

# **GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM**

**EDİTÖRLER:**

Halil İbrahim ZEYBEK

İsmail ÇALIK

**Gümüşhane Üniversitesi Yayınları**

**Gümüşhane, 2019**

**Gümüşhane Üniversitesi Yayınları** : 42

**1. Baskı** : Aralık, 2019

**ISBN** : 978-605-4838-23-3

### **Gümüşhane Üniversitesi Yayınları**

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

**Dizgi** : SRA Grafik Tasarım Dizgi Merkezi (info@dizgimerkezi.com)

**Kapak Tasarım** : SRA Grafik Tasarım Dizgi Merkezi (info@dizgimerkezi.com)

### **KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI**

Editörler: ZEYBEK, Halil İbrahim, ÇALIK, İsmail

Gümüşhane'de Sürdürülebilir Turizm

1. Basım, XII + 148 s., 160 x 235 mm. Kaynakça var, Dizin yok.

Anahtar kelimeler:

1. Sürdürülebilir Turizm, 2. Gümüşhane, 3. Turizm

### **Gümüşhane Üniversitesi Yayınları**

#### **GENEL DAĞITIM VE İSTEME ADRESİ**

Gümüşhane Üniversitesi

Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhanevî Kampüsü, Bağlarbaşı Mahallesi 29100

Tel: (0456) 233 10 00 Faks: (0456) 233 12 69

Web: www.gumushane.edu.tr

### **Baskı ve Cilt**

Göktaş Ofset Yayıncılık Matbacılık Tic. Ltd. Şti  
Zübeyde Hanım Mah. Sedef Cad. No : 1 İskitler / Ankara

Sertifika No : 33830

Gsm: 0530 944 50 06 Mail: goktugofset@gmail.com

## ÖNSÖZ

Sürdürülebilir turizm kavramının tanımlanmasıyla birlikte destinasyonlarda planlanan turizm faaliyetlerinin niteliği ve tahribata neden olup olmadığı tartışılmaktadır. Ekonomik açıdan yerel ekonomi odaklı, sosyo-kültürel açıdan etik değerlere bağlı ve sorumlu, çevresel açıdan ise asgari tahribat oluşturacak turizm yaklaşımı sürdürülebilir turizmin temel unsurlarıdır. Özellikle turizm hareketlerinin sınırlı düzeyde kaldığı, potansiyeli bulunan fakat yeni yeni keşfedilmekte olan destinasyonlarda en başından sürdürülebilir bir yol izlemek açısından planlama süreçleri başta olmak üzere tüm süreçlerde sürdürülebilir turizm yaklaşımının rehber edinilmesi önemli görülmektedir.

Gümüşhane ili doğası, kültürel ve diğer özgün özellikleri nedeniyle turizm açısından eşsiz unsurlara sahiptir. Sahip olduğu korunan alanlar, kaleler, mağaralar, göller, şelaleler, ormanlar, kültürel ve tabii sit alanları bu turizm çekiciliklerinin bir kısmını oluşturmaktadır. Belirtilen çekicilik unsurlarına yönelik faaliyetlerin koruma/kullanma dengesi gözetilerek planlanması, dolayısıyla Gümüşhane ilindeki turizm planlamasında sürdürülebilir turizm yaklaşımının hâkim olması ilin turizm değerlerinin tahrip olmasını engelleyecektir. Aksi takdirde bölgemizdeki diğer bazı bölgelerde gözlemlendiği gibi kısa vadeli ekonomik fayda odaklı sürdürülemez turizm uygulamaları ile karşı karşıya kalınacaktır. Bu kitapta en temelde okuyucularımıza sürdürülebilir turizm kavramının önemi ve bu yaklaşımın Gümüşhane turizmi açısından nasıl rehber olabileceği anlatılmıştır. Diğer taraftan destinasyonun turizm açısından güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek fırsat ve tehditlerin ortaya konulması ve en sonunda makul çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Kitap 7 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sürdürülebilir turizm kavramının tanımı, göstergelerle temellendirilmesinin gerekliliği ve dünyadan ve ülkemizden başarılı uygulamalar anlatılmıştır. Gümüşhane ilinde kış turizminin sürdürülebilirliği ikinci bölümde Gümüşhane ilinin kültür turizmi potansiyeli ve değerleri ise üçüncü bölümde yer almaktadır. Dördüncü bölümde Gümüşhane’de sürdürülebilir eko turizm kapsamında yayla turizmi beşinci bölümde ise Gümüşhane’de sürdürülebilir gastronomi turizmi anlatılmaktadır. Son olarak, Gümüşhane ilinin turizm altyapısı ve üstyapısının niteliği altıncı bölümde, Gümüşhane ilinde sürdürülebilir tanıtım ve pazarlama konusu yedinci bölümde okuyucuya sunulmaktadır.

Birinci bölüm dışındaki tüm bölümlerde yer alan GZFT analizi, sorun, fırsat ve gereklilikler, hedef, performans ve faaliyetler hakkındaki değerlendirmeler ile ilgili veriler, 21.09.2019 tarihinde Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından

düzenlenen “*Gümüşhane’de Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı’nda*” elde edilmiştir. Fikir tepsi yöntemi ile 6 çalışma masasında bir araya getirilen il turizm paydaşları ilin turizmdeki güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsat ve tehditler, hedef ve performans değerlendirmeleri ve çözüm önerileri oluşturulması kapsamında görüşlerini bildirmişlerdir. Fikir tepsi; alanında uzman katılımcıların serbest bir şekilde görüşlerini bildirdiği bir grup çalışmasıdır. Masa yöneticileri tarafından yönetilen çalıştay gruplarında elde edilen veriler masa raportörleri tarafından formlara aktarılmıştır. Kitapta yer alan 2, 3, 4, 5, 6 ve 7. bölümlerde yer alan veriler yukarıda ayrıntıları verilen yöntemle toplanmıştır. Elde edilen verilere ise ilgili bölümlerdeki “güçlü-zayıf yönler”, “fırsat ve tehditler”, “sorun-fırsat gereklilik matrisi”, “çözüm önerileri ve performans göstergeleri” tablolarında yer verilmiştir. İlgili bölümlerde veri toplama yöntemi hakkında kısa bir bilgilendirme yapılarak veriler aktarılacaktır. Kitabın içerik itibarıyla Gümüşhane ilindeki turizm faaliyetlerinin nasıl planlanmasının gerekliliği, sürdürülebilir turizm yaklaşımının tüm paydaşlar açısından önemi, paydaşlar arasındaki iş birliğine verilen değer konularında ildeki tüm paydaşlara rehber olacağı kanısındayız.

Kitapta kullanılan verilerin toplanmasında bizlere katkı sağlayan “*Gümüşhane’de Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı’nın* değerli katılımcılarına ve çalıştay grup yöneticisi olarak katkı sağlayan Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Prof. Dr. Orhan BATMAN, Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Prof. Dr. Maria DOLORES ALVAREZ, Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK hocalarımıza ve 19 Mayıs Üniversitesi’nden çalıştaya katılımlarıyla destek olan Prof. Dr. Ali UZUN ve Prof. Dr. Cevdet YILMAZ hocalarımıza teşekkürü borç biliriz. Çalıştayı düzenlenmesinde yönlendirmesi ve anlayışı ile rehberlik eden Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Sn. Prof. Dr. Kemal ÇELİK’e ve çalıştayı düzenlenmesinde emek gösteren Turizm Fakültesi idari ve akademik personeline şükranlarımızı sunarız. Ayrıca, çalıştayı giderlerinin karşılanmasında sponsor olarak desteğini esirgemeyen Gümüşhane Belediyesi, Gümüşhane Valiliği, Aras Deniz İnşaat, Doğa Koruma ve Milli Parklar Gümüşhane Şube Müdürlüğü, Özkürtün Belediyesi, Kürtün Belediyesi, Torul Belediyesi, Şiran Belediyesi, Sultan Pestil-Köme ve Livasan Reklam’a sonsuz teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK (Gümüşhane, Aralık 2019)

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK (Gümüşhane, Aralık 2019)

## BÖLÜMLER VE YAZARLARI

### **1. Bölüm: Teoride ve Uygulamada Sürdürülebilir Turizm**

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK

Gümüşhane Üniversitesi

### **2. Bölüm: Sürdürülebilir Kış Turizmi ve Gümüşhane**

Öğr. Gör. Onur KIZILCIK

Gümüşhane Üniversitesi

### **3. Bölüm: Sürdürülebilir Kültür Turizmi ve Gümüşhane**

Öğr. Gör. Özlem ER

Gümüşhane Üniversitesi

### **4. Bölüm: Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Ekoturizm Kapsamında Yayla Turizmi**

Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA

Gümüşhane Üniversitesi

### **5. Bölüm: Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Gümüşhane**

Arş. Gör. Songül Seda KAMBER TAŞ

Gümüşhane Üniversitesi

### **6. Bölüm: Gümüşhane Turizminde Altyapı ve Üstyapı**

Öğr. Gör. Suat AKYÜREK

Gümüşhane Üniversitesi

### **7. Bölüm: Gümüşhane’de Sürdürülebilir Tanıtım ve Pazarlama**

Dr. Öğr. Üyesi Murat ÖDEMİŞ

Gümüşhane Üniversitesi



## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	III
BÖLÜMLER VE YAZARLARI .....	V
TABLolar LİSTESİ .....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	XI

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TEORİDE VE UYGULAMADA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Giriş.....	1
1.1. Sürdürülebilir Turizm Kavramı .....	1
1.2. Göstergelerle Temellendirme .....	4
1.3. Dünya'dan ve Türkiye'den Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları .....	10
1.3.1. Çevreye Duyarlı Sürdürülebilir Turizm Stratejisi (Victoria-Avustralya) .....	10
1.3.2. Sorumlu Turizm Girişimi (Malezya) .....	10
1.3.3. Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Turizm için Avrupa Şartı (EUROPARC) .....	11
1.3.4. Gelecek Turizmde Sürdürülebilir Turizm Destek Fonu (Türkiye).....	11
Sonuç .....	12
Kaynakça.....	13

### İKİNCİ BÖLÜM

#### SÜRDÜRÜLEBİLİR KIŞ TURİZMİ VE GÜMÜŞHANE

Giriş.....	15
2.1. Kış Turizmi ve Sürdürülebilirliği.....	16
2.2. Gümüşhane'de Kış Turizmi .....	18
2.2.1. Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi.....	18
2.2.2. Süleymaniye Kış Sporları Turizm Merkezi.....	19
2.2.3. Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi.....	20
2.3. Gümüşhane'de Sürdürülebilir Kış Turizmi .....	20
Sonuç ve Değerlendirme.....	24
Kaynakça.....	26

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ VE GÜMÜŞHANE**

Giriş.....	29
3.1. Kültür Turizmi .....	30
3.2. Sürdürülebilir Kültür Turizmi.....	33
3.3. Gümüşhane’de Kültür Turizminin Mevcut Durumu.....	35
3.4. Gümüşhane’de Sürdürülebilir Kültür Turizmi.....	40
Sonuç ve Değerlendirme.....	47
Kaynakça.....	50

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**  
**GÜMÜŞHANE İLİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOTURİZM**  
**KAPSAMINDA YAYLA TURİZMİ**

Giriş.....	53
4.1. Sürdürülebilir Ekoturizm ve Yayla Turizmi .....	54
4.2. Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Ekoturizm ve Yayla Turizmi .....	67
Sonuç ve Değerlendirme.....	70
Kaynakça.....	72

**BEŞİNCİ BÖLÜM**  
**SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ VE GÜMÜŞHANE**

Giriş.....	75
5.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi .....	76
5.2. Gümüşhane İli Gastronomi Turizmi Kaynaklarının Mevcut Durumu.....	79
5.3. Gümüşhane’de Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi .....	83
Sonuç ve Değerlendirme.....	89
Kaynakça.....	91



**ALTINCI BÖLÜM**  
**GÜMÜŞHANE TURİZMİNDE ALTYAPI VE ÜSTYAPI**

Giriş.....	95
6.1. Genel Olarak Turizmde Altyapı ve Üstyapı.....	96
6.2. Gümüşhane İlinin Turistik Altyapı ve Üstyapısının Genel Durumu.....	99
6.3. Gümüşhane İlinin Turizm Altyapı ve Üstyapısı.....	102
Sonuç ve Değerlendirme.....	109
Kaynakça.....	112

**YEDİNCİ BÖLÜM**  
**GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TANITIM VE PAZARLAMA**

Giriş.....	115
7.1. Sürdürülebilir Pazarlama Kavramı ve Turizm.....	117
7.2. Gümüşhane'nin Mevcut Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri.....	121
7.3. Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Tanıtım ve Pazarlama.....	122
Sonuç ve Değerlendirme.....	131
Kaynakça.....	136

<b>EK 1: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÇALIŞTAYI KATILIMCI LİSTESİ.....</b>	<b>138</b>
<b>EK 2: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÇALIŞTAYI FOTOĞRAFLARI .....</b>	<b>141</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1:</b> Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Hedefleri, Temel İlkeleri ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinde Turizm .....	3
<b>Tablo 1.2:</b> Avrupa Turizm Gösterge Sistemi'ndeki (ETIS) Temel ve Opsiyonel Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri .....	6
<b>Tablo 2.1:</b> Türkiye'de Kış Sporları Temalı Turizm Merkezi/Kış Turizmi Koruma ve Gelişim Bölgeleri .....	17
<b>Tablo 2.2:</b> Gümüşhane İlinde Kış Turizminin Sürdürülebilirliğine Yönelik Hedef-Performans-Faaliyet (HPF) Analizi Sonuçları .....	23
<b>Tablo 3.1:</b> 2012-2018 Yılı Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler İçin Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları .....	33
<b>Tablo 3.2:</b> Gümüşhane İli Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları .....	36
<b>Tablo 3.3:</b> Gümüşhane Tescilli Kültür Varlıkları .....	36
<b>Tablo 3.4:</b> Gümüşhane'nin 2007-2017 Yılları Turist Sayıları.....	38
<b>Tablo 3.5:</b> 2010 ve 2013 Yıllarında Yapılan Gümüşhane İli GZFT (SWOT) Analizi (Kültür Turizmiyle İlgili) .....	39
<b>Tablo 4.1:</b> Gümüşhane'de Ekoturizm Kapsamında Yayla Turizmi GZFT Analizi .....	59
<b>Tablo 4.2:</b> GZFT Analiz ve Öneri Matrisi.....	62
<b>Tablo 4.3:</b> Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi .....	64
<b>Tablo 4.4:</b> Hedef-Performans Göstergeleri .....	65
<b>Tablo 4.5:</b> Gümüşhane Yayla Turizmi Gelişmesine Yönelik Öneriler .....	69
<b>Tablo 5.1.</b> Gastronomi Turizmi Kaynaklarının Genel Tipolojisi.....	79
<b>Tablo 5.2.</b> Gümüşhane İline Özgü Yöresel Yemekler .....	81
<b>Tablo 5.3.</b> Gümüşhane İlinin Coğrafi İşaret Tescilli Almış ve Başvurusu Yapılmış Ürünleri .....	82
<b>Tablo 5.4.</b> GZFT Analizinde Belirlenen Zayıf Yönlerin İyileştirilmesi İçin Öneriler.....	86
<b>Tablo 5.5.</b> Hedef-Performans-Faaliyet Raporu .....	88

<b>Tablo 6.1:</b> Gümüşhane İlindeki Turizm İşletme Belgeli ve Belediye İşletme Belgeli konaklama Tesislerinde Konaklayan Turist Sayıları .....	99
<b>Tablo 6.2:</b> Gümüşhane İlindeki Yatırım Belgeli/İşletme Belgeli/Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri ve Kapasiteleri .....	100
<b>Tablo 6.3:</b> Gümüşhane İlindeki Seyahat Acentaları ve Grubu .....	100
<b>Tablo 6.4:</b> GZFT Analizinde Belirlenen Zayıf Yönlerin İyileştirilmesi İçin Öneriler .....	106
<b>Tablo 6.5:</b> Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi .....	107
<b>Tablo 6.6:</b> Hedef-Performans-Faaliyet Raporu .....	108
<b>Tablo 7.1:</b> Gümüşhane'nin Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin GZFT Sonuçları, Yapılması Gerekenler ve Öncelik Sıralamaları.....	123
<b>Tablo 7.2:</b> Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi .....	127
<b>Tablo 7.3:</b> Hedef-Performans-Faaliyet Sonuçları .....	128

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.1:</b> Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Uygulama Planı Süreci.....	5
<b>Şekil 3.1:</b> Kültür Turizminin Kaynakları .....	32
<b>Şekil 4.1:</b> Yaylaların İşlevsel Değişimi .....	57
<b>Şekil 6.1:</b> Turizm Endüstrisinin Genel Görünümü.....	98
<b>Şekil 6.2:</b> Gümüşhane İli Turistik Çekicilikleri ve Ulaşım Güzergâhları.....	101



# BİRİNCİ BÖLÜM

# TEORİDE VE UYGULAMADA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

*Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK*

## Giriş

Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir gelişme kavramının tanımlanmasıyla dünya gündemine gelen bir kavramdır. Sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel kriterler hesaba katılarak planlanmasının gerekliliğini savunmaktadır. Ekonomik açıdan yerel kalkınma odaklı, sosyo-kültürel açıdan etik değerleri ön plana alan sorumlu turizm yaklaşımı desteklenmektedir. Turizm faaliyetleri kaynaklı doğal tahribat unsurlarının giderilmesi, çevreye duyarlı turizm türlerinin (eko turizm, kırsal turizm vb.) desteklenmesi, hava, toprak, su ve diğer kirlilik unsurlarının en aza indirilmesi ise sürdürülebilir turizmin çevresel hedefleri arasındadır.

Sürdürülebilir turizm, eko turizm, kırsal turizm, kitle turizmi vb. diğer turizm türleri gibi bir turizm çeşidi değildir. Sürdürülebilir turizm; planlama, uygulama, kontrol süreçleri ile turizm faaliyetleri kaynaklı tahribatın azaltılabileceğini savunan, tüm turizm türlerinde uygulama alanı bulan rehber niteliğinde turizm yaklaşımıdır. Sürdürülebilir turizm ideallerinin hayata geçirilmesinde, karar vericiler tarafından uygulanma niyetini barındıran, kararların paydaş görüşleri rehberliğinde alındığı, bölgelere özgü, periyodik verilerle ve uygun ölçüm teknikleri kullanılarak ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel tahribatın boyutlarının belirlenmesine katkı sağlayacak sürdürülebilir turizm göstergelerinin kullanılması önemlidir.

Bu bölümde öncelikle teorik olarak sürdürülebilir turizm kavramına değinilmiş, daha sonra kavramın uygulamada nasıl temellendirileceği konusunda tüm paydaşlara fikir verecek sürdürülebilir turizm göstergeleri anlatılmıştır. Son olarak, tarihsel süreçte sürdürülebilir turizmde başarılı olmuş bazı örnek olaylara yer verilerek bölüm sonlandırılmıştır.

## 1.1. Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Turizm faaliyetleri kaynaklı oluşan tahribat unsurlarının boyutu, turizmin çevre, kültürler, yerel ekonomi üzerindeki etkileri, turizmin etkilerinin nasıl belirleneceği ve olumsuz etkilerin giderilmesinde çözüm yollarının ne olacağı, orta ve uzun vadede turizm gelişimiyle çevresel tahribatın dengesinin nasıl sağlanacağı vb. konular

sürdürülebilir turizmin ilgi alanına girmektedir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır;

*“Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizm yaklaşımı (UNWTO,2019)”*

Aynı tanımda, sürdürülebilir turizmin diğer tüm turizm türlerine rehberlik eden bir turizm yaklaşımı olduğu, kitle turizmi dahil tüm turizm türleri ve destinasyon tipleri için uygulanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, turizm gelişiminde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan dengenin kurulmasının gerekliliğine ve uzun dönemli planlamaya vurgu yapılmaktadır (UNEP & UNWTO, 2005: 11).

Diğer bir tanımda ise sürdürülebilir turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel boyutu aşağıdaki şekilde detaylandırılmıştır;

*“Sürdürülebilir turizm, gelenekler ve yaşam tarzlarına saygılı, ekonomik faydanın yerel halk arasında adil dağılımını ön gören, turizm deneyimi oluşturan, doğal kaynakların bugünkü ve gelecekteki verimliliğini hesaba katan bir turizm yaklaşımıdır (Eber, 1992'den aktaran Butler, 1999: 10).*

Ayrıca sürdürülebilir turizm ile ilgili farklı tanımlamalarda ; sorumlu, duyarlı, kendi sonunu hazırlamayan (Bramwell vd., 1996'dan aktaran Butler, 1999: 10); destinasyondaki taşıma kapasitesinin aşılmasına odaklanan (Weaver ve Lawton, 2014: 322); paydaşlar (turizm endüstrisi, ziyaretçiler, çevre ve ev sahibi yerel halk) arasındaki karmaşık etkileşimlerin yarattığı gerilimleri azaltmaya yönelik olumlu turizm yaklaşımı (Bramwell ve Lane, 1993: 2) şeklindeki vurgulamalar yer almaktadır.

Hall vd. ise sürdürülebilir turizmi sürdürülebilir kalkınma kavramına bağlı olarak gelişen, yaşam kalitesine ve refah ölçütlerine odaklanan, doğal sermayeyi tahrip eden niceliksel büyüme yerine doğaya daha az zarar veren niteliksel kalkınmayı teşvik eden bir sistem olarak tanımlamaktadırlar (Hall vd., 2015:1).

Sürdürülebilir turizmin tanımlanmasının ardından temel hedeflerini, ilkelerini ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinde turizmin rolünü belirtmekte fayda vardır. Tablo 1.1'de bu unsurlar yer almaktadır:

**Tablo 1.1:** Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Hedefleri, Temel İlkeleri ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinde Turizm

Sürdürülebilir Turizmin Hedefleri	Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Temel İlkeleri	Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinde Turizm
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ekonomik süreklilik</li><li>• Yerel kalkınma</li><li>• İstihdam kalitesi</li><li>• Sosyal katılım ve toplumsal cinsiyet eşitliği</li><li>• Ziyaretçi memnuniyeti</li><li>• Yerelden kontrol</li><li>• Toplumsal refah</li><li>• Kültürel zenginlik</li><li>• Fiziki bütünlük</li><li>• Biyolojik çeşitlilik</li><li>• Kaynakların verimli kullanımı</li><li>• Çevresel etki</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı</li><li>• Turizm planlaması ve gelişiminin ulusal ve yerel sürdürülebilir kalkınma stratejileriyle bütünleştirilmesi</li><li>• Turizmin destinasyon için temel ekonomik sektör olması yerine yerel ekonomik faaliyetleri desteklemesi</li><li>• Tüm organizasyonlar ve bireylerin destinasyonun politik yapısı, çevresi, yaşam tarzı, kültürü ve ekonomik düzenine saygı göstermesi</li><li>• Tüm paydaşların daha sürdürülebilir turizm formları konusunda eğitilmesi</li><li>• Araştırmalarda etkilerin ölçülmesi, problemlerinin giderilmesi ve yerel halkın fırsatlarının geliştirilmesine odaklanılması</li><li>• Tüm organizasyon, işletme ve ziyaretçilerin birlikte çalışmaya özen göstermesi ve çatışmalardan kaçınması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fakirliğin sonlandırılması</li><li>• Açlığın sonlandırılması, gıda güvenliği ve hijyenin sağlanması ve sürdürülebilir tarımın desteklenmesi</li><li>• Tüm yaş gruplarında sağlıklı yaşam koşullarının sağlanması</li><li>• Herkes için eşit ve nitelikli eğitim ve yaşam boyu öğrenme</li><li>• Kadınların güçlendirilmesi ve cinsiyet eşitliğinin sağlanması</li><li>• Su kullanımının sürdürülebilir yönetimi</li><li>• Herkes için güvenilir, sürdürülebilir, ekonomik enerjiye ulaşılmasının sağlanması</li><li>• Sürdürülebilir büyüme ve istihdamın desteklenmesi</li><li>• Herkes için sürdürülebilir endüstri, altyapı ve inovasyonun teşviki</li><li>• Ülkeler arasındaki gelir eşitsizliklerinin azaltılması</li><li>• Herkes için güvenilir ve sürdürülebilir şehirler</li><li>• Sürdürülebilir üretim ve tüketimin teşviki</li><li>• İklim değişikliği ve etkileri ile ilgili acil mücadele</li><li>• Sürdürülebilir gelişme için okyanus, deniz ve marina kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı ve korunması</li><li>• Karasal ekosistemlerdeki biyoçeşitlilik kayıplarının durdurularak ekosistemlerin korunması, onarılması ve sürdürülebilir kullanımının desteklenmesi</li><li>• Tüm topluluklar için barış ve sosyal adaletin desteklenmesi</li><li>• Sürdürülebilir gelişme için işbirliği olanaklarının güçlendirilmesi</li></ul>

**Kaynak:** Sharpley, 2009: 50; UNWTO, 2018; 20-21; UNEP & UNWTO, 2005: 18-19'dan uyarlanmıştır.

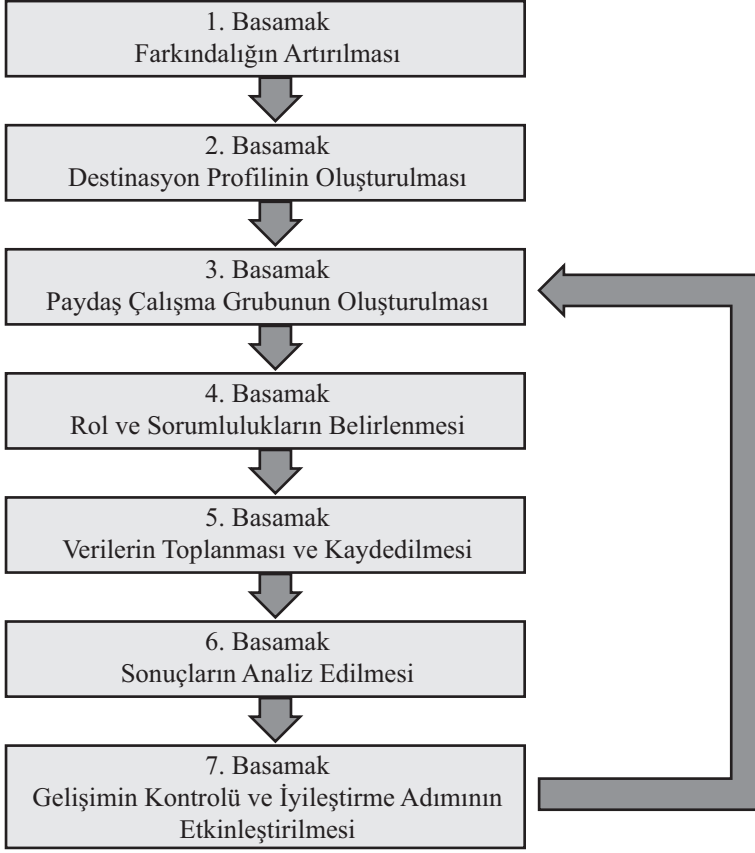
Tablo 1.1'de sürdürülebilir turizmin hedefleri, ilkeleri ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinde turizmin dolaylı ya da doğrudan etkilediği unsurlar yer almaktadır. Örneğin fakirliğin sonlandırılmasında turizm dolaylı bir etkiye sahipken okyanus, deniz vb. su kaynaklarının korunmasını veya tahribat düzeyinin artmasını doğrudan etkilemektedir. Tablo 1.1'de yer alan hedef ve ilkelerin destinasyonlar ve karar alıcılar açısından uygulanabilir olabilmesi ve somutlaştırılmasında, bölgeler arası farklılıkları gösteren uyarlanabilir sürdürülebilir turizm göstergelerinin belirlenmesi önem arz etmektedir (Çalışkan, 2019: 479; Tanquay vd., 2013: 876). Göstergeler rehberliğinde sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi kavrama yönelik getirilen belirsiz, kırılğan (Sharpley, 2009: 77) ve karmaşıklık (Avcıkurt, 2003: 73) eleştirilerinin yanıtlanmasına katkı sağlayacaktır.

## **1.2. Göstergelerle Temellendirme**

Destinasyonlarda sürdürülebilirliğin güçlü ya da zayıf algılanmasında alanla ilgili ölçüt ve göstergelerin belirlenip belirlenmediği, kontrol süreçlerinin hayata geçirilip geçirilmediği etkili olmaktadır (Weaver ve Lawton, 2014: 323). Özellikle turizm faaliyetlerinin yeni gelişme sürecinde olan destinasyonlarda sürdürülebilir turizm göstergelerinin belirlenip, karar vericilere uygulama konusunda rehberlik edilmesi önemli görölmektedir (Ödemiş ve Çalık, 2019: 34). Gösterge geliştirme sürecinin bilimsel verilere ve ölçütlere dayandırılması da sürecin başarısının diğer bir koşuludur (Ceron ve Dubais, 2003: 57).

Göstergeler rehberliğinde oluşturulacak sürdürülebilir turizm planlama sürecinin temel uygulama aşamaları Şekil 1.1'de yer almaktadır:





**Şekil 1.1:** Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Uygulama Planı Süreci

**Kaynak:** European Union, 2013: 17.

Şekil 1.1’de göstergelere dayalı sürdürülebilir turizm planlama sürecinin temel aşamaları yer almaktadır. Bu veya benzer basamaklar kullanılarak destinasyonlara özgü, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine ilişkin göstergeler temelli birçok çalışma yapılmıştır.

Bu çalışmalardan en kapsamlı olanı, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan, içerisinde 12 temel gösterge ve yaklaşık 500 opsiyonel gösterge yer alan “*Destinasyonlar için Sürdürülebilir Turizm Gösterge Rehberi*” adlı çalışmadır (UNWTO, 2004). Avrupa Turizm Gösterge Sistemi (ETIS) ise destinasyonların sürdürülebilirliğine katkı sağlamayı amaçlayan kontrol, yönetim ve izleme için liderlik süreçlerini kapsayan bir gösterge sistemidir. Bölgelere özgü gösterge seti ve uygulama aşamalarını belirten bir rehberde de yer verilen gösterge sisteminde 27 temel gösterge ve 40 opsiyonel gösterge belirlenmiştir (European Union, 2013: 7). Tablo 1.2’de ETIS gösterge sisteminde belirlenen temel ve opsiyonel göstergeler yer almaktadır.

**Tablo 1.2:** Avrupa Turizm Gösterge Sistemi'ndeki (ETIS) Temel ve Opsiyonel Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri

<b>Bölüm A: Destinasyon Yönetimi</b>		
<b>Kriterler</b>	<b>Temel Gösterge</b>	<b>Opsiyonel Gösterge</b>
A1: Kamusal Sürdürülebilir Turizm Politikası	A1.1: İzleme, gelişim kontrolü ve değerlendirme aşamaları kararlaştırılmış sürdürülebilir turizm stratejisine sahip destinasyonların yüzdesi	A1.1.1. Turizm gelişim ve planlamasına katıldıklarından dolayı memnun olan yerel halkın yüzdesi A1.1.2. Destinasyon yönetim örgütü tarafından temsil edilen destinasyon yüzdesi
A2: Turizm İşletmelerinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi	A2.1: Çevre, kalite, sürdürülebilirlik ya da kurumsal sosyal sorumluluk amacıyla gönüllü sertifikasyon ya da etiketleme sistemini kullanan kuruluş ya da işletmelerin yüzdesi	A2.1.1: Küresel Raporlama Girişimi'ne uygun olarak sürdürülebilirlik raporuna sahip turizm işletmeleri / kuruluşları sayısı
A3: Misafir Memnuniyeti	A3.1: Destinasyondaki turizm deneyiminden memnun olan ziyaretçi yüzdesi	A3.1.1: 5 yıl içinde destinasyonu tekrar ziyaret eden ziyaretçi yüzdesi
A4: Bilgi ve İletişim	A4.1: Destinasyonda sürdürülebilirlik gayretlerinin farkında olan ziyaretçilerin yüzdesi	A4.1.1: Ürün, pazarlama ve markalaşma süreçlerinde sürdürülebilirlik gayretlerini ziyaretçilere ileten işletmelerin yüzdesi
<b>Bölüm B: Ekonomik Değer</b>		
<b>Kriter</b>	<b>Temel Gösterge</b>	<b>Opsiyonel Gösterge</b>
B1: Destinasyona Yönelik Turist Akışı	B1.1: Aylık turistik geceleme sayısı	B1.1.2. Turizmin destinasyon ekonomisine katkısı (Gayrisafi Milli Gelir) B1.1.3. Yüksek ve düşük sezondaki günübirlikçi sayıları B1.1.4. Günübirlikçilerin günlük harcama tutarları
	B1.2: Turist başına günlük harcama tutarı (konaklama, yiyecek-içecek, diğer hizmetler)	
B2: Turizm İşletmelerinin Performansı	B2.1: Turistlerin tesislerde ortalama kalış süresi (geceleme)	B2.1.1: Günübirlik ziyaretçilerin tesislerde ortalama kalış süreleri (saat) B2.1.2: Destinasyon yönetimi kapsamında işbirlikçi pazarlamaya katılan en büyük on turizm işletmesinin yüzdesi
	B2.2: Konaklama işletmelerinin aylık doluluk oranları ve yıllık ortalaması	B2.2.1: Destinasyondaki ortalama oda fiyatı

*Teoride ve Uygulamada Sürdürülebilir Turizm*

B3: İstihdamın Nicelik ve Niteliği	B3.1: Turizm kaynaklı istihdamın toplam istihdam içerisindeki yüzdesi	B3.1.1: Turizmde mevsimsel mesleklerin yüzdesi B3.1.2: Öğrencilere staj olanağı sağlayan turizm işletmelerinin yüzdesi
B4: Güvenlik ve Sağlık	B4.1: Yangın güvenliği açısından incelenen turizm işletmesi yüzdesi	B4.1.1: Polise şikayet başvurusu yapan turistlerin yüzdesi
B5: Turizmde Dağıtım Kanalları	B5.1: Yerel, sürdürülebilir ve adil ticaret malları ve hizmetleri için aktif adımlar atan turizm işletmelerinin yüzdesi	B5.1.1: Yerel, sürdürülebilir ve / veya adil ticaret ürün ve hizmetlerini teşvik eden bir politikaya sahip destinasyon yüzdesi B5.1.2: Yerel / bölgesel üreticilerden yiyecek ve içeceklerin asgari% 25'ini sağlayan turizm işletmelerinin yüzdesi
<b>Bölüm C: Sosyo-Kültürel Etki</b>		
<b>Kriter</b>	<b>Temel Gösterge</b>	<b>Opsiyonel Gösterge</b>
C1: Toplumsal ve Sosyal Etki	C1.1: Her 100 yerel halka düşen ziyaretçi/turist sayısı	C1.1.1. Destinasyondaki turizm faaliyetlerinden memnun olan yerel halkın yüzdesi (aylık/yıllık) C1.1.2. Her 100 yerel halk başına düşen ticari ziyaretçi konaklaması için ayrılan yatak sayısı C1.1.3. Her 100 hane halkı başına düşen ikincil konut ve kiralık ev sayısı (turistlere kiralanana )
C2: Cinsiyet Eşitliği	C2.1. Turizm sektöründeki kadın ve erkek iş görenlerin yüzdesi	C2.1.1. Turizm işletmelerinde genel müdür pozisyonunda çalışan kadınların yüzdesi C2.1.2. Turizm mesleklerinde kadınların erkeklere kıyasla ortalama ücretleri
C3: Eşitlik / Erişilebilirlik	C3.1. Engellilerin kullanımına açık ve uygun odalara sahip olan ve / veya tanınmış erişilebilirlik programlarına katılan ticari konaklama tesisi yüzdesi	C3.1.1: Destinasyonda hizmet veren toplu taşıma araçlarının engellilere ve belirli erişim gereksinimlerine sahip kişilerin erişimine açık olma yüzdesi
	C3.2. Engelli ziyaretçilerin erişebileceği ya da tanınmış erişilebilirlik programlarına sahip ziyaretçi etkinliklerinin yüzdesi	C3.2.1. Engellilere verilen hizmetler veya belirli erişim gereksinimleri konularında destinasyonun erişilebilirliğinden memnun olan ziyaretçilerin yüzdesi

C4: Kültürel Miras ve Yerel Kimliğe Ait Değerlerin Korunması ve Geliştirilmesi	C4.1: Kültürel mirasın bulunduğu plan ve politikaya sahip destinasyon yüzdesi	C4.1.1. Turizmin destinasyon kimliğini olumlu ya da olumsuz etkilediğini düşünen yerel halkın yüzdesi C4.1.2. Destinasyonda en fazla düzenlenen etkinliklerde geleneksel/yerel kültürel değerlere odaklanma yüzdesi
<b>Bölüm D: Çevresel Etki</b>		
<b>Kriterler</b>	<b>Temel Gösterge</b>	<b>Opsiyonel Gösterge</b>
D1: Ulaşım Kaynaklı Etkinin Azaltılması	D1.1. Destinasyona varışta farklı ulaşım araçlarını kullanan günübirlikçi veya turistlerin yüzdesi	D1.1.1. Destinasyonda yerel ve çevreye daha az zarar veren toplu taşıma araçlarını kullanan ziyaretçilerin yüzdesi
	D1.2. Turistlerin ikamet ettiği yerden itibaren ortalama seyahat km'si ya da bir önceki destinasyon ile hedef destinasyon arasındaki ortalama seyahat km'si	D1.2.1. Günübirlikçilerin destinasyondaki ortalama seyahat km'si
D2: İklim Değişikliği	D2.1. Karbondioksit dengesine sahip sistemler, düşük enerjiye ihtiyaç duyan sistemler gibi iklim değişikliğinin etkilerini azaltma planına sahip turizm işletmelerinin yüzdesi	D2.1.1. İklim değişikliği adaptasyon strateji ve planlaması bulunan destinasyon yüzdesi D2.1.2 İklim değişikliği açısından hassas alanlarda yer alan turizm tesislerinin yüzdesi
D3: Katı Atık Yönetimi	D3.1. Destinasyonda üretilen atık miktarı (yıllık ve aylık bazda kişi başına düşen)	D31.1. Farklı atık türlerini ayırıştıran turizm işletmesi yüzdesi
	D3.2. Geri dönüştürülmüş atık miktarı (yıllık hane halkı başına düşen)	
D4: Kanalizasyon Arıtma	D4.1. Tahliye edilmeden önce en az ikincil seviyede işlenen destinasyondaki kanalizasyon atık yüzdesi	D4.1.1 Merkezi kanalizasyon sistemine bağlı ve / veya üçüncül kanalizasyon arıtma uygulaması kullanan ticari konaklama tesisi yüzdesi

## Teoride ve Uygulamada Sürdürülebilir Turizm

D5: Su Yönetimi	D5.1. Turistlerin günlük su kullanımını ile yerel halkın günlük su kullanımının kıyaslanması	D5.1.1 Daha az su tüketen duş başlıklarına ve musluklarına, çift sifonlu tuvaletlere, susuz pisuvarlara sahip turizm işletmelerinin yüzdesi D5.1.2. Su geri dönüşüm sistemlerini kullanan turizm işletmelerinin yüzdesi D5.1.3. Destinasyonda kullanılan suyun geri dönüşümden sağlanma yüzdesi
D6: Enerji Kullanımı	D6.1. Turistlerin günlük enerji tüketimi ile yerel halkın günlük enerji tüketiminin kıyaslanması	D6.1.1. Tasarruflu aydınlatma sistemlerini kullanan turizm işletmelerinin yüzdesi D6.1.2. Yıllık düzeyde yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı tüketiminin toplam enerji tüketimindeki yüzdesi
D7: Peyzaj ve Biyoçeşitliliğin Korunması	D7.1. Destinasyondaki korunan alanların yüzdesi (km <sup>2</sup> )	D7.1.1. Turizm sektöründe yerel biyoçeşitlilik ve peyzajın korunmasını ve yönetimini aktif olarak destekleyen yerel işletme yüzdesi D7.1.2. Biyoçeşitlilik yönetimi ve izleme planı bulunan destinasyon yüzdesi
D8: Aydınlatma ve Gürültü Yönetimi	D8.1. Destinasyondaki turizm işletmelerinin ışık ve gürültü kirliliğini en aza indirmelerini gerektiren politikaların bulunması	D8.1.1. Gürültü ve ışık kirliliğini azaltacak yerel strateji ve politikalara sahip destinasyon yüzdesi
D9: Yüzme Suyu Kalitesi	D9.1. Her 100 mililitredeki kirlilik seviyesi (Suya bulaşan zararlı bakteri ve dışkı koliformlarının seviyesi)	D9.1.1. Kıyı ya da plajların kirlilik nedeniyle kapatıldığı gün sayısı

**Kaynak:** European Union, 2013:18-20.

Avrupa Turizm Gösterge Sistemi'ndeki (ETIS) temel göstergeler ve opsiyonel göstergeler Tablo 1.2'de belirtilmektedir. Gösterge sisteminde, ilgili ölçüt ve göstergelerin yer aldığı 4 temel bölüm bulunmaktadır. Bu bölümler; “*destinasyon yönetimi*”, “*ekonomik değer*”, “*sosyo-kültürel etki*” ve “*çevresel etki*” bölümleridir. Bu alanlarla ilişkili “*destinasyon yönetimi*” bölümünde 4 ölçütte 4 temel gösterge ve 5 opsiyonel gösterge, “*ekonomik değer*” bölümünde 5 ölçütte 7 temel gösterge ve

11 opsiyonel gösterge yer almaktadır. “Sosyo-kültürel etki” kısmında ise 4 ölçütte, 5 temel gösterge 9 opsiyonel ve son olarak “çevresel etki” bölümünde 9 ölçütte 11 temel ve 15 opsiyonel sürdürülebilir turizm göstergesi yer almaktadır.

Gösterge sisteminin etkinliğini gösteren en önemli husus belirlenen göstergelere dayalı sürdürülebilir turizm planlama sürecinin (bkz. Şekil 1.1: 6. ve 7. basamak) uygulamadaki başarısı ve iyileştirici önlemlerin hayata geçirilmesidir. Diğer taraftan, yerel ekonomik gelişime odaklı, yerel halkın değerlerini, etik ilkeleri, doğal yaşam süreçlerini ve diğer çevresel etkileri hesaba katarak göstergeler temelli dolayısıyla bilimsel ölçütlere başvurarak belirlenen turizm gelişim stratejisi, destinasyonların uzun vadeli gelişimi açısından olmazsa olmaz konulardandır. Zira bu hususlar göz ardı edildiğinde ortaya çıkacak tahribatın boyutları her geçen gün artmakta ve bu durum olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

### **1.3. Dünya'dan ve Türkiye'den Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları**

Bu kısımda Dünya'dan ve ülkemizden sürdürülebilir turizm konusunda başarılı olmuş bazı uygulamalara yer verilecektir. Bu uygulamaların bazıları makro anlamda planlama ve strateji oluşturma ile ilgili iken, bazıları başarılı proje örnekleri ile ilgilidir.

#### **1.3.1. Çevreye Duyarlı Sürdürülebilir Turizm Stratejisi (Victoria-Avustralya)**

Sürdürülebilir olmayan turizm uygulamaları turizm endüstrisinin geleceğini olumsuz etkileyecek etkenlerin başında gelmektedir. Avustralya'da turizm endüstrisinin yarattığı tahribatları en aza indirmek, sürdürülebilir turizm kriterleri rehberliğinde yönetim anlayışı benimsemek ve dolayısıyla turizm-çevre etkileşiminde ortaya çıkacak orta ve uzun vadeli çevresel problemlerin çözümünde yol haritası oluşturmak amacıyla “Çevreye Duyarlı Sürdürülebilir Turizm Stratejik Planı” hayata geçirilmiştir. Planın temel unsurları; turizm endüstrisi tarafından oluşturulan karbon ayak izinin azaltılması, hızla büyüyen sürdürülebilir turizme yönelik tüketici talebinin karşılanması, turizm işletmelerinin sürdürülebilir turizm performanslarının verilecek çevresel sertifikalarla geliştirilmesi, paydaşlar arasında iş birliği sağlanması ve ortak girişimlerin desteklenmesi, atık üretimi başta olmak üzere kaynak kullanımının azaltılması ve turizm endüstrisinin küresel ısınmaya adaptasyonunun desteklenmesi olarak belirlenmiştir (Tourism Victoria, 2009).

#### **1.3.2. Sorumlu Turizm Girişimi (Malezya)**

Malezya kökenli bağımsız çevre koruma organizasyonu olan “Wild Asia” tarafından hazırlanan “Sorumlu Turizm Girişimi” adlı proje 2004 ve 2005 yıllarında Malezya'da en iyi turizm medya ödülüne layık görülmüştür. Bu girişimin temel amacı

doğal hayatın, yerel kültürlerin ve yerel ekonomilerin korunmasıdır. Bu amaçla oluşturulan “*Sorumlu Turizm*” girişimi 3 temel alanda faaliyet göstermektedir:

- Çevresel sorumluluk: Biyoçeşitlilik ve doğal yaşamın korunması
- Sosyal sorumluluk: Yerel kültürlerin ve yerel toplulukların korunması
- Ekonomik sorumluluk: Bölgeden sızıntılar yoluyla çıkan turizm gelirinin engellenmesi

Proje kapsamında Wild Asia Seyehat Ağı kurularak günde 6.000 ziyaretçinin bu ağa dâhil olup sorumlu turizm konusunda bilgi sahibi olmasının sağlanması, yaklaşık 30 tur operatörünün ağa dahil olması ve ziyaretçilerle deneyim paylaşımında bulunması sağlanmıştır. Wild Asia proje sorumluları ve sisteme dahil olan biyoçeşitlilik, ormancılık, iletişim, çevre, medya alanlarında sorumlu turizm gönüllüleri yardımıyla koruma yönetimi süreçleri yürütülmektedir (APEC, 2006).

### **1.3.3. Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Turizm için Avrupa Şartı (EUROPARC)**

“*Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Turizm için Avrupa Şartı (EUROPARC)*” projesinde, Avrupa Birliğine üye ülkelerdeki korunan alanlar ile ilgili farkındalığın artırılması ve koruma konusunda kamuoyu oluşturmak, korunan alanlardaki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir gelişimi ve yönetiminin çevre, yerel halk, yerel işletmeler ve ziyaretçilerin ihtiyaçları dikkate alınarak sağlanması amaçlanmaktadır (European Union, 2016).

EUROPARC sisteminde, sürdürülebilir kriterlere göre yönetim planları hazırlanması ve örnek korunan alanların teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Korunan alanın bulunduğu bölgede yer alan paydaşların katılımı ile hazırlanacak sürdürülebilir turizm stratejisi ve faaliyet planı ile “*Avrupa Korunan Alanlar Ağına*” adaylık ve tam üyelik sürecine başlanmaktadır. Başarılı korunan alanların sertifikasyon suretiyle ağa dâhil edildiği sistemde 2015 yılı itibariyle 16 Birliğe üye ülkedeki 31 korunan alan yer almaktadır (European Union, 2016:110-111). EUROPARC, günümüzde 20 yılı aşan bir tecrübeden sonra korunan alanlarda ekonomik, sosyal ve çevresel kriterlerin uygulanmasında örnek bir sürdürülebilir turizm gelişim modelidir (EUROPARC, 2019).

### **1.3.4. Gelecek Turizmde Sürdürülebilir Turizm Destek Fonu (Türkiye)**

“*Gelecek Turizmde*” projesi 2007 yılında, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Anadolu Efes ortaklığıyla Çoruh Vadisi’nde turizm odaklı kalkınma modeli geliştirilmesi amacıyla “*Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (DATUR)*” ismiyle faaliyetlerine başlayan bir sürdürülebilir turizm destekle-

me projesidir. Projenin ilk uygulama alanı olan Erzurum Uzundere’de 20’den fazla ev pansiyonunun kurulması, turizme hizmet eden sivil toplum kuruluşlarının faaliyete başlaması, bisiklet ve yürüyüş rotalarının oluşturulması, rafting, kuş gözlemciliği ile ilgili festivaller düzenlenmesi projenin ilk başarılı uygulamalarıdır. Ayrıca DARTUR projesiyle eş zamanlı olarak 2007-2012 yılları arasında Boğaziçi Üniversitesi ortaklığında 27 ilde turizm eğitimleri verilerek 5.000’den fazla kişiye turizm sertifikası verildi (Gelecek Turizmde, 2019a).

Projenin kapsamı 2013 yılında genişletilerek, Türkiye’de turizmin alternatif sürdürülebilir kalkınma aracı olarak yer edinmesi, girişimciliği teşvik ederek yerel modellerin oluşturulması, kamu, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplumu bir araya getirerek turizme katkı sağlamak amacıyla ile “*Gelecek Turizmde Sürdürülebilir Turizm Destek Fonu*” hayata geçirilmiştir. Proje kapsamında her yıl uygun görülen 3 projeye fon desteğinin yanı sıra eğitim, planlama, teknik destek, iletişim ve danışmanlık gibi uygulama destekleri verilmektedir (Gelecek Turizmde, 2019a).

“*Gelecek Turizmde Sürdürülebilir Turizm Destek Fonu Projesi*” 2010-2017 yılları arasında birçok farklı ulusal ve uluslararası ödüle layık bulunmuştur. Bu ödüllerden bazıları; TÜHİD- Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri (Kurumsal Sosyal Sorumluluk dalında Altın Pusula Ödülü), JCI Culture – Junior Chamber International (En İyi Sosyal Sorumluluk Ödülü), The Stevie Awards 8. Uluslararası İş Ödülleri (Avrupa’nın En İyi Sosyal Sorumluluk Projesi, Altın Madalya) ödülleridir (Gelecek Turizmde, 2019b).

## Sonuç

Son yarım yüzyılda ekonomik gelişme odaklı yaklaşımların, çevresel açıdan tamiri oldukça güç tahribatlara yol açtığı söylenebilir. Sürdürülebilir gelişme kavramının tanımlanması sonrasında gündeme gelen sürdürülebilir turizm yaklaşımı da bu tahribatların nasıl giderileceği ile ilgili paydaşlara rehber olmakta ve yol göstermektedir. Fakat teorik olarak tanımlanan ideal hedeflerin uygulamadaki karşılığının ne olduğu ile ilgili bazı temel soru işaretleri bulunmaktadır. Çalışkan (2019:480) bu noktada paydaşlar arasındaki dengenin sağlanmasına ve güçlü bir izleme ve değerlendirme mekanizmasına olan ihtiyaca vurgu yapmaktadır. Evren vd. (2018) çalışmalarında ise teori ve pratik uyumsuzluğu, literatür yetersizliği, belirsiz alanların bulunması ve yanılğı faktörlerinin sürdürülebilir turizme yönelik temel eleştiriler olduğunu belirtmektedir.

Sonuç olarak kitle turizm kaynaklı tahribatın giderilmesi noktasında önemli çıkarımlarda bulunan sürdürülebilir turizm yaklaşımının uygulamadaki başarısının koşulu olarak göstergelere dayalı ölçüm tekniklerinin kullanılması, turizm plan, politika ve stratejilerinde sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenmesi önerilmektedir.



## **Kaynakça**

- APEC (2006). Best Practices in Sustainable Tourism Management Initiatives for Apec Economies. APEC Publishing, Singapore.
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bramwell, B. ve Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1:1, 1-5.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Ceron, P. J. (2003). Tourism and Sustainable Development Indicators: The Gap between Theoretical Demands and Practical Achievements, *Current Issues in Tourism*, 6:1, 54-75.
- Çalışkan, C. (2019). Sürdürülebilir Turizm Ters Açısı. *Sürdürülebilir Turizm: Gösterge Geliştirme ve Ölçme Yaklaşımı* içinde Türkay, O. ve Çalık, İ. (Ed.), Detay Yayıncılık, Ankara.
- EUROPARC FEDERATION (2019). European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas, 21.10.2019 tarihinde <https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/> adresinden alınmıştır.
- EUROPEAN UNION (2013). The European Tourism Indicator System Toolkit For Sustainable Destinations, European Union Publications, Italy.
- EUROPEAN UNION (2016). Research for Tran Committee - from Responsible Best Practices to Sustainable Tourism Development. European Union Publishing, Brussels.
- Evren, S., Şimşek Evren, E., Çakıcı, A. C. ve Çakır, O. (2018). Sürdürülebilir Turizm Gerçekten Sürdürülebilir mi? Sürdürülebilir Turizme Yönelik Eleştirel Değerlendirmeler, II Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, Gümüşhane., ss: 311-323.
- Gelecek Turizmde (2019a). Gelecek Turizmde Programı, 25.10.2019 tarihinde <https://www.gelecekturizmde.com/gelecek-turizmde/> adresinden alınmıştır.
- Gelecek Turizmde (2019b). Ödüller. 25.10.2019 tarihinde <https://www.gelecekturizmde.com/oduller/> adresinden alınmıştır.

- Hall, M. C., Gössling, S. and Scott, D. (2015). Tourism and sustainability. *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* içinde Hall, M. C., Gössling, S., Scott, D. (Ed.), Routledge, Abingdon.
- Ödemiş, M. ve Çalık, İ. (2019). Sürdürülebilir Turizm Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Göstergeler Yoluyla İncelenmesi, *Sürdürülebilir Turizm: Gösterge Geliştirme ve Ölçme Yaklaşımı* içinde Türkay, O. ve Çalık, İ. (Ed.), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?*, Earthscan, London.
- Tanquay, G.A., Rajaonson, J. and Therrien, M.C. (2013). Sustainable Tourism Indicators: Selection Criteria For Policy Implementation and Scientific Recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (6), 862-879.
- Tourism Victoria (2009). *Environmentally Sustainable Tourism Strategic Plan 2009-2012*. Tourism Victoria Publishing, Melbourne.
- UNEP & UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable- A guide for policy makers*. UNEP & UNWTO Publishing, Madrid.
- UNWTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. UNWTO Publishing, Madrid.
- UNWTO (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals Good Practices in the Americas*, UNWTO Publishing, Madrid.
- UNWTO (2019). *Definition of Sustainable Tourism*. 08.10.2019 tarihinde <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> adresinden alınmıştır.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. 5. Baskı, Wiley, Australia.

## **Giriş**

Son yıllarda insanlar, dinlenmek ve sağlıklı bir ortamda bulunmak üzere orta yükseklikteki karlı, dağlık ve ormanlık yörelere yönelmişlerdir. Bu durum, dağ yürüyüşü, tırmanma ve kayak gibi sportif faaliyetlere bağımlı olarak gelişen kış turizminin büyümesini sağlamıştır. Öyle ki, son 10 yıl içinde dünya çapında yaklaşık 125 milyon turistin kayak faaliyetinde bulunduğu belirtilmektedir (Evren ve Kozak, 2018: 247). Kış turizm merkezlerindeki faaliyetler yalnızca kayakla sınırlı kalmamakta, dağlık bölgeler yaz aylarında da güzel manzaraları ve serinlikleri ile turistleri çekmektedir (Mursalov, 2009: 16). Öte yandan, dünyanın en büyük buz duvarına sahip olan Finlandiya'nın Laponya (Lapland) bölgesindeki buz kalesi<sup>1</sup> ise, 2015 yılı itibariyle 270.000'den fazla kişi tarafından ziyaret edilmiştir (BBC, 2019). Turistler, iç ısı -5°C olan buzdan yapılmış otel ve restoranlardan hizmet almak ve buzları delerek balık avlama, kar üstünde at yarışları ve atlı kızak gezileri ile husky köpeklerinin çektiği kızak yarışları gibi birçok faaliyete katılmak için bu bölgeye seyahat etmektedirler (Mursalov, 2009: 18).

Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin artan uluslararası rekabet ortamında, turizm sektöründen üst düzeyde yararlanmasının başlıca şartlarından biri turistik ürün çeşitlendirmesidir (Albayrak, 2013: 146). Turizm açısından gelişmiş ülkeler deniz ve kültürel kaynaklara dayalı turizm hareketlerinin yanı sıra turizm çeşitliliğini artırmak ve turizm mevsimini uzatmak amacıyla ülkelerinin sahip olduğu kış turizmi olanaklarından da etkin bir şekilde yararlanma yoluna girmişlerdir (Çakmak ve Yılmaz, 2018: 272-73). Nitekim kış turizm merkezleri genellikle iç bölgelerde yer aldığından, sahiller dışındaki diğer bölgelere de ekonomik canlılık getirmektedir. Kış turizmi, her yıl farklı ülkelerde düzenlenen organizasyonlar ile gelişimini sürdürmektedir (İlban ve Kaşlı, 2011: 320).

2019 itibariyle Gümüşhane ilinde kış turizmine hizmet veren 3 bölge bulunmaktadır. Bu kapsamda, Zigana Kış Turizm Merkezi kısmen faal durumda iken, Süleymaniye

---

1 SnowCastle of Kemi, yüksekliği 1100 metreyi bulan duvarlarıyla 1996 yılında Guinness Rekorlar Kitabına girmiştir.

ve Çakırgöl Kış Turizm Merkezleri henüz kış turizmi kapsamında değerlendirilememektedir. Gümüşhane, karlı gün sayısı ve kayak pistlerinin kayak sporu için uygunluğu bakımından kış turizmi potansiyeline sahip bir şehir olduğundan, bu bölgelerin kış turizmi kapsamında değerlendirilmesiyle ilde turistik hareketliliğin geliştirilmesine büyük katkı sağlanabilir.

Kitabın bu bölümünde, öncelikle kış turizmi ve sürdürülebilirliğine değinilerek, Gümüşhane’nin kış turizmi destinasyonlarına yönelik tanıtıcı bilgiler verilmiştir. Daha sonra SWOT-GZFT ve Hedef-Performans-Faaliyet (HPF) analizlerinin bulguları açıklanmıştır. Son bölümde, ilgili yönetimler için Gümüşhane’de kış turizminin sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amacıyla elde edilen bulgulara dayalı birtakım öneriler sunulmuştur.

## 2.1. Kış Turizmi ve Sürdürülebilirliği

Turizmin sürdürülebilirliği, turizme kaynak oluşturan kültürel ve doğal değerlerin korunup geliştirilerek, bu değerlerin çekiciliğinin devam ettirilmesi ile sağlanmaktadır (Küçükaslan, 2007: 57). Bu kapsamda kış turizminin sürdürülebilirliği, kış turizmine kaynak oluşturan turistik çekim unsurlarının korunarak geliştirilmesine bağlıdır. Kış turizmi genellikle karlı ortamlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketidir (Ülker, 1983: 12). İlban ve Kaşlı (2011: 321) ise bu tanıımı genişleterek kış turizmini; “*genellikle belirli yükseklikteki dağlarda, kayak sporunu yapmaya elverişli kar şartlarının ve eğimli alanların uygun olduğu destinasyonlara yapılan seyahatlerin yanında konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme ve gezip görme gibi aktivitelerden de yararlanmayı kapsayan ve yılın belirli dönemlerinde gerçekleştirilen faaliyet ve ilişkiler bütünü*” olarak tanımlamıştır.

Kar, kış turizminin en önemli bileşenleri arasındadır. Karın uzun bir süre yerde kalması, kayak süresinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Diğer taraftan, belirli yükseklikteki yerlere, kayakçıları taşıyacak telesiyej ve teleski gibi bazı temel altyapı araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Koşan ve Türkmendağ, 2018: 154). Kış turizm merkezlerini geliştirmek büyük yatırımlar gerektirdiğinden, devlet teşviki ile özel sektörler harekete geçmektedir (Mursalov, 2009: 17).

Kış turizmi, belirli bir yükseklik gerektirdiğinden dağ ve spor turizmi ile birlikte anılabilmektedir (Albayrak, 2013: 146). Bu durum, kış sporunun genel olarak kayak sporu merkezinde gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır (İlban ve Kaşlı, 2008: 320). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği “Kış Turizm Raporu” verilerine göre; dünyada 2000’den fazla kayak merkezi bulunmakta ve kayak merkezi sayısı bakımından Türkiye 18. sırada yer almaktadır (TÜRSAB, 2019).

**Tablo 2.1:** Türkiye'de Kış Sporları Temalı Turizm Merkezi/Kış Turizmi Koruma ve Gelişim Bölgeleri

Faaliyet Durumu	No.	TM/KTKGB	Plan Durumu		Yatak Kapasitesi		Mevcut Mekanik Tesisler		
			ÇDP	NİP/ÜİP	Mevcut	Hedef	Adet	Kapasite (kişi/saat)	Uzunluk (m.)
FAAL	1	Erzurum Palandöken KTKGB	Var	Var	2466	8850	19	24563	22018
	2	Bursa Uludağ II. Gelişim Bölgesi KTKGB	Var	Var	2250	3500	22	15000	16145
	3	Bolu Köroğlu Dağı KTKGB	Var	Var	1713	4000	14	10000	10380
	4	Kayseri Erciyes KTKGB	Var	Var	1072	6000	13	19300	21832
	5	Kastamonu Çankırı Ilgaz KTKGB	Var	Var	1217	1300	6	5639	5983
	6	Kars Sarıkamış KTKGB	Var	Var	1013	12000	4	5348	6263
FAAL	7	Kocaeli Kartepe KTKGB	Var	-	800	1000	4	6400	3250
	8	İsparta Davraz Dağı KTKGB	Var	Var	467	1600	4	3800	3621
	9	Sivas Yıldız Dağı KTKGB	Var	Var	110	1600	3	3000	4547
	10	Çankırı Ilgaz Kadınçayırı Yıldıztepe KTKGB	-	Var	80	400	1	1200	1588
	11	Ardahan Yalnızçam Üğurludağ KTKGB	Var	Var	74	4250	3	2800	5250
	12	Bayburt Kop Dağı KTKGB	Var	Var	60	810	1	600	1220
KISMEN FAAL	13	Gümüşhane Zigana KTKGB	Var	Var	40	470	3	1400	1000
	14	Erzincan Ergani Dağı KTKGB	Var	Var	-	8000	3	3450	6967
	15	Denizli Tavas Bozdağ KTKGB	Var	Var	-	2250	3	2400	3822
	16	Samsun Ladik Akdağ KTKGB	-	Var	-	800	1	800	1360
	17	Aksaray Hasan Dağı KTKGB	Var	Var	97	1235	-	-	-
	18	Mersin Tarsus Gülek Karboğazi KTKGB	Var	Var	-	8000	-	-	-
FAAL DEĞİL	19	Gümüşhane Çakırgöl KTKGB	Var	Var	-	5600	-	-	-
	20	Antalya Alanya Akdağ KTKGB	Var	Var	-	3000	-	-	-
	21	Muğla Eren Dağı KTKGB	Var	Var	-	1500	-	-	-
	22	Gümüşhane Süleymaniye KTKGB	Var	Var	-	1180	-	-	-
	23	Artvin Kafkasör KTKGB	Var	Var	-	2000	-	-	-
	24	Düzce Gölyaka Kartüz Yaylası KTKGB	Var	Var	-	380	-	-	-
FAAL DEĞİL	25	Malatya Hekimhan Yamadağı KTKGB	Var	Var	-	-	-	-	-
	26	Rize İkizdere Ovit Dağı KTKGB	-	Var	-	-	-	-	-
	27	Antalya Akseki Göltepe KTKGB	Var	Var	-	450	-	-	-
	28	Bitlis Sapçor Kış Sporları TM	-	Var	-	-	-	-	-
	29	Konya Derbent Aladağ KTKGB	Var	Var	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>			<b>25</b>	<b>21</b>	<b>11459</b>	<b>80175</b>	<b>102</b>	<b>105143</b>	<b>114907</b>

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2019) ile T.C. Gümüşhane Valiliği (2019) resmi web sitelerinden derlenerek hazırlanmıştır. **Kısıtlamalar;** ÇDP; Çevre Düzenleme Planı, NİP; Nazım İmar Planı, ÜİP; Uygulama İmar Planı.

Ülkemizde 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu uyarınca ilan edilmiş olan kış sporları temalı 28 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi (KTKGB) ve 1 Turizm Merkezi (TM) bulunmaktadır. Ayrıca, Bakanlıkça kayıt altına alınmamış ve belgelenmemiş olmasına rağmen çeşitli idarelerce kayak merkezi olarak belirlenen alanlar da eklendiğinde kayak merkezi sayısı 51’i aşmaktadır (Çakmak ve Yılmaz, 2018: 273). Bakanlıkça belirlenen 29 bölgenin; konaklama ve mekanik tesis imkânını sunması bakımından 9’u faal, 7’si kısmen faal olup 13’ü ise faal değildir. Tablo 2.1’de ilan edilen tüm bölgelere ilişkin plan durumu, yatak kapasitesi (mevcut ve Bakanlıkça hedeflenen) ve mekanik tesis bilgileri verilmiştir.

## **2.2. Gümüşhane’de Kış Turizmi**

Tablo 2.1’de görüldüğü üzere, 2019 itibariyle Gümüşhane ilinde kış turizmi temalı 3 bölge bulunmaktadır. Bu kapsamda Çakırgöl ve Süleymaniye kış turizmi kapsamında faal durumda değilken, Zigana kısmen faaldir. Bu kısımda Zigana, Süleymaniye ve Çakırgöl Kış Turizm Merkezlerine dair birtakım bilgilere yer verilmiştir.

### **2.2.1. Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi**

Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi (ZKSTM); Gümüşhane il merkezine 40 kilometre, Trabzon Havalimanına 55 kilometre, Karadeniz Bölgesini Doğu Anadolu Bölgesine bağlayan karayoluna ise 3 kilometre mesafededir. 40 yatak kapasiteli bir kayak evi olan kayak merkezinde, kayak alanları 1900-2500 metre yüksekliğindedir. Kayak sezonu aralık ayında başlayan ve nisan ayına kadar devam eden Zigana’da kar kalınlığı ise 100-150 santimetredir. Kayak pistinin genişliği 100-200 metre olup ortalama eğimi %20’dir (Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

ZKSTM’de, saatte 1000 kişi taşıma kapasiteli 800 metre uzunluğunda bir adet teleski hattı ve buna ilave olarak saatte 400 kişi taşıma kapasiteli 200 metre boyunda iki adet babylift amatör ve profesyonel kayakçılara hizmet vermektedir (T.C. Gümüşhane Valiliği, 2019). ZKSTM’de kayak merkezi dışında belirlenen ve yatırımcılara sunulan 6 farklı turistik tesis alanı bulunmaktadır (Akdu vd., 2012: 81). Bölgede, 32 oda, 160 yatak, 2 ayrı restoran (150 ve 300 kişilik), 200-250 kişilik toplantı salonu ve 80 kişilik kafeterya kapasiteli bir otel ve birbirinden bağımsız dörder odalı 5 adet bungalov ev bulunmaktadır (ZKM, 2019). Limni Gölü, Karaca Mağarası, Kadırğa Yaylası ve Camiboğazı Yaylası gibi turistik çekim merkezlerine yakın bir bölgede bulunan ZKSTM, kış sporlarının yanı sıra, yaylacılık, dağcılık, kampçılık, izcilik ve çim kayağına elverişlidir (Çalık vd., 2013: 50-51).

Zigana Dağı, Bakanlar Kurulu'nun 20 Mayıs 1991 tarih ve 20876 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 91/1514 sayılı kararı ile Turizm Merkezi olarak tespit edilmiş olup çevre düzeni planı onaylanmış ve 1/1000 ölçekli haritası çizilmiş, imar planı çıkartılmış ve yatırımcıların hizmetine sunulmuştur (T.C. Gümüşhane Valiliği, 2019).

### **2.2.2. Süleymaniye Kış Sporları Turizm Merkezi**

Gümüşhane şehir merkezine 3 km, Trabzon şehir merkezi ve havaalanına 100 km uzaklıkta bulunan Süleymaniye Kış Sporları Turizm Merkezi (SKSTM), 26 Temmuz 2010 tarihinde Bakanlar Kurulunca Kış Sporları Turizm Merkezi olarak ilan edilmiştir. Süleymaniye Mahallesinde bulunan SKSTM, 357 hektarlık bir alana sahiptir. Bölgedeki pistlerin telesiyej uzunluğu 2400 metre iken kayak pistlerinin uzunluğu ise 3600 metredir (Çalık vd., 2013: 59).

Gümüşhane'de şehir tarzında ilk yerleşim Eski Gümüşhane olarak tabir edilen Süleymaniye Mahallesinde başlamıştır. Kanuni Sultan Süleyman'ın emriyle madenlerin işleyişinin daha rahat kontrol edilmesi ve madencilerin ihtiyaçları ile iskânına elverişli bir yerleşim ihtiyacı doğduğundan, bir cami ve elli hanenin yapılmasıyla imar faaliyetlerine başlanmış ve ardından yapılaşma süreci hızla devam etmiştir (Düzgün ve Çalık, 2017: 127). Kuruluşu M.Ö 3000 yıllarına uzanan ve 2002 yılında çıkan kanunla kentsel ve doğal sit alanı olarak ilan edilen bu bölge gerek maden zenginliği gerekse coğrafi konumu nedeniyle birçok medeniyetin geçiş noktası olmuştur. Süleymaniye Mahallesi, hem Gümüşhane'nin en eski yerleşim yeri olması hem de bir anlamda "medeniyetler geçişi" olması nedeniyle tarihi ve kültürel açıdan önemli bir yerleşim merkezidir. Tarihsel eserler ve kültürel varlıklar bakımından bölgede Hagios Stephanos Kilisesi, Köprü, Dükkan, Ulu Cami (Süleymaniye Camii), Ulu Cami Çeşmesi, Ulu Cami Haziresi, Bagios lonnes Kaya Kilisesi, Hacı Tahir Efendi Türbesi, Bagios lonnes Kaya Kilisesi, Hagios lonnes Kilisesi, Rum Erkek Lisesi, Cami-ı Sağır Mahallesi Kilisesi, Camii Sağır Mescidi, Camii Sağır Mahallesi Kaya Kilisesi, Süleymaniye Hamamı, Dere Hamamı, Kavaklık Hamamı, Paşa Hamamı, Güzeller Mahallesi Çeşmesi ve Güzeller Mahallesi Camii bulunmaktadır (GÜTF, 2019). Ancak Süleymaniye bölgesinde Süleymaniye Camisi dışında, kültürel değerlerin iyi korunamamış olduğu ve turizm alanında yapılan çalışmaların sınırlı kaldığı söylenebilir. Bölgede kışın neredeyse hiçbir turizm faaliyeti yapılmamakta, yazın ise genel olarak şehir dışında yaşayan Gümüşhanelilerin ve kent sakinlerinin ziyaretleri ile turizm faaliyetleri sürdürülmektedir (Akdu vd., 2012: 92). Öte yandan, son yıllarda Gümüşhane'de ilgili yönetimlerce Süleymaniye'nin kış turizm merkezi olarak değerlendirilmesi kapsamında çeşitli toplantılar düzenlenmektedir (İHA, 2019).

### 2.2.3. Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi

Gümüşhane'ye 35 km mesafede olan Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi (ÇKS-TM), 2005 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığınca Kış Sporları Turizm Merkezi olarak ilan edilmiştir. Çakırgöl Yaylasında bulunan turizm merkezinde 7 mekanik tesis ve 11 kayak pistinin yapılması planlanmaktadır. Çakırgöl Dağının kuzey yamacında bulunan Çakırgöl adındaki buzul gölün deniz seviyesinden yüksekliği 2533 metredir. Boyu 250 metre, genişliği 200 metre olan bu göl 15-20 metre derinliğindedir (Çalık vd., 2013: 82-83).

Turizm merkezi olarak ilan edilmesine rağmen bölgenin ulaşım sorunu giderilememiştir. Bölgeye herhangi bir yatırım yapılmaması, göl suyunun Trabzon'un çeşitli köylerinde içme suyu olarak kullanılmasıyla su azlığı meydana gelmesi ve gölün önünü kesmek için betonarmeden yapılan setin göl manzarasını olumsuz etkilemesi gibi sorunlar bulunmaktadır (Akdu vd., 2012: 138).

### 2.3. Gümüşhane'de Sürdürülebilir Kış Turizmi

Bu bölümde, Gümüşhane ilinde kış turizminin sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen SWOT (GZFT) analizi ile hedef-performans-faaliyet analizi kapsamında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Sürdürülebilir kış turizmi kapsamında Gümüşhane ilinin güçlü ve zayıf yanları, fırsatları ve olası tehditleri şu şekilde sıralanmıştır:

#### **Güçlü Yanlar**

##### ➤ *Süleymaniye Kayak Merkezi:*

- 1600 metre rakıma kadar kar tutma potansiyeli (Kuzeybatı yönlü ters çanak oluşumundan dolayı)
  - Suni karlama için uygun sıcaklık ve gölet bulunması
  - Planlanan mekanik tesisin çift istasyonunun olmasının karsız günler için avantaj sağlaması
  - Pist uzunluğu (kesintisiz 5 km) ve çeşitliliği
  - Rüzgâr ve sisten korunma
  - Zirve platonun alternatif kayak köyü ve kış sporlarına uygunluğu
- Kent merkezinin özellikle güney kesimindeki yüksek irtifalı alanların kış sporlarına fiziki uygunluğu
- Denizden uzaklaştıkça iklim değişikliğine karşı nispi kırılğanlığın azalması



### ***Zayıf Yanlar***

- Zigana Kayak Merkezindeki pistlerin dezavantajlı kuruluş yeri
- Öneri halindeki Çakırgöl Kayak Merkezinin aşırı yüksek irtifa, ulaşılabilirlik ve çarpık yayla yapılaşması gibi sorunlarının bulunması
- Süleymaniye Kayak Merkezi pist başlangıç noktası yükseltisinin düşük olması
- İnsan kaynaklarında yabancı dil bilgisine yönelik eksiklik
- Kayak sonrası eğlence (apreski) kültürünün yerel yaşam tarzı ile çelişme olasılığı
- Genel ve kış turizmi özelinde geliştirme, yönetim ve pazarlamadan sorumlu olacak profesyonel bir örgütlenmenin eksikliği
- Mevcut ve planlanan kayak merkezlerinin teknik ve finansal detaylarını bütüncül olarak ele alan master planların bulunmaması

### ***Fırsatlar***

- *Pazar ve Erişilebilirlik:*
  - Zigana tünelinin açılmasıyla Doğu Karadeniz pazarı ve Trabzon havalimanı yoluyla ulusal ve uluslararası pazarlara açılım
  - Doğu Karadeniz’de kış sporlarına yönelik artan ilgi
  - Üniversite öğrencilerinin yarattığı pazar ve çoğu öğrencinin kış sporlarına aşina olan doğu illerinden gelmesi
  - Açılacak olan yeni havalimanı (Gümüşhane-Bayburt Havalimanı)
- İklim değişikliği nedeniyle mekânsal ikame arayışına girecek turistlerin ilin avantajlı merkezlerine yönelmesi
- Destinasyon geliştirme projelerine yönelik ulusal ve uluslararası fonlar
- Olumlu güvenlik algısı
- Süleymaniye kayak Merkezinin tamamlayıcı alternatif turizm potansiyeli
- *Kültür turizmi*
  - Kuzeydoğu Anadolu kültür turları ve eko-turların geçiş noktasındaki konum
  - Kentsel sit alanı olan Süleymaniye Mahallesi ile Erciyes-Kapadokya ve Erzurum-Erzincan-Kars İpek Yolu Kayağı modellerinden daha yoğun bir “kültür kayağı” fırsatı
  - İnanç turizmi potansiyelinin kilise restorasyonları ile ortaya çıkması
  - Yerel gastronomideki “çorba” kültürünün kış teması ile uygunluğu
  - Darphane mirası

- Konaklama ve diğer turistik tesisler için mevcut veya restore edilecek tarihi otantik yapı stoğundan yararlanma
- Off-road turizmi (bahar sezonunda çamurlu ortamda, kış sezonunda karda)
- Not: Analiz birimi ölçeğine (kayak merkezi/vilayet) göre bazı fırsatlar, güçlü yön olarak değerlendirilebilir.

### ***Tehditler***

- Deniz etkisindeki mevcut ve planlanan kayak merkezlerinin iklim değişikliği kırılğanlığının daha yüksek olması
- Arazi kullanımında maden ve turizm sektörlerinin rekabeti
- Bölge ve ülke çapında yeni rakiplerin çoğalması
- Ekonomik koşulların kayak turizmine yönelik talebi geriletme olasılığı
- Son zamanlardaki asayiş olayları nedeniyle güvenlik algısındaki bozulmalar

Gümüşhane ilinde kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik hedef-performans-faaliyet (HPF) analizi sonuçları ise Tablo 2.2'de verilmiştir. İlgili tabloya göre, kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik başlıca 4 hedef belirlenmiş ve bu hedefler öncelik sırasına göre; (1) destinasyon yönetimi örgütlenmesi, (2) destinasyon geliştirme, yönetim (operasyonel) ve pazarlama, (3) planlama ve (4) yerel kayak kültürünün güçlendirilmesi şeklinde sıralanmıştır. Daha sonra performans göstergeleri, faaliyetler, sorumlu kuruluşlar ve iş birliği yapılacak kuruluşlar sıralanmıştır.

**Tablo 2.2:** Gümüşhane İlinde Kış Turizminin Sürdürülebilirliğine Yönelik Hedef-Performans-Faaliyet (HPF) Analizi Sonuçları

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar
Destinasyon Yönetim Örgütlenmesi (DYÖ)	Paydaş sayısı ve niteliği (kamu/özel)	Arama konferansı ile sektör paydaşlarının belirlenmesi ve yapısına (şirket/vakıf/kooperatif) karar verildikten sonra bir Destinasyon Yönetim Örgütünün (DYÖ) kurulması, kent kültüründe yerleşik kooperatif modelinin ön plana çıkartılması	T.C. Gümüşhane Valiliği	Belediyeler, Özel Sektör, Sivil Toplum Kuruluşları ve Gümüşhane Üniversitesi
Destinasyon Geliştirme, Yönetim (Operasyonel) ve Pazarlama	Geliştirilen kayak merkezi ve tamamlayıcı alternatif turizm ürünü sayısı	Ürün geliştirme ve yönetim ve pazarlama süreçlerinin tanımlanarak uygulamaya alınması - hem destinasyon hem de DYÖ gelirlerini arttırıcı kış turizmi temalı örneklerle öncelik verilmesi	DYÖ	DYÖ
Planlama	Rapor sayısı ve teslim süresi	Vilayet geneli kış ve tespit edilen her bir kayak merkezi için pazar araştırmalarını dikkate alan teknik master plan ve finansal fizibilite raporlarının hazırlanması	DYÖ (DYÖ kurulmadığı takdirde T.C. Gümüşhane Valiliği)	T.C. Kültür Turizm Bakanlığı vasıtasıyla farklı fonlar (ör. DOKA, AB IPA, COMCEC)
Yerel kayak kültürünün güçlendirilmesi	Tesis sayısı Kayakçı/nüfus oranı	Üniversite, yurtlar ve okulların kesişimi ve Süleymaniye kayak merkezi alt irtifalarında rahatça erişilebilir ve yıl boyu sürdürülebilir kayak alanlarının snowflex, iklimlendirme gibi yöntemlerle tesis edilmesi	T.C. Gümüşhane Valiliği	Belediye, DYÖ, Gümüşhane Üniversitesi ve MEB

**Not:** Hedefler öncelik sıralamasına göre yukarıdan aşağıya doğru sıralanmıştır.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Gümüşhane ilinde kış turizminin sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen SWOT-GZFT ve HPF analizlerinin sonuçları bu bölümde özetlenerek, ilgili paydaşlar için birtakım öneriler tartışılmıştır. Gümüşhane kış turizminin güçlü yanları incelendiğinde, Süleymaniye Kayak Merkezinin ön plana çıktığı görülmüştür. Bu kapsamda bölgenin suni karlama imkânı ve 5 kilometrelik pist uzunluğuna sahip olması ile 1600 metreye kadar kar tutabilmesi ve rüzgâr ve sisten korunabilmesi gibi özellikleri önemle dikkate alınarak pazarlama stratejileri geliştirilebilir. Diğer yandan, Gümüşhane kış turizminin zayıf yönleri ele alındığında, insan kaynaklarındaki yabancı dil bilgisine yönelik eksikliklerin giderilmesi, mevcut ve planlanan kayak merkezleri için master planların hazırlanması ve kış turizmi özelinde geliştirme, yönetim ve pazarlamadan sorumlu olacak profesyonel bir örgütlenmeye gidilmesi önerilebilir.

Gümüşhane’de kış turizmi sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik fırsatlar incelendiğinde, dikkate alınması gereken birçok faktörün olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, Doğu Karadeniz’de kış sporlarına yönelik artan ilgi, yerli halkta kayak kültürünün yaygınlığı, üniversite öğrencilerinin yarattığı pazar ve çoğu öğrencinin kış sporlarına aşina olan Doğu illerinden gelmesi, iklim değişikliği nedeniyle mekânsal ikame arayışına girecek turistlerin ilin avantajlı merkezlerine yönelmesi, destinasyon geliştirme projelerine yönelik ulusal ve uluslararası fonlar ve olumlu güvenlik algısı sıralanabilir.

Gümüşhane kış turizminin sürdürülebilirliğinin önünde olası 5 tehdit tespit edilmiş ve bunlar; deniz etkisindeki mevcut ve planlanan kayak merkezlerinin iklim değişikliği kırılabilirliğinin daha yüksek olması, arazi kullanımında maden ve turizm sektörlerinin rekabeti, bölge ve ülke çapında yeni ve yenilenen rakiplerin çoğalması, ekonomik koşulların kayak turizmine yönelik talebi geriletme olasılığı ve son zamanlardaki asayiş olayları nedeniyle güvenlik algısındaki bozulmalar olarak sıralanmıştır.

HPF analizi sonucunda ise, Gümüşhane’de kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik başlıca 4 hedef belirlenmiş ve bu hedeflerin başında destinasyon yönetimi örgütlenmesi gelmiştir. Bu durum, Zigana Turizm Merkezinin sürdürülebilir turizm kriterleri çerçevesinde yerel destinasyon yönetim örgütleri tarafından değerlendirildiği bir çalışmada (Acuner, 2015) da önerilmiştir. Bu kapsamda, arama konferansı ile sektör paydaşlarının belirlenmesi ve yapısına (şirket/vakıf/kooperatif) karar verildikten sonra bir Destinasyon Yönetim Örgütü (DYÖ) kurulması ve kent kültüründe

yerleşik kooperatif modelinin ön plana çıkartılması önerilmiştir. Bu süreçte Valilik sorumlu kuruluş olarak belirlenerek, belediyeler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve Gümüşhane Üniversitesi ile iş birliği yapılabilir. HPF analizi (bkz. Tablo 2.2) sonucunda belirlenen diğer üç hedef ile bu hedeflere yönelik faaliyetler ve performans göstergeleri, sorumlu kuruluşlar ve iş birliği yapılacak kuruluşlarca değerlendirmeye alınmalıdır.

## Kaynakça

- Acuner, E. (2015). Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 1, ss. 62-93.
- Akdu, U., Sezerel, H., Çalık, İ., Aras, G., Kaya, F. ve Köstepen, A. (2012). *Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli*. Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, No. 1.
- Albayrak, A. (2013). Kış Turizmi Turistlerinin Seyahat Motivasyonları. *14. Ulusal Turizm Kongresi*. 05-08 Aralık, Kayseri, ss. 144-164.
- BBC. (2019). In pictures: SnowCastle of Kemi. 15.01.2019 tarihinde [www.bbc.com/news/in-pictures-25910146](http://www.bbc.com/news/in-pictures-25910146) adresinden alınmıştır.
- Çakmak, F. ve Yılmaz, Ö. (2018). Turizmin İktisadi Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 1, ss. 267-286.
- Çalık, İ., Kaya F., Akdu, U., Sezerel, H., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). *Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli*. Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, No. 1.
- Düzgün, E. ve Çalık, İ. (2017). Gümüşhane İli Süleymaniye Mahallesiindeki Tarihi Yapıların Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS-IV: 125-136.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2018). Competitive positioning of winter tourism destinations: A comparative analysis of demand and supply sides perspectives—Cases from Turkey. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 9, p. 247-257.
- Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2019). Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi. 12.01.2019 tarihinde <http://gumushanekultur.gov.tr/TR-57876/zigana-kis-sporlari-turizm-merkezi.html> adresinden alınmıştır.
- GÜTF. (2019). Süleymaniye Mahallesi (Eski Gümüşhane). 20.09.2019 tarihinde <http://turizm.gumushane.edu.tr/tr/sayfa/g%C3%BCm%C3%BC%C5%9Fhane-turizm/s%C3%BCleymaniye-mahallesi-eski-g%C3%BCm%C3%BC%C5%9Fhane/> adresinden alınmıştır.
- İHA. (2019). Gümüşhane'de Süleymaniye Kış Turizm Merkezi Değerlendirme Toplantısı Yapıldı. 20.09.2019 tarihinde <https://www.haberler.com/gumushane-de-suleymaniye-kis-turizm-merkezi-11785006-haberi/> adresinden alınmıştır.
- İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2011). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. İçinde: *Kış Turizmi*, (Edt: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt). ss. 319-342, Nobel Yayıncılık, 2. Baskı.

- Koşan, A. ve Türkmendağ, T. (2018). Sürdürülebilirlik Kapsamında Kayak Turizmi: Palandöken Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 150-178.
- Küçükaslan, N. (2007). Özel İlgi Turizmi. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Mursalov, M. (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba – Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- T.C. Gümüşhane Valiliği, (2019). Turizm Genel Bilgiler. 12.01.2019 tarihinde <http://www.gumushane.gov.tr/turizm-genel-bilgiler> adresinden alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (2019). Türkiye’de Kış Sporları Turizmine İlişkin Genel Bilgi. 12.01.2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> adresinden alınmıştır.
- TÜRSAB. (2019). Kış Turizmi Raporu. 12.01.2019 tarihinde [www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1\\_12196\\_3978793.pdf](http://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1_12196_3978793.pdf) adresinden alınmıştır.
- Ülker, İ. (1983). *Dağ Turizmi ve Kış Sporları Tanımlar ve Kurallar Kaynak Alanlar Planlama Teknikleri*, y.y, Ankara.
- ZKM. (2019). Zigana Gümüşkayak Yaylakent Otel & Bungalow. 20.09.2019 tarihinde <http://www.ziganakayakmerkezi.com/konaklama> adresinden alınmıştır.





## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

# SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ VE GÜMÜŞHANE

Öğr. Gör. Özlem ER

### Giriş

Tüm dünyada teknolojik ve benzeri sebeplerle rekabetin artmasına bağlı olarak ülkeler rakipleri karşısında fark yaratabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Bu stratejilerden biri de turizmi mevsimsellikten kurtarıp tüm yıla yaymayı kolaylaştıran turizm ürünlerini çeşitlendirmektir. Turizm çeşitlerinden biri de kültür turizmidir.

Kültür, toplumları oluşturan gelenek, görenek, inanç, yaşam tarzı, törenler, ritüeller, sanat anlayışı, ahlak anlayışı gibi kavramlardan oluşmaktadır ve aslında bizi biz yapan tüm unsurları içinde barındırmaktadır. Kültür, oluşturulan toplumlara özgüdür ve bu sebeple eşsizdir. Dolayısıyla turizm açısından önemli bir üründür ve bu bakımdan kültür ile turizm arasında bir ilişki söz konusudur.

Kültür turizmi ise turistlerin gittikleri destinasyonlarda o yöreye ait değerleri deneyimlemesidir. Kültür turizmi, ziyaretçilerine sadece geçmiş kültürlerin kalıntılarını, tarihi eserleri tanıtmakla kalmaz aynı zamanda yerel mimari, festivaller, yerel yaşamlar ve yerel mutfağı da deneyimleme olanağı tanımaktadır. Kültür turizmi aynı zamanda, bölgede bulunan kültürel mirasın korunmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında büyük rol oynamaktadır. Bir bölgenin turistik açıdan gelişmesine en büyük katkıyı kültürel miras sağlamaktadır ve bu durum beraberinde bölgenin altyapı ve üstyapısının iyileştirilmesini getirmektedir. Altyapı ve üstyapı sorunları giderildiğinde işletmelerin doluluk oranları artar ve çarpan etkisi yaratılarak turizm gelirlerinde artış sağlanır. Tüm yıla yayılan turizm hareketleriyle artan turizm talebi bölge ekonomisine ve yerel kalkınmaya katkı sağlar.

Sürdürülebilir turizmin temelinde kaynakların tüketilmeden ve gelecek nesillerin de yararlanabileceği biçimde kullanılması bulunmaktadır. Bu bakımdan sürdürülebilir kültür turizmi bir planlama ve yönetim işidir. Sürdürülebilir kültür turizmi planlanması yapılırken destinasyonun sahip olduğu kültürel mirasın doğru bir biçimde belirlenmesi gerekmektedir. Kültür turizminin sürdürülebilirliği kültürel mirasa konu olan varlıkların korunması, geliştirilmesi ve turizm endüstrisi içinde yer alan tüm paydaşların katılımı ile mümkündür.

Birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Gümüşhane'nin tarihi incelendiğinde, kentin tarihinin M.Ö. 3000'lere dayandığı görülmektedir. Dolayısıyla kent kültür varlıkları bakımından zengindir. Kent genelinde toplam 407 taşınmaz kültür varlığı, 24 sit alanı ve 274 adet ise tescilli kültür varlığı bulunmaktadır. Kent, sadece somut kültürel mirasıyla değil aynı zamanda somut olmayan kültürel mirasıyla da önemli bir yere sahiptir. Bunlar arasında gümüşler, el tezgâhlarında dokunan kilimler, yöreye özgü yemekler ön plana çıkmaktadır.

Bu çalışmada kültür turizmi kavramsal olarak incelenmiştir ve Gümüşhane'nin kültür turizmiyle ilgili GZFT (SWOT) analizi ve hedef, performans değerlendirmeleri bağlamında çözüm önerileri geliştirilmiştir. Analiz sonucunda kentin kültür turizmiyle ilgili güçlü yönleri, zayıf yönleri, iyileştirmeye açık alanları (fırsatlar) ve tehditler saptanmıştır. Saptamalar sonucu neler yapılması gerektiği, öncelikler sıralaması ve kentte sürdürülebilir kültür turizmine dair projeler geliştirilip öneriler sunulmuştur.

### **3.1. Kültür Turizmi**

Kültür, yaşamdaki her türlü maddi ve manevi unsurdan oluşmaktadır. Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre kültür; tarihsel ve toplumsal gelişim sürecinde yaratılan tüm maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada ve sonraki nesillere aktarmada kullanılan insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, 2019). Kültür, toplumun ayrılmaz bir parçası olan insanın öğrenip kazandığı gelenek-görenek, alışkanlıklar, inanç sistemi ve ahlak kurallarını kapsayan karmaşık bir bütündür (Tylor, 1871: 1). Güvenç (1994: 48) kültürü insanoğlunun doğa karşısında ve doğayla beraber hayatını idame ettirebilmesi için ürettiği her şey olarak tanımlarken Kozak ve Bahçe (2012:144) kültürün insanın yarattığı bilgi, inanç, ahlak, görgü kuralları, gelenek-görenek, yaşam biçimi, mutfağı ve davranış kalıplarından oluştuğunu ifade etmektedir. Tunç ve Saç (1998: 31) ise; toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleri ile tarih, felsefe, sanat, bilim, turizm ve benzeri alanlardaki varlığının, süreçlerinin ve gelişmelerinin oluşturduğu bir bütün olarak tanımlamaktadır. Tüm bu tanımlar incelendiğinde kültür ve turizm arasında bir ilişki söz konusudur ve bu ilişki iki biçimde ortaya çıkmaktadır: kültür, turizme yol açmaktadır ve turistler gittikleri yerin halkıyla etkileşim sonucu yerel halkın kültürlerini etkilemektedirler. Kültür, yaratıldığı yer ve topluma özgü ve eşsiz olduğundan başka bir yerde üretilip yaşatılamamaktadır (Emekli, 2006: 54; Kozak ve Bahçe, 2012: 147).

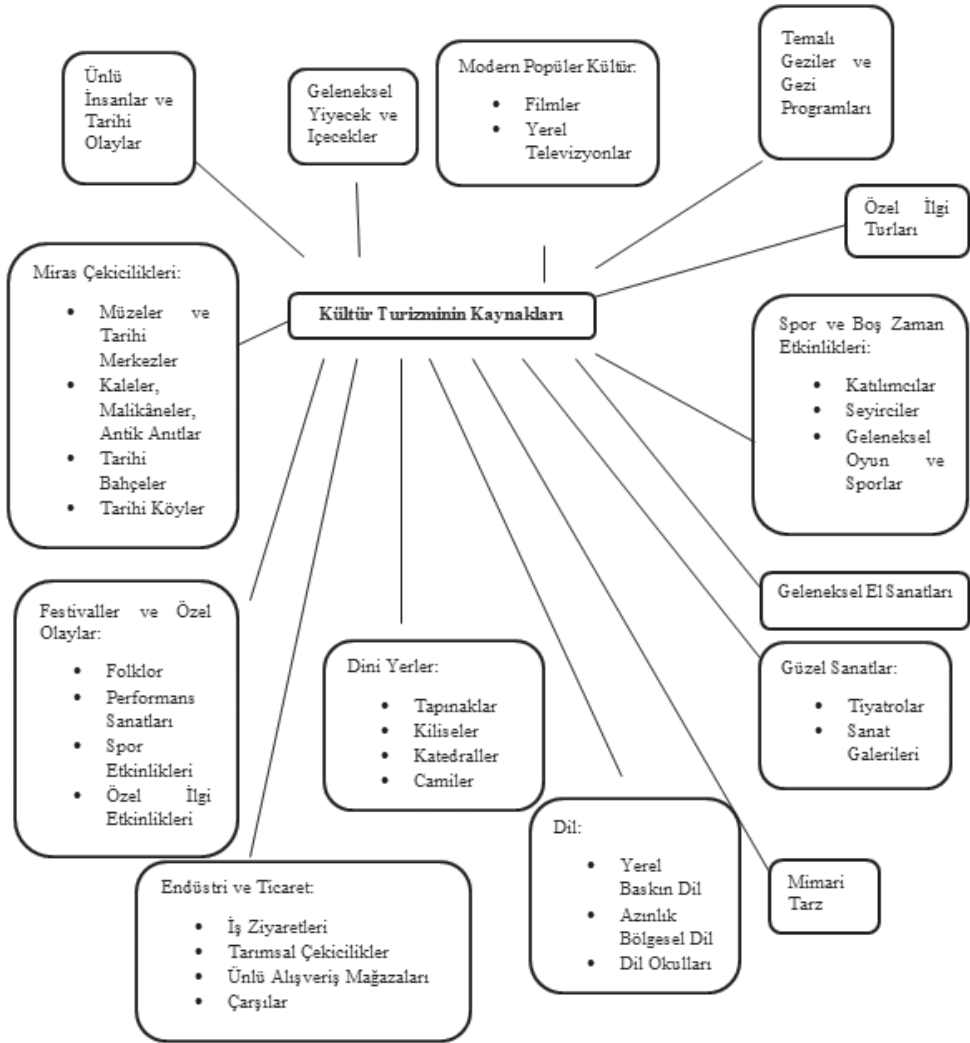
Kültür, insanların yaşama biçimleri ve bunun sonucunda oluşan ürünleri içerirken kültür turizmi ise, tarihi mekân ve anıtların ziyaretiyle sınırlı olmamakta, bunun-

la birlikte bir ülke ya da destinasyondaki insanların yaşam biçimlerini de kapsamaktadır (Aliğaoğlu, 2004: 51). Kültür turizmi kavramı yerine kültürel turizm, tarihi turizm, miras turizmi gibi çeşitli kavramlar da kullanılmaktadır (Emekli, 2006: 56). Kültür turizmi, insanların kendi kültürlerinin ve farklı kültürlerin izlerini görmeye dayanan hem kendi kültürlerini hem de diğer kültürlere olan merakından doğan, bununla birlikte insanların kendi kültürleri ile diğer kültürler arasında etkileşim ve bağlantı kurma ihtiyaçlarından ortaya çıkan bir turizm türüdür (Albayrak, 2013: 51). Çeşitli coğrafyalardaki kültürler ve bu kültürleri oluşturan somut ve somut olmayan tüm değerler turizmde kültür turizmi olarak adlandırılmaktadır (Gülcan, 2010: 102). Kültür turizmi, ülke toprakları altında ve üstünde bulunan, geçmiş dönemlerin birikimini içeren her türlü maddi kalıntı ile sözel geleneğin, bunlara zarar vermeden toplumun yararlanabileceği değerlere dönüşmesini ifade etmektedir (Emekli, 2005: 102).

Farklı kültürleri görüp tanımak için yapılan seyahatler kültür turizmi olarak adlandırılmaktadır. Kültür turizmi, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri, güncel sanat eserlerini, kültür endüstrisinin sonuçlarını ve bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde ziyaretçilerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Bir başka ifadeyle kültür turizmi sadece tarihsel olanı değil, günceli de kapsayan bir üretim olarak ifade edilmektedir (Pekin, 2011: 151). Kültür turizminin temelinde eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların ve onlara ait kalıntıların görülmesi ile araştırma, dini seyahatler, yerel mutfak ve mimari, festivaller, fuarlar, müzik ve dans için yapılan seyahatler yer almaktadır (Çulha, 2008: 1829). Europa Nostra kültür turizmini; tarihi eser ve yerlerin, kültür mirasını da kapsayan somut ve somut olmayan kültürel mirasın ve ilgili gezi alanlarının keşfedilmesi, ev sahibi yerel toplulukların kültür geçmişini özgün bir şekilde temsil eden yer ve etkinliklerin deneyimlenmesi için gerçekleştirilen turizm çeşidi olarak tanımlamıştır (Malta Bildirisi, 2006).

Kültür turizmi, kültürel mirasın mümkün olan en az zarara uğramasını sağlayarak kültürel etkinlikler sayesinde yaratılacak turizm talebinin bölgedeki ekonomik canlanmayı sağlamasına katkı sağlamaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012: 147). Kültür turizmi; destinasyonda bulunan kültür varlıklarının korunmasına yardımcı olur. Bunun yanı sıra destinasyondaki turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırırken yeni istihdam alanlarının oluşmasına katkı sağlar. Ayrıca destinasyonun altyapı ve üstyapısının iyileştirilmesinde rol oynar (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 188; Çiçek, 2013: 104). Kültürel miras turizminin karşı karşıya kaldığı önemli zorluklardan biri ise, turizm gelişimi ve planlaması ile ilgili çok çeşitli aktörlerin başarılı katılımını sağlamanın zorluğudur (Jamieson, 2000: 5).

Kültür geçmişle birlikte günümüzü de içerdiğinden konser, şenlik, sergi, vb. birçok etkinlik kültür turizmi kapsamında değerlendirilmektedir ve kültür turizmi kaynakları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Bu kaynaklara Şekil 3.1'de yer verilmiştir.



Şekil 3.1. Kültür Turizminin Kaynakları

**Kaynak:** Swarbrooke, 1999: 307.

Kültür turizminin kaynakları incelendiğinde geleneksel mutfaktan mimariye, dilden dine, festivallerden miras çekiciliklerine kadar çok geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmektedir. Turizm gelişimi için destinasyonun sahip olduğu kültür kaynaklı varlıklar çok önemlidir; çünkü buldukları yerler hakkında fikir vermektedir ve bu

kültür varlıkları her yıl ziyaret edilerek gelir sağlamaktadır. Tablo 3.1’de son yedi yılda (2012-2018) Türkiye’ye gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için gelen turist sayıları yer almaktadır.

**Tablo 3.1:** 2012-2018 Yılı Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler İçin Türkiye’ye Gelen Turist Sayıları

Yıllar	Turist Sayıları
2012	20.331,030
2013	21.680,347
2014	23.904,039
2015	24.215,400
2016	15.287,344
2017	19.389,968
2018	25.355,412

**Kaynak:** TÜİK, 2019.

2012-2018 yılları arasında Türkiye’ye gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için gelen turist sayıları incelendiğinde 2016 ve 2017 yılları haricinde her yıl artış gözlenmektedir. Bu iki yılda düşüş yaşanmasının sebepleri arasında uluslararası ilişkiler olarak yorumlanmaktadır. Sayılar incelendiğinde toplam turist sayısının yaklaşık yarısını gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için gelenlerin oluşturduğu görülmektedir.

### **3.2. Sürdürülebilir Kültür Turizmi**

Turizm yaratmış olduğu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin yanı sıra birçok sektörle doğrudan ve dolaylı olarak etkileşimde olduğundan vazgeçilmez bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin döviz yaratıcı etkisi, istihdam etkisi gibi ekonomik etkilerden faydalanmak isteyen özellikle gelişmekte olan ülkeler izledikleri turizm politikalarıyla turizmin kaynağını oluşturan doğal, çevresel ve kültürel kaynakları göz ardı ederek bu kaynakların tahrip edilmesine neden olmaktadır. Oysa sürdürülebilir turizm; turizmin kaynağının doğal, tarihi, kültürel, sosyal ve çevresel kaynaklar olduğu bilinciyle turizm endüstrisi, turistler ve destinasyon arasındaki ilişkilerden doğan sorunları azaltmaya çalışan bir anlayıştır (Sarkım, 2008: 3-4).

Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve sürdürülebilir turizmin gelişimi için sürdürülebilir turizmin ölçütü olabilecek göstergelerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu göstergelerin ölçümü turizmin sosyal, çevresel ve ekonomik alanlarda neden-sonuç ilişkisinin kurulmasına imkân vermektedir (Baran ve Sat, 2015: 602). 2004 yılında Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından sürdürülebilir turizmin değerlendirilebileceği göstergeler yayınlanmıştır. Bu göstergelerden %52'si çevresel, %50'si sosyal ve %38'i ekonomik göstergelerden oluşmaktadır (Gürer ve Eke, 2012: 128).

Sürdürülebilirlik, mevcut varlıkların gelecek nesillere aktarılmasıdır. Kültür turizminin konusu olan kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılabilmesi için öncelikle günümüze ulaşması gerekmektedir. Turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi ve olumlu etkilerinin ise üst düzeye çıkarılması bütün turistik alanlar için istenilen bir durumdur. Bu kapsamda turizme konu olan kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılacak biçimde korunması ve geliştirilmesi, kısacası sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir (Özdoğan, 2014: 52).

Sürdürülebilir turizm ve kültürel miras turizmi arasında üç boyutlu bir ilişki söz konusudur. Bunlardan ilki, kültürel mirasın sürekli kullanılabilir olması turizm sektörünün sahip olduğu verimliliği arttırmaktadır. İkincisi, kültürel miras kaynaklarının yok olması gelecekteki kültür turistlerinin tarih, kültür ve aneleri deneyimleme olanağının ortadan kalkmasına sebep olmaktadır. Üçüncüsü ise, kültürel mirasın aşırı kullanımı, ticarileştirilmesi ve yok edilmesi sosyal adalet ilkelerinin ihmal edilmesine neden olmaktadır (Du Cros vd., 2005: 172).

Tarihi kent ve kasabaların ziyaretçilerine sunduğu en değerli deneyim kültür mirasıdır ve bu mirasın korunması önem arz etmektedir. Kültür turizminin en önemli sorunu ise, turistlerin ilgisini çeken değerlerin turizmden zarar görüp yok olmasını önlemek için bu değerleri güvence altına almaktır (Çekül, 2012: 6). Turizm sektörü için özellikle Türkiye'de 1980 sonrası talepler mevcut tarihi ve kültürel değerler üzerinde olumsuz etkilere sahip olmuştur. Bu etkiler arasında kültürel değerlerin metalaştırılması (ticarileştirilmesi), kültürlerin farklı kültürlerle olumsuz etkileşimi ve buna bağlı olarak yerel kimliğin kaybolması sayılabilir (Uslu ve Kiper, 2006: 306). Kültür turizminin dengesiz ve aşırı büyümesine neden olan etmenler arasında geçmişten gelen kültürel varlıkların çoğaltılmaması, turist sayısındaki artış ve turistik ürünün sıradanlaşması bulunmaktadır. Bu durum, bilinçli kullanım ve sürdürülebilirlik sorununu ortaya çıkarmakta ve kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanımını gerektirmektedir (Chhabra, 2009: 310).

2006 yılında Malta'da Europa Nostra Kongresi düzenlenmiş ve Kültür Turizminin Desteklenmesi ve Kontrolü temasıyla kabul edilen bir bildiri kültür turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir adım olarak görülmüştür. Bildiride Avrupa Birliği (AB) kurumları, Avrupa Konseyi, bölgesel ve yerel yönetimler ile kültür turizmi ile turizm kuruluşları Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) Turizm Etiği Kuralları İlkeleriyle Uluslararası Anıtlar ve Sitler Komisyonu (ICOMOS) Uluslararası Kültür Turizmi Şartlarındaki ilkelerine uymaya çağırmıştır (Malta Bildirisi, 2006). Turizm etiği ilkelerinde, toplumun tüm bireyleri için eşit turizm olanaklarının gerekliliği, sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için kültürel değerlerin özgünlüğünü koruyarak kullanılması gerektiği ifade edilmektedir (Uslu ve Kiper, 2006: 306).

Sürdürülebilir kültür turizmi, kültürel mirasın ve turizmin bütünleşik yönetimidir. Sosyal, çevresel, ekonomik faaliyetlerle somut ve somut olmayan kültür mirasının korunmasını ve korunmasını sağlamak için tüm paydaşların katılımını içermektedir. Kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanmasında rol oynayan paydaşlar; kamu kurum ve kuruluşları, işletmeler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, yerel halk, eğitim kurumları, medya, turizm ve kültür ile ilgili profesyoneller ve turistlerdir. Tüm paydaşların kültürel mirasın korunması ve turizm için kullanılmasından oluşabilecek olumsuz etkileri en aza indirilebilmesi için işbirliği yaparak hareket etmesi gerekmektedir (Özdoğan, 2014: 55). Bu paydaşlardan birinin eksikliği turizmin sürdürülememesine neden olacaktır (Sarkım, 2008: 5).

### **3.3. Gümüşhane'de Kültür Turizminin Mevcut Durumu**

Gümüşhane, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer almakla birlikte Doğu Karadeniz'i Doğu Anadolu'ya bağlayan önemli bir kavşak noktasıdır. Gümüşhane'de yerleşim M.Ö. 3000'lere dayanmaktadır ve kent tarihi İpek Yolu üzerinde yer almaktadır. Asurlar, Urartular, Medler, Pers Krallığı, Makedonlar, Pontus Krallığı, Roma İmparatorluğu, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu gibi birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır (Döner ve Asri, 2013: 1; Kansız ve Acuner, 2010: 12; Çiğdem ve Emir, 2016: 16-27).

Birden fazla medeniyete ev sahipliği yapması dolayısıyla Gümüşhane kültür varlıkları bakımından zengin bir kenttir. Tablo 3.2'de Gümüşhane'nin sahip olduğu kültürel değerlere yer verilmiştir.

**Tablo 3.2:** Gümüşhane İli Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları

Taşınmaz Kültür Varlıkları Sayısı	407
Sit Alanı Sayısı	24
Müze Sayısı	1

**Kaynak:** Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2019.

Gümüşhane genelinde toplam 407 adet taşınmaz kültür varlığı bulunmaktadır. Bunların 6'sı idari yapı, 119'u kültürel yapı, 1'i şehitlik, 13'ü askeri yapı, 2'si endüstriyel ve ticari yapı, 163'ü dinsel yapı, 12'si mezarlık, 72'si sivil mimarlık örneği ve 19'u kalıntılardan oluşmaktadır. Sit alanı sayısı ise 24 olup bunların 23'ü arkeolojik sit alanı ve 1'i ise kentsel ve doğal sit alanıdır. Gümüşhane'deki müze sayısı ise 1'dir. Gümüşhane tescilli kültür varlıklarına ise Tablo 3.3'te yer verilmiştir.

**Tablo 3.3:** Gümüşhane Tescilli Kültür Varlıkları

Kaleler	16
Cami ve Minareler	33
Kiliseler	104
Köprüler	51
Türbe ve Kümbetler	6
Çeşmeler	34
Doğal Sit Alanları	6
Tarihi Sit Alanları	24
TOPLAM	274

**Kaynak:** Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019.

Gümüşhane'de tescilli kültür varlığı sayısı 274'tür. Kalelerin sayısı 16 olup bunlardan bazıları; Merkez Canca Kalesi, Merkez Akçakale Mahallesi Kalesi, Merkez Kale Köyü Keçi Kalesi, Torul Kalesi ve Köse Salyazı Köyü Bayrampaşa (Heğni) Kale Kalıntısıdır. Cami ve minarelerin sayısı 33 olup bunlardan bazıları; Merkez Kale Köyü Cami, Merkez Yağlıdere Köyü Dışbudak Mahallesi Kilise Cami, Merkez Yağlıdere Köyü Krom Vadisi Şamanlı Kilise Cami, Torul Cebeli Köyü Balanat Cami, Şiran Kavaklıdere Köyü Cami, Torul Zigana Köyü Koçlar Mahallesi Maarif Cami, Merkez Süleymaniye Mahallesi Dere Cami Minaresi ve Merkez Süleymaniye Mahallesi 1 Nolu Cami Minaresidir. Kilise sayısı ise 104 olup bunlardan bazıları; Merkez Olucak (İmera) Manastır Kilisesi, Merkez Alemdar Köyü Hatura Hagios Manastır Kilisesi, Merkez Dumanlı Köyü Çakallı (Çakalandon) Mahallesi



Kilisesi, Olucak (İmera) Köyü Kilise – 1, Olucak (İmera) Köyü Mandıra Mevkii Kilise Kalıntısı, Süleymaniye Mahallesi Hagios Theodoros Kilisesi, Yağlıdere Köyü Krom Vadisi Alikinos Kilisesi, Yağlıdere Köyü Krom Vadisi Kaya Altı Kilisesi ve Torul Büyükçit Köyü Meryemana (Panagia Theotokos) Manastırı olarak sayılabilir. Köprü sayısı 51 olup bunlardan bazıları; Merkez Harşit (Karakol) Kemer Köprü, Canca Mahallesi Kanberli Köprüsü, İkisü Köyü Kemer Köprü, Olucak (İmera) Köyü Kemer Köprü, Süleymaniye Mahallesi Köprüsü 1-2-3-4, Yağlıdere Köyü Krom Vadisi Köprüsü, Torul Büyükçit Köyü Meryemana Köprüsü 2 ve Torul Saliybey Köprüsüdür. Türbe ve Kümbet sayısı 6 olup bunlardan bazıları; Merkez Gümüşkaya Köyü Musa Dede Türbesi ve Şiran Kavakpınar Köyü Firdevs Hatun Türbesidir. Çeşme sayısı ise 34 olup bunlardan bazıları; Merkez Süleymaniye Mahallesi Hıdır İlyas Çeşmesi, Merkez Vank Mahallesi Çeşmesi, Kürtün Söğüteli Köyü Kör Çeşme, Şiran Karaca Mahallesi Çeşmesi ve Torul Arılı Köyü Çeşmesidir. Doğal Sit alanları 6 olup bunların bazıları; Karaca Mağarası, İkisü Mağarası, Ardıçlı Mağarası ve Altıntaş Mağarasıdır. Tarihi Sit alanlarının sayısı ise 24 olup bunlardan bazıları; Kelkit Aşut Köyü Kaletepe Höyüğü 1. Derece Arkeolojik Sit Alanı, Kelkit Satala Antik Kent 3. Derece Arkeolojik Sit Alanı, Köse Akbaba Köyü (Asartepesi) Höyük 1. Derece Arkeolojik Sit Alanı, Köse Tilkitepe Tümülüsü 1. Derece Arkeolojik Sit Alanı, Merkez Dumanlı Köyü Santa Yerleşimi 1. ve 3. Derece Sit alanı ve Merkez Yağlıdere Köyü Krom Vadisi 3. Derece Arkeolojik Sit alanı olarak sayılmaktadır.

Gümüşhane sadece somut kültürel mirasıyla değil aynı zamanda somut olmayan kültürel mirasıyla da önemli bir yere sahiptir. SOKÜM olarak kısaltılan ve 2003 yılında UNESCO'nun 32. Genel Konferansı'nda kabul edilen sözleşmede somut olmayan kültürel miras (SOKÜM); bireylerin, grup ve toplulukların kültürel miraslarının bir parçası olarak adlandırdıkları anlatımlar, temsiller, uygulamalar, bilgiler, beceriler ve bu becerilere dair araç, gereç ve kültürel mekânlar olarak tanımlanmıştır (Unesco, 2019). Bir yöre ya da destinasyonda kültür turizminin gelişimine en büyük katkıyı o yörenin kültürel mirası vermektedir ve miras kavramı sadece doğal ve kırsal alanlar, tarihi binalar, sanat eserlerini değil toplumların sahip olduğu ve nesilden nesile aktarılan tüm gelenekleri de kapsamaktadır (Dinçer ve Ertuğral, 2000: 70). Gümüşhane, somut olmayan kültürel miras unsurları bakımından zengin bir kenttir ve el sanatları, gastronomi kültürü ve halk kültürü unsurları bakımından çeşitliliğe sahiptir. Kente özgü bu değerlerin koruma/kullanma dengesi göz önünde bulundurularak sürdürülebilir turizm aracılığıyla gelecek nesillere ulaştırılması ve aktarılması gerekmektedir (Çalık ve Ödemiş, 2018: 238).

Gümüşhane'nin sahip olduğu somut olmayan kültürel miras unsurları arasında Gümüşhane gümüşleri, Şiran ilçesinin tüm köylerinde el tezgâhlarında dokunan Ala kilim, Kelkit ilçesinde üretilen Zilli kilim, Kürtün ilçesinde üretilen İpek kilim, gudu (güveç), koyun yününden yapılan yün çorap, keçi yününden yapılan kıl çorap sayılabilir. Gastronomik unsurları olan yöre mutfağı ise genel olarak tahıl ürünlerine dayanmaktadır ve yufkadan yapılan siron, dut şirasından yapılan pestil, fındık ya da ceviz ile hazırlanan köme ve süt kaymağına un katılarak yapılan tuhala yörenin mutfak kültürüne örnek gösterilmektedir (Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

Gümüşhane zengin bir kültürel mirasa sahip olmasına rağmen henüz istenilen düzeyde turist sayısına sahip değildir. Gümüşhane'nin 2007-2017 yılları arasındaki turist sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 3.4:** Gümüşhane'nin 2007-2017 Yılları Turist Sayıları

Yıllar	Yerli Turist	Yabancı Turist	Toplam
2007	72.653	482	<b>73.135</b>
2008	71.000	4.100	<b>75.100</b>
2009	74.122	3.757	<b>77.879</b>
2010	77.929	2.752	<b>80.681</b>
2011	83.581	3.365	<b>86.946</b>
2012	102.633	4.401	<b>107.034</b>
2013	105.352	5.867	<b>111.219</b>
2014	111.402	8.082	<b>119.484</b>
2015	116.053	14.580	<b>130.633</b>
2016	122.053	14.441	<b>136.494</b>
2017	61.788	850	<b>62.638</b>

**Kaynak:** Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018.

2007-2017 yılları arası turist sayıları incelendiğinde genel bir artış gözlenmekte olup turistlerin kente hangi amaçlarla geldiğinin tespiti yapılamamaktadır.

2010 (Kansız ve Acuner) ve 2013 (Bostan vd.) yıllarında Gümüşhane ilinin GZFT (SWOT) analizi yapılmıştır. Kentin kültür turizmiyle ilgili güçlü/zayıf yönleri, fırsatlar ve tehditler şu şekilde belirlenmiş olup aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

**Tablo 3.5:** 2010 ve 2013 Yıllarında Yapılan Gümüşhane İli GZFT (SWOT) Analizi (Kültür Turizmiyle İlgili)

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kent, birden fazla uygarlığa ev sahipliği yaptığından tarihi ve kültürel anlamda önemli kalıntılara sahiptir ve buna bağlı olarak kültür turizmine uygundur.</li><li>• Kentin kendine özgü el sanatlarının varlığı.</li><li>• Kentin geleneksel kültürel değerlerini yansıtan festivallerin varlığı.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kentte turizm bilincinin gelişmemiş olması.</li><li>• Kentte kültürel ve sosyal alanların kısıtlı olması.</li><li>• Sivil toplum kuruluşlarının nicelik açısından yetersiz olması.</li><li>• Turistik ürün olarak sunulabilecek hediyelik eşya üretim ve pazarlamasının yetersiz olması.</li></ul>
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kentin tarihi İpek Yolu üzerinde olması.</li><li>• Kentin, bölgede kültür turizmi açısından diğer kentlere göre göreceli üstünlüklerinin olması.</li><li>• Tarihi eserlerin restorasyon yapılarak turizme kazandırılması.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sit alanlarıyla ilgili bürokrasinin ağır yapısının getirdiği sorunlar.</li></ul>

**Kaynak:** Kansız ve Acuner, 2010; Bostan vd., 2013'ten derlenmiştir.

Yukarıdaki GZFT Analizi sonuçları incelendiğinde kültür turizmi ile ilgili ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde olmuştur: Gümüşhane birden fazla uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bunun sonucunda zengin bir kültüre sahiptir ve buna bağlı olarak da kültür turizminin yapılması gereken kentlerdendir. Fakat kentte turizm bilinci gelişmediğinden kültür turizminin pazarlanması ve kültür turizminde kullanılacak turistik ürünler olan el sanatları ürünleriyle hediyelik eşya üretimi kısıtlıdır. Ayrıca bürokrasinin ağır işlemesi birtakım sorunlar doğurmaktadır. Ancak kentin, bölgedeki diğer kentlere oranla kültürel bakımdan üstünlüğü avantaja çevrilerek kentte kültür turizmi geliştirilmelidir.

### 3.4. Gümüşhane'de Sürdürülebilir Kültür Turizmi

Bu kısımda fikir tepsisi yöntemi kullanılarak “Gümüşhane'de Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı”nda toplanan veriler yer almaktadır. Bu kapsamda GZFT/SWOT (Güçlü/Zayıf Yönler, Fırsatlar/Tehditler) Analizi, hedef ve performans değerlendirmeleri ve proje önerilerine yer verilmiştir.

#### Gümüşhane GZFT (SWOT) Analizi

##### *Güçlü Yönler*

- Kültürel mirasın nitelik ve nicelik olarak zenginliği
- Somut ve somut olmayan kültürel miras özelliklerinde Doğu Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerinin etkisi
- Somut kültür miras eserlerinin farklı tarihi dönemlerin birikimini yansıtması
- Kültür turizmini zenginleştirecek diğer turizm varlıklarının zenginliği
- Kültürel varlıklara yönelik projelerde ihtiyaç duyulan finansman için Gümüşhane dışındaki sermaye varlığı
- İl yöneticilerinin kültür turizmini geliştirme iradesi ve isteği
- Somut ve somut olmayan kültürel miras envanterinin büyük ölçüde çıkarılmış olması
- Mübadillerin köken turizmi kapsamında yarattığı kültür turizmi potansiyeli
- Farklı tarihi dönemlere ait antik kentlerin varlığı
- Musalla vadisi köylerinin SOKÜM unsurlarını (Galandar ve Herfene gibi) yaşıyor olmaları
- Süleymaniye kültürel peyzaj alanı altyapısının kısmen tamamlanmış olması

##### *Zayıf Yönler (Sorun Alanları)*

- Somut kültürel mirasın şehir merkezinde büyük oranda yok olması
- Farklı tarihi dönemlere ait antik kentlerin araştırma, koruma ve çevre düzenleme eksikliği
- Yerel halkın somut ve somut olmayan kültürel miras farkındalığının yetersizliği
- Bölge kültürünü yansıtan hediyelik eşya eksikliği
- Kültür rehberliğinde uzman eksikliği

- Kültürel varlıkların korunması konusunda özel ve resmi kurumlarda uzman eksikliği
- Yerel el sanatlarında öğretici ve usta eksikliği
- Mevcut turistik talebin kültürel varlıklarla buluşturulamaması
- Kültürel varlıkların turistik ürün haline dönüştürülmemiş olması
- Şehir merkezi çevresinde kente adını veren tarihi maden ocaklarının geri dönülmez biçimde tahrip edilmiş olması
- Kent merkezindeki yeni yapıların geleneksel kültürel mimariyi yansıtmaması
- İlde turizm alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu eksikliği
- Tarih boyunca medeniyetlerin darphane merkezi olmasına rağmen bunu destekleyecek herhangi bir kültürel varlık olmaması
- Somut kültürel varlıkların başka şehirlere taşınmış olması (maden ve darphane makine ve eşyaları)
- Müze envanterini genişletecek somut eserlerin Trabzon, Erzurum ve İstanbul gibi başka müzelerde olması

### ***Fırsatlar (İyileştirmeye Açık Alanlar)***

- Kültürel varlıkların turizm ürünü haline getirilmesinde yerel halkın istekliliği
- Kültür rotaları oluşturmaya elverişli bir coğrafya
- Yeni yol ağları sayesinde kültür varlıklarına daha kolay erişebilme imkânı
- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye kültürel peyzaj alanının lokasyon ve korunmuşluk durumu
- Kürtün ve Kelkit başta olmak üzere yerel el sanatları üretimindeki canlılık
- İlin tarihi İpek Yolu üzerinde bulunması
- Trabzon ve Erzurum gibi iki kültür destinasyonuna yakınlık
- Kente adını veren tarihi maden ocaklarının pasif biçimde durması

### ***Tehditler***

- Somut kültür mirasının insan ve çevre faktörüyle gündün güne yıpranması
- Defineciliğin yaygın olması nedeniyle kültür miraslarının tahribatı
- Altyapı projelerinde kültürel yapılarla uyumsuzluk ve verilen zarar

- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye Mahallesi'nde kültür turizmine yönelik yapılan altyapı ve mimari uygulamaların orijinale sadık olmayan biçimde yürütülmesi
- Somut kültürel miras restorasyon ve düzenleme çalışmalarında yapılan hatalar
- Kültürel varlıklara yönelik geliştirilen projelerdeki koordinasyonsuzluk

Yapılan GZFT analizi sonucunda yapılması gerekenler ve öncelik sıralaması aşağıda verilmiştir.

### ***Neler Yapılmalı?***

- Şehir merkezinde günümüze ulaşan somut kültürel mirasın korunması
- Farklı tarihi dönemlere ait antik kentler üzerinde araştırma, koruma ve çevre düzenlemelerinin yapılması
- Yerel halka somut ve somut olmayan kültürel miras farkındalığının kazandırılması
- Bölge kültürünü yansıtan hediyelik eşya tasarımı ve üretimi
- Kültür rehberliğinde uzman yetiştirilmesi
- Kültürel varlıkların korunması ve restorasyonu konusunda özel ve resmi kurumlarda uzman istihdamı
- Yerel el sanatlarında öğretici ve usta yetiştirilmesi
- Kültür varlıklarının mevcut turistik talebi çekebilecek hale getirilmesi
- Kültürel varlıkların turistik ürün haline dönüştürülmesi
- Kente adını veren tarihi maden ocaklarının ve darphanelerin kültür turizmi ürünü olarak değerlendirilmesi
- Müze envanterini genişletecek somut eserlerin diğer müzelerden Gümüşhane'ye taşınması.
- Kent merkezindeki yeni yapıların geleneksel kültürel mimariyi yansıtacak projelerle desteklenmesi
- Yerel halkın kültür turizmine entegre edilmesi
- Kültür rotalarının kırsal kalkınmayı destekleyecek biçimde oluşturulması
- İpek Yolu kültür rotası kapsamında Trabzon-Gümüşhane-Erzurum tur rotasının oluşturulması
- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye kültürel peyzaj alanının tamamının kültür turizmi alanına dönüştürülmesi

- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye Mahallesi'nde kültür turizmine yönelik yapılan altyapı ve mimari uygulamaların şehrin orijinal dokusunu gözeterek yürütülmesi
- Kürtün ve Kelkit başta olmak üzere yerel el sanatları üretiminin turizmle buluşturulması
- Somut kültür mirasın insan ve çevre faktörlerine karşı korunması
- Defineciliğin kültür mirasına verdiği zarara karşı halkın bilinçlendirilmesi
- Altyapı projelerinde kültürel mirasa hassasiyet gösterilmesi
- Kültürel varlıklara yönelik geliştirilen projelerin koordineli bir biçimde yapılması

### **Öncelik Sıralaması**

- Kültürel varlıklara yönelik geliştirilen projelerinin koordineli bir biçimde yapılması
- Altyapı projelerinde kültürel mirasa hassasiyet gösterilmesi
- Şehir merkezinde günümüze ulaşan somut kültürel mirasın korunması
- Somut kültür mirasın insan ve çevre faktörlerine karşı korunması
- Farklı tarihi dönemlere ait antik kentler üzerinde araştırma, koruma ve çevre düzenlemelerinin yapılması
- Kültürel varlıkların korunması ve restorasyonu konusunda özel ve resmi kurumlarda uzman istihdamı
- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye kültürel peyzaj alanının tamamının kültür turizmi alanına dönüştürülmesi
- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye Mahallesi'nde kültür turizmine yönelik yapılan altyapı ve mimari uygulamaların şehrin orijinal dokusunu gözeterek yürütülmesi
- Kültür varlıklarının mevcut turistik talebi çekebilecek hale getirilmesi
- Kente adını veren tarihi maden ocaklarının ve darphanelerin kültür turizmi ürünü olarak değerlendirilmesi
- Kent merkezindeki yeni yapıların geleneksel kültürel mimariyi yansıtacak projelerle desteklenmesi
- Yerel halka somut ve somut olmayan kültürel miras farkındalığının kazandırılması
- Yerel halkın kültür turizmine entegre edilmesi

- Kültür rehberliğinde uzman yetiştirilmesi
- Yerel el sanatlarında öğretici ve usta yetiştirilmesi
- Defineciliğin kültür mirasına verdiği zarara karşı halkın bilinçlendirilmesi
- Kültürel varlıkların turistik ürün haline dönüştürülmesi
- Bölge kültürünü yansıtan hediyelik eşya tasarım ve üretimi
- Müze envanterini genişletecek somut eserlerin diğer müzelerden Gümüşhane'ye taşınması.
- Kültür rotalarının kırsal kalkınmayı destekleyecek biçimde oluşturulması
- İpekyolu kültür rotası kapsamında Trabzon-Gümüşhane-Erzurum tur rotasının oluşturulması
- Kürtün ve Kelkit başta olmak üzere yerel el sanatları üretiminin turizmle buluşturulması

### ***Proje Önerileri***

#### **Önerilen Proje 1: Süleymaniye Kültürel Peyzaj Alanı Geliştirme Projesi**

##### **Proje Faaliyetleri (Neler Yapılmalı?)**

- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye kültürel peyzaj alanının tamamının kültür turizmi alanına dönüştürülmesi
- Kentsel ve doğal sit alanı olan Süleymaniye Mahallesi'nde kültür turizmine yönelik yapılan altyapı ve mimari uygulamaların şehrin orijinal dokusunu gözeterek yürütülmesi
- Kente adını veren tarihi maden ocaklarının ve darphanelerin kültür turizmi ürünü olarak değerlendirilmesi
- İlde turizm alanında faaliyet gösteren sivil toplumun oluşmasının özendirilmesi

##### **Sorumlu Kuruluş: Gümüşhane Valiliği**

##### **İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar:**

- Gümüşhane Belediyesi
- Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- Süleymaniye Mahallesi Muhtarlığı
- GÜSİAD
- Gümüşhane Kültür ve Yardımlaşma Derneği (İstanbul)



## **Önerilen Proje 2: Sürdürülebilir Kültür Turizminde Yerel Halk ve Yöneticilerin Eğitimi Projesi**

### **Proje Faaliyetleri (Neler Yapılmalı?)**

- Yerel halka somut ve somut olmayan kültürel miras farkındalığının kazandırılması
- Yerel halkın kültür turizmine entegre edilmesi
- Kültür rehberliğinde uzman yetiştirilmesi
- Defneciliğin kültür mirasına verdiği zarara karşı halkın bilinçlendirilmesi
- Altyapı projelerinde kültürel mirasa hassasiyet gösterilmesi

**Sorumlu Kuruluş:** Gümüşhane Valiliği

### **İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar:**

- Gümüşhane Valiliği
- Belediye
- Milli Eğitim Müdürlüğü
- Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
- Kürtün ve Kelkit Belediyeleri
- GÜSİAD
- Mahalle ve Köy Muhtarları
- İl Müftülüğü

## **Önerilen Proje 3: Gümüşhane Bölgesi Somut Kültürel Mirasının Korunması ve Turizme Kazandırılması Projesi**

### **Proje Faaliyetleri (Neler Yapılmalı?)**

- Kültürel varlıklara yönelik geliştirilen projelerinin koordineli bir biçimde yapılması
- Şehir merkezinde günümüze ulaşan somut kültürel mirasın korunması
- Somut kültür mirasının insan ve çevre faktörlerine karşı korunması
- Farklı tarihi dönemlere ait antik kentler üzerinde araştırma, koruma ve çevre düzenlemelerinin yapılması

- Kültürel varlıkların korunması ve restorasyonu konusunda özel ve resmi kurumlarda uzman istihdamı
- Kent merkezindeki yeni yapıların geleneksel kültürel mimariyi yansıtacak projelerle desteklenmesi
- Müze envanterini genişletecek somut eserlerin diğer müzelerden Gümüşhane'ye taşınması.

**Sorumlu Kuruluş:** Gümüşhane Valiliği

**İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar:**

- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- İl ve İlçe Belediyeleri
- GÜSİAD
- Doğa ve Tarihi Değerleri Koruma Derneği

### **Önerilen Proje 4: Yerel El Sanatları Geliştirme Projesi**

**Proje Faaliyetleri (Neler Yapılmalı?)**

- Kürtün ve Kelkit başta olmak üzere yerel el sanatları üretiminin turizmle buluşturulması,
- Yerel el sanatlarında öğretici ve usta yetiştirilmesi
- Bölge kültürünü yansıtan hediyelik eşya tasarım ve üretimi

**Sorumlu Kuruluş:** Gümüşhane Valiliği

**İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar:**

- Milli Eğitim Müdürlüğü
- Gümüşhane Belediyesi
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- Gümüşhane Kültür Sanat Derneği
- GÜSİAD

## **Önerilen Proje 5: Gümüşhane Kültür Rotaları Projesi**

### **Proje Faaliyetleri (Neler Yapılmalı?)**

- Kültür rotalarının kırsal kalkınmayı destekleyecek biçimde oluşturulması
- İpek Yolu kültür rotası kapsamında Trabzon-Gümüşhane-Erzurum tur rotasının oluşturulması

**Sorumlu Kuruluş:** Gümüşhane Valiliği

### **İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar:**

- Rota üzerindeki belediyeler
- Erzurum ve Trabzon Büyükşehir Belediyeleri
- Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü
- Doğa Koruma ve Milli Parklar İl Müdürlüğü
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- GÜDAK
- GÜSİAD
- Doğa ve Tarihi Değerleri Koruma Derneği

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Turizm, mevsimlik özellik gösterdiğinden ülkeler, bölgeler ve destinasyonlar turizmi on iki aya yaymak ve rakipleriyle yarışabilmek için turizmi çeşitlendirme yoluna gitmektedirler. Bu çeşitlendirme yollarından biri tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz için de çok önemli bir yere sahip olan kültür turizmidir. Kültür turizmi kapsamında sahip olunan turistik çekicilikler sayesinde turizm mevsimsellikten kurtulur ve tüm yıla yayılır.

Kültür, insanoğlunun geçmişten günümüze oluşturduğu her türlü unsuru kapsamaktadır. Kültür turizmi de bu kültürel mirasın turistler tarafından deneyimlenmesidir. Gümüşhane tıpkı ülkemizdeki birçok kent gibi zengin bir kültür mirasına sahiptir. Kentin kültür mirasını oluşturan çok sayıda somut ve somut olmayan kültürel miras eseri bulunmaktadır.

Bu çalışmada GZFT (SWOT) analizi incelendiğinde;

- Karadeniz ve Doğu Anadolu geçiş bölgesinde yer alması dolayısıyla zengin bir kültür mirasa sahip olması,
- Kültür miras envanterinin büyük oranda çıkartılmış olması,

- Köylerde somut olmayan kültürel miras unsurlarının günümüzde yaşatılıyor olması,
- İl yöneticilerinde kentin kültür turizmini geliştirme isteğinin olması, Gümüşhane’nin kültür turizmiyle ilgili güçlü yanları olarak sıralanmaktadır.
- Şehir merkezinde somut kültürel miras unsurlarının büyük oranda yok olması,
- Somut kültürel varlıkların başka şehirlere taşınması,
- Kentteki kültürel varlıkların turizm ürününe dönüştürülememesi,
- Tarih boyunca darphane merkezi olan kentte bununla ilgili kültürel varlığın olmaması,
- Kentteki çarpık yapılaşma ve kültürel mimariyi yansıtmayan yapıların varlığı,
- Yerel halkın kültür mirası ve kültür turizmi konularında bilinçsiz olması,
- Kentte kültür varlıklarıyla ve kültür rehberliğiyle ilgili uzman eksikliği,
- Somut kültür varlıklarının korunması, araştırılması ve turizme açılan alanlardaki peyzaj eksikliği,
- Somut olmayan kültür varlıklarını gelecek nesillere aktarmaya yardımcı olacak usta ve öğretici eksikliği,
- Kente ait olan ve kenti yansıtan hediyelik eşya eksikliği ise kentin zayıf yönlerini, sorunlu alanlarını oluşturmaktadır.
- Yerel halkın kültür varlıklarını turizm ürününe dönüştürme isteği,
- Kentin tarihi İpek Yolu güzergâhında yer alması ve yeni yol ağları sayesinde kültür rotaları oluşturmaya elverişli bir coğrafyada yer alması, Trabzon ve Erzurum gibi önemli iki kültür destinasyonuna yakınlığı ise kentin fırsata çevirip iyileştirmeye gitmesi gerekenler olarak ortaya konmaktadır.
- Defineciliğin yaygın olması sebebiyle kültür mirasının zarar görmesi,
- Sit alanlarında yapılan çalışmaların kültür varlıklarının orijinaline sadık kalınmadan yürütülmesi ve restorasyon çalışmalarındaki hatalar,
- Altyapı çalışmalarında kültür varlıklarının dikkate alınmaması, bunun sonucunda oluşan uyumsuzluk ve kültür varlıklarına verilen zarar,
- Kentte geliştirilen projelerde kültür varlıklarıyla ilgili koordinasyonsuzluk Gümüşhane’nin kültür turizmiyle ilgili tehdit unsurlarıdır.

Turistleri destinasyonlara çeken unsurların başında gittikleri yerin kültür ve tarihini görmek ve deneyimlemek gelmektedir. Bu bakımdan destinasyonlar turizm gelişimlerini iyi planlamak ve bu planları uygulamak zorundadırlar. Bu planların uygulanabilmesi için çok çeşitli aktörlerin katılımının sağlanması gerekmektedir.

Gümüşhane'nin turizm aktörlerine bakıldığında yerel yöneticiler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, turizm akademisyenleri, yerel basın ve yerel halk yer almaktadır. Kentte turizm alanında sivil toplum kuruluşunun yeterli sayıda olmaması kentin turizm gelişiminde rol alacak aktörleri sınırlandırmaktadır. İl yöneticilerinde kültür turizmini geliştirme isteğinin olması ise önemli bir adım olmakla birlikte kent turizmi için tüm aktörler işbirliği içinde çalışmadığı sürece koordinasyonsuzluk devam edecektir. Koordinasyonsuzluğun devam etmesi kültürel mirasla ve genel olarak kent turizmiyle ilgili çalışmaların sağlıklı yürütülmesine sebep olacağından kente gelecek turizm talebinde artış gözlenmesi söz konusu olmayacaktır. Bu bakımdan;

- İl yöneticilerinin kültür turizmini geliştirme isteği halka verilecek kültürel miras ve kültür turizmiyle ilgili eğitim programıyla desteklenmeli,
- Yerel halka konukseverliklerinin artırılmasını sağlayacak, farklı inanç ve kültürlerle yaklaşımlarının geliştirilmesini sağlayacak eğitim programları oluşturulması,
- Halkın bu eğitimden sonra özellikle kırsal kesimde ev pansiyonculuğuna özendirilerek sertifika almasının sağlanması,
- Yerel halkın farkındalığının gelişmesinin ardından kente özgü ürünlerin hediyelik eşya yapımında kullanılması için halk eğitim merkezlerinde kursların açılmasının sağlanması,
- Tarih ve kültürel miras farkındalığıyla birlikte yerel halkın defnecilikten vazgeçirilmesi ve kültürel mirası koruyarak gelecek nesillere aktarılmasında yardımcı olunması,
- Kent dışında bulunan ve kente ait kültürel varlıkların Gümüşhane'ye getirilmesi ve bunların sergilenebilmesi için müze kurulması,
- Atıl durumdaki maden ocaklarının ve ilk gümüş sikkelerin basılmış olduğu (Kansız ve Acuner, 2010: 15) darphanenin açılarak kültür turizmine kazandırılması,
- Tarihi İpek Yolu turizm rotasıyla birlikte kırsal kalkınmaya öncelik veren ve kentteki diğer turizm çeşitleriyle entegre edilebilecek kültür rotaları oluşturulması,
- Kente gelen turistlerin konaklamalı gelmesini sağlamak amacıyla kentte zaman geçirecekleri mekânların ve destekleyici turistik ürünlerin oluşturulması,
- “Şehri keşfedin” adı altında şehir merkezi ve diğer çekim merkezlerine 1€/ \$ gibi bir fiyata kentin kültürel mirasının yer aldığı haritaların otomat makinalarında satışa sunulması,
- Yukarıda öneri olarak sunulan projelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler. Coğrafi İlimler Dergisi, 2 (2), 50-64.
- Baran, N. ve Sat, N.A. (2015). Sürdürülebilir Turizm Planlaması: Teoriden ve Uygulamadan Örnekler. 2. Uluslararası Sürdürülebilir Binalar Sempozyumu, 28-30 Mayıs 2015, Ankara, 600-606.
- Bostan, S., Çalık, İ., Akdu, U., Sezerel, H., Kaya, F., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). Gümüşhane İlinde Turizm Sektörü İçinde: Gümüşhane Swot Analizi (Edt: İ. Günaydın), 101-112.
- Chhabra, D. (2009). Proposing a Sustainable Marketing Framework Heritage Tourism, Journal of Sustainable Tourism, 17 (3), 303-320.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane İlinin Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, Mediterranean Journal of Humanities, 8 (2), 233-249.
- Çekül Vakfı (2012). Sürdürülebilir Kültür Turizmi İçin Kamu-Yerel-Sivil-Özel İşbirliği, Gaziantep: Çekül Vakfı-Tarihi Kentler Birliği Yayınları Kılavuz Kitapçıklar Dizisi 1. 21.01.2019 tarihinde ([https://www.cekulvakfi.org.tr/files/dosyalar-haber/\\_surdurulebilir\\_kultur\\_turizmi\\_kilavuzu.pdf](https://www.cekulvakfi.org.tr/files/dosyalar-haber/_surdurulebilir_kultur_turizmi_kilavuzu.pdf)) adresinden alınmıştır.
- Çiçek, D. (2013). Kültür Turizmi. İçinde: Alternatif Turizm (Edt: S. Bahçe), 100-127.
- Çiğdem, S. ve Emir, O. (2016). Gümüşhane İlinin Prehistoriası ve İlkçağı Üzerine Genel Bir Değerlendirme. İçinde: Gümüşhane Tarihi (Edt: B. Nazır ve K. Saylan), 11-34, Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, Yaşar Üniversitesi Dergisi, 3 (12), ss. 1827-1852.
- Dinçer, F. İ. ve Ertuğral, S. M. (2000). Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Hasan Olalı Özel Sayısı, Yıl: 11.
- Döner, F. ve Asri, İ. (2013). Coğrafi Konum ve Tabii Kaynaklar. İçinde: Gümüşhane İli Swot Analizi (Edt: İ. Günaydın), 1-4, Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Du Cros, H.; Bauer, T.; Lo, C.; Rui, S. (2005). Cultural Heritage Assets in China as Sustainable Tourism Products: Case Studies of Hutongs and the Huanghua Section of the Great Wall, Journal of Sustainable Tourism, 13 (2), 171-194.

- Ekşioğlu, A. G. (2019). Kürtün İlçesi'nin Eko Turizm Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Miras, *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Olmayan Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 99-118.
- Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gümüşhane'de Geleneksel El Sanatları ve Zanaatlar. 04.03.2019 tarihinde (<http://gumushanekulturturizm.gov.tr/TR-211363/gumushane39de-geleneksel-el-sanatları-ve-zanaatlar.html>) adresinden alınmıştır.
- Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tescilli Kültür Varlıkları. 03.03.2019 tarihinde (<http://gumushanekulturturizm.gov.tr/TR-57825/tescilli-kultur-varliklari.html>) adresinden alınmıştır.
- Gürer, N. ve Efe, F. (2012). Dağlık Alanlarda Turizm ve Ekonomik Kalkınma İlişkisinin Sürdürülebilirlik Göstergeleri İle İrdelenmesinde Bir Yöntem Önerisi: Erzurum, Erzincan, Bayburt Bölgesi Örneği, *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 125-133.
- Güvenç, B. (1994). İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Jamieson, W. (2000). The Challenges of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism, UNESCO Workshop on Culture, Heritage Management and Tourism in, April 9 Bhaktapur- Nepal. 21.03.2019 tarihinde (<https://www.ucalgary.ca/ev/designresearch/projects/2000/cuc/tp/outreach/Walter%20Nepal.pdf>) adresinden alınmıştır.
- Kansız, N. ve Acuner, Ş.A. (2010). Gümüşhane İli SWOT (GZFT) Analizi. 03.03.2019 tarihinde (<http://gumushanetso.org.tr/dosyalar/Gumushane-SWOT-Analizi-Raporu.pdf>) adresinden alınmıştır.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2012). Özel İlgi Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Gümüşhane Sit Alanları. 03.03.2019 tarihinde (<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44974/illere-gore-sit-alanlari-istatistigi.html>) adresinden alınmıştır.

- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Gümüşhane Taşınmaz Kültür Varlıkları. 03.03.2019 tarihinde ( <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44799/illere-gore-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varligi-i.html>) adresinden alınmıştır.
- Malta Bildirisi. 21.01.2019 tarihinde( <http://www.mo.org.tr/UIKDocs/europanostramalta2006.pdf>) adresinden alınmıştır.
- Özdoğan, O.N. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras. İçinde: Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar (Edt: M. Kozak), 47-60 , Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 1-14.
- Pekin, F. (2011). Çözüm: Kültür Turizmi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri, 1-11, 2. Ulusal İktisat Kongresi, 20-22 Şubat 2008, DEÜ İİBF İktisat Bölümü, İzmir.
- Swarbrooke, J. (1999). Sustainable Tourism Management, CABI Publishing, Oxon.
- TÜİK, Geliş Amacına Göre Ziyaretçi Sayıları. 03.03.2019 tarihinde ( <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr>) adresinden alınmıştır.
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu, “Güncel Türkçe Sözlük”. 21.01.2019 tarihinde ( [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)) adresinden alınmıştır.
- Tylor, E. B. (1871). Primitive Culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom, London. 01.02.2019 tarihinde ( [https://books.google.com.tr/books?id=AucLAAAIAAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&hl=en#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.tr/books?id=AucLAAAIAAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&hl=en#v=onepage&q&f=true)) adresinden alınmıştır.
- Unesco, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. 03.03.2019 tarihinde ( <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>) adresinden alınmıştır.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerindeki Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 3 (3), 305-314.
- Zeybek, H. İ. ve Ekşioğlu, A. G. (2019). Yayla Turizmi Açısından Bir İnceleme: Kürtün Yaylaları (Gümüşhane), Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 14-16 Mart, Mersin.



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

# GÜMÜŞHANE İLİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOTURİZM KAPSAMINDA YAYLA TURİZMİ

*Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA*

*“Yayla yayla göçtüm geldim  
Karlı suyun içim geldim  
Çok güzeller seçtim geldim  
Ey kral kızı kurban gelin”*

*Dadaloğlu*

### Giriş

Turizm, dünyanın en büyük ekonomik, sosyal ve kültürel aktivitelerinden biridir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, 2018 yılı sonunda uluslararası turist sayısının 1,4 milyara, turizm gelirin de 1,7 trilyon dolara ulaştığını belirtmiştir (UNWTO, 2019). Gelecek yıllarda bu sayıların artacağına dair öngörüler sunulmaktadır. Bütün destinasyonların asıl hedefi, bu sayılardan ve ulaşılan gelirden olabildiğince pay alabilmektir. Dolayısıyla ülkeler, bölgeler ve şehirler, doğal ve kültürel kaynaklarını turizm amaçlı kullanmak için çaba göstermektedir. Ancak, turizmin gelişim tarihine bakıldığında, 1950’li yıllardan sonra, hızla kitleleşen turizm hareketi; turistlerin bilinçsiz davranışları, kültürel ve doğal kaynakların yok edercesine kullanılması, ekonomik bazlı tüketimin hız kazanması gibi birçok sorunu da beraberinde getirdiğini görmekteyiz (Stursa, 2002). Turizm endüstrisinde oluşan bu duruma karşı, 1990’li yıllardan sonra, birçok alternatif turizm türü ortaya çıkmıştır. Bu anlayışların temellinde, kültürel ve doğal kaynakların sürdürülebilir kılınması vardır (Calaretu, 2011). Bu turizm türlerinden birini de ekoturizm oluşturmaktadır. Ekoturizm, doğal kaynakların korunması ve gelecek nesillere aktarılması anlayışına dayanmaktadır. Dolayısıyla ekolojik değerlerin bulunduğu ve korunduğu destinasyonlara yönelik turistlerin de her geçen gün ilgisi oluşmaktadır. Gümüşhane ili, ekoturizm değerlerinin çok fazla olduğu ve korunduğu bölgelerden biridir. Ekoturizm kapsamında bir çok öğeyi barındıran Gümüşhane ili, sınırları içerisinde 429 yayla barındırmakta ve flora ve fauna açısından zengin bir bölgedir. Ekoturizm değerleri açısından zenginlik barındırmasına rağmen, henüz istenilen seviyede bir turizm gelişimine ulaşamamıştır. Gümüşhane ilinin sahip olduğu yayla turizmi çekicilikleri ile turistlerin ekoturizm

beklentilerinin bütünleştirilmesi durumunda, Gümüşhane ilinde ciddi anlamda bir turizm gelişiminin sağlanabileceği ifade edilebilir.

Kitabın bu bölümünde, sürdürülebilir ekoturizm kavramının ortaya konulması, Anadolu coğrafyasında bir ekolojik değer olarak yayla turizminin tarihsel gelişiminin açıklanması ve Gümüşhane ilinin yayla turizmi potansiyelinin ele alınması amaçlanmıştır. Çalışmanın kavramsal akışına ek olarak, konunun somutlaştırılması amacıyla, 2018 yılında Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen Gümüşhane'de Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı'nda, "Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Yayla Turizmi" başlıklı çalışma grubu oluşturularak, çalışma verileri elde edilmiştir.

#### 4.1. Sürdürülebilir Ekoturizm ve Yayla Turizmi

II. Dünya Savaşı sonrasında kapitalizm kültürünün yayılmasıyla beraber, doğal dengelerde bozulmalar görülmüştür. 1970'li yıllardan itibaren, dünyada gelişen aşırı tüketim kültürünün yarattığı tahribatın önüne geçilmesi için, Birleşmiş Milletler tarafından Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu kurulmuştur. 1972 yılında Stochholm konferansı ile başlayan ve 2002 yılında Johannesburg Zirvesi ile devam eden bir dizi çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmalarda temel hedef, dünyayı daha fazla yaşanılabilir kılma, geleceğe kaynakların güvenle aktarılmasını sağlama ve gelecek nesillerin de bundan faydalanmasını sağlamaktır. Tüm bu çabalar, sürdürülebilirlik anlayışının birer yansımasıdır.

Sürdürülebilirlik, ekonomik ve toplumsal boyutları olan bir kavramdır. Anlamsal açıdan, gelecek nesillerin de ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasını ifade etmektedir. Sürdürülebilirlik; doğal, tarihi, kültürel, sosyal ve estetik değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasıdır (Tuna, 2015:152-153). Sürdürülebilirlik gelişimine dönük yapılan çalışmalardan biri de ekolojik değerlerle uyumlu turizm hareketlerinin geliştirilmesidir. Global turizm hareketlerinin başlangıcını oluşturan kitle turizmine karşın sürdürülebilirliği merkeze almış birçok turizm türü ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisini de ekoturizm anlayışı oluşturmaktadır. Ekoturizm; doğal, tarihi ve ekolojik değerlerin korunması yaklaşımına dayanmaktadır. Ekoturizm yaklaşımında, doğal değerlerin ekonomik ve kısa dönemli getirisinden ziyade, korunması ve uzun dönemli yaşatılmasına odaklanılmaktadır (King ve Stewart, 1996). Dolayısıyla ekoturizmin amacı; doğayı, turizmin olumsuz etkisinden korumak; doğa ile uyumlu turizm faaliyetlerinin desteklenmesini sağlamaktır (Kahraman ve Türkay, 2012). Literatürde, ekoturizme ilişkin en eski olarak Ceballos-Lascrain'in (1996) tanımına gidilmektedir. Yazar, ekoturizmi, "bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa

hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirletilmemiş doğal alanlara yapılan seyahat” biçiminde tanımlamaktadır. Boeger’a (1991) göre ekoturizm ise, dünyanın yenilenebilir kaynaklarının yanında kültürel değerlerine itibar gösteren, çevresel güvenli bir turizm türüdür. Tarihsel süreçte bilimsel açıdan ekoturizme yönelik oldukça çok sayıda tanımlama yapılmıştır. Ancak bu tanımlar üzerinden ortak bir uzlaşa sağlanamaması nedeniyle, 2002 yılında 133 ülkenin katılım gösterdiği “Dünya Ekoturizm Zirvesi”nde ekoturizm kavramı ve tanımı yeniden ele alınmıştır. Ekoturizme “yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanısıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözeten bir yaklaşım ve tavır” olarak bütün ülkelerin benimsediği yeni bir tanımlama getirilmiştir. Ekoturizmin üç temel öğenin üzerinden şekillendiği görüşü hâkimdir (Erdoğan, 2003:110; Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, 2019). Bunlar;

- Doğa temelli olması
- Yerel halkın ekonomik kalkınması
- Doğal değerlerin korunması

Ekoturizm anlayışında, çevresel ve kültürel değerlerin korunması amacıyla bazı ilkeler benimsenmiştir. Bu ilkeler; doğal çevrenin ve yerel kültürlerin korunmasıdır. Doğal çevre ilkesi, doğal çevrenin tahrip edilmemesi ve korunması anlamına gelirken, yerel kültürlerin korunması ilkesi ise, yerel halkın da turizm faaliyetlerinden maddi kazanç sağlamasını içermektedir (Aydın Tükeltürk ve Yılmaz, 2013:7). Buna göre, ekoturizmin, yerel halkın kalkınmasına öncülük eden ama bunun yanında doğal ve kültürel kaynakların korunmasına dayanan bir turizm biçimi olduğu söylenebilir.

Günümüzde ekoturizm kavramı üzerine tartışmalar devam etmektedir. Ekoturizm kavramına dönük birçok sınıflandırma yapılmaktadır. Çalışmalarda, yumuşak ekoturizm (soft ecotourism) ve ağır ekoturizm (hard ecotourism) şeklinde ikili sınıflandırma üzerinden konsensüse varıldığı anlaşılmaktadır. Yumuşak ekoturizm, doğal çevrenin öne çıkarılması, keşif ve öğrenme güdüsünün yoğunlukta olmasını ifade ederken, ağır ekoturizm ise, turistlerin doğa ile aktif bir ilişki kurmasını içermektedir (Weaver ve Opperman, 2000). Ekoturizm kavramının sınıflandırmasının yanında ekoturizmin kapsamı da tartışılmaktadır. Ancak ekoturizm kapsamına, el değmemiş doğada yürütülen tüm turizm türlerinin girdiği söylenebilir. Ekoturizm kapsamında değerlendirilen başlıca turizm türleri; kuş gözlemciliği, foto safari, yaban hayatı gözlemciliği, sportif olta balıkçılığı, bisiklet turizmi, balon turizmi, sualtı dalışı, tarım ve çiftlik turizmi, av turizmi, botanik turizmi, kamp karavan turizmi, mağara turizmi,

trekking, dağcılık, akarsu turizmi, yamaç paraşütü, atlı doğa yürüyüşü ve yayla turizmi sıralanabilir. Çalışmanın amaç ve hedefleri ekoturizm kapsamında yayla turizmi üzerine kurgulandığı için, ekoturizmin diğer turizm türleri bu bölüm dışında tutulmuştur.

Yayla turizmi kavramını değinmeden önce, yayla, yayla kültürü gibi olguların üzerinde durmakta fayda vardır. Yayla kavramı, bir coğrafya terimi olarak TDK güncel Türkçe sözlükte (2019) iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Birinci tanım “*akarsularla derin bir biçimde yarılmış, parçalanmış, üzerinde düzlüklerin belirgin olarak bulunduğu, deniz yüzeyinden yüksek yeryüzü parçası, plato*”, ikinci tanım ise “*dağlık, yüksek bölgelerde, kışın hayat şartları güç olduğu için boş bırakılan, yazın havası iyi ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri*”dir. Literatürde, yayla kavramı üzerine oldukça farklı anlamda tanımlamalar yapılmıştır. Somuncu (2005:24) yayla kavramını, *göçebe ve yarı göçebelerle köylerin ekonomik faaliyet alanıdır. Bu ekonomik faaliyetlerde hayvancılık önde gelmekle birlikte, tarımsal faaliyetler de yapılabilmektedir. Bunun yanında yaylalar, kasaba ve şehirlerde yaşayan insanların da sosyal amaçlar için kullandıkları ya da yararlandıkları, çıkılan veya gidilen yerdir* şeklinde açıklamaktadır. Yaylalara yapılan göçler hayvancılık ve ekonomik nedenler temelinde yapılmaktadır. Erdoğan'a (2003:121) göre, Anadolu toplumunda yayla kültürü yaşamın önemli bir parçasıdır. Anadolu coğrafyasında yayla kültürü bölgesel farklılıklar içermektedir. Örneğin Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde aşiretler genellikle yaylaları daha çok hayvanlarını otlatmak için kullanırken, Karadeniz, İç Anadolu ve Karadeniz bölgesinde yaşayan halk ise hem hayvanlarını otlatmak hem de yazın dinlenmek amaçlı yaylaları kullanmaktadır. Yayla kavramına ilişkin yapılan tanımlamalarda, kırsal kesimlerin orman üst bölgelerinde hayvanları otlatmak, kış hazırlığı yapmak, ekonomik kazanç sağlamak ve dinlenmek amacıyla ilkbaharın sonu ve sonbaharın başı gibi yılın belirli dönemlerinde ikamet edilen yerleşim yerleri şeklinde bir çerçeveye oturtulmaktadır (Haberal, 2013:53). Güngördü (2003), yaylaların ekonomik amacının yanında dinlenme amaçlı olarak da kullanıldığını ifade etmektedir. Yaylada dinlenme ve eğlence amaçlı turizm hareketleri yeni olmakla beraber seyahat kültürü çok eski tarihlere dayanmaktadır (Kozak Akoğlan ve Bahçe, 2009). Tarihsel dönem içinde yaylalarda meydana gelen yapısal değişimler Şekil 4.1'de yansıtılmaktadır.

**Yaylaların  
İşlevlerindeki  
Değişimler**

**1950 ve öncesi:** Geleneksel yayla faaliyetleri: yaylaların temel işlevi hayvancılıktır.

**1950 - 1980:** Kırdan kente doğru bir göç dalgası: yaylalara yönelik göçün görece azalması, kentlere doğru nüfusun kaydığı bir dönemdir.

**1980-1990:** Yaylalardaki rekreasyon ve turizm faaliyetlerin gelişimi, yaylara yönelik talep yeniden canlanmıştır.

**Şekil 4.1:** *Yaylaların İşlevsel Değişimi*

**Kaynak:** Doğaner, 2001.

Yaylalar bir dönem sadece tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin gerçekleştiği bir alan iken, zamanla rekreasyon ve turizm aktivitelerinin de gerçekleştiği alanlar haline gelmiştir (Doğaner, 2001). Günümüzde yaylalarda turistler için yürütülen her türlü faaliyet ve aktiviteler yayla turizmi olarak ifade edilmektedir. Yayla turizmi, konaklama, dinlenme, çevrede geziler yapma, doğal yaşamın parçası olma ve kültürel yaşama dâhil olma gibi aktif olarak yürütülen faaliyetleri içermektedir. Yayla turizmi kapsamında, doğal güzellikleri oluşturan dağ, göller, şelaleler, ormanlar, bitki ve hayvanların yanında sivil oluşumlar olarak yayla evleri, geleneksel yaşam tarzı gibi kültürel çekicilikler bulunmaktadır (Somuncu vd, 2012). Ekoturizm kapsamında yayla turizmi faaliyetleri özellikle son yıllarda Türkiye’de oldukça gelişme kaydetmiştir. Türkiye sınırları içerisinde Karadeniz Bölgesi ve özelinde ise Doğu Karadeniz Bölümü’ne, hem yerli turistler hem de son yıllarda Ortadoğulu turistlerin ilgisi oldukça yüksektir. Karadeniz Bölgesinde iller açısından yayla turizmine baktığımızda, Gümüşhane ilinin ciddi bir potansiyel taşıdığı bilinmektedir.

## **4.2. Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Ekoturizm ve Yayla Turizmi**

Gümüşhane ili, Karadeniz Bölgesi’nin Doğu Karadeniz Bölümü içerisinde yer almaktadır. Gümüşhane, coğrafi konumu itibarıyla Karadeniz Bölgesi ve Doğu Anadolu Bölgesi arasında bir geçiş bölgesi özelliği taşımaktadır. Buna bağlı olarak da Gümüşhane ilinde iklimsel farklılıklar görülmektedir. Karadeniz Bölgesi havzasında nemli ve ılıman bir iklim yer alırken, Doğu Anadolu Bölgesi havzasında ise sıcak ve kurak bir iklim hâkimdir. Yüzey şekillerine baktığımızda ise, Gümüşhane ili arazisinin büyük bir kısmı dağlarla çevrilidir (Çalık vd., 2013; Ekşioğlu, 2019; Zeybek ve Ekşioğlu, 2019). Gümüşhane ili, sahip olduğu köklü geçmişi, tarihi ipek yolu üzerindeki konumu, farklı kültürlerden kalan kültürel eserler, doğa ve iklimsel yönüyle

kendine özgün bir kimlik taşımaktadır. Coğrafyanın dağlık alanlarla kaplı olması ve yüksek bir rakıma sahip olması, toplum yaşamında yayla kültürünün gelişmesine yol açmıştır (Kızılırmak, Çifçi ve Kaya, 2015). Dolayısıyla yayla faaliyetlerinin oldukça uzun tarihsel bir geçmişe dayandığı bilinmektedir. Asya’dan göç eden Türk boyları, Gümüşhane’ye yerleşerek hayvancılık ve tarımla uğraşmışlardır. Toplumsal yaşamın eskiye oranla işlevsel yönü farklılaşsa da günümüze kadar yayla kültürü devam etmektedir. Gümüşhane sınırları içerisinde, irili ufaklı toplam 429 yayla yer almaktadır. Bu yaylalar içerisinde öne çıkanlar; Kadırğa yaylası, Güvende yaylası, Kazıkbeli yaylası, Erikbeli yaylası, Çakırgöl yaylası, Taşköprü yaylası ve Cami Boğazı yaylasıdır (Ekşioğlu, 2019; Zeybek ve Ekşioğlu, 2019). Bu yaylalar, diğer birçok yayla ve obanın merkezi veya birbirine bağlantı noktalarında yer almaktadır. Her sene düzenli olarak, Temmuz ayının 2. ve 3 haftalarında yayla şenlikleri gerçekleştirilmektedir. Kent doğası ve iklimi gereği; yayla turizmi ve yayla turizmi kapsamında foto safari etkinlikleri, yürüyüş faaliyetleri vb. birçok alternatif turizm türüne hizmet sunabilecek altyapı ve üstyapı potansiyeline sahip olduğu ifade edilebilir.

Gümüşhane ilinde yayla turizminin değerlendirilmesi için Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen ve konusunda uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin saha gezileri ve bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile “*Gümüşhane ilinde sürdürülebilir ekoturizm ve yayla turizmi*” teması başlığı altında çeşitli veriler elde edilmiştir. Bu veriler üzerinden, GZFT analizi (güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit), sorunların giderilmesi için neler yapılmalı, sorun-fırsat gereklilik başlıkları, hedef ve performans değerlendirilmesi ve proje önerileri şeklinde beş temel başlıkta veriler değerlendirilmiştir.

Gümüşhane ilinin yayla turizmine ilişkin GZFT analizi aşağıda gibidir.

**Tablo 4.1:** Gümüşhane'de Ekoturizm Kapsamında Yayla Turizmi GZFT Analizi

**Güçlü yönler**

- Biyolojik çeşitlilik (kuş ve kelebek), coğrafi çeşitlilik, rota ve biyolojik çeşitlilik envanteri, bitkilerin tedavisi üzerine yönelik çalışmalar, Zigana Doğa Okulu gibi zenginliklere sahip olması
- Gümüşhane yaylalarının bir kısmının Anabasis Onbinlerin Göç Yolu, Antik İpek Yolu ve Kervan yolları üzerinde olması (Camiboğazı, Kurum, Santa, Sadak, Dölek, Taşköprü)
- İldeki bazı yaylaların bölgede Kaçkarlardan sonra en yüksek dağlar olan Gavur ve Zigana dağlarının zirvelerinin (Artabel, Abdalmusa ve Deve Boynu) eteklerinde olması nedeniyle dağcılık ve trekking potansiyelinin yüksek olması ve buzul göllerine sahip olması
- İlin çok sayıda bakir yaylaya sahip olması
- Geleneksel yayla yaşamının ve kültürünün sürdürülüyor olması
- Dağlarda uzun süre kar ve her mevsim yağışın olması
- Yayla turizmine hizmet edecek turizm alanında önlisans, lisans, lisansüstü eğitimi verilebilmesi
- Şehrin yükseltisi nedeniyle yayla özelliklerinin tam olarak görülebiliyor olması
- Alpin çayırlar katına sahip orman üst sınırında olması (1800 üstü)
- Betonlaşmanın daha az olması nedeniyle mülkiyet baskısının olmaması ve planlamaya fırsat olması
- Köyler boşaldığı için yaylalarda ekonomik baskının (hayvancılık, tarım gibi) olmaması
- Alternatif turizm açısından çeşitlilik göstermesi
- Yaylaların sis ve nem oranının düşük ve güneşli gün sayısının fazla olması
- Büyük şehirlerdeki aşırı kentleşmenin yaylalara yönelik talebi arttırması
- Güney ülkelere göre serin, kuzey ülkelere göre ılıman iklim özelliği taşıması
- Arıcılık açısından uygun ve zengin bir durumda olması
- Tıbbi ve aromatik bitki çeşitliliğinin olması
- Yaylalarının korunan alan statüsüne sahip olması (Milli park, Tabiat anıtı)
- Yeni açılan tünellerle kuzey güney yaylalara ulaşım kolaylığı
- Taşköprü ve Zigana gibi yaylaların çevre illerdeki yaylalara kıyasla daha merkezi konumda bulunması

- İldeki yayla sınırları içinde efsanesi olan pek çok yaylanın bulunması, Osmanlı-Rus savaşının izlerinin bulunması
- Somut ve somut olmayan kültürel mirasın (yayla şenlikleri) olması
- Artabel deresi başta olmak üzere yüksek rakımlı derelerde doğal alabalık yetiştirilmesi
- Kelebek ve benzeri canlıların çeşitliliği açısından en zengin alan olması
- Yaylalara yakın mesafelerde buzul sirk göllerinin bulunması
- Yaylalarda alternatif turizm türlerinin çeşitliliği (Kış Turizmi)

### **Zayıf Yönler**

- Yaylalardaki yaşamsal ekonomik ve ekolojik dengenin bozuluyor olması
- Yerel kültürün (geleneksel yayla göç kültürü ve yaylacılık) bozuluyor olması
- Geleneksel iktisadi hayatın değişime uğraması (hayvancılık)
- Yol ve diğer uygulamalarda doğal peyzajın olmaması
- Yöre mimarisinin dışına çıkan malzemeler kullanılarak kırsal gecekondulaşma olması
- Özellikle kuzeye bakan yaylalarda aşırı yapılaşma
- Yaylalarda planlama eksikliği
- Güneye bakan yaylalara ulaşım zorluğu (Şiran, Kelkit)
- Yaylacılık faaliyetinin diğer illerden gelenlerin baskısında kalması
- Yaylalardaki tarihi alanların tahribata uğraması
- Tanıtım ve pazarlama eksikliği
- Paydaşlarda çevre duyarlılık eksikliği
- Eğitim müfredatlarında yerel değerlere uygun eğitim verilmediği için duyarsızlaşma
- Yerel ölçekli turizm işletmelerinin yetersizliği
- Yaylalarda katı atık problemi ve bertaraf edilmesindeki sorunlar
- Mevzuattan kaynaklanan sorunlar
- Mülkiyet sorunları
- Bilgilendirme levhalarının eksikliği (yol, yön, mesafe)
- Yerel kültüre uygun yayla şenliklerinin yapılmaması
- Yaylalara düzenlenen turlarda yerel rehberlerin olmaması
- Yaylalarda yakıt problemlerinin olması (ısınma ve yemek)



### ***Fırsatlar***

- Yaylaların sağlık turizmi amacıyla kullanabilme imkanının bulunması
- Yaylaların insanlara sağlıklı yaşam imkanı sunması
- Yayla turizmi başta olmak üzere alternatif turizm türlerine yönelik talebin artması
- Büyük şehirlerdeki hemşehri derneklerinin bölgeye bağlılıklarının yüksek olması
- Yaylalardaki tahribatlara ilişkin medyada ve kamuoyunda yüksek hassasiyet gösterilmesi
- Sağlanan teşvik ve desteklerle yatırım cazibesinin artması
- Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ulaşımın iyileştirilmesi (havalimanı, tüneller)
- Dünyada doğa turizmine yönelik ilginin artması
- Sosyal medya yardımıyla yaylaların tanıtımının yapılabilmesi
- Doğal ve katkısız ürünlerin yaylarda bulunabilmesi ve deneyimlenebilmesi
- Bazı yaylaların (Taşköprü yaylası ve güzergâhı, Cami Boğazı, Zigana) dört mevsim turizme uygun olması

### ***Tehditler***

- Yaylalarda yapılan yolların yarma tekniğiyle yapılması nedeniyle yamaçların dengesini ve peyzaj bütünlüğünü bozması
- Yurt dışında ve büyük şehirlerde yaşayan yöre insanının yaylalarda uzun süre konaklama isteği sonucunda ikincil konut amaçlı betonlaşmanın artması
- Yayla kültürünün artan araç sayısına bağlı olarak bozulması
- Yaylalardaki yoğun araç trafiğinin doğal mera alanlarını tahrip etmesi
- Katı atık ve atık suların yaylalarda kirliliğe neden olması
- Doğal kaynakların tahribatı
- Biyo kaçakçılık faaliyetlerinin artması
- Yaylalarda plansız yol yapımı ve altyapı eksikliği
- Yaylalarda yaşanan idari sorunlar
- Yaylalarla ilgili konularda kurumlar arası eşgüdüm ve koordinasyon sorunları

Gümüşhane ili ekoturizm kapsamında yayla turizmine yönelik oluşturulan GZFT analizi yukarıdaki Tablo 4.1'de yer almaktadır. Her bir başlık altında yer alan maddelere bakıldığında, konu uzmanlarının durumu oldukça geniş bir yelpazede ele aldıkları görülebilir. Bütün maddelerin yorumlanmasının mümkün olmadığı göz önüne

alınır, burada ancak ana hatlarıyla; (a) Gümüşhane ilinin bozulmayan doğal yapısı, yayla turizmi açısından oldukça zengin olması, yaylaların bakir kalması itibarıyla güçlü yanını, (b) yaylalarda son zamanlarda yoğunlaşan tahribat, betonlaşmaya giden yapılaşmalar ve kaçak yapıların artması zayıf yönlerini, (c) yayla turizmi havasının insan sağlığına iyi gelmesi, ekoturizmine yönelik ilginin artması gibi unsurlar fırsat başlığını, (d) araç sayısının ve trafiğinin artması, yöre insanının uzun süre konaklama isteği, ikincil konut amaçlı betonlaşma gibi unsurlar da tehdit başlığını oluşturmaktadır. Özetle, Gümüşhane ilinin yayla turizmine dönük ciddi bir potansiyel taşıdığı, ama plansız ve gelişigüzel alanların kullanılması nedeniyle, istenilen seviyede bir turizm hareketinin gelişmediği ve ayrıca insan eliyle bu gelişimin de önünün kesilmeye dönük girişimlerde bulunulduğu söylenebilir.

Tablo 4.2’de, Gümüşhane ilinde yer alan yaylalara ilişkin, uzmanlar tarafından belirlenen güçlü ve zayıf yönler, dış çevreden gelişen fırsat ve tehditlere yönelik öncelik sıralamasına göre nelerin yapılması gerektiği ortaya konulmuştur.

**Tablo 4.2: GZFT Analiz ve Öneri Matrisi**

Öncelik Sıralaması	Neler Yapmalı?
1	Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal ve kültürel envanterinin çıkarılması, Coğrafya bilgi sistemleriyle yaylaların konumlarının ve sınırlarının belirlenmesi ve yaylalara ait özelliklerin haritalandırılması, Kurumlararası eşgüdüm sağlanması, bütüncül yaklaşım benimsenmesi, Reklam ve tanıtımın artırılması
2	Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal envanterin çıkarılması, geleneksel yöre mimarisine uyulması, örnek planlar önerilmesi, Kış turizmi planlamasının yapılması
3	İlin dağcılık, trekking potansiyeline uygun tanıtım çalışmalarının yapılması, Yol ve altyapı çalışmalarında çevreyi tahrip edecek uygulamalardan kaçınılması, Yaylaların sağlık turizmi potansiyelinin öne çıkarılması
4	Plansız yapılaşma, kirlilik ve benzeri oluşumların giderilmesine yönelik rehabilitasyon çalışmalarının yapılması
5	Tanıtım ve pazarlama çalışmalarında güneşli gün sayısının öne çıkarılması, Geleneksel yayla kültürünü yansıtan eski eserlerin öne çıkarılması
6	Doğa korumasına ilişkin tedbirlerin alınması, Geleneksel yayla kültürüne ait geleneksel yaşantıyla ilgili uygulamaların artırılması, tanıtılması, yaşatılması, bu yönde projeler yapılması ve desteklenmesi, Bölge Üniversitelerinde eğitim gören doktora ve yüksek lisans öğrencilerinin çalışmalarının bölge konuları üzerine yapılmasının teşvik edilmesi

*Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Ekoturizm Kapsamında Yayla Turizmi*

Öncelik Sıralaması	Neler Yapmalı?
7	Geleneksel üretim tekniklerinin teşvik edilmesi ve canlandırılması
8	Yerel rehberlerin yetişmesine yönelik bölgeye tur düzenleyen acentalara önerilerde bulunulması
9	Çevreyi tahrip edecek uygulamalardan kaçınılması ve bölge halkına çevre eğitimleri verilmesi
10	Hedef pazarlara ilişkin olarak il yaylarının tanıtımına yönelik kamu ve özel sektör turizm kuruluşlarına destek verilmesi,
11	Aşırı yapılaşmayı önlemeye yönelik mevzuat düzenlemeleri ve denetimlerin yapılması
12	Ulaşımın iyileştirilmesi
13	Yaylaya iniş ve çıkışlarda geleneksel yayla kültürünün yaşatılması
14	Yerel ölçekli turizm yatırımların teşvik edilmesi, Kırılgan ve hassas olan kısımlarda araç trafiğine izin verilmemesi ve uygun alanlarda araç parklarının oluşturulması
15	Bilgilendirme levhalarının (yol, yön, mesafe) çoğaltılması Kirliliği bertaraf edecek sistemlerin yapılması
16	Geleneksel yayla kültürünün özünün korunmasına yönelik çalışmalar yapılması
17	Biyokaçakçılık konusunda halk bilinçlendirilmeli, Bölge halkının kışlık odun ihtiyacı nedeniyle ormanları tahrip etmesinin önüne geçilmesi
18	Çevre duyarlılığı konusunda farkındalık eğitimlerinin verilmesi
19	Yerel değerlere uygun eğitim müfredatlarının hazırlanması.

Gümüşhane ili yayla turizmine dönük belirlenen GZFT analizi, sonuçları ve ne yapılması gerektiğine dair görüşlere Tablo 4.2’de yer almaktadır. GZFT analizlerine göre, 19 çözüm önerisi geliştirilmiştir. Bu önerilerin en çarpıcıları, Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal ve kültürel envanterin çıkarılması, coğrafya bilgi sistemleriyle yaylaların konumlarının ve sınırlarının belirlenmesi ve yaylalara ait özelliklerin haritalandırılması, reklam ve tanıtımın artırılması, geleneksel mimariye örnek planlar önerilmesi, yaylaların sağlık turizmi potansiyelinin öne çıkarılması olarak sıralanabilir. Bölgede halen devam eden geleneksel üretimin devam ettirilmesi için teşviklerin sunulması da ayrıca oldukça önemlidir. Özetle, yayla turizmi açısından oldukça güçlü yanları bulunan Gümüşhane ilinde, doğru stratejiler ve planlı ve programlı uygulamaların izlenmesi durumunda, yayla turizmi yönünde büyük bir gelişme kaydedeceği aşikârdır.

**Tablo 4.3:** Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi

Öncelikli Sorunlar	Öncelikli Fırsatlar	Çözüm Önerileri	Gereklilikler
Tanıtım ve Pazarlama	Doğaya olan talep	Hedef pazarlarda yoğun tanıtım stratejilerinin uygulanması	Tanıtım materyallerinin hazırlanması Hedef pazar analizi Turizm kuruluşlarıyla işbirliği
Doğal ve Kültürel Yapının Bozulması	Değişen turist profili	Yayla kullanıcılarına eğitim verilmesi	Üniversiteler, STK ve dernekler, ilgili kamu kurum ve kuruluşlar tarafından eğitim verilmesi
Haritalandırma-ların eksikliği	Üniversitenin olması	Coğrafi bilgi sistemlerinin oluşturulması veya hizmet satın alınması	Alanında uzman kişiler
Aşırı ve Plansız Yapılaşma	İmarla ilgili düzenlemeler	Yapılaşmanın kontrol altına alınması	Belediyeler ve ilgili bakanlıkların desteği
Yatırım eksikliği	Talebin artması ve ihtiyaçların karşılanması	Yerel turizm işletmelerinin teşvik edilmesi	İlgili bakanlıkların desteği

Tablo 4.3'te, Gümüşhane yayla turizminde öncelikle belirlenen sorunlar, bu sorunların giderilmesi için ne gibi fırsatlara sahip olduğu, sorunlara dönük çözüm önerileri ve çözüme ulaşmak için gerekli malzeme ve çabalarına yer verilmiştir. Elde edilen veriler ışığında beş temel başlıkta öncelikli sorunlar belirlenmiştir. Bunlar; aşırı ve plansız yapılaşma, doğal ve kültürel yapının bozulması, haritalandırma eksikliği, yatırım eksikliği ve tanıtım ve pazarlama başlıklarını oluşturmaktadır. Bu sorunların giderilmesi için; Üniversitenin varlığı, turistlerin ekoturizme yönelik talepleri ve son dönemlerde imarla ilgili düzenlemelerin bir fırsat olduğu gerçeğine değinilmiştir. Çözüm önerileri ve sunulan çabalara baktığımızda ise, yapılaşmanın kontrollü gelişmesi için belediye ve ilgili bakanlıkların desteğinin alınması, yerel turizm işletmelerin teşvik edilmesi için ilgili bakanlığın desteği, yayla turizmi envanterinin çıkarılması için alanında uzman kişilerin çalıştırılması ve eğitim gibi gereksinimler için Üniversite ve diğer STK'lardan destek alınması vurgulanmıştır. Özetle, bölgede yayla turizmin sağlıklı bir yapı göstermesi için, bütün turizm paydaşlarının birlikte ve koordineli çalışması gerektiği bir daha açığa çıkmıştır.

**Tablo 4.4:** Hedef-Performans Göstergeleri

Öncelik Sıralaması	Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar
1	Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal ve kültürel envanterin çıkarılması, Coğrafya bilgi sistemleriyle yaylaların konumlarının ve sınırlarının belirlenmesi ve yaylalara ait özelliklerin haritalandırılması, Kurumlararası eşgüdümün sağlanması, bütüncül yaklaşımın benimsenmesi Reklam ve tanıtımın artırılması.	2 yıl	Coğrafi bilgi sistemine ilişkin projelerin yapılması, Kurumlararası eşgüdüm sağlanması, bütüncül yaklaşım benimsenmesi, Reklam ve tanıtımın artırılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı	Üniversite, STK, Belediye, Valilik
2	Gümüşhane yaylalarına ilişkin; doğal envanterin çıkarılması, Geleneksel yöre mimarisine uygun olması, örnek planların önerilmesi, Kış turizmi planlamasının yapılması.	2 yıl	Kültür ve doğa envanterinin çıkarılması, Örnek mimari çalışmaların yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Meslek odaları	Üniversite, STK, Belediye, Valilik
3	İlin dağcılık, trekking potansiyeline uygun tanıtım çalışmalarının yapılması, Yol ve altyapı çalışmalarında çevreyi tahrip edecek uygulamalardan kaçınılması, Yaylaların sağlık turizmi potansiyelinin öne çıkarılması.	2 yıl	Doğa rotalarının belirlenmesi, Sağlık turizmi yatırımlarının teşvik edilmesi, Yol yapım çalışmalarında çevre korumanın temel alınması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı	Belediyeler, Valilik, Dağcılık kulüpleri
4	Plansız yapılaşma, kirlilik ve benzeri oluşumların giderilmesine yönelik rehabilitasyon yapılması.	3 yıl	Plansız yapılaşma, kirlilik ve benzeri oluşumların giderilmesine yönelik rehabilitasyon yapılması	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Valilik, Belediye.	Valilik, Belediye

Öncelik Sıralaması	Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar
5	Tanıtım ve pazarlama çalışmalarında güneşli gün sayısının öne çıkarılması Geleneksel yayla kültürünü yansıtan eski eserlerin öne çıkarılması	Sürekli	Geleneksel yayla kültürünü yansıtan eski eserlerin öne çıkarılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversite	Üniversiteler, Belediyeler
6	Doğa korumasına ilişkin tedbirlerin alınması, Geleneksel yayla kültürüne ait geleneksel yaşantıyla ilgili uygulamaların artırılması, tanıtılması, yaşatılması, bu yönde projeler yapılması ve desteklenmesi, Bölge Üniversitelerinde eğitim gören doktora ve yüksek lisans öğrencilerinin çalışmalarının bölge konuları üzerine yapılmasının teşvik edilmesi	Sürekli	Doğa korumasına ilişkin tedbirlerin alınması, Geleneksel yayla kültürüne ait geleneksel yaşantıyla ilgili uygulamaların artırılması, tanıtılması, yaşatılması, bu yönde projeler yapılması ve desteklenmesi, Bölge Üniversitelerinde eğitim gören doktora ve yüksek lisans öğrencilerinin çalışmalarının bölge konuları üzerine yapılmasının teşvik edilmesi	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Valilik, Belediye, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler	Üniversite, STK, Belediye, Valilik
7	Geleneksel üretim tekniklerinin teşvik edilmesi ve canlandırılması.	2 yıl	Geleneksel üretim tekniklerinin teşvik edilmesi ve canlandırılması, Yöresel üretim tekniklerinin uygulanabileceği atölye, uygulama alanı ve pazarların oluşturulması	Valilik, Belediye, STK	Yatırımcılar, Halk Eğitim Merkezleri, Üniversiteler
8	Yerel rehberlerin yetiştirilmesine yönelik bölgeye tur düzenleyen acentalara önerilerde bulunulması.	2 yıl	Yerel rehberlerin yetiştirilmesi	Seyahat Acentaları, Üniversiteler	Valilik, Belediye

*Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Ekoturizm Kapsamında Yayla Turizmi*

Öncelik Sıralaması	Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar
9	Çevreyi tahrip edecek uygulamalardan kaçınılması ve yerel değerlere sahip çıkma eğitimlerin verilmesi.	2 yıl	Çevre koruma önlemlerin alınması	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Valilik, Belediye, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler	Valilik, Belediye, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler
10	Hedef pazarlara ilişkin olarak il yaylarının tanıtımına yönelik kamu ve özel sektör turizm kuruluşlarına destek verilmesi, Aşırı yapılaşmayı önlemeye yönelik mevzuat düzenlemelerin ve denetimlerin yapılması.	2 yıl	Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması, Aşırı yapılaşmayı önlemeye yönelik mevzuat düzenlemelerin ve denetimlerin yapılması.	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Valilik	Belediye
12	Ulaşımın iyileştirilmesi	Sürekli	Ulaşımın iyileştirilmesi	Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Belediyeler	Belediyeler
13	Yayla göçlerinde geleneksel yayla kültürü ritüellerinin yaşatılması	1 Yıl	Yayla kültürünü tanıtan görsel ve işitsel yayınların yapılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı Belediyeler	Valilik
14	Yerel ölçekli turizm yatırımların teşvik edilmesi, Kırılgan ve hassas olan kısımlarda araç trafiğine izin verilmesi ve uygun alanlarda araç parklarının oluşturulması.	1 Yıl	Trafik düzenlemeleri	Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı	Valilik Belediyeler
15	Bilgilendirme levhalarının (yol, yön, mesafe) çoğaltılması Kirliliği bertaraf edecek sistemlerin yapılması	1 Yıl	Bilgilendirme levhalarının (yol, yön, mesafe) çoğaltılması Kirliliği bertaraf edecek sistemlerin yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar	Valilik, Belediyeler

Öncelik Sıralaması	Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar
16	Geleneksel yayla kültürünün özünün korunmasına yönelik çalışmaların yapılması	1 yıl	Geleneksel yayla kültürünün özünün korunmasına yönelik çalışmaların yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversite	
17	Biyokaçakçılık konusunda halkın bilinçlendirilmesi, Bölge halkının kışlık odun ihtiyacı nedeniyle ormanları tahrip etmesinin önüne geçilmesi	1 yıl	Biyokaçakçılık konusunda halkın bilinçlendirilmesi, Bölge halkının kışlık odun ihtiyacı nedeniyle ormanları tahrip etmesinin önüne geçilmesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tarım ve Orman bakanlığı	Üniversite, Valilik
18	Çevre duyarlılığı konusunda farkındalık eğitimlerinin verilmesi.	1 yıl	Çevre duyarlılığı konusunda farkındalık eğitimlerinin verilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tarım ve Orman bakanlığı	Üniversite, Valilik
19	Yerel değerlere uygun eğitim müfredatlarının hazırlanması.	Sürekli	Yerel değerleri tanıtan ve onu öne çıkaran eğitimlerin verilmesi.	Milli Eğitim Bakanlığı	Üniversiteler



Gümüşhane ili yayla turizmine yönelik yapılacak çözümlerin öncelik sıralamasına konulması ve ulaşılmak istenilen hedeflerin ne kadar süre içerisinde ve nasıl bir çalışma ile yürütülmesi ve hangi kurumların sorumlu ve işbirliği içerisinde olması gerektiği Tablo 4.4'te yer verilmiştir. Matriste de görüldüğü üzere, toplam 19 madde de bu başlıklar ele alınmıştır. Bu maddelerin yorumlanmasına ilişkin olarak örnek olarak bir maddeye baktığımızda, (a) hedefler; Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal ve kültürel envanterinin çıkarılması, coğrafya bilgi sistemleriyle yaylaların konumlarının ve sınırlarının belirlenmesi ve yaylalara ait özelliklerin haritalandırılması, kurumlararası eşgüdümün sağlanması, bütüncül yaklaşım benimsenmesi, reklam ve tanıtımın artırılması şeklindedir. (b) Performans göstergesinde; bu süre 2 yıl olarak belirlenebileceği vurgulanmıştır. (c) Faaliyetler; coğrafi bilgi sistemine ilişkin projelerin yapılması, kurumlararası eşgüdüm sağlanması, bütüncül yaklaşımın benimsenmesi ve reklam ve tanıtımın artırılması olarak tespit edilmiştir. (d) Bu faaliyetler ile ilgili sorumlu kuruluş ise; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı olarak ifade edilmiştir. Son olarak (e) işbirliği yapılacak kuruluşlar ise; Üniversite, STK, Belediye ve Valilik olarak gösterilmiştir. Özetle, Gümüşhane yayla turizmine dönük tespit edilen sorunların belirli önceliklere göre ele alınması ve doğru kurum ve kuruluşlar ile yola çıkılması, bu eksiklerin giderilmesi, daha doğru karar alınmasını ve hızlı sonuçlandırması için gereklidir.

**Tablo 4.5:** *Gümüşhane Yayla Turizmi Gelişmesine Yönelik Öneriler*

<b>Bölge için en önemli ilk 4 proje</b>	
<b>1</b>	Gümüşhane yaylalarının doğal ve kültürel envanterinin çıkarılması
<b>2</b>	Yaylaları kullanan yerel halka, çevre ve ekoloji kaynakları hakkında farkındalık eğitiminin verilmesi
<b>3</b>	Yaylaları kullanan yerel halka, turizm, temel işletmecilik ve hijyen eğitimlerinin verilmesi
<b>4</b>	Gümüşhane'deki yaylaların coğrafi bilgi sistemi kullanılarak haritalandırılması

Çalıştay kapsamında yapılan değerlendirmeler sonrasında, katılımcılar tarafından 4 önemli başlıkta proje önerileri sunulmuştur. Bunlar; yaylaların doğal ve kültürel envanterinin çıkarılması, yerel halk ve paydaşlara verilecek olan eğitimler, hijyen ve sanitasyon uygulamalarına döndük eğitimler ve coğrafi bilgi sistemi ile yaylacılık faaliyetlerin kayıt altına alınmasıdır. Özetle, belirlenen başlıklarda yapılacak olan faaliyetler, yayla turizmi alandaki eksikliklerin giderilmesine katkı sağlar niteliktedir.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Bu çalışmada, öncelikle ekoturizm, ekoturizm kapsamında yayla turizmi ve Gümüşhane ilinin yayla turizmine yönelik kavramsal bir çerçeve ortaya konulmuş, daha sonra Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi öncülüğünde, 2018 yılında düzenlenen Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı'nda, Gümüşhane ilinde ekoturizm kapsamında yayla turizmine yönelik yapılan değerlendirmelere yer verilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişen sektörlerden biri olan turizm, zamanla kitleleşerek, ekolojik ve sosyal değerlerin bozulmasına yol açmıştır. Dünyada, turizmin istenmeyen bu yönünün azaltılması ve minimize edilmesi için, doğal ve kültürel değerlere odaklı bir anlayışa dayanan sürdürülebilir turizm türleri benimsenmiştir. Bu turizm türlerinden biri olan ekoturizm, doğal yaşamın sürdürülmesi, tüketicilerin bilinçli seyahati ve yerel halkın refahına dayanan bir turizm türü ve yaklaşımı olarak ifade edilebilir. Ekoturizm kapsamı oldukça geniştir. Ekoturizm türlerinden biri olan yayla turizmi; konaklama, dinlenme, doğada geziler yapma, kültürel yaşamın bir parçası olma ve kültürel yaşama dâhil olma gibi aktif olarak yürütülen faaliyetleri içermektedir. Doğa temelli turizm türlerinin yapısında çevresel değerlerin korunması, taşıma kapasitesinin belirlenmesi-uyulması ve sürdürülebilirlik ilkeleri bulunmaktadır. Ekoturizm turizm türü olan yayla turizminin de bu ilkelerden ayrı tutulması mümkün değildir. Gümüşhane ilinde turizm potansiyeli taşıyan çok sayıda yayla bulunmaktadır. Son yıllarda yayla turizmine dönük ciddi talep söz konusudur. Bu talebin doğru yönlendirilmesi, kaynakların sürdürülebilir kılınması ve yerel halkın bundan fayda sağlaması için, yetkililerin bu konuda gayretleri oldukça önemlidir. Çalışmada uzmanların görüşleri ışığında oluşturulan GZFT analizine bakıldığında, Gümüşhane turizmi açısından, ilde bozulmamış yaylaların varlığı, geleneksel yayla yaşamının ve kültürünün sürdürülüyor olması, yaylalara ulaşım kolaylığının olması vb. birçok konuda güçlü yönler sahip olduğu belirlenmiştir. Buna karşın, sürdürülebilirliğin ve ekolojik dengenin bozuluyor olması, yerel kültürün unutulmayla yüz yüze kalması, kırsal gecekondulaşmanın artması, tanıtım ve pazarlama eksikliği gibi zayıf yönlerinin de olduğu ayrıca belirtilmiştir. Ancak son yıllarda sağlık amaçlı yayla turizmine dönük gelişen talebin fırsata dönüştürülmesi de pek mümkündür.

Çalışma kapsamında tespit edilen sorunlara yönelik, uzmanların bazı görüş ve çözüm önerileri aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- Gümüşhane ilinin yayla turizminden daha doğru yararlanması için, Gümüşhane yaylalarına ilişkin doğal ve kültürel envanterin çıkarılması gerekmektedir. Coğrafi bilgi sistemleriyle yaylaların haritalandırılması ve özelliklerine göre sınıflandırılması yapılmalıdır.

- Son yıllarda yaylalarda, gecekondulaşma, yayla mimarisine uygun olmayan malzemelerden çarpık yapılaşma artış göstermiştir. Bu durumun önlenmesi için, geleneksel mimariye uygun örnek planlar geliştirilmelidir.
- Yerel kültürdeki bozulmalar, yozlaşmalar ve olumsuz değişimlerin önüne geçilmesi için geleneksel yayla kültürünü içeren yayınlar çıkarılmalıdır.
- Geleneksel iktisadi hayatın değişime uğramasına yönelik geleneksel üretim teknikleri teşvik edilmeli ve canlandırılmalıdır.
- Yaylalara yönelik düzenlenen turlarda rehber eksikliğinin, yerel rehberlerin yetişmesine dönük bölgeye tur düzenleyen acentalara önerilerde bulunulmalıdır.
- Hedef pazarlara yönelik, il yaylalarının tanıtımını içeren yazılı, basılı ve görsel bilgi içeren araçların, kamu ve özel sektör turizm kuruluşlarına destek olarak verilmelidir.

Sonuç olarak, bu çalışmada da vurgulandığı gibi Gümüşhane ili, ekoturizm ve yayla turizmi açısından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Ancak unutulmamalıdır ki doğal değerler doğru kullanıldığı takdirde, kaynakların sürdürülebilirliği mümkün hale gelmektedir. Dolayısıyla yayla turizmi gelişim açısından ilk evresinde olan Gümüşhane ilinin turizm pastasından istenilen düzeyde yararlanması ve kaynakları sürdürülebilir kılması için, bütün paydaşların koordineli çalıştığı, doğayla bütünleşik, yerel halkına katılımcı olduğu ve turistlerin memnuniyetlerini göz önünde tutan bir yayla turizm stratejisi geliştirmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Aydın Tükel Türk, Ş., Yılmaz, İ.A. (2013). “*Ekoturizm*”. (Editör: Şule Aydın Tükel Türk ve Mustafa Boz), Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Boeger, E. (1991). Ecotourism and the Environment. Travel Tour. Res. Assoc. NewsI.:2-6.
- Calaretu, V. (2011). The Impact of Tourism on Mountain Community Development. *Cactus Tourism Journal*, 2(1), 26-30.
- Ceballos-Lascrain H. (1996). Tourism, Ecotourism and Protected Areas, Gland and Cambridge: IUCN, 1996.
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U., Sezerel, H., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli. İ. Günaydın.(Editör) Gümüşhane, Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası. İstanbul: Çantay Kitapevi.
- Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği. (2019). *Ekoturizm nedir?*, 12.09.2019 tarihinde (<http://www.ekoturizmderneği.org/ekotur.asp>) adresinden alınmıştır.
- Ekşioğlu A. G., (2019), Kürtün İlçesi'nin Eko Turizm Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Erdoğan, N. (2003). Çevre ve (Eko) Turizm, İstanbul: Erk Yayınları.
- Güngördü, E. (2003). Türkiye'nin Turizm Coğrafyası (Doğal ve Tarihi Açısından). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Haberal, H. (2013). Yayla Kültürü ve Yayla Turizmi. Ankara: Özyurt Matbaacılık.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). Turizm ve Çevre. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kızılırmak, İ., Çifçi, İ., Kaya, F. (2015). *Sürdürülebilir turizm kapsamında alternatif konaklama işletmelerinin kullanılması: yayla evleri örneği*. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 6(14), 99-109.
- King, D. A., Stewart, W. P. (1996). Ecotourism And Commodification: Protecting People And Places. *Biodiversity & Conservation*, 5(3), 293-305.
- Kozak Akoğlan, M., Bahçe, A. S., (2012). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Stursa, J., (2002).”*Impact of Tourism Load on the Mountain Environment*” (A Case Study of the Krkonose Mountains National Park - the Czech Republic ). Moni-

toring and Management of Visitors Flows in Recreational and Protected Areas Conference Proceedings, (s. 364- 370).

Somuncu, M., (2005). Aladağlar, Yaylacılık ve Dağ Göçebiliği Konusunda Bir Araştırma. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Somuncu, M., Çabuk Kaya, N., Akpınar, N., Kurum, E. ve Özelçi Ecerel, T., (2012). Doğu Karadeniz Bölgesi Yaylalarında Çevresel Değişim. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

TDK (2019). Yayla. T.C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu. 10.08.2019 tarihinde ([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5d89f721c6cb83.84154818](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5d89f721c6cb83.84154818)) adresinden alınmıştır.

UNWTO, (2019). “International Tourism Highlights 2019 Edition”, 14.09.2019 tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> adresinden alınmıştır.

Weaver, D., Oppermann, M., (2000). Tourism Management. John Wiley and Sons.

Zeybek, H. İ. ve Ekşioğlu, A. G. (2019). Yayla Turizmi Açısından Bir İnceleme: Kürtün Yaylaları (Gümüşhane), Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 14-16 Mart, Mersin.



## BEŞİNCİ BÖLÜM

# SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ VE GÜMÜŞHANE

*Arş. Gör. Songül Seda KAMBER TAŞ*

*Bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim.*

*(Jean Anthelme Brillat-Savarin)*

### Giriş

Toplumlar için bir kültür ögesi olan yemek (yeme-içme), insanlık tarihinin başlangıcından bu yana coğrafyalar değiştikçe toplumların sahip olduğu yaşam biçimleri ve beslenme ritüellerindeki değişimlere bağlı olarak gelişim göstermiştir (Taş ve Başkan, 2017: 373). Yüzyıllar içinde meydana gelen mutfak kültürleri; göç, savaş, barış, ticari seyahatler vb. durumların neticesinde etkileşim içinde bulunarak birbirleriyle benzer özellikler gösterebilmektedir. Fakat Türk mutfağı içerisinde özel bir yere sahip olan Doğu Karadeniz mutfağı, günümüzde de özgünlüğünü koruyan ender mutfaklardan birisidir (Cömert ve Özata, 2016: 1964). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunup tarihi İpek Yolu üzerinde yer alan Gümüşhane ili de kendine özgü yöresel lezzetleri ile bölgede öne çıkan gastronomik değerlere sahiptir. İl birçok bölgenin kesişim noktasında bulunmasından dolayı “kültür geçiş bölgesi” olarak da ifade edilmektedir (Ülker vd., 2011b). Bunun yanı sıra maden alanlarının zenginliği ve savunma alanları yönünden güçlü bir kale görünümünde olması nedeniyle de birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Hitit, Asur, Urartu, Med, Pers, Makedonya, Roma, Bizans, Emevi, Abbasi, Selçuklu, Rum İmparatorluğu ve Osmanlı bu uygarlıklara örnek olarak verilebilir. Bu medeniyetlerin bıraktığı miras üzerinden zengin bir kültür gelişmiştir. Kültürel zenginlik; edebiyat, yöresel kıyafetler, el sanatları, halk oyunları, mimari, mutfak vb. gibi yaşamın her alanında kendini göstermektedir. Bu çeşitlilik içerisinde özellikle mutfak kültürü oldukça önemli bir öge olarak karşımıza çıkmaktadır (Al, 2009). Gümüşhane'nin yöresel mutfağı; iklimsel koşullara, kültürel yaşama ve ekolojik alana uygun olarak gelişmiştir. Yöresel yemeklerde genel hatlarıyla tahıl ve hayvansal ürünler kullanılmaktadır.

Gümüşhane ili zengin mutfak kültürü ve ürün çeşitliliğine rağmen, gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde birtakım eksiklikler ve sorunlar göze çarpmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmalarda, destinasyonların sahip oldukları yöresel mutfak

zenginliklerinin; turistlerin seyahat deneyimlerinin önemli bir parçası olduğu (Kesici, 2012: 35; Kim, Goh ve Yuan, 2010: 57), bölgesel çekicilik ve seyahat motivasyonu sağladığı (Özdemir ve Kınay, 2004: 7), benzerlerinden ayrışarak bölgesel rekabet edebilirliği arttırdığı (Çalışkan, 2013:42), turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde önemli bir etken olduğu (Kivela ve Crotts, 2005: 358) ifade edilmektedir. Bu bağlamda kitabın bu bölümünde; bir destinasyon çekicilik unsuru olarak, Gümüşhane ilinin yerel kimliğini yansıtan gastronomik değerlerinin ortaya konup, mevcut potansiyelinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte mevcut gastronomik değerlerin sürdürülebilir bir şekilde devam edip gastronomi turizmi adına geliştirilebilmesi için nelerin yapılması gerektiği bu bölümde tartışılacak ve ilgili kişi, kurum, kuruluş ve paydaşlara yönelik öneriler sunulacaktır. Bu amaçla toplanan veriler, konusunda uzman akademisyen, sektör temsilcileri ve diğer paydaşların bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile “*Gümüşhane ilinde gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik*” teması başlığı altında değerlendirmeleri sonucunda elde edilmiştir.

### 5.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Gelişen ve değişen dünyayla birlikte günümüz turizm anlayışında da farklılıklar meydana gelmeye başlamıştır. Günümüz turist tatil anlayışı, kitle turizminden alternatif turizm türlerine doğru yönelen bir ivme kazanmıştır. Özel ilgi alanları dahilinde yeni yerler, yeni tatlar, yeni maceralar, yeni kültürler deneyimlemek isteyen bireyler farklı turizm türlerine yönelmeye başlamıştır. Artık turistler deniz, güneş, kum üçlüsünün dışında gittikleri bölgelerin mutfak kültürünü de merak etmekte ve hatta kimi zaman bir seyahatin motivasyon kaynağını sadece sahip olunan gastronomik değerler de oluşturabilmektedir (Kamber Taş ve Taş: 2017:1). Gastronomi kelimesi etimolojik olarak incelendiğine; Yunanca gastros (mide) ve gnomos (kural veya yasa) kelimelerinin birleşiminden oluşarak, yeme ve içmeyle ilgili kurallar ya da normları işaret ettiği görülmektedir (Santich, 2004: 16; Tez, 2012: 9). Genellikle yemek pişirme ve iyi yemek yeme sanatını incelen bir bilim dalı olarak ifade edilmesinin yanı sıra kültür ve yiyecek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalı olarak da ele alınmaktadır (Kivela ve Crotts, 2006: 354). Gastronomi kavramı Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde ise, ‘iyi yemek yeme merakı’ ve ‘sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi’ olmak üzere iki tanımla ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu, 2019). Bir destinasyonun sahip olduğu en önemli unsurlardan biri gastronomik çeşitliliktir. Bu noktada gastronomi, destinasyona farklılık yaratmak, destinasyonun diğer destinasyonlarla rekabet edebilmesini sağlamak adına önemli bir unsurdur (Deveci vd., 2013).



Yemek ve kültür başlıklarının kesiştikleri noktada başlayan gastronomi kavramı; şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin turizm pazarlamalarında avantaj sağlayan yeni bir turizm alanının, gastronomi turizminin gelişmesine kaynak sağlamıştır (Kamber Taş ve Taş, 2017:1). Gastronomi turizmi; faydalı olan ve haz veren arasındaki mükemmel dengeyi sağlamaya çalışan, günlük yiyecek ihtiyacı ile mutfak deneyimleri arasında turist üzerinde eşsiz izler bırakabilen bir niş turizm türü olarak ifade edilmektedir. Gidilen coğrafi bölge, gelenekler ve kültür de bu güzel deneyimin birer parçasıdır (Diaconescu ve Nistoreanu, 2013: 42). Seyahat amacı farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini tadarak bu yiyeceklerin; sunumu, servisi, tarihi ile ilgili bilgi sahibi olmak olan ve bu deneyimleri yaşama imkanı bulan kişiler gastro turist olarak tanımlanmaktadır (Long, 2003: 21). Guzman ve Canizares (2011:65)'e göre gastro turistler dört farklı motivasyonla gastronomi turizmine dahil olurlar. Bu motivasyonlardan birincisi; insan hayatının devamlılığı için gerekli olan fizyolojik ihtiyaç motivasyonudur. İkincisi; farklı bir kültürü tanımanın o bölgenin yemek kültürünü deneyimle ile olan ilgisinden doğan kültürel motivasyondur. Üçüncüsü, turistin yeme içme faaliyetleri içinde yer alarak edineceği sosyal motivasyondur. Dördüncüsü ise; bölgeye özgü deneyimlemelerini çevresi ile paylaşarak edineceği prestij/statü motivasyonudur. Fields (2002) de benzer bir şekilde gastronomi turistlerinin; fiziksel, kültürel, kişisel ve prestij sağlamaya yönelik güdüler tarafından motive edilebileceğini öne sürmüştür.

Bir bölgenin sahip olduğu gastronomik unsurları sadece sahip olduğu yöresel yiyeceklerle sınırlı değildir. Yöresel yiyecek ve içeceklerin yanı sıra; bu ürünlerin sunulduğu restoran işletmeleri gibi yiyecek içecek tesisleri, yine bölgedeki yöresel ürünler ile ilgili temalı festivaller, yarışmalar, fuarlar vb. etkinlikler ya da bölgedeki yiyecek içecek üretimi veya tüketimi yapılan alanlara gerçekleştirilen ziyaretler/turlar o bölgenin gastronomi turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Ignatov ve Smith (2006: 240) de gastronomi turizmi kaynaklarını daha geniş hatlarıyla aşağıdaki tablo ve başlıklarla değerlendirmiştir.

Tablo 5.1. Gastronomi Turizmi Kaynaklarının Genel Tipolojisi

Tesisler	Aktiviteler	Etkinlikler	Örgütler
<b>Binalar</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yiyecek işleme tesisler</li> <li>- Şarap evleri</li> <li>- Bira fabrikaları</li> <li>- Çiftçi pazarları</li> <li>- Yiyecek satış noktaları</li> <li>- Yeme içme ile ilişkili müzeler</li> <li>- Restoranlar</li> </ul> <b>Açık araziler</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Çiftlikler</li> <li>- Meyve bahçeleri</li> <li>- Bağ evleri</li> <li>- Yeme içme alanları</li> </ul> <b>Rotalar</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Şarap rotaları</li> <li>- Yemek rotaları</li> <li>- Gurme rotaları/ yolları</li> </ul>	<b>Tüketim</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Restoranlarda yeme-içme</li> <li>- Yerel üretilen besinlerle yapılan piknikler</li> <li>- Perakende yiyecek-içecek satın alımı</li> <li>- Geleneksel üretim</li> </ul> <b>Turlar</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Şarap bölgeleri</li> <li>- Tarım bölgeleri</li> <li>- Kentsel yeme içme alanları</li> </ul> <b>Eğitim ve gözlem</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aşçılık okulları</li> <li>- Şarap tadımı eğitimleri</li> <li>- Şarap evlerinin ziyareti</li> <li>- Aşçılık yarışmalarının gözlemi</li> <li>- Yiyecek içecek dergi ve kitaplarının okunması</li> </ul>	<b>Tüketici Gösterileri</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yiyecek ve şarap gösterileri</li> <li>- Yemek pişirme ekipmanları ve mutfak gösterileri</li> <li>- Ürün tanıtımları</li> </ul> <b>Festivaller</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yemek festivalleri</li> <li>- Şarap festivalleri</li> <li>- Hasat festivalleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restoran sınıflandırma ve belgelendirme sistemleri (Michelin, Taste of Nova Scotia vb.)</li> <li>- Yiyecek içecek sınıflandırma sistemleri (VQA vb.)</li> <li>- Birlikler (Cuisine Canada, Slow Food vb.)</li> </ul>

**Kaynak:** Ignatov ve Smith, 2006: 240.

Tablo 5.1'de görüldüğü gibi yazarlar gastronomi turizm kaynaklarını; tesisler, aktiviteler, etkinlikler ve bu alanda varlık gösteren örgütler olmak üzere temelde dört başlık altında ele almıştır. Tesisler başlığının altında; yiyecek içecek ürünlerinin üretiminin, tüketiminin ve sergilenmesinin gerçekleştirildiği mekanların yanı sıra gastronomi rotaları da değerlendirilmiştir. Aktiviteler başlığının altında; yöresel yiyecek ve içecek tüketim faaliyetlerinin yanı sıra şarap bölgeleri, tarım bölgeleri, kentsel yeme içme alanlarına yapılan geziler ve gastronomi alanı ile ilgili eğitim ve gözlem mecraları yer almaktadır. Etkinlikler başlığının altında yiyecek içecek temalı tüketiciye yönelik gerçekleştirilen gösteriler ve yemek, şarap, hasat festivalleri gibi etkinlikler bulunmaktadır. Son olarak örgütler başlığı altında ise; Michelin gibi ulus-

lararası geçerliliği sahip restoranları sınıflandırma ve belgelendirme sistemleri, yiyecek içecek sınıflandırma sistemleri ve Slow Food gibi gastronomi temalı birlikler yer almaktadır.

Gastronomi turizmi kaynaklarına olan ilgi ve talep her geçen gün artmaktadır. TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) 2015 yılı Gastronomi Turizm Raporu'na göre, dünyada turistlerin %88,2'si destinasyon seçimlerinde yemeklerin önemli bir role sahip olduğunu belirtmektedir. Öyle ki kimi ülkeler, sadece belli başlı yöresel lezzetler vasıtasıyla gastronomi turizmi talebi oluşturmaktadır. Dünyada en çok gastro turist çeken etkinliklerin büyük bir bölümü ABD'de gerçekleşmektedir. 1948'den bu yana düzenlenen ve 3 gün süren Maine İstakoz Festivali'ne binlerce ziyaretçi katılmaktadır. Bölge dışından katılım gösteren ziyaretçilerden elde edilen ekonomik gelir ise 1 milyon dolar olarak açıklanmaktadır (TÜRSAB, 2015). Avustralya'da düzenlenen Melbourne Yemek ve Şarap Festivali, İtalya Alba'da düzenlenen Mantar Festivali, Fransa'da düzenlenen onlarca yemek ve şarap festivalleri de gastronomi turizminin önemli çekim merkezleri olarak öne çıkmaktadır. Son dönemlerde ivme kazanarak gelişen ve yoğun talep gören gastronomi turizminin destinasyonlar açısından kuşkusuz ki pek çok katkıları bulunmaktadır. Turizm deneyiminin hayati bir bileşeni olarak kabul edilen gastronomik unsurlar destinasyonu ziyaret eden turistler için önemli bir turizm varlığıdır. Destinasyonların sahip oldukları özgün gastronomik değerler; turistlerin tekrar aynı destinasyonu tercih etmesinde (Kivela ve Crofts, 2006), destinasyonun özgünlüğüne katkı sunarak ve diğerlerinden farklılaşmasına (Du Rand vd. 2003), turistleri belli bir destinasyona seyahat etmeye teşvik ve motive etmesinde (Quan ve Wang, 2004; Kivela ve Crofts, 2006), destinasyonun marka kimliğini güçlendirmesi ve destinasyon imajının artmasında (Du Rand vd. 2003; Quan ve Wang, 2004), destinasyonun turizm açısından sürdürülebilirliğine katkı sağlayarak ekonomisini güçlendirmesine (Du Rand vd. 2003) yadsınamaz derecede hayati bir rol oynamaktadırlar.

## **5.2. Gümüşhane İli Gastronomi Turizmi Kaynaklarının Mevcut Durumu**

Gümüşhane ili; doğusunda Bayburt, batısında Giresun, kuzeyinde Trabzon, güneyinde Erzincan ile çevrili olup denize 100 km mesafede Doğu Karadeniz Bölgesi'nin iç kesiminde yer almaktadır. Gümüşhane sahip olduğu gümüş ve altın madenlerinin zenginliğinin yanı sıra tarihi ipek yolu üzerindeki konumdan dolayı tarih boyunca önemi kaybetmemiş bir yerleşim yeri olarak varlığını korumaktadır (Gümüşhane Valiliği, 2019). Gerek ilin sahip olduğu coğrafi özellikler gerekse iklim koşulları

sebebiyle Gümüşhane yöresel mutfağında çoğunlukla tahıl ve hayvansal gıdalar kullanılan yemeklere rastlanmaktadır. Ancak ilin özellikle de kuzey kesimlerinde, karalahana bitkisinin sıkça kullanıldığı görülmektedir (Çalık vd., 2013: 9). Karadeniz ile İç Anadolu bölgeleri arasında bir geçiş noktasında konumlanmasından dolayı Gümüşhane ilinde, gerek Karadeniz gerekse Doğu Anadolu mutfak kültürünün izlerini görmek mümkündür. İlin sahip olduğu iklim koşulları birçok meyve türünün yetişmesine olanak sağlamaktadır. Misket elması, hacıhamza armudu, ceviz, kiraz, vişne, dut, böğürtlen, erik, kayısı ve fındık bölgeden yetişen ürünlerden bazılarıdır (Gümüşhane Valiliği, 2016: 162).

Gümüşhane mutfağında var olan yiyecekler göz önüne alındığında, yöre mutfağının genel hatları ile tahıl ve hayvansal ürünlerden faydalandığı görülmektedir. Yörede en fazla üretilen ve tüketilen tahıl olarak buğday başta gelmektedir. Buğdayın yanı sıra; arpa, mısır, şeker pancarı ve patates, kara lahana, beyaz lahana, kara kabak, fasulye, kuru fasulye, turşuluk çubuk fasulyesi, nohut, bezelye, marul, kıvırcık soğan, sarımsak yetiştirilen diğer ürünlerdendir. Son yıllarda adı Gümüşhane ili ile birlikte anılan kuşburnu ise yıllık 480 ton üretimle önemli bir sanayi bitkisi olarak yöre mutfağındaki yerini almaktadır (Al, 2009: 243). Bölgede yapılan süt ürünleri ise; deleme peynir, mayalı peynir, lor, tel peynir, tereyağı, kaymak, süzme, kurut, çökelek olarak sıralanmaktadır (Ülker vd., 2011a: 216-218).

Kış mevsiminin uzun sürmesi nedeniyle yörede kışlık yiyecek hazırlıkları son derece önem taşımaktadır (Al, 2009:244). Kışa girmeden ilin önemli gastronomik değerlerinden olan siron, kesme kadayıf ve yufka yapılır ardından kurutulularak kışın tüketilmek üzere serin ve kuru mekanlarda muhafaza edilmektedir. Yeşil fasulye de kurutulularak kışın da tüketilmektedir (Al, 2009:246). Yöre mutfağında et kurutmaları da önem taşımaktadır. Kurutulularak kışa hazırlanan küzüm eti, kavurma, soyulup ateşte ütülenip temizlenerek tuzlayıp kurumaya bırakılan sakatat kurutmaları, kış yemeklerinde kullanılmak üzere kurutulan kemikli kavurmalar, pastırma ve sucuk yapımı et kurutma örneklerinden bazılarıdır (Ülker vd., 2011a: 222-223). İlin önemli gastronomik değerlerinden olan pestil ve köme de kış hazırlığı olarak yapılmaktadır. Duttan yapılan bu yiyecekler bugün hala evlerde yapılmakla birlikte bölgeye özgü gastronomik bir ürün olarak pazarlanmak üzere işletmelerce seri üretimi de yapmaktadır. Kuşburnu meyvesi de kışın demlenip çay olarak tüketilmek üzere kurutulan ürünlerdendir. Kurusunun yanı sıra marmelatı da yapılarak kışın tüketilmektedir. Elma, armut, erik, dut, ahlat gibi meyveler ile nane, kekik, reyhan gibi bitkiler de kurutulup soğuk ve uzun geçen kış aylarında tüketilmektedir. Gümüşhane iline ait öne çıkan yemekler aşağıdaki tabloda kategorilere ayrılarak verilmiştir.

Tablo 5.2. Gümüşhane İline Özgü Yöresel Yemekler

Çorbalar	Sebze ve Et Yemekleri	Hamur İşleri	Dolmalar ve Pırlavlar	Tatlılar	Diğer
Arpa Yarması Çorbası	Ayvalı Et	Siron	Lor dolması	Kayısı Tatlısı	Un Haşılı
Ayrılanlı Çorba	Borani	Kömbe	Evelik Dolması	Soymaca Hoşafı	Isırgan Herlesi
Dirma Çorbası	Fasulye Bulgurlusu (Pağla Denlisi)	Golot	Lahana Dolması	Dut Pestilli	Düğün Haşılı
Doduk Çorbası	Fıfıt Haşılı	Kanzılı Börek	Yergök Dolması	Pestil Kavurması	Toğala Kuymağı
Erişte Çorbası	Galiye	Lalanga Böreği	Kalem Dolması	Köme	Süt Herlesi
Fıfır Çorbası	Kalacoş	Gümüşhane Ekmeği	Eşkili Dolması	Zıkırda	Hasude Kuymağı
Kuşburnu Çorbası	Muhla	Bişi	Çıplak Dolma	Burma (Sini) Tatlısı	Yağlaç
Gendime Çorbası	Herle	Lemis	Soğan dolması	Ballı Börek	Un Herlesi
Hoşveren Çorbası	Hingel Yemeği	Hingel	Gendime Pılavı	Fışkıl Tatlısı	Kürt Herlesi
Kurut Çorbası	Patates Oturtması	Tava Ketesi		Erişte Tatlısı	Peşkidan Kuymağı
Gavut Çorbası	Paparna (Ekmek Aşı)	Sac Ketesi		Dut Dövmeci	Dut Pekmezi
Madumak Çorbası	Dütlü Haşıl	Su Böreği		Pekmezli Un Helvası	Kurut
Mantı Çorbası	Isırgan Pirinçlisi			Muska/Sarma/Tatlı Dut Pestilleri	Ağuz
Yavan Çorbası	Kapama			Tel Helvası	Peksimet
Zuluflu Çorbası	Turşu Kavurması				Fındıklı Un Helvası
Fukara Dirma Çorbası	Denli Pahlı				
Bulgurlu Yaz Çorbası	Denli Patates				

Kaynak: Ülker vd.,2011; Akyürek ve Zeybek, 2018; DOKAP, 2016.

Tablo 5.2'de görüldüğü gibi Gümüşhane mutfağı birbirinden farklı pek çok özgün lezzete ev sahipliği yapmaktadır. Son yıllarda coğrafi açıdan bir bölgeye veya yöreye özgü doğal koşulları ve bölgesel özelliklerini, tanınırlıklarını ve kalitelerini arttıran yöresel ürünlere olan talep hızla artmaktadır (Schneider ve Ceritoğlu, 2010: 30). Bu artış ve eğilimlerin fark edilmesiyle birlikte yöresel ve özgün olanı korumak adına yapılan ilk uygulama önce 1992 yılında Avrupa birliği ülkelerinde, daha sonra ise Coğrafi İşaret sistemi içinde uluslararası ölçekte kullanılmaya başlanmıştır (Kan vd., 2012:93). Ülkemizde yerel değerlerin korunmasına yönelik ilk çalışma, 27.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" ile gerçekleştirilmiştir (Mevzuat, 1995). Coğrafi işaretler *mahreç işareti ve menşe adı* olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir ürünün üretiminden bitimine kadar tüm işlemler ilgili bölgede gerçekleşiyorsa buna menşe adı, bu aşamaların en az biri ilgili bölgede gerçekleşiyorsa mahreç işareti verilmektedir (Özkaya vd., 2013:17). 01.09.2019 tarihi itibarıyla Gümüşhane iline ait coğrafi işaret tescili almış ve başvurusu yapılmış olan ürünler ise aşağıdaki Tablo 5.3'te sıralanmıştır.

**Tablo 5.3.** Gümüşhane İlinin Coğrafi İşaret Tescilli Almış ve Başvurusu Yapılmış Ürünleri

S.N	Coğrafi İşaretin Adı / Geleneksel Ürün Adı	Başvuru Tarihi	Tescil No	Tescil Tarihi	Türü	Ürün Grubu	Durumu
1	Gümüşhane Dut Pestili	23.01.2004	63	23.01.2004	Mahreç İşareti	Gıda	Tescilli
2	Gümüşhane Kömesi	23.01.2004	62	23.01.2004	Mahreç İşareti	Gıda	Tescilli
3	Gümüşhane Ekmeği	21.03.2014	221	27.10.2017	Mahreç İşareti	Gıda	Tescilli
4	Gümüşhane Sironu	21.03.2014	222	27.10.2017	Mahreç İşareti	Gıda	Tescilli
5	Kelkit Zilli Kilimi	6.11.2017	-	-	Mahreç İşareti	El Sanatları	Başvuru
6	Kürtün Araköy Ekmeği	14.03.2018	-	-	Menşe adı	Gıda	Başvuru
7	Gümüşhane Deleme Peyniri	14.03.2018	-	-	Mahreç işareti	Gıda	Başvuru
8	Gümüşhane Şeker Fasulyesi	19.03.2018	-	-	Menşe adı	Gıda	Başvuru
9	Yufka Tatlısı	19.03.2018	-	-	Mahreç işareti	Gıda	Başvuru
10	Kelkit Şeker Fasulyesi	13.12.2018	-	-	Mahreç işareti	Gıda	Başvuru

**Kaynak:** Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019.

Tablo 5.3'te görüldüğü gibi 2019 yılı itibariyle, Gümüşhane iline ait toplam dört adet mahreç işareti ile tescillenmiş coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu dört ürün de ilin gastronomik değerlerinden oluşmaktadır. Başvuru sürecinde bulunan beş adet ürünün de yine dördü yöresel gıda ürünüdür. Bu tescilli ürünlerin varlığı gerek gastronomik unsurların pazarlanması açısından gerek özgünlüklerine vurgu yaparak benzer ürünlerden farklılaştırılması adına, gerek ise bu ürünlerin sürdürülebilirliğini korumak adına büyük önem taşımaktadır.

Gümüşhane ilinin sahip olduğu gastronomi turizmi kaynakları var olan tesisler çerçevesinde değerlendirildiğinde; turizm işletme belgeli yeme-içme tesisinin bulunmadığı görülmektedir. İlde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin sayısı, hizmet kalitesi, yöresel yiyeceklerin mönülerde etkili bir şekilde yer alması ve kalifiye personel eksikliği gibi konular gastronomi turizmi açısından sorun teşkil etmektedir (Akyürek ve Zeybek, 2018: 879). Ancak il sahip olduğu meyve bahçeleri, bağ evleri, tabiat parkları, piknik ve dinlenme amaçlı yeme içme alanları olmak üzere açık araziler bakımından oldukça zengindir. Bölgede birden fazla tarihi konak restoran işletmesi olarak da değerlendirilmektedir. İl gerçekleştirilen gastronomi temalı etkinlikler açısından değerlendirildiğinde ise her sene düzenli olarak yapılan “Gümüşhane Uluslararası Kuşburnu – Pestil Kültür ve Turizm Festivali” olmak üzere tek bir etkinliğin gerçekleştirildiği görülmektedir. İlın yöresel lezzetleriyle öne çıkabilecek birçok ilçesinin bulunmasına karşın herhangi bir yemek ya da gurme rotasının oluşturulmamış olması, yöresel ürünlerin ve mutfak araç gereçlerinin sergilenebileceği bir mutfak müzesinin bulunmaması, yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesinde yaşanan sorunlar, gastronomi temalı festivallerin yok denecek kadar az oluşu, bölge restoranlarının hizmet kalitelerini tescilleyen belgelendirme sistemlerine haiz olmayışı gibi eksiklikler ise sahip olunan zengin mutfak kültürüne karşın gastronomi turizminin gelişmesi ve sürdürülebilirliği adına engel olarak değerlendirilmektedir.

### **5.3. Gümüşhane’de Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi**

Konusunda uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin katılımları ile gerçekleştirilen saha gezileri ardından, “*Gümüşhane ilinde gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik*” teması başlığı altında bir gün boyunca süren görüşmeler neticesinde fikir tepsisi yöntemi ile önemli bulgular elde edilmiştir. Bu verilere göre, Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından GZFT analizi aşağıda özetlenmiştir.

### **Güçlü Yönler**

- Yöresel yemek ve ürün çeşitliliğinin (siron, yarma-gendime çorbası, lemis, Gümüşhane şeker fasulye, kuymak, etli beyaz lahana sarması, evelik sarması, su böreği, fişkil tatlısı, kuşburnu çorbası, Kelkit döneri, ısırgan çorbası, ovaç çorbası, Kesme-mantı çorbası vb.) çok sayıda olması.
- Doğal ürün yetiştirme potansiyeli ve ulaşım imkânlarının mevcut olması (özellikle meyve-sebze açısından).
- Tanınmış marka ürünlerine sahip olması (pestil, köme, kuşburnu).
- Farklı ürünlerin yetiştirilebileceği farklı arazi (Kelkit Vadisi ve Harşit Vadisi) yapısına sahip olması.
- Coğrafi konum olarak stratejik bir bölgede bulunması ve çeşitli medeniyetlere, topluluklara ev sahipliği yapmış olmasının yöresel mutfakta ortaya çıkardığı zenginlik.
- Turizm fakültesi ve turizm ve otelcilik meslek lisesinin var olması.
- Küçük ve büyükbaş hayvanlarının doğal ortamlarda yetişmesi ve bunun da et ve süt ürünleri kalitesine olumlu etkileri.

### **Zayıf Yönler**

- Yöresel lezzetlerin sunum açısından yetersiz (zayıf) olması.
- Yöresel lezzetlerin tanıtımı açısından eksiklikler bulunması.
- Şehir merkezindeki tarım alanlarında inşaat yoğunluğundan dolayı doğal ürün üretiminin azalması.
- Yöresel ürünlerin restoran menülerinde çok fazla yer bulamaması.
- Yöresel ürünlerin sunumunda işletmelerde belirli standartların olmaması.
- Doğal ürünlerin tedarik edilmesinde yaşanan sıkıntıların bulunması.
- Yöresel ürünlerin tanıtımında il ve ilçelerdeki tüm kamu ve özel kuruluşların ortak birlikteliğinin oluşturulamamış olması.
- Yetiştirilen ürünlerin pazarlama eksikliği ve nihai pazarlara uzak olması.
- Pestil ve kömenin daha özel paketleme yöntemleriyle hediye olarak paketlenmemesi-sunulamaması.
- İletişim kanallarının (sosyal medya-internet, vb.) etkin kullanımındaki sorunların varlığı.
- Gümüşhane'nin gerek genel anlamda gerekse her ürünün ayrıntılı olarak (çorbalar, sarmalar, hamur işleri, turşular, tatlılar) "Gastronomik Envanter" inin çıkarılmamış olması.
- Ürün çeşitliliğinin ve mutfak kültürünün derinlemesine araştırılmaması.



- Eğitim kurumlarının (fakülte ve meslek lisesi) değerlendirilememesi ve müfredatlarda yeterli derecede yöresel mutfak ve ürünlere yönelik derslere yer verilmemesi.
- İşletmelerde yetişmiş kalifiye eleman eksikliğinin üst seviyelerde olması.
- Yöredeki yiyecek içecek işletmelerinin ve kurumların gastronomi konusunda ortak hareket edememesi.
- Gastronomik ürünlerin üretim ve sunumunda rastlanan personelin eksikliği.
- Yöreye özgü gastronomi rotalarının oluşturulmaması.
- Yöreye özgü coğrafi işaretli ürünlerin az oluşu.
- Ulusal ve uluslararası gurme ve gastronomlarla iletişimin kurulamamış olması.

### ***Fırsatlar***

- Yemek ve ürün çeşitliliğinin yarattığı avantajdan dolayı pazarlamanın geliştirilip arttırılmasının mümkün olması.
- Sanayinin gelişmemesinin doğal ürünlerin yetişmesine avantaj sağlaması.
- Yörede beslenen hayvanlardan elde edilen ürünlerin Gümüşhane mutfağına entegre edilmesi.
- İl ve ilçelerde yaşayan ve yöresel ürünleri üreten kişilerin varlığı ve hala geleneksel düzeyde de olsa söz konusu ürünlerin üretiliyor olması.
- Türkiye’de en fazla kuşburnu meyve çeşidine sahip olması.
- Yörede endemik türdeki şifalı bitkilerin varlığı.

### ***Tehditler***

- Karadeniz mutfağı ve Erzurum yemeklerinin tesirinde kalması.
- Yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel lezzetleri üretecek ve sunumunu yapabilecek personel eksikliği.
- Köyden kente göçle birlikte yöresel-doğal ürünlerin üretiminde yaşanan azalma.
- Yöresel lezzetlerin ve üretiminin yaratacağı katma değer noktasında yerel halkın bilinçsiz olması.
- Yetiştirilen ürünlerin pazarlama eksikliği ve nihai pazarlara uzak olması.

Fikir tepsisi yöntemi ile elde edilen GZFT analizi sonuçlarına göre, Gümüşhane ilinin gastronomi turizm potansiyelinin genel durumu değerlendirildiğinde, zayıf yönlerin güçlü yönlerine nazaran daha fazla olduğu belirtilmiştir. Ancak zayıf olunan yönler değerlendirildiğinde ilgili kurum, kişi ve kuruluşların çabalarıyla hedeflenen sürelerde çözüme kavuşturabilir ve avantaja çevrilebilir sorunlar olduğu görülmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 5.4’te zayıf yönlerin iyileştirilmesine yönelik nelerin yapılması gerektiğine ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur.

**Tablo 5.4. GZFT Analizinde Belirlenen Zayıf Yönlerin İyileştirilmesi İçin Öneriler**

<b>Zayıf Yönler (Sorun Alanları)</b>	<b>Öneriler</b>
Yöresel lezzetlerin sunum açısından yetersiz (zayıf) olması.	İlgili eğitim kurumlarının, kişi ve şeflerin görüş ve önerileri doğrultusunda farklı sunum teknikleri ile yöresel lezzetlerin sunumunu güçlendirme çalışmalarında bulunmaları.
Yöresel lezzetlerin tanıtımı açısından eksiklikler bulunması.	Yöresel ürünlerin tanıtımı noktasında iletişim kanallarının (sosyal medya-internet, vb.) ve ulusal kanallarda yer alan film ve dizilerde Gümüşhane yöresine özgü yemeklere vurgu yapılması ve etkin kullanılması.
Şehir merkezindeki tarım alanlarında inşaat yoğunluğundan dolayı doğal ürün üretiminin azalması.	Yöreyle ait olup kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerlerin koruma altına alınması ve üretiminin sürdürülmesi.
Yöresel ürünlerin restoran menülerinde çok fazla yer bulamaması.	İl genelinde açık olan ve yeni açılacak olan gastronomi rotalarında ve yiyecek içecek işletmeleri menülerinde mutlak suretle yöresel ürünlere yer verilmeli.
Yöresel ürünlerin sunumunda işletmelerde belirli standartların olmaması.	Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinin korunması açısından standart reçetelerinin oluşturulması.
Doğal ürünlerin tedarik edilmesinde yaşanan sıkıntıların bulunması.	Yöresel ürünlerin ve yöre mutfağının derinlemesine araştırmaları yapıp sürdürülebilirliğinin sağlanması.
Yöresel ürünlerin tanıtımında il ve ilçelerdeki tüm kamu ve özel kuruluşların ortak birlikteliğinin oluşturulamamış olması.	Yöresel lezzetlerin ve üretiminin yaratacağı katma değer noktasında yerel halkı bilinçlendirmeye yönelik eğitimlerin verilmesi, ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birliklerinin oluşturulması.
Yetiştirilen ürünlerin pazarlama eksikliği ve nihai pazarlara uzak olması.	İlin Türkiye 'de en fazla kuşburnu meyvesi çeşidine sahip olmasının yarattığı avantajla kuşburnu hammaddeli ürünlerin üretim ve satışının artırılmasının yanı sıra yörede bulunan endemik türdeki şifalı bitkilerin üretiminin, tanıtım ve kullanımının artırılmasına yönelik çalışmaların başlatılması.
Pestil ve kömenin daha özel paketlenme yöntemleriyle hediyelik olabilecek şekilde paketlenmemesi/sunulamaması.	İldeki yiyecek içecek işletmelerinde şehrin marka haline gelmiş yöresel ürünlerin (pestil, köme, kuşburnu) tanıtımına imkan sağlayacak standların oluşturularak uygun ambalajlarla satışa sunulması.
İletişim kanallarının (sosyal medya-internet, vb.) etkin kullanımında ki sorunların varlığı.	Yöresel ürünlerin tanıtımı noktasında iletişim kanallarının (sosyal medya-internet, vb.) ve ulusal kanallarda yer alan film ve dizilerde Gümüşhane yöresine özgü yemeklere vurgu yapılması ve etkin kullanılması.

<b>Zayıf Yönler (Sorun Alanları)</b>	<b>Öneriler</b>
Gümüşhane'nin gerek genel anlamda gerekse her ürünün ayrıntılı olarak (çorbalar, sarmalar, hamur işleri, turşular, tatlılar) "Gastronomik Envanter" inin çıkarılmamış olması.	Gümüşhane'nin gerek genel anlamda gerekse her ürünün ayrıntılı olarak (çorbalar, sarmalar, hamur işleri, turşular, tatlılar) "Gastronomik Envanter" inin çıkarılması, çıkarılan bu envanterde halk arasında kullanılan terimlere ulusal dilde kullanılan terimlerle birlikte yer verilmelidir.
Ürün çeşitliliğinin ve mutfak kültürünün derinlemesine araştırılmaması.	Yöreyle ait olup kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerlerin koruma altına alınması ve üretiminin sürdürülmesi.
Eğitim kurumlarının (fakülte ve meslek lisesi) değerlendirilememesi ve müfredatlarda yeterli derecede yöresel mutfak ve ürünlere yönelik derslere yer verilmemesi.	Turizm Fakültesi'nde gerekli altyapının oluşturularak GMS (Gastronomi ve Mutfak Sanatları) bölümünün aktif edilmesi,
İşletmelerde yetişmiş kalifiye eleman eksikliğinin üst seviyelerde olması.	Yiyecek içecek işletmelerindeki kalifiye personel eksikliğini giderebilmek için eğitim kurumlarının öncülüğünde çalışanlara gerekli eğitimlerin verilmesi.
Yöreyle özgü Gastronomi rotalarının oluşturulmaması.	Gastronomi rotalarının oluşturularak gastro-safari turlarının oluşturulması.
Yöreyle özgü Coğrafi işaretli ürünlerin az oluşu.	Yöreyle özgü Coğrafi işaretli ürün sayılarının artırılması.
Ulusal ve uluslararası gurme ve gastronomlarla iletişimin kurulamamış olması.	Ünlü gurmelerin şehre getirilerek yöresel ürünlerin tadım ve tanıtımının yapılması.

Tablo 5.5'te ise Gümüşhane ilinin sahip olduğu gastronomik değerlerinin sürdürülebilir bir yaklaşım ile nasıl daha iyi geliştirilebileceğine ilişkin hedefler, performans göstergeleri, faaliyetler, hedefleri gerçekleştirecek sorumlu kuruluşlar, iş birliği yapılacak olan kuruluşlar ve faaliyetlerin öncelik sıralaması yer almaktadır. Verilere göre öncelikli hedefler sırasıyla; Gümüşhane mutfağının yiyecek içeceklerinden oluşan ayrıntılı bir şekilde hazırlanmış 'Gastronomik Envanteri'nin oluşturulması, yöresel ürünlerin tanıtım ve pazarlanması noktasında iletişim ağlarının etkin kullanılması, gastronomi rotalarının oluşturularak gastro-safari turlarının gerçekleştirilmesi olarak belirtilmiştir. Sorumlu kuruluşların öncülüğünde iş birliği yapılacak kuruluşların katkıları ile bu hedeflerin gerçekleştirilmesi neticesinde; Gümüşhane mutfak kültürünün bilinirlik düzeyinin artması ve gastronomi turisti sayısında artış görüleceği belirtilmektedir.

Tablo 5.5. Hedef-Performans-Faaliyet Raporu

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
<p><b>Hedef 1</b></p> <p>Gümüşhane’nin gerek genel anlamda gerekse her ürünün ayrıntılı olarak (çorbalar, sarmalar, hamur işleri, turşular, tatlılar) “Gastronomik Envanter” inin çıkarılması, çıkarılan bu envantere halk arasında kullanılan terimlere ulusal dilde kullanılan terimlerle birlikte yer verilmelidir.</p>	<p><b>Gösterge 1.a</b></p> <p>Gümüşhane yemek kültürünün bilinirlik düzeyinin artması,</p> <p><b>Gösterge 1.b</b></p> <p>Gastronomi turistlerine alternatif destinasyon oluşturarak ilgi düzeylerinin artırılması</p>	<p><b>Faaliyet 1</b></p> <p>Çıkarılacak envanter doğrultusunda festivallerin, workshopların, kongre ve seminerlerin organize edilmesi.</p>	<p>İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediyeler, Üniversite, İlgili STK lar, İlgili odalar,</p>	<p>İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediyeler, Üniversite, İlgili STK lar, İlgili odalar,</p>	1
<p><b>Hedef 2</b></p> <p>Yöresel ürünlerin tanıtımı noktasında iletişim kanallarının (sosyal medya-internet, vb.) etkin kullanılması,</p>	<p><b>Gösterge 2</b></p> <p>Tanıtım ve pazarlama araçları etkin kullanılarak destinasyona gastronomi turizmi amacıyla gelecek turist sayısında artış görülebilir.</p>	<p><b>Faaliyet 2.a</b></p> <p>İlleri dolaşabilecek Gümüşhane mutfağına özgü yemeklerin yapım ve tadımlarının yapılacağı bir aracın (Tır) aktif olarak ülke genelinde kullanılması.</p> <p><b>Faaliyet 2.b</b></p> <p>Ulusal ve uluslararası alanda ürünlerin tanıtımında diğer ülke veya şehirlerde billboardların, raketlerin, otobüs duraklarının, yerel gazetelerin kullanılması.</p> <p><b>Faaliyet 2.c</b></p> <p>Yerel radyo ve televizyonun açılarak buralarda reklam ve tanıtım çalışmalarının yapılması.</p>	<p>Valilik, işletmeler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</p>	<p>Valilik, işletmeler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</p>	2

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
<b>Hedef 3</b> Gastronomi rotalarının oluşturularak gastro-safari turlarının oluşturulması.	<b>Gösterge 3</b> Gastronomi ve gastro-safari turistlerinin sayısında artış	<b>Faaliyet 3</b> Gastronomi rotalarının ve gastro-safari turlarının gerçekleştirilmesi	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, belediyeler	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, belediyeler	3

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Bu bölümde temel hatları ile Gümüşhane ilinin sahip olduğu yöre mutfağı ve diğer gastronomi turizmi kaynaklarının genel durumu değerlendirilmiş olup sürdürülebilirliğinin korunması adına gastronomi turizmi kaynaklarının daha etkili nasıl değerlendirilebileceği tartışılmıştır. Alanında uzman akademisyen, sektör temsilcileri ve diğer paydaşların saha gezilerinin ardından bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile Gümüşhane ilinde gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik teması kapsamında gerçekleştirilen tartışmalar neticesinde GZFT analizi yapılmıştır. Yapılan GZFT analizi sonucunda tespit edilen sorun alanlarına yönelik çözüm önerileri geliştirilmiş, hedefler oluşturulmuş ve bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için birtakım stratejiler öne sürülmüştür. Bu kapsamda, ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara fikir vermesi ve yol göstermesi açısından değer taşıyan öneriler aşağıda özetlenmiştir.

- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediyeler, Üniversite, İlgili STK'lar ve ilgili odalar öncülüğünde Gümüşhane mutfağı yöresel ürünlerinin ayrıntılı olarak hazırlanacak (çorbalar, sarmalar, hamur işleri, turşular, tatlılar vb.) “gastronomik Envanter”i oluşturulmalı, çıkarılan bu envanterde halk arasında kullanılan terimlere ulusal dilde kullanılan terimlerle birlikte yer verilmelidir.
- Yörede bulunan endemik türdeki şifalı bitkilerin de envanteri oluşturulmalı, üretiminin artırılması teşvik edilmeli, tanıtım ve kullanımının artırılması sağlanmalıdır.
- İl genelinde açık olan ve yeni açılacak olan yiyecek içecek işletmeleri menülerinde mutlak suretle yöresel ürünlere yer verilmelidir. İl Millî Eğitim Müdürlüğü, Halk Eğitim Merkezi ve Turizm Fakültesi'nin desteği ile yiyecek içecek işletmelerindeki kalifiye personel eksikliğini giderebilmek, sunulan hizmet kalitesini artırabilmek adına iş veren ve çalışanlara gerekli eğitimler verilmelidir.
- Valilik, kaymakamlıklar, belediyeler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün çalışmalarıyla yöreye ait olup kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler tespit

edilmeli, standart reçeteleri oluşturularak koruma altına alınmalı ve üretiminin sürdürülmesi adına işletmeler teşvik edilmelidir.

- Tarım ve Orman Müdürlüğü, Valilik ve ilgili işletmelerin faaliyetleri ile Gümüşhane ilinin Türkiye'nin en fazla kuşburnu meyve çeşidine sahip oluşunun sunmuş olduğu avantajla kuşburnu hammaddeli ürünlerin üretim ve satışları arttırılmalıdır.
- Valilik, belediyeler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve işletmeler iş birliği ile il genelinde uluslararası festivaller, fuarlar, yarışmalar, eğitimler, ünlü şef ve gurmelerin ziyareti gibi gastronomi temalı etkinlikler düzenlenmeli; bu etkinliklerin ve yöresel ürünlerin tanıtımı noktasında iletişim kanalları (sosyal medya-internet, vb.) etkin bir biçimde kullanılmalıdır.
- İlin sahip olduğu yöresel yiyecek içecek çeşitliliği göz önüne alındığında coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması gerekliliği dikkat çekmektedir. Bu nedenle valilik, kaymakamlıklar, belediyeler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sanayi ve Ticaret Odası'nın girişimleri ile yöreye özgü gastronomik değerlerin korunak tanıtılması ve pazarlanması adına ilin sahip olduğu Coğrafi işaretli ürün sayıları gerekli başvurular yapılarak arttırılmalıdır.
- İl genelinde gastronomi rotaları oluşturularak gastro-safari turlarının düzenlenmesi adına seyahat acentaları ve tur operatörleri gibi ilgili paydaşlarla paylaşılmalı; aynı zamanda valilik, kaymakamlık, belediye, il kültür turizm müdürlüğü gibi resmî kurumların web sitelerinden de ulaşılabilir olmalıdır.
- Gastronomi turizminin bölgedeki sürdürülebilir varlığı için yerel halkın katkısı da şüphesiz büyük değer taşımaktadır. Yöresel lezzetlerin ve üretiminin bölgeye sağlayacağı katma değerler hususunda yerel halkı bilinçlendirmeye yönelik eğitimler verilmelidir.
- Gastronomi alanı ile ilgili eğitim, gözlem ve deneyime katılım mecraları da sürdürülebilirlik adına önem taşımaktadır. Bu nedenle üniversite bünyesinde gastronomi alanında eğitim veren bölümler açılmalı, il genelinde açılacak olan özel ilgi alanlarına yönelik mutfak eğitimleri de desteklenmelidir.
- Geçmiş ve gelecek arasındaki ilişkiyi koruyan önemli kültürel köprülerden birisi kuşkusuz ki müzelerdir. Bu bağlamda bölgelerin mutfak kültürünü, yeme içme ritüellerini, araç gereçlerini ve yöresel lezzetlerini bünyesinde barındıran mutfak müzeleri büyük önem taşımaktadır. Gümüşhane ilinde de bu değerleri yansıtan bir mutfak müzesi kurulmalıdır. Müze ilin mutfak tarihi ve kültürüne ışık tutacağı gibi yöresel lezzetlerin tadımına ve yapımına da imkân sunacak şekilde dizayn edilmelidir.

## **Kaynakça**

- Akyürek, S. ve Zeybek, H. İ. (2018). Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi, *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 869-882.
- Al, F. E. (2009). Gümüşhane halk mutfağı, *Gümüşhane halk kültürü alan araştırmaları içinde (243-254)*, İstanbul: Gümüşhane Valiliği Yayınları.
- Cömert, M. ve Özata, E. (2016). Tüketicilerin yöresel restoranları tercih etme nedenleri ve Karadeniz mutfağı örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(42), 1963-1973.
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U., Sezerel, H., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). *Gümüşhane ili turizm potansiyeli*, (Ed. İ. Günaydın), Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(2), 39-51.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences* 3(2), 29-34.
- Diaconescu, D.M. and Nistoreanu, P. (2013). Gastronomic tourism – option for the development of local communities. *Cactus Tourism Journal*, 8(2), 42-43.
- Du Rand, G.E., Heath, E. and Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: a South African situation analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3), 97-112.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. A. Hjalager and G. Richards (eds), *Tourism and Gastronomy içinde*, (36–50), London: Routledge.
- Guzman, L.T. and Canizares, S.S. (2011). Gastronomy tourism and destination differentiation: a case study in Spain, *Review of Economics and Finance*, 63-72.
- Gümüşhane Valiliği, (2016). Gümüşhane kültür rotası ve turizm keşif rehberi, Gümüşhane
- Gümüşhane Valiliği. (2019). Tarihçe, 11.06.2019 tarihinde <http://www.gumushane.gov.tr/tarihce> adresinden alınmıştır.
- Ignatov, E. and Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.

- Kamber Taş, S.S. ve Taş, S. (2017). Doğu Karadeniz bölgesi gastronomik unsurlarının gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi, *Uluslararası Turizm Sempozyumu*, 23-24 Ekim, Trabzon.
- Kan, M., Gülçubuk, B., ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kim, Y. H., Goh, B. K. ve Yuan, J. (2010). Development of a multi-dimensional scale for measuring food tourist motivations, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 11(1), 56-71.
- Kivela, J. ve Croots, J.C. (2005). Gastronomy tourism: a meaningful travel market segment, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2/3), 39-55.
- Kivela, J. ve Croots, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Long, L. (2003), *Culinary Tourism*, Lexington. ABD: The University Press Of Kentucky.
- Mevzuat (1995). 555 sayılı coğrafi işaretlerin korunması hakkında kanun hükmünde kararname, 13.04.2019 tarihinde <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.555.pdf> adresinden alınmıştır.
- Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004). Yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri: Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 5-28.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-30.
- Quan, S. and Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.



- Schneider, G.K. ve Ceritoğlu, A.B. (2010). Yöresel ürün imajının tüketici satın alma davranışı ve yüksek fiyat ödeme eğilimi üzerindeki etkisi- İstanbul ilinde bir uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6, 29-52.
- Taş, S. ve Başkan, K. (2017). Çamlıhemşin vadisinde yiyecek içecek işletmeleri menülerinde yöresel yemeklerin kullanımı, (Edt. Bozok, D., Avcıkurt C., Doğdubay, M., Sarıoğlu, M., Girgin, G.K.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar içinde* (373-384). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tez, Z. (2012). *Lezzetin tarihi, geçmişten bugüne yiyecek, içecek ve keyif vericiler*, Hayykitap: İstanbul.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2019). Büyük Türkçe Sözlük, “gastronomi” kelimesi, 10.07.2019 tarihinde [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5d7bc3b02dce87.47631786](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5d7bc3b02dce87.47631786) adresinden alınmıştır.
- Türk Patent Enstitüsü, (2019). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri. 11.09.2019 tarihinde <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> alınmıştır.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, (2015). Gastronomi Turizmi Raporu. 12.09.2019 tarihinde [https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmiraporu\\_12302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmiraporu_12302_3531549.pdf). adresinden alınmıştır.
- Ülker, T., Yılmaz, N., Kazancı, Ş. ve Doğru, E. (2011a). *Gümüşhane Halk Kültürü*. Gümüşhane Kültür Sanat Kulübü, Cilt:2, Gümüşhane.
- Ülker, T., Yılmaz, N., Kazancı, Ş. ve Doğru, E. (2011b). *Gümüşhane Halk Kültürü*. Gümüşhane Kültür Sanat Kulübü, Cilt:4, Gümüşhane.



**Öğr. Gör. Suat AKYÜREK**

*Arzu varsa çözüm de vardır.  
(Anonim)*

## **Giriş**

Gümüşhane, gümüş ve altın madenlerinin zenginliğinden ve tarihi İpek Yolu üzerindeki konumu nedeniyle tarih boyunca önemli bir yerleşim yeri olmuştur. İlin sahip olduğu bakir doğal güzellikleri, önemli mağaraları, farklı büyüklüklerde yaklaşık 429 yaylası, antik kentleri, tabiat parkları, endemik çeşitliliğe sahip flora ve faunası zengin bir turizm potansiyeli sunmaktadır. Dolayısıyla sahip olduğu bu fırsatlar birçok turizm çeşidini bünyesinde barındıran çok yönlü bir turizm sektörünün oluşmasına olanaklar sağlamaktadır. Gümüşhane, başta tarihi, askeri, dini yapılar olmak üzere, kültürel sivil mimari örnekleri ve anıtlarla birlikte yaklaşık 400 adedin üzerinde tescilli taşınmaz kültür varlığı ve arkeolojik ve doğal sit alanlarına ev sahipliği yapmaktadır (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2019; Merdan, 2018: 151). Gümüşhane ili bu zengin kaynaklara sahip olmasına rağmen Doğu Karadeniz Bölgesindeki turizm gelirlerinden hak ettiği payı henüz istenilen düzeyde alamamaktadır. Fakat son yıllarda Doğu Karadeniz Bölgesi'ne yerli ve yabancı turistlerin ilgisinin artması neticesinde, çeşitli alternatif tur güzergahları arayan seyahat acenteleri için Gümüşhane önemli bir turistik destinasyon olma yolunda hızla ilerlemektedir (Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

Gümüşhane, turizm çeşitliliği ve farklı amaçlarla seyahat eden turistlere yönelik alternatifler açısından zengin fırsatlar sunmasına rağmen, altyapı ve üstyapı bakımından önemli eksiklikler ve sorunlar göze çarpmaktadır. Nitekim bir destinasyonda sürdürülebilir bir turizm sektörünün gerçekleştirilebilmesi için Goeldner ve Ritchie (2012) tarafından da vurgulandığı gibi insan yapımı çevrenin (altyapı ve üstyapı) en uygun şekilde sağlanması gerekmektedir. Park ve Jang (2017) bir destinasyonun turizm rekabetçiliği açısından ve turist çekim kaynağı yaratmada altyapı ve üstyapının önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda kitabın bu bölümünde, Gümüşhane ilinin turistik bir destinasyon olarak gerek altyapı gerekse üstyapı olanaklarının de-

ğerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, ildeki mevcut altyapı ve üstyapı unsurlarının sürdürülebilir bir şekilde gelişiminin gerçekleşebilmesi için neler yapılması gerektiği bu bölümde tartışılacak ve ilgili karar mercilerine yönelik öneriler sunulacaktır. Bu amaçla toplanan veriler, konusunda uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile “*Gümüşhane ilinde altyapı ve üstyapıda sürdürülebilirlik*” teması başlığı altında değerlendirmeleri sonucunda elde edilmiştir.

## **6.1. Genel Olarak Turizmde Altyapı ve Üstyapı**

İnsanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar var olan seyahat olayı, ilk başlarda yiyecek ve barınak aramak amacıyla gerçekleştirilirken gün geçtikçe daha karmaşık bir hal almıştır. İnsanların hayatında her geçen gün önemi artan seyahat gereksinimi seyahat edilen bölgelerde birtakım altyapı ve üstyapı gereksinimleri de ortaya çıkarmıştır. Seyahat eden kişilerin temel gereksinimi olan konaklama ihtiyacını karşılamak için yapılmış ilk bina örneklerine Sümerler’in ülkesi olan Babil’in Ur bölgesinde rastlanmıştır (Akbaba ve Çoban, 2013: 331-332). Bu dönemlerde, seyahat eden insanların konaklama ihtiyacını karşılayan bu yapılara Doğuda kervansaraylar, Batıda ise hanlar olarak isim verilmiştir (Olalı, 1973: 6).

Türk konaklama tarihinin de yaklaşık bin yıl önce han ve kervansaray tipiyle başladığı bilinmekte olup, 1020 yılında Gazneli Mahmut tarafından yaptırılan “Rıbatı Mahi” ismindeki kervansarayın ilk konaklama yapısı olduğu tahmin edilmektedir (Batman, 2015: 33-34). Türkiye Cumhuriyeti’nde ise 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında Orient Express’in İstanbul’a sefer düzenlemeye başlaması ile birlikte ilk oteller açılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda, Osmanlı döneminde açılan ve Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk oteli olan Otel d’angleter 1841 yılında hizmete girmiştir. Ardından 1892 yılında Büyük Londra Oteli, 1895 yılında ise halen günümüzde de hizmet veren Pera Palas Otel açılmıştır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017: 146). Gümüşhane ilinin tarihi İpek Yolu üzerinden geçmesi neticesinde uzun geçmişe dayalı tarihi hanlar/kervansaraylar bulunmakla beraber günümüzde ayakta kalan bir han/kervansaray bulunmamaktadır. Bununla birlikte, konaklama olanaklarının kısıtlı olduğu ilde ilk marka zincir oteli Gümüşhane Ramada Oteli 2017 yılında hizmete açılmıştır.

Türkiye’de turizm sektörünün altyapı ve üstyapı anlamında en hızlı gelişme göstermeye başladığı dönem, 1980 sonrası yürürlüğe koyulan Turizm Teşvik Kanunu ile başlamıştır. Bu dönemde turizm ile ilgili olarak getirilen birtakım teşvikler (düşük faizli kredi, yatırım indirimi, finansman, bina inşaat, vergi istisnası, teşvik primi,

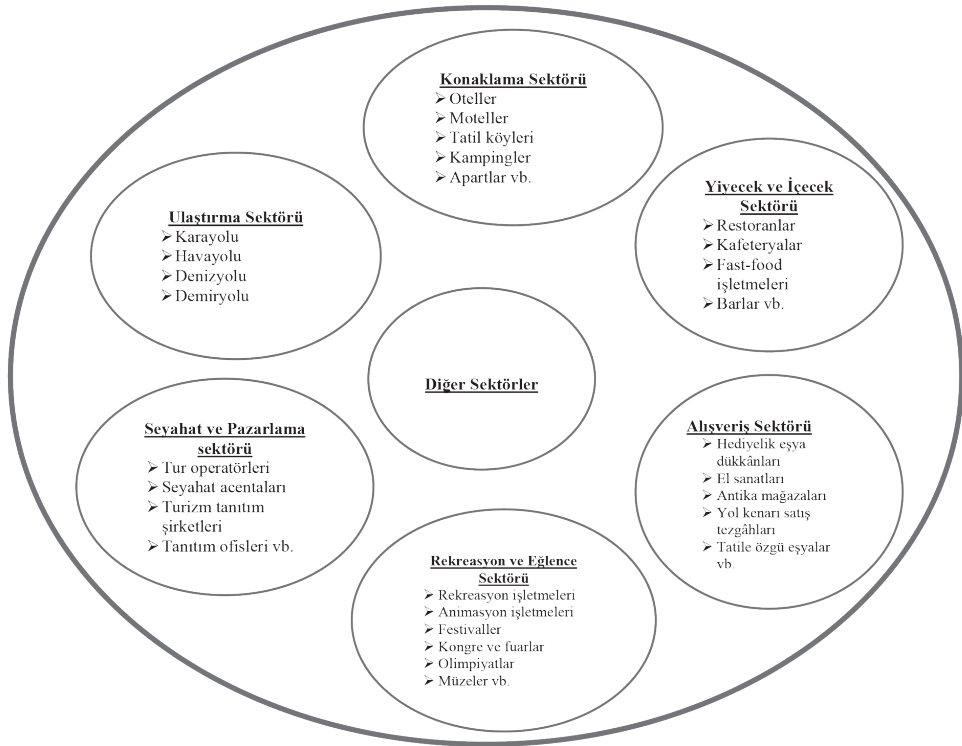
döviz tahsisi, KDV ertelemesi, elektrik, gaz ve su ücretlerinde indirim vb.) sektörün hızla gelişmesinin önünü açmıştır (Kozak vd., 2017: 157-158). Yine, 1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın çalışmaları ile planlı kalkınma dönemine geçilmesi ve bu kalkınma planlarında giderek turizme daha fazla yer verilmesi turizm sektörünün gerek altyapı gerekse üstyapısının gelişmesine büyük katkı sağlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Ancak, ülkemizde turizmde altyapı ve üstyapı olanakları genellikle kıyı bölgelerde (Akdeniz ve Ege) gelişme göstermiş özellikle Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu gibi bölgelerde henüz turizm altyapı ve üstyapısı olanakları yeterince gelişmemiştir. Dolayısıyla bu bölgelerdeki altyapı ve üstyapı tesislerindeki yetersizlikler, bölgedeki turizm destinasyonlarının karşılaştığı en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir.

Altyapı ve üstyapı, turistler haricinde yerel halk tarafından da kullanılmakta olup, bu durum turizm faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için tesislerin bu doğrultuda yapılanmalarını ve yenilenmelerini zorunlu kılmaktadır (Çeken, 2003:164-165). Bu kapsamda, Gümüşhane ilinin bulunduğu coğrafi konum itibariyle turistik altyapı ve üstyapı olanaklarının henüz gelişim aşamasında olduğu ve bunun sürdürülebilir bir yaklaşımla ve yerel halkıda kapsayacak şekilde yürütülmesi bölge turizmi için önem arz etmektedir.

Kozak vd. (2016: 66) turizm sektörünü “*turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür*” şeklinde tanımlamışlardır. Yazarların yaptığı tanımdan da anlaşılacağı üzere, bir destinasyonda turizm endüstrisinin gelişebilmesi için veya turizm sektörünün varlığından bahsedebilmek için öncelikle ulaşım, konaklama, yeme-içme ve eğlence ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Bu nedenle bir bölgenin turizm altyapı ve üstyapısı turizm sektörü açısından hayati önem taşımakta olup, turistik unsurların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Goeldner ve Ritchie (2012: 263-264) turistik unsurları aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır:

1. Doğal kaynaklar ve çevre.
2. İnsan yapımı çevre (altyapı ve üstyapı).
3. Hizmet sunumu yapan sektörler.
4. Destinasyon halkının misafirperverliği ve kültürel kaynaklar.

Buna göre, altyapı ve üstyapı insan yapımı çevre olarak değerlendirilmekte olup, dört temel turistik ürün unsurlarından biri olarak kabul edilmiştir. Turistik bir bölgenin temel altyapı bileşenleri genel olarak; su kaynağı sistemleri, kanalizasyon sistemleri, elektrik hatları, gaz hatları, drenaj sistemleri, yollar, havaalanları, demiryolları, iletişim ağları vb. olarak gösterilebilir. Bununla birlikte; ziyaretçilerin temel ihtiyaçları başta olmak üzere her türlü deneyim oluşturan unsurlar üstyapı bileşenlerini oluşturmaktadır. Turizm sektörünün üstyapı bileşenlerine otoparklar, parklar, marinalar ve rıhtım tesisleri, otobüs ve tren istasyonu tesisleri, tatil köyleri, oteller, moteller, restoranlar, alışveriş merkezleri, eğlence yerleri, müzeler, mağazalar, hediyelik dükkanlar ve benzeri birçok yapıya örnek verilebilir (Goeldner ve Ritchie, 2012: 266). Şekil 6.1 'de turizm endüstrisinde rol alan işletmelere yer verilmektedir.



**Şekil 6.1: Turizm Endüstrisinin Genel Görünümü**

**Kaynak:** Batman, 2015: 16.

Bir bölgede turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi için Şekil 6.1 'de de görüldüğü gibi turizme yönelik hizmet veren farklı işletme gruplarının bulunması gerekmektedir. Tabii ki bu işletmelerin bölgenin doğal ve kültürel yapısını bozmadan ve bölgede

yaşayan yerel halkında faydalanabileceği şekilde geliştirilmesi önemli bir husustur. Bu bağlamda destinasyonların sürdürülebilirlik politikalarını benimseyerek, çevreye yönelik asgari tahribatla altyapı ve üstyapı çalışmalarını gerçekleştirmesi hayati bir öneme sahiptir.

## 6.2. Gümüşhane İlinin Turistik Altyapı ve Üstyapısının Genel Durumu

Yapılan incelemelerde, Gümüşhane ilindeki temel ve destekleyici turizm işletmelerinin detaylı bir şekilde yer aldığı resmi verilere ulaşılamamıştır. Ancak aşağıda Gümüşhane ilini ziyaret eden turist sayılarına ve ilin sahip olduğu turistik altyapı ve üstyapı değerlerine kısaca değinilmektedir.

Tablo 6.1’de Türkiye İstatistik Kurumu’nun verilerine göre, yıllar itibari ile Gümüşhane’de konaklama yapan yerli ve yabancı turist sayılarına yer verilmektedir. Tabloya göre, yerli ve yabancı turist sayılarında sürekli olarak bir önceki yıla göre düzenli bir artışın olduğu görülmektedir. Özellikle son birkaç yılda yapılan yeni konaklama yatırımlarının etkisi ile birlikte, turist sayısında önemli artışlar dikkat çekmektedir.

*Tablo 6.1: Gümüşhane İlindeki Turizm İşletme Belgeli ve Belediye İşletme Belgeli konaklama Tesislerinde Konaklayan Turist Sayıları*

Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Yerli Turist Sayısı	19.436	29.276	33.716	38.673	45.504	39.314	40.214	77.084	71.167
Yabancı Turist Sayısı	107	355	230	318	633	490	978	941	1.746
<b>Toplam</b>	<b>19.543</b>	<b>29.631</b>	<b>33.946</b>	<b>38.991</b>	<b>46.137</b>	<b>39.804</b>	<b>41.192</b>	<b>78.025</b>	<b>72.913</b>

**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu - Bölgesel İstatistikler, 2019.

Tablo 6.2’de Gümüşhane ilindeki konaklama tesis sayılarına, oda sayılarına ve yatak sayılarına yer verilmektedir. Buna göre Gümüşhane ilinde yatırım belgeli 1 konaklama tesisi, işletme belgeli 5 konaklama tesisi, belediye belgeli 25 konaklama tesisi ve toplamda 31 konaklama tesisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, bakanlık verilerine göre Gümüşhane ilinde 595 oda ve 1446 yatak kapasitesi mevcuttur (Ekşioğlu, 2019).

**Tablo 6.2:** Gümüşhane İlindeki Yatırım Belgeli/İşletme Belgeli/Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri ve Kapasiteleri

Yatırım Belgeli Tesis Sayısı	İşletme Belgeli Tesis Sayısı	Belediye Belgeli Tesis Sayısı	Toplam
1	5	25	31
Yatırım Belgeli Oda Sayısı	İşletme Belgeli Oda Sayısı	Belediye Belgeli Oda Sayısı	
24	228	443	695
Yatırım Belgeli Yatak Sayısı	İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Belediye Belgeli Yatak Sayısı	
50	448	948	1446

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı - Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2019.

Tablo 6.3'te Gümüşhane ilindeki seyahat acentalarının listesi bulunmaktadır. Buna göre, Gümüşhane ilinde A grubu 5 adet seyahat acentası bulunmaktadır. İlde, B ve C grubu seyahat acentası ise bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Merdan (2018: 151) tarafından yapılan araştırmada da, Gümüşhane ilindeki acentaların yetersiz olduğu ve ildeki turistik destinasyonlara yönelik turların düzenlenmediği ifade edilmektedir.

**Tablo 6.3.** Gümüşhane İlindeki Seyahat Acentaları ve Grubu

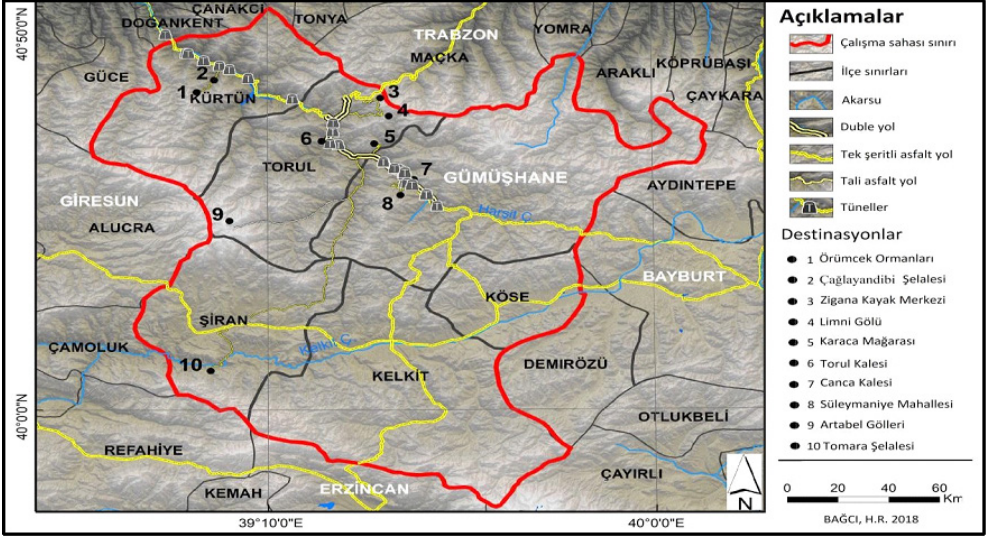
Acentalar	Bulunduğu Yer	A Grubu	B Grubu	C Grubu
Coşkunoğlu Turizm	Merkez	x		
Harşit Tur	Merkez	x		
Herleci Turizm	Merkez	x		
Jova Turizm	Merkez	x		
Karagöller Turizm	Merkez	x		

**Kaynak:** Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), 2019.

Şekil 6.2'de Gümüşhane ilinin başlıca turistik çekicilikleri ve bu çekiciliklere yönelik ulaşım güzergâhları yer almaktadır. Zeybek vd.'nin (2018) yaptıkları çalışmaya göre, Gümüşhane ilinin turistik destinasyonlarına yönelik ulaşım koşulları geçmiş dönemlere göre daha iyi olmasına karşın hala birtakım eksikliklerin bulunduğu ifade edilmektedir. Bu kapsamda özellikle Artabel Gölleri ve Canca Kalesi'ne ulaşımın zor olduğu belirtilmektedir. Nitekim genel bir değerlendirme yapıldığında, Gümüşhane ilinin çevre illerle ulaşım ağının gelişmekte olması, yeni ulaşım projelerinin hayata geçirilmesi ve ildeki turistik destinasyonlara ulaşım olanaklarının mümkün



olması turizm açısından ulaşım altyapısının olumlu yönde gelişim gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte, Gümüşhane-Bayburt Havalimanı projesinin 2020’de tamamlanacak olması (Gümüşhane Emlak Kulisi, 2019) ilin gelecek yıllarda ulaşım altyapısına önemli katkılar sağlayacak ve turist sayısını artıracaktır.



Şekil 6.2: Gümüşhane İli Turistik Çekicilikleri ve Ulaşım Güzergâhları

**Kaynak:** Zeybek vd., 2018: s. 73

Gümüşhane ili yöresel mimari unsurları açısından değerlendirildiğinde ise zengin varlıklara sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda tarihi yapıların turizm işletmesi olarak kullanılacak olması il turizminin üstyapı olanaklarına katkı sağlayacaktır. Cumhuriyetin kurulmasından sonra ilde inşa edilen konaklar, yiyecek-içecek sektörü açısından oldukça önemlidir. Özdenoğlu Konağı, Balyemez Konağı ve Ataç Konağı gibi yapılar günümüzde turizm işletmesi olarak kullanılmasına rağmen, bu yapılara benzer yaklaşık 40’a yakın tarihi konak restore edilerek kullanıma açılmayı beklemektedir. Diğer taraftan bu konaklarda Gümüşhane’ye özgü ritüellerin canlandırılması, Gümüşhane yöresel yemeklerinin sunulması ve misafir memnuniyeti unsurlarına daha fazla önem verilmesi gelecekte ilin yeme-içme bakımından üstyapı zenginliğine katkı sağlayacaktır (Çalık ve Ödemiş, 2018: 247). Yapılan incelemelerde, ilde turizm işletme belgeli yeme-içme tesisi bulunmamakla birlikte, mevcut yeme-içme tesislerinin tam sayısına ulaşamamıştır. Bununla birlikte, Akyürek ve Zeybek’in (2018) yapmış oldukları araştırmada, Gümüşhane’de turistlere yönelik hizmet sunabilecek yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısı ve sunduğu hizmet kalitesinin yetersiz olduğu, yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışacak kalifiyeli perso-

nelin yetersizliği ve gastronomi alanında potansiyel hediyelik eşya unsurlarının yeterince yer verilmediği ifade edilmektedir. Bu bağlamda Gümüşhane’nin konaklama olanaklarında olduğu gibi yeme-içme olanaklarında da istenilen düzeyde olduğunu söylemek mümkün değildir.

Son yıllarda Gümüşhane ilinde kültürel altyapı çalışmalarına da ağırlık verilmiştir. Süleymaniye Mahallesi’nin kentsel koruma planının kabul edilmesi ile birlikte restorasyon ve yenileme faaliyetlerinin hızlanacağı, Ermeni Metropolitan Kilisesi, Süleymaniye Camii, Ali Kadirbeyoğlu Konağı, Rum Okulu gibi tarihi yapılar bölgenin inanç ve kültür turizmi potansiyelini artıracığı söylenebilir (Çalık ve Ödemiş, 2018: 247). Bununla birlikte, Sadak Satala Antik Kenti kazı çalışmaları, Canca Kalesi kazı çalışmaları gibi arkeolojik kazıların kültür turizmi altyapısı için yeni fırsatlar yaratacağı muhtemeldir. Ayrıca, Gümüşhane konaklarının tipik örneklerinden birinde 2006 yılında ziyaretçilere açılan Gümüşhane İkizevler Kent Müzesinin varlığı şehrin tarihine ve kültürüne ışık tutmaktadır. Gelecek yıllarda, yapılan arkeolojik çalışmalardan elde edilecek buluntular ile daha da zenginleşeceği öngörülen müzenin, kültür turistleri için uğrak bir alan olacağını söylemek mümkündür. Yine, Gümüşhane ili Süleymaniye Mahallesinde açılması planlanan gastronomi müzesi şehrin turizmine önemli bir ivme kazandıracaktır. Sonuç olarak, bu tür rekreasyonel üstyapı olanaklarının artmaya başlaması gelecek yıllarda Gümüşhane turizmine önemli katkılar sağlayacaktır.

Gümüşhane ili doğa turizmi, macera turizmi, kırsal turizm, kış turizmi gibi birçok turizm çeşidi açısından da önemli zenginlikler sunmaktadır. Özellikle son yıllarda açılan Torul ilçesindeki Cam Seyir Terası, Şiran İlçesindeki Tomara Şelalesi Tabiat Parkı İşletme Tesisleri, Limni Gölü Tabiat Parkı - Dağ Evleri, Alabalık tesisleri ve mesire alanları, Artabel’deki Serender Evler, Kürtün Barajı çevresindeki restoran ve bungalov evleri gibi birçok turistik altyapı ve üstyapının geliştiği ilde, gelecek yıllarda alternatif turizm çeşidi açısından önemli bir destinasyon konumuna geleceğinin önemli işaretleridir.

### **6.3. Gümüşhane İlinin Turizm Altyapı ve Üstyapısı**

Konusunda uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin saha gezileri ve bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile “*Gümüşhane ilinde altyapı ve üstyapıda sürdürülebilirlik*” teması başlığı altında elde edilen bulgulara göre Gümüşhane ilinin GZFT analizi aşağıda özetlenmiştir.

### ***Güçlü Yönler***

- Gümüşhane ilinin ulaşılabilir olması.
- İl çevre yollarının yapılması.
- İle tüneller ile ulaşımın hızlı ve güvenilir olması.
- İl turistik destinasyonlarına ulaşım altyapısının tamamlanma aşamasına gelmesi.
- İl merkezinde marka bir otel işletmesinin varlığı.
- İl merkezinde müstakil yiyecek-içecek işletmelerinin varlığı.
- Pestil ve kömenin tanınırlığı ve hediyelik eşya kapsamında değerlendirilmesi.
- İnanç turizmi açısından değerlendirilebilecek Ahmet Ziyaüddin Gümüşhanevi'nin doğum yeri olması.
- Çevre illere (Erzincan, Erzurum, Trabzon, Giresun, Sivas, Bayburt) lokasyon açısından yakınlığı.
- Şehir içi ve şehirlerarası karayolu taşımacılığında sorunların olmaması.

### ***Zayıf Yönler***

- Kadırga Yaylasına ulaşımın istenilen seviyede olmaması.
- Karaca Mağarası çevresinde kırsal kalkınmayı destekleyici tesislerin olmayışı.
- Yol güzergâhları üzerinde Gümüşhane turistik değerlerini tanıtıcı billboardların eksikliği.
- Şehir dışından şehre doğrudan ulaşımın sadece Karayolu ile yapılabilmesi.
- Örumcek Ormanları başta olmak üzere Tomara Şelalesi, Limni Gölü ve diğer destinasyonlarda şebeke (cep telefonu, internet) sorununun olması.
- Gümüşhane şehir merkezi ve destinasyonlarda halka açık umumi tuvaletlerin yetersiz olması.
- 4-5 yıldızlı bir otelin Limni ve Zigana destinasyonları çevresinde olmaması.
- Yerel rehberlik hizmetlerinin yetersiz olması.
- Turizm eğitimi veren kurumlara ait uygulama otelinin olmaması nedeniyle pratik eğitim konusunda ve il otelcilik sektöründe istihdam edilecek personellerde sorunlar yaşanması.
- İl merkezinde konaklama işletmesinin ve yatak sayısının yetersiz olması.
- Turizm enformasyon bürosunun olmayışı.

- Marka firmaların yer aldığı bir AVM'nin olmayışı.
- Yeterli sayıda seyahat acentesinin olmayışı.
- Hediyeelik eşya kapsamında gümüşün kullanılamaması.
- Mevcut durumda pazarlanan hediyeelik eşya çeşitliliğinin az olması.
- Turistik destinasyonlar ile ilgili web sitelerinin ve sosyal medya hesaplarının yetersiz kalması.

### ***Fırsatlar***

- Demiryolu ulaşımının (hızlı tren) Erzincan'dan sahile bağlanması ile Gümüşhane'den geçme olasılığı.
- Köse ilçesine havaalanının yapılıyor olması.
- Dünyanın ikinci en uzun tüneli Zigana Tünelinin yakın zamanda açılıyor olması.
- Yeşil Yol Projesinin 2023'e kadar tamamlanacak olması.
- Turistik çekiciliğe sahip yerlerin ulaşım açısından sorununun olmaması nedeniyle doğrudan pazarlanabilmesi.
- Tarihi İpek Yolu'nun doğa yürüyüşü çerçevesinde (İpek Yolu turizmi) canlandırılabilme potansiyelinin olması.
- İlde yapılacak yeni konaklama işletme yatırımları ile gecelemlerli turist sayısının giderek artması.
- Konaklama işletmeleri fiyatlarının makul olması neticesinde çevre illerden talep görme ihtimali.
- İlde yapılacak yatırımların sürdürülebilirlik çerçevesinde yapılabilme fırsatının olması.
- Merkezde Gudu (güveç) yapımı, Kürtün bölgesinde ağaç işleme el sanatının ve Kelkit bölgesinde Zilli Kilim geleneğinin kültürel miras bağlamında ve hediyeelik eşya açısından değerlendirilebilme fırsatı.
- Şehrin ismi ile ilişkili olarak gümüş hediyeelik eşyaların pazarlama imkânı.
- Kürtün ekmeğinin hediyeelik eşya kapsamında değerlendirilebilme olanağı.
- Eski yapıların restore edilmesi ile turizme kazandırılması.
- Belediye ve bağlı kuruluşları ile mahalli idari birlikleri norm kadro ilke ve standartlarına dair yönetmelik çerçevesinde Gümüşhane merkez ilçesinin turizm niteliğinde değerlendirilmesi.

### ***Tehditler***

- Yeterli sayıda tesis olmaması nedeniyle tekelleşme sorununun olması.
- Yerel rehberlik hizmetinin yetersiz olması nedeniyle eksik tanıtım yapılması.
- Kalifiye elemanın yeterli düzeyde yetişmemesi.
- Yabancı ve yerli turist geceleme sayısının düşük olması nedeni ile konaklama işletme yatırımlarını çekme konusunda sorunların olması.
- Geleneksel el sanatlarının gelecek nesillere aktarılamaması nedeniyle kaybolma riski.
- Karaca Mağarası'nda taşıma kapasitesinin aşılması ve sürdürülebilirlik kapsamında yönetilmemesi.

Fikir tepsisi yöntemi ile elde edilen GZFT analizi sonuçlarına göre, Gümüşhane ilinin altyapı ve üstyapı genel durumu değerlendirildiğinde, zayıf yönlerin güçlü yönlere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak, Gümüşhane ilinin altyapı ve üstyapı fırsatlarına bakıldığında durum oldukça olumludur. Özellikle gelecek yıllarda ulaşım ağının çeşitlenmesi ve bunun getireceği yabancı yatırımlar ile Gümüşhane turizminin altyapı ve üstyapı olanaklarının daha da gelişeceği söylenebilir. Bununla birlikte, Gümüşhane ili için görülen tehditlerin giderilmesinin mümkün olması ve ilgili paydaşların ortak çalışmaları ile kısa zamanda çözüme kavuşturulabilmesi bakımından kritik bir sorun teşkil etmemektedir. Tablo 6.4'te zayıf yönlerin iyileştirilmesine yönelik neler yapılması gerekliliği ile ilgili birtakım çözüm önerileri sunulmaktadır.

**Tablo 6.4.** GZFT Analizinde Belirlenen Zayıf Yönlerin İyileştirilmesi İçin Öneriler

Zayıf Yönler (Sorun Alanları)	Neler Yapmalı?
Yol güzergâhları üzerinde Gümüşhane turistik değerlerini tanıtıcı levhaların eksikliği.	Yol güzergâhları üzerinde ışıklı, dikkat çekici totem şeklinde tanıtım levhalarının yapılması.
Kadırğa Yaylasına ulaşımın istenilen seviyede olmaması.	Gerekli ulaşım altyapı çalışmalarının yapılması.
Karaca Mağarası çevresinde kırsal kalkınmayı destekleyici tesislerin olmayışı.	Kırsal turizm kapsamında yeni girişimcilere kolaylık sağlanarak yöre halkına günübirlik tesis işletme olanağı verilmeli.
Örümcek Ormanları başta olmak üzere Tomara Şelalesi, Limni Gölü ve diğer destinasyonlarda şebeke (cep telefonu, internet) sorununun olması.	İlgili yerlerde telekomünikasyon altyapı ve üstyapının iyileştirilmesi için operatörlerle iletişime geçilmeli.
Gümüşhane şehir merkezi ve destinasyonlarda halka açık umumi tuvaletlerin yetersiz olması.	Gümüşhane Belediyesi çalışmaları ile halka açık yerlerde ve turistik destinasyonlarda umumi tuvaletlerin sayısının artırılması.
4-5 yıldızlı bir otelin Limni ve Zigana destinasyonları çevresinde olmaması.	Özel yatırımı teşvik edici çalışmaların yapılması.
Yerel rehberlik hizmetlerinin yetersiz olması.	Rehberlik mevzuatına yerel rehber kavramının eklenmesinin sağlanması.
Turizm eğitimi veren kurumlara ait uygulama otelinin olmaması nedeniyle pratik eğitim konusunda ve il otelcilik sektöründe istihdam edilecek personellerde sorunlar yaşanması.	Turizm eğitimi veren (lise/üniversite düzeyinde) kurumlara ait uygulama otel ve alanlarının açılması için çalışmaların yapılması.
İl merkezinde konaklama işletmesinin ve yatak sayısının yetersiz olması.	Özel ve kamu yatırımları ile konaklama ve yatak sayısının sürdürülebilir düzeyde artırılması.
Turizm enformasyon bürosunun olmayışı.	Belediye ve İl Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü işbirliği ile turizm enformasyon bürosunun açılıp aktif hale getirilmesi.
Marka firmaların yer aldığı bir alışveriş merkezinin olmayışı.	Ticaret ve Sanayi Odasının bu konuda çalışmalar yürütmesi.
Yeterli sayıda seyahat acentesinin olmayışı.	Var olan seyahat acenteleri daha aktif çalışmalı. Büyük tur operatörlerinin ilde şube açmasına dönük çalışmalar yapılmalı.
Hediyelik eşya kapsamında gümüşün kullanılmaması.	Gümüş ile yapılabilecek hediyelik eşya çeşitlerinin tespit edilerek hediyelik eşya ve el sanatları kapsamında geliştirilmeli.

Mevcut durumda pazarlanan hediyelik eşya çeşitliliğinin az olması.	Valilik ve Ticaret Sanayi Odası aracılığı ile konu ile ilgili girişimlerin yapılması. İlave olarak, yaratıcı hediyelik tasarımlar geliştirmeye yönelik yarışmaların düzenlenmesi.
Turistik destinasyonlar ile ilgili web sitelerinin ve sosyal medya hesaplarının yetersiz kalması.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Üniversite işbirliği ile web sitesinin tasarlanması.

Tablo 6.5'te öncelikli sorunlar ve bu sorunlara yönelik öncelikli fırsatlara yer verilmektedir. Bununla birlikte, çözüm önerileri ve bu çözümlerin sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için gereklilikler belirtilmektedir. Tabloda da görüldüğü gibi, aslında her sorunun fırsata dönüştürülebileceği ve çözüme kavuşturulabileceği mümkündür.

**Tablo 6.5: Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi**

Öncelikli Sorunlar	Öncelikli Fırsatlar	Çözüm Önerileri	Gereklilikler
Tesis sayısının yetersizliği ve dolayısıyla tekelleşme sorunu.	İşletme sayısının azlığı.	Özel ve kamu yatırımlarının artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalı.	Özel yatırım teşvik edilmeli.
Rehberlik hizmetinin yetersizliği.	İlde lise, önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitiminin verilmesi.	Yerel rehberliğin mevzuat içerisinde devreye sokulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı TUREB'de konu gündeme taşınmalı.
Kalifiye elemanın yeterli düzeyde yetişmemesi.	İlde lise, önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitiminin verilmesi.	Turizm eğitimi veren okulların uygulama otellerinin bir an önce yapılması.	İl Millî Eğitim Müdürlüğü, Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü aracılığı ile yatırımların yapılması.
Özel yatırımı çekeme durumu.	Zigana tünelinin, havaalanının ve demiryolunun yakın zamanda hizmete girecek olması.	Özel yatırımı teşvik edici çalışmaların yapılması.	Özel yatırım teşvik edilmeli.
Geleneksel el sanatlarının kaybolması.	Hediyelik eşya kapsamında değerlendirilebilir olması.	Turistik hediyelik eşya kapsamında geliştirilmesi, eğitimler verilerek canlı tutulması.	Eğitimler ve pazarlama çalışmaları yapılmalı.
Karaca Mağarası'nın sürdürülebilir kapsamda yönetilmemesi.	Sürdürülebilir turizm konusunda bilincin varlığı.	Taşıma kapasitesi dikkate alınarak ziyaretçi sayısının sınırlandırılması.	Bilinçlendirme çalışmalarının yapılması.

Tablo 6.6'da Gümüşhane ilinin turizm altyapı ve üstyapı olanaklarının sürdürülebilir bir yaklaşım ile nasıl daha iyi geliştirilebileceğine ilişkin hedefler, performans göstergeleri, faaliyetler, hedefleri gerçekleştirecek sorumlu kuruluşlar, işbirliği yapıla-

cak olan kuruluşlar ve faaliyetlerin öncelik sıralaması ayrıntılı olarak verilmektedir. Buna göre en önemli hedefler; yetersiz konaklama olanaklarının artırılması ve çeşitlendirilmesi, hediyelik eşya çeşitliliğinin artırılması ile birlikte hediyelik eşya satan işletmelerin çoğalması ve turizm enformasyon bürosunun kurulmasıdır. Hedefleri gerçekleştirecek kurumlar genel olarak yerel yönetimler olarak belirlenmiş ve çözüm için 1-3 yıl zaman aralığı saptanmıştır. İl kültür ve turizm müdürlüğü tarafından “turizm kaynakları bilgi sisteminin oluşturulması” hedefi en öncelikli hedef olarak belirlenmiş ve 1 yıl içerisinde oluşturulması gerekliliği vurgulanmıştır.

**Tablo 6.6: Hedef-Performans-Faaliyet Raporu**

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
<b>Hedef 1</b> Konaklama olanaklarının geliştirilmesi	<b>Gösterge 1</b> 3 yıl içerisinde	<b>Faaliyet 1</b> İl merkezinde ve turistik destinasyonlarda çevre sürdürülebilirlik ilkeleri dikkate alınarak yatırımların yapılması.	Özel yatırım	Valilik	5
<b>Hedef 2</b> Hediyelik Eşya Çeşitliliğinin Artırılması ve Pazarlanması	<b>Gösterge 2</b> 1 yıl içerisinde	<b>Faaliyet 2</b> Pestil ve Köme ile birlikte Merkezde Gümüş ve Gudu (Güveç), Kürtün Ekmeği, Kürtün Ağaç İşleme ve Kelkit Zilli Kilim el sanatlarının gelecek kuşaklara aktarılması ve hediyelik eşya kapsamında değerlendirilmesi.	Gümüşhane Valiliği	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Ticaret Sanayi Odası iş birliği.	2
<b>Hedef 3</b> Turizm Enformasyon Bürosunun Kurulması	<b>Gösterge 3</b> 1 yıl içerisinde	<b>Faaliyet 3</b> Gümüşhane'ye yurt içi ve yurt dışından gelen ziyaretçilere doğru ve tatmin edici bilgiler vermek amacıyla bir turizm enformasyon bürosunun kurulması.	Gümüşhane Belediyesi	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gümüşhane Üniversitesi	3



Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
<b>Hedef 4</b> Gümüşhane Belediyesi'nde Turizm Şube Müdürlüğü'nün kurulması	<b>Gösterge 4</b> 1 yıl içinde	<b>Faaliyet 4</b> Belediye ve Bağlı Kuruluşları ile Mahalli İdari Birlikleri Norm Kadro ilke ve standartlarına dair yönetmelik çerçevesinde Gümüşhane merkez ilçesinin turizm niteliğinde değerlendirilmesi.	Gümüşhane Belediyesi		4
<b>Hedef 5</b> Turizm Kaynakları Bilgi Sisteminin oluşturulması	<b>Gösterge 5</b> 1 yıl içinde	<b>Faaliyet 5</b> Gümüşhane'de yer alan turistik destinasyonları tanıtan anlık (cep telefonlarına gönderilen mesaj uygulamaları) ve sürekli web sitelerinin oluşturulması.	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Kent Konseyi, Gümüşhane Belediyesi	1
<b>Hedef 6</b> Uygulama Otelinin Açılması	<b>Gösterge 6</b> 1 yıl içinde	<b>Faaliyet 6</b> Gümüşhane Turizm Meslek Lisesi ve Gümüşhane Üniversitesi ilgili bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin pratik eğitimlerini tamamlamaları ve sektöre hazır halde mezun olmaları amacıyla uygulama otelinin açılması.	Valilik	İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Turizm Meslek Lisesi	6

## Sonuç ve Değerlendirme

Bu bölümde genel olarak Gümüşhane ilinin altyapı ve üstyapı olanaklarının genel durumu değerlendirilmiş ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda ilin altyapı ve üstyapı olanaklarının nasıl daha iyi konuma getirilebileceği tartışılmıştır. Alanında uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin saha çalışmaları ve bir gün boyunca fikir tepsisi yöntemi ile Gümüşhane turizminde altyapı ve üstyapı teması kapsamında tartışmaları sonucu GZFT analizi yapılmıştır. Yapılan GZFT analizi sonucunda tespit edilen sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiş, hedefler oluşturulmuş

ve bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için birtakım stratejiler öne sürülmüştür. Bu kapsamda, ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara fikir vermesi ve yol göstermesi açısından bir takım öneriler aşağıda özetlenmektedir.

- Üniversite (turizm fakültesi, iletişim fakültesi, mühendislik fakültesi vb. birimler), belediye, valilik, il kültür ve turizm müdürlüğü ortaklığında turizm kaynakları bilgi sisteminin en kısa zamanda oluşturulması gerekmektedir. Bu bilgi sistemi ile birlikte, Gümüşhane turizmine dair her türlü konu görüşülmeli ve ilde sürdürülebilir bir turizmin gelişebilmesi için sürekli olarak çalışmalar yapılmalıdır. Bununla birlikte, turistik tesislerin (konaklama, yeme-içme, seyahat, eğlence, rekreasyon vb.) istatistikleri düzenli olarak tutulmalı ve bu tesisler arasında ortak bir ağ kurulmalıdır.
- Valilik ve il kültür ve turizm müdürlüğü tarafından hediyeelik eşya kapsamında, Gümüş sikkelerin (Süleymaniye Darphanesi), merkezde gümüş ve gudu (güveç), Kürtün ekmeği, Kürtün ağaç işleme ve Kelkit zilli kilim el sanatlarının canlandırılmasına dönük çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte, hediyeelik eşya satan işletme sayıları artırılmalı, Torul Cam Seyir Terası, Karaca Mağarası, Zigana gibi ziyaretçi sayılarının fazla olduğu destinasyonlarda hediyeelik ve yöresel ürün satan stantların açılması desteklenmelidir.
- Gümüşhane Belediyesi tarafından turizm şube müdürlüğünün açılması ve bu müdürlüğe bağlı turizm enformasyon ofisinin kurulması gerekmektedir.
- İlde, özellikle turlarla gelen turistlerin taleplerini karşılayacak konaklama işletme sayılarını artıracak yatırımların özendirilmesi ile birlikte, doğaya dayalı konaklama tesislerine (oberj, yayla evi, çiftlik evleri vb.) ağırlık verilmesi ve teşvik edilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, eski hanların dokusuna uygun bir şekilde restore edilerek hizmete açılması sağlanmalıdır.
- Gümüşhane Üniversitesi bünyesinde lisans ve önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren bölümler ile birlikte turizm eğitimi veren liselerinde kullanabileceği uygulama alanlarının Gümüşhane Üniversitesi ve İl Mili Eğitim Müdürlüğü ortaklığında projelendirilerek en kısa zamanda açılması gerekmektedir.
- Gümüşhane ilindeki turistik destinasyonları (Süleymaniye Mahallesi, Karaca Mağarası, Zigana, Limni Gölü, Yaylalar, Tomara Şelalesi vb.) vurgulayan ve bu destinasyonlara götüren yol üstü levhalarına daha fazla önem verilmeli ve yolların daha güvenli olması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Kırsal bölgelerde konaklama (ev pansiyonculuğu) olanaklarının yanı sıra, yeme-içme, hatıralık eşya, rekreatif faaliyetler vb. artırılması için çalışmalar yapılmalı ve kırsal girişimcilik desteklenmelidir.

- Turistik destinasyonlarda (Tomara, Örumcek Ormanları, Süleymaniye, Limni vb.) telekomünikasyon hizmetleri ve temel ihtiyaç alanları (tuvalet, mescit vb.) ziyaretçilere sunulmalıdır.

Sonuç olarak, Gümüşhane ilinde sürdürülebilir bir turizm endüstrisinin gelişebilmesi, ilin turizm gelirlerinden hak ettiği payı alabilmesi ve kırsal ve kentsel düzeyde kalkınabilmesi için ilgili mercilerin turizm altyapı ve üstyapı sorunlarını en kısa zamanda çözmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, mevcut durumun sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde sürekli olarak iyileştirilmesini yapmak durumundadırlar.

## Kaynakça

- Akbaba, A. ve Çoban, Ö. (2013). Konaklamada Yeni Yaklaşımlar: Konsept ve Butik Oteller. İçinde: *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* (Ed: Ş. Aydın Tükeltürk ve M. Boz). ss. 331-356. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akyürek, S. ve Zeybek, H. İ. (2018). Gümüşhane İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 869-882.
- Batman, O. (2015). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane İlinin Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, *Mediterranean Journal of Humanities*, VIII/2, ss. 233-249.
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı - DOKA, 24.06.2019 tarihinde (<http://www.doka.org.tr>) adresinden alınmıştır.
- Ekşioğlu A. G. (2019). Kürtün İlçesi'nin Eko Turizm Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12. baskı). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gümüşhane Emlak Kulisi, 24.09.2019 tarihinde (<https://emlakkulisi.com/gumushane-bayburt-havalimani-2020de-tamamlanacak/553335>) adresinden alınmıştır.
- Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 09.01.2019 tarihinde (<http://gumushanekultur.gov.tr/TR-156741/gumushane-tur-operatorlerinin-akinina-ugruyor.html>) adresinden alınmıştır.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. 15.01.2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alınmıştır.
- Merdan, K. (2018). Evaluation of Alternative Tourism's Current Situation and Touristic Potential in Gümüşhane Province by Swot Analysis. *Social Sciences Studies Journal*, 4(13), 141-153.
- Olalı, H. (1973). *Otel İşletmeciliği ve Yönetimi*. İzmir: Ege Üniversitesi İktisadi Ticari Bilimler Fakültesi Yayınları.

- Park, J-Y. ve Jang, S. (2017). An Extended Gravity Model: Applying Destination Competitiveness. İçinde: *Management Science In Hospitality and Tourism Theory, Practice, and Applications* (Edt: M. Uysal, Z. Schwartz ve E. Sirakaya-Turk). ss. 171-198, Oakville: Apple Academic Press.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 13.01.2019 tarihinde (<http://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>) adresinden alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Bölgesel İstatistikler, 24.09.2019 tarihinde (<https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/tabloOlustur.do>) adresinden alınmıştır.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Turizm Verileri, 14.01.2019 tarihinde (<https://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1>) adresinden alınmıştır.
- Zeybek, H. İ., Bağcı, H. R. ve Şirin, M. (2018). Gümüşhane İlindeki Başlıca Turistik Çekiciliklerin Ulaşılabilirlik Durumları. *II. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, ss. 67-78, 20-22 Eylül, Gümüşhane-Türkiye.



# **GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TANITIM VE PAZARLAMA**

*Dr. Öğr. Üyesi Murat ÖDEMİŞ*

## **Giriş**

Günümüzün popüler kavramlarından olan sürdürülebilirliğin yaygınlaştırılması anlamında pazarlama ilkelerinden yararlanılması oldukça önemlidir. Her ne kadar sürdürülebilirlik ve pazarlama kavramları temel olarak birbirine zıt iki kavram gibi değerlendirilse de, pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilirlik sınırları içerisinde gerçekleştirilmesi durumunda bu iki kavramın sinerji oluşturabilmesi mümkün olabilir. Pazarlama, işletmelerin ve destinasyonların ticari faaliyetlerinin devamlılığını sağlayan stratejik bir faaliyettir. Bu faaliyetlerin yönü, tüketicilerin ve toplumun beklentileri doğrultusunda dönem dönem farklı noktalara kaymaktadır. Günümüzde küresel ısınma, küreselleşme, sosyal yapıdaki değişim ve dönüşüm ve tüketicilerin bilinçlenmesi gibi çeşitli nedenlere bağlı olarak tüketicilerin sosyal ve çevresel duyarlılıklarının artması, işletmelerin pazarlama faaliyetleriyle sosyal sorumluluk faaliyetlerini bütünleştirmelerini zorunlu hale getirmiştir. Bu anlayış literatürde “*sürdürülebilir pazarlama*” olarak ifade edilmektedir.

Gerçek anlamda 1990'lı yıllarda tartışılmaya başlayan sürdürülebilir pazarlama anlayışı (van Dam ve Apeldoorn, 1996; Peattie, 1999; Fuller, 1999; Fuller ve Gillet, 1999) pazarlama ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini bütünleştirme ihtiyacından dolayı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir pazarlama kavramının ise temel olarak yeşil pazarlama kavramına dayandığı söylenebilir. Yeşil pazarlamada tartışılan konular pazarlamanın çevresel sorumlulukları boyutu ile sınırlı kaldığından, zaman içinde pazarlamanın sosyal boyutunu da içeren daha geniş bir kavram olan “sürdürülebilir pazarlama” kavramı tartışma konusuna dönüşmüştür (Peattie, 1999; Peattie ve Crane, 2005; Kumar vd., 2013).

Son dönemlerde turizm sektörünün temel arz kaynağı durumundaki sosyo-kültürel ve doğal çevre üzerinde özellikle kitle turizminin yıkıcı etkilerinin görülmeye başlaması ile birlikte, mevcut kaynakların sürdürülebilirlik anlayışı ve dolayısıyla koruma/kullanma dengesi çerçevesinde ele alınarak turistik tüketicilere sunulması önemli hale gelmiştir. Turizm işletmeleri ve destinasyonlar ise, sunmuş oldukları turistik ürün paketlerinin içeriğini sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde oluşturmaya çalışmaktadır.

Bu durumun en önemli nedeni, turistik tüketicilerin de bilinçlenmesiyle birlikte bu konseptte göre oluşturulmuş turistik ürün paketlerine yönelik taleplerinin artmasıdır. Ayrıca turizm işletmelerinin ve destinasyonların artan kaynak maliyetleri ve sürdürülebilir rekabetçi üstünlüğe ulaşma hedefleri bu duruma etki eden diğer faktörlerdir.

Turizm faaliyetlerinin her yönüyle giderek gelişmeye başladığı ve ulusal ve uluslararası pazarda çok fazla bilinmeyen Gümüşhane ili ise, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri bakımından daha etkin olmaya çalışmaktadır. Ancak yeni yeni keşfedilmeye başlayan destinasyonlar arasında yer alan Gümüşhane’nin sahip olduğu turistik çekiciliklerin, koruma/kullanma dengesinin gözetildiği sürdürülebilir pazarlama anlayışı çerçevesinde ele alınması ve turistlere sunulması mevcut değerlerin yok edilmemesi ve gelecek nesillerin de bu değerlerden faydalanabilmesi açısından oldukça önemlidir. Gümüşhane ili her yönüyle (altyapı ve üstyapı, rekreasyonel faaliyetler, hizmet kalitesi, sağlık hizmetleri, insan kaynağının niteliği ve niceliği gibi konularda) gelişimini sürdüren bir destinasyon olup, Gümüşhane’de turizmden kaynaklanan sosyo-kültürel ve çevresel tahribat düzeyi oldukça düşüktür. Turizmden kaynaklanan sosyo-kültürel ve çevresel zararlar ortaya çıkmadan önce, Gümüşhane’nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir pazarlama kriterleri çerçevesinde planlanması ve yönetilmesi gerektiği söylenebilir. Bu çalışmanın ise, Gümüşhane’nin sürdürülebilir tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ışık tutması ve yön vermesi beklenmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın katılımcılarını oluşturan alanında uzman akademisyen ve sektör temsilcilerinin “*Gümüşhane ilinde tanıtım ve pazarlama ve sürdürülebilirlik*” temasına ilişkin olarak bir gün boyunca yapmış oldukları değerlendirmelerin sonuçları sunulmaktadır. İlgili temaya ilişkin sonuçlar, katılımcılardan fikir tepsisi veri toplama yönteminden yararlanılarak elde edilmiştir. Bu kapsamda Gümüşhane’nin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri kapsamında sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler, karşılaşılabileceği fırsat ve tehditler, araştırmanın katılımcıları tarafından belirtilen zayıf yönlerin ve tehditlerin bertaraf edilmesinde benimsenmesi gereken ilkeler, getirilen öneriler ve diğer konular ele alınmaktadır. Çalışmada öncelikle mevcut literatürden yararlanılarak sürdürülebilir pazarlama, turizm sektöründe sürdürülebilir pazarlama ve Gümüşhane’nin mevcut tanıtım ve pazarlama faaliyetleri hakkında bilgiler verilmiş, devamında ise Gümüşhane’nin tanıtımı ve pazarlanmasına ilişkin olarak ortaya çıkan sonuçlar betimsel olarak sunulmuştur. Araştırmanın katılımcıları, Gümüşhane’nin genel olarak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin mevcut durumunu değerlendirmiş ve Gümüşhane’nin tanıtımı ve pazarlanmasındaki eksik ve zayıf yönlerin giderilmesine yönelik olarak çözüm önerileri getirmişlerdir.



Ayrıca Gümüşhane ilinin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, katılımcılar tarafından sorun-fırsat-gerekliklik matrisi ve hedef-performans-faaliyet sonuçları bakımından da değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuç ve değerlendirme bölümünde ise, bu araştırmanın sonuçları ve sürdürülebilir pazarlama anlayışı doğrultusunda çözüm önerileri getirilmeye çalışılmaktadır.

## **7.1. Sürdürülebilir Pazarlama Kavramı ve Turizm**

İşletmeler günümüzde sürdürülebilirliği, iş stratejilerinin önemli bir parçası olarak görmeye başlamıştır (Jones vd., 2007). Sürdürülebilirlik; kurumsal stratejilerin ve pazarlama stratejilerinin uzun vadeli bir bakış açısının da ötesinde, çok daha geniş perspektifte ele alınmasını gerektirir. Bu, mevcut paydaşların yanı sıra geleceğin ihtiyaçlarının da dikkate alınması anlamına gelir. Ayrıca sürdürülebilirlik, çevrenin korunması ile birlikte sosyal değerlerin de korunması ile ilgili bir kavramdır (Peattie, 1999: 133-134). Pazarlama biliminin sürdürülebilirlik içerisindeki rolü ise; daha çok pazarlamanın tüketici davranışlarını anlama ve biçimlendirme, tüketicilerin tutum ve inançlarını etkileme noktasında gerçekleşmektedir. Pazarlama örneğin; karbon-dioksit emisyonlarının azaltılmasında, artan atık stokunun geri dönüştürülmesinde, adil ticari girişimlerin desteklenmesinde ve daha sağlıklı yaşam tarzlarının benimsenmesinde karar vericiler olarak tüketicilerin kilit rolünü dikkate almaya başlamıştır (Jones vd., 2007). Sürdürülebilir pazarlama kavramı da bu çerçevede tartışılmaya başlayan bir kavram olarak dikkat çekmektedir.

Kumar vd. (2013: 603) sürdürülebilir pazarlama kavramının tarihsel olarak ekolojik pazarlama, yeşil pazarlama, daha yeşil pazarlama, sürdürülebilir pazarlama ve sürdürülebilirlik pazarlaması olarak gelişim gösterdiğini ifade etmektedirler. Son dönemlerde ortaya çıkan sürdürülebilir pazarlama ve sürdürülebilirlik pazarlaması kavramları arasında kavramsal olarak çok büyük farklılık bulunmadığı söylenebilir. Literatürde genellikle işletmelerin sosyal sorumluluklarını pazarlama faaliyetleri içerisine entegre etmeye çalışan son dönem pazarlama anlayışı sürdürülebilir pazarlama olarak ifade edildiğinden, bu çalışmada da ilgili kavram “*sürdürülebilir pazarlama*” olarak adlandırılmaktadır.

Sürdürülebilir pazarlama kavramının işletmeler tarafından benimsenmesini gerekli kılan koşullar şu şekilde ifade edilebilir (Cătoiu vd., 2010: 117):

- Kirlilik ve çevrenin korunması ile ilgili mevzuatın giderek gelişme kaydetmesi,
- Doğal kaynakların sınırlı olması ve maliyetinin giderek artması,

- Tüketicilerin tutum ve davranışlarındaki değişimler ve buna bağlı olarak kaynakların sürdürülebilirliğine ilişkin duyarlılıklarının artması,
- Paydaşların sosyal sorumluluk eylemlerinin gerekliliğine ilişkin farkındalıklarının artması,
- Sürdürülebilir stratejilere dayalı rekabet avantajı elde etmenin gerekliliğinin anlaşılmasıdır.

Sürdürülebilir pazarlama, diğer unsurlar ile birlikte, işletmelerde zamanın uzun vadedi olarak ele alınabilmesini ve işletme kârlılığını sürekli hale getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Ayrıca sürdürülebilir pazarlama, geleneksel pazarlama anlayışına göre sosyal ve çevresel konuları çok daha fazla önemsemektedir (Van Dam ve Apeldoorn, 1996). Bu noktada sürdürülebilir pazarlamada önerilen, ortak bir yeşil ve ekolojik pazarlama kavramsallaştırmasına dayalı olarak, ticari ve çevresel kaygılar arasında uygun ticari ilişkilerin kurulmasının sağlanmasıdır (Mitchell vd., 2010: 164).

“Sürdürülebilir pazarlama kavramı; ürünlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtılması ve dağıtılmasına yönelik olarak üç kriteri karşılayacak şekilde planlama, uygulama ve kontrol süreci olarak tanımlanabilir. Bu üç kriterden birincisi müşteri ihtiyaçlarının karşılanması, ikincisi organizasyonel hedeflere ulaşılması, üçüncüsü ise tüm bu süreçlerin eko-sistemle uyum içerisinde gerçekleştirilmesidir” (Fuller, 1999: 4; Fuller ve Gillett, 1999: 222). Bu doğrultuda sürdürülebilir pazarlama yaklaşımında, ekolojik çevre ile olumlu bir ilişki oluşturulması ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarına karşı duyarlılık gösterilmesi söz konusudur (Murphy, 2005: 171). Sürdürülebilir pazarlamada ağırlıklı olarak analiz edilen, teşvik edilen ve geliştirilen bir pazar bölümü olarak “*yeşil tüketiciye*” odaklanılmaktadır (Hunt, 2011: 12).

Gordon vd. (2011) sürdürülebilir pazarlamanın kavramsal yapısının yeşil pazarlama, sosyal pazarlama ve eleştirel pazarlama olmak üzere üç temel kavrama dayandığını belirtmektedirler. Bu kavramlardan yeşil pazarlama anlayışına göre; pazarlama ve iş sürecinin temelinde sürdürülebilirlik çabaları yer almakta olup, daha sürdürülebilir niteliğe sahip mal ve hizmetlerin geliştirilmesi ve pazarlanması amaçlanmaktadır. Sosyal pazarlamada, sürdürülebilir davranışların teşvik edilmesinde üst akım ve alt akım pazarlama müdahalelerinin gücünün kullanılması söz konusudur. Eleştirel pazarlamada ise, piyasalardaki yeniliği kontrol etmek ve teşvik etmek için pazarlamanın eleştirel bir bakış açasıyla analiz edilmesi söz konusudur.

Diğer yandan sürdürülebilir pazarlamanın yeşil pazarlamanın bir sonraki adımı olduğu söylenebilir. Yeşil pazarlama çevresel sorunlara odaklanmakta ve çevresel tahribatın azaltılmasına vurgu yapmaktayken, sürdürülebilir pazarlama sürdürülebilirliğe yeşil

pazarlamaya göre çok daha fazla önem vermektedir. Sürdürülebilir pazarlama, müşterilerin ve diğer paydaşların sürekli olarak tatmin edilmesi suretiyle; daha net sürdürülebilir değere sahip sürdürülebilir çözümler yaratarak, üretmek ve sunarak sosyal, etik ve çevresel (üçlü alt çizgi) hassasiyete dayalı hedeflere ulaşmaya odaklanan geniş kapsamlı bir yönetim şeklidir (Charter vd., 2002). Sürdürülebilir pazarlama anlayışı çerçevesinde, işletmelerin tüketici ve toplumsal refahı göz önünde bulundurması ve tüketicilerini daha sürdürülebilir bir anlayışa yönlendirmek üzere bazı sorumluluklar alması gerekmektedir (Peattie ve Crane, 2005: 367). Bu nedenle sürdürülebilir pazarlama kavramının işletmenin sosyal sorumluluğu ile ilişkili olduğu söylenebilir. Sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen işletmeler; yürütmüş oldukları faaliyetlerde etik ilkeleri benimseyerek ve sosyal ve çevresel sorunlara duyarlılık göstererek rekabetçi avantaj elde etmeye çalışmaktadır (Cătoiu vd., 2010: 118).

Sosyal ve ekolojik sorunlar göz ardı edilmeksizin, müşteri ihtiyaç ve isteklerinin giderilmesi ve müşteri değerinin artırılması günümüz pazarlama anlayışının temelini oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik ilkeleri ve tüketici davranışları doğrultusunda sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin belirlenerek, sürdürülebilir pazarlama karma elemanlarının oluşturulması ve uygulanması sürdürülebilir pazarlama anlayışının hayata geçirilmesinde önem taşımaktadır. Bu süreçte ürünlerin üretiminden nihai tüketiciye ve satış noktalarına ulaştırılana dek ortaya çıkan çevresel etkilerin minimize edilmesi ve toplumun sürdürülebilirlik kavramı hakkında bilinçlendirilmesine yönelik tutundurma çabalarının uygulanması sürdürülebilir pazarlama anlayışının temelini oluşturur. Diğer yandan sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen işletmeler, sosyal ve çevresel sorunları belirleyerek bu sorunlara çözüm üretmeye yönelik kurumsal politikalar geliştirmeye çalışmalıdır. Bu doğrultuda işletmeler öncelikle iç çevresindeki sorunlara yönelik çözümler üretmeli, ardından ise toplumsal bilinci geliştirmeye çalışmalıdır (Özbakır ve Velioğlu, 2010).

Sürdürülebilir pazarlama için önemli bir yere sahip olan iki tür taşıma kapasitesinden söz edilebilir. Bunlar, pazar kapasitesi ve kaynak kapasitesidir. Pazar kapasitesi; bir toplumdaki mevcut tüketim düzeyinin, gelecek neslin aynı tüketim seviyesine izin verecek kadar yüksek olup olmadığı ile ilgilidir. Kaynak kapasitesi ise insan nüfusu ile mevcut kaynaklar arasında denge kurulması olarak ifade edilebilir. Örneğin, insan nüfusunun mevcut gıda arzından fazla olması kitlesel açlığa yol açabilir. Ayrıca insan nüfusunun hızla artması ile birlikte kitlesel tüketimde de artışın meydana gelmesi bazı ekolojik sonuçlar doğurmaktadır. Bu doğrultuda kaynakların hızla tükenmesi, üretim süreçlerinden kaynaklanan çevresel bozulmalar, lojistik ve dağıtımdan kaynaklanan emisyon ve atıklar gibi ekolojik sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Achrol ve Kotler, 2012: 44).

Yapılan bir araştırmada sürdürülebilir pazarlamanın sürdürülebilir kalkınmaya, sürdürülebilir kalkınmanın ulusların zenginliğine, ulusların zenginliğinin ekonomik büyümeye, ekonomik büyümenin ise ekonomik serbestliğe ve piyasalardaki rekabetçi avantaj elde etme yarışına bağlı olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın sonuçlarına göre, sürdürülebilir pazarlamanın ekonomik serbestliğe ve rekabetçi avantaj yarışına bağlı olduğu tespit edilmiştir (Hunt, 2011: 19).

Diğer yandan işletme faaliyetlerinin ve bu kapsamda yer alan pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir kalkınmadaki önemini idrak edebilmek amacıyla öncelikle yönetim anlayışının değişmesi gerekmektedir. İşletmeler pazarlama faaliyetleri ile özellikle tüketicilere sürdürülebilir tüketim bilinci aşılanmalıdır. Devamında ise, pazarlama faaliyetleri kapsamında yürütülen çevre duyarlılığına dayalı üretim, tanıtım, tedarik, ambalajlama ve etiketleme faaliyetlerine gereken önemi ve hassasiyeti göstermelidir (Önce ve Marangoz, 2012: 391).

Sürdürülebilir pazarlama uygulamaları, turizm sektöründe de tartışılan bir konudur. Bu doğrultuda, Jamrozy (2007) çalışmasında bir sürdürülebilir turizm pazarlama modeli önermektedir. Bu modelde turizm; sürdürülebilir pazarlama modelinde yer almakta olan toplumsal pazarlama, çevresel pazarlama ve ekonomik pazarlama çerçevesinde daha geniş bütünsel bir bağlam içerisine entegre edilmekte ve sistem içerisindeki tüm paydaşlara yönelik bir yaşam kalitesi pazarlanmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda pazarlamada yaşanan paradigma kayması ile turizm pazarlamasında, tatmin edici ve kârlı bir turizm deneyimi yaşatılması anlayışından sürdürülebilir yaşam sisteminin kurulmasını amaçlayan bir anlayışa doğru bir dönüşüm önerilmektedir. Bu sistem, yerel halk ve ziyaretçiler için yaşayan bir sistemdir. Turizm deneyimleri yerel halkın yaşam kalitesini artırabilir, yaşam tarzı ve çevredeki çeşitliliklerin ve farklılıkların iletilmesini sağlayabilir ve ziyaretçiler ile ev sahipleri arasında anlayış ve beğeniye katkıda bulunabilir. Paradigma değişiminin temelinde ise, turizmin yalnızca bir boş zaman ürünü olarak ve bireysel katılımcılar için değil; insan ve insan dışındaki canlıları, ziyaretçileri ve ev sahibi toplulukları içeren geniş yaşam sistemleri için yaşam kalitesini artıran bir deneyim olarak pazarlanmasıdır. Bu bütünleşik düşünce biçimi, turizmi sosyal psikolojik bir aktivite olarak tasvir etmektedir. Bu doğrultuda turizmden elde edilen faydalar kapsamında yalnızca ekonomik kâr değil; aynı zamanda kendi inanç sistemlerindeki, beğeni kriterlerindeki ve çeşitlilik ihtiyacı hislerindeki değişimler de yer almaktadır. Turizm sistemi talep ve arz ile sınırlı olmayıp, sinerjik sistemler bütünüdür (Jamrozy, 2007).

## **7.2. Gümüşhane’nin Mevcut Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri**

Türkiye’de son yıllarda turizme yönelik yerel ve bölgesel pazarlama faaliyetleri önem kazanmış durumdadır. Turistik çekiciliği oldukça fazla olan Gümüşhane ili de tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde henüz yeterli düzeye ulaşamamış olsa da, kayda değer bir çaba içerisinde. Esasında altyapı ve üstyapı gibi öncelikli sorunlarını henüz tam olarak çözememiş olması nedeniyle, Gümüşhane ilinin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini öncelikli çabaları ve hedefleri arasına koyamadığı söylenebilir. Ancak yine de son yıllarda ağırlıklı olarak T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Gümüşhane Valiliği gibi kamu otoritelerinin girişimleri başta olmak üzere sivil toplum kuruluşlarının, bazı medya kuruluşlarının ve Gümüşhane Üniversitesi’nin Gümüşhane’nin tanıtım ve pazarlanmasına yönelik olarak dikkat çekici girişim ve faaliyetlerinin olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca Gümüşhane’nin çeşitli yollarla dolaylı olarak tanıtım da yapılmaktadır. Gümüşhane’nin tanıtım ve pazarlanmasına yönelik doğrudan girişim ve faaliyetlerin yanında, dolaylı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinden bazıları şu şekildedir:

- Gümüşhane Valiliği’nin 2016 yılında hazırladığı Gümüşhane tanıtım filminin ve Gümüşhane ile ilgili diğer videoların youtube gibi çok fazla ziyaretçisi ve takipçisi olan mecralarda yer alması ve çok sayıda kişi tarafından izlenmesi,
- Gümüşhane Valiliği ve İstanbul Gümüşhane Dernekler Federasyonu (GÜDEF) tarafından ortaklaşa düzenlenen Gümüşhane Tanıtım Günleri (8. Gümüşhane Tanıtım Günleri, İstanbul Yenikapı’da 24-27 Ekim 2019 tarihlerinde düzenlendi),
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı’nın (DOKA), Gümüşhane Valiliği’nin, Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün ve Gümüşhane Belediyesi’nin resmi web sitelerinde Gümüşhane hakkında bilgilendirici yazılara ve Gümüşhane’deki destinasyonlara ilişkin görsellere yer verilmesi (örneğin, DOKA’nın web sitesinde yer alan Gümüşhane Turizm Tanıtım Kataloğu’nda ve DOKA Bölge Turizm Tanıtım Kataloğu’nda Türkçe, İngilizce ve Arapça dillerinde Gümüşhane’nin turistik destinasyonlarını tanıtmayı amaçlayan bilgilere ve Gümüşhane’nin turistik destinasyonlarının fotoğraflarına yer verilmesi) (DOKA, 2019b),
- “DOKA Planlama ve Tanıtım Birimi”nin Gümüşhane cazibe merkezi ile ilgili yatırımcı iş adamlarını bilgilendirmeye yönelik yürüttüğü faaliyetler (örneğin, 2017 yılında Trabzon sanayici ve iş adamları üyelerine “DOKA Planlama ve Tanıtım Birimi” tarafından Gümüşhane’nin yatırım olanakları ile ilgili bilgilendirme amaçlı bir sunumun gerçekleştirilmiş olması) (DOKA, 2019a),

- Gümüşhane Üniversitesi'nin düzenlediği kongre, sempozyum, panel, çalıştay ve Gümüşhane sergisi gibi etkinliklerin sağladığı dolaylı tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetleri,
- Ulusal ve yerel ölçekte faaliyet gösteren yazılı ve görsel medyanın Gümüşhane'nin turistik destinasyonlarına ilişkin yapmış olduğu haberler (son dönemlerde ziyaretçi sayısı giderek artan Torul Kalesi Cam Seyir Terası başta olmak üzere, Tomara Şelalesi'ne, yayla şenliklerinin düzenlendiği Gümüşhane yaylalarına ilişkin haberlere bazı medya kuruluşlarında sıkça yer verilmektedir. Özellikle yayla şenlikleri dönemlerinde yapılan haberler Gümüşhane yaylalarının bilinirliğini artırmakta olup, yayla şenliklerinin coşku ve heyecanının kamuoyuyla paylaşılması sağlanmaktadır.),
- Bazı destinasyonların sosyal medya araçları vasıtasıyla tanıtılması ve ilgili destinasyonlara ilişkin güncel haberlere yer verilmesi (örneğin, Torul Belediyesi'nin Torul Kalesi Cam Seyir Terası'na ilişkin resmi facebook hesabı üzerinden yaptıkları paylaşımlar),
- Son yıllarda bilim insanları tarafından Gümüşhane ile ilgili yapılan akademik çalışmaların sayısının artması ve bu çalışmaların hem Gümüşhane'nin ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimine hem de dolaylı tanıtımına katkı sağlaması,
- Gümüşhane'nin yerel lezzetleri arasında yer alan ve coğrafi işaretli bir ürünü olan pestil ve köme ile özdeşleşmeye başlaması, pestil ve kömenin pazarlamasını yapan Gümüşhane menşeli bilinirliği yüksek markaların ortaya çıkması ve bu durumun Gümüşhane'nin dolaylı tanıtımına katkıda bulunması,
- Gümüşhane'de gerçekleştirilen yeni altyapı ve üstyapı yatırımlarıyla ve oluşturulan yeni çekicilik unsurlarıyla Gümüşhane'yi daha fazla ziyaretçinin ziyaret etmeye başlaması ve bu ziyaretçilerin potansiyel ziyaretçiler için tanıtım elçisi ya da referans olma potansiyellerinin yüksek olması olarak ifade edilebilir. Örneğin, Torul Kalesi Cam Seyir Terası gibi yeni cazibe merkezlerinin oluşturulması, özellikle Gümüşhane Torul ilçesinin hem ziyaretçi sayısının artırılmasına hem de tanıtımı ve pazarlanmasına önemli katkılarda bulunmaktadır.

### **7.3. Gümüşhane İlinde Sürdürülebilir Tanıtım ve Pazarlama**

Araştırmada, Gümüşhane'nin tanıtımı ve pazarlanmasına ilişkin olarak bazı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar ve bu sonuçlar doğrultusunda katılımcılar tarafından yapılan öneriler, Gümüşhane'nin genel olarak tanıtımı ve pazarlanmasına yöneliktir. Bu başlık altında söz konusu sonuçlara ayrıntılı bir şekilde yer verilmektedir. Bu çalışmanın sonuç ve değerlendirme bölümünde ise araştırmanın sonuçları da dikkate alınarak, Gümüşhane'nin tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik sürdürülebilir pazarlama anlayışı çerçevesinde bazı değerlendirmeler ve öneriler sunulmaktadır.

**Tablo 7.1: Gümüşhane'nin Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin GZFT Sonuçları, Yapılması Gerekenler ve Öncelik Sıralamaları**

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler (Sorun Alanları)	Fırsatlar/ Tehditler (İyi- leştirmeye Açık Alanlar)	Neler Yapılmalı?	Öncelik Sıralaması
Son dönemlerde yapılan ulaşım altyapı yatırımları (Hava- alanı, tünel ve yol yatırımları)  Tünel sayılarının fazla olması	Ulusal ve uluslararası medyada Gümüşhane'nin yer almaması ve havayolu, Gezi, Turizm, Spor ve Lifestyle dergilerinde Gümüşhane ile ilgili destinasyonlara yer verilmemesi	<b>Fırsatlar:</b> Trabzon ha- vaalanına 1-1 buçuk saatlik yakınlıkta ol- ması	Turistik destinasyon olarak ildeki önemli merkezlerin ulaşım altyapı ve üstyapılarına öncelik verilmeli. Yerel yönetimlerde özel tanıtım birimi oluşturularak profes- yonel iletişim uzman- ları çalıştırılmalıdır.	1
Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turistik anlamda erişilebilir en cazip mağaraya sahip olması	İlgili bakanlıkların tanıtım materyalle- rinde Gümüşhane ile ilgili destinasyonlara yeteri kadar yer veril- memesi	Trabzon, Rize gibi büyük turizm destinas- yonlarına yakın olması	Mağaranın tanıtım materyallerinde yoğun olarak kullanılmalı. İlgili il müdürlüğü bakanlıkla irtibata geçmeli ve eksikleri gidermeli.	2
Türkiye'de en çok yaylanın bulunduğu il olması - Yaylaların doğasının bozulma- mış olması - Yayla şenliklerinin bulun- ması	Yöreye özgü mimari- nin yeni kent yapılaş- ması ile bozulması	Bölgesel tu- rizimde tur güzergâhında yer alma imkânı olması	Turizme uygun olan pilot yaylalar seçilerek turistik fa- aliyetlere uygun hale getirilmeli. İlin imar planı turizm ihtiyaçları dikkate alınarak düzenlenmeli.	3
Hali hazırda (Kara- ca mağarası, Limni Gölü, Torul Cam Seyir Terası, Zigana, Tomara vd.) popüler destinasyonlara sahip olması	Gümüşhane şehir merkezinde yer ve otopark sorunu	Türkiye'nin kuzey güney illeri arasında geçiş noktasın- da bulunması	Popüler destinasyon- ların tanıtımına ağır- lık verilmeli. Şehir merkezinde tur araçlarının rahat hareket edebilmesine olanak sağlamak amacıyla uygun park yeri oluşturulmalı ve acenteler bilgilendi- rilmeli.	4

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler (Sorun Alanları)	Fırsatlar/ Tehditler (İyi-leştirmeye Açık Alanlar)	Neler Yapılmalı?	Öncelik Sıralaması
Ülke genelinde Gümüşhane hakkında olumsuz yayınların olmaması ve suç oranının oldukça düşük olması	Gümüşhane şehir merkezinde nitelikli yeme-içme tesisinin olmaması ve yöresel yemek sunan işletmelerin olmaması	<b>Fırsatlar:</b> Yeme, içme ve konaklama ücretlerinin çevre illere göre uygun olması	Güven şehri algısı tüm pazarlama ve tanıtım materyallerinde kullanılmalı. Yeme içme tesisleri ile ilgili eğitim faaliyetleri düzenlenmeli.	5
Dağlık bölge olması sebebiyle kış turizmi ve diğer dağcılık aktiviteleri bağlamında geniş imkânlar sunması	İkonik bir destinasyona sahip olmaması ve şehre ilişkin efsane ve hikâyelerin yeterince bilinmemesi	Güneşli gün sayısının fazla olması	Dağ turizmi olanaklarının tanıtımına dağcılıkla ilgili kuruluşlarla işbirliğine gidilmeli. Gümüş ev ve/veya Kuşburnu güzellik-terapi bahçesi gibi bir ürün oluşturulması.	6
Baraj ve baraj göllerinin varlığı	Kış turizmi potansiyeline rağmen tesislerin yetersiz olması	Halkın turizme olan inancı ve turizmi desteklemeye oldukça istekli olmaları	Baraj göllerinin rekreasyonel yönleri güçlendirilmeli. Kamu veya özel sektör işbirliği ile kış turizmi tesisleri artırılmalı.	7
Endemik bitki türlerine sahip olması	Altın ve gümüşün turistik ürün olarak değerlendirilememesi ve el sanatları (hediyelik ürün) olarak pazarlanmasındaki yetersizlikler	Pestil ve kömenin ülke genelinde tüketimi fazla olan bir ürün olması	Endemik bitki türlerinin koruma ve kullanım dengesinin kurularak turizmde kullanımı sağlanmalı. Eski Gümüşhane'de bir konak gümüş atölyesi haline getirilmeli ve turistler el sanatlarının yapımını deneyimlemeli.	8
Merkezi yönetimde Gümüşhane kökenli bürokratların varlığı	Uluslararası fuarlarda Gümüşhane'nin yer almaması	Organik tarım potansiyelinin yüksek olması		9
Tarihi ve kültürel değerlerinin varlığı	Sosyal medyanın etkin kullanılmaması	Yatırım maliyetlerinin düşük olması		10



*Gümüşhane 'de Sürdürülebilir Tanıtım ve Pazarlama*

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler (Sorun Alanları)</b>	<b>Fırsatlar/ Tehditler (İyi-leştirmeye Açık Alanlar)</b>	<b>Neler Yapılmalı?</b>	<b>Öncelik Sıralaması</b>
Pazarlama açısından ön plana çıkarılabilecek pestil, köme, kuşburnu, siron, ekmek, döner ve kuru fasulye gibi gastronomi ürünlerinin bulunması	Nitelikli konaklama kapasitesinin az olması	Siyasi desteğin olması		11
Sportif olta balıkçılığına uygun alanların olması	Tarihi eserlerin restorasyon eksikliği	<b>Tehditler:</b> Ulusal medyada Gümüşhane'yi öne çıkaracak editörlerin yer almaması		12
İklim bakımından elverişli olması	Şehir planlamasında, altyapı ve üstyapıdaki eksiklikler	İlin turistik değerlerinin bulunduğu alanlarda altyapı ve üstyapı eksiklikleri		13
Üniversite düzeyinde turizm eğitimlerinin verilmesi	Kırsal alanın terk edilerek şehre göç edilmesi	Gümüşhane'deki turistik alanların işletilmesine özel sektörün yeterince ilgi göstermemesi		14
Gümüşhane halkının konuksever ve yardımsever olması	Coğrafi olarak engebeli araziye sahip olması	Seyahat acentelerinin Gümüşhane'nin potansiyeli ile ilgili yeterince bilgilendirilmemesi		15
Bölgede yatırım teşviklerinin fazla olması	Yayla şenliklerinin dışında kayda değer kültür etkinliklerinin olmaması	Gümüşhane'nin çevre illerle birlikte ortak pazarlanmaması		16
Merkezi yönetim ve yerel yönetimlerin uyumlu çalışması	Tarihi ipek yolunun yeterince tanıtılmaması	Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersiz oluşu		17

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler (Sorun Alanları)	Fırsatlar/ Tehditler (İyi- leştirmeye Açık Alanlar)	Neler Yapılmalı?	Öncelik Sıralaması
Outdoor ilgi alanlarına sahip hedef kitleye uygun olması	Türkiye genelinde yüksek tanınırlığa sahip “Zigana” isminin tanıtım konusunda yeterince kullanılmaması	Gümüşhane’de turizm faaliyetini üstlenecek seyahat işletmelerinin eksikliği		18
Aktif altın ve gümüş madenlerinin olması	Hizmet sektöründe kalifiye eleman eksikliği	Mevsimsel özelliklerin yeterince kullanılmaması		19
Tarihi ipek yolu güzergâhının en önemli noktasında bulunması	Gümüşhane’nin tek başına pazarlanabilirliğinin düşük olması			20
Sinema ve belgesel film çekimleri açısından güçlü görsel alanlara sahip olması				21

Tablo 7.1’de tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde Gümüşhane’nin diğer illere göre güçlü ve zayıf yönleri, bu süreçte karşılaşılabilecek fırsat ve tehditler, bu noktada yapılması gerekenler ve öncelik sıralamaları verilmektedir. İlgili tabloda öncelik sıralamasında Gümüşhane’nin tanıtımı ve pazarlanması anlamında güçlü yön olarak son dönemlerde yapılan havaalanı, yol, tünel gibi altyapı yatırımlarının önemli olduğu belirtilmektedir. Zayıf yön olarak Gümüşhane’nin ulusal ve uluslararası medyada çok fazla yer almaması; havayolu, gezi, turizm, spor ve lifestyle dergilerinde Gümüşhane ile ilgili destinasyonlara yer verilmemesi gösterilmektedir. Birinci öncelikli fırsat olarak Gümüşhane’nin Trabzon havaalanına oldukça yakın olması, en başta yapılması gerekenin ise Gümüşhane’deki önemli destinasyonların altyapı ve üstyapılarına öncelik verilmesi ve yerel yönetimlerde özel tanıtım birimi oluşturularak profesyonel iletişim uzmanlarının çalıştırılması gerektiği belirtilmiştir. Diğer yandan Tablo 7.2’de katılımcıların değerlendirmelerini yansıtan Gümüşhane’nin tanıtımı ve pazarlanmasında öncelikli sorunların, öncelikli fırsatların, çözüm önerilerinin ve yapılması gerekenlerin neler olduğuna ilişkin ayrıntılı açıklamaların yer aldığı sorun-fırsat-gerekliklik matrisi verilmektedir.

**Tablo 7.2: Sorun-Fırsat-Gereklilik Matrisi**

Öncelikli Sorunlar	Öncelikli Fırsatlar	Çözüm Önerileri	Gereklilikler
Ulusal medyada Gümüşhane'yi öne çıkaracak editörlerin olmayışı	Trabzon havaalanına 1-1 buçuk saatlik yakınlıkta olması	Tüm medya kuruluşları ile sürekli iletişim halinde olunmalı ve haber akışı sağlanmalıdır.	Turizm kent konseyi veya tanıtım platformu oluşturulmalıdır. Profesyonel iletişim uzmanları çalıştırılmaktadır.
İlin turistik değerlerinin bulunduğu alanlarda altyapı ve üstyapı eksiklikleri	Trabzon, Rize gibi büyük turizm destinasyonlarına yakın olması	İlin altyapı ve üstyapı eksiklikleri öncelikli ele alınarak çözümlenmeli	Valilik, belediyeler ve ilgili tarafların işbirliği yapması
Gümüşhane'deki turistik alanların işletilmesine özel sektörün yeterince ilgi göstermemesi	Bölgesel turizmde tur güzergâhında yer alma imkânı olması	Girişimcilere (özellikle kadın) eğitim ve teşvikler verilerek ilgi artırılmalıdır.	Eğitim kurumları, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve STK'lar işbirliği yapmalıdır.
Seyahat acentelerinin Gümüşhane'nin potansiyeli ile ilgili yeterince bilgilendirilmemesi	Türkiye'nin kuzey güney illeri arasında geçiş noktasında bulunması	Acentelerle iş birliği yapılmalı ve gerekli tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmelidir	İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, üniversiteler ve ilgili işletmeler
Gümüşhane'nin çevre illerle birlikte ortak pazarlanmaması	Yeme, içme ve konaklama ücretlerinin çevre illere göre uygun olması	Büyük tur operatörleri ile görüşmeler gerçekleştirilip cazip teklifler sunulmalıdır. Gerekirse teşvik sağlanmalıdır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB ve yerel yönetimler

Tablo 7.3'te Gümüşhane'nin tanıtımı ve pazarlanmasında hedefler, performans göstergeleri, sorumlu kuruluş, işbirliği yapılacak kuruluşlar ve faaliyet öncelik sıralaması verilmektedir. Araştırmada yer alan katılımcılar tarafından tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde öncelikli hedefin ildeki önemli turizm merkezlerinin ulaşım altyapı ve üstyapılarına öncelik verilmesinin olduğu, performans göstergesi olarak bu yatırımların 3 yıl içerisinde tamamlanmasının gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca bu yatırımların gerçekleştirilmesinde sorumlu kuruluşların valilik, il özel idaresi, belediyeler ve kaymakamlıklar gibi kamu kuruluşlarının olduğu, işbirliği yapılabilecek kuruluşların ise turizm sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün olabileceği belirtilmiştir.

Tablo 7.3: Hedef-Performans-Faaliyet Sonuçları

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
Turistik destinasyon olarak ildeki önemli merkezlerin ulaşım altyapı ve üstyapılarına öncelik verilmeli.	3 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Öncelikli destinasyonlar belirlenmeli</li> <li>- Destinasyonlarda öncelik sırasına göre ulaşım, altyapı ve üstyapı tamamlanmalı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valilik</li> <li>- İl Özel İdaresi</li> <li>- Belediyeler</li> <li>- Kaymakamlıklar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turizmle ilgili</li> <li>- STK'lar</li> <li>- Özel sektör</li> </ul>	1
Yerel yönetimlerde özel tanıtım birimi oluşturularak profesyonel iletişim uzmanları çalıştırılmalıdır.	1 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yerel yönetimlerde profesyonel iletişim uzmanları istihdam edilmeli</li> <li>- Ulusal / Uluslararası medya ile ilişkiler artırılmalı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</li> <li>- Belediyeler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medya kuruluşları</li> <li>- TÜRSAB</li> <li>- STK'lar</li> <li>- Özel Sektör</li> </ul>	2
Karaca Mağarası tanıtım materyallerinde yoğun olarak kullanılmalı.	1 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosyal medya araçlarında ve basılı materyallerde mağara görselleri artırılmalı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</li> <li>- Belediyeler</li> <li>- Valilik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medya kuruluşları</li> <li>- TÜRSAB</li> <li>- STK'lar</li> <li>- Özel Sektör</li> </ul>	3
Turizme uygun olan pilot yaylalar seçilerek turistik faaliyetlere uygun hale getirilmeli.	3 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İlgili taraflarla işbirliğine gidilerek yayla turizmi master planı hazırlanmalı</li> <li>- Konaklama ve diğer tesisler yayla mimarisine uygun inşa edilmeli</li> <li>- Ulaşım sorunları çözülmeli</li> <li>- Yerel halka turizme ilişkin eğitimler verilmeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kültür ve Turizm Bakanlığı</li> <li>- Orman ve Su İşleri Bakanlığı</li> <li>- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı</li> <li>- Milli Eğitim Bakanlığı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Üniversite</li> <li>- Halk Eğitimi,</li> <li>- MEB'e bağlı resmi okullar</li> <li>- Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü,</li> <li>- STK'lar</li> </ul>	4
Güven şehri algısı tüm pazarlama ve tanıtım materyallerinde kullanılmalı	1 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosyal medya araçlarında ve basılı materyallerde güven şehri vurgusu yapılmalı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</li> <li>- Belediyeler</li> <li>- Valilik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medya kuruluşları</li> <li>- TÜRSAB</li> <li>- STK'lar</li> <li>- Özel Sektör</li> </ul>	5

*Gümüşhane 'de Sürdürülebilir Tanıtım ve Pazarlama*

Hedefler	Performans Göstergeleri	Faaliyetler	Sorumlu Kuruluş	İş Birliği Yapılacak Kuruluşlar	Faaliyet Öncelik Sıralaması
Ulusal ve uluslararası medyadaki köşe yazarları ve gazeteciler ile sosyal medya fenomenleri ve gezginler davet edilerek özel geziler düzenlenmelidir.	1 yıl içerisinde tamamlanması (Belli aralıklarla tekrarlanmalı)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belli bir program dâhilinde ilgili kişilerle iletişime geçilmeli</li> <li>- Bu kişilerin Gümüşhane'de misafir edilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</li> <li>- Belediyeler</li> <li>- Valilik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- STK'lar</li> <li>- Medya kuruluşları</li> </ul>	6
Sinema ve TV'lerdeki yapımcı ve yönetmenler Gümüşhane'ye davet edilerek tanıtıcı geziler düzenlenmelidir.	1 yıl içerisinde tamamlanması (Belli aralıklarla tekrarlanmalı)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belli bir program dâhilinde ilgili kişilerle iletişime geçilmeli</li> <li>- Bu kişilerin Gümüşhane'de misafir edilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü</li> <li>- Belediyeler</li> <li>- Valilik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medya kuruluşları</li> <li>- STK'lar</li> </ul>	7
Gümüş ev ve/veya Kuşburnu güzellik-terapi bahçesi gibi bir ürün oluşturulması	2 yıl içerisinde tamamlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>- İlgili taraflarla işbirliğine gidilerek yayla turizmi master planı hazırlanmalı</li> <li>- Konaklama ve diğer tesisler yayla mimarisine uygun inşa edilmeli</li> <li>- Ulaşım sorunları çözülmeli</li> <li>- Yerel halka turizmle ilişkin eğitimler verilmeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kültür ve Turizm Bakanlığı</li> <li>- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı</li> <li>- Anıtlar Yüksek Kurulu</li> <li>- İl Özel İdaresi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Üniversite</li> <li>- Kalkınma Bakanlığı</li> <li>- Avrupa Birliği Organları</li> </ul>	8

Diğer yandan araştırmanın katılımcıları farklı konularda da fikirlerini beyan etmişlerdir. Bunlar; Gümüşhane deyince akla ilk gelenler nelerdir?, Gümüşhane'nin pazarlanmasını zorlaştıran ilk beş sebep nedir?, Gümüşhane ile ilgili hayaller başlıkları altında ifade edilmiştir. Katılımcıların bu konularla ilgili düşünceleri şu şekildedir:

❖ **Gümüşhane deyince akla ilk gelenler nedir?**

Kuşburnu, Zigana, Pestil-köme, Karaca Mağarası, Gümüş-altın, Limni Gölü, Örümcek Ormanları

❖ **Gümüşhane'nin pazarlanmasını zorlaştıran ilk beş sebep nedir?**

- 1) İkonik bir sembolün olmaması ve markalaştırılamaması
- 2) Nitelikli konaklama tesislerinin yetersizliği
- 3) Özel girişimcilerin isteksizliği
- 4) Medya desteğinin yetersizliği
- 5) Hedef kitlenin net olarak tespit edilmemesi

❖ **Gümüşhane ile ilgili hayaller**

- 1) Dağlarda cam zeminli seyir koridorları
- 2) Dağlarda devasa asma köprüler
- 3) Doğal alanlarda gençlere ve yaşlılara yönelik rehabilitasyon alanları
- 4) Taş, altın ve maden işçiliği ile bu malzemelerin turistik ürüne dönüştürülmesi. Turistlerin bunları deneyimlemesi
- 5) Kayalık alanlarda oyma konaklama tesisleri (Taş-mağara konaklama mekânları)
- 6) Vadilerin rekreasyonel cazibesi olan alanlara dönüştürülmesi
- 7) Kayak ve tırmanma alanlarının oluşturulması
- 8) Yüksek irtifa kamp merkezlerinin kurulması
- 9) Gümüşhane'de dizi ve sinema filmlerinin çekiliyor olması
- 10) Baraj göllerinin rekreasyonel alan olarak kullanılması
- 11) Tamamen gümüşten yapılmış ikonik bir evin inşa edilmesi
- 12) Kuşburnu güzellik terapi bahçesi

Ayrıca Gümüşhane'nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkin hale getirilmesi noktasında araştırma katılımcıları tarafından getirilen diğer öneriler ise şu şekildedir:

- ✓ Bölge illerindeki yerel acentelerle iş birliği yapılmalı ve gerekli tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmelidir.
- ✓ Sosyal medya ve dijital iletişim araçları profesyonel ekiplerce yönetilerek tanıtım amaçlı kullanılmalıdır.

- ✓ Yurtdışı talep analizleri yapılmalı ve hedef kitleye uygun paketler oluşturularak tanıtım mecralarında kullanılmalıdır.
- ✓ Benzer özellikleri taşıyan şehirler incelenmeli ve pazarlama-tanıtım faaliyetleri değerlendirilmelidir.
- ✓ Yöresel gastronomi ürünleri tanıtım materyallerinde yer almalıdır.
- ✓ Turizm ağırlıklı yayın yapan ekonomi, gezi, spor, outdoor ve uçuş dergileri ile sürekli iletişim halinde olunmalı ve haber akışı sağlanmalıdır.
- ✓ İl için hazırlanan tanıtım materyallerinin (tanıtım filmi, broşür, fotoğraf, katalog vb.) erişilebilirliği artırılmalıdır.
- ✓ Hedef ülkelerin tanınmış kişileri Gümüşhane'de ağırlanmalı ve tanıtım amaçlı kullanılmalıdır.
- ✓ Herfene geceleri gibi kültürel aktiviteler turizm amaçlı pazarlanmalıdır.
- ✓ Valilik, belediye, kaymakamlıklar ile üniversite, sivil toplum kuruluşları ve sektör temsilcilerinin yer aldığı ortak turizm kent konseyi veya tanıtım platformu oluşturulmalı ve tüm tanıtım/pazarlama çalışmaları bu platform üzerinden yürütülmelidir.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Gümüşhane son yıllarda turizm faaliyetleri bakımından özellikle Karaca Mağarası, Torul Kalesi Cam Seyir Terası, Limni Gölü, Zigana Kayak Merkezi, Tomara Şelalesi, Süleymaniye Mahallesi (Eski Gümüşhane) gibi cazibe merkezleriyle ön plana çıkmaya başlamıştır. Her yönüyle (altyapı ve üstyapı, rekreasyonel faaliyetler, hizmet kalitesi, sağlık hizmetleri, insan kaynağının niteliği ve niceliği gibi alanlarda) gelişimini sürdürmekte olan Gümüşhane destinasyonunun ulusal ve uluslararası pazarda çok fazla tanınmıyor olması nedeniyle etkin olarak tanıtılmaya ve pazarlanmaya ihtiyacı bulunmaktadır. Ancak bu noktada araştırmada yer alan katılımcıların da belirttiği gibi; altyapı ve üstyapı, hizmet kalitesi, ulaşılabilirlik gibi çözüme kavuşturulması gereken bazı sorunlar bulunmaktadır. Gümüşhane'nin bu temel problemlerinin çözüme kavuşturulması durumunda, ilin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin daha etkin hale getirilebileceği söylenebilir.

Diğer taraftan yapılacak ve yapılmakta olan altyapı ve üstyapı yatırımlarının ve planlanan turizm faaliyetlerinin Gümüşhane'ye ulusal ve uluslararası turizm pazarında sürdürülebilir rekabetçi üstünlük kazandırması oldukça önemlidir. Bu noktada yapılacak yatırımların sosyo-kültürel yapının ve doğal çevrenin korunarak gerçekleş-

tırılması, diğer bir ifadeyle sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde planlanması ve yönetilmesi gerekmektedir. Aynı şekilde sürdürülebilir turizm anlayışına uygun hareket edilebilmesi ve sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin desteklenebilmesi için Gümüşhane’nin tanıtımı ve pazarlanması faaliyetlerinde de sürdürülebilir pazarlama ilkeleri benimsenmelidir.

Gümüşhane’nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde sürdürülebilir pazarlama anlayışı doğrultusunda bir sürdürülebilir pazarlama planlaması yapılmasında yarar görülmektedir. Bu doğrultuda sürdürülebilir pazarlama hedefleri belirlenmeli ve Gümüşhane’nin benzerlerinden ayırt edici sosyo-kültürel ve doğal çekicilik özellikleri ve bu turistik çekiciliklerden tekrar tekrar faydalanılabilmesi için koruma/kullanma dengesinin gözetilmesinin gerekliliği turistik tüketicilerin zihninde konumlandırılabilir. Bu anlamda, Gümüşhane’nin turistik tüketicilerin zihnindeki genel algısını biçimlendirmeye yönelik olarak imaj konumlandırma çalışmalarının yapılması bir pazarlama stratejisi olarak benimsenebilir. Bu doğrultuda Gümüşhane ilinin kent imajının konumlandırılmasında, ilin ön plana çıkan ortak bir özelliği imaj olarak kullanılabilir. Bu esasında turistik destinasyonlar için bütünsel bir bakış açısı, ortak bir misyon ve topyekûn bir seferberlik gerektirmektedir. Pazarlama faaliyetlerinin başarısında tek seslilik, bütünlük, ahenk çok büyük öneme sahiptir. Özellikle bir turistik destinasyonun her zaman, her yerde ve her koşulda mevcut imajını koruyabilmesi ve sürdürülebilmesi sürdürülebilir bir pazarlama başarısının elde edilmesinde kilit öneme sahiptir. İlgili destinasyonun imajı diğer bir deyişle tüketicilerin ilgili destinasyonla ilgili algısı, *“doğal çekicilikleri bakımından oldukça zengin ve bu çekicilikleri koruyan bir destinasyon”* şeklinde konumlandırılacak ise, sosyo-kültürel ve çevresel sürdürülebilirlikle ilgili çalışmaların titizlikle yürütülmesi çok daha fazla önemli hale gelecektir. Gümüşhane ilinin, henüz bozulmamış doğası ve sosyo-kültürel özellikleri ile bu tür bir imajın konumlandırılabilmesi yegâne destinasyonlardan birisi olduğu söylenebilir. Diğer yandan, katılımcılar tarafından önerilen “güven şehri” algısı ya da imajı da Gümüşhane için konumlandırılacak uygun bir imaj olarak dikkat çekmektedir.

Hedeflenen başarının elde edilebilmesi için, turistik tüketicilerden de önce yerel halkın ilgili imajı benimsemesi ve içselleştirmesi çok daha önem arz etmektedir. Bunun için yerel halka turizmin değerli bir ekonomik faaliyet olduğu kadar, sosyo-kültürel ve çevresel maliyetlerinin de bulunduğu ve bu maliyetlerin azaltılabilmesi ve mevcut değerlerin korunabilmesi için neler yapılması gerektiği üniversitelerin düzenleyeceği ve yerel halkın katılımının sağlanacağı panel, sempozyum, kongre gibi etkinliklerle, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün ve diğer kamu kuruluşlarının et-



kinlikleriyle anlatılması gerekmektedir. Yerel halka bu bilincin yerleştirilmesi, bu imajın sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Ayrıca bu bilince sahip yerel toplulukların sahip olduğu değerleri koruma bilincini gelen turistlere de aşılması mümkün olabilir. Aynı şekilde bu bilince sahip turistler de yerel halkın bilinçlenmesine katkıda bulunabilmektedir.

Turizmin diğer faaliyetlerinde olduğu gibi destinasyonların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde de turistik tüketici, yerel halk, üniversite, özel sektör temsilcileri, kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, medya gibi farklı kesimlerden paydaşların işbirliği yapması turizmden beklenen başarının elde edilebilmesi için oldukça önemlidir. Araştırmada yer alan katılımcılar da farklı konularda farklı paydaşlarla işbirliği yapılmasına yönelik öneriler getirmişlerdir. Bu çalışmada, katılımcılar tarafından da önerilen turizm kent konseyi ve tanıtım platformu kurulması önerisine benzer bir öneri getirilmektedir. Ancak bu çalışmada; katılımcıların önerdiği gibi yalnızca tanıtım faaliyetleriyle sınırlı kalmayıp, turizmin doğrudan ve dolaylı olarak etkilediği ve etkilenmekte olduğu tüm faaliyetlerin (tanıtım ve pazarlama faaliyetleri başta olmak üzere, yerel halkın ve turizm personelinin eğitiminin, hizmet kalitesi ve turizm işletmesi standartlarının, altyapı ve üstyapı çalışmalarının, ulaşım hizmetlerinin, rekreatif faaliyetlerin, tur rotalarının, sağlık ve güvenlik gibi turizmle ilişkisi olan diğer hizmetlerin, organizasyon içindeki ve ilgili kurum ve kuruluşlarla olan ilişkilerin vb. faaliyetlerin) planlandığı, koordine edildiği, yönetildiği ve kontrolünün sağlandığı daha geniş platformda faaliyet gösteren ve daha geniş bir paydaş katılımının söz konusu olduğu bir destinasyon yönetim organizasyonunun tesis edilmesi önerilmektedir. Bağımsız ve bütünsel bir organizasyon yapısına sahip olan ve ilgili uzmanlık alanlarında (tanıtım ve pazarlama, altyapı ve üstyapı gibi) alt birimler halinde organize olmuş olan ve diğer birimlerle koordineli bir şekilde çalışan bir organizasyon modeli, Gümüşhane turizminin geleceğinin sağlıklı bir şekilde inşa edilebilmesi açısından oldukça önemli görülmektedir. Sürdürülebilir pazarlama ve sürdürülebilir turizm uygulamalarında da paydaşların işbirliğine yönelmeleri, sürdürülebilirlik esasına dayalı turizm uygulamalarının başarısının anahtarı durumundadır. Örneğin, yerel halkın dâhil olmadığı sürdürülebilir turizm uygulamalarından yerel halkın ekonomik olarak faydalanabilmesi mümkün değildir. Ayrıca turizm bilinci zayıf olan yerel toplulukların yer aldığı bir destinasyonun tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde başarı elde edilmesi mümkün değildir. Bu nedenle turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkilerinin bertaraf edilebilmesi hususunda her platformdan paydaşın bilinçlendirilmesi ve paydaşlar arasında işbirliğinin sağlanması şarttır. Gümüşhane ili de her turistik destinasyon için

ihtiyaç duyulan katılımcı yönetim anlayışının benimsendiği bu tür bir destinasyon yönetim organizasyonu modeline ihtiyaç duymaktadır.

Eko-turizm, kırsal turizm, dağ ve doğa yürüyüşü gibi Gümüşhane'de potansiyeli bulunan alternatif turizm türleri, genellikle deniz-kum ve güneş turizmi gibi destinasyonun taşıma kapasitesini aşırı derecede zorlayan kitlesel turizm türleri kapsamında ele alınmaması nedeniyle, bu turizm türlerine yönelik uygulamalar Gümüşhane'de turizmin sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda geliştirilmesine imkân verebilir. Ancak bu turizm türlerinde de kitlesel pazarlama stratejilerinin benimsenmesi durumunda, Gümüşhane'ye kitlesel olarak gerçekleştirilecek yoğun turistik hareketlerin var olan değerlerin hızlı bir şekilde tüketilerek yok olmasına sebep olabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle Gümüşhane'nin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde ziyaretçi sayısının kontrolsüzce artırılmasından ziyade, sosyal ve çevresel bilinci ve gelir düzeyi yüksek hedef kitlelerin Gümüşhane'ye çekilmesine yönelik pazarlama stratejileri benimsenmelidir. Diğer bir ifadeyle, Gümüşhane'nin fiziksel taşıma kapasitesi dikkate alınarak Gümüşhane'yi ziyaret edecek ziyaretçi sayısının en üst sınırı belirlenmeli ve buna uygun bir planlama yapılmalıdır. Esasında ziyaretçi sayısının fazla olması daha fazla turizm geliri elde edileceği anlamına gelmemektedir. Sürdürülebilir turizmde esas olan turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel katkısının ziyaretçilere ve yerel halka azami düzeyde fayda sağlayacak şekilde artırılmasıdır. Bunun yolu ise, gelir ve bilinç düzeyi yüksek ziyaretçi kitlelerinin hedeflenmesidir. Araştırmada yer alan katılımcıların da önerdiği gibi, detaylı bir tüketici pazar analizi gerçekleştirilerek hedef kitleler belirlenmeli ve hedef kitlelere uygun turizm ürün paketleri oluşturulmalıdır. Gümüşhane'yi ziyaret etmesi beklenen ziyaretçi sayısı planlanırken, yerel halkın sosyal taşıma kapasitesi de dikkate alınmalıdır. Gerekirse yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan doğal alanların ve sosyo-kültürel varlıkların korunması amacıyla ilgili destinasyonu pazarlamama (*demarketing*) stratejisi benimsenmeli ve uygulanmalıdır.

Gümüşhane ile ilgili oluşturulacak bir turizm ürünü paketi içerisine örneğin, Uzungöl, Sümela Manastırı gibi çok bilinen destinasyonlara ek olarak Gümüşhane'den Karaca Mağarası, Limni Gölü, Süleymaniye Mahallesi gibi destinasyonlar da tur güzergâhına dâhil edilebilir. Bunun dışında yalnızca Gümüşhane destinasyonlarını içeren bir tur paketi hazırlanabilir. Ancak bu noktada araştırma kapsamında yer alan katılımcıların da önerdiği gibi, seyahat acenteleri ve tur operatörleriyle işbirliği yapılması gerekmektedir. Ayrıca seyahat acenteleri ve tur operatörleri, bir destinasyonun tanıtımı ve pazarlanmasında da kilit bir role sahip olması nedeniyle, turistik destinasyonların ve özellikle konaklama işletmelerinin işbirliğine yönelmesi gereken stratejik öneme sahip kuruluşlar arasında yer almaktadır.

Günümüzde markalaşma stratejisi önemli bir rekabet aracına dönüşmüş olup, özellikle Gümüşhane’nin markalaştırılmasında bu stratejiden azami ölçüde yararlanılmalıdır. Kentin markalaşma faaliyetlerinde, kente ait olmayan simgeler yerine kent kimliğini doğrudan yansıtan figürlere yer verilmesi, günümüz turistik tüketicilerin beklentisi içerisinde olduğu samimiyetin ve doğallığın onlara doğrudan yansıtılmasını sağlayacaktır. Günümüz tüketicilerinin büyük bir çoğunluğunun büyük kentlerde yaşıyor olması ve büyük kentlerin yoğun stres ortamından uzaklaşmak istemeleri nedeniyle, tüketiciler doğal yaşama alanlarına ve insanların sıcaklığını ve samimiyetini yakından hissedebilecekleri kırsal alanlara yönelmeye başlamışlardır. Gümüşhane’nin bu özelliklerini hala muhafaza ediyor olması ise, ilin sürdürülebilir pazarlama çerçevesinde pazarlanmasına olanak sağlayabilir. Diğer taraftan katılımcılar tarafından da önerildiği gibi, sosyal medya ve dijital iletişim araçları tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde etkin olarak kullanılmalıdır. Özellikle Gümüşhane’nin markalaştırılması süreci kapsamında yer alan imaj konumlandırma çalışmalarında, söz konusu iletişim araçları potansiyel müşteriler üzerinde oldukça etkili olabilir.

Gümüşhane’nin kent imajının oluşturulmasında; sürdürülebilir pazarlama ilkeleri çerçevesinde Gümüşhane’nin dağları, yaylaları, Kürtün Örümcek Ormanı gibi ekolojik çekiciliklerinden yararlanılması önerilebilir. Gümüşhane’nin yüksek noktalarında oldukça geniş bir alanda yetiştirme imkânı bulan kuşburnu meyvesi de, araştırmada yer alan katılımcıların kuşburnu güzellik-terapi bahçesi önerisine ek olarak, kent imajında ve Gümüşhane kent logosunda kullanılabilir. Örneğin, “dağın üzerinde bir kuşburnu dalı” marka logosu olarak tercih edilebilir. Ayrıca Gümüşhane’nin merkezinde ve ilçelerinde ön plana çıkan simgelerin, kentin sürdürülebilir pazarlama çerçevesinde markalaştırılmasına yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Örneğin, “Gümüşhane merkezdeki dağlar”; “Kürtün ilçesindeki yeşille örtülü dağlar ve dağların arasından geçen Kürtün Barajı”, “Kürtün ahşap işlemleri”, “Kürtün ipek halıları”; “Kelkit ilçesinde zilli kilim”, “Kelkit kuru fasulyesi”, “Kelkit döneri”; “Şiran ilçesinde ala kilim”, “Şiran taş işlemleri”, “Şiran’da hayvan güden çoban ve güdülen hayvanların figürleri” ilçelerin logolarında yer alabilir. Esasında kentin sahip olduğu bu sembollerin kent imajının konumlandırılmasında kullanılması, aynı zamanda bu sosyo-kültürel ve doğal zenginliklerin korunmasını ve turizme kazandırılmasını sağlayabilir. Diğer yandan mevcut değerlerin koruma/kullanma dengesi gözetilmeksizin turizme sunulmasının, Gümüşhane’ye özgü sosyo-kültürel değerlerin yozlaşmasına, çevresel kaynakların ise zarar görmesine ve yok olmasına sebep olabileceği de unutulmamalıdır.

## Kaynakça

- Achrol, R. S. and Kotler, P. (2012). Frontiers of the Marketing Paradigm in the Third Millennium. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 35-52.
- Cătoi, I., Vrânceanu, D. M. and Filip, A. (2010). Setting Fair Prices-Fundamental Principle of Sustainable Marketing. *Amfiteatru Economic Journal*, 12(27), 115-128.
- Charter, M., Peattie, K., Ottman, J. and Polonsky, M. (2002). *Marketing and Sustainability*. Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society. 11.08.2019 tarihinde [www.cfsd.org.uk/smart-know-net/links/smart-know-net.pdf](http://www.cfsd.org.uk/smart-know-net/links/smart-know-net.pdf) adresinden alınmıştır.
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA). (2019a). DOKA Gümüşhane Cazibe Merkezini Anlatıyor. 16.10.2019 tarihinde [http://www.doka.org.tr/haberler\\_DOKA-Gumushane-Cazibe-Merkezini-Anlatiyor-TR.html](http://www.doka.org.tr/haberler_DOKA-Gumushane-Cazibe-Merkezini-Anlatiyor-TR.html) adresinden alınmıştır.
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA). (2019b). Doküman Merkezi: Turizm Katalog ve Broşürleri. 16.10.2019 tarihinde [http://www.doka.org.tr/planlama\\_Tanitim-Medya-TR.html](http://www.doka.org.tr/planlama_Tanitim-Medya-TR.html) adresinden alınmıştır.
- Ekşioğlu A. G. (2019). Kürtün İlçesi'nin Eko Turizm Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Ekşioğlu, A. G. ve Zeybek, H. İ. (2019). Tescilli Bir Ürün Olarak Araköy Ekmeği (Kürtün-Gümüşhane), II. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (Prof. Dr. Fuat Sezgin Anısına), 7-9 Ekim 2019, Gümüşhane.
- Fuller, D. A. (1999). *Sustainable Marketing: Managerial-Ecological Issues*, Sage Publications.
- Fuller, D. A. and Gillett, P. L. (1999). Sustainable Marketing: Strategies Playing in the Background. In *American Marketing Association. Conference Proceedings*, Vol. 10, p. 222, American Marketing Association.
- Gordon, R., Carrigan, M. and Hastings, G. (2011). A Framework for Sustainable Marketing. *Marketing Theory*, 11(2), 143-163.
- Hunt, S. D. (2011). Sustainable Marketing, Equity, and Economic Growth: A Resource-Advantage, Economic Freedom Approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 7-20.

- Jamrozy, U. (2007). Marketing of Tourism: A Paradigm Shift Toward Sustainability. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 117-130.
- Jones, P., Clarke-Hill, C., Comfort, D. and Hiller, D. (2007). Marketing and Sustainability. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(2), 123-130.
- Kumar, V., Rahman, Z. and Kazmi, A. A. (2013). Sustainability Marketing Strategy: An Analysis of Recent Literature. *Global Business Review*, 14(4), 601-625.
- Mitchell, R. W., Wooliscroft, B. and Higham, J. (2010). Sustainable Market Orientation: A New Approach to Managing Marketing Strategy. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 160-170.
- Murphy, P. E. (2005). Sustainable Marketing. *Business & Professional Ethics Journal*, 24(1/2), 171-198.
- Önce, A. G. ve Marangoz, M. (2012). *Pazarlamanın Sürdürülebilir Gelişmedeki Rolü*. International Conference on Eurasian Economies, 389-396. 15.08.2019 tarihinde <https://www.avekon.org/papers/435.pdf> adresinden alınmıştır.
- Özbakır, M. ve Velioğlu, M. N. (2010). Pazarlamaya Sürdürülebilirlik Çerçevesinden Bakış ve Bir Örnek Olay Analizi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 71-98.
- Peattie, K. (1999). Trapping Versus Substance in the Greening of Marketing Planning. *Journal of Strategic Marketing*, 7(2), 131-148.
- Peattie, K. and Crane, A. (2005). Green Marketing: Legend, Myth, Farce or Prophecy?. *Quality Market Research: An International Journal*, 8(4), 357-370.
- Van Dam, Y. and Apeldoorn, P. (1996). Sustainable Marketing. *Journal of Macromarketing*, 16(2), 45-56.

## **EK 1: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÇALIŞTAYI KATILIMCI LİSTESİ**

### **MASA 1: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR KIŞ TURİZMİ**

**Moderatör:** Doç. Dr. Osman Cenk Demiroğlu- Akademisyen (Umea Üniversitesi- İsveç)

**Raportör:** Hüseyin Aslan- Gümüşhane İl Özel İdaresi

**Katılımcılar:**

Ertürk Yakut - Kayak Sporcusu

Yılmaz Şahin- Dağcılık Gümüşhane İl Temsilcisi

Burak Aslan - Gümüşhane İl Özel idaresi

İsrafil Aslan - Gençlik Spor Gümüşhane İl Müdürü

Yunus Avşar Yılmaz- Kayak Eğitmeni

### **MASA 2: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ**

**Moderatör:** Prof. Dr. Bilgehan Gülcan- Akademisyen (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

**Raportör:** Yusuf Burak Dolu, Mimar

**Katılımcılar:**

Engin Doğru – Araştırmacı, Gümüşhane Valiliği Halkla İlişkiler Müdürü

Serhat Doğan – Tarih Araştırmacısı

Gamze Demir – Gümüşhane Müze Müdürü

İbrahim Yücel - Kürtün Belediyesi

Necip Saraçoğlu- Araştırmacı, Yazar

---

### **MASA 3: GÜMÜŞHANE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAYLA TURİZMİ**

**Moderatör:** Prof. Dr. İsmail Kızılırmak- Akademisyen (İstanbul Üniversitesi)

**Raportör:** Dr. Öğr. Üyesi Gürkan Alagöz- Akademisyen (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)

**Katılımcılar:**

Prof. Dr. Cevdet Yılmaz – Akademisyen (Samsun 19 Mayıs Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Coşkun Erüz- Akademisyen (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Orhan Köse- Araştırmacı

Hamza Bilgin – İşletmeci/Taşköprü Yaylası

Barış Akman – İşletmeci/Zigana Köyü

Hikmet Haberal- Araştırmacı

### **MASA 4: GÜMÜŞHANE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİR EKO TURİZM**

**Moderatör:** Prof. Dr. Maria Dolores Alvarez- Akademisyen (Boğaziçi Üniversitesi)

**Raportör:** Berkan Başar- Akademisyen- (Bingöl Üniversitesi)

**Katılımcılar:**

Prof. Dr. Ali Uzun- Akademisyen (19 Mayıs Üniversitesi)

İlbeyi Aydın – Milli Parklar Gümüşhane İl Müdürü

Mustafa Akbulut – Gümüşhane Dağcılık Kulübü Başkanı

Savaş Aydın – Zigana Doğa Okulu

Vehbi Yalçın – Fotoğraf Sanatçısı

Yusuf Oral- Tema Vakfı Gümüşhane İl Temsilcisi

### **MASA 5: GÜMÜŞHANE’DE TURİZM ALTYAPISI VE ÜSTYAPISI**

**Moderatör:** Prof. Dr. Orhan Batman- Akademisyen (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)

**Raportör:** Dr. Öğr. Üyesi Erkan Güneş- Akademisyen (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)

**Katılımcılar:**

Huseyin Ateş- İl Kültür ve Turizm Müdürü

Hasan Pir - Gümüşhane Kent Konseyi

Hamit Tanış- Turizm Lisesi Müdürü

Yaşar Köse - Gümüşhane Belediyesi

Zeki Köksal - Çimenler Otel

**MASA 6: GÜMÜŞHANE'DE TANITIM VE PAZARLAMA**

**Moderatör:** Doç. Dr. Burhanettin Zengin- Akademisyen (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)

**Raportör:** Dr. Öğr. Üyesi Burak Türten- Akademisyen (Gümüşhane Üniversitesi)

**Katılımcılar:**

Doç. Dr. Emre Aslan- Akademisyen (Gümüşhane Üniversitesi)

Fazıl Ceylan- Gümüş Vip Turizm Seyahat Acentesi

Taner Demirbulut- Zenefon Tours

Remzi Çolakoğlu- Era Tur

**MASA 7: GÜMÜŞHANE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ**

**Moderatör:** Prof. Dr. Elbeyi Pelit- Akademisyen (Afyon Kocatepe Üniversitesi)

**Raportör:** Öğr. Gör. Erkan Denk- Akademisyen (Atatürk Üniversitesi)

**Katılımcılar:**

AbdülBaki Kara (Sultan Pestil / Tomara Şelalesi İşletmesi)

Selcan Akpınar - Gümüşhane Turizm Lisesi Meslek Öğretmeni

Serhat Turan- Keyvenim Restaurant

Dilek Çimen- Ataç Konağı

Nurcan Özdemir- Kral Pestil-Köme



## **EK 2: GÜMÜŞHANE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÇALIŞTAYI FOTOĞRAFLARI**



**Fotoğraf 1:** Gümüşhane’de Sürdürülebilir Turizm Çalıştayı Açılışı



**Fotoğraf 2:** Çalıştay Genel Görünüm



**Fotoğraf 3:** Gümüşhane’de Turizm Altyapısı ve Üstyapısı Masası



**Fotoğraf 4:** Gümüşhane’de Sürdürülebilir Eko-turizm Masası



**Fotoğraf 5:** Gümüşhane’de Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Masası



**Fotoğraf 6:** Gümüşhane’de Sürdürülebilir Yayla Turizmi Masası



**Fotoğraf 7:** Gümüşhane Turizmde Tanıtım ve Pazarlama Masası



**Fotoğraf 8:** Gümüşhane'de Sürdürülebilir Kış Turizmi Masası



**Fotoğraf 9:** Gümüşhane’de Sürdürülebilir Kültür Turizmi Masası



**Fotoğraf 10:** Çalıştay Gala Yemeği



**Fotoğraf 11:** Çalıştay Saha Gezileri (Süleymaniye Mahallesi)



**Fotoğraf 12:** Çalıştay Saha Gezileri (Torul Kalesi Cam Teras)



**Fotoğraf 13:** Çalıştay Saha Gezileri (Kürtün Çağlayandibi Şelalesi)



**Fotoğraf 14:** Çalıştay Düzenleme Kurulu

