizmetlerinin yerine getirilmesi, yerel halkın girişimciliğinin teşvik edilmesi ve farklı çalışmalara önem verilmesiyle pazarlama faaliyetlerinde yeterli çalışmaların ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

Turistik değerlere yönelik pazarın bölümlendirilmesi kısmının yeterli miktarda yapılamadığı düşünülmektedir. Alan içerisinde kültür turizmi, kültürel miras turizmi, eko-turizm, spor turizmi, kültür turizmi, çiftlik turizmi, gastronomi turizmi, rekreasyonel turizm ve kamp-karavan turizmi gibi türlerin yapılabilmesine uygun alan ve imkanlar olmasına rağmen alan içerisinde farklı turizm türlerine yönelik faaliyet alanlarının çok az bir kısmının oluşturulması pazar bölümlendirilmesini zorlu bir süreç haline getirmektedir. Bölgenin atlı doğa yürüyüşleri, orienteering ve yoga gibi sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik düzeyleri toplum ortalamasının üzerinde olan kişilere hitap eden faaliyetler için güçlü bir potansiyele sahip olması, Dağlık Frigya Bölgesinin turizm potansiyelini güçlendirmektedir. Yerel yönetimlerin bölge hakkında bilgi ve deneyime sahip kişilerle istişareler yürütmesi, bölge içerisinde yürütülebilen her bir alternatif turizm türlerine uygun alanları belirlemesi, muhtemel türler için uygun altyapı ve üstyapı alanları oluşturmaları, her bir türe uygun turist profillerinin belirlenerek hedefe yönelik pazarlama faaliyetlerini yürütmesinin tanıtımlarda etkili olabileceği düşünülmektedir.

Niş pazarlama konusunda yapılan çalışmalar yalnızca spor turizmi, rekreasyonel turizm ve eko-turizm kapsamında alana gelen turistlere yöneliktir. Spor turistlerinin Frig Yürüyüş Yolu üzerinde trekking ve bisiklet gezileri yapması, rekreasyonel turistlerin Emre Gölü ve çevresinde ATV motor gezileri, Kral Midas Kayığı turları gibi aktivitelere katılmaları ve eko turistlerin peribacalarına, ormanlara ve göllere geziler düzenlemesi niş pazarlama çalışmalarının kanıtıdır. Ancak, bölgenin pek çok alternatif turizm türünün ifa edilmesine olanak sağlayan unsurları bünyesinde barındırmasına rağmen bu unsurlara yönelik çok fazla niş pazarlama faaliyetleri yapılamadığı görülmüştür. Bölge içerisinde niş pazarlamanın doğru bir şekilde yürütülmesi için potansiyel turizm türlerinin belirlenmesi, türlere yönelik alan çalışmasının yapılması, alan çalışmasının ardından altyapı çalışmalarının organize edilmesi, hedef kitleye uygun turist modellerinin belirlenmesi ve belirlenen

turist modellerine uygun pazarlama ve tanıtım faaliyetleri yürütülmesi durumunda niş pazarlamanın da bölgenin pek çok yerinde aktif olacağı düşünülmektedir.

Tanıtım faaliyetleri konusunda yetkili kurum ve kuruluşlar yeterli başarıyı sağlayamamıştır. Ancak, bölge içerisinde çeşitli zamanlarda düzenlenen Frig Vadileri Ultra Maratonu, Motocross yarışları, bisiklet yarışları gibi faaliyetlerin tanıtımlarda yer alması ve kamu kurumlarının çeşitli fuar ve organizasyonlarda hem yurtiçinde hem de yurtdışında pazarlama çalışmalarında bulunması ile tanıtım faaliyetleri yürütülmektedir. Dağlık Frigya Bölgesi'nin tanıtımları için öncelikli olarak bölgeye benzerlik taşıyan Kapadokya'nın incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Kapadokya'nın Asya ve Batı pazarında aktif bir şekilde rol alması, bölgeye pek çok Asyalı ve Hristiyan turistin gelmesini sağlamıştır. Özellikle, Asyalı turistlerin bölgeyi kültürel ve doğal özelliklerinden dolayı tercih etmeleri Dağlık Frigya Bölgesi için önemli olabileceği düşünülmektedir. Asyalı turistlerin ilgisini çekebilecek ve Kapadokya'da bulunan faaliyetlerden farklı çalışmaların yürütülmesi ve bu çalışmaların Asya ülkelerinde çok sayıda tanıtılması bölge içerisinde turist niteliğinde ve niceliğinde artış olma ihtimalini arttırmaktadır. Ayrıca, Batı ülkelerinde bulunan nitelikli turistlere yönelik faaliyetlerin yürütülmesi, pazarlama ve tanıtım çalışmalarının bu ülkelerde de devam ettirilmesinin Dağlık Frigya Bölgesi'nin turizm gelirlerinde artışa yol açabileceği sanılmaktadır.

Değerlendirmenin üçüncü aşaması talep oluşturma aşamasıdır. Dağlık Frigya Bölgesiyle ilgili talep oluşturulurken acente faaliyetleri, resmi kurumların faaliyetleri, etkinlik organizasyonları ve interaktif pazarlama faaliyetleri dikkate alınmıştır. Seyahat acentelerinin talep oluşturmalarıyla ilgili faaliyetlerine yönelik araştırmaların sonuçları bölgede yeterli miktarda altyapı çalışmaları olmamasından dolayı kesintiye uğramıştır. Özellikle, acentelerin bölge içerisinde turist memnuniyeti oluşturabilecek miktarda altyapı olmamasından dolayı talep oluşturma faaliyetlerini yerine getirmedikleri düşünülmektedir. Geçmiş dönemlerde bazı acentelerin bölge içerisinde çeşitli geziler ve turlar düzenlemelerine rağmen hem kokartlı turist rehberlerinin bölgeye hakim olmamaları hem de altyapı eksikliklerinden dolayı acentelerin hizmetlerini yerine getirememeleri talebin oluşmasına engel olmuştur. Ancak, bölge içerisinde yapılması muhtemel farklı ve nitelikli turistlere hitap etmesi

muhtemel projelerin hayata geçmesi durumunda acentelerin talep oluşturmak için çok yönlü tanıtım çalışmaları sürdürebilecekleri düşünülmektedir.

Resmi kurumların tanıtım faaliyetleri de talep oluşturulması yönünde önemli olduğu düşünülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, Cumhurbaşkanlığı'nın, kaymakamlıkların, valiliklerin, FRİGKÜM'ün ve belediyelerin Dağlık Frigya Bölgesi için çeşitli çalışmaları söz konusudur. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2017 yılında Ankara'da düzenlediği Turizm Şurası toplantısında Dağlık Frigya Bölgesi'nin öncelikli olarak turizme kazandırılması gerektiğine dair çeşitli istişareler yapılmıştır. Ayrıca, toplantılar esnasında Kral Yolu'nun da Frig Vadilerinin bir parçası olduğu belirtilmiş ve Kral Yolu'nun da turizme kazandırılmasının önemli olacağına dair fikirler ve öneriler sunulmuştur. 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı'nın yayınladığı 100 Günlük Eylem Planı tanıtımında Dağlık Frigya Bölgesi'nin turizme kazandırılması için harekete geçileceği belirtilmiştir. Hem İhsaniye belediyesi hem de İhsaniye Kaymakamlığı farklı tanıtım filmleri ve tanıtım broşürleri oluşturarak uzun bir süredir talep oluşturma faaliyetleri içerisinde olmuşlardır. Ayrıca İhsaniye Kaymakamlığı, Frig Vadileri Master Planı isminde bir çalışma ortaya koyduklarını, uzun süredir bu çalışma üzerinde yoğunlaştıklarını ve bu çalışmanın ardından Dağlık Frigya Bölgesinde daha sağlıklı çalışmalarla talep oluşturmak istediklerini belirtmiştir. Kütahya, Afyonkarahisar ve Eskişehir valiliklerinin de Dağlık Frigya Bölgesi'nde talep oluşturma adına çeşitli çalıştaylar ve araştırmaları söz konusudur. FRİGKÜM ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 Turizm Stratejileri Eylem Planı çerçevesinde Dağlık Frigya Bölgesi ile ilgili tanıtım filmi çeşitli broşürler, haritalar ve krokiler oluşturmuştur. Dağlık Frigya Bölgesi'nin çok önemli bir turizm potansiyelinin olması ve tanıtımlara ihtiyaç duymasından dolayı yurtdışında bulunan büyükelçiliklerinin de tanıtımlarda sorumluluk almaları gerektiği düşünülmektedir. Özellikle, Çin, Güney Kore, Japonya, Malezya, Singapur gibi ülkelerde bulunan Türk büyükelçiliklerinin tanıtımlarda ve organizasyonlarda daha fazla rol olmaları Dağlık Frigya Bölgesi'nin turizm gelirlerini, altyapı ve üstyapı imkanlarının artması için önemli olduğu sanılmaktadır.

Etkinlik organizasyonları da talep oluşturma açısından önemlidir. Dağlık Frigya Bölgesinde bulunan yerleşim yerlerinde yılın belli zamanları yerel festivaller yapılmaktadır. Ancak, bu etkinlikler lokal bilinirliğe sahip olduğu için tanıtımlarda

önemli etkilerinin olduğu düşünülmemektedir. Ancak, Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde yılın belli zamanlarında düzenlenen Frig Vadileri Ultra Maratonu ve bisiklet yarışlarının talep oluşturmada önemli katkıları vardır. Bu katkılar zaman içerisinde bölgeye gelen turist sayısını arttırmış olsa da beklenen turizm gelirleri ve turist sayısına ulaşamamıştır. Frig medeniyetiyle ilgili yapılan araştırmalar sonucunda Frigler'e ait çeşitli müzik aletlerine, notalara ve müzik makamlarına ulaşılmıştır. Ayrıca, Frigler'in eğlence ve festivalleri sosyal hayatlarının önemli parçalarından olması oluşturulmak istenen etkinliklerde konsept olarak kullanılmasının etkili bir yöntem olabileceği düşünülmektedir.

İnteraktif pazarlamanın talep oluşturmada yardımcı olduğu düşünülmemektedir. İnternet üzerinde Dağlık Frigya Bölgesi ile ilgili pek çok tanıtım filmi, web sitesi ve bilgilendirme portalları olmasına rağmen turistler üzerinde etki oluşturduğu düşünülmemektedir. Bölge içerisinde altyapı ve üstyapı imkanlarının yetersiz olması ve potansiyel turistler üzerinde düşük etkili tanıtımlar yapılması da talebi etkileyen diğer faktörlerdir. Bölge içerisinde yaş gruplarına göre aktivitelerin oluşturulması ve bu aktivitelerin internet üzerinde hem görsel hem de işitsel olarak sunulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, farklı türde çalışmaların uygulanması ve bu çalışmaların internet üzerinden sunulmasının önemli etkiler oluşturacağı sanılmaktadır.

Dağlık Frigya Bölgesi S.W.O.T. analizi değerlendirme sonuçlarının son kısmı tutundurma çalışmalarıdır. Dağlık Frigya Bölgesi'nin Kapadokya benzeri bir coğrafyaya sahip olması ancak Kapadokya'dan çok daha geniş bir araziye yayılmış olması Frig Vadileri ve Kral Yolu'na Kapadokya'nın var olan ve potansiyel turistleri çekme ihtimali bulunmaktadır. Ancak, Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde oluşturulmak istenen faaliyetlerin Kapadokya'dan farklı olması bölgenin Kapadokya'nın gölgesinde kalmasından kurtarabilir. Bu sayede Dağlık Frigya Bölgesinde bulunan turistlerin potansiyel turist sayısını olumlu yönde etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, bölgenin reklamı hem doğrudan hem de ağızdan ağıza yöntemlerle sayıca çok kitleye ulaşma imkanı da ortaya çıkabilir.

8.2. TARİHİ TİCARET ROTALARININ TURİSTİK DEĞERLERE DÖNÜŞTÜRÜLMESİNE YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ (FAALİYET PLANLAMASI MODELİ)

Kral Yolu'nun Frig Vadileri içerisinde geçmesinin ve Frig Vadilerinin geniş bir alana yayılmasının gelen ziyaretçiler için sorun oluşturma ihtimali yüksektir. Bu yüzden Frig Vadilerinin muhtelif yerlerinde giriş kapılarının oluşturulması gerekmektedir. Her bir giriş kapısının Frig motiflerine ve konseptine uygun şekilde oluşturulmasına özen gösterilmelidir. Ancak, araçlarıyla gelen turistlerin araçlarıyla Frig Vadilerine girmeleri engellenmelidir. Araçlar için giriş kapılarına yakın olacak şekilde otopark alanları, vale servisleri ve oto yıkama alanları oluşturulmalıdır. Giriş kapılarının arasındaki mesafe uzak olabileceği için her bir giriş kapısı arasına otoparka yakın olabilecek şekilde turnikeli ya da güvenlik görevlisi nezaretinde giriş-çıkış noktaları olmalıdır ancak turistlerin Frig Vadilerine giriş ve çıkış işlemlerinin giriş kapılarından yürütülmesine özen gösterilmelidir.

Frig Vadileri içerisinde yapılması muhtemel aktivitelerin ve hangi giriş kapısının hangi aktivite alanına daha yakın olduğunu belirten bilgilendirme panoları ve haritaların hem internet üzerinde, hem giriş kapılarında hem de Frig Vadileri içerisinde yer verilmesi gereken tanıtım ofislerinde bulundurulmalıdır. Ayrıca, giriş kapılarına yakın olan aktivite alanlarına erişim, aktivite alanları hakkında bilgi ve uzman görüşlerinin yer aldığı broşürler, kare kod uygulamaları ve sesli rehber cihazları bulundurulması gerekmektedir.

Alan içerisinde modern para birimleri yerine imitasyon Frig sikkelerinin alış-verişlerde kullanılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Frig Vadilerine gelen turistler muhtelif yerlerde oluşturulmuş ve sayıca çok olan stantlarda kendi paralarıyla sikkeleri değiş-tokuş edebilmelidirler. Sikkeler beşin katlarına göre büyükten küçüğe doğru ilerleyen genişliklere sahip olmalıdırlar.

Alan içerisinde çalışanların tamamının yerel halktan oluşmasına özen gösterilmelidir. Frig Vadileri içerisinde oluşturulan aktivite alanlarında yerel halkın kendi ürünlerini üretip satabilecekleri stantlar ve alanlar oluşturulmalıdır. Ayrıca, alan içerisinde çalışan yerel halkın Frig kostümleriyle çalışmasının daha ilgi çekici olabileceği düşünülmektedir.

Alan içerisinde, özellikle stantların ve konaklama ünitelerinin olduğu yerlerde, Frig ezgilerini çalan müzisyenler bulunmalı ve Frig hikayelerini anlatan interaktif (seyircilerin tiyatro oyununun bir parçası olduğu) tiyatro oyunları sergilenmelidir. Ayrıca, Frig toplumunun yetenekli olduğu marangozluk, camcılık, çömlekçilik ve demircilik gibi zanaat stantlarının oluşturulması, bu stantlarda zanaat ustalarının çeşitli gösteriler yapması ve isteyen turistlerin ustalarla birlikte faaliyetlerde bulunmasının alana değer katacağı düşünülmektedir.

Bölge içerisinde turistlerin aktivite alanlarına ulaşabilmeleri için uzaklık ve yön belirten levhalar her 250 metreye konumlandırılmalıdır. Giriş kapılarında bölge içerisinde gezmek, bölgenin uzak kısımlarını ziyaret etmek ya da belli bir yerine gitmek isteyen turistler için at arabaları ve hem yayalar hem de at arabalarının rahat ilerleyebilmesi için antik görünümlü yollar yapılmalıdır. Ayrıca, at arabalarının Frig motifleriyle oluşturulmasına ve at arabalarını süren arabacıların turist rehberi olmasına özen gösterilmelidir. Yalnızca at arabaları değil, her türlü binek hayvanının alan içerisinde bulundurulmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Alan içerisinde ahşap ve çelik konstrüksiyon stantlar, mola yerleri ve motel tipi konaklama üniteleri oluşturulması gerekmektedir. Stantlarda kurulduğu şehre göre değişkenlik gösteren yöresel, organik ve köy hayatına uygun ürünler bulundurulmalı ancak Frig kültürüne ait unsurlar daha fazla bulundurulmalıdır ve modern dünyaya ait herhangi bir ürün temini olmamalıdır. Frig kültürüne ait Frig şapkası, tunçtan yapılan araç-gereçler, kil ürünleri, kostümler, ayakkabılar ve günlük hayatta kullanılan her türlü unsurun temini bu stantlarda yapılmalıdır.

Yapıların ahşap ve çelik konstrüksiyon malzemelerden inşa edilmesi sit kanununa aykırı olmayacağı gibi soğuk mevsimlerde de turizm aktivitelerinin devamlılığını sağlayabilecektir. Ayrıca, bu yapılar portatif malzemelerden üretildiği için taşıma ihtimali olduğunda yeni yerlerine monte edilebilirler.

Mola noktalarının ahşap yapılardan oluşturulmasına özen gösterilmelidir. Mola alanlarının 1000-1500 m aralığında yapılması gerektiği için faaliyetlerde bulunan turistlere hem otantik bir manzara hem de konsepte uygun bir yapı oluşturulmuş olacaktır. Ayrıca, ahşap yapıların çelik konstrüksiyon yapılara göre daha uygun olması ve çelik konstrüksiyon yapıların çoğunlukla konaklama üniteleri

için kullanılması gerektiğinden dolayı ahşap yapıların daha fazla olması gerektirmektedir.

Alanın iç kısımlarına konaklama ünitelerinin oluşturulmasının uygun olduğu düşünülmektedir. İç kısımlardan giriş kapılarına geri dönüşlerin zaman alması ve turistlerin iç kısımlarda daha yorgun olma ihtimalinin yüksek olmasından dolayı alanın iç kısımları konaklama ünitelerinin oluşturulması için uygundur. Bu kısımlarda çelik konstrüksiyon yapılardan, en çok iki katlı, binek hayvanları için ahır olan, giriş ya da avlu kısmında turistlerin birlikte zaman geçirebileceği alanların olduğu ve asgari 20 odalı konaklama üniteleri oluşturulmalıdır. Bu yapıların dış görünüşlerinde Frig dönemi hissi uyandıracak motiflerin ve unsurların olması gerekmektedir.

Alanın iç kısımlarına çoklu ve münferit gelen turistler için kamp alanları oluşturulmalıdır. Kamp alanı içerisinde kamp ateşi yakılması için oluşturulmuş bir ünite ve çadır kurulması için oluşturulmuş özel platformların bulundurulması gerekmektedir. Kamp alanlarının da asgari 20 çadır için olmasına özen gösterilmelidir.

İlgi duyan kişi ve gruplar için çiftlik turizmine uygun aktivite alanları, kültür ve kültürel miras turizm türleri için gezi rotaları ve faaliyet alanları oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, Kral Yolu'nun krokisi çıkartılarak Polatlı, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya arasındaki rotanın belirlenmesi ve bu rota üzerinde çeşitli mola noktaları, konaklama üniteleri ve çeşitli doğa sporları türlerinin uygulanması için uygun şatların oluşturulması gerektiği düşünülmektedir.

Çocuklara ve ailelere yönelik aktivitelerin de bulunması gerekmektedir. Çocuklar için özel doğa sporları kulüpleri ya da aktivite alanları olmalı ve bu alanlarda çocuklara doğa sporlarıyla ilgili uygulamalı eğitimler ve aktiviteler verilmelidir. Ailelerin bir arada zaman geçirebileceği kamp ve aktivite alanları oluşturulmalıdır. Bu alanlarda en çok 4 aile için tasarlanmış olmasına özen gösterilmelidir.

Alanın Frig konseptiyle donatılmasına özen gösterilmelidir. Bu sayede hem dikkat çekici bir çalışma yapılmış olur hem de ilgi çekici unsurlara sahip olunmuş olur. Bununla birlikte pek çok yerli ve yabancı turist bölgeye gelme ihtimali

arttırılırken yeni bir modelin de oluşturulmasına öncü olunmuş olur. Ayrıca, bu yöntem Frig kültürünün hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda talep unsurunu ortaya çıkartabileceği gibi Anadolu'nun farklı medeniyetleri için de iyi bir model olmuş olur.

8.3. KRAL YOLU'NA YÖNELİK MODEL ÖNERİSİ (ETKİNLİK MODELİ)

Model önerisi, Kral Yolu'nun Yazılıkaya ile İhsaniye arasında bulunan kısmının ortaya çıkartılması ve krokisinin çizilmesiyle oluşturulacağı için öncelikle bu faaliyetlerin yapılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Kral Yolu'nun krokisi oluşturulduktan sonra Yazılıkaya'dan başlanarak rota üzerinde İhsaniye'ye kadar uzanacak beş farklı nokta belirlenmelidir. Her bir nokta arasındaki mesafenin eşit olmasına dikkat edilmelidir. Belirlenen her bir nokta üzerine ahşap ve çelik konstrüksiyon ünitelerden oluşturulan platformlar meydana getirilmelidir. 1. noktada oluşturulan platform içerisinde turistlerin konaklayabilecekleri çelik konstrüksiyon konaklama üniteleri, yeme-içme alanları, ahırlar ve Frig döneminin sosyal hayatını anlatan tiyatro gösterilerinin yapılacağı özel platformlar bulundurulmalıdır. 1. noktada turistlerin konaklama ünitelerinde kalması sağlanmalıdır. Ertesi gün, Frig dönemine ait kostümleri giyip platform içerisinde bulunan yeme-içme ünitelerinde tiyatro gösterisi eşliğinde kahvaltılarını yaptıktan sonra rehber eşliğinde binek hayvanlarıyla ya da at arabalarıyla 2. platforma doğru hareket etmeleri gerekmektedir.

2. noktada çiftlik turizmine uygun aktivite alanları, Frig dönemine uygun zanaat ustalarının stantları, mola noktaları, aktivite ve pazar alanları oluşturulmalı ancak gezgin turistler için konaklama üniteleri bulunmamalıdır. Çiftlik turizmi için gelen farklı turistler bu noktada faaliyetlerini sürdürmeli, isteyen gezgin turistler de bu noktada çiftlik turistleriyle etkileşime geçebilmelidir. 2. noktada bulunan fırın, demirci, cam, çömlek, marangoz ve müzik stantlarında zanaat ustaları hem ürettikleri ürünleri bu stantlarda satabilir hem de isteyen turistlerle birlikte çalışmalar gerçekleştirebilmelidirler. Mola noktalarında temel ihtiyaçların karşılanabileceği unsurlar bulundurulmalı ancak bu unsurlar modern dünyaya ait unsurlara benzememelidirler. Mola noktalarında organik ürünler, köy ürünleri ve yöresel

ürünlerin satışı yapılmalıdır. Turistler öğle yemeklerini bu noktada yiyebilirler. Aktivite alanlarında hem Frig dönemine ait hem de çiftlik turizmine uygun aktiviteler yapılmalıdır. Bu aktiviteler arasında okçuluk, Frig enstrümanları çalma, bulgur kırma, un elde etme gibi aktiviteler yürütülebilir. Ayrıca, tiyatro gösterileri 2. noktada interaktif bir şekilde yürütülebilir ve oluşturulan özel stantta 1. noktada sunulan oyunun devamı bu alanda devam ettirilebilir.

3. noktada gezgin turistler için konaklama, yeme-içme ve eğlence üniteleri bulundurulmalıdır. Alanda bulunan her bir konaklama ünitesi münferit ya da aile için uygun olmalıdır. Her bir oda Frig dönemine uygun dizaynedilmeli, ahşap ve antik görünümlü olmalıdır. Yeme-içme ünitelerinde ahşap masa, sandalye, tabak, kaşık, bardak gibi ürünler kullanılmalı ve Frig dönemine uymayan ya da o dönemde kullanılmayan herhangi bir unsur bulunmamalıdır. Eğlence ünitesinde Frig dönemine uygun müzik dinletileri, dans figürleri ve oyunlar kullanılmalıdır. Bu noktaya gelen turistlerin hem yorgun olması hem de havanın kararmasından dolayı 3. noktada aktiviteler ve tiyatro gösterileri kısa tutulmalıdır.

3. noktada geceleleyen turistler uyandıklarında kahvaltılarını yapıp 4. noktaya doğru hareket etmelidirler. 4. noktaya ulaşan turistler 2. noktada yaptıkları aktivitelerin benzerlerini ya da farklı aktiviteleri yaparak ve 3. noktada izledikleri tiyatro oyununun sonraki perdesini bu alanda izlerler ve son noktaya gitmek için yola çıkmaları gerekmektedir. 5. Noktaya geldiklerinde burada 3. Noktada yaptıklarının benzerlerini yaparak İhsaniye'ye ulaşmış olurlar. Gezi boyunca izledikleri tiyatro oyununun son perdesini izleyip burada konaklarlar ve ertesi gün yola çıkarlar.

Turistlerin her bir platformda imitasyon Frig sikkeleriyle alış-veriş yapmaları gerekmektedir. Ayrıca, turistlerin modern dünyaya ait herhangi bir unsur gezi boyunca yanlarında bulundurmamaları uyarısı yapılmalıdır. Geziden önce turistler at, eşek, katır, midilli ve at arabası binek hayvanlarından kendi yaş ve fiziksel özelliklerine uygun olanı seçilmeli ve geziye rehber eşliğinde katılmalıdır. Binek hayvanlarının Frig Vadilerinin önemli bir parçası olabilmeleri için civar köylerde ya da yerleşim birimlerinde at çiftlikleri kurulmalıdır.

Yerel halk, bu çalışmanın önemli bir parçası olmalıdır. Frig dönemine ait kıyafetlerle belirlenen 5 nokta içerisinde oluşturulmuş platformlarda kendileri görev

almalıdır. Hem Çiftlik Turizmi kısmında hem de konaklama ve yeme-içme kısımlarında kendileri çalışmaları gerekmektedir.

Her bir platformda denetimler sıklıkla kontrol edilmelidir. Denetimleri yürüten kişilerin Frig asker kostümü giyerek denetimlerini yürütmeleri gerekmektedir.

Tiyatro gösterileri için Devlet Tiyatroları sanatçılarından ve görevlilerinden yararlanılabilir. Tiyatro gösterileri geziye katılan turist grubunun anadilinde sunulması gerekmektedir.

Geziler yeterli sayıya ulaşmadan yürütülmemelidir. Bunun için hem il merkezindeki, hem diğer illerdeki hem de uluslararası alanlarda hizmet gösteren acentelerin rezervasyon hizmetlerinden yararlanılabilir.

8.4. PAZARLAMA FAALİYETLERİ

Frig Vadilerinin doğrudan ve dolaylı şekilde pazarlama faaliyetleri yapılmaktadır. Ancak, her iki pazarlama yönteminin de başarısı hala tartışmalıdır. Doğrudan pazarlama faaliyetlerine yönelik sorulara paydaşların büyük bir bölümü yetersiz ya da başarısız olduğunu dile getirmişlerdir.

Tanıtım faaliyetleriyle ilgili soruya paydaşların %80'inin yetersiz, %5'inin hiç yok cevabını vermesi ne kamu kurumlarının ne de özel sektörün tanıtım faaliyetlerinde başarılı çalışmalar yürütemediği anlamına gelmektedir. Ancak, araştırma şirketlerinin ya da TÜİK'in Türkiye içerisinde Frig Vadileri ve Kral Yolu'na benzer aktif turizm destinasyonlarına yönelik araştırmalar yaparak bölgeye uygun turist profilleri, aktiviteler, pazarlama unsurları ve taşıma kapasitesine yönelik veriler elde edebilirler. Ayrıca, turist profillerinin yanı sıra Frig Vadileri ve Kral Yolu'na benzer bölgeleri ziyaret eden turistlerin milletlerine yönelik araştırma faaliyetleri yürütülerek, söz konusu milletlerin ülkelerinde tanıtım ve pazarlama organizasyonları düzenlenebilir.

Acentelerin tanıtım faaliyetleriyle ilgili soruya paydaşların %50'si yetersiz, %30'i hiç yok yanıtını vermiştir. Bu durum, alan içerisinde altyapı ve üstyapı imkanlarının henüz istenilen düzeyde olmaması ve var olan aktivite alanlarının her

kesime hitap etmemesinden dolayı acentelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin istenilen düzeyde olmaması olarak açıklanabilir. Ancak, acentelerin doğa sporlarına ilgi duyan turistlere yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetleri düzenleyerek, Frig Vadileri ve Kral Yolu'yla ilgili algı oluşturmaları dolaylı pazarlama faaliyetlerini güçlendirebilir. Ayrıca, alanın Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya gibi büyük şehirlere yakın olmasına ve civar üniversitelerde doğa sporları kulüplerinin var olmasına rağmen acentelerin hedef turist kitlesini belirlememesi ya da hedef turist kitlesine yönelmemesi önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Söz konusu büyük şehirlerde ve üniversitelerde var olan ya da potansiyel hedef turist kitlesi için tanıtım faaliyetleri düzenlenmeli ve aktivite alanlarından faydalanmaları sağlanmalıdır.

Otellerin tanıtım faaliyetlerine yönelik soruya paydaşların %55'i yalnızca kendi tanıtımlarını yapıyorlar, %25'i alana geziler düzenleyerek tanıtım yapıyorlar ve %10'u çeşitli aktivitelere sponsor olarak alanın tanıtımını yapıyorlar yanıtını vermiştir. Paydaşların verdikleri yanıtlara göre, pek çok otel Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun tanıtımını hiç yapmıyor, bir kısmı doğrudan bir kısmı da dolaylı şekilde yapıyor sonucu ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar otellerin örgütsel çıkarları kendi tanıtımlarını yapma gerekliliğini doğuruyor olsa da kendilerinin alana karşı etik bazı davranışlardan kaçındıkları sonucu ortaya çıkartmaktadır. Ayrıca paydaşların büyük bir kısmına göre, bazı otellerin gelirlerinin sadece otel içinde kalması için hamleler yaptığını, bir kısmı da bölgeye düzenlenen turların turistlerin talebi doğrultusunda olduğunu, eğer turistler bu talebi iletmede otellerin Frig Vadileri ve Kral Yolu'na tur düzenlemeye sıcak bakmadığını belirtmişlerdir. Ancak, otellerin kendi tanıtımlarının yanı sıra alanın da tanıtımını yapmaları hem alan açısından hem de otellerin örgütsel hedeflerine ulaşması açısından daha faydalı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bu sayede doğa sporları ve Termal Turizm bir arada yürütülerek tamamlayıcı bir turizm modeli yürütülmüş olur.

Resmi kurumların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik soruya paydaşların %55'i yeterli ve %40'ı hiç yok cevabını vermişlerdir. Özellikle, yerel yönetimler paydaşları resmi kurumların büyük şehirlerde çeşitli tanıtım faaliyetleri düzenlediğini ve hem yurtiçi hem de yurtdışında oluşturulan fuar ve organizasyonlarda Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun tanıtıldığını belirtmişlerdir. Ancak, alana gelen turist sayısının ve niteliklerinin istenilen seviyede olmaması

resmi kurumlarca yürütülen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin fuar ve organizasyonlarda yeterli algıyı oluşturamadığı görülmektedir. Altyapı ve üstyapı hizmetlerinin yeterli olmamasına bağlı olarak doğa sporları örgütleri ve kulüpleri üzerinde yeterli etki bırakılamadığı ortaya çıkmaktadır. Yapılan tanıtım ve pazarlama çalışmalarında potansiyel turistler üzerinde Frig Vadileri ve Kral Yolu hakkında algı ve olumlu intiba bırakılması alanda hem turist sayısının hem de turizm gelirlerinin artmasına yardımcı olacaktır.

Tanıtım etkinlikleriyle ilgili soruya paydaşların %75'i yetersiz, %20'si yeterli cevabını vermiştir. Paydaşların yanıtlarına göre, etkinlikler ya var ama beklenen etkiyi yaratamıyor ya da hiç yapılmıyor anlamı çıkmaktadır. Frig Vadileri ve Kral Yolu civarında bulunan yerleşim yerlerinde yapılan yerel festivallerinin lokal bilinirliğinin olması ve İhsaniye dışında bilinmemesi alanın tanıtım ve pazarlamasını olumsuz olarak etkilemektedir. Ancak, Frig Vadileri, Frigler ya da Kral Yolu temalı festival ve panayırların düzenlenmesi, büyük şehirlerde kurulan Şehir Tanıtım Günleri'nde ya da Afyonkarahisar Günleri'nde Frig kültürünün tanıtılmasına yönelik faaliyetlerde bulunulması tanıtım ve pazarlama çalışmaları için etkili yöntemler olabilir.

İnternet üzerinden yürütülen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik soruya paydaşların %55'i tanıtımların yetersiz olduğu görüşünü benimserken %40'ı yeterli olduğunu belirtmiştir. İnternet üzerinde hem kişilerin hem de kurumların Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun tanıtımına yönelik pek çok web sitesi bulunmaktadır. Ancak paydaş görüşlerine göre, bu siteler beklenen algıyı yaratamamakta ya da geniş kitlelere ulaşamamaktadır. İhsaniye Kaymakamlığına bağlı turizm ofisinin oluşturduğu Frig Vadileri tanıtım filmi, on binlerce kişi tarafından izlenmesine rağmen izleyenlerin tamamının alanı ziyaret ettikleri düşünülmemektedir. Aktivite alanlarında altyapı ve üstyapı eksikliğinin bulunması, yeterli seviyede bakım ve onarım işlemlerinin yapılamaması, koruma ve denetimlerin caydırıcı yetersiz olması ve caydırıcı olmaması gibi nedenlerin turistler üzerinde olumsuz etki yarattığı tahmin edilmektedir. Alan içerisinde doğru altyapı-üstyapı hizmetlerinin oluşturulması, doğru turizm türlerinin alan içerisinde uygulanması ve bakım, restorasyon ve çevre temizliği gibi bölgede var olan uygulamaların genişletilerek, güçlendirilerek ve

sürdürülebilir bir zihniyetle devam edilerek yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetleri amacına ulaştırılabilir.

Dolaylı pazarlama faaliyetlerine yönelik sorulara da paydaşların büyük bir bölümü olumsuz yanıtlar vermişlerdir. Özellikle, Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde oluşturulmuş olan Frig Yürüyüş Yolu çalışmasının proje sahiplerinden olan üniversite paydaş grubundan G4'ün konuyla ilgili önemli açıklamaları olmuştur. G4, proje hayata geçirilmeden önce çok az sayıda turistin geldiğini, projeden sonra turist sayısında artış olduğunu ancak turist miktarında beklenen seviyelere gelineemediğini, buna rağmen Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun kritik eşiği atlattığını belirtmiştir. Ayrıca G4, Frig Vadileri, Kral Yolu ve Frig Yürüyüş Yolu hakkında web sitesi, GPS programı ve rehber kitap oluşturduklarını ancak turistlerin birbirlerinden etkilenecek alana geldiklerini, dolaylı pazarlamanın doğrudan pazarlamadan daha etkili olduğunu belirtmiştir.

Alan içerisinde yapılan turizm türlerine yönelik soruya paydaşların %70'i eko-turizm cevabını vermiştir. Alan içerisinde yürüyüş rotalarının olması, doğal ve kültürel mirasa ait pek çok unsurun bulunması ve yerel kültürün alan civarında yerleşmesi Eko-Turizm aktivitelerini güçlendirmektedir. Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde hem bireysel hem de toplu şekilde aktivite yapılması alanı eko-turistler için çekici bir yer haline getirmektedir. Ancak, alanda destinasyon pazarlamasının dolaylı pazarlama ile birlikte yapılması bazı tehditleri barındırmaktadır. Alan içerisinde altyapı ve üstyapı imkanlarının yetersiz olması gelen turistlerde olumsuz algı yaratabileceği için potansiyel turistlerin miktarında da negatif bir etki yaratabilir. Ayrıca, Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde mola noktalarının yetersiz sayıda olması potansiyeli negatif yönde etkileyebilecek bir diğer faktördür. Bu eksiklikler sıcak dönemlerde çok fazla göze çarpmazken, kış dönemlerinde hem var olan hem de potansiyel turist miktarında ciddi düşüslere neden olabilmektedir. Civar yerlerdeki yerleşim birimlerinde bulunan evlerin bazılarının turistlerin kullanımına açılması, bazılarının butik otel ve Frig Evlerine dönüştürülmesi konaklama imkanını arttırmasına rağmen her turist profili için uygun olmadığı düşünülmektedir.

Turizm türlerine yönelik aynı soruya paydaşların %90'ı spor turizminin alanda yapıldığını belirtmişlerdir. Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde oluşturulan

Frig Yürüyüş Yolu'nda bisiklet, jogging, koşu, trekking gibi türler yapılmaktadır. Ayrıca, Emre Gölü yanına inşa edilen sosyal tesiste kano ve bazı su sporları türleri yapılabilmektedir. Paydaşların görüşlerine göre turistler alana çoğunlukla spor turizmi ve doğa sporları için gelmektedirler. Alana doğa sporları kulüplerinin, bireysel sporcuların ve spor turistlerinin gelmesi alanda dolaylı pazarlama faaliyetlerinin yapılabildiğini göstermektedir. Ancak, Frig Yürüyüş Yolu üzerinde konumlandırılmış tabelaların zarar görmesi, sık sık atıklarla karşılaşılması ve yürüyüş yolunun aşınması turistler üzerinde olumsuz algı oluşturabileceği için bu durum dolaylı pazarlamayı da etkilemektedir.

Paydaşların %15'i Frig Vadileri ve Kral Yolu'nda ve çevresinde bulunan yerleşim alanlarında etkinlik turizmine yönelik faaliyetler düzenlendiği yanıtını vermiştir. Söz konusu yerleşim alanlarında yaşayan yerel halkların organize ettiği yöresel festivaller mevcuttur. Ancak, bu festivaller yerel bilinirliğe sahip olduğu ve bu yerleşim alanlarında yaşayan insanların ve onların akrabalarının festivallere katılım gösterdiği için tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine katkısı oldukça düşüktür.

Alan içerisinde yılın belli dönemlerinde yapılan Frig Maratonu ve bisiklet yarışları pek çok turisti çekmektedir. Ancak, bu etkinliklerin kısa süreli olması ve yılın çeşitli dönemlerine yayılamamış olması pazarlama için çelişki oluşturmaktadır. Ayrıca, Frig Maratonu ve bisiklet yarışları gibi etkinliklerin katılımcı sayılarının yıllar içerisinde dalgalı bir seyir izlemesi pazarlama faaliyetlerinin yeterli düzeyde yapılmadığının göstergesidir. Bu yüzden paydaşların %20'si, Frig Vadileri ve Kral Yolu içerisinde etkinlik turizmine yönelik faaliyetlerde bulunulması gerektiği görüşünü paylaşmışlardır.

Yerel yönetimler paydaşları görüşme esnasında alan içerisinde balon faaliyetleri için deneme uçuşları gerçekleştireceklerini belirtmişlerdi. Balon faaliyetlerinin Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun tanıtımı ve pazarlanması açısından önemli olabileceğini ve alan içerisinde yürütülmek istenen etkinlik turizmi faaliyetlerine katkı sağlayacağı görüşündedirler. Ancak, her ne kadar paydaşların %20'si balon faaliyetlerinin alanda yürütülmesi gerektiğini savunsalar da diğer paydaşlar ya görüş belirtmemişler ya da olumsuz görüş belirtmişlerdir. Özellikle gezginler paydaşlarından G16 ve üniversite paydaşlarından G4, alan içerisinde balon

faaliyetlerinin yürütülmesinin olumsuz sonuçlar doğurabileceğini belirtmişlerdir. G4 Frig Vadilerinin Polatlı kanadında balon faaliyetleri için deneme uçuşlarının yapıldığını ve olumsuz sonuçlar alındığını belirtirken G16, Frig Vadileri içerisinde ki hava akımının Kapadokya’da ki hava akımından farklı olduğunu ve bu durumunun balon faaliyetlerinde tehlikeli sonuçlar doğurabileceğini belirtmiştir.

Frig Vadileri ve Kral Yolu’nun bulunduğu arazi volkanik bir arazi olduğu için çeşitli kısımlarında bulunan göllerin suları sodalıdır. Paydaşların %10’u pek çok kuş türünün bu alanda bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu yüzden alanda kuş gözlemciliği yapılabilmektedir. Ancak yerel rehberler paydaşlarından G12, geçmiş dönemde daha fazla kuş türünün bu alanda bulunduğunu, İhsaniye ilçesinde kurulan bir maden suyu şirketinin göllerde bulunan sodalı suları kullanarak maden suyu imal ettiği için pek çok gölün kuruduğunu ve bazılarının su seviyesinde düşüş olduğu için kuş türünde ve miktarında ciddi düşüş gözlemlendiğini belirtmiştir.

Emre Gölü yakınlarında kurulan bir sosyal tesis, ATV motorlarıyla Frig Vadilerinde gezi, Emre Gölü’nde kano yarışları etkinlikleri düzenlemektedir. Bu etkinlikler de etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak, görüşme yapılan paydaşların büyük çoğunluğu bu etkinliklerin Frig Vadileri ve Kral Yolu’nun konseptine uygun olmadığı ve alana zarar verdiği görüşünü belirtmişlerdir.

Dolaylı pazarlama yöntemleri kapsamında sorulan Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde yürütülen turizm türelerine ilişkin soruya paydaşların %35’i kamp-karavan turizmi yapılmaktadır cevabını vermiştir. Paydaşlara göre, alanda Frig Evleri ve butik oteller inşa edilmeden önce turistler konaklamak için ya kendi imkanlarıyla kamp yapıyorlardı ya da civar beldelerde bulunan otellerde konaklama yapıyorlardı. Ancak, Frig Evlerinin, butik otellerin ve civar beldelerde kurulan termal tesislerin artmaya başlamasıyla bölgede kamp-karavan turizmine olan ilginin azaldığı düşünülmektedir. Ayrıca, alanda kamp-karavan turizmi için gereken altyapı imkanlarının olmaması, definecilerin hala aktif olması ve koruma, güvenlik ve bakım denetimlerinin istenilen seviyede olmamasından dolayı turistlerin münferit ya da grup halinde kamp yapmak istemedikleri düşünülmektedir. Yerel yönetimler paydaş grubundan G2, alan ve etrafında fizibilite çalışmalarını sürdürdüklerini ve uygun

görülen yerlere sosyal tesisler, bungalov evleri, kamp ve karavan alanları yapmak istediklerini belirtmiştir.

Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde yürütülen turizm türlerine yönelik aynı soruya paydaşların %70'i kültür turizmi cevabını vermiştir. Alan içerisinde çok sayıda Frig, geç Roma, erken Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait eser bulunması bölgenin tanıtım ve pazarlanması açısından önemli bir durumdur. Burada bulunan Kibele anıtı, Yazılıkaya anıtı, Tümülüsler, Kral Midas altarı ve büstü, peribacaları, mezar odaları, haneler, zindanlar, şarap mahzenleri, Kral Yolu, Kral Yolu üzerindeki at arabası bıçaklarının ve tekerleklerinin izleri ve Döğer kervansarayı pek çok turistin ilgisini çekmektedir. Yerel halk paydaş grubundan G14, Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun geçmişte Frig, Hitit, Lidya, Pers, Makedonya, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorlukları gibi pek çok medeniyete ev sahipliği yaptığı için bu bölgede pek çok kültürel miras unsuru bulunmakta, bu yüzden define avcılarının ilgisini çekmektedir. Roma döneminde cesetlerin sağ avucuna, sol avucuna ve alt ve üst dişlerinin arasına birer sikke konularak defin işlemleri yapıldığından pek çok defineci bu sikkelere ulaşmak için tarihi eserleri patlatıp sikke aramaktadırlar ifadelerini kullanmıştır. Frig Vadileri ve Kral Yolu içerisinde yaşanan bu gelişmelere hem yerel yönetimler hem de AR-GE paydaş grupları jandarmaların, dronların ve devriyelerin denetleme yaptığını belirtmelerine rağmen etkili olamadığı görülmektedir.

Aynı soruya paydaşların %65'i Frig Vadileri ve Kral Yolu'nda inanç turizmi yapılmaktadır yanıtını vermişlerdir. Alan içerisinde bulunan ve geç Roma ile erken Bizans dönemlerinde yapılmış kilise, şapel ve mabetler ve Selçuklu ile Osmanlı İmparatorlukları dönemlerinde yapılmış cami ve tekkeler turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu unsurlar da dolaylı pazarlamayı olumlu yönde etkileyen faktörlerdir. Ancak, söz konusu eserlerin hem doğal hem de beşeri nedenlerden yıpranması, hatta bazılarının büyük oranda ortadan kaybolması tanıtım ve pazarlama faktörlerini olumsuz yönde etkileyebilecek faktörlerdir. Ancak bazı paydaşlara göre, bölgedeki inanç turizmi potansiyeli Kapadokya'daki kadar güçlü değildir. Bu durumun altında yatan başlıca neden Kapadokya'daki ibadethanelerin ve mabetlerin büyük bölümünün Romalı askerlerden kaçıp gizlice Hristiyanlığı yayan insanlar tarafından

oluşturulmasıdır. Frig Vadilerinde bulunan ibadethane ve mabetler ise Hristiyanlık yayıldıktan sonra oluşturulmuş unsurlardır.

8.5. ROTA ÜZERİNDEKİ TURİSTİK DEĞERLER

Rota üzerinde bulunan turistik değerlerin belirlenmesine yönelik araştırma üç aşamada incelenmiştir. İlk aşama envanter çalışmalarıdır. Yapılan görüşmeler neticesinde paydaşların %70'i olmadığı görüşündedir. Alanda yapılan incelemeler de bu görüşü destekler niteliktedir. Üçlerkayası köyüne yapılan ziyaret esnasında bölgede çok fazla evsel atıkların olduğu, yerel halkın tarihi değerlere çok fazla sahip çıkmadığı görülmüştür. Paydaşlardan G14, bölgede geçmişte daha fazla insani atığın olduğunu, kendi çabalarıyla azaldığını ancak yine de evsel atıkların alan içerisinde ve çevresinden arındırılmadığını belirtmiştir. Ayrıca, belediyelerin atık araçlarının çoğunlukla hizmet vermediğini, verdiği zamanlarda yeteri kadar insani atığı bölgeden arındırmadığını, çeşitli dönemlerde talep, şikayet ve öneri haklarını kullanmasına rağmen dikkate alınmadığını belirtmiştir.

Öte yandan, bölgede bulunan ve geçmiş dönemlerde mezar odası, şarap mahzeni, hane ve zindan olarak kullanılan pek çok eserin ahır, depo ve ambar gibi amaçlar için kullanıldığına tanık olunmuştur. Alan ve civarında yaşayan yerel halkın geçmiş dönemde mezar odaları içerisinde bulunan mezarları yerinden söküp içlerini ağıl olarak kullandıkları, içlerinde çok miktarda hayvan dışkısının olduğu, bazı eserlerin içerisinde ateş yakıldığı için is ve katran izlerinin olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, bazı eserlerin ise dışına kapı kapatılarak depo ve ambar olarak kullanıldığı da gözlemlenmiştir. Konuyla ilgili kamu kurumları paydaşlarından G7, alan içerisinde bulunan tarihi eserlerin civarda yaşayan yerel halkın üzerine tapulu taşınmaz olduğunu, bu yüzden Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün herhangi bir tasarrufunun olamayacağını belirtmiştir. Ayrıca, tarihi eserlerin volkanik tüf ve ignimbrit maddeden olduğu için yağmur ya da kar yağdığında tarihi eserlerin erime eğilimi gösterdiğini ancak içerisinde yakılan ateş sonucu tarihi eser içerisinde oluşan is ve katranın erimeye karşı tarihi eserleri koruduğunu belirtmiştir.

Alan içerisinde bulunan tarihi eserlerin içerisinde ya da dış yüzeylerinde çok sayıda spreyl boya izleri de bulunmaktadır. Yapılan görüşmelerde bazı paydaşların alan içerisinde bulunan bazı spreyl boya izlerinin uzun zamandır orada bulunduğunu, bazılarının yeni ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Örneğin Acente paydaşı G20, alan içerisinde organize ettikleri pek çok turistik gezide tarihi eserler üzerinde spreyl boya ile yazılmak suretiyle insan isimlerinin ve çeşitli cümlelerin olduğunu, bu durumdan çok rahatsız olduklarını ancak yetkililerin ne bu izlerin temizlenmesi ne de oluşabilecek muhtemel spreyl boya lekelerini temizlemek için önlem almadıklarını belirtmiştir. Ayrıca paydaşlardan G12, geçmiş dönemde çeşitli devletlerin büyükelçilik, ateşe ve devlet yetkilileriyle alan içerisinde düzenlenen gezilere rehberlik yaptığını ve bu olumsuz durum karşısında hem kendi hem de ülkesi adına utandığını ve turistlere bu durumu açıklayamadığını belirtmiştir. Bunun yanı sıra paydaşlardan G14, bölgede define avcılığının yerel halkın bazı kesimleri tarafından oluşturulduğunu ve bu insanların duyular ve söylentilere göre hareket ettiğini belirtmiştir.

Alan içerisinde bulunan pek çok tarihi eser define avcıları tarafından ya yok edilmiş ya da zarar verilmiştir. Alan içerisinde geçirilen süre zarfında etrafa saçılmış çok sayıda vazo, testi, mezar kapağı ve tarihi eser parçaları göze çarpmıştır. Define avcılarının geçmişte açtığı zararlar ilgili paydaşlardan G12, geçmişte alanda çok fazla tarihi eserin olduğunu ancak define avcıları tarafından başta Kibele anıtı olmak üzere pek çok tarihi eserin yok edildiğini ya da zarar verildiğini belirtmiştir. Ayrıca, alan içerisinde bulunan pek çok tarihi eserin Frigler döneminden geldiğini, Roma ve Bizans eserlerinden farklı olarak bu eserlerin yalnızca bu bölgeye has eserler olduğunu ve yok edilmeleri durumunda başka örneklerine erişimin olmayacağını dile getirmiştir.

Paydaşların %25 ise envanter çalışmalarının olduğunu söylemiştir. Hem Yerel Yönetimler paydaşları hem de AR-GE paydaşları alan içerisinde yerel halkın, jandarmaların, dronların ve devriyelerin denetleme faaliyetlerinin sürdürdüğünü, belediyelerin alan içerisinde çevresel temizlik ve bakım çalışmalarını yerine getirdiğini belirtmişlerdir. Her iki paydaş grubunu destekleyen açıklamaları Yerel Halk paydaşlarından G13 ve Gezinler paydaşlarından G18 dile getirmiştir. G13, hem Demirli köyünde yaşayan yerel halkı hem de civar yerleşim alanlarında bulunan

kişileri örgütleyerek alanda nöbetleşe denetimlerde bulunduklarını ve yakın zaman içerisinde bir grup define avcılarının yakalanmasında ve ihbar edilmesinde çalışmalarının olduğunu belirtmiştir. Öte yandan G18, çeşitli doğa sporları kulüplerinin ve sivil toplum örgütlerinin Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde çeşitli aralıklarla atık toplama etkinlikleri düzenlediklerini ve bazı etkinliklere kendisinin ve arkadaşlarının da katıldığını belirtmiştir.

Bilgilendirmelerle ilgili araştırma çalışmanın ikinci aşamasını oluşturmaktadır. Bilgilendirmelerle ilgili soruya paydaşların %80'i yetersiz yanıtını vermiştir. Araştırmanın gözlemleri de bu yönde kanıtlar sunmuştur. Afyonkarahisar il merkezinden Frig Vadileri ve Kral Yolu güzergahı üzerine yapılan gözlemlerde il merkezine yakın hiçbir bilgilendirme tabelalarına rastlanılmamıştır. Ancak, İhsaniye ilçesine yaklaştıkça Frig Vadisi tabelalarının görülmeye başlanmıştır. Alan için akıllı telefonlarda bulunan çeşitli harita uygulamalarında da Frig Vadileri ve Kral Yolu'na dair yönlendirici bir çalışma bulunamamıştır.

Yerel Yönetimler paydaşlarından G2, bu sorunun farkında olduklarını ve bu sorunun ortadan kaldırılması için çalışmalar başlattıklarını belirtmiş ancak belediye bütçesinin sınırlı olmasından dolayı çok fazla işaretçi kullanamadıklarını dile getirmiştir. Özellikle tatilcilerin tatil beldelerine giderken Afyonkarahisar üzerinden gittiklerini ve yol kenarlarına bilgilendirme tabelaları astıklarını ancak sayısını arttıramadıklarını belirtmiştir. Ayrıca G2, Afyonkarahisar il sınırlarına gelen her bir araç uydudan belirlenerek bu araçlar içerisinde bulunan her bir akıllı telefona, GSM operatörlerinin bilgilendirme sistemleri kullanılmak suretiyle Frig Vadilerinin ve Kral Yolu'nun tanıtımını mesaj ve bilgilendirme taslağı atmak istediklerini belirtmiştir.

Öte yandan paydaşlardan G11, bölgede bulunan bilgilendirme sistemlerinin çok fazla kafa karıştırıcı ve insanların hata yapmasına yol açtığını belirtmiştir. Üniversite paydaşlarından G4 ise, bölgede bulunan bilgilendirme sistemlerinin insanlar tarafından hasar verildiğine ve bazılarının kurşunlandığını belirtmiştir. Kalan %20'lik kısım ise bilgilendirme sistemlerinin yeterli olduğunu ve alana erişilmesi için yardımcı olduğunu dile getirmişlerdir. Bunun için İhsaniye Kaymakamlığı

kaymakamlık logosunda, Frig Vadileri içinde bulunan Aslantaş üzerinde bulunan aslan figürlerini kullanarak bilgilendirme için bir yöntem geliştirmiştir.

Sosyal medya ve internet üzerinde yapılan tanıtımlara yönelik çalışmalar turistik değerlerin belirlenme araştırmalarının son aşamasını oluşturmaktadır. Son aşamaya yönelik hem İhsaniye Kaymakamlığı'nın hem de paydaşlardan G4'ün internet üzerinde görsel ve işitsel bazı çalışmaları vardır. İhsaniye Kaymakamlığı Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun tanıtımı için bir tanıtım filmi oluşturmuştur. Söz konusu filmle ilgili paydaşlardan G1, düşük maliyetlerle kaymakamlığa bağlı turizm ofisi tarafından tanıtım filmi oluşturduklarını ve bu filmi on binlerce kişinin izlediğini, film sayesinde alan içerisinde turist sayısında artış gözlemlendiğini belirtmiştir.

Tanıtım filmi Emre Gölü üzerinde Kral Midas kayığının yaptığı geziyi göstererek başlamıştır. Hem göl içerisinde hem de göl çevresinde bulunan peribacaları da görsel içerisine alınmıştır.

Tanıtım filminin ikinci sahnesinde Aslantaş eseri ve eser üzerinde bulunan aslan figürlerini gösterilmektedir. Bir sonraki sahnede Yılantaş eseri ve üzerinde bulunan yılan figürleri gösterilmektedir. Yılantaş'ın çevresinde bulunan yeşil alanların bölgenin Kapadokya'dan farklı bir tabiatının olduğunu göstermektedir.

Bir sonraki sahnede Emre Gölü üzerinde kanoya binen turistlerin kano aktivitesi gösterilmektedir. Sahnede hem sabit kamera ile hem de drone kamerasıyla çekim yapılmıştır.

Sonraki sahnede Kral Yolu'nun tanıtımı yapılmış ve Kral Yolu üzerinde yaklaşık 3,000 yıl önce alanda yaşayan Frigler döneminde yapıldığı sanılan at arabası tekerleği ve bıçak izleri sergilenmektedir. Kral Yolu içerisinde geçildiği sahnede at arabası tekerleğinin ve bıçaklarının çıkardığı izler daha net görülmektedir.

Tanıtım filminin altıncı sahnesinde yeni oluşmaya başlayan peribacaları grubu gösterilmiştir. Gösterilen alanın yeşil ve ağaçlı bir alan içerisinde peribacalarının oluşmaya başlaması Kapadokya'da bulunan kırgıbayır tipi araziden oldukça farklı olduğu anlaşılmaktadır.

Bir diğ er sahnede bazı turistlerin g l çevresinde ATV motorlar ile yaptıkları gezi gösterilmektedir. Tanıtım filminin sonraki sahnesinde Emre Gölü üzerinde oluşturulan iskele üzerinde ve çevresinde oluşturulan sosyal tesisin alandaki mevcudiyeti ve turist gruplarının varlığı görülmektedir. Ayrıca aynı sahnede, sosyal tesisin içerisinde çardaklar, su araçları, otopark ve sosyal tesisin merkezi görülmektedir.

Tanıtım filminin dokuzuncu sahnesinde motorlu su kayığının Emre Gölü üzerinde yaptığı gezi gösterime sunulmuştur. Bir diğ er sahnede, Frig Vadileri içerisindeki kilise ve şapel olarak kullanılmış peribacaları ve bu peribacalarını gezen turistler gösterilmiştir.

Tanıtım filminin sonraki sahnesinde AROG filminden bir kesit alınmış ve filmin çekildiği bölgenin turistik alan olarak kullanıldığı gösterilmiştir. Alan içerisinde bulunan ormanlar, yeşil alanlar ve peribacaları pek çok sahnede kullanılmıştır. Ayrıca, alan içerisinde çeşitli dönemlerde düzenlenen Frig Vadisi Ultra Maratonu'na ilişkin görseller ve maraton içerisinde yarışan yarışmacılar ve maratonun geçtiği alanlar da tanıtım filmiinde kullanılmıştır.

Bunların dışında D ğ r kasabasında yer alan kervansaray, İhsaniye ilçesinde bulunan  altepe Sosyal Tesisi, Frig Vadileri içinde bulunan Maltaş eseri, alan içerinde düzenlenen bisiklet turları ve bu turlara katılan bisikletçiler, Ayazini beldesinde bulunan ve Frigler döneminde konut olarak kullanılan peribacaları ve Emre Gölü üzerinde gün batımı manzarası da tanıtım filmi içerisinde kullanılmıştır.

Frig Yürüyüş Yolu projesinin sahiplerinden biri olan G4 ve çalışma arkadaşları Frig Vadileri, Kral Yolu ve Frig Yürüyüş Yolunu tanıtan bir web sitesi oluşturmuşlardır. Web sitesi içerisinde Frig Vadileri içerisinde bulunan önemli eserlerin bulunduğu yerler GPS yardımıyla ziyaretçilere sunulmuştur. Ayrıca, alan içerisinde bulunan konaklama alanları, mola noktaları ve dinlenme alanları harita içerisinde gösterilmektedir. G4, harita üzerinde GPS yardımı alınabilmesi için oluşturdukları rehber kitap içerisinde farklı şifreli kelimeler bulundurduklarını, okuyucuların bu şifreleri girerek GPS yardımına erişebildiklerini belirtmiştir.

Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde bulunan yürüyüş rotalarının uzunluğu, hangi aktivitelere uygun olduğu, rota üzerinde bulunan eserler, alan içerisinde

turistlere yardımcı olabilecek rehberlerin bilgileri, alan hakkında önemli bilgiler ve önerilen rotalardan oluşan kombinasyonlar da web sitesi üzerinden turistlere detaylı bir şekilde aktarılmıştır.

Bunların dışında hem İhsaniye belediyesi hem de FRİGKÜM Dağlık Frigya Bölgesini tanıtan çeşitli broşürler ve tanıtım filmleri oluşturmuşlardır. Yerel Yönetimler paydaşlarından G2, İhsaniye içerisinde çok fazla Osmanlı İmparatorluğu döneminde göç edip İhsaniye'ye yerleştirilen muhacir olduğu ve bu insanların hala Bulgaristan'da yaşayan akrabaları olduğundan tanıtım filmlerini hem İngilizce hem de Bulgarca altyazılı oluşturduklarını belirtmiştir.

8.6. ROTA ÜZERİNDEKİ ÜSTYAPI OLANAKLARI

Frig Vadileri ve Kral Yolu içerisindeki üstyapı olanakları beş kısımda incelenmiştir. Mevcut konaklama üniteleri ve planlanan konaklama üniteleri ilk kısmı oluşturmaktadır. Paydaşlarla yapılan görüşmelerde paydaşların %50'si konaklama imkanları var cevabını vermişlerdir. Ancak, paydaşların pek çoğu konaklama imkanlarının yerel halkın turistlere evlerinde bulunan odaları kiralaması, FRİGKÜM ve yerel girişimcilerin çabalarıyla açılan Frig Evleriyle, butik otellerle ve pansiyonlardan ibaret olduğunu açıklamışlardır. Yerel Halk paydaşlarıyla yapılan görüşmeler de bu bilgileri doğrular nitelikte olmuştur. Paydaşlardan G13, Demirli köyünde yaşayan pek çok sakin evinin bir bölümünü turistlerin kullanımına açtığını hatta kendisinin de gelen yerli ya da yabancı turistlere evinin bir bölümünü açtığını ancak bu durumun daha profesyonel şartlarda yürütülmesi gerektiğini dile getirmiştir. G14 ise, Üçlerkayası köyünde bulunan pek çok kişinin evini turistlerin kullanımına açtığını belirtmiştir. Ayrıca, kendisinin Üçlerkayası köyünde bulunan Frig Evini işlettiğini, çok düşük bir ücret karşılığında turistlerin buradan istifade ettiğini dile getirmiştir. Üçlerkayası köyünde bulunan Frig Evine yapılan ziyarette içeride yaklaşık 15-20 kişinin konaklamasını sağlayan ranza tipi yatakların bulunduğu yatakhane, minderli ve kanepeli oturma odası, banyo ve tuvalet hizmetlerinin verildiği gözlemlenmiştir.

Paydaşların %25'i ise, az miktarda konaklama ünitelerinin var olduğunu söylemiştir. Söz konusu paydaşlar alana gelen turist sayısına göre konaklama

ünitelerinin yetersiz olduğunu, konaklama ünitelerinde oluşacak bir artışın hem yerel halk hem de turistler için fayda getireceğini belirtmişlerdir.

Paydaşların %15'i civar bölgelerde olduğunu söylemiştir. Söz konusu bölgelerin Termal Turizme yönelik tesislerin işletildiği ve bazı turistlerin Frig Vadileri ve Kral Yolu etrafında bulunan yerleşim alanlarında kurulmuş konaklama ünitelerinden ziyade termal otelleri tercih ettiklerini dile getirmişlerdir.

Planlanan konaklama üniteleri hakkında paydaşların %30'u yerleşim alanları içerisine Frig Evleri ve butik otellerin inşa edileceğini belirtmişlerdir. Üniversite paydaşlarından G3, Frig Vadileri ve Kral Yolu'nun sit alanı olarak ilan edildiğini ve alan içerisine bungalov evlerinin, Demirli, Döğer, Ayazini, Bayramaliler ve Seydiler'de ise butik otellerin ve Frig Evlerinin inşa edileceğini belirtmiştir. Ayrıca G13 Demirli köyünde kızının bir Frig Evi inşaatı için gerekli yerlere müracaat ederek Frig Evi kurulmasını sağladığını ancak henüz faaliyete geçmediğini belirtmiştir.

Frig Vadileri ve Kral Yolu içerisindeki üstyapı olanaklarının ikinci kısmını mola noktaları oluşturulmalıdır. Yapılan görüşmelerde paydaşların %45'i mola noktalarının olduğunu söylemiştir. Yapılan araştırmalarda alan içerisinde İhsaniye belediyesine ait Çaltepe Sosyal Tesisleri, Ayazini beldesinde bulunan bir mola noktası ve Emre Gölü Sosyal Tesisleri bulunmaktadır. Yerel Girişimciler paydaşlarından G5, Ayazini beldesinde kendi evinin bahçesini mola noktasına dönüştürerek buraya gelen turistlerin karınlarını doyurmaları için çeşitli yiyecekler servis ettiğini, çoğunlukla turistlerin kendisini ziyaret etmeye geldiklerini ve bu sayede Ayazini içerisindeki pek çok kişinin mola noktası açmaya niyetlendiğini belirtmiştir. Öte yandan Emre Gölü Sosyal Tesislerinin işletme haklarına sahip G6, alan içerisinde oluşturdukları sosyal tesis ile ATV motor, Kral Midas kayığı ve kano gibi rekreasyon faaliyetlerinin yanı sıra piknik alanları ve restoran hizmetleri sunduklarını söylemiş ve zaman içerisinde turistlerin ihtiyaçlarına daha fazla cevap verecek yeni imkanlar sunmak istediklerini belirtmiştir.

Mola noktalarına yönelik açıklamalarda paydaşların %25'i herhangi bir mola noktasının olmadığını ve %25'i mola noktalarının bulunduğunu ancak nicel olarak az olduğunu belirtmişlerdir. Dağlık Frigya Bölgesinin çok geniş bir coğrafyaya sahip olması, münferit gezilerle en kısa üç günde gezilebilen bir destinasyon olması ve pek

çok kısmında mola noktasının bulunmaması, var olan mola noktalarının her ihtiyacı karşılamıyor olması ve üstyapı olanaklarının kısıtlı olması paydaşların verilerini doğrular niteliktedir.

Paydaşların mola noktalarında olması gereken temel niteliklere yönelik açıklamalarında %60 temel ihtiyaçların karşılanması gerektiği dile getirilmiştir. Dağlık Frigya Bölgesinin genel itibariyle spor turistlerine ve eko-turistlere hitap etmesinden dolayı turistlerin dinlenme, yeme-içme, tuvalet gibi ihtiyaçlarını karşılaması gereken tesislerin oluşturulması gerekmektedir. Öte yandan paydaşların %20'si ise, mola noktalarında yöresel ürünlerin olması gerektiğini savunmuşlardır. Dağlık Frigya Bölgesinin Polatlı, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya illeri arasında bulunması bu illerin yöresel ürünlerinin satışını zorunlu kılabilir. Alana gelen turistlere yöresel ürünlerin tanıtımı ve satışı yapılırsa potansiyel turist sayısında artış olabileceği düşünülmektedir. Son olarak görüşmecilerin %5'i mola noktalarındaki temel niteliklerin bütçeye göre değişkenlik göstermesi gerektiğini savunmuştur.

Frig Vadileri ve Kral Yolu içerisindeki üstyapı olanaklarının üçüncü aşaması yöresel ürün satışlarıdır. Paydaşların %55'i alan içerisinde yöresel ürün stantlarının olmadığını belirtmişlerdir. Paydaşların bu görüşü benimsemesinde alan içerisinde yerel halkın yeteri kadar örgütlenemediği düşünülmektedir. Yerel Halk paydaşlarından G13, hem Demirli köyünde hem de civar köy ve beldelerde yaşayan sakinlerin tarım ve hayvancılıkla uğraştığını, kendi ihtiyaçlarını karşılayacak miktarda ürünler ürettiklerini belirtip turistlere bunları pazarlamak istediklerini dile getirmiştir. Söz konusu ürünlerin çoğunun doğal, organik ve el yapımı ürünler olduğunu ancak yerel halk arasında girişimci sayısının çok az olmasından dolayı turistlere sunum yapamadıklarını dile getirmiştir. Alan içerisine yaşayan sakinlerin yerel ürünlerin satışı konusunda cesur davranmadığını ve eğer girişimcilerin gelirleri tatmin edici bir düzeye ulaşırsa stant açmayı düşündüklerini aktarmıştır. Ayrıca, bölgeye gelen turistlerin sayısında dönemlere göre dalgalanmalar meydana geldiği için girişimcilerin yöresel ürün standı açmak istemediğini de belirtmiştir.

Bunların dışında Gezinler paydaşlarından G17, Afyonkarahisar iline ait sucuk, kaymak, lokum gibi yöresel ürünlerin olduğunu ancak Frig Vadileri ve Kral

Yolu içerisinde bunların satışının olmadığını, eğer bu ürünlerin üretimi ve satışı yerel halk tarafından yürütülürse daha fazla turist gelebileceğini dile getirmiştir.

Öte yandan paydaşların %40'ı ise Frig Vadileri ve Kral Yolu üzerinde yöresel ürün stantlarının olduğunu dile getirmişlerdir. Paydaşlardan G2, İhsaniye yöresine ait patiklerin patentini belediye olarak aldıklarını ve satışlarını yaptıklarını söylemiştir. Ayrıca, bazı yerleşim alanlarında kaz yetiştiriciliği yaptıklarını ve bu kazların yurtiçinde satışlarını gerçekleştirdiklerini yurtdışına da satış yapmak istediklerini belirtmiştir.

Sunulması gereken yöresel ürünlere yönelik açıklamalar dördüncü kısmı oluştururken paydaşların %40'ı yöresel ürünler sunulmalı cevabını vermişlerdir. Dağlık Frigya Bölgesinin Ankara-Polatlı, Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya illeri arasında olmasının ve her şehrin kendine has yöresel ürünlerinin olmasının hem destinasyon pazarlaması açısından hem de tanıtım açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Her bir şehre ait farklı kültürel unsurların olması yöresel ürün miktarını arttırabileceği gibi turistler üzerinde algı ve talep oluşturucu etmenler olabilir. Özellikle, Ankara'ya, Eskişehir'e, Afyonkarahisar'a ve Kütahya'ya ait kültürel, sanatsal ve yöresel unsurların tanıtımı satışı ve öğretisi yapılabilir, bu etkinlikler turistler üzerinde etki oluşturabilir.

Paydaşların %15'i ise organik ürünler olmalı cevabını vermişlerdir. Özellikle, bölge içerisinde adaçayı, kuşburnu, yaban mersini, yabani böğürtlen gibi bitkilerin var olması, bu bitkilerin turistlere sunulma olasılığını arttırmaktadır. Yöresel ürün stantlarında bu tür ve daha fazla organik ürünün sunulmasının turist memnuniyetini arttıracığı da düşünülmektedir. Bu durumla ilgili paydaşlardan G13, Demirli köyünde çok sayıda adaçayı, ahududu, kuşburnu gibi bitkilerin yetiştiğini ve yerel halkın bu bitkileri kendi tüketimleri için topladığını belirtmiştir.

Paydaşların %15'i ise, köy ürünlerinin olması gerektiğini belirtmişlerdir. Dağlık Frigya Bölgesinin köy, belde ve kasabalara yakın yerde olması köy ürünlerinin satış ve pazarlamasını mümkün kılmaktadır. Bölgede yaşayan yerel halkın tarım ve hayvancılıkla geçimini sürdürmesi bu ihtimali arttırmaktadır. Özellikle, Frig Vadileri ve Kral Yolu'nda oluşturulması muhtemel yöresel ürün stantlarında köy ürünlerinin satışının gerçekleştirilmesi potansiyel turist sayısını

arttırabilir. Paydaşlardan G13, yerleşim yerlerinde yerel halkın süt ve süt ürünleri ile pek çok kahvaltılık ürünleri ürettiğini ve bu ürünlerin turistler tarafından tecrübe edildiği takdirde talep unsuru oluşturma ihtimalinin olduğunu belirtmiştir.

Acenta hizmetlerine yönelik açıklamalar ise beşinci ve son kısmı oluşturmaktadır. Bu kısım için paydaşların %65'i acente hizmetleri var ancak yetersiz cevabını vermişlerdir. Acente paydaş grubundan G20'in açıklamaları bu oranı doğrular niteliktedir. G20, Frig Vadileri ve Kral Yolu'na geçmişte çeşitli dönemlerde geziler düzenlediklerini ancak alan içerisinde altyapı hizmetlerinin yetersiz olmasından dolayı pek çok turistin memnun kalmadığını belirtmiştir. Az sayıda turist grubu için Frig Vadileri içerisinde tur düzenlediklerini, gezi esnasında çevrede çok sayıda insani atık ve hoş olmayan görüntülerin olduğunu, bu durumun turistleri rahatsız ettiğini gördükleri için alan içerisinde gösterilmesi gereken yerleri çabuk geçmek zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca, alan içerisinde yeme-içme ve dinlenme alanlarının olmadığını, kendileri için en uygun alanda mola verip alan içerisinde bir şeyler tüketmek için hazırlık yaptıklarını ve bu durumun da oldukça zamanlarını aldığını belirtmiştir. Alan içerisindeki altyapı eksiklikleri yüzünden turistleri memnun edemediklerini belirten G20, bu durumu hem geçmişte hem de günümüzde pek çok acentenin yaşadığını belirtmiştir.

Dağlık Frigya Bölgesinde altyapı eksikliğinin en çok soğuk dönemlerde hissedildiğini dile getiren G20, kış dönemlerinde turist sayısında ciddi azalmalar meydana geldiğini, havalar ısındığında yürütülen gezilerde hizmetlerinin belirtilen nedenlerden dolayı sekteye uğradığını ve bu durumun zaman içerisinde turist sayısında gerilemelere yol açtığı için Frig Vadilerine düzenlenen gezilerin büyük bir kısmını programlarından kaldırmak zorunda kaldıklarını söylemiştir. Ayrıca Üniversite paydaşlarından G3, bölgede bulunan bazı rehberlerin çalışma kartı olmasına rağmen bölgeye hakim olmadığını ve bilgi kirliliğine yol açtığı için acentelerin turistlere sunduğu hizmetlerin yetersiz kaldığı görüşünde olduğunu belirtmiştir.

Acente hizmetlerine yönelik paydaşların %30'u acentelerin gezi hizmetleri var, %20'si gezi hizmetleri yok ve %10'u ise hizmetleri var ve yeterli seviyede oldukları görüşünü belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm politikaları gelişmekte olan ölkeler için çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Doğru turizm modellerinin oluşturulması, yerel halkın oluşturulan modellerin merkezinde bulunması ve turizm destinasyonlarının yıpratılmadan tüketilmesi gelişmekte olan ölkelerin gelir kalemlerini güçlendirmesi kuvvetle muhtemeldir. Bu bağlamda, alternatif turizm türleri hem gelişmekte olan ölkelerin doğru turizm politikaları belirlemede hem de turizm destinasyonu olmaya aday bölgelerin ve bu bölgelerde yaşayan yerel halkın güçlendirilmesi açısından önemlidir.

Turist talepleri ve turizm sosyolojisi incelendiğinde, turizmde her dönem farklı ve çeşitli arz unsurları beklenmektedir. Özellikle, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana turist profilleri dikkate alındığında kitle turizminden kişisel hobileri tatmin etmesi istenen turizm türlerine yönelme eğilimi olduğu ortadadır.

Ayrıca, kitle turizmine son 30 yıl içerisinde yönelen turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özellikleri toplum ortalamasının üzerinde olan turistlerin kendi hobilerine hitap eden turizm türlerine iştirak ettikleri, toplum ortalaması içerisinde ya da altında bulunan turistlerin ise kitle turizmine katılımı sürdürdükleri oldukça açıktır.

Bu bilgiler ışığında, henüz turizme kazandırılmamış Dağlık Frigya Bölgesi'nde alternatif turizm türlerinden hangilerinin yürütölebileceği, hangi türlere potansiyelinin olduğu ve iştirak edebilecek potansiyel turistlerin özelliklerinin nasıl olması gerektiğine yönelik araştırmalar yapılarak uygun bir model ortaya konulmuştur.

Yapılan araştırmalar sürecinde görüşme gerçekteştirilen paydaşlar, araştırmanın başarıya ulaşması için çok değerli bilgiler ve öneriler sunmuşlardır. Görüşme yapılan paydaşlar, Dağlık Frigya Bölgesi için en doğrusunun belirlenmesinde kendi deneyimlerini ve düşöncelerini de belirtmişlerdir. Bazı alanlarda farklı görüşleri olsa da büyük çoğunluğu ortak yanıtlar vermişlerdir. Özellikle, bölge içerisinde sürdürölebilir bir model uygulanması, yerel halk

çıkarlarının korunması ve doğru turizm modellerinin belirlenmesi hepsinin ortak düşüncesi olmuştur.

Bazı paydaşların Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde rakiplerinin rekabet avantajı sağlamaması için politik yanıtlar verdikleri düşünülmektedir. Ancak, bilimsel çalışmaların kişisel düşüncelerin başkaları üzerinde etki yaratması ya da popüler kavramların propagandasının yapılmasından ziyade insani değerlere ve unsurlara fayda sağlaması ve gelecek çalışmalara katkı vermesi için yapıldığı unutulmamalıdır.

Yapılan görüşmelerin sonuçlarına göre, Yerel Yönetimler, Kamu Kurumları ve AR-GE paydaş grupları dışındaki tüm paydaş grupları Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde koruma-bakım çalışmaları, çevre temizliği, denetleme, sürdürülebilirlik, yenileme ve restorasyon faaliyetlerinin yeterli miktarda yürütülmediği görüşünü benimsemişlerdir. Bölgede bulunan define avcılarının faaliyetlerinin hala sonlandırılmaması, altyapı ve üstyapı çalışmalarının yürütülmemesi, çevre temizliğinin yetersiz yapılması, tarihi eserlere verilen zararların giderilememesi, trafik tabela ve işaretçilerinin yetersiz ve kafa karıştırıcı olması ve yerel halkın çıkarlarının tam anlamıyla korunmaması paydaşların bölgenin geleceğiyle ilgili kaygı ve endişelerini arttırmaktadır.

Yerel Yönetimler, Kamu Kurumları ve AR-GE paydaşlarının verdikleri bazı cevaplarla diğer paydaşların verdikleri bazı cevapların ilişkisiz olması yetkililerin bilgi sahibi kişi ve kurumlarla fikir alış-verişi yapmadığı fikrini doğurmaktadır. Özellikle, yetki sahibi olan kişilerin bilgi sahibi olan kişilerle senkronize bir çalışma faaliyeti içerisinde olmaması bölgenin turizme kazandırılma sürecini geciktirme ihtimali bulunmaktadır.

Yerel Halk, Üniversite, Seyahat Acentaları, Gezginler ve Yerel Rehberler paydaş gruplarının bölge içerisinde doğru turizm modellerinin oluşturulması, çıkar gruplarından ziyade bölgede yaşayan yerel halkın turizm gelirleri ve turizm istihdamında başrol oynaması, doğa sporlarının ve tarihi unsurların bölge oluşturulmak istenen konseptin ana temalarını oluşturması, gelen turistlerin nicelik olarak değil nitelik olarak bölgeye ve yerel halka katkı sağlayacak kişilerden olması ve bölgenin piknik ve mesire alanından ziyade kültür ve tarih alanı olarak turizme

kazandırılması gerektiği görüşündedirler. Özellikle, Emre Gölü tesislerinde yürütülen rekreasyon faaliyetlerinin bölge konseptine uygun olmadığı görüşünü savunmaktadır.

Yurdakul ve Töre Başat (2018)'ın kaleme aldığı Antik Rotaların Turizm Açısından Yeniden Canlandırılması: Kral Yolu-Frig Vadisi için Frig Yürüyüş Yolu Önerisi isimli bildiride, bölge içerisinde bulunan Kral Yolu'nun doğa sporları için uygun nitelikler taşıdığını ve bölge içerisinde pek çok tarihi eserin turistik değere dönüştürülmesi gerektiğini belirtmişlerdir

Her iki model bölge içerisinde yöresel ürünlerin artmasına, yeni istihdam olanaklarının oluşmasına, yeni iş alanlarının ortaya çıkmasına, yeni turizm modellerinin ortaya çıkmasına, tarihi unsurların korunmasına, denetimlerin artmasına, altyapıların oluşturulmasına, tahribatın azalmasına, koruma-bakım faaliyetlerinin güçlendirilmesine yardımcı olabilecek niteliklere sahiptir.

Her iki model destinasyon pazarlaması için algı yaratabilecek unsurları bünyesinde barındırmaktadır. Bu modeller daha önce uygulanmamış çalışmalar oldukları için potansiyel turistleri etkileme ve yeni talep yaratma ihtimalini arttırmaktadır. Ayrıca, bölgesel turizm planlaması için farklı çalışmalara örnek temsil edebileceği için rol model olabilecek çalışmalardır.

Bölge içerisinde bulunan Kral Yolu'nun turizme kazandırma hedefi olan her iki model, benzerlikleri olan Tuz Yolu, İpek Yolu, At ve Çay Yolu gibi diğer antik ticaret rotalarının turizmde yaptığı etkiyi yapabilir. Ayrıca, Kral Yolu turizme kazandırılması durumunda önemli bir tarihi eserin ortadan kaybolması engellenmiş olacaktır.

Her iki model de daha önce denenmemiş çalışmalar olmasından dolayı geliştirilmeye ve güçlendirilmeye ihtiyaç duyabilir. Faaliyet planlaması modeli ve etkinlik modelinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi için şu yöntemler izlenebilir;

- Turistler yöresel yemeklerin oluşturulma aşamasına katılarak gastronomi turizminin bir parçası olabilirler
- Binek hayvanlarını kiralayan turistler hayvanların beslenme ve bakım aşamalarında bakıcılara yardımcı olabilirler

- Her iki modelin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için yeni fikirler üretebilirler
- Oluşması muhtemel yeni turizm türünün potansiyel turistleri belirlemek için yeni veri elde etme yöntemleri ve ölçekleri oluşturabilirler
- Her iki modelin uygulanması durumunda Dağlık Frigya Bölgesi içerisinde zaman geçiren turistlerin talep ve beklentileri saptanabilir.
- Yerel halkın bölge içerisinde yürüttüğü ekonomik faaliyetlere ek olarak farklı çeşitler ve faaliyet türleri araştırılabilir
- Etkinlik modelini geliştirebilecek yeni aktivite araştırmaları yapılabilir
- Bölge içerisinde güvenlik ve denetimlerin güçlendirilmesi için yeni yöntemlere yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Bölgenin peyzaj mimarisi ve alan planlaması için yeni öneriler ve araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Yaş gruplarına özel olabilecek farklı aktiviteler ya da modellenen aktivitelerin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Yerel halkın alan içerisinde daha aktif görev alabilmesini sağlayacak öneriler ve çalışmalar gerçekleştirilebilir.
- Belirlenen hedef kitlenin elde tutulması için gereken araştırmalar ve geliştirme çalışmaları yürütülebilir.
- Frigler dönemine ait yeni keşiflerin her iki modele entegrasyonunun sağlanması çalışmalar yapılabilir.
- Faaliyet planlaması modeli bünyesinde kullanılmak istenen alternatif turizm türleri geliştirilebilir.
- Her iki modele gelmesi düşünülen turist profilinin özellikleri belirlenerek yıllar içerisinde değişimi gözlemlenebilir; bu sayede diğer turizm destinasyonları bu verilerle desteklenebilir.

KAYNAKÇA

- Abraham, S. (2012). *Strategic Planning: A Practical Guide for Competitive Success*. Bingley: Emerald.
- Akbulut, U. (2016). *Kalay: Bronz Çağı'na Geçişini Sağlayan Metal*. Ankara: Odtü Kimya Bölümü.
- Akkuş, A. (1998). *Genel Fiziki Coğrafya*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Akoğlan-Kozak M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Akova, İ. (1995). *Akarsu Turizmi*. İstanbul: Türk Coğrafya Dergisi.
- Akurgal, E. (1995). *Anadolu Uygarlıkları*. İstanbul: Net Turistik yayınları.
- Akyol, İ. H. (1944). *Genel Coğrafya*. İstanbul: Maarif Matbaası.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Apotolakis, A. (2003). *The Convergence Process in Heritage Tourism*. London: Elsevier.
- Aşılıoğlu, F., & Memlük, Y. (2010). *Frig Vadisi Kültürel Mirası Alanlarının Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi.
- Atalay, İ. (1997). *Türkiye Coğrafyası*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Austen, R. A. (2010). *Trans-Saharan Africa in World History*. Oxford: Oxford University Press.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı: 2007-2013*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı. (2013). *Afyonkarahisar ili Doğa Turizmi Master Planı (2013-2023)*. Afyonkarahisar: Türkiye Cumhuriyeti Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü V. Bölge Müdürlüğü.

- Bauer, J. H. (2004). *Hunting and Fishing Tourism*. Altona Victoria: Ground Publishing.
- Baytok, A. P. (2017). *Alternatif Turizmi Mi, Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme*. Erzincan: Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Beeton, S. (1998). *Ecotourism: A Practical Guide for Rural Communities*. Melburn: Landlinks Press.
- Bektöre, E., Korkmaz, E., Erşen, G., & Atak, A. (2018). *Frig Vadisi Potansiyel Kamp Alanları ve Rotalarının CBS Aracılığıyla Belirlenmesi*. Eskişehir: GSI Journal.
- Bergman, F. (1939). *Archaeological Researches in Sinkiang*. Stockholm: Bokförlags Aktiebolaget Thule.
- Bezruchka, S. (1997). *Trekking in Nepal: A Traveler's Guide*. Seattle: The Mountaineers Publishment.
- Blamey, R. K. (2001). Principles of Ecotourism. D. B. Weaver içinde, *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxford: CABI Publishing.
- Brandon, K. E. (1992). *Planning for People and Parks: Design Dilemmas*. London: Elsevier.
- Brida, J. G. (2010). *Cruise Tourism: Economics, Socio-Cultural and Environmental Impacts*. Newport Pagnell: International Journal of Leisure and Tourism Marketing.
- Buck, R. C. (1977). *Making Good Business Better: A Second Look at Staged Tourist Attractions*. London: Journal of Travel Research.
- Budowski, G. (1976). *Tourism and Environmental Conversation: Conflict, Coexistence of Symbiosis*. Base: The Foundation for Environmental Conversation.
- Burgess, J. C. (1993). *Timber Production, Timber Trade and Tropical Deforestation*. London: Royal Swedish Academy of Science.

- Büyüköztürk, Ş. Kılıç Çakmak, E. Akgün, E. A. Karadeniz, Ş. ve Demirel F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınevi.
- Calder, W. M. (1925). *The Royal Road in Herodotus*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carmichael, B. A. (2002). *Global Competitiveness and Special Events in Cultural Tourism: The Example of the Exhibit at the Art Gallery of Ontario, Toronto*. Toronto: Canadian Geographer Journal.
- Catalino, A. H. ve Lizardo, V. (2004). *Agriculture, Environmental Services and Agro-Tourism in the Dominican Republic*. Rome: Journal of Agricultural and Development Economics.
- Chan, J. K. (2007). *Ecotourists' Perception of Ecotourism Experience in Lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia*. London: Taylor and Francis Publication.
- Chen, M. J. (2009). *Creating Value for Stakeholders*. Virginia: Darden Business Publishing.
- Clifton, J. B. (2006). *Planning for Sustainable Ecotourism: The Case for Research Ecotourism in Developing Country Destinations*. London: Taylor and Francis Publication.
- Cohen, E. (1987). *"Alternative Tourism" -A Critique*. London: Tourism and Recreation Research.
- Cromton, J. L. (1997). *Motives of Visitors Attending Festival Events*. London: Elsevier.
- Curtis, J. (1989). *Ancient Persia*. London: British Museum Publication.
- Curtis, V. S. (2010). *Birth of the Persian Empire: Volume I*. New York: I. B. Tauris Publication.
- Çağlayan-Takımcı, M. (2016). *Antik Çağ'da Bayramlar ve Festivaller (Yunan-Roma)*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Anabilim Dalı Klasik Arkeoloji Bilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Çetin, T. (2010). *Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı*. Ankara: Milli Folklor Dergisi.
- Damster, G. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. Landsdowe: Berne Convention.
- De Blois, L. ve Van Der Spek, J. (2008). *An Introduction to the Ancient World*. New York: Taylor and Francis Publication.
- De Palma, C. (1986). *Metal Routes in the Ancient Mediterranean*. Kansas: Athens Center of Ekristics Publication.
- Demirel, A. G. (2013). *Stratejik Yönetimlerde Paydaşlar Yönetimi Kuramına Giriş: Aracı Yaklaşımlar*. Elazığ: Asos Journal.
- Diakov, V. ve Kolalev, S. (2008). *İlkçağ Tarihi-1: Ortadoğu, Uzakdoğu, Eski Yunan*. İstanbul: Yordam Kitap Basın ve Yayın.
- Diamantis, D. (2004). *Ecotourism: Management and Assessment*. London: Thomson Learning.
- Didascalou, E. L. (2009). *Wellness Tourism: Evaluating Destination Attributes for Tourism Planning in a Competitive Segment Market*. Chios: An International Multidiciplinary Journal of Tourism.
- Diker, O. Ç. (2016). *Hava Sporları Turizmi ve Safranbolu'nun Hava Sporları Potansiyelinin Belirlenmesi*. Karabük: Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Dodd, T. H. (2006). *Motivations of Young People for Visiting Wine Festivals*. Montpellier: The 2nd International Conference of the Academy of Wine Business Research.
- Doğanay, H. (2002). *Genel ve Fiziki Coğrafya*. Erzurum: Aktif Yayınevi.
- Doğantan, E. (2014). *Frigya Bölgesine Alternatif Konaklama Tesisi Önerisi: Karavancılık*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otelcilik Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Dowling, R. (2013). *International Handbook on Ecotourism*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

- Du Cros, H. (2001). *A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism*. Kowloon: International Journal of TOurism Research.
- Eagles, P. F. (1992). *The Travel Motivations of Canadian Ecotourists*. California: Sage Publication.
- Ekiz, E., & Yazıcı, H. (2016). *Termal Turizmde Farklı Bir Destinasyon: Jeoturizm (Afyonkarahisar Örneği)*. Berlin: Zeitschrift für die Welt der Türken.
- Erinç, S. (1996). *Jeomorfoloji I*. İstanbul: Öz Eğitim Yayınları.
- Erkurt, O. ve Paker, S. (2014). *Su Altı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi.
- Freeman, R. E. (2010). *Stakeholders Theory: The State of the Art*. New York: Cambridge University Press.
- French, D. (1998). *Pre- and Early- Roman Roads of Asia Minor. The Persian Royal Road*. London: Taylor and Francis Publication.
- Friedman, A. L. (2006). *Stakeholders: Theory and Practice*. New York: Oxford University Press.
- Frisby, W. ve Getz, D. (1989). *Festival Management: A Case Study Perspective*. London: Journal of Travel Research.
- Fuchs, J. (2008). *The Tea Horse Road*. California: Silkroad Foundation.
- Getz, D. (2004). *Geographic Perspectives on Event Tourism*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Getz, D. ve Frisby, W. (1988). *Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals*. London: Journal of Travel Research.
- Greenewalt Jr. C. H. ve Cahill, N. D. (2003). *The City of Sardis: Approaches in Graphic Recording*. Cambridge: Harvard University Art Museum.
- Gümüşgöl, O. K. (2013). *The Rising Brand of Turkish Tourism: The Case for Football*. Bakü: Journal of Education and Sociology.
- Güner, İ. K. (2007). *Genel Coğrafya*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

- Güngördü, E. (2003). *Türkiye'nin Coğrafyası*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Gür, S. (2007). *İlk İnsanlarda Selçukluya: Anadolu Uygarlıkları ve Antik Şehirler*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Güzel, F. Ö. (2010). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapmasamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Viyoner Dergisi.
- Halewood, C. ve Hannam, K. (2001). *Viking Heritage Tourism: Authenticity and Commodification*. London: Annals of Tourism Research.
- Hall, C. M. (2001). *Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development*. New York: Wiley Publishment.
- Halsted, J. (2016). *Twenty Folk and Fairy Tales from Along the Amber Road*. London: Abela Publishing.
- Hudson, S. (2009). *Golf Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishment.
- Hvenegaard, G. T. (2002). *Using Tourist Typologies for Ecotourism Research*. London: Taylor and Francis Publication.
- Ingrams, H. (1945). *The Journal of the Royal Asiatic Society of Great Britain and Ireland*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jarvis, N. ve Blank, C. (2007). *The Importance of Tourism Motivations among Sport Events Volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany*. London: Taylor and Francis Publishment.
- Jensen, C. R. (2006). *Outdoor Recreation in America*. Illinois: Human Kinetics.
- Kangas, P. S. (1995). *Economics of an Ecotourism Operation in Belize*. New York: Springer.
- Karasar, N. (1995). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Katouzian, H. (2009). *The Persians: Ancient, Mediaeval and Modern Iran*. Cornwall: Yale University Press.

- Kerimoğlu, E., & Çıracı, H. (2008). *Sustainable Tourism Development and a Governance Model for Frig Valley*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi.
- Kester, J. G. (2002). *Cruise Tourism*. California: Sage Publishment.
- Khoshpakyants, A. V. (2010). *Challenges of Youth Tourism*. Bursa: The European Research Journal.
- Kılıç, S. (1957). *İç ve Dış Kuvvetler Jeolojisi*. İstanbul: Berksoy Matbaası.
- King, D. A. (1996). *Ecotourism and Commodification: Protecting People and Places*. London: Chapman and Hall Publication.
- Kodaş, D. ve Sü Ersöz, S. (2012). *Kırsal Turizm ile Kültürel Turizmin Bütünleştirilmesi*. Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmaları Dergisi.
- Kozak, N. Akoğlan Kozak M. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köhne, E. E. (2000). *Gladiators and Caesars: The Power of Spectacle in Ancient Rome*. Los Angeles: University of California Press.
- Kuhrt, A. (2010). *Eski Çağ'da Yakındoğu Yaklaşık M. Ö. 3000-330*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Kurumu, T. H. (2012). *THK Gösteriler Yönelgesi*. Ankara: Türk Hava Kurumu Basımevi.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Liu, X. (2010). *The Silk Road in World History*. Oxford: Oxford University Press.
- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Lussetyowati, T. (2014). *Preservation and Conservation Through Cultural Heritage Tourism. Case Study: Musi Riverside Palembang*. Amsterdam: Elsevier.
- Lutgens, F. K. (2013). *Genel Jeoloji: Temel İlkeleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Markeviciene, J. (2008). *Genius Loci and Homo Faber: A Heritage-Making Dilemma*. Quebec: In 16th Icomos General Assembly and International Symposium: Finding the Spirit of Place between the Tangible and the intangible.
- Matsuura, A. T. (2010). *Heart Rate Variability after Horse Trekking in Leading and Following Horse*. Tokyo: Japanese Society of Animal Science.
- Mc Kercher, B. ve Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Routledge Publishment.
- Mc Kercher, B. ve Du Cros, H. (2003). *Testing A Cultural Tourism Typology*. Kowloon: International Journal of Tourism Research.
- Mogollon-Hernandez, J. M. Folgado Fernandez, J. A. ve Duarte, P. A. O. (2014). *Event Tourism Analysis and State of the Art*. Leiria: European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation.
- Molz, J. G. (2013). *Social Networking Technologies and the Moral Economy of Alternative Tourism: The Case of Couchsurfing.org*. Kenya: Annals of Tourism Research.
- Muhley, J. D. (1973). *Tin Trade Routes of The Bronze Age: New Evidence and New Techniques Aid in the Study of Metal Sources of the Ancient World*. North Carolina: Sigma Xi the Scientific Research Honor Society.
- Nagle, G. (1999). *Tourism, Leisure and Recreation*. London: Thomas Nelson and Sons Ltd.
- Neal, C. F. (2012). *Incense Magick: Create Inspiring Aromatic Experiences for Your Craft*. Minnesota: Llewellyn Publications.
- Northrup, C. C. (2005). *Encyclopedia of World Trade: From Ancient Times to the Present*. New York: Taylor and Francis Publishment.
- Nuryanti, W. (1996). *Heritage and Postmodern Tourism*. London: Annals of Tourism Research.

- Oban-Çakıroğlu, R. (2006). *İzmir'in Eski Kentsel Dokusunun Korunması ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Odum, H. T. (1959). *Fundamentals of Ecology*. Philadelphia: W. B. Saunders Company.
- Öcal, H. ve Göktaş, F. (2011). *1: 100,000 Ölçekli Türkiye Jeoloji Haritaları: Afyon-K 24 Paftası*. Ankara: Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü Jeoloji Etütleri Dairesi.
- Öcal, H. Turhan, N. ve Göktaş, F. (2011). *1: 100,000 Ölçekli Türkiye Jeoloji Haritaları: Afyon-K 25 Paftası*. Ankara: Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü Jeoloji Etütleri Dairesi.
- Özdemir, H. F. (2007). *Demir Çağı: Başlangıcı ve Başlatanları, Anadolu'ya Etkileri Üzerine*. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2012). *Afyonkarahisar İlinin Turizm Gelişimi ve Çekicilikleri*. Malatya: Sosyal Bilimler Dergisi.
- Özkaymak, Ç., Yıldız, A., Karabaşoğlu, A., Bağcı, M., & Başaran, C. (2017). *Seydiler (Afyonkarahisar) ve Çevresinin Jeoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi*. Ankara: Türkiye Jeoloji Bülteni.
- IBP. (2015). *Baltic Countries Mineral Industry Handbook: Volume 1 Strategic Information and Regulations*. Washington D. C.: International Business Publication.
- Pamir, H. N. (1948). *Dinamik Jeoloji*. İstanbul: Kenan Matbaası.
- Perkins, H. E. (2009). *Ecotourism: Supply of Nature or Tourist Demand*. London: Taylor and Francis Publication.
- Picard, D. ve Robinson, M. (2006). *Festivals, Tourism and Social Change: Remarking Worlds*. Clevedon: Channel View Publication.

- Polat, S. ve Güney, Y. (2013). *Damsa Çayı Vadisinde (Cemil-Şahinefendi Köyleri Arası) Kaya Düşmesi Olayı ile Peri Bacası Oluşumu Arasındaki İlişki*. İstanbul: Marmara Coğrafya Dergisi.
- Pollmer, U. (2000). *The Spice Trade and Its Importance for European Expansion*. California: Wiley.
- Poulton-Smith, A. (2013). *The Salt Routes*. Cheltenham: Amberley Publishing.
- Richards, G. (1996). *Production and Consumption of European Cultural Tourism*. London: Annals of Tourism Research.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. New York: The Haworth Hospitality.
- Richards, G. (2011). *Creavity and Tourism: The State of Art*. London: Annals of Tourism Research.
- Richards, G. ve Wilson, J. (2006). *Youth and Adventure Tourism*. London: Elsevier.
- Ritter, W. ve Schafer, C. (1998). *Cruie-Tourism: A Chance of Sustainability*. London: Tourism Recreation Research.
- Roe, A. (2006). *The Old "Darb al Arbein" Caravan Route and Kharga Oasis in Antiquity*. Cairo: Journal of the American Research Center.
- Roller, L. E. (2011). *Phrygian and Phrygians*. Oxford: Oxford University Press.
- Roosevelt, C. H. (2009). *The Archaeology of Lydia from Gyges to Alexander*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Russel, J. ve Russel, L. (2005). *Strategic Planning Training*. Virginia: Astd Press.
- Russo, A. P. (2002). *Planning Considerations for Cultural Tourism: A Case Study of Four European Cities*. Amsterdam: Tourism Management Journal.
- Samuelsson, E. ve Stage, J. (2007). *The Size and Distribution of the Economic Impacts of Nambian Hunting Tourism*. Washington D. C.: South African Journal and Wildlife Research.

- Seyhan, B. (2014). *Frigya Bölgesinin Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel işletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). *Turistik Destinasyon Çevresinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sidebotham, S. E. (2011). *Berenike and the Ancient Maritime Spice Route*. California: University of California Press.
- Sigley, G. (2010). Cultural Heritage Tourism and the Ancient Tea Horse Road of Southwest China. E. v. Kok içinde, *China in Transition: Social Change in the Age of Reform*. Kuala Lumpur: International Journal of China Studies.
- Silberberg, T. (1995). *Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites*. Amstrdam: Elsevier.
- Silverberg, K. E. (1996). *A Preliminary Inversigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United State*. New York: Journal of Travel Research.
- Simerson, B. K. (2011). *Strategic Planning: A Practical Guide to Strategy Formulation and Execution*. California: Praeger.
- Sir Ramsey, W. M. (1883). *On the Early Historical Relations between Phrygia and Cappadocia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sir Ramsey, W. M. (1897). *The Cities and Bishoprics of Phrygia: Being an Essay of the Local History of Phrygia from the Earliest Time to the Turkish Conquest*. Oxford: Clarendon Press.
- Sırakaya, E. S., Sasidharan, V. ve Sönmez, S. (1999). *Redefining Ecotourism: The Need for a Supply Side View*. California: Sage Publication.
- Smith, M. ve Richards, G. (2013). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. New York: Routledge Publishment.

- Süleymanoğlu, R. (2008). *Stratejik Planlama Süreci*. Kastamonu: Kastamonu Eğitim Dergisi.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism*. London: CABI Publishing.
- Şahin, C. (2006). *Türkiye Fiziki Coğrafyası*. Ankara: Gündüz Yayıncılık.
- Şen-Demir, Ş. ve Demir, M. (2013). *Futbol ve Turizm: Futbol Takımlarının Kamp Yer Seçimlerinin Alternatif Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi*. Erzurum: Erzurum Kültür ve Eğitim Vakfı Akademi Dergisi.
- Taştan, M. ve Çelebi, Y. (2007). *Tarih Sözlüğü*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2006). *Kamu İdareleri için Stratejik Planlama Klavuzu*. Ankara: Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol: Channel View Publication.
- Toniolo, L., D'Amato, A., Saccenti, R., Gulotta, D., & Righetti, P. G. (2012). *The Silk Road, Marco Polo, a Bible and Its Proteome: A Detective Story*. London: Elsevier.
- Topay, M. ve Memlük, Y. (2011). *Rekreasyonel Etkinlikler için Uygun Alan Seçimine Yönelik Yeni Bir Yöntem Yaklaşımı: Bartın-Uluyayla Örneği*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi.
- Tüfekçi-Sivas, T. (2008). *Frigler ve Frig Uygarlığı*. İstanbul: Yapı-Kredi Yayınları.
- Türkben, C. G. (2012). *Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi*. Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi.
- Uçankuş, H. T. (2002). *Ana Tanrıça Kybele'nin ve Kral Midas'ın Ülkesi Phrygia (Kültür Rehberi)*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı.
- UNEP. (2006). *Wildlife Watching and Tourism: A Study on the Benefits and Risks of a Fast Growing Tourism Activity and its Impacts on Species*. Bonn: UNEP/CMS.

- Vidal-Gonzalez, M. (2008). *Intangible Heritage Tourism and Identity*. Amsterdam: Elsevier.
- Waugh, D. (2007). *Richthofen's "Silk Roads": Toward the Archaeology of a Concept*. California: Silk Road Foundation.
- Wearing, S. ve Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Elsevier.
- Wilkins, J. ve Hill, S. (1994). *Food in the Ancient World*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Williams, P. W. Singh, T. V. ve Schlüter, R. (2001). Mountain Ecotourism: Creating a Sustainable Future. D. B. Weaver içinde, *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxford: CABI Publishing.
- Winter, T. (2016). *One Belt, One Road, One Heritage: Cultural Diplomacy and the Silk Road*. Washington D. C.: The Diplomat Magazine.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. Citroen: United Nations Publication.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Young, R. S. (1963). *Gordian on the Royal Road*. Philadelphia: American Philosophical Society.
- Yurdakul, A., & Töre Başat, H. (2018). Antik Rotaların Turizm Açısından Yeniden Canlandırılması: Kral Yolu-Frig Vadisi için Frig Yürüyüş Yolu Önerisi. *Innovation and Global Issues Congress IV*. Antalya: INGLOBE.
- Yüksek, G., Dinçer İstanbullu, F., & Dinçer, M. Z. (2017). Seyitgazi İlçesi Paydaşlarının Sürdürülebilir Turizm Farkındalıkları. *1st International Sustainable Tourism Congress*. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.
- Yüksel, İ. (2007). *Şifalı Frigya: Peri Bacaları, Kaya Yerleşimleri*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- (2018, 02 22). <http://getyourimage.club/resize-may-13.html> adresinden alındı

- (2018, 01 03). <http://www.germany.travel/en/leisure-and-recreation/scenic-routes/old-salt-road.html> adresinden alındı
- (2018, 09 06). <http://www.kronolojim.com/index.php/2018/09/06/lidyalılar-mo-687/> adresinden alındı
- (2018, 02 25). <https://cellcode.us/quotes/political-african-kingdoms-east-map.html> adresinden alındı
- (2018, 02 20). <https://coin-haber.com/yeni-ipek-yolu-kripto-para-olarak-lcf-kullanacak.html> adresinden alındı
- (2018, 03 03). <https://historyrepeatingdotorg.wordpress.com/ap-world-history/unit-2-classical-era> adresinden alındı
- (2018, 03 05). <https://lartduthethinois.blogspot.com/2018/03/> adresinden alındı
- (2018, 02 23). <https://tr.pinterest.com/pin/834432637189579438/?autologin=true> adresinden alındı
- (2018, 03 06). <https://tr.redsearch.org/images/5909706#images-17> adresinden alındı
- (2018, 03 06). <https://tr.redsearch.org/images/988466#images-29> adresinden alındı
- (2018, 02 24). <https://traveltoeat.com/the-incense-road-saudi-arabia/> adresinden alındı
- (2018, 03 15). <https://www.afyon.bel.tr/icerikdetay/116/138/english.aspx> adresinden alındı
- (2018, 03 06). <https://www.irangazette.com/en/12/23-history.html?start=30> adresinden alındı
- (2018, 03 15). <https://www.on5yirmi5.com/106455> adresinden alındı
- (2019, 04 22). <http://www.iscehisar.gov.tr/cografi-yani> adresinden alındı
- (2019, 04 22). <https://tr.climate-data.org/asya/tuerkiye/afyonkarahisar/ihsaniye-671026> adresinden alındı

EKLER

Resim 5. Ana Tanrıça Kibele



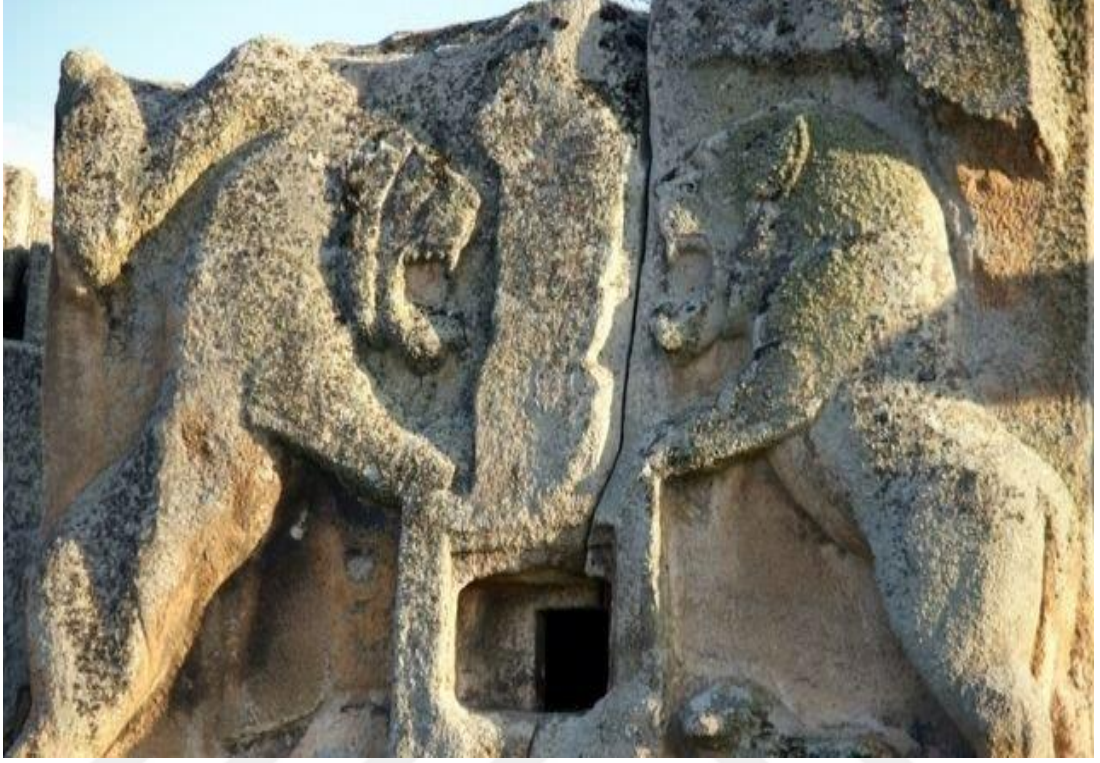
Kaynak: bilimdili.com, 2018

Resim 6. Aslankaya Açikhava Anıtı



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 7. Frig Dönemine Ait Aslan Kabartmaları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 8. Tümülüs



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 9. Frig Döneminde Yapılan Büyük Kapıkaya Açık hava Tapınağı



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 10. Frig Döneminde Yapılan Maltaş Kaya Mezarları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 11. Fibula Adı Verilen Çengelli İğne



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 12. Roma Döneminde Yapılmış Ana Tanrıça Kibele Heykeli



Kaynak: Yüksel, 2007: 15

Resim 13. Roma Döneminde Kullanılan Leontos Kefal (Bayramaliler) Kalesi



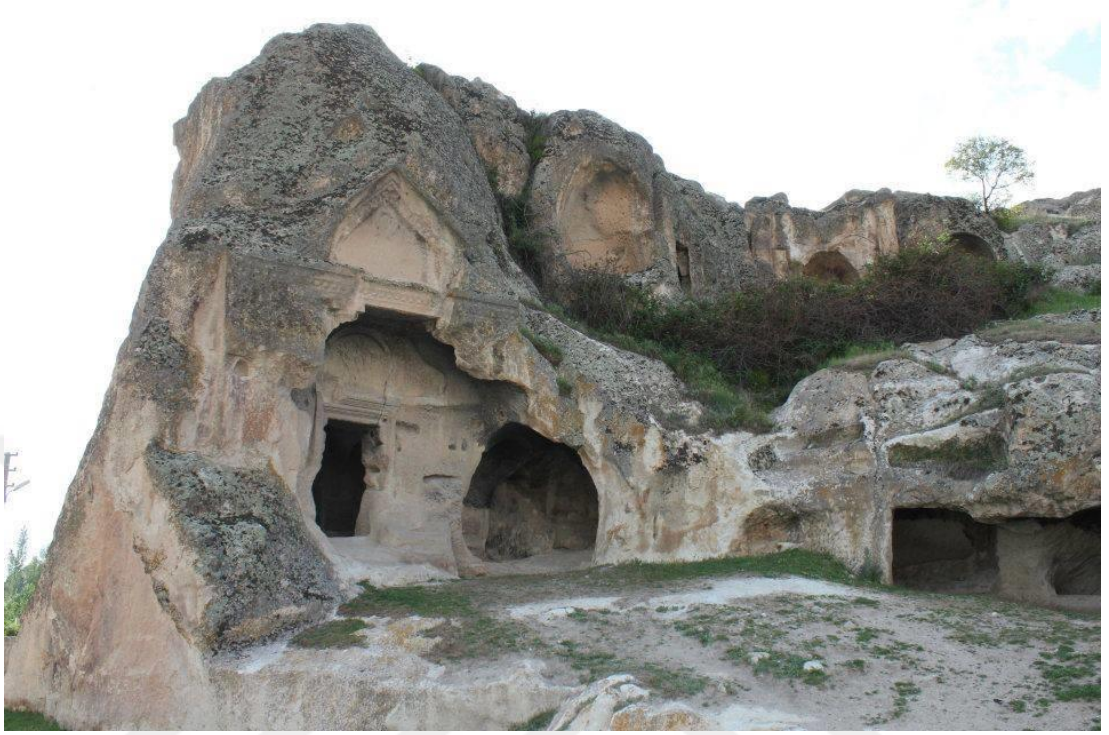
Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 14. Bizans Dönemine Ait Ayazini Bölgesindeki Oyma Kilise



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 15. Bizans Döneminde Yapılmış Kırkinler Manastırı



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 16. Kırkinler Manastırının İçi



Kaynak: Yüksel, 2007: 31

Resim 17. Geç Roma-Erken Bizans Döneminde Yapılan Ağınönü İni Mezar Odaları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 18. Ağınönü İni İçerisindeki Mezar Odaları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 19. Bizans Döneminde Yapılan ve Yerleşim Yeri Olarak Kullanılan Ornaş Kayalıkları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 20. Ornaş Kayalıklarının İçi



Kaynak: Yüksel, 2007: 41

Resim 21. Bizans Döneminde Yapılan Alanören Mezar Odaları



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi

Resim 22. Geç Roma-Erken Bizans Döneminde Yapılan Selimiye Mezar Odaları



Kaynak: Yüksel, 2007: 42

Resim 23. Selimiye Mezar Odalarının İçi



Kaynak: Yüksel, 2007: 43

Resim 24. Bizans Döneminde Yapılan Şapelin İçi



Kaynak: Yüksel, 2007: 55

Resim 25. Döğer Kervansarayı



Kaynak: İhsaniye Turizm Ofisi