

DOKA

DOĞU KARADENİZ KALKINMA AJANSI

www.doka.org.tr

Kasım / Aralık 2014

23.
Sayı

Arapların yeni gözdesi
Doğu Karadeniz

شرق البحر الأسود الذي لا مثيل له





DOĞU KARADENİZ
KALKINMA AJANSI
EASTERN BLACK SEA
DEVELOPMENT AGENCY

DOKA

DOĞRU - OBJEKTİF - KARARLI ADIMLAR

www.doka.org.tr

Adına İmtiyaz Sahibi

Çetin Oktay KALDIRIM
Genel Sekreter

Genel Koordinatör

Vahit KETBOĞA

Genel Yayın Yönetmeni

Hakan BAHÇEKAPILI

Yazı İşleri Sorumlusu

Ahmet YEŞİLÇİÇEK

Görsel Tasarım

Emine GÜLERYÜZ

Gazipaşa Mah. Nemlioğlu Sk. Taksim Yokuşu Vakıf İşhanı No:3 TRABZON

Telefon: 0(462) 321 36 52 Faks: 0 (462) 274 36 52

ARTVİN YATIRIM DESTEK OFİSİ

Artvin Valiliği Çarşı Mah. No:1 Kat:3 ARTVİN

Tel: +90(466) 212 14 81-212 34 81 Faks : +90(466) 212 14 81

GİRESUN YATIRIM DESTEK OFİSİ

Giresun Valiliği A Blok Kat:2 GİRESUN

Tel: +90(454) 215 75 17 - 215 06 12 Faks: +90(454) 215 67 02

GÜMÜŞHANE YATIRIM DESTEK OFİSİ

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü GÜMÜŞHANE

Tel: +90 (456) 213 47 33 - 213 42 13 Faks: +90(456) 213 25 43

ORDU YATIRIM DESTEK OFİSİ

Selimiye Mah. Lise Cad. Vakıf İşhanı (Orta Cami Yanı) No:201 ORDU

Tel : +90 (452) 666 69 84 Faks: +90(452) 666 69 85

RİZE YATIRIM DESTEK OFİSİ

Menderes Bulvarı No:522 RİZE (Rize Ticaret Borsası Giriş Katı)

Tel: +90(464) 213 01 34 Faks: +90(464) 214 46 35

TRABZON YATIRIM DESTEK OFİSİ

Çarşı Mah. Mahmut Goloğlu Cad.No:16 TRABZON

Tel : +90(0462) 600 60 61 Faks: +90(0462) 600 60 64

Baskı

Harman Yayıncılık / 0462 326 72 28



SUNUM

6-9



“ARAPLARA GÖRE YERYÜZÜNDEKİ CENNET”
DOĞU KARADENİZ

ARAP TURİZM RAPORU

10-65



ROPÖRTAJ

68-73



Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı
Rize Valisi Sayın Ersin YAZICI, Kalkınma Ajansları ve Bölgemize yönelik değerlendirmelerini
sizler için anlattı.

ARAP TURİZMİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

76-91



Turistik Otelciler, İşletmeciler ve
Yatırımcılar Birliği (TUROB) Genel
Müdürü Sayın İsmail TAŞDEMİR



Mercan Turizm Yönetim Kurulu
Başkanı
Sayın Dr. Cüneyt MENGÜ



Karnak Travel
Yönetim Kurulu Başkanı
Sayın Serdar ALİABET

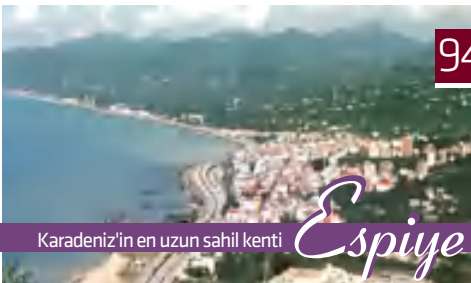


Kaçkar Resort Hotel Genel
Müdürü
Sayın Dursun CANCA



Çamlıhemşin Belediye Başkanı
Sayın Osman HAŞİMOĞLU

İLÇELERİMİZİ TANIYALIM

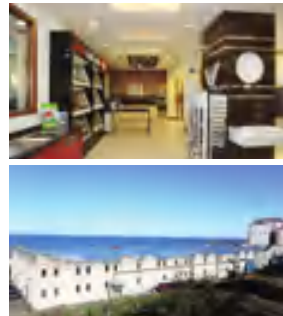


94-101



104-109

- Seral Büyüyor Karadeniz Kazanıyor Projesi
- Üretim teknolojilerinin geliştirilmesi ile Bölgenin İlk Ofset Baskılı Ambalaj Üretiminin Gerçekleştirilmesi Projesi



DOKA'NIN DESTEKLEDİĞİ PROJELER



112-115

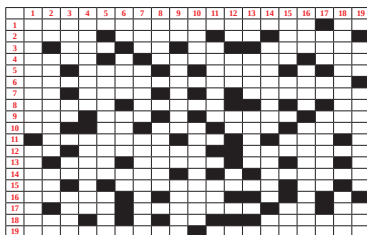
Dergimizin 20.sayısından itibaren inanç turizminin önde gelen eserlerinden olan camilerimizi işleyeceğiz. Bu kapsamda Ordu ilinde bulunan ve tarihi özelliğe haiz camileri sizler için derledik.



Burhan YAZICI



- Ajansımızın Desteğiyle Hayata Geçen İpekyolu Müzesi'nin Açılışını TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklioğlu Yaptı
- Doğu Karadeniz'de Mühendisler İnovasyon ve Ar-Ge İçin Güçlendiriliyor
- DOKA Travel Turkey İzmir Fuarı'na Katıldı
- DOKA Yönetim Kurulu Toplantısı Rize'de Yapıldı
- Hazır Giyim İmalatına Yönelik Mesleki Eğitim ve Girişimcilik Projesi
- DOKA MÜSİAD Fuarına Katıldı
- THY Genel Müdürü Temel Kotil DOKA Kalkınma Kurulu'nda Önemli Açıklamalarda Bulundu
- TRİSAT'tan DOKA'ya Ziyaret





Genel Sekreterin Kaleminden...

“ARAPLARA GÖRE YERYÜZÜNDEKİ CENNET” DOĞU KARADENİZ

Doğu Karadeniz coğrafi konumu, iklimi, doğal yapısı, benzersiz tabii güzellikleri, alabildiğine zengin ve derin tarihi, eşsiz kültürel dokusu, birçok medeniyetin boyatıp geliştiği, bir arada yaşadığı, kadim ve eşsiz insanlık değerlerinize dayelik ve beşiklik etmesi açılarından dünyada eşine az rastlanır bir destinasyon olarak son yıllarda ön plana çıkmakta ve hızlı bir şekilde artış gösteren ziyaretçilerine eşsiz deneyimler sunmaktadır. Sanatı, kültürü, yaşam biçimi, tarihi ve mimari dokusu, misafirperverlik ve kadim değerleriyle zirveleşen medeniyet tasavvuru ve yaşam biçimi kadar renkli ve içiçe dört mevsimiyle adeta başka bir dünyadan esintiler sunmaktadır. Özellikle sahip olduğu bu değerler manzumesini, sanatını, kültürünü yaşam biçimini, gelenek ve göreneklerini varolduğu bu mekanlara, kent merkezlerinden en ücra kırsal köşelerine kadar nakış nakış işlemiş ve adeta evlerine, camilerine, ibadethanelerine, çeşmelerine, taş köprülerine, kale ve surlarına, kamu binalarına, müzelerine, ortak yaşam alanlarına birer ipekten atlas gibi dokumuş ve nakşetmiştir. İnsanlığın ve medeniyetlerin kadim değerleri sayabileceğimiz birçok değer bu coğrafyada şekillenmiş ve dünyada birçok açıdan zirve noktaları temsil eden muhteşem Osmanlı Medeniyeti Fatih'ler, Yavuz'lar ve muhteşem Süleyman'lar la burada engin ve rengin tonunu ve en muhteşem, olgun halini bu topraklarda yakalamıştır. Dünyada son yıllarda bu tür ayrıcalıklı ve eşsiz mekanlara kültür, tarih, inanç, doğa turizmi ve ekoturizmin hızla gelişmesi sayesinde yoğun talep olmaktadır. Bölgenin sahip olduğu bu değerlerin turizm amaçlı kullanması bölgemiz ekonomisine ve kalkınmasına ve varolan bu değerlerin dünyaya tanıtılması ve çok önemli bir değerler zincirine dönüştürülmesine çok büyük katkı vermektedir.

Doğu Karadeniz ilk medeniyet eserlerinin, insanlığın ilkleri diyebileceğimiz eski yapıların, binbir incelikle işlenip haşın ve sert kayalara tezhiplenmiş gizemli yapı-

ların, harcai Hermes'in mozaik ve taşla işlenen muhteşem aksinin, tapınaklar, mabedler, kümbetler, bilgelikle olgunlaşmış huzur ile inşa edilmiş muhteşem evlerin mekanıdır. İman mimari ile ölçen, estetik iklimlere düşen son cemrenin bereketiyle inşa edilmiş cumbalar, cihannumalar, hanlar, hamamlar, kemeriyeler, sebiller diyardır. Muhteşemliklere taç giydiren Kanuni'nin makamı, mücevher döşeli kemerleri ve işlemeleriyle Tarihi Zeytinlik mekanı, başı bulutlar kadar yüce ve dumanlı Zilkale, binbir gizemi sinesinde barındıran Büben kaya mezarları, muazzam mimarisiyle Sarıçiçek evleri, ilk inanışların gizemiyle şeytanı ikonaya hapseden İnsanlığın en muhteşem inanç eserlerinden biri Sümela Manastırı, Aşil'in gururu amazon savaşçıları, sabrı zevke dönüştüren Gümüşhanevi Hazretlerinin Makamı, dünyanın en önemli açık hava müzesi olmaya aday krom vadisi ve Santa harabeleri, otantik yapısı ve muhteşem doğasıyla Alp'lere meydan okuyan gökyüzüne komşu topraklar Artvin ve adeta bir dünya cenneti görünümündeki Uzungöl'ü, Ayder'i, Karagöl'ü, Kümbet'i, Çambaşı'sı, heybetli Zigana ve Kaçkar'ı bölgemizin dünyaya sunduğu çok önemli turizm değerleridir.

Bölgemizin turizm potansiyelinin temel bileşenleri sahip olduğu bu eşsiz doğal, kültürel ve tarihi zenginlik ve değerlerdir. Bu değerler, uzun vadede korunabildikleri sürece uluslararası turizm pazarındaki payımızda hızla büyümeye devam edecektir. Bölgemiz son yıllarda turizmde altın dönemini yaşamaktadır. Gerek yerli ve gerekse de yabancı turist sayılarında büyük artışlar yaşanmakta ve bölge her yıl yeni rekorlara koşmaktadır. Özellikle son dönemlerde Arap turizminde yaşanan büyük artış bölge ekonomisine büyük katkı sağlamakta ve bu durum turizmi bölge kalkınmasında başat sektör haline getirmektedir. Bu açıdan Arap coğrafyasına ve artan turizm potansiyeline kısaca bir göz atmakta yarar görülmektedir.

Arap Dünyası genel olarak 22 ülkeden ve 360 milyondan fazla nüfustan oluşan 2.8 trilyon dolarlık büyük bir ekonomidir. Körfez ülkeleri ise petrol gelirleri sayesinde Arap dünyasında öne çıkan 6 ülke olarak öne çıkmakta; bu ülkeler en gelişmiş üst düzey elit grup olarak ön plana çıkmakta ve bu minvalde yüksek harcama yapan turist grubu olarak dikkat çekmektedir. Bu nedenle tüm dünya ülkeleri, zengin Arap turistleri çekebilmek için yoğun faaliyetler yürütmektedir ve projeler geliştirmektedir.

Dünya’da ve Arap ülkelerinde son 15 yılda yaşanan gelişmeler, 11 Eylül olayı ve Arap Baharı süreci Körfez ülkeleri vatandaşlarının turizm tercihlerinde belirleyici rol oynayan en önemli gelişmeler olmuştur. Bunun yanı sıra özellikle son 10 yılda Türkiye’nin Bölge ülkeleri ile yakınlaşması, kültür, din ve tarih gibi yakınlaştırıcı unsurlar, yoğun tanıtım faaliyetleri, Türk dizileri gibi etkenler ile beraber ülkemiz Arap turistler için en önemli turistik destinasyonlardan biri haline gelmiştir. 2013 yılı itibariyle 2 milyondan fazla Arap turist Türkiye’yi ziyaret ederken bu sayının %25’ini Körfez ülkeleri vatandaşları oluşturmaktadır. Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin ortalama 4 katı fazla harcama yapan Arap turistlerin sayısı her yıl ortalama %35 artmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi, Arap turizminde altın yılını yaşamaktadır. Son dört yıl içerisinde yıllık ortalama %50 artış gösteren Arap turist sayısının bu yılın tahminlerine göre 290 bine ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu bakımdan bölgemizdeki bu olumlu gelişme ülke genelinde turizm alanında en çok konuşulan konular arasında girmiş ve adeta bir başarı hikayesine dönüşmüştür. Dünyada yaşanan hızlı gelişmeler, gündem değişiklikleri ve konjüktür kaymalarından dolayı bölgemizdeki Arap turizmi konusunda gelecek projeksiyonu ortaya koymak zor olsa da herhangi bir olumsuzluk yaşanmaması durumunda sayının önümüzdeki iki yıl içe-

risinde 500 bini aşması beklenmektedir. Yaşanan artışın sebeplerini ve gelecek hedeflerine yönelik strateji ve araçları tartışırken başta Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı’nın faaliyetleri olmak üzere tanıtım faaliyetlerinin, ikili işbirliklerin ve çalışma ziyaretlerinin öneminin üzerinde durmak gerekmektedir. Bu faaliyetler arasında ise 2014 yılı çok özel bir yıl olmuştur.

Bölgemiz ılıman iklimi, cezbedici havası ve zümrüt yeşili cennet gibi doğasının yanı sıra kadim kültürel varlığı, derin tarihi, kendine has gelenekleri ve yaşam biçimi, eşsiz dokuya sahip binbir rengi ve hoşgörüyü bağrında barındıran medeniyet anlayışı, eşsiz misafirperver insan yapısı, canlı ve alabildiğine renkli sosyal hayatı ve nefis, doğal mutfağı sayesinde özellikle Arap turistlerin Türkiye’deki en önemli turistik destinasyonlarından biri haline gelmeyi başarmıştır. Bölgemizde Uzungöl, Sümela Doğal Parkı, Çambaşı, Ayder Yaylası ve Kümbet Yaylası Araplar açısından en cazip merkezler olarak öne çıkmaktadır. Arap turistler yüksek harcama eğilimiyle doğrudan bölge ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır. Doğrudan Turizm harcamalarının yanı sıra konut, otel yapımı gibi gayrimenkul yatırımları, ticari bağlantılar, doğrudan charter seferleri, alışveriş, gıda sektörü gibi alanlarda önemli gelişmeler yaşanmış ve bölge genelinde Arap turizm hareketi 1.6 milyar dolarlık ekonomik hacme ulaşmıştır.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı 2010 yılından bu yana turizmi yerel ve kırsal kalkınmanın en önemli araç ve alanlarından biri olarak belirlemiş ve bu alanda ısrarlı ve istikrarlı faaliyetler yürütmüştür. Çok önemli çıktıları görülmeye başlayan bu çalışmalar 3 temel ayakta gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilki planlama ve strateji geliştirme ve koordinasyon çalışmaları, ikincisi mali desteklerle turizm altyapısını ve sektörünü destekleme, üçüncüsü ise tanıtım faaliyetleriyle hedef pazarlarda doğru müşteriye ulaşmadır.

Ajans kuruluş kanununa göre ajanslar bulundukları bölgede kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere faaliyetler yürütmektedir. Bu kapsamda hazırlanan Bölge Planları(2010-2013 ve 2014-2023) hazırlanmış ve turizm sektörü geliştirilmesi öncelikli alanlar arasında tespit edilmiştir. Bölge planı ekseninde hazırlanan strateji belgeleri ile bugün geldiğimiz noktada bilinç ve farkındalık oluşturma, sürdürülebilirlik ve gelişim eksenlerine odaklanılarak çalışmalar yürütülmektedir. Turizmin daha nitelikli, katma değeri yüksek, yenilikçi değer zinciri oluşturabilmesi açısından daha odaklı ve kümelenme anlayışıyla geliştirilmesi bölgemiz açısından elzem gözükmemektedir. Bu açıdan biryandan bölge turizmi yenilikçi yaklaşımlarla çeşitlendirilirken biryandan da gerek nitelikli insan kaynağı oluşturma ve gereksede altyapı ve teknolojik yatırımlarla yönetsel açıdan adeta bir "Smart Region" (akıllı bölge) haline getirilmektedir. Ayrıca sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizm, Eko ve agro turizm, spor turizmi, macera turizmi gibi yeni konseptlerle bölge turizmine yeni alanlar açılarak hem turist çeşitlendirilmesi hem de daha nitelikli turist çekilmesi hedeflenmektedir. Bu sayede birçok altyapı eksikliği, eğitim, tanıtım hizmetleri gerçekleştirilirken ve özel sektörde işletmelerin güçlendirilmesi, yeni yatırımların çekilmesi sağlanmıştır.

Üçüncü olarak tanıtım, eğitim ve yapılan diğer faaliyetlere özellikle yurtdışından yatırım çekme ve bölgedeki nitelikli insan kaynağı konusunda yaşanan eksikliklerin giderilmesi amaçlanmıştır. Bölge kaynakları ve turizm varlığına göre yapılan analizlerde hedef pazarlar belirlenmiş ve bu pazarlarda fuar, medya, famtrip

(tanıtım turu), odak grup ziyareti, roadshow gibi etkinliklerle yoğun ve etkili tanıtım faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Körfez ülkelerinden Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Umman ile Ürdün gibi Ortadoğu pazarı ile Amerika, Çin, Japonya gibi potansiyel pazarlara ulaşmak hedeflenmiştir. Özellikle fuar organizasyonlarına birebir pazarlamanın etkinliği düşünülerek ayrıca önem verilmiştir.

Hedef pazarlar arasında başta gelen Körfez pazarında 2011 yılından bu yana etkin olarak Doğu Karadeniz tanıtılmakta olup bugün bölgede Arap turizminde turist sayısı bakımından gelinek noktada etkisi büyüktür.

Yürütülen tanıtım faaliyetlerinde özellikle turizm fuarlarına katılıma ağırlık verilmiştir. Bu güne dek Birleşik Arap Emirlikleri, Amerika, Japonya, Çin, Gürcistan ve Suudi Arabistan'da fuarlara katılım sağlanmış; bunlardan özellikle Dubai ve Suudi Arabistan'daki fuarlarda Körfez Bölgesi ve Arap dünyasının turizm alanında nabzının attığı fuar etkinliklerinde yer alınmıştır.

Arap turizminin artarak devam etmesini sağlamak amacıyla Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın yürütmüş olduğu tanıtım ve işbirlikleri oluşturma faaliyetlerinin yanısıra mevcut durum raporu hazırlanarak mevcut durumun ortaya konulabilmesi, gelişme stratejilerinin oluşturulması, Arap turist profilinin yakından tanınması, dünyadan ve Türkiye'den örneklerin incelenebilmesi ve hedef pazarın tanıtılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda yerel, ulusal ve uluslararası kaynaklar incelenmiş, sektör temsilcileri ile görüşülmüş ve DOKA tecrübeleri eklenerek mezkur çalışma ortaya çıkmıştır. Çalışmanın bu alanda büyük bir boşluğu doldurması hedeflenmiştir. Çalışmanın içerisinde ayrıca DOKA'nın turizm geliştirme çalışmaları kısaca tanıtılmış ve yine DOKA tarafından hazırlanan proje künyeleri uygulanmaya dönüşebilmesi için rapora dercedilmiştir.

Doğu Karadeniz Bölgesi,
Arap turizminde altın yılını
yaşamaktadır. Son dört yıl
içerisinde yıllık ortalama %50
artış gösteren Arap turist
sayısının bu yılın tahminlerine
göre 290 bine ulaşacağı tahmin
edilmektedir.

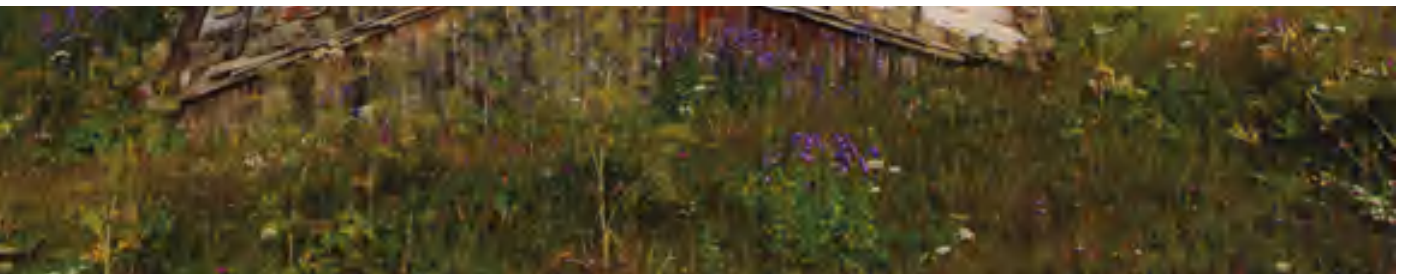
Raporda da görüleceği üzere turizm alınanında DOKA paydaşlarıyla birlikte bir başarı hikayesi oluş-
turmuştur. Bu açıdan ben bu başarıda büyük emeği
olan değerli yönetim kurulu üyelerimize, kalkınma
kurulu üyelerimize ve ajans çalışanlarımıza teşekkür-
rû bir borç biliyorum.

Ben siz değerli okuyucularımızı eşsiz değerlerin,
insanlığın, iyiliğin, hoşgörünün, misafirperverliğin,
sanatın zirvelediği yere, değerlerin, tabi güzellikle-
rin, kültürün, tarihin, medeniyetlerin ve muhteşem-
liğin kalbine davet ediyorum. Sizleri bütün ihtişa-
mıyla herkesi kucaklamaya hazır muazzam renklerin
beldesine, davetkâr, füsunkar güzelliklerin cezbedi-
ci, büyüleyici atmosferine, hasılı sizleri bölgemizin
sizlere sunmaya hazır olduğu binbir zenginliği tat-
maya davet ediyorum...

Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap Turizmi

Mevcut Durum ve Gelişme Stratejisi Raporu

Dünyada Ve Türkiye’de Arap Turizmi – Arap Turist Profili – Arap Turizminde İsviçre Modeli
Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Durum – Stratejiler - Projeler



1. GENEL OLARAK ARAP DÜNYASI

Arap Dünyası, nüfusun çoğunluğunu Arapların ve Müslümanların oluşturduğu; batıda Atlantik Okyanusu'ndan doğuda Umman Denizi'ne kadar uzanan yaklaşık 14 milyon km²'lik coğrafyayı ve Arapça konuşulan ülkeleri temsil eder. Arap dünyasına dahil olan 22 ülke bulunmaktadır ve bu ülkeler aynı zamanda günümüzde Arap Ligi yani Arap Birliği'ni oluşturan ülkelerdir.

Üye ülkeler Irak, Suriye, Lübnan Ürdün, Suudi Arabistan, Bahreyn, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Yemen, Kuveyt, Mısır, Libya, Tunus, Cezayir, Fas, Moritanya, Sudan, Somali, Filistin, Cibuti ve Komor'dur.

Toplam nüfusu 364 milyon olan Arap dünyasının en kalabalık ülkesi 82 milyon nüfusu ile Mısır, en az nüfuslu ise 486 bin kişi ile Cibuti'dir.



Resim 1. Arap Dünyası



Tablo 1. Arap Ülkelerinin Nüfus ve Yüzölçümleri

Devletler	Nüfus (2013)
Mısır	82.056.378
Sudan	37.964.306
Fas	33.008.150
Cezayir	39.208.194
Suudi Arabistan	28.828.870
Irak	33.417.476
Yemen	24.407.381
Suriye	22.845.550
Tunus	10.886.500
Somali	10.495.583
Ürdün	6.459.000
Libya	6.201.521
Filistin	3.889.249
Lübnan	4.467.390
Moritanya	3.889.880
Umman	3.632.444
Birleşik Arap Emirlikleri	9.346.129
Kuveyt	3.368.572
Katar	2.168.673
Bahreyn	1.332.171
Komor	690.948
Cibuti	872.932
Toplam	364.857.791

Kaynak: Dünya Bankası

Tablo 2. Arap Ülkelerinin Coğrafi Dağılımı

1. Grup	2. Grup	3. Grup
Körfez Ülkeleri	Afrika Ülkeleri	Batı Asya/Ortadoğu
Suudi Arabistan	Mısır	Suriye
Kuveyt	Cezayir	Irak
Katar	Tunus	Ürdün
B.A.E.	Fas	Lübnan
Bahreyn	Libya	Yemen
Umman	Tunus	Filistin
	Moritanya	
	Sudan	
	Cibuti	
	Komor	

Arap dünyası coğrafi dağılımlarına göre üç gruba ayrılabilir. Birinci grup Körfez Arap ülkeleri, ikinci grup Afrika Arap ülkeleri ve üçüncü grup ise Batı Asya/Ortadoğu Arap ülkeleridir. Bu gruplandırma Arap ülkelerin siyasi durumları, ekonomik performansları ve işbu rapora konu turizm etkinlikleri bakımından da analiz için kolaylık sağlaması üzerine yapılmıştır.

2. ARAP DÜNYASINDA EKONOMİK DURUM

Arap dünyasının ekonomik durumu Dünya Bankası verilerine göre toplamda 2.8 trilyon USD GSMH büyüklüğündedir. Kişi başı ortalama gelir ise 16 bin dolar dolayındadır.

Kişi başı gelirlerine bakıldığında ekonomik büyüklük açısından Suudi Arabistan ilk sırada gelmekte iken nüfus faktörüne bağlı olarak kişi başı gelirde ise Katar ilk sıradadır. Katar aynı zamanda kişi başı gelir bakımından dünyada da ikincidir.

GSMH ve Kişi Başı GSMH dağılımına bakıldığında Körfez ülkeleri grubunu oluşturan 6 ülke ilk sıralarda gelmektedir. Bahreyn ve Umman GSMH bakımından mukayeseli olarak daha küçük ekonomilere sahip olmalarına karşın kişi başı GSMH bakımından yüksek ülkelerdir.

Tablo 3. Arap Dünyasının Ekonomik Durumu

	2011	2012	2013
Kişi Başı GSMH (\$)	14.998	15.738	15.997
Toplam Nüfus	355.137.048	362.466.629	369.761.523
GSYİH (\$)	2.501.215.006.427	2.764.413.262.585	2.850.842.554.211
GSYİH Büyüme(yıllık %)	3	6	3
Tahmini yaşam süresi, (yıl)	70	70	..

Kaynak : Dünya Bankası



Arap dünyasının en gelişmiş ülkeleri olan Körfez ülkelerinde petrol gelirlerinin etkisi büyüktür. Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn ve Umman gibi ülkelerde petrol gelirlerinin toplam gelirdeki payları diğer ülkelerinkine göre daha düşüktür. Bu nedenle alternatif sektörler arayışına girilmiş ve turizm bu ülkelerde önemli gelir kaynağı olmuştur.

Tablo 4. Kişi Başı Gelirlerine Göre İlk 15 Bölge Ülkesi, 2013

Ülke	GSMH Milyar \$	Kişi Başı GSMH USD
Katar	202	93.152
Kuveyt	183	56.367*
B.A.E.	383,8	41.692*
Suudi Arabistan	745	25.852
Bahreyn	32,8	24.613
Umman	80,5	22.181
Lübnan	44	15.757
Libya	75	12.167
Tunus	47	9.928
Irak	222,8	6.670
Ürdün	33,6	5.514
Cezayir	210	5.361
Mısır	271,9	3.314
Fas	104	3.109
Filistin	8,8	2.900

Kaynak : Dünya Bankası, 2013 *2012 verileri

3. ARAP DÜNYASINDA TURİZM

Arap dünyası denince özellikle petrol sayesinde hızla zenginleşmiş Körfez ülkeleri vatandaşı olan ve üst düzey gelir grubuna dahil, yüksek harcama yapan turistler akla gelmektedir. Bu ülkelerin bulundukları coğrafya ve iklim şartları dolayısıyla çöller geniş yer tutmakta olup turizm kaynaklarının kıt olduğu söylenebilir. Zenginleşmenin de etkisiyle yeni ve ilginç yerler görme isteğinin yüksek oluşu ile birlikte Birleşik Arap Emirlikleri gibi bazı körfez ülkelerinin turizmi ön plana çıkarması iki yönlü (inbound/outbound) yoğun turist hareketi oluşmasını sağlamıştır.

Arap dünyasında turizm trendini son yıllarda radikal şekilde etkileyen iki olay vardır. Bunlardan ilki 11 Eylül saldırıları ile Müslüman Araplara karşı oluşan önyargı ve ortaya çıkan bürokratik zorluklar diğeri ise Ortadoğu'nun çoğunu etkileyerek siyasi açmazlar ve güvenlik zafiyeti algısı oluşmasına neden olan Arap Baharı'dır.

2001 yılında yaşanan 11 Eylül terörist saldırısı tüm dünyada turizm sektörünün krize girmesine neden olmuştur. Başta Amerika olmak üzere dünya genelinde Müslüman olmayan ülkelerde Müslüman dünyasına ve özellikle Arap-İslam ülkelerine karşı oluşan ön yargı sebebiyle Müslümanlar mezkûr olaydan dolayı suçlanmaya başlamıştır. 90'lı yıllarda Amerika, Avrupa, Avustralya ve İngiltere gibi ülkelere turizm amaçlı giden Araplar bu ülkelerde gerek bürokratik gerekse toplumsal engellerle ve baskılarla karşılaşmışlardır. Buna karşılık Arap-İslam dünyasında dışarıya karşı oluşan nefret duygusu özellikle Amerika'nın Irak'ı işgali ile körüklenerek zirveye ulaşmıştır. Bu durumdan en çok etkilenen alanlardan biri turizm

olmuş, Müslüman Araplar bu ülkeleri ziyaret etmeyi bırakmıştır.

Alternatif destinasyonların aranmasıyla birlikte yeni turizm trendleri ve yeni rotalar oluşmuştur. İlk trend Arap dünyasında bölge içi (intra-regional) turizmin artması olmuştur. Arap Ortadoğu'sunda 2003-2004 yılında bölge içi turizmin payı tüm uluslararası varışların %40'ına ulaşmıştır. Suriye ve Lübnan başta gelen destinasyonlar olmuştur. Bahreyn Suudiler için, Birleşik Arap Emirlikleri -özellikle Dubai- Körfez ülkeleri için en önemli odak noktası olmuştur. Mısır ve Ürdün kaybedilen Avrupalı turisti Arap turistler sayesinde telafi etme fırsatı bulmuştur.





Sharm Al Sheikh'ten Bir Görünüş



Bir diğer trend olarak sağlık ve spa turizmi, konferans turizmi vb (MICE), ekoturizm ve spor turizmi gibi yenilikçi turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Ürdün, Tunus ve Mısır sağlık turizminde öne çıkarak Körfez ülkeleri, Libya, Yemen, Suriye vatandaşlarının çokça tercih ettikleri ülkeler oldular. Dubai Shar El-Sheikh, Doha toplantı ve konferans merkezleri oldu. Bunun yanı sıra, Suudi Arabistan din ve inanç turizminde yeni trendler oluştururken Suriye, Irak, Ürdün ve Mısır İslam dünyası açısından önemli merkezlerin tanıtımını öne çıkardı.

Buna rağmen, 2010 yılında başlayan Arap baharı bölgede turizm sektöründe yeni bir çıkmaz yarattı. Özellikle yukarıda adları sıralanan ve bölge içinde öne çıkan turizm merkezleri güvenlik zaafiyeti nedeniyle başta Körfez ülkeleri vatandaşları tarafından tercih edilmez oldu. Tunus, Libya, Fas, Mısır, Suriye gibi ülkelerde siyasi açmazlar yaşanırken Lübnan, Yemen, Irak gibi ülkelerde ise güvenlik problemi açığa çıktı.

Arap baharının ardından turizm hareketi daha güvenilir ve Müslüman-Arap yaşantısına da uygun hizmet sunabilen Türkiye, Malezya, Endonezya gibi ülkelere kaymaya başladı.¹

1 Dr. Ala Hamarneh, "New Arap Tourism Trends In The Arap World", Islamic Tourism – Issue 16- 2005

4.KÖRFEZ BÖLGESİNDE DIŞ YÖNLÜ TURİZM²

Körfez Bölgesi ülkelerinin oluşturduğu Körfez İşbirliği Konseyi Bölgesi'nin (Gulf Cooperation Council-GCC) 48 milyon nüfusu bulunmaktadır. Petrol rezervlerinin sağladığı ekonomik büyüklük bakımından kişi başı gelirlerin en yüksek olduğu ülkelerdir. Bu bağlamda artan refah, bu ülke vatandaşlarının diğer ülkelere seyahat eğilimlerini ve alışkanlıklarını artırmıştır. 11 Eylül olayları ile kendi bölgesine çekilen turizm trendi ve Arap Baharı olayları ve 11 Eylül olaylarının zamanla etkisini yitirmesi ile tekrar dışarı yönlü seyrini artırmıştır.

Sahip oldukları ekonomik refah nedeniyle körfeze kıyısı bulunan 6 ülke dünya turizm piyasasının odak noktası diğer bir deyişle hedef pazarı konumundadır.



Körfez İşbirliği Konseyi Ülkeleri Haritası



2.The Gulf Cooperation Council Source Market Report, 2014

Tablo 5. Körfez Bölgesi Ülkelerinin Yıllara Göre Yurtdışı Turizm Harcamaları

	Giden Yolcu (Bin Kişi)			Harcamalar (Milyon \$)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Bahreyn	-	-	-	684	899	889
Kuveyt	-	-	-	7.106	9.179	9.821
Umman	-	-	-	1.768	1.982	2.184
Katar	-	-	-	-	7.813	10.702
Suudi Arabistan	17.827	15.280	18.671	22.076	18.202	17.986
B.A. Emirlikleri	-	-	-	11.818	-	-

Kaynak : Dünya Bankası

Ortadoğu Bölgesi'ndeki Arapların turizm hareketinin %75'i halen bölge içi turizm olarak gerçekleşmektedir. Körfez ülkelerinin bölge dışı turist sayısının %60'nı, toplam dış harcamaların da %75'ini gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Suudi Arabistan, BAE ve Kuveyt dışarıya en çok turist gönderen ana turist kaynakları iken, Katar ve Umman gelişen pazarlardır. Bahreyn ise çok az bir paya sahiptir.

Dünya Bankası ülkelere gelen ve ülkelere giden turist sayıları ile iki yönlü yapılan harcamaları açıklayan raporlar yayınlamaktadır. Yukarıdaki tabloda Körfez Bölgesi'ne ait bu ülke vatandaşlarının yurtdışına çıkış sayıları ile yaptıkları ortalama toplam harcama verilme-ye çalışılmıştır. Ancak Körfez ülkelerinin veri yayınlama konusundaki gönülsüzlüğü nedeniyle Suudi Arabistan dışındakiler için çıkan turist sayısı alınamamış ancak o ülke vatandaşlarının diğer ülkelere giriş istatistiklerine göre ortalama harcamalar toplamı çıkarılmıştır. Buna



göre 2012 yılında Suudi Arabistan vatandaşlarının 18.6 milyonu seyahat amaçlı yurtdışına çıkmıştır. Bu sayı toplam nüfusun % 77,5'ine karşılık gelmektedir. Yapılan toplam harcama ise yaklaşık 18 milyar dolardır. Tüm GCC Körfez ülke vatandaşlarının yaptıkları harcamalar toplamı ise 54.5 milyar dolardır. Yıllık ortalama %5'lik büyümeye sahip olduğu dikkate alındığında bu değerlerin gelecekte daha da büyüyeceği söylenebilir.

Tablo 6. Körfez Ülkelerinin Uluslararası Turizm Harcamaları, 2000-2010 (Milyon \$)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Suudi Arabistan	-	9,080	12,961	20,158	15,129	20,419	21,135
Birleşik Arap Emirlikleri	3,019	6,186	8,827	11,273	13,288	10,347	11,818
Kuveyt	2,494	4,531	5,572	6,636	7,570	6,442	6,748
Umman	0,471	0,668	0,713	0,752	0,856	0,900	1,004
Katar	0,307	1,759	3,751	1,262	1,453	0,481	0,538
Bahreyn	0,224	0,414	0,455	0,479	0,503	0,408	0,506
Orta Doğu	14,625	29,849	39,965	49,795	49,809	50,523	55,236
% Harcama	-	-	-	11.818	-	-	-
(Körfez/Ortadoğu)	-	76%	80.8%	81%	78%	77%	76%

Kaynak: ETC (2012)

Tablo 7. Körfez Ülkelerinin Popüler Seyahat Noktaları

Merkez	Avrupa	Dünya (Avrupa hariç)
Suudi Arabistan	1.İsviçre, 2.Fransa, 3.Birleşik Krallık,4.Türkiye	1.Malezya, 2. Endonezya, 3.Singapur, 4.Fas
Bahreyn	1.Birleşik Krallık, 2.Almanya, 3.Fransa	1.ABD, 2.Hindistan, 3.Malezya
Birleşik Arap Emirlikleri	1.Birleşik Krallık, 2.Fransa, 3.Almanya, 4.İtalya	1.Tayland, 2.Singapur, 3.Malezya
Kuveyt	1.Birleşik Krallık, 2.İsviçre, 3.Fransa, 4.Almanya, 5.Türkiye	1.ABD, 2.Malezya, 3.Tayland
Katar	1.Birleşik Krallık, 2.Fransa, 3.İsviçre, 4.Almanya	1.ABD, 2.Malezya, 3.Tayland
Umman	1.Birleşik Krallık, 2.Almanya, 3.Fransa	1.Hindistan, 2.Malezya

Kaynak: UNWTO, 2012

2012'de yılında Körfez ülkeleri vatandaşlarından oluşan turist sayısı 46 milyon'a ulaşmıştır. Suudi Arabistan %47 (21.6 milyon), BAE %31 (14.2 milyon) ve Kuveyt %22 (10.1 milyon) paya sahip olup Arap ülkeler arasındaki (intra region) gidiş gelişler toplam turist hareketinin %75'ini oluşturmaktadır. Buna rağmen yalnızca 11.5 milyonluk Körfez turisti bölge dışına ve deniz aşırı ülkelere seyahat etmektedir.

Körfez Ülkeleri vatandaşları, Ortadoğu dışında en çok Avrupa, Asya ve Asya-Pasifik bölgelerine gitmektedirler. 2010 yılında Avrupa, Körfez ülkeleri pazarının %49'luk payına sahip olmuştur. Bu da yaklaşık 5 milyon turist demektir. İngiltere, Almanya, İsviçre ve İtalya en çok tercih edilen ülkelerdir. Avusturya'ya olan talep ise hızla artmaktadır.

Asya Pasifikte Tayland ve Malezya, Körfez ülkeleri vatandaşları tarafından tercih edilen ilk 10 destinasyon arasındadır. Hint Okyanusu kıyısındaki adalar da popülaritesini artırmaktadır.

Körfez ülkelerinin en çok ziyaret ettikleri popüler destinasyonları gösteren tabloda Türkiye'nin Suudi turistler için 4. , Kuveytli turistler için 5. olduğu, Diğer Körfez ülkelerinde ilk 5 te yer almadığı görülmektedir. Buna karşın Malezya ve Tayland tüm Körfez ülkeleri için en önemli destinasyonlar olarak görülmektedir.

Körfez Arapları, seyahat harcamaları yüksek turist gruplarıdır. Harcamalarında %54 ile uçuş masrafları başta gelirken seyahatlerinde aktivite olarak alışveriş ilk sırada gelmektedir. Kozmetik, çamaşır, tekstil ve ayakkabı en çok satın alınan ürünler olup gümüş ve altın takılar da tercih edilmektedir.

Yapılan anket çalışmaları ve araştırmalara göre Körfez Turistlerinin bölge içi ve uluslararası seyahatlerinde yaptıkları harcamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Buna göre harcamaları en yüksek grup Bahreynli turistlerse de toplam potansiyeli düşük olduğundan Suudi turistler bu açıdan en önemli grubu oluşturmaktadırlar.



Tablo 8.Ortalama seyahat harcaması, Bölge-İçi ve Uluslararası

	Her Bir Bölge-İçi Seyahat için Ortalama Harcama (\$)	Her Bir Uluslararası Seyahat için Ortalama Harcama (\$)
Suudi Arabistan	5.650	11.550
Bahreyn	6.900	12.205
Birleşik Arap Emirlikleri	5.000	10.400
Kuveyt	4.265	9.590
Umman	4.415	9.090
Katar	3.650	6.690

Kaynak: Frost&Sullivan and Insight Middle East, 2014



Ortadoğu Bölgesi'nden uluslararası turizm hareketine katılan turistlerin tercihlerini gösteren Tablo 9'a göre Türkiye en çok tercih edilen destinasyondur. Türkiye, 2010 yılı verilerine göre tüm Ortadoğu turist hacminin %38,7'sine sahiptir.

Helal turizm Müslüman Araplar için önemli olup günümüzde Müslüman olmayan ülkeler de bu alanda yatırımlar yapmaktadırlar. Yeni Zelanda ve Avustralya buna iyi birer örnektir. Günümüzde Japonlar hava alanlarında mescit bulundurmakta ve otellerde helal yani muhafazakâr medya yayınları bulundurmaktadırlar. Ayrıca, Japon restoranlarının bir kısmı da helal tarzda Japon yemekleri sunmaktadır.³

Tablo 9. Orta Doğuların Avrupa'da En Çok Tercih Ettiği 6 Destinasyon, 2010

	Gelen Yolcu (x1000)			% Değişim		% Oran	
	2000	2005	2009	2010	2010/2009	2005	2010
Avrupa	1765	2456	3745	4403	17,6	100	100
Türkiye	242	626	1228	1704	38,7	25,5	38,7
Fransa	399	573	835	891	6,7	23,3	20,2
Birleşik Krallık	428	384	596	529	-11,3	15,6	12
İtalya	98	376	261	350	34,1	15,3	7,9
Almanya	106	185	259	336	29,9	7,6	7,6
İsviçre	41	66	102	122	17,6	3,1	3,1
Avustralya	29	68	97	120	23,7	2,8	2,7

Kaynak: ETC, 2012

3.<http://gulfnews.com/business/tourism/muslim-countries-missing-tourism-opportunities-1.1260141>

5.ARAP TURİZM MODELİ

Arap turistlerin seyahat motivasyonlarının temelde doğal güzellikleri ve ılıman iklim şartlarına sahip yerleri görme, helal yemek yeme ve konaklama, alternatif turistik aktiviteler, eko turizm olanakları, dini motivasyonlar, alışveriş gibi unsurlar olduğu görülmektedir. Genelde Arap ülkeleri, özelde ise Körfez Ülkeleri turistlerinin profili; gelir durumu, dünyaya bakışı, eğitim durumu vs. gibi faktörlere bağlı olarak değişirken aynı ülke vatandaşları arasında bile tercihlerde farklılıklar görülmektedir. Buna rağmen aşağıdaki gibi genel bir profil oluşturulabilir.

Arap turistlerin genel özellikleri şöyledir:

- Arap turistler genellikle 4-8 kişilik üyelerden oluşan aile tipi seyahat gerçekleştirmektedirler. Bazı verilere göre aile 30 kişiye kadar varabilmektedir.⁴ Diğer bazı verilere göre ise turistler çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu 14-21 kişilik aileler ya da arkadaş grupları ile 8-12 kişilik erkek genç arkadaş grupları şeklinde olabilmektedir.
- Çoğunlukla şehir merkezlerinde yüksek kaliteli hizmet sunan mekânlarda konaklama talep etmektedirler. Kalabalık aile grupları çocuklarıyla birlikte kalmayı, bu nedenle de bağlantılı odaları olan geniş süitleri ya da apartları tercih ederler.
- Götme istedikleri ülkelere ne oranda aşına oldukları ve önceki ziyaretleri karar aşamasında etkilidir. Genellikle aile ve arkadaş gruplarının tavsiyesiyle tercihlerini belirlemektedirler. Az bir kısmının tercihlerinde seyahat acentesinin tavsiyeleri etkili olmaktadır.
- İnternet ortamından bilgi toplama alışkanlığı hızla yayılmaktadır. Bilgisayar ve akıllı telefon gibi internet bağlantılı araçları yaygın olarak kullanmalarına rağmen internet araştırmaları düşük seviyededir. Arapların yalnızca %3'ü internet üzerinden rezervasyon yapmakta %5'i ise gideceği yer hakkında bilgi toplamak üzere interneti kullanmaktadır.⁵ Buna karşın gelecekte internetin hızla yaygınlaşacağı ve öncelikli tercih olacağı tahmin edilmektedir.
- Sezon olarak genellikle okulların tatil olduğu aynı zamanda bölgede havaların en sıcak olduğu Haziran-Ağustos ayları arasındaki 3 aylık yaz dönemlerini tercih etmektedirler.
- Tatil planlarını çok geç dönemde yapmaktadırlar. Uçuş rezervasyonları 3-4 hafta sonrasında yapılırken tatil planlaması 1 hafta öncesine kadar bırakılmaktadır.



- Arap turistler arasında gençler yoğunluktadır. Bu durum düşünüldüğünde hareketli, heyecanlı ve maceracı bir tipe sahiptirler. Bu nedenle gidilen yerin sunduğu aktivite imkânları çok önemlidir.
- Kalabalık aile grupları şeklinde seyahat ettiklerinden ailenin birlikte yapabileceği etkinliklerin varlığı önemlidir.
- Arap turist grupları temelde bekârlar ve çiftler ile geniş aileler olarak 2 gruba ayrılabilir. İlk grup daha hareketli ve maceracı bir deneyim yaşamayı ve bunları arkadaşları ile paylaşmayı severler. İkinci grup ise daha sakin ve uzun (8-14 gün) tatil planı yaparak okul tatil aralarını, bazen de bayram ve hac tatil dönemlerinde kısa tatiller olarak değerlendirmek isterler. Her yıl farklı yerler görme eğilimleri bulunmaktadır.
- Birleşik Arap Emirlikleri'ne mensup Araplar eğitim seviyeleri yüksek turist grubu olduğundan seçkin destinasyonlar aramaktadırlar. Hizmet, çevre düzeni ve aktivite ön plana çıkmaktadır. Kuveyt ve Katarlı turistlerin lüks tatil eğilimleri varken Suudi Arabistanlı turistlerin beklentilerinin kısmen daha az olduğu tespit edilmiştir.

4. <http://www.visitbritain.com/>

5.M. Ariffin A. & Hasim M. S. " Marketing Malaysia to the Middle East Tourists, 2009, International Journal of West Asian Studies

- 25 yaş altı Emirlik ve Suudi Arabistan Araplarının bazı tespitlere göre üç temel beklentileri öne çıkmaktadır. Misafirperverlik, kolektivizm (aile müşterek kararları) ve İslami hayat tarzının var oluşu, gidilen destinasyonda önemlidir.
- Helal olması şartıyla farklı mutfakları denemeyi sevmektedirler. Hint, Çin, Tai, İtalyan ve Türk yemeklerini yemeyi veya en azından denemeyi severler. Seyahatlerinde yemek aktivitesi önemli yer tutmaktadır.
- Gece eğlenceleri ve gece gezmelerini sevmektedirler.
- Deniz aşırı seyahat eden Arap turistlerin %75'i alışverişini önemli bir aktivite olarak görmektedir. ⁶ Memnuniyetleri ve beğenileri ölçüsünde alışveriş miktarları değişmekte ve bir sınır bulunmamaktadır. Türkiye'nin tekstil ürünlerini beğendiklerinden Türkiye açısından bu alanda önemli bir avantaj söz konusudur.
- Ülkelere göre değişmekle birlikte çoğunlukla kadınlar gittikleri ülkelerde yerel kıyafetlerini giymeyi tercih ederler. Bu husus, tatil seçimlerinde en etkili unsurlardan biridir. Bazı Avrupa merkezlerinde bu konuda yaşanan zorluklardan dolayı destinasyon olarak Müslüman ülkeler tercih edilebilmektedir. Yine kadınların bu tercihlerinden dolayı yüzme aktivitelerini tercih etmemektedirler. Kadınlara özel muhafazakâr otel ve plajlar sunulduğunda ise yüzme bir tercih sebebi olabilmektedir.
- Deniz turizmi ile çok ilgilenmeseler de denize kıyısı olan şehirleri tercih ettikleri, özellikle deniz manzaralı konaklamaya yüksek oranda önem verdikleri söylenebilir.
- Aile gruplarında alkol tüketilmediğinden alkol hizmeti veren otel ve restoranlardan hazzetmezler.
- Gittikleri destinasyonlarda havayolu ulaşımının olması önemlidir. Uzun ve yorucu yolculuklar fazla tercih edilmediğinden gidilecek yere doğrudan uçuş olması önemlidir. Charterlar yüksek talep almaktadırlar.
- Taksi ve kiralık araçları kullanırlar. Toplu taşımayı tercih etmezler. Aile grupları geniş araçlı ve şoförlü turları tercih etmektedirler. Gelir grubuna göre VIP tur hizmetlerine talep artmaktadır.
- Sağlık turizmi açısından önemli müşteri grubu olarak bilinirler. Saç ekimi ve estetik cerrahi konularında yüksek oranda talep mevcuttur. Türkiye de bu konuda önemli merkezlerden biridir.



6. M. Ariffin A. & Hasim M. S. " Marketing Malaysia to the Middle East Tourists, 2009, International Journal of West Asian Studies

6. SUUDİ DİŞ TURİZM HAREKETİ ANALİZİ

- Suudi Arabistan'da 2011 yılında 15.3 milyon turist yurtdışına çıkmıştır. 584 bini günlük seyahatlerdir. Toplam harcamaları ise aynı yıl 16.2 milyar, ortalama harcama ise kişi başı 1.050 dolar olmuştur.
- 2011 yılında yapmış oldukları toplam geceleme 200 milyondur. Ortalama kişi başı kalış süresi ise 13 gecedir.
- Seyahatlerin en yüksek olduğu ay Temmuzdur (2.1 milyon-%24,7). Ardından 1.7 milyon ile haziran gelir. Bu da yaz tatillerinin tercih edildiğini gösterir.
- En çok gidilen ilk beş destinasyon sırasıyla Mısır (%11,6) Hindistan (%10,7) Bahreyn(%10,1) Birleşik Arap Emirlikleri(%9,5) ve Ürdün (7,3)' dür.



Tablo 10. Bölgelere Göre Giden Turist Sayısı

Destinasyon Bölgesi	Turist Sayısı (Bin)
Körfez Ülkeleri	9.297
Ortadoğu	4.866
Güney Asya	3.375
Avrupa	516
Doğu Akdeniz(Türkiye)	151
Afrika	686
Amerika	274

Tablo 11. Amacına Göre Turist Sayıları(Bin)

İş Seyahati	796
Eğitim	42
Sağlık ve Medikal	291
Tatil	10.823
Arkadaş Ziyareti	2.647
Alışveriş	182
Spor	163
Transit	8
Diğerleri	323

- Seyahatlerin %70,8'i (10.8 milyon) tatil amaçlı yapılmaktadır. Bunun da %53'ü yılın ikinci ve üçüncü çeyreklerinde yapılmaktadır.

Tablo 12. Üç Kategoride Suudi Turistlerin İlk 5 Destinasyonu, 2011

	Tatil	Sağlık	Alışveriş
1	Bahreyn	Pakistan	BAE
2	BAE	Ürdün	Ürdün
3	Mısır	Kuveyt	Bahreyn
4	Hindistan	Bangladeş	Kuveyt
5	Ürdün	Fransa	Filipinler

- Suudi turistler tatil amaçlı turizm için en çok Bahreyn'i, sağlık turizminde Pakistan'ı, alışverişte ise Birleşik Arap Emirlikleri'ni tercih etmektedir.



Tablo 13. Geceleme Aralıklarına Göre Suudi Turistlerin Türkiye'de Kalış Süre Aralıkları

Destinasyon / Geceleme	1-3 Gece	4-7 Gece	8-14 Gece	15-28 Gece	29-91 Gece
Okuma yazma bilmeyen	2	5.802	125.369	19.311	-

- 2011 yılında Türkiye'ye gelen 150 bin Suudi turistin 125 bini 8-14 geceleme aralığında kalış süresini seçmiştir.

Tablo 14. Türkiye'ye Gelen Suudilerin Konaklama Tercihleri,2010

Destinasyon / Konaklama Tipi	Hotel	Apart	Müstakil	Diğerleri
Türkiye	88.470	45.694	16.321	19.311

- Tatil amaçlı seyahate çıkan Suudi turistlerin %49'u gittikleri yerlerde apartlarda ya da dairelerde kalmayı, %45'i ise oteli tercih etmiştir. Yine sağlık turizmi amaçlı gidenlerin %55'lik kısmı apartları tercih etmiştir. Türkiye'ye gelenler için ise otel konaklaması öncelikli olmuştur.

Tablo 15. Suudi turistlerin Dış Turizmde Yaptıkları Harcamaların Amaçlarına Göre Oranı

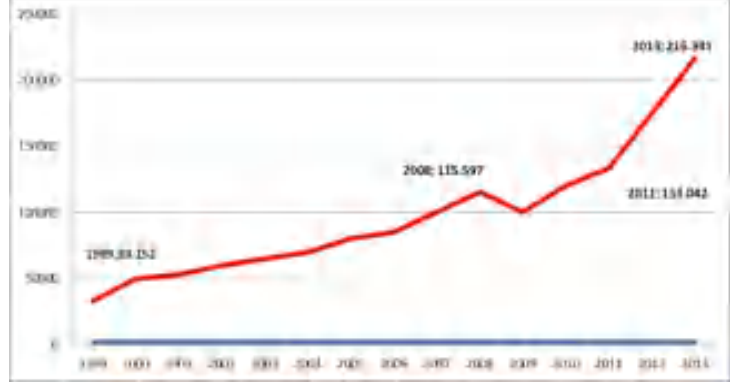
Seyahat Amaçları / Harcama Alanları	Harcama Miktarı (Milyon \$)	Pay (%)
Konaklama	3.147	19,5
Yeme İçme	2.542	15,7
Destinasyon İçi Ulaşım	1.352	8,4
Eğlence	4.409	27,3
Alışveriş	4.032	25
Diğerleri	0.669	4,1
Toplam	15.482	100

- Suudi turistlerin yaptıkları harcamaları gösteren tabloya göre yapılan harcamaların başında alışveriş(%27,3) ve eğlence (%25) gelmektedir.

7. ARAP TURİZİMİNDE İSVİÇRE MODELİ VE ÖRNEĞİ⁸

Avrupalı destinasyonlar arasında İsviçre Körfez turistleri için ana destinasyonlardan biri olmuştur. Doğal manzara güzelliği, serin havası, şehirleri, kaliteli tatil ürünleri, kültür, tarih ve gezip görme alanları ile dikkat çekmektedir. İsviçre dünyada Arap turistlerin gelişi bakımından 8. sırada iken geceleme toplamı bakımından 10. ve harcama yapmaları bakımından 1. sıradadır. Turist sayısı bakımından 2014 yılı için %25 gibi hızlı bir artış beklenmektedir.

Grafik 1. İsviçre'ye Körfez Ülkelerinden Gelen Turist Sayısı, 1999-2013



Grafiğe göre 2008-2009 dönemi hariç, İsviçre'de Arap turist sayısının sürekli artış trendinde olduğu görülmektedir.

Bu artış birkaç nedene birden bağlı olabilir. Burada Schengen vizesinin önemi büyüktür. Bu vize sayesinde Körfezli Arapların Avrupa'da birden fazla ülkeyi ziyaret edebilecek olmaları ilgi çekmektedir. 2008-2009 yıllarındaki ekonomik krizin etkisiyle düşen turist sayısı İsviçre'nin 2008 yılında Schengen'e dahil olmasının hemen ardından hızla artışa geçmiştir. Buna karşın Arapların birden fazla ülkeye tek vizeyle girebiliyor olmaları İsviçre'deki kalış sürelerini kısaltmıştır. Gelişler artmış olmasına karşın ortalama kalış süreleri azalmıştır.

Araplar İsviçre'nin hemen hemen tüm kantonlarını ziyaret etmekte ve kalmaktadırlar. Yandaki tabloda bu kantonlarda gelen Arapların toplam kalış süreleri sıralanmıştır.

Tablo 16. Körfez Ülkeleri Turistlerinin Kantonlara Göre Toplam Kalış Süreleri 2009-2013

Cerevre	171'693,6
Zürich	83'880,4
Bern	77'203,4
Vaud	42'039,2
Valais	16'564,4
Ticino	20'856,6
Lucerne	20'514,0
Graubünden	9'951,4
Basel-Stadt	9'248,0
St.Gallen	9'525,6
Aargau	2'185,6
Schwyz	1'617,8
Nidwalden	1'266,6
Zug	860,6
Obwalden	883,6
Neuchatel	524,8
Basel-Landschaft	669,2
Fribourg	594,4
Thurgau	435,4
Solothurn	438,4
Appenzell Ausserrhoden	294,8
Schaffhausen	271,4
Uri	159,4
Glarus	78,6
Jura	8,8

Resim 3. Kanton Schwyz'den bir görünüm



Resim 4. Kanton Nidwalden'den Bir Görünüş



Resim 5. Kanton Ticino'dan Bir Görünüş



Yapılan analizlerde bazı merkezlerin yıllara göre turist sayısında değişimler gözlemlenmiştir. Buna göre İsviçre'ye gelen Arapların yeni yerler keşfetme tandanslı oldukları tahmin edilmektedir. Örneğin, Cenevre, Zürich ve Bern gibi geleneksel merkezlerin yanı sıra son beş yılda artan kalış süreleri bakımından Schwyz ve Nidwalden Kantonları dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra Ticino, St. Moritz Engadin ve Gstaad Kantonları yine yıldızları yükselen merkezlerdir.

Körfezli Arap turistler alışveriş yapmayı sevmektedirler. Arap turistler geleneksel el sanatları, çikolata ve hediyelikler, lüks mallar, seçkin ve son moda ürünler, marka çantalar, takı ve saatlere düşkündürler. Çocuklar için oyuncakları da unutmamak gerekir. Resmi makamların verilerine göre Körfez turistleri günde ortalama 594 dolar (530 CHF) harcamaktadırlar.

Resim 6. Kanton Ticino'dan Bir Görünüş



İsviçre'ye gelen Körfez Araplarının %10'a yakını sağlık ve zindelik amaçlı gelmektedir. Son 3 yılda bu amaçla gelen Arapların sayısı %20-%50 arasında artmıştır. İsviçre'deki bu yükselişin en önemli nedeni sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesinin yüksek oluşudur. Ayrıca, buradaki sağlık turizmi genellikle aile tatilleriyle birleştirilmektedir. Bu bakımdan bu konuda en iyi konumda olan Almanya ile güçlü bir rekabet söz konusudur. Ulaşım imkânlarının iyi olmasının yanı sıra Arap turistler genellikle Almanya merkezli Almanya-Avusturya-İsviçre rotalı seyahati sevmektedirler.

Resim 7. Valais Kantonu'ndan Bir Görünüş

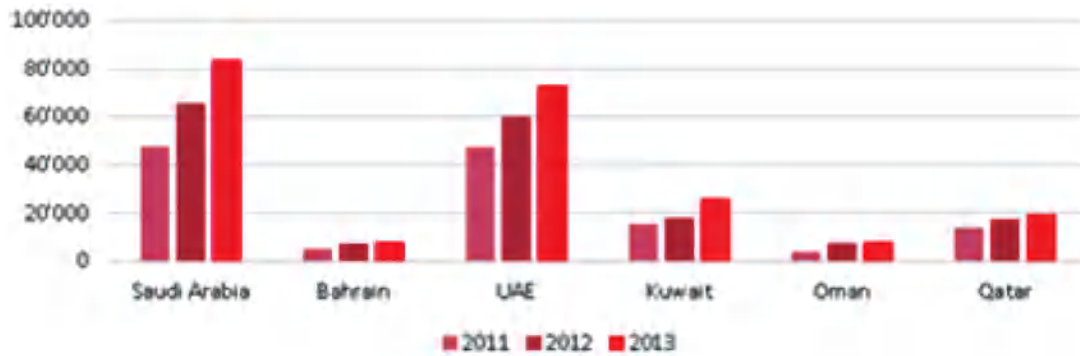


Tablo 17. Hotel kategorilerine göre körfez ülkeleri turistlerinin Valais ve İsviçre'de Geceleme Süresi

	2013		2012'den 2013'e % Değişim	
	Valais	İsviçre	Valais	İsviçre
DİĞER	38,9%	5,4%	15,0%	-26,6%
KATEGORİ YOK	1,3%	3,0%	-88,8%	16,7%
1-2 YILDIZ	7,2%	2,7%	1074,8%	56,9%
3 YILDIZ	10,3%	15,5%	43,9%	27,6%
4 YILDIZ	29,2%	42,6%	71,8%	46,1%
5 YILDIZ	13,2%	30,8%	7,6%	1,6%

Tabloya göre Arap turistlerin 2013 yılında İsviçre ve Valais kantonunda yaptıkları konaklamanın tercihleri gösterilmektedir. Buna göre 2013 yılında İsviçre genelinde en çok 4 yıldızlı oteller tercih edilirken bir turizm merkezi olan Valais'te de en çok diğer kategorisine giren konaklama mekânları tercih edilmektedir. Valais'te 4-5 yıldızlı otellerin de payı yüksektir.

Grafik 2. Her Bir Körfez Ülkesinden İsviçre'ye Gelen Yolcu Sayısı (2011-2013)



Grafik 3. Her Bir Körfez Ülkesinin İsviçre'de Geceleme Süresi (2011-2013)



Yukarıda İsviçre'nin son üç yıla ait Körfezli turist sayısı ile geceleme süresi verilmiştir. Her iki veriye göre de üç yılda sürekli bir artış mevcut. Buna göre 2013 yılında İsviçre'ye 215 bin Arap turist gelmiş ve 619 bin konaklama gerçekleşmiştir. Yani ortalama kalış süresi 2,8 gün olmuştur.

Tablo 18. Valais'te Körfez Ülkeleri Turistlerinin Geceleme Süreleri, 2013

Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2070	3611	2059	1327	279	2101	1271	4528	1036	378	66	1957

Tabloya göre Arap turistler en çok Ağustos ayında en az da Kasım ayında Valais'e gelmektedirler. Ayrıca Ağustos'tan sonra sırasıyla Şubat, Haziran ve Mart ve Ocak aylarında gelmektedirler. Yani kış aylarında da burayı tercih etmektedirler.

Valais kantonunda bazı bölgeler Arapların evi gibidir. Burada apartman ve dağ evi/bungalovlar acen-telerden kiralanarak ikinci bir ev gibi kullanılır. Bu evlerin Arap Turistler tarafından kullanım oranı 2007 yılında %3.7'lik pay ile zirve yapmış ancak zamanla düşerek %0.1'e kadar gerilemiştir.

İsviçre genelinde Arap turistler genellikle Bernese Oberland, Zurich Bölgesi ve Cenevre Gölü Bölgesini ziyaret ederler.



Resim 8. Valais Kantonunda Dağevlerinden Bir Görünüş



Resim 9. Bernese Oberland'dan Bir Görünüş

8.TÜRKİYE'DE ARAP TURİZMİ

Uluslararası turizm pazarında son derece önemli bir konuma sahip olan Arap Dünyası, ülkemizin uluslararası toplam turizm talebinin önemli bir parçası olmuştur. Türkiye, Arap Dünyası ile olan kültürel, tarihi ve coğrafi yakınlığı yanında turizm potansiyeli, dinamik ekonomisi, kentli nüfus olgusu, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yaygınlığından dolayı bölgedeki diğer ülkelere göre daha avantajlı konumdadır. Ancak ne yazık ki ülkemizi ziyaret eden turist sayısında son yıllarda yaşanan artışa rağmen bu ülkelerden yeterince turist çekişinin sağlanamadığı ve potansiyelin altında kaldığı gözlemlenmiştir.⁹

Tablo 19. Türkiye'ye Gelen Turist Sayılarına Göre ilk 15 Arap Ülkesi

ÜLKELER	2011	2012	2013	2014(Eylül Sonu)
CEZAYİR	84 844	104 489	118 189	121 050
FAS	68 645	77 884	82 579	69 491
LİBYA	53 562	213 890	264 266	195 468
SUDAN	7 458	8 161	9 319	7 884
MISIR	79 665	112 025	107 437	83 157
TUNUS	63 176	86 595	91 683	74 622
B.A.EMİRLİĞİ	35 579	48 071	52 424	39 706
BAHREYN	9 712	13 342	16 230	17 678
KATAR	7 661	13 971	18 630	23 811
KUVEYT	41 617	65 167	88 238	107 724
IRAK	369 033	533 149	730 639	670 218
LÜBNAN	137 110	144 491	143 629	126 926
ÜRDÜN	94 914	102 154	102 871	99 980
S.ARABİSTAN	116 711	175 467	234 220	290 356
YEMEN	8 066	11 826	17 354	19 230
TOPLAM	1 177 753	1 710 682	2 077 708	1 947 301

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014



2014 yılı Eylül sonu verilerine göre listede yer alan ülkelerden Türkiye'ye gelen Arap turistlerin sayısı 2013 yılında 2 milyonu geçmiştir. Ortalama artış hızı %35 olduğu düşünüldüğünde 2014 yılı sonu sayısının 2.8 milyonu geçeceği tahmin edilmektedir. Yukarıdaki tabloya göre son yıllarda ülkemizi ziyaret eden Arap turist sayısı 2 milyon sayısını geçmiştir.

9) Mengü, Cüneyt, Dr "Türkiye-Arap Dünyası Turizm İlişkilerinde Durum ve Beklentiler", 2012, Ortadoğu Analiz

Son yıllardaki gelişmelerden dolayı Suriyeli turistlerin bazı istatistiklere dâhil edilmediği görülmektedir. Suriyeli turistler ile diğer Batı Asya ülkeleri (Bakanlık istatistik sınıfı) Araplarının verileri eklendiğinde sayı toplam sayı 4 milyonu geçmektedir. Son üç yılda elde edilen verilere göre ülkemizi ziyaret eden Arap turist sayısındaki yıllık artış %30-40 aralığındadır.

Tablo 20'ye göre ülkemizi en çok ziyaret eden turistlerin sınır komşumuz Iraklıların olduğu görülmektedir. Ardından 290 bin ile Suudi Arabistan gelmektedir. Körfez ülkelerinden Kuveyt 107 bin, B.A.E. 39 bin, Katar 23 bin turist sayısına sahiptir. Listede yer almasa da TÜİK verilerine rağmen 2013 yılında 8 bin dolayında Umman vatandaşı ülkemize gelmiştir.

2003 yılında 200 bin civarında olan turist sayısı 12 kat artmıştır. Türkiye genelinde ülkeyi ziyaret eden turistin toplam sayısı içerisinde Arapların oranı %7'dir. Ülkeler bazında ise Araplar, Almanya, Rusya ve İngiltere'den sonra ülkemizi en çok ziyaret eden 4. milliyet grubu konumundadır.



Tablo 20. Türkiye'yi En Çok Ziyaret Eden İlk 15 Arap Ülkesi Sıralaması, 2014

ÜLKELER	Turist Sayısı
IRAK	670.218
S.ARABİSTAN	290.356
LİBYA	195.468
LÜBNAN	126.926
CEZAYİR	121.050
KUVEYT	107.724
ÜRDÜN	99.980
MISIR	83.157
TUNUS	74.622
FAS	69.491
B.A.EMİRLİĞİ	39.706
KATAR	23.811
YEMEN	19.230
BAHREYN	17.978
SUDAN	7.884

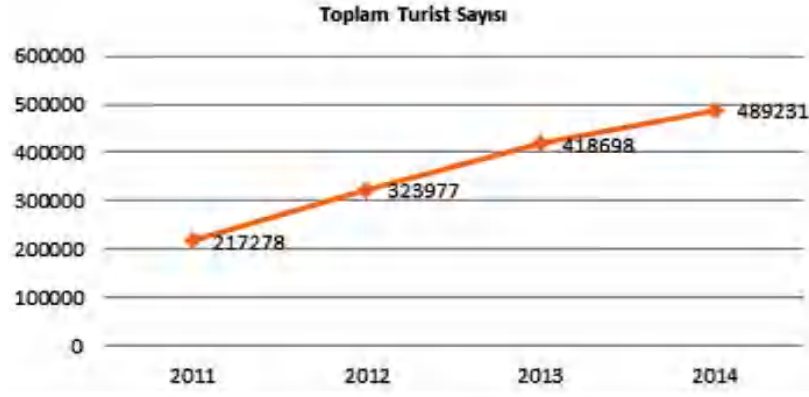


Tablo 21. Türkiye'ye Gelen Körfez Turist Sayıları, Son 4 Yıl

	2011	2012	2013	2014
B.A.EMİRLİĞİ	35 579	48 071	52 424	39 706
BAHREYN	9 712	13 342	16 230	17 678
KATAR	7 661	13 971	18 630	23 811
KUVEYT	41 617	65 167	88 238	107 724
S.ARABİSTAN	116 711	175 467	234 220	290 356
UMMAN	5 998	7 959	8 956	9 956
TOPLAM	217 278	323 977	418 698	489 231

Türkiye'yi ziyaret eden turistler arasında Körfez Bölgesi halklarının payı nispeten azdır. Yüksek gelir grubu ve aynı zamanda yüksek harcama yapan ve Türkiye'nin hedef grupları arasında yer alan bu turistlerin sayısı 2014 verilerine göre 489 bindir.

Grafik 4. Türkiye'yi Ziyaret Eden Körfez Ülkeleri Turist Sayısının Yıllara Göre Değişimi



Tablo 22. Ülkemize Gelen Körfezli Turistler İle Toplam Tabancı Turistlerin Karşılaştırması, 2013

2013	Turist Sayısı (1000)	Kişi Başı Harcama (\$)	Toplam Harcama (Milyon \$)
Arap Turistler (Körfez)	418,6	3000*	1.256
Türkiye Toplam	33.824	749	25.322
Araplar/TR	1,23	4	4,96

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı *Piyasa verileri

Körfez Araplarının ülkemizde en çok ziyaret ettikleri yer İstanbul'dur. Bunda hava ulaşımı, turizm kaynağı, İstanbul tanıtımlı diziler ve ülkemizin en gelişmiş kenti olması etkilidir. İstanbul'un dışında elimizde net veriler olmamasına karşın Bursa, Yalova ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Arap turistler tarafından en çok ziyaret edilen destinasyonlar olduğu tahmin edilmektedir.

2013 yılında ülkemize toplam 33.8 milyon turist gelmiştir. Toplam turist sayısının %12,1'lik kısmını

Arap turistler oluşturmaktadır. Toplam yabancı turist hacminde ise Körfez Bölgesi'nden gelen Arap turistler %1,23'lük kısmı oluştururken bu grup toplam turizm gelirlerinde %4,96'lık paya sahiptir.

Genel olarak yılda birden fazla yurtdışı seyahati eğilimi bulunan Arap turistlerin İstanbul'u tanıdıktan sonra yeni yerler görme ve yeni destinasyonlar keşfetmek üzere yeşili suyu ve doğal güzelliği bol olan Anadolu kentlerine yöneldikleri tespit edilmiştir.



Lüks tüketim alışkanlıkları ile bilinen Körfez Arapları'nın özellikle Avrupa ülkelerinde gelişmiş başkentler ile turizm hizmetlerinin geliştiği Orta Avrupa'yı tercih ettikleri bilinmektedir. Avrupa'yı turizm amaçlı ziyaret eden 600 bine yakın Arap'ın üst seviye zengin turist grubu oldukları, buna karşın ülkemizi ziyaret edenlerin ise ortalama gelir grubuna mensup Araplar olduğu sektörde dillendirilmektedir. Buna karşın Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre ülkemizi ziyaret eden yabancı turistlerin 2014 yılında ortalama kişi başı harcaması 790 dolar iken yerli turistin 1150 Dolar düzeyinde olduğu, Körfez ülkelerinden gelen Arapların ise ülkemizde ortalama 3000 dolar harcaması tespit edilmiştir.

9.DOĞU KARADENİZ'DE TURİZM



Doğu Karadeniz Bölgesi Türkiye'nin kuzeydoğusunda, Karadeniz kıyısında yer alır ve Gürcistan'a sınırı bulunan bölgenin adıdır. Birbirine komşu; iklim, coğrafya, doğal güzellikler ve kültürel karakteristiği ile birbirine benzer özellikleri taşıyan illerin oluşturduğu bölgedir. Bu açıdan Türkiye'de başka hiçbir yerde olmayan bir bütünsellik taşır. Burası bir bütün olarak Doğu Karadeniz olarak anılır ve bir bütün olarak seyahat tarzına uygundur.

Doğu Karadeniz Bölgesi turizm türleri bakımından oldukça zengindir. Dünya genelinde turizmde tüketici ihtiyaç ve taleplerinin değişmesi ve çeşitlenmesi ile birlikte özellikle geleneksel turizmin yerine doğa temelli turizm türleri ve aktiviteleri önem kazanmıştır. Bu bakımdan Doğu Karadeniz Bölgesi sahip olduğu kültürel ve coğrafi zenginliği sayesinde doğa turizmi, dağ turiz-

mi, yayla turizmi, kültür turizmi, botanik turizmi, kış turizmi, av turizmi, kıyı turizmi, eko turizm, kırsal turizm, tarih turizmi, spor turizmi, eğitim turizmi, kongre turizmi, agro turizm, mağara turizmi ve bunlara bağlı aktivite imkanlarını sunmaktadır. Bu açıdan Doğu Karadeniz Türkiye'nin en zengin bölgelerinden biri olup turizmde bir marka haline gelmiştir.

Doğu Karadeniz Bölgesi zengin doğal, kültürel, tarihi turistik kaynakları sayesinde dört mevsim turizm imkanlarına sahiptir. Doğa temelli alternatif turizm imkanlarının yanı sıra geleneksel deniz turizmi altyapı ve imkanlarına da sahiptir. Son yıllarda kayak ve kış turizminin gelişimi için yapılan yatırımlar hızla artmaktadır. Böylece Doğu Karadeniz ülkemizin önde gelen kayak kış merkezlerinden biri olabilecektir.



Son yıllarda yerli ve yabancı turistler tarafından oldukça ilgi çeken yayla turizmi bakımından da en zengin bölge Doğu Karadeniz'dir. Yayla sayısı yaklaşık 950'dir. Bu yaylardan 70 tanesi bilinirliğiyle ve turizm faaliyetleriyle öne çıkmaktadır. Türkiye'de turizm merkezi olarak ilan edilen ve yatırımlara açılan 36 yaylanın 26 tanesi bu bölgede bulunmaktadır. Otantik yerel kültürün ve yayla yaşamının en canlı örneklerini sergileyen Doğu Karadeniz yaylaları, doğal güzellikleri ve ikliminin yanı sıra doğa sporları ve eko turizm meraklıları tarafından da çokça tercih edilmektedir. Türkiye'de de hızla gelişen ve önemli bir turizm türü haline gelen yayla turizmi 2023 yılına kadar alternatif turizmin geliştirilmesi hedeflerinde en önde gelmektedir. Ayder, Uzungöl, Kafkasör, Zigana, Kümbet ve Çambaşı turistlerce en çok tercih edilen Doğu Karadeniz Yaylalarıdır. Korunmuş doğal yapısıyla ülkenin en fazla yayla barındıran alanıdır.

Doğu Karadeniz yayla turizminin önemli bir özelliği Türkiye'de başka bir bölgede olmayan kombine bir turizm konsepti sunmasıdır. Başta ekoturizm olmak üzere bölgede var olan yayla turizmi, sağlık turizmi (kaplıca,

termal, iyonik mağara ve içmeceler), kayak - kış turizmi, kıyı-deniz turizmi, kültür ve tarih turizmi, ekoturizm vb. türler ve birçok aktivite ile birlikte icra edilebilmektedir. Böylece, dört mevsim boyunca bol aktiviteli turizm fırsatı sunulmaktadır.

Turizm sektörü bütün bölgeyi bir eksen olarak kesmektedir. Dolayısıyla bölge bir bütün olarak değerlendirilmeli ve bütün planlama çalışmaları bu bütüncül yaklaşımla yapılmalıdır. Bölgenin en önemli destinasyonları ve çekim merkezi Trabzon ve Rize'dir ve ağırlıklı olarak bu iller ziyaret edilmektedir. Bu yoğunluğunun diğer illere yayılması ve yeni destinasyonların oluşturulması gerekmektedir. Yapılmakta olan yeni havayolları ve ulaşım altyapı projeleri turizmin bütün bölgeye yayılmasını sağlayacak ve turizm hareketliliğini hızlandıracaktır. bölgenin tipik özelliklerinin tamamını yansıtırken havayolu ulaşımı, konaklama imkanları, tarihi ve doğal turistik varlık ve kaynakları nedeniyle turizm hareketinin de merkezi konumundadır. Doğu Karadeniz Bölgesi için öngörülen turizm tarzı yeni yatırımlarla batıdan Ordu, merkezde Trabzon ve doğudan Artvin girişli olmasını gerekli kılmaktadır.

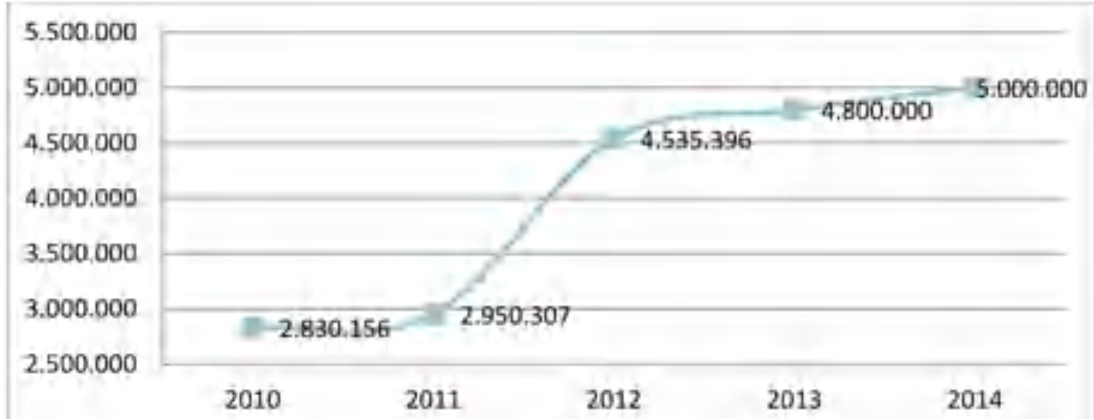


Bölge alternatif turizm imkanları açısından zengin olup yayla turizmi ile öne çıkmaktadır. Trabzon'da Sümela manastırı, Uzungöl, Zigana yaylası, Çakırgöl; Rize'de Ayder, Kaçkarlar, İkizdere; Artvin'de Karagöller; Giresun'da Kümbet Yaylası, Ordu Boztepe gibi merkezler çokça tanınan ve en çok ziyaret edilen yerler arasındadır. Doğal güzelliklerin yanı sıra tarihi yapılar, yerel kültür unsurları, el sanatları, aktiviteler öne çıkan turistik varlıklarıdır.

2014 yılı itibarıyla bölgeyi 5 milyona yakın turist ziyaret ettiği tahmin edilmektedir. Trabzon iline gelen turist sayısı oranı %60 ile bölgedeki en yüksek paydır. Ardından Rize gelmektedir. Turistlerin büyük çoğunluğunu yerli turistler oluşturmakta yabancılar ise %20 oranını teşkil etmektedir. Yabancı turistlerin yaklaşık yarısını Arap Turistler oluşturmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden turist sayılarının değişimine bakıldığında 2010 yılından 2014 yılına kadar %76 oranında artış olduğu görülmektedir.

Grafik 5. Yıllara Göre Doğu Karadeniz Bölgesi Turist Sayısının Değişimi



Doğu Karadeniz Bölgesi illerinin toplamında turizm yatırım ve işletme belgeli toplam 135 tesis bulunmaktadır. Toplam oda sayısı 6.599 oda mevcut iken 13.206 yatak bulunmaktadır. Yatak ve tesis sayılarında ise Trabzon en büyük paya sahiptir.



Doğu Karadeniz Bölgesi'nde genel olarak konaklama yetersizliği en önemli sorundur. Belgeli 13.206 yatak kapasitesi diğer konaklama tipleri ile artmaktadır. Trabzon ili konaklama sorununu en çok yaşayan ildir. Sezonda tesisler %100 kapasite ile çalışmaktadır.

Tablo 23. Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinin Belgeli Tesisleri, Oda ve Yatak Sayıları, 2013

İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİ SINIFLAMASI	TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
TR9- DOĞU KARADENİZ	47	2.537	5.132	88	4.062	8.074
TRABZON	14	1.090	2.250	30	1.569	3.178
ORDU	10	619	1.188	23	1.018	2.020
GİRESUN	8	239	467	11	442	858
RİZE	8	338	696	11	426	854
ARTVİN	7	251	531	9	481	943
GÜMÜŞHANE				4	126	221



Tablo 24. Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinde Yıldızlarına Göre Tesis Sayısı, 2013

SINIFI	TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
5 Yıldızlı	2	354	724	2	294	609
4 Yıldızlı	14	1 161	2 383	15	1 319	2 683
3 Yıldızlı	22	754	1 561	35	1 481	2 882
2 Yıldızlı	1	15	30	30	845	1 603
1 Yıldızlı	2	44	64	1	25	50
TOPLAM	41	2 328	4 762	83	3 964	7 827

Kaynak : Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013





Son yıllarda turizmdeki gelişmeler yatırımcıların da ilgisini çekmektedir. Konaklama yatırımları için bölgede yoğun girişimler görülmektedir. Konaklama yatırımı amaçlı alınan teşvik belgeleri verileri aşağıdaki tabloda görülmektedir. Son 5 yılda bölgede toplam büyüklüğü 320,4 milyon TL olan konaklama tesisi yatırımları için toplam 61 adet teşvik belgesi alınmıştır. Mezkûr yatırımlar ile yatak sayısına 6.344 adet ekleneceği bu yatırımların 1523 kişilik istihdam yaratması beklenmektedir. Böylece toplam yatak kapasitesinin 15 bini geçmesi beklenmektedir.

Tablo 25. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Teşvik Belgeli Turizm Konaklama Tesis Yatırımları, Son 5 Yıl

Yıl	Belge Adet	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	İstihdam	Toplam Yatırım Miktarı (TL)
2010	8	308	619	165	21.336.037,00
2011	13	563	1135	269	47.569.267,00
2012	13	801	1727	435	90.466.348,00
2013	17	980	1972	416	119.956.429,00
2014	10	430	891	238	41.159.622,00
TOPLAM	61	3082	6344	1523	320.487.703,00

Kaynak : Ekonomi Bakanlığı, 2014



10.DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ(TR90)'NDE ARAP TURİZMİ

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Arap turistler tarafından Türkiye genelinde İstanbul hariç en çok tercih edilen 3 destinasyon olduğunu veriler göstermektedir. Bölge içerisinde ise Trabzon ve Rize Arap turizminin en yoğun olduğu illerdir. Uzungöl, Süme-la ve Ayder en popüler turizm merkezleridir. Son dönemde Giresun, Ordu, Gümüşhane'de bazı merkezlere doğru bir hareket mevcuttur. Kesin verilere ulaşmanın zorluğuna rağmen piyasa görüşlerinin Doğu Karadeniz için bu yıl Arap turist sayısının 230-260 bin aralığında olduğu tahmin edilmektedir.

Son yıllarda hızlı artış gösteren Arap turist sayısı 4 yılda 7,5 kat artmış; yine aynı dönemde yıllık ortalama %75 artış göstermiştir. Yıllık ortalama %40 artışın devam etmesi durumunda ise 2016 yılı sonu itibarıyla Arap turist sayısının 509 bin olabileceği tahmin edilmektedir.

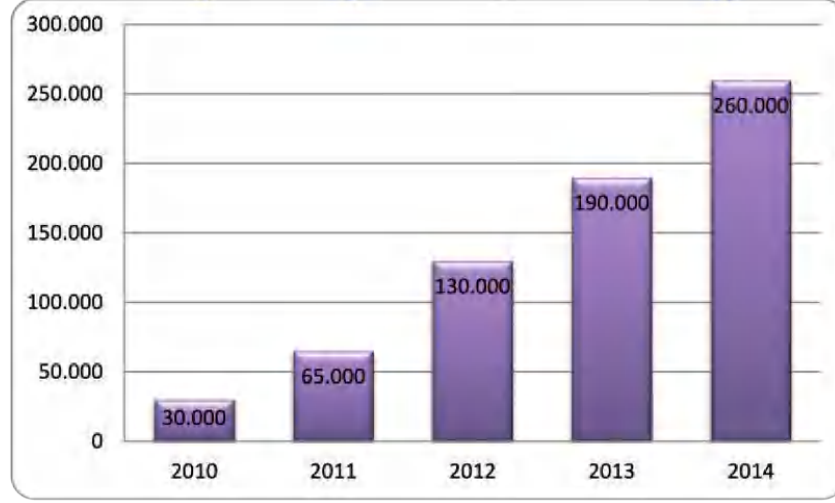


Tablo 26. Trabzon'a Gelen Arap Turistlerin Yıllara Göre Sayıları *

2010	2011	2012	2013	2014
30.000	65.000	130.000	190.000	260.000

Kaynak : Sektör Araştırması, Acenteler ve Medya * Sayılar yaklaşık olarak verilmiştir.

Grafik 6. Doğu Karadeniz Bölgesi'ne Gelen Arap Turistin Yıllara Göre Değişimi



Tablo 27. TR90 Bölgesi ve Türkiye'ye Körfez Ülkelerinden Gelen Arap Turistler*

	2011	2012	2013	2014
TR90 Doğu Karadeniz	65.000	130.000	190.000	260.000
TR Toplam	1.177.753	1.710.682	2.077.708	1.947.301
TR90/TR	5,51%	8%	9,10%	13%

*Doğu Karadeniz'e Gelen Arap Turistlerin Tamamına Yakınının Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar ve BAE vatandaşları olduğu tahmin edilmektedir.

Doğu Karadeniz'deki Arap Turizminin genel özellikleri şöyledir:

Sektör temsilcilerinden ve medya araştırmasından çıkarılan sonuçlara göre bölgemize gelen Arap turist profili ve gelişmeler şöyledir:

- Doğu Karadeniz'e gelen Arap turistlerin %60'a yakını Suudi turistler oluşturmaktadır. Bu sayı da yaklaşık 138 bindir. Sektör temsilcilerine göre İstanbul'a gelen her Suudi Doğu Karadeniz için potansiyel müşteridir. İstanbul'a giriş yapan Suudi turistlerin 2014 yılında 290 bin olduğu düşünüldüğünde bölge için halen önemli bir pazar potansiyeli mevcut. Suudilerin dışında Birleşik Arap Emirlikleri ile Kuveyt en önemli müşteriler olarak gelmektedir.
- Arap turistlerin yoğun talebi vardır. Arap turizminde bölge temelde 5 yıllık bir geçmişe sahip. 2011 yılında 30 bin dolayında olan turist sayısı hızla artarak 2014'te 260 bin bandına yaklaşmıştır. En hızlı artış 2013-2014 sezonunda yaşanmıştır. Sektörde aynı dönemde %50-60 arasında değişen oranlarda yoğunluk artışı gerçekleşmiştir.
- Bölgeye gelen Arap turistler çoğunlukla kendi ülkelerinde orta gelir grubuna dahildir. Üst düzey gelir grubuna dâhil müşterilerin az da olsa bölgeye geldikleri ancak hizmet kalitesinden memnun kalmayarak ziyaretlerini 1-2 gecede tamamladıkları belirtilmektedir. Başka görüşlere göre ise eksikliklere rağmen memnun kalan üst düzey turistler de mevcuttur.
- Bölgeyi ziyaret eden Arap turistler yoğunlukla aile grupları olup ziyaretlerini en az 7-14 gün aralığında gerçekleştirmektedirler. Memnuniyetlerine göre ziyaretler farklı yıllarda yinelenmekte ve buna göre kalış süreleri uzamaktadır. Sezon esikiden 3 ay iken artık Nisan-Ekim arasında 6 aylık periyoda yayılmış durumdadır. Ramazan ayının yaza gelmesi olumsuzluk yaratmış olsa bile 2 yıl sonrası için bu durum değişecektir. Yoğunluk artacaktır.

- Bölgede Arap turizmi ile uğraşan acenteler hızla artmakta ancak profesyonel sayılabilecek anlamda bu işi yapan firmaların sayısı 9-10 kadardır.
- Arap turistlerin turizmde beklentisi özellikle güler yüz ve ilgidir. Sorunlarının çözümü, büyük oranda diğer olumsuzlukları unutturup memnuniyet yaratmaktadır. Bunun dışında turistler çok sayıda yeni yer görmek istemekte ve bakir turistik yerlere ilgileri fazla. Konaklamada lüks arayanların çoğunlukta olduğu gibi lüks olmayan geniş daire ve apartlar ile dağ ve yayla tesislerini tercih edenler mevcut. Değişmekte olan konaklama talepleri şehir merkezi dışında çok sayıda konaklama tesisleri bulunan bölge illeri açısından önemli bir avantajdır.
- En çok gittikleri yer Uzungöl'dür. Bunun yanı sıra Ayder yaylası, Zigana en çok ziyaret ettikleri yerlerin başında gelmektedir. Bunun dışında gününbirlik Rize, Giresun ve Ordu'ya gitmektedirler. Ordu ve Rize'de konaklamalar da mevcut olup, Ordu'da Boztepe ve teleferiğin ünü yayılmaktadır.
- Bölgenin konaklama imkanı kısıtlıdır. En kısa zamanda 4 ve 5 yıldızlı otellerin sayısının artması gerekiyor. Bu anlamda mevcut yatırımların önümüzdeki yıl tamamlanarak faaliyete geçmesi sektör açısından büyük beklenti yaratmaktadır. Arapların Novotel gibi zincir otellere olan talebi güven konusu bakımından önemli. Bu bağlamda bölgeye özellikle Arap sermayeli zincir otellerin kazandırılması zorunludur.
- Bölgede havayolu ulaşımının olması büyük avantajdır. Zira karayolu yolculuğu zaman açısından tercih edilmemektedir. Tamamına yakını havayolu ile bölgeye ulaşmakta yine tamamına yakını ise İstanbul Atatürk Hava Limanı aktarmalı yapılmaktadır. Pahalı olsa bile uçuşlarını THY ile yapmaktadırlar. Konfor önemli. Arap ülkelerinden doğrudan tarifeli yada charter seferler artırılmalıdır. 2 yıldır Suudi Arabistan'dan gerçekleştirilen charter seferler yoğun talep görmüştür. 2015 yılında 360 charter seferi için girişimlerin yapılmış olması sektörü hareketlendirdi.
- Arap turist bölgede uçuş hariç kişi başı ortalama 3.000 dolar harcamaktadır. Bu oran 7-10 günlük ortalama kalış için hesaplanmıştır. Daha uzun kalışlar için rakam artmaktadır. Harcamalarını temelde konaklama, yeme içme, ulaşım ve araç kiralama için yapmaktadırlar. Bunun dışında alışveriş için yoğun harcama yapanlar da bulunmaktadır. Bazen 5 kişilik bir aile 5.000-7.000 dolarlık alışveriş yapmaktadır. Alışverişlerde giyim, takı, el sanatları ve hediyelik ürünler başta gelir.





- Suudi Arabistan potansiyeli en yüksek pazardır ve henüz çok küçük bir payı vardır. Deniz aşırı ülkelere giden 4,5 milyon Suudi turist henüz %5'ine bile ulaşılabilmiş değil. Altyapının gelişmesiyle birlikte Avrupa'daki turizm merkezlerinin alternatifi olabilir. Bunun yanı sıra Birleşik Arap Emirliği, Kuveyt, Katar ve Umman sırasıyla diğer potansiyel pazarlardır.
- Son yıllarda konut ve arsaya yatırım talepleri artmaktadır. 2014 yılında 18'i Suudilere ait olmak üzere toplam 146 konut yabancılara satılmıştır. Ancak, 2014 yılı içinde sözleşmesi yapılan 5.000 bine yakın konutun satışının tamamlandığı bildirilmektedir.¹⁰ Turistik seyahatlerde kalışların uzaması, yatırım yapmak, 6 aya varan kalışlar gibi amaçlar için yoğun konut talebi var. Bazı Arap yatırımcıların Arap konaklama modeline uygun olarak 600'er konut büyüklüğünde birden fazla konut projeleri başlamıştır. Konut yatırımlarının yanı sıra konaklama tesisi için yapılan yatırımlar da var. Suudi bir yatırımcının iki oteli satın aldığı yeni yatırımlar için girişimde bulunduğu bilinmektedir. Dubai menşeli bir yatırımcının ise beş yıldızlı otel yatırımı için tahsis işlemleri mevcuttur. Ayrıca Uzungöl ve Beşikdüzü gibi merkezlerde teleferik yatırımı için Arap sermayeli şirketlerin girişimleri bulunmaktadır.

Şekil 1. Doğu Karadeniz Turizm Gelişimi Şeması



¹⁰ <http://www.haberler.com/trabzon-da-yabancilara-gayrimenkul-satisi-4597393-haberi/>

11.DOKA TURİZM GELİŞTİRME FAALİYETLERİ

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı 2010 yılından bu yana yerel ve kırsal kalkınmanın en önemli araç ve alanlarından biri olduğundan dolayı turizmi geliştirmeye, turizmde katma değer kazandırmaya, turizm sektöründe istihdamı arttırmaya ve yatırım çekmeye, turizm alanında kırsalı güçlendirmeye, bölgeyi sürdürülebilir turizm anlayışı ile tanıtmaya yönelik çabalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalar 3 temel ayakta gerçekleştirilmektedir; planlama, tanıtım ve mali destekleme.

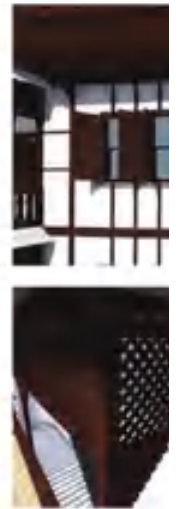


1. Planlama, Strateji Geliştirme ve Koordinasyon

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı turizm sektörünü bölgenin kalkınmasında öncelikli alanlardan biri olarak tespit etmiş ve geliştirilmesi için raporlar, planlar ve stratejiler ortaya koymuştur. Turizmin ele alındığı temel çalışmalar şöyledir:

- Doğu Karadeniz Bölge Planı (2010-2013), 2010
- Doğu Karadeniz Bölge Planı (2014-2023), 2013
- Doğu Karadeniz Turizm 2023 Stratejisi, 2012
- Doğu Karadeniz Uzungöl-Ovit Kış Turizmi Master Planı, 2013 (MDP)
- Doğu Karadeniz Yayla Koridorları Gelişim Şeması, 2014
- Rize Güneysu Vadisi Turizm Odaklı Yenileme, Gelişim ve Kalkınma Eylem Planı, 2014
- Rize İyidere ve Ovit Kalkınma Şeması, 2014

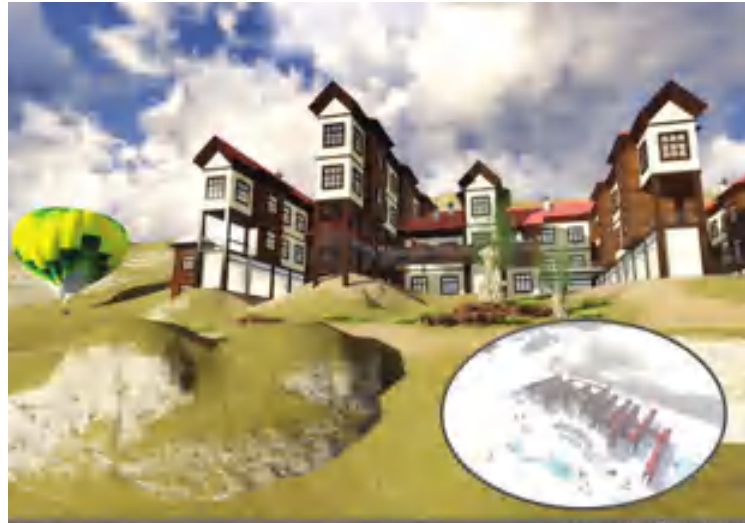
**Güneysu Vadisi Turizm Odaklı Yenileme, Gelişim ve Kalkınma Eylem Planı,
Yöresel Mimari ve Çevre Düzeni Prototip Çalışmaları**



Uzungöl Mevcut Yapılaşmaya Dair Rehabilitasyon Öngörülerini Ve Konsept Çalışmaları



Doğu Karadeniz Yaylaları Kentsel Tasarım Rehberi Çalışmaları





İyidere-Ovit Aksı Mimari Rehabilitasyon Önerileri



II. Finansal ve Teknik Destekleme

Mali destekler noktasında DOKA şimdiye dek 176'si mali destek olmak üzere 200'e yakın projeye toplamda 45 milyon TL destek aktarmıştır. Bu sayede birçok altyapı eksikliği, eğitim, tanıtım hizmetleri gerçekleştirilirken ve özel sektörde işletmelerin güçlendirilmesi, yeni yatırımların çekilmesi ve insan kaynakların geliştirilmesi sağlanmıştır.

Tablo 28. DOKA Turizm Desteklerinin İllere Göre Dağılımı

Program Adı	Ajans Destek Miktarı	Proje Bütçesi	Destek Verilen Proje Sayısı
2010 KOA	13.625.017 TL	22.096.295 TL	31
2010 Turizm A	5.826.408 TL	7.966.338 TL	44
2010 Turizm B	3.987.347 TL	7.860.164 TL	31
2011 KOA	6.401.460 TL	10.376.129 TL	29
2013 KOA	9.152.348 TL	13.741.983 TL	41
TOPLAM	38.992.580 TL	62.040.909 TL	176

III. Tanıtım ve Pazarlama

Tanıtımda özellikle yurtdışı konusunda bütçe veya insan kaynağı bakımından yaşanan eksikliğin tamamlanması amaçlanmıştır. Bölge kaynakları ve turizm varlığına göre yapılan analizlerde hedef pazarlar belirlendi ve buralarda fuar, medya, famtrip(tanıtıma turu), odak grup ziyareti, roadshow gibi etkinliklerle yoğun bir tanıtım faaliyeti gerçekleştirildi. Körfez ülkelerinden Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Umman ile Ürdün gibi Ortadoğu pazarı ile Amerika, Çin, Japonya gibi potansiyel pazarlara ulaşılması hedeflenmiştir. Özellikle fuar organizasyonlarına birebir pazarlamanın etkinliği düşünüldükçe ayrıca önem verilmiştir.

Hedef pazarlar arasında başta gelen Körfez pazarında 2011 yılından bu yana etkin olarak bölge tanıtılmakta olup Arap turist sayısı bakımından bugün gelinen noktada gerçekleştirilen bu tanıtım faaliyetlerinin etkisi büyüktür.

Yürütülen faaliyetlerin en başında turizm fuarlarına katılım gelmektedir. Bu güne dek Birleşik Arap Emirlikleri, Amerika, Japonya, Çin, Gürcistan ve Suudi Arabistan'da fuarlara katılım sağlanmış; bunlardan özellikle Dubai ve Suudi Arabistan'daki fuarlarda Körfez Bölgesi ve Arap dünyasının turizm alanında nabzının attığı fuar etkinliklerinde yer alınmıştır.

DOKA Dubai ATM
Fuarı Standı, 2014



Tablo 29. DOKA'nın Katıldığı Turizm Fuarları

Fuar Adı	Ülke	Yıllar
Arabian Travel Market	Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri	2011, 2012, 2013, 2014
Jeddah Tourism and Travel Exhibition	Cidde, Suudi Arabistan	2013, 2014
Riyadh Travel Fair	Riyad, Suudi Arabistan	2012, 2014
TABIHAKU Expo Japon	Tokyo, Japonya	2013, 2014
Miami Cruise Shipping	Miami, Amerika	2013, 2014
Expo Batumi Uluslararası Turizm Fuarı	Batum, Gürcistan	2012, 2013, 2014
Uluslararası Turizm Fuarı	Guangzou, Çin	2012
Kuwait Real Estate Exhibition	Kuveyt	2013
International Property Show	Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri	2014



DOKA Cidde JTTX 2014 Turizm Fuarına Acentelerle Birlikte Katıldı

DOKA, Körfez Bölgesi'nde tanıtımın etkinliğinin artırılması için Cidde ve Dubai'deki fuarlara bölgemizde Arap turizmde faaliyet gösteren toplam 14 seyahat acentesi ile birlikte katılarak firmaları desteklemiş ve onların birbir ağı kurmalarını sağlamıştır. Önümüzdeki yıllarda yine aynı uygulamanın devam ettirilmesi planlanmaktadır.

DOKA olarak Fuar organizasyonlarının yanı sıra biz-zat deneyerek yerinde tanıtımın gerçekleştiği "familyarization trip" adı verilen etkinlikleri düzenledik. Başta Ortadoğu olmak üzere Avrupa ve Uzakdoğu'dan THY ve Türk Resmi Temsilcilikleri ile işbirliği kurarak o ülkelerin öne çıkan seyahat acentelerini bölgemize davet ettik ve ağırladık. Ayrıca, gelen temsilcileri bölgemizdeki acenteler ile buluşturarak eşleştirme yapılmasını sağladık. Bu etkinliklerden bazıları şöyledir:

Körfezli Seyahat Acenteleri Temsilcileri Trabzon'da Ağırlandı



Tablo 30 DOKA Turizm Tanıtma Organizasyonları, 2014

Körfez Bölgesi Seyahat Acentelerine Yönelik FamTrip Organizasyonları

Ürdün Seyahat Acenteleri Famtrip Grubu 2014

Mekke Ticaret Heyeti Famtrip Grubu, 2014

Suudi Arabistan Seyahat Acenteleri Famtrip Grubu 2014

Körfez Bölgesi Seyahat Acenteleri Famtrip Grubu 2014

Tanıtım etkinliklerine yine Körfez Bölgesi'nde yayın yapan etkin medya organları ile bölge genelinde yazılı ve görsel basında yer alınmıştır. 2014 yılı içerisinde Birleşik Arap Emirlikleri merkezli ve Körfez ülkelerinin tamamında yayımlanan iki büyük yayın organı olan 150 bin tirajlı Gulf News ve yine aynı tiraja sahip Al-Khaleej gazetelerinde Arap turistler için en iyi destinasyonları tanıtip tavsiye eden seyahat ekinde Doğu Karadeniz tanıtım (advertorial) bölümü yer almıştır.



Dubai merkezli Gulf News Gazetesi'nde Yayınlanan DOKA Doğu Karadeniz Tanıtım Yazısı

Bunların dışında DOKA Yönetim Kurulu Üyelerinin, yöneticilerin ve işadamlarının katılımlarıyla gerçekleştirilen yurtdışı inceleme ve işbirliği ziyaretlerinin tamamında bölgenin sahip olduğu turizm potansiyeli tanıtılmış ve işadamlarının Doğu Karadeniz'e yatırım yapması için bilgilendirme ve davetler yapılmıştır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin turizm alanında sahip olduğu potansiyel çok önemli yatırım fırsatları sunmaktadır. Bu fırsatların bölgeye yatırım olarak dönmesi ve turizmde kalıcılığın sağlanabilmesi için yerli ve yabancı yatırımcı davet edilerek yada bizzat yerinde ziyaret edilerek bölgenin avantajları ve teşvik imkanları anlatılmış; böylece bölgeye yatırım çekilmeye çalışılmıştır ve çok önemli kazanımlar sağlanmıştır.



DOKA Yabancı Yatırımcı Bilgilendirme Faaliyetleri

Tanıtımların yapılmasında önemi büyük olan tanıtım araçlarının etkin kullanılması amacıyla DOKA, Bölge geneli turizm varlığı ve kaynaklarının tanıtımı için pratik tanıtım materyalleri hazırlamış yada hazırlatmıştır. Fuar ve etkinliklerde bu materyallerin hedef kitleye ulaştırılması sağlanmıştır. Bugüne dek farklı tür ve nitelikte 200.000 adet materyalin (CD, tanıtım filmi, katalog, broşür vs.) hazırlanması, tasarlanması ve dağıtımı sağlanmıştır.

DOKA'nın Hazırladığı Farklı Tür ve İçerikteki Tanıtım Materyalleri



Yapılan faaliyetlerin devamlılığı esas olup bundan sonraki süreçte artarak devam edilmesi hedeflenmektedir. DOKA'nın bizzat gerçekleştirmiş olduğu etkinliklerin yanı sıra kurum kuruluş ve özel sektöre de tanıtım faaliyetleri noktasında teknik ve mali destekler verebilmektedir. Bu konuda DOKA önemli ölçüde tecrübeye ve personel donanımı bakımından yüksek niteliğe sahiptir.

*A Journey
to Heavenly
Black Sea*

12.BÖLGEDE ARAP TURİZMİNİN GELİŞİMİ İÇİN STRATEJİLER

Strateji 1. Arap Turizmi için bölgede özel gündem oluşturulmalıdır.

Arap turizmi açısından ülkemiz cazip bir destinasyondur. Yıllara göre büyüme hızı oldukça büyüktür. Doğu Karadeniz Bölgesi ise Arap turizminde en uygun ve en çok tercih edilen destinasyonlardan biridir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde hızla gelişen Arap turizmi ivedilikle ulusal ve yerel kurumların işbirliğine dayanan bir politika yürütülerek stratejiler oluşturulmalı ve uygulama noktasında ortak irade beyan edilmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Başbakanlık Yatırım Ajansı ile valilikler, belediyeler, il müdürlükleri ve Kalkınma Ajansı ortak çalışmalıdır.

Strateji 2. Doğu Karadeniz Bölgesi Özel Teşvikli Turizm Bölgesi ilan edilmelidir.

Turizm ve bileşenlerini içeren alanlarda yatırımların hızlanması, altyapı ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla mevcut yatırım teşviklerinin yanı sıra Doğu Karadeniz Bölgesi illerini kapsayan özel turizm yatırım teşvik bölgesi ilan edilmelidir. Turizm merkezlerinin sayısı artırılıp, yatırımların belirli merkezlerde yoğunlaşması sağlanmalıdır.

Strateji 3. Konaklama imkanları çeşitlendirilmeli ve yatak sayısı artırılmalı

Mevcut konaklama kapasitesinin sezonda %100 oranında doluluğa ulaştığı bölgede son yıllardaki yatırımların hızıyla konaklama ihtiyacının giderilmesi mümkün görünmemektedir. Yalnızca Arap turistlerin gelecek 3 yıl içerisinde 2 katına çıkabilecek olması bölge turizmi açısından açmaz ve kayıt dışına neden olabilir. Arap turistlerin tercihi olan 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerinin yetersizliği turizmi olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, farklı turist grupları için de konaklama imkanlarının dağ otelleri, yayla tatil köyleri, apartlar, dağ evleri vs. gibi farklı türlerde konaklama imkanları yaygınlaştırılmalıdır.

Strateji 3. Hava ulaşımı altyapısı geliştirilmelidir.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin turizm gelişimini sağlayan en önemli araçlardan biri hava ulaşımının bulunmasıdır. Bölge havalimanı konumundaki Trabzon ili Türkiye'nin en yoğun havalimanıdır. Arap turistlerin turizm hareketinde hava ulaşımı olan bölgeleri tercih etmektedirler. Bu nedenle havalimanı ulaşımı geliştirilmelidir. Ordu Giresun Havalimanı'nın yakın zamanda faaliyete geçecek olması Trabzon merkezli turizm hareketini ordu ve Giresun illerine yayılmasını sağlayacaktır. Etüt fizibilitesi tamamlanan Trabzon Havalimanı Paralel Pist Projesi hayata geçirilmelidir. Ayrıca Rize-Artvin aksına inşa edilecek muhtemel bir havalimanı yine Arap turistlerin Rize ve Artvin illerine daha kolay ulaşmasını sağlayacaktır.

Strateji 4. Havayolu ağı genişletilmelidir.

Son 4 yıldır Suudi Arabistan'dan charter seferlerle Trabzon'a doğrudan uçuşlar sağlanmaktadır. 2014 yılında 66 olarak gerçekleşen charter seferleri için 2015 hedefi 360 uçak olarak belirlenmiştir. Ayrıca sezonun uzamasını ve yılın tamamına yayılmasını sağlayacak olan yeni uçuşlar, Dubai, Kuveyt, Katar, Cidde vs. yeni destinasyonlara tarifeli ve tarifesiz uçuşların sağlanması gerekmektedir. Türk Hava Yolları'nın bu konuda katalizör olması beklenmektedir.

Strateji 5. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri artırılmalıdır.

Bölgede Arap turizminde turist sayısı ve kalitesinin artırılabilmesi tanıtım faaliyetleri ile doğrudan ilgilidir. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın yurtdışı temsilcilikleri ile son 4 yıldır yürütmekte olduğu tanıtım faaliyetleri sayesinde oldukça önemli kazanımlar elde edilmiştir. Körfez ülkelerine yönelik tanıtım faaliyetlerinde Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tanıtımı önceliklendirilmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB yurtdışı temsilcilikleri ve Türk Hava Yolları'nın işbirliği ile Körfez Bölgesi ülkelerinin tamamında fuar, internet, tanıtma gezisi (famtrip), roadshow vs. etkinlikler ve araçları gerçekleştirilmelidir. Ayrıca tanıtım faaliyetleri için özel koordinasyon birimleri ve bütçeleri oluşturulabilir. Bunun yanı sıra kısa vadede DOKA'nın tanıtım faaliyetleri için bütçe olanakları artırılabilir.



Strateji 6. Kış turizmi altyapısı geliştirilmelidir.

Bölgenin sahip olduğu turizm potansiyelini çeşitlendirmek ve turizmi yıla yayarak mevsimselliği azaltmak amacıyla kış turizmi potansiyeli hayata geçirilmelidir. Bölge genelinde faal olan Zigana, Kaçkarlar, Atabarı kayak merkezleri ancak ölçek olarak küçük olup cazibe yaratmakta yetersiz kalmaktadır. Coğrafi yapısı ve yağış rejimi bakımından kış turizmine uygun olan Bölge’de her ilde cazip merkezlerin oluşturulması mümkündür. DOKA desteğiyle yapılan Uzungöl-Ovit Kış Turizm Koridoru Master Planı proje olarak hayata geçtiğinde bölgenin dünya çapında marka değerlerinden biri olabilecektir.

Strateji 6. Sağlık turizmi geliştirilerek Körfez pazarına tanıtılmalıdır.

Başta Suudi turistler olmak üzere Körfezli Araplar yoğun olarak yurtdışında sağlık turizmine katılmaktadırlar. Ülkemizde de son yıllarda gelişen sağlık turizmi için önemli pazardır. Doğu Karadeniz Bölgesi’ne gelen Arap turistlerin bölgede sağlık turizmine katılma potansiyelleri yüksektir. Yani geleneksel turizmle Arap turizmi birleştirilerek Arap pazarında tanıtıldığında turist sayısı daha da artacaktır. Bölge illerine yeni özel hastane yatırımları kazandırılmalı, mevcut olanların ise mevzuat dahilinde teşvik edilerek dönüşümleri ve uyumlulaştırılmaları desteklenmelidir.

Strateji 7. Doğu Karadeniz’in Arap Turizm Destinasyonu ilan edilmesi sağlanmalıdır.

Arap Turizm Örgütü her yıl Arap coğrafyası dahilinde ve haricinde 22 Arap ülkesi turistlerini yönlendirme amaçlı olarak 2 destinasyonu seçmektedir. 2013 yılında Bursa’nın Arap turizm destinasyonu ilan edilmesi ile önemli kazanımlar sağlanmıştır. Doğu Karadeniz Bölgesi’nin hedef pazarda bilinirliğinin artırılması için ulusal düzeyde girişimlerle örgütün gündemine alınması sağlanmalıdır.

Strateji 8. Bölge illerinde rekreasyonel alanlar ve eğlence merkezleri yatırımları yapılmalıdır.

Arap turistlerin ilgisini çeken ve alternatif faaliyetleri artırıcı eğlence merkezleri (Disneyland, Vialand vs.), tema parklar, botanik parklar, teleferik sistemleri, müze, kültür kompleksleri gibi yapılar faaliyete sokulmalıdır. Özellikle genç turist grubu başta olmak üzere her yaş grubundan Arap turistlerin ilgisini çeken bu yapılar hizmet kalitesi, kalış süreleri ve memnuniyeti artırdığından turizm harcamalarını ve bölgenin turistik cazibesini de artırmaktadır.

Strateji 9. Bölge’de Körfez Bölgesi ülkelerine yönelik fuar, kongre, toplantı vs. organizasyonlar düzenlenmelidir.

Arap dünyasının dikkatini bölgeye çekmek ve böylece yatırım yapmalarını sağlamak amacıyla başta İstanbul olmak üzere ülkemizde düzenlenen bazı iş toplantıları, bürokratik ve siyasi organizasyonlar, iş zirveleri, kongreler, sınır ötesi işbirlikleri gibi etkinliklerin Doğu Karadeniz’de yapılması sağlanmalıdır. Ayrıca, merkezi destek ile yeni etkinliklerin düzenlenmesi etkili olabilir. 2014 yılında bölgede gerçekleştirilen famtrip organizasyonları başarılı geçmiş ve turist sayısında önemli artışlar yaşanmıştır. Doğal güzellikleriyle Doğu Karadeniz Bölgesi Arap Dünyasının Davos’u olma potansiyeline sahiptir.

Strateji 10. Bölge’de turizm sektöründe insan kaynaklarını geliştirici etkinlikler düzenlenmelidir.

Arap turizminde yaşanan sorunların başında gelen dil bilen nitelikli personelin azlığı gelmektedir. Yerel bazı etkinliklerde turizm alanında istihdamı muhtemel gruplara dil ve hizmet eğitimleri verilmesine rağmen yetersiz kalmıştır. Bu açıdan bölge üniversitelerinin Arap dili konularına ağırlık vermeleri gerekirken meslek edindirme kuruluşlarının özel sektörle işbirliği içinde dil bilen rehber, garson, şoför, pazarlamacı, hatta perakende sektör-

ründe tezgahlara kadar ihtiyaç duyulan alanlarda dil ve hizmet probleminin çözümü aciliyet gerektirmektedir. Bunun için üniversite, kalkınma ajansı, ticaret ve sanayi odaları ile meslek örgütlerinin desteklenmesi, bütçeleri bulunan operasyonel destek programları ile işbaşı eğitim etkinlikleri tasarlanmalıdır.

Strateji 11. Bölgeye yat ve kurvaziyer limanı kazandırılmalıdır.

Bölgede henüz bir kurvaziyer limanı ile yüksek standartlara sahip yat limanı/marina bulunmamaktadır. Körfez ülkelerinin sahip olduğu zenginlik dikkate alındığında bu bölgelerde hemen her şehirde yat limanı olduğu görülmektedir. Lükse olan talepleriyle tanınan Arap turistler uzun süreli konaklamalarda ve gayrimenkul alma sonucu uzun kalışlarında yat turlarıyla ilgilenmektedirler. Bunlar bizzat kendi yatları olabildiği gibi kiralama ve herkese açık yat turları gibi etkinlikler olabilmektedir. Bunun yanı sıra kurvaziyer hacmi her yıl artan Trabzon'da yeni bir liman inşa edilmesi gerekmektedir.



Strateji 12. Bölgenin tarihi dokusunu öne çıkararak kentsel dönüşüm ve restorasyon faaliyetleri hızlandırılmalıdır.

Doğu Karadeniz Bölgesi illeri Türkiye genelinde en önemli tarihi yapı dokularına sahiptir. Mevcut yapıların yenileme ile otantik yapının ortaya çıkarılması ve turizme kazandırılması böylece yeni merkezlerin kazandırılması ihtiyacı öne çıkmaktadır. Ayrıca kentsel dönüşüm faaliyetlerinin ivedilikle bitirilerek marka destinasyonlar oluşturulması turizme ivme kazandıracak faaliyetlerdir.

Strateji 13. Özel sektörü destekleyici proje fonları artırılmalıdır.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı ve Tarımsal ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, Doğu Karadeniz'de turizm alanında özel sektörün yatırım yapma ve kapasite artırmalarını destekleyici proje fonlarına sahip olup proje desteklemeleri yapmaktadırlar. Yalnızca DOKA tarafından bugüne dek projeye destek sağlanmış ve 100 milyon TL'ye yakın yatırım yapılması sağlanmıştır. Yatırımların devamlılığı ve yeni yatırımların teşvik edilmesi için daha büyük fonlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Strateji 14. Arapların gayrimenkul yatırımları teşvik edilmelidir.

Ülkemiz, Körfez Bölgesi'nden yatırımcılar için cazip bir ülke haline gelmiştir. Başta İstanbul olmak üzere özellikle turizmin geliştiği bölgelerden gayrimenkul almaktadırlar. 2014 yılında Trabzon'dan 5000 'e yakın gayrimenkul alımı sözleşmesi yapılmıştır. Turizmin sürüklediği bu yatırımların artması sayesinde turizmin devamlılığı da sağlanmış olacaktır. Bu amaçla, bölgede Arap turistlerin yaşam tarzına uygun gayrimenkullerin inşa edilerek hedef pazarlarda pazarlanması ve gayrimenkul alımlarını teşvik edecek ve kolaylaştıracak politikalar geliştirilmelidir.

Strateji 15. Makro turizm projeleri hayata geçirilmelidir.

Turizmde radikal dönüşümlerin sağlanması ve bölgenin marka değerini artırmak için önemli projeler üretilmiştir. Kış turizm merkezleri, çay adası, turizm adası, yayla koridoru, tarihi Süleymaniye Gümüşkent projesi, mavi rota, yeşil rota, çikolata park, Karadeniz Park projelerinin fizibiliteleleri tamamlanarak yatırımlarının gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.

Strateji 16. Spor Turizmi altyapısı geliştirilmelidir.

Bugüne dek birçok uluslararası spor organizasyonları Doğu Karadeniz Bölgesi'nde gerçekleştirilmiştir. Mevcut altyapının yeni ve konsept yatırımlarla güçlendirilerek bölgenin özellikle Körfez pazarlarına yönelik olarak futbol, kayak, hava sporları, su sporları vs. gibi alanlarda marka değerine ulaştırılması sağlanmalıdır. Coğrafi ve iklimsel şartları sayesinde Doğu Karadeniz Bölgesi Arapların spor aktivitelerinde kamp merkezi olmak için uygundur.

Strateji 17. Arap turistlere yönelik alışveriş imkanları artırılmalı ve ürün konseptleri geliştirilmelidir.

Arap turistler için alışveriş önemli bir etkinlik ve harcama kalemidir. Tekstil ürünleri, yöresel el sanatları ve yöresel tatlar en çok tercih edilen alışveriş ürünleridir. Bölge illerinde yeni alışveriş merkezlerinin inşa edilmesi ya da mevcut çarşıların güzelleştirilerek turistik alışveriş alanlarına dönüştürülmesi önemli bir kazanım olacaktır. Alışveriş festivalleri düzenlenerek turistlerin turizm sezonuna önemli bir etkinlik olarak kazandırılması sağlanmalıdır.

Strateji 18. İllerde Arapça ve İngilizce dillerinde bilgilendirme ve yönlendirme olanakları artırılmalıdır.

En çok karşılaşılan sorunların başında yönlendirme ve bilgilendirme sorunu gelmektedir. İller düzeyinde ulaşım akslarında, şehir ve turizm merkezlerinde Arapça tabelalandırma gerekmektedir. Ayrıca havalimanlarında ve turizm merkezlerinde Arapça bilen personelin konulması, danışma ofislerinin kurulması ve materyallerin yaygınlaştırılması gerekmektedir. Arapça yayın yapan periyodik gazete ve dergilerin teşvik edilmesi faydalı olacaktır. Restoran ve otellerde Arapça bilgilendirmesi zorunlu hale getirilmelidir.

Strateji 19. Arap turizm hareketinin diğer alanlara yayılması için tedbirler alınmalıdır.

Turizmin yoğun olduğu bölgelerde, turizme bağlı olarak alt hizmet dallarında, yatırımlarda, gayrimenkul alımlarında, ticaretle, eğitimde ve sosyal hayatta gelişmelerin yaşandığı görülmektedir. Bu amaçla Arap turizmine bağlı olarak hedef pazarlara yönelik ticaret, eğitim, yatırım gibi alanlarda girişimler yapılmalı, işbirlikleri geliştirilmelidir.

Strateji 20. Sektör denetleme ve geliştirme mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Gelişen Arap turizmi ile oluşan piyasadaki olumsuzlukları gidermek için iller düzeyinde sektör temsilcilerinden oluşan, karar alan ve uygulayabilen denetleme mekanizması oluşturulmalıdır. Böylece turizm algısını zedeleyen unsurların giderilmesi ve kayıt dışının önüne geçilmesi yerel irade ile yönetim ilkesi dâhilinde sağlanabilir. Ayrıca turizmin geliştirilmesi ve sektörün birlikte iş yapabilmesini sağlayıcı platformlar oluşturulabilir.

Strateji 21. Bölgede "Helal Turizm" uygulamaları gerçekleştirilmeli ve geliştirilmelidir.

Başta Malezya olmak üzere dünyada ve Türkiye'de helal turizm pazarı genişliyor. İslami hassasiyeti yüksek olan turist grupları için geliştirilen konsept gayrimüslim ülkelerde de uygulanmaktadır. Özellikle Körfez Bölgesi'nin zengin turistini çekebilmek için Avustralya, Yeni Zelanda, Tayland ve Japonya' da helal turizm uygulamaları geliştirilmektedir. Helal turizm açısından en çok tercih edilen ülke Malezya'dır. Helal turizm yemekten kıyafete, otelden yaşanan çevreye kadar tüm alanlarda uygulamaları olan bir turizm türüdür. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde de otellerde ve turizm merkezlerinde bu uygulamanın başlatılması Arap turizminin gelişimi için etkileyici olacaktır.



13. PROJE ÖNERİLERİ – PROJE 2023



Bu bölüm Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın araştırma, analiz, planlama ve tasarım çalışmaları sonucu turizm sektöründe hedeflere ulaşılabilmesi için ortaya koymuş olduğu Türkiye ve dünya çapında marka olabilecek projeler tanıtılmaktadır.

Proje 1. Turizm Adası

Bileşenleri: İki tane Beş Yıldızlı Otel, Yapay Deniz, Tema Parkı, Marina, Spor Tesisleri, Lüks Konutlar, Opera Binası, Alışveriş Merkezleri, İş Merkezleri, Restoranlar, Kafeler, Açık-Kapalı Yüzme Havuzları, Yöresel Ürün Satış Merkezleri, Eğlence Mekânları, Tematik Müze.

Tahmini Süre: 4 yıl

Yer: TR90



Projenin Amacı: Bölgenin turizmde bölgesel çekim merkezi olmasına ek olarak ulusal ve uluslararası ölçekte de çekim merkezlerinden biri olmasına katkı sağlamaktır. Düşünülen turizm adası, turizmde farklı ihtiyaçları bir araya getiren ve bölgeye prestij katacak bir projedir. Turizm adasının altyapı ve dolgu çalışmalarının kamu, üstyapı çalışmalarının ise özel sektör tarafından yapılması öngörülmektedir. Turizm Adası'nda iki tane beş yıldızlı otel ve kişisel kullanıma dayalı lüks konutların yer alması düşünülmektedir.

Ayrıca proje, yapay deniz, tema parkı, marina, spor tesisleri, opera binası, alışveriş merkezleri, iş merkezleri, restoranlar, kafeler, açık-kapalı yüzme havuzları, yöresel ürün satış merkezleri, eğlence mekânları ve çocuk oyun parklarını da içermektedir. Projenin ayrıca Bölge'nin istihdamını artıracak ve ulusal turizm gelirlerindeki payını artırıcı etkileri de olacaktır.



Proje 2. Çay Vadisi ve Çay Adası

Bileşenleri: Çay Parkı, Çay Hobi Bahçesi, Botanik Bahçe Temalı Çay Satış Çarşısı, Çay Müzesi, Spa ve Rehabilitasyon Merkezi, Kongre ve Sergi Merkezi, Rezidanslar, İhtisaslaşmış Çay Organize Sanayi Bölgesi, Ar-Ge ve Ürün Geliştirme Merkezleri, Mini Çay Eko-köyleri, Fuar ve Kongre Donatıları, Organik Çay Bahçeleri

Tahmini Süre: 10 yıl

Yer: Rize



Projenin Amacı: Türkiye çay üretiminin yaklaşık %80'ini karşılayan Rize ilinde Ar-Ge, yenilikçilik, turistik deneyim ve yeni üretim teknikleri etrafında çok yönlü bir tedbirler bütünüyle ileri ve geri bağlantıları güçlenmiş, uluslararası standartta üretim ve pazarlama yapabilen, bir gıda ürünü, bir kültür ögesi ve aynı zamanda turistik değer olarak uluslararası düzeyde yükselen bir çay markası elde etmektir. Bu kapsamda, bir taraftan Rize ili açıklarında dolgu alan üzerine kurulacak bir Çay Adası üzerinde çay parkı, çay hobi bahçesi, botanik bahçe temalı çay satış çarşısı, çay müzesi, çay ürünleriyle spa ve rehabilitasyon merkezi, kongre ve sergi merkezi, rezidans tipi konaklama tesislerinden ve sosyal donatılardan oluşan bir çay kompleksiyle ziyaretçilere kısa zamanda yoğun bir çay deneyimi sunma alanı oluşturulacaktır.

Öte taraftan şehir içinde oluşturulacak bir İhtisaslaşmış Çay Organize Sanayi Bölgesi ile çaya özel Ar-Ge, ürün geliştirme, yenilikçilik merkezleri ve uluslararası standartta üretime aday olan çay imalatçıları bir araya getirilecektir. Bu süreç içinde il kırsalında oluşturulacak mini çay eko-köyleri, eko-turizm meraklılarına çaya dair doğrudan bir deneyim olanağı sunacaktır. Eko köyler etrafında butik otelcilik özendirilecektir. Bunun yanı sıra çay üretiminde organik üretimin ağırlığının artırılması için organik çay bahçeleri yaygınlaştırılacaktır. Ayrıca, her yıl düzenlenecek bir Çay Kongresi ve Fuarı aracılığıyla, uluslararası çay pazarında güçlü bir tanıtım ve bilgi paylaşımı olanağı oluşturulacaktır. Bu kapsamda, ilde ilgili fuar ve kongre donatıları, daha önce bahsedilen Çay Adası üzerinde geliştirilecektir.

Proje 3. Karadeniz Park Projesi

Bileşenleri: Yöresel Kültür Evleri, Serenderler, Yöresel Sanat Evi, yöresel mimariyle yapılmış cami, Tarihi Pazar ve El Sanatları Üretim ve Satış Yerleri, Galeri, Sanat ve Sergi Merkezi, Kent Müzesi, Yöresel Restoran, Kafeterya, Tarihi Tematik Park, Han, Hamam, yöresel yemekler ve el sanatları sergi, Karadeniz Kültür Müzesi, konferans, gösteri ve konser alanları, eğlence merkezi, peyzaj ve rekreasyon alanları, Kurvaziyer ve Yat Limanı

Tahmini Süre: 5 yıl

Yer: TR90



Projenin Amacı: Proje ile Bölge'nin turizm etkinliklerinin tüm yıla yayılması ve turizmin Bölge'ye katkısını artması amaçlanmaktadır. Karadeniz kültürünün, mimarisinin, müziğinin ve mutfağının tanıtılması, ticari değerinin artırılarak satışa sunulmasını, turizmde marka ve seçkin bir destinasyon yaratılmasını, gelen turistlere alışveriş yapma, Karadeniz kültürünü yakından tanıma ve eğlenme imkanı sağlayarak memnuniyetlerinin artmasını sağlayacak bir proje olarak Karadeniz Park projesi tasarlanmıştır.

Tarihi Karadeniz sokağı kurularak yöre mimarisiyle tasarlanmış alanlar oluşturulacak böylece hem aktivitesi hem de görseli keyifli bir merkez kazandırılmış olacaktır. Hedef grup başta yerli turistler olmak üzere Arap turistler olacaktır. Sosyal donatı alanları ile Karadeniz kültürünün turistler tarafından tecrübe edilmesi sağlanacak

Proje 4. Çikolata Vadisi/Parkı Projesi

Bileşenleri: Fındık ve Çikolata Parkı, Turizm Kompleksi, 25 Butik Shop, Fındık Müzesi, Ürün Geliştirme Merkezi, Botanik Bahçe, Kongre Merkezi, Fuar Alanı, Otel, Restoran, Cafe ve Tema Park, Lisanslı Fındık Depoları, Ordu ve Giresun'da İhtisas OSB'ler, Giresun'da Fındık Borsası

Tahmini Süre: 5 yıl

Yer: Ordu-Giresun



Projenin Amacı: Çikolata Vadisi Projesi, Bölge'de önemli bir tarımsal ürün olan fındıkta, çikolata ve destekleyici ürünler sektörlerine dönük katma değer yaratılması ile yenilikçilik ve kümelenme modeline dayalı bir bölgesel kalkınma ve gelişme projesidir. Projenin genel amacı küresel ölçekte ya da uluslararası alanda bir Doğu Karadeniz çikolata markası yaratmaktır. Bu kapsamda kitle üretiminden ziyade butik çikolata üzerinde uzmanlaşılması öngörülmektedir. Bu proje bütün bölgeyi eksenine alan ve kapsayan bir konsept proje olmasının yanı sıra dünyada tek ürün desenine dayalı bu evsafa ve içerikte ilk proje olma özelliği göstermektedir. Bu projenin hayata geçirilmesiyle Doğu Karadeniz Bölgesi ekonomisinin rekabet gücü artacak bunun sonucunda ülkemizin kalkınmasında önemli paya sahip olacaktır.

Proje kapsamında yaklaşık 100 milyon TL'yi aşkın alt projeler Bölgemizde uygulamaya konacaktır. Proje kapsamında Ar-Ge merkezleri, araştırma enstitüleri, gıda laboratuvarları, kuluçka merkezleri, gıda ihtisas organize sanayi bölgeleri, çikolata müzesi, gıda teknoparkı, lisanslı fındık depoları, botanik ve hobi bahçeleri, üretim ve pazarlama üniteleri, girişimcilik ve kongre merkezi, organik fındık üretim havzaları, sosyal ve diğer donatı alanları yapılacaktır. Projenin en önemli ayaklarından birisi de Ordu'da uygulanacak olan Fındık&Çikolata Park Projesi'dir. Projenin içinde ayrıca küçük ölçekli işletmelerin ilk kuruluş aşamasında desteklenerek sektörde tu-

tunmalarını sağlamayı hedefleyen bir kuluçka merkezi, yeni girişimcileri teşvik etmek ve desteklemek için bir girişimcilik merkezi, üretimde ileri-geri bağlantıların kurularak projenin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla Ordu ve Giresun illerinde birer adet Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi kurulması hedeflenmektedir. Bunun yanında üreticilerin ve işletmelerin fiyat dalgalanmalarından etkilenmelerini en aza indirmek için Giresun'da da bir fındık borsasının kurulması projenin önemli bileşenlerindendir.

Proje 5. Kış Turizm Koridoru

Bileşenleri: Atabarı Kayak Merkezi (Artvin), Kümbet Yaylası (Giresun), Zigana Kış Turizm Merkezi, Süleymaniye Kış Turizm Merkezi, Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi (Gümüşhane), Çambaşı Yaylası Kış Sporları Merkezi (Ordu), Ovit-Uzungöl Kış Sporları Turizm Merkezi (Trabzon-Rize), Ayder Kış Sporları Turizm Merkezi, Kaçkar Dağları Heliski Merkezi (Rize)

Tahmini Süre: 5 yıl

Yer: Doğu Karadeniz Bölgesi



Projenin Amacı: Proje ile Bölge'nin turizm etkinliklerinin tüm yıla yayılması ve turizmin Bölge'ye katkısını artırması amaçlanmaktadır. Doğu Karadeniz'de turizmin öne çıktığı dönemler genelde yaz dönemleridir. Kış turizm koridorları da, Bölge'de turizmin verimliliğini artırmada önemli hamlelerdir. Bölge'nin tüm illerinde faaliyete geçmesi düşünülen kayak merkezleri, kış turizm merkezleri ve kış sporları merkezleri belirtilen amaçlara hizmet edecektir.

Kış turizm merkezlerinin kayak pistleri, oteller, teleski, telesiyej, babylift, teleferikler, dinlenme evleri, sosyal tesisler, idare hizmet binaları, Snow-Truck (Kar Ezme) gibi araç ve yapıları bünyelerinde barındırması düşünülmektedir.



Proje 6. Tarihi Mirasın Korunması Projeleri

Bileşenleri: Süleymaniye Mahallesi (Gümüşhane), Zeytinlik Mahallesi ve Şebinkarahisar (Giresun), Akçaabat Orta Mahalle ve Ortahisar Mahallesi (Trabzon), Menekşe Sokak ve Ünye (Ordu) , Şavşat (Artvin), Çamlıhemşin, Fındıklı, Güneysu (Rize) Tarihi Yapı ve Konakların Restorasyon ve Rehabilitasyon Projeleri

Tahmini Süre: 10 yıl

Yer: Doğu Karadeniz Bölgesi



Projenin Amacı: Temel amacı, Bölge'deki kültür, turizm, yöresel mimari ve kültür değerlerinin turizme kazandırılması, tarihle günümüzün bütünlüğünü sağlayarak Bölge ekonomisine katkı sağlamaktır.

Artvin'in Şavşat ilçesinde, Giresun'un Zeytinlik Mahalleleri ve Şebinkarahisar ilçelerinde, Gümüşhane'nin Süleymaniye Mahallesi'nde, Ordu'nun Menekşe Sokağı'nda ve Ünye İlçesi'nde, Rize'nin Çamlıhemşin, Fındıklı ve Güneysu İlçeleri'nde, Trabzon'un Ortahisar ve Akçaabat Ortamahalle Mahalleri'nde gerçekleştirilmesi düşünülen restorasyon ve rehabilitasyon çalışmaları Bölge'nin tarihi dokularını ön plana çıkarmalarının yanı sıra, Bölge'yi ulusal, uluslararası ölçekte tanıtacaktır.

Proje kapsamında söz konusu destinasyonlarda öncelikle tarihi konak ve yapıların envanter çalışması yapılacak olup proje başına yaklaşık maliyetin üç milyon TL olacağı öngörülmektedir. Projenin hedefi on yıl içinde en az 100 tarihi yapının turizme kazandırılmasıdır

Proje 7. Tarihi Süleymaniye Gümüşkent Projesi

Bileşenleri: Tarihi Osmanlı Sokağı, Butik Oteller, Tarihi Geleneksel Yaşam Alanları, Tarihi Pazar ve El Sanatları Üretim ve Satış Yerleri, Maden Müzesi, Hatıralık Gümüş Sikke Basım Merkezi, Galeri, Sanat ve Sergi Merkezi, Kent Müzesi, Restoran, Kafeterya, Tarihi Tematik Park, Han, Hamam ve Geleneksel Gümüşhane Evi

Tahmini Süre: 10 yıl

Yer: Gümüşhane



Projenin Amacı: Temel amacı, Gümüşhane’de eski ve tarihi yerleşim yeri ve aynı zamanda gümüş sikke basım merkezi olan Süleymaniye’nin restore edilerek bir cazibe merkezi haline getirilmesi ve yakınında yapılacak olan Süleymaniye Kış Merkezi ile bütünleşerek yaz ve kış çalışacak bir turizm merkezi haline getirilmesidir.

Projede ilin tarihi dokusunu ortaya çıkaracak bir seri restorasyon ve düzenleme çalışmaları yapılacaktır. Bu kapsamda bir Osmanlı Sokağı, bunu tamamlayan butik oteller, pansiyonlar ve tarihi geleneksel yaşam alanları, geleneksel ürünlerin satışının yapılacağı tarihi pazar ve el sanatları üretim ve satış merkezi, tarihi tematik park, han ve hamamlar ile geleneksel Gümüşhane evleri yeniden hayata kazandırılacaktır. İlin önem kaynaklarından biri olan madencilikini tanıtan bir maden müzesi ve ziyaretçilere yanlarında bir hatıra götürmelerine olanak sağ-

layacak bir Gümüş Sikke Basım Merkezi’nin kurulması öngörülmektedir. Bunların yanında ilin büyük bir eksiğini giderecek bir sanat ve sergi merkezi ile bir kent müzesi kurulacak ve bu turistik cazibe merkezini tamamlayacak restoran ve kafeteryalar kurulacaktır. Süleymaniye’de bulunan üç kadim dine ait mabetlerin restorasyonu ile de bu bölgenin bir inanç, hoşgörü ve medeniyet merkezine dönüştürülmesi öngörülmektedir.

Proje 8. Turistik Sağlık Kompleksleri Projesi

Bileşenleri: Sağlık ve Medikal Merkezi, Geriatri ve Engelli Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi, Estetik Merkezi, Otel, Restoran, Sporcu Bakım Merkezi, Wellness, Spa ve Güzellik Merkezi, Termal Merkez, Alternatif Tıp Uygulamaları Merkezi, Biyo-medikal Ar-Ge Merkezi, Araştırma Merkezleri, Hamam

Tahmini Süre: 3 yıl

Yer: Doğu Karadeniz



Projenin Amacı: Başta Suudi turistler olmak üzere Körfezli Araplar yoğun olarak yurtdışında sağlık turizmine katılmaktadırlar. Ülkemizde de son yıllarda gelişen sağlık turizmi için önemli pazardır. Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelen Arap turistlerin bölgede sağlık turizmine katılma potansiyelleri yüksektir. Yani geleneksel turizmle Arap turizmi birleştirilerek Arap pazarında tanıtıldığında turist sayısı daha da artacaktır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sahip olduğu doğa, temiz hava, turistik marka değeri, içmeceleri, termal kaynakları sayesinde gerekli yatırımlar yapıldığında önemli bir sağlık merkezi olma potansiyeline sahiptir. Ayrıca Doğu Karadeniz Bölgesi'nin bulunduğu konum gereği, Arap turistlerin yanı sıra Kafkaslar, Rusya, Orta Asya, Ortadoğu ve Avrupa'nın sağlık merkezi olabilecektir. Proje için belirlenen hedef 2 farklı ilde kurulmasıdır.

Proje 9. Mavi Rota

Bileşenleri: Kruvaziyer Limanı, Su Sporları Merkezi, Marina, Rafting ve Kano Parkurları

Tahmini Süre: 6 yıl

Yer: Doğu Karadeniz Bölgesi



Projenin Amacı: Doğu Karadeniz Bölgesi'nin hem kıyı kesimi hem de iç sularının bütünleşik şekilde planlanması yoluyla Bölge'yi turistik bir cazibe merkezi haline getirmek ve su sporları faaliyetleri ile destekleyerek Bölge'de bir mavi rota oluşturmaktır.

İklim değişikliğinin gelecekte Akdeniz ve Ege kıyıların iklim özelliklerini kıyı turizmi yönünden daha az çekici kılaacağı ile ilgili görüşlerin ve bilimsel çalışmaların sıklıkla gündeme gelmesi Doğu Karadeniz Bölgesi kıyı turizmi için alternatif alanlar arama ve turizm planlamalarının buna göre yapılmasına önem kazandırmaktadır.

Proje kapsamında Trabzon'da bir kruvaziyer yat limanı ile Artvin'de su sporları merkezinin kurulması, Ordu-Trabzon arası kıyı kesimde yat turizmi için uygun

bir noktaya marina inşası, iç sularda uygun yerlerde rafting parkurlarının oluşturulması ve yelken sporlarının geliştirilmesi için bir merkez yapılması öngörülmektedir. Projenin gerçekleşmesiyle Bölge'ye gelen yaklaşık 20 kruvaziyer gemi sayısının 50'ye çıkması öngörülmekte, Bölge'de su sporlarının çeşitlenmesi, yat ve yelken yarışları gibi aktivitelerin artması ile Bölge'ye gelen turist sayısında ise %30'luk bir artışın meydana geleceği düşünülmektedir.

Proje 10. Botanik Parklar

Bileşenleri: Ordu Botanik Parkı, Trabzon Botanik Parkı ve Giresun Adası Botanik Parkı

Tahmini Süre: 5 yıl

Yer: Giresun, Ordu, Trabzon



Projenin Amacı: Projede Bölge'deki bitkisel üretim çeşitliliğini artıran, ender bulunan bitki türlerini barındıran botanik parklarla Giresun, Ordu ve Trabzon illerine gelen yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarını artırmak, Bölge'nin ekonomik gelişimine katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Botanik parklar Bölge insanlarına sosyal etkinlik alanları sunacak ve sağlıklı nesillerin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Parklarda bulunacak yürüyüş parkurları, endemik bitki tanıtım rehberlikleri ile parkların turistler ve Bölge halkı için cazibesi artacaktır.

Proje 11. Yeşil Rota Projeleri

Bileşenleri: Mevsimlik Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi, Bilim Sanat ve Spor Kampları, Eko-köyler, Ekolojik Yaşam Kampları, Doğa Sporları Merkezi, Bisiklet Parkurları, Seyir Terasları, Kuş Gözlemevleri

Tahmini Süre: 3 yıl

Yer: Doğu Karadeniz Yeşil Koridoru



Projenin Amacı: Projenin amacı, Doğu Karadeniz Turizm Master Planı ile şekillenen “yeşil yol” üzerinde oluşturulacak bir dizi bakım ve rehabilitasyon merkezi, bilim, sanat, spor kampları, agro-turizm ve eko-turizm olanakları sunan yayla yerleşimi ve köy donanımlarıyla, yeşil yolu gerçek anlamıyla bir “yeşil turizm” mekanı haline getirmektir. Proje kapsamında yaylaların erişim ve altyapı kolaylıkları ölçüsünde mevsimlik yaşlı ve engelli bakım ve rehabilitasyon ihtiyacını karşılayacak hizmet donanımını güçlendirmek yoluyla hem sosyal hizmet ihtiyacı giderilecek hem de hizmetler sektörü için yeni bir faaliyet alanı oluşturulacaktır. Yine aynı hat üzerinde, başarılı öğrencilerin özel eğitime tabii tutulup, uluslararası platformda bilim ve sanat yarışmalarına hazırlanacakları tematik eğitim kampları ve ekolojik yaşam kampları oluşturulması yoluyla eğitimde yaratıcılık ve bilimsel beceriler teşvik edilecek, Bölge'nin alternatif turizm olanakları çevresel sürdürülebilirlik ilkesiyle koruyucu, eğitici ve gelir getirici bir kaynak olarak kullanı-

lacaktır. Bunların dışında, projede doğa sporları merkezi, bisiklet parkurları, seyir terasları, kuş gözlemevleri yapılması, yol üzerinde var olan yayla yerleşimlerinin ve/veya köylerin yerel mimari ve sürdürülebilir teknoloji ile harmanlanarak iyileştirilmesi, yenilenmesi, eko-köy, doğal yaşam köyü, Karadeniz Köyü gibi konseptler etrafında yeniden düzenlenmesi öngörülmektedir. Yol üzerinde Bölge'yi yansıtırıcı varış noktaları oluşturmak, yer yer çeşitli hizmet fonksiyonları sunmak, Bölge'nin yerel sakinlerinin azami rıza ve katılımlarıyla toplum temelli bir marka turizm yolu oluşturulması amaçlanmaktadır. Ayrıca, yaylalardaki turizm faaliyetlerinin doğa turizmi, eko-turizm, macera turizmi ve kış turizmi kapsamında çeşitli aktivitelerle bütünleştirilmesi yoluyla mevsimsellik kısıtı indirgenmiş, dört mevsim turizm olanakları geliştirilmiş olacaktır.

Proje 12. Alternatif Sporlar ve Su Sporları Merkezi

Bileşenleri: Rafting, Kano ve Nehir Kayağı Parkurları, Ekolojik Konaklama Tesisleri, Dağ ve Yayla Tesisleri, Su Kayağı ve Jet-Ski Parkuru ve Kamp Alanları, Marina ve Yat Kulübü, Piknik ve Mesire Alanları, Restoran, Yöresel Ürün Satış Alanları, Su Sporları Eğitim Merkezi, Olimpik Yüzme Havuzu

Tahmini Süre: 3 Yıl

Yer: Artvin, Çoruh Havzası (Deriner ve Muratlı Barajları)



Projenin Amacı: Projenin amacı Artvin Çoruh Havzası'nın sahip olduğu potansiyeli akarsu sporları ve alternatif su sporları yönünde değerlendirerek ulusal ve uluslararası arenada şehir kimliğini tanıtmak, sporcu yetiştirmek, spor turizmini geliştirmek ve mevcut kaynakların katma değer yaratmada etkin şekilde kullanılmasının sağlanmasıdır.

Öncelikli olarak yüksek standartlarda rafting parkurlarının oluşturularak uluslararası su sporları turnuvaları merkezi kurulması hedeflenmektedir. Bu hedefle bağlantılı olarak kurulacak altyapının turnuva dönemleri dışında alternatif su sporları (extreme sporlar) için kullanılması sağlanacaktır. Ayrıca şehir imajının oluşturulması açısından etkisi olacak proje kapsamında su sporları yönünden belirli bir geçmişe sahip olan Artvin ilinin bu kapsamdaki özellikleri tekrardan öne çıkarılmış olacaktır. Proje Kapsamında Artvin ilinin zengin iç su kaynaklarından faydalanmak için doğal ortamda yapılacak su sporları eğitim ve yarışma aktivitelerinin yanı sıra alternatif turistik sporlar da geliştirilebilecektir.







Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı Rize Valisi Sayın Ersin YAZICI, Kalkınma Ajansları ve Bölgemize yönelik değerlendirmelerini sizler için anlattı.

Ülkemizde 26 adet kalkınma ajansı bulunmaktadır. Özellikle turizm alanında sağladığı başarılar ve Kalkınma Bakanlığı tarafından kaynaklarını en verimli kullanan ajans seçilmesi açısından DOKA özelinde kaynaklarını büyük bölümü merkezi bütçeden alan Kalkınma Ajanslarını ve ajansların kamu yönetimindeki konumu ve rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

2006 yılında İzmir ve Çukurova kalkınma ajanslarının kurulmasıyla birlikte süreç içerisinde peyderpey diğer 24 kalkınma ajansının kurulmasıyla birlikte 26 kalkınma ajansı faaliyetlerini sürdürmektedirler. Kalkınma ajanslarının kuruluş amacı ile yaptığı işler arasında rotasının değiştiğini düşünüyorum. Kalkınma ajanslarının kalkınmaya yönelik özel sektörün desteklenmesi, belli sektörlerin ayağa kaldırılması veya yatırımcının ilk elden işinin görülmesi olarak tarif edilmişti. Uygulamalarda ise başka alanlara gidiş olduğunu görüyorum. Bununla birlikte bulundukları bölgelere ve illere ciddi anlamda katkıları oldu. Kalkınma ajansları marifetiyle özellikle de başkanı olduğum DOKA'nın başta turizm olmak üzere bölgenin diğer ihtiyaçları konusunda kurum ve kuruluşlara ciddi destekleri oldu, önderlik yaptı. Bu anlamda DOKA, Doğu Karadeniz'de artı bir değer olarak yerini almıştır.

Bölgemizde son 3 yılda iç ve dış turizmde olağanüstü artışlar yaşanmaktadır. Özellikle Arap turizminde bir patlama yaşanmaktadır. Bu artışlar bölgeye ciddi ekonomik ve yatırım katkısı sağlarken bazı sıkıntılarda baş göstermeye başlamıştır. Bölgenin turizm geleceğini nasıl görüyorsunuz? Bölgede turizmi çeşitlendirmek ve Bölgemizde turizmi 12 aya yaymak için ne gibi çalışmalar yapılmalı ve ne tür tedbirler alınmalıdır?

Bu konuda çok iyimserim. Turizm ile ilgili çok kötü senaryoları dillendirenler var. Mevcut yaşadığımız birkaç sıkıntılar çok büyük problemler gibi, çözülemeyecek problemler gibi gösteren kişi ve kuruluşlar var. Bunun tam aksine turizm konusunda çok iyimserim.

Turizm noktasındaki yatırımlarımızın, turizm sektörü ile ilgili tesislerimizin bugüne kadar tamamlanmamış olmasını bir şans olarak değerlendiriyorum. Bu modda ve bu şekilde turizmi yönetemeyeceğimizi düşünüyorum. Anadolu'da şöyle bir görüş vardır. Bir sanayi tesisi gelsin, 300-500 kişi ekmek yesin gibi bir anlayış içerisinde epeyce bu anlamda tesisler kurduk. Ancak bakıldı ki 300 kişi ekmek yiyor ancak çevreye müthiş şekilde zararlarının olduğu görüldü. Tabii ki işsizliğin ve ekonomik gelir düzeyimi-

zin düşük olmasından dolayı öncelik istihdam olunca her şey bir tarafa itildi. Buradaki tüm yerel ve merkezi yöneticiler birinci konu olarak istihdamı ele alınca böyle bir durum oluştu.

Turizme de böyle bakıyorum. Turizm bazı eksiklikleri kalmış ve bu döneme gelinmiş. Ülkemiz şu anda belli bir ekonomik seviyeyi yakaladı. Milli gelirimiz, refah seviyemiz, eğitim seviyemiz sürekli artış göstermektedir. Dolayısıyla bundan sonra bölgede yapılacak turizm yatırımlarının çok daha bilinçli, çevreye zarar vermeden, doğayı bozmadan yapılacağını düşünüyorum. Bunu da çok basit bir şekilde anlatmak isterim. Az önce verdiğim örnekte olduğu gibi amacımız istihdam değil veya tesis olsun da nasıl olursa olsun anlayışı olmamalıdır. Sınırsız, sorumsuz, kaygısız, prensipsiz, kuralsız para kazanalım anlayışının olduğu bir dönemde değiliz. İşletmeci olarak buraya bir turizm tesisi kazandırırken biz de şu şu kurallara uycaksınız diyecek olgunluğa ülkemizin ulaştığını memnuniyetle görmekteyim. Dolayısıyla yönetimi çok daha doğru ve mantıklı yapılacaktır, yapılıyor da. Bunu bir avantaj olarak görüyorum.

20 yıl önce olsaydı bunun çok daha anlattığım tarzda yapılamayacağını düşünüyorum. Örneğin Antalya ve civarında çok sayıda otelimiz mevcuttur. Çok üzülüyorum. Neden çok üzülüyorum. 20 dolara her şey dahil turist alıyorlar. Bunun hiçbir manası yoktur. 20 yıl önce turist çok sayıda gelmesi önemliydi. Turist getirebilme adına çok büyük yatırımlar yapıldı. Şu anda sektör orada kan ağlamaktadır. Burada da böyle bir turizmin olmasını istemiyorum. Her şey dahil üç öğün yemek 20 dolar anlayışı ile turizmde bir yerlere varmamız mümkün değildir. Bu işten bu anlayışla para kazanamayız. Turizmi bundan sonra böyle yöneterek yörenin bu işten para kazanmasını arzuluyorum.

Mahkûmiyetlerimiz yok, zorunluluklarımız yok, daha makul, mantıklı ve her boyutuyla olayı düşünerek yöneteceğiz ve yönlendireceğiz. Böyle yönetildiği zaman da tamamen yöreye gerçek anlamda hizmet eden, herkesin istifade edebileceği, azami düzeyde kar elde edeceğimiz bir sektörün doğacağını ve böyle yürüyeceğini düşünüyorum. Bu yüzden altyapıdaki eksikliklerimizi, tesislerdeki eksikliklerimizi daha olması gibi halledeceğimizi düşünüyorum.



Ülkemizin 2023 hedeflerini gerçekleştirebilmesi için Kalkınma Ajanslarına bölgesel kalkınma, ekonomik ve sosyal gelişme, arge ve inovasyon altyapısını güçlendirme, yatırımcı çekme, ihracat potansiyelini artırma ve yurtdışı tanıtımlar ve ağ oluşturma açısından çok büyük roller düşmektedir. Bu açıdan bakıldığında kalkınma ajanslarına ne tür faaliyetler içerisinde olması gerekmektedir? Bu yöndeki görüşleriniz nelerdir?

Tabii ki kalkınma ajanslarının bölgelerine göre durumun değiştiğini gözlemlemekteyiz. Sanayileşmiş bölgelerde sanayi ağırlıklı, ancak bizim gibi tarım ve turizm ile öne çıkan bölgelerde ise bu alanlarda faaliyet gösteriyorlar. Bu kapsamda DOKA da desteklerini artırarak bunu yapmaktadır. Bölgede DOKAP'ın içinde olduğu Yeşil Yol Projesi'ni çok önemsiyorum. Bununla birlikte alanda ve sahada yapılacak çok büyük işler vardır.

DOKA, özellikle turizm alanında örnek projeler hazırlamaktadır. Çünkü insanlarımız bu bölgeye doğayı ve yöresel ürünleri görmek için gelmektedirler. Yeni yapacağımız tesislerde kesinlikle yöresel mimarimizi yansıtmamız lazımdır. DOKA olarak hem bütün bölgeyi kapsayan hem de spesifik olarak birkaç çalışması mevcuttur. Yukarıda bahsedilen konular da DOKA'nın örnek teşkil edeceğini çalışmalarımızdır.

Sayın Valim, DOKA bugüne kadar Turizm sektörüne, İmalat sanayiine ve Tarıma dayalı sanayiye gerek kendi kaynakları ve gerekse Avrupa birliği fonları aracılığıyla 149 milyon TL mali destek sağladı. Rize ili, AB projelerini de ekleyince Ajansımızdan 51 milyon TL'lik destek aldı. Bu hibe çağrılarından Rize il olarak ne gibi katkılar sağlamıştır ve bundan sonraki süreçte Rize olarak hangi alanlara yoğunlaşmalıdır?

Tabii ki kaynaklar sınırsız değildir. DOKA'nın yönetim kurulu başkanı olmakla birlikte Rize valisi olarak ilimizin daha fazla destek almasını isterim. Bugüne kadar Rize'nin yeterince aldığını düşünmüyorum. Rize'nin turizm noktasında desteklenmeye devam etmesi gerekir. Buradaki hedefimiz, amacımız yabancı veya yerli turistin daha fazla gün ile bu bölgede konaklamasını sağlamak olmalıdır. Bölgenin de bu manada eksikliklerinin ve ihtiyaçlarının karşılanması lazımdır.

Sayın Valim, Rize'yi en iyi tanıyan birisi olarak Rize'nin kalkınmada öncelikleri nelerdir? Sizce, Rize gelişimini hangi alanlara (eğitim, sanayi, turizm, sağlık, tarım vs.) ve stratejilere odaklanarak yapmalıdır? Hangi sektör veya sektörler Rize'yi daha ileriye taşıyabilir?

Yaşamın devam ettiği müddetçe eğitim, sağlık gibi alanlarda ihtiyaçların karşılanması ve iyileştirilmesinin yanında para kazanmak, yörenin katma değer elde etmesi açısından bakıldığında ilimizde iki temel sektör öne çıkmaktadır. Birisi tarım diğeri ise turizmdir. Tarımdan da çayı anlayabiliriz. Çayın büyük bölümü ilimizde üretilmekte olup çayın başkentidir. Çayda organik tarıma geçişte bir takım çalışmalar hali hazırda yürütülmektedir. Çay ilimizin ve hatta bölgemizin değişmez bir değeridir.

Yine tarımla ilgili olarak Anzer balının sayesinde bal üretimi söz konusudur. Bunu da çok ciddi manada

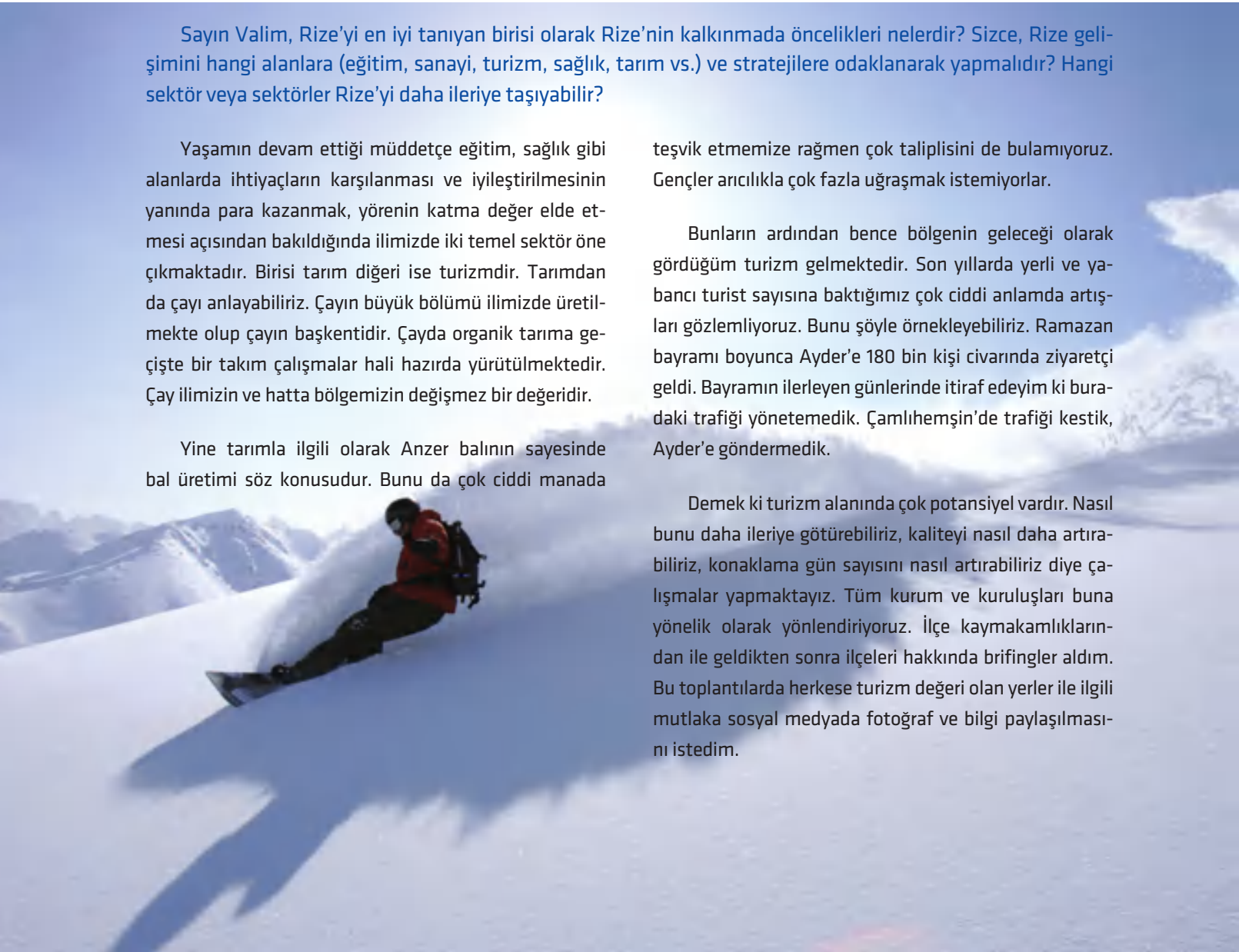
Turizmde konaklama gün sayısını artırmak için daha fazla neler yapılabilir?

Bir kere kamunun konaklama anlamında tesis yapma devrinin bittiğini düşünenlerdenim. Devletin otel ve turizm yapmasına taraftar değilim, doğru da bulmuyorum. Kamu olarak bize düşen görevin bu yönde yatırımcı için altyapısını oluşturmak ve insanlarımızı mantalite olarak, düşünce olarak turizme hazırlamaktır. İnsanlarımızın mantalite olarak turizme hazırlanması konusu çok önemlidir. Turizm tamamen hizmet sektörüne hitap eden çok hassas bir konumdur. Buraya gelen yerli veya yabancıya bakışınız bile turist sayısını azaltabilir veya artırabilir.

teşvik etmemize rağmen çok taliplisini de bulamıyoruz. Gençler arcılıkla çok fazla uğraşmak istemiyorlar.

Bunların ardından bence bölgenin geleceği olarak gördüğüm turizm gelmektedir. Son yıllarda yerli ve yabancı turist sayısına baktığımız çok ciddi anlamda artışları gözlemliyoruz. Bunu şöyle örnekleyebiliriz. Ramazan bayramı boyunca Ayder'e 180 bin kişi civarında ziyaretçi geldi. Bayramın ilerleyen günlerinde itiraf edeyim ki buradaki trafiği yönetemedik. Çamlıhemşin'de trafiği kestik, Ayder'e göndermedik.

Demek ki turizm alanında çok potansiyel vardır. Nasıl bunu daha ileriye götürebiliriz, kaliteyi nasıl daha artırabiliriz, konaklama gün sayısını nasıl artırabiliriz diye çalışmalar yapmaktayız. Tüm kurum ve kuruluşları buna yönelik olarak yönlendiriyoruz. İlçe kaymakamlıklarından ile geldikten sonra ilçeleri hakkında brifingler aldım. Bu toplantılarda herkese turizm değeri olan yerler ile ilgili mutlaka sosyal medyada fotoğraf ve bilgi paylaşımını istedim.



Ajansımız bölgenin arge altyapısının güçlendirilmesi, katma değeri yüksek üretim yapılması ve Türkiye'nin önünü açabilecek yeni sektörlerin bölgemize kazandırılabilmesi amacıyla ciddi çalışmalar yapmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Biyoteknoloji Merkezi, Biyoekonomi, Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Merkezi, Çikolata Vadisi, Organik Tarım Vadisi ve Araştırma Merkezi, İnnovasyon Merkezi, yeni nesil Yatırım ve Endüstri Adası gibi bir dizi alanda gerek bölgemizde gerekse de yurtdışında ciddi çalışmalar yapmış ve bir kısmını da uygulamaya başlamıştır. Bu açıdan Ajansımızın yenilikçi çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şunu belirtmek istiyorum. Biz bütün kentlerde sanayi ve sanayi türevlerini yetiştirmek durumunda değiliz. Öyle bir mecburiyetimiz de yoktur. Bizim değerimiz bu bölgede bellidir. Ordu ve Giresun'da fındık var. Trabzon'da fındık ve çay var. Rize'de de çay var. Daha da önemlisi bölgemizde turizm vardır. Ben buraya sanayinin başkenti olan Kocaeli'nden geldim. Kocaeli'nde fabrikaların ruhsatlarını yasa gereği büyükşehir belediyesi vermektedir. Fabrika kurmak için gelen kişi veya şirketlere şunu söylüyorduk. Kesinlikle fabrika kurmanızı istemiyoruz. Çünkü her yeni fabrika Kocaeli için yeni göç demektir. Eğitimsiz, niteliksiz, kalifiye olmayan binlerce insanın gelmesi demektir. 50'nin üzerinde işçi çalıştığı en az 2000 adet işyeri mevcut olan Kocaeli'nde 16 tane OSB ve en az 16 OSB kadar büyük sanayi tesisleri vardır. Arsa pahalı olmasına ve yardımcı olmamıza rağmen yine de bu bölgede sanayi yatırımı yapmak istiyorlar. İstanbul'un yakın olması, İzmit Körfezi'nin doğal liman olması, hammadde alırken fazla tercih olması yatırımcıyı yer pahalı olsa bile buraya gelmesini sağlıyor. Siz bu gerçeği görmezden gelemezsiniz. Yöreye uygun olmayan yatırımların hiçbir mantığının olmadığını düşünüyorum.



Ajansımızın üzerine çalıştığı Çay Adası ve Rize Çay Çarşısı Projesi, AB destekli Kaçkar Milli Parkı'nın Turizm altyapısını geliştirme projesi ve turizm alanında yöresel doku ve mimariyi ön plana çıkararak yeni cazibe merkezleri oluşturmayı hedefleyen Yayla Koridoru projeleri hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Bu projeler bittiğinde Rize'nin ve bölgemizin kazanımları ne olacaktır?



Çay Adası ve Rize Çay Çarşısı Projesi'ni çok önemsiyorum. Çayın başkenti diyoruz, her taraf çay bahçesi olan bir yörede yaşıyoruz. Beni ziyarete gelen özellikle bu yöreden olmayanların neredeyse tamamı bana çay bahçesi sordu. Bu yüzden bu projeyi çok önemsiyorum. İnsanları çayla ilgili, çayı anlatan (faydaları, üretim süreçleri vb. gibi) mekanlara götürebilmemiz lazımdır. Dünyanın değişik yerlerine gittiğinizde o bölgeye has bir ürün varsa mutlaka onunla ilgili tesis de vardır. Gelen misafiri öyle bir mekana götürmem lazım ki çayın üretiminden içimine kadar olan süreci gösterebilmem gerekir. Bu bir eksiklikti. İnşallah bu eksikliği DOKA sayesinde gidermiş olacağız.



Yapımı devam eden Ovit Tüneli ve devamında yapımına karar verilen ve ajansımızın kurulduğundan beri üzerinde yoğun olarak çalıştığı Lojistik Merkez in Bölge ve özellikle Rize ekonomisi için önemi nedir?

Ovit Tüneli ve akabinde burada oluşacak lojistik üs ile Erzurum ve Mardin'e kadar olan hammadde, mamul, yarı mamul gibi ürünler buradan gelip gidecek. Bu lojistik üs ile birlikte Trabzon'un ve Rize'nin 10 yıl sonrası ekonomisini tahmin edemiyorum. Şu anda ülkemizde kişi başına düşen milli gelird e Kocaeli birinci sırada yer almaktadır. Lojistik merkezin tamamlanmasının ardından Trabzon ve Rize kişi başı milli gelird e birinci sıraya çıkabilir. Lojistik düşünüldüğü gibi yapılr ve turizmdeki gelişmeye paralel olarak bunu söylüyorum.

Rize'ye hangi alanlarda yatırım yapılabilir? Yatırım potansiyeli olan sektörler nelerdir? Rize'ye yatırım yapacak yatırımcılara önerileriniz nelerdir? DOKA olarak bu kapsamda ne gibi faaliyetler yürütülebilir?

Lojistiğı hariç tutarsak turizm Rize'nin ve hatta bölgenin geleceğidir. Turizm alanında kamu olarak kalifiye eleman alanında çok ciddi çalışmalar yapmamız gerekiyor. Bu bölgenin büyük bir eksikliği ve ciddi bir sıkıntısıdır. Bizim bu alanda yapacağımız hatalar gelen turist in geri gitmesine neden olur. Buradan turizm tesis işletenlere çağrı yapıyorum. Özellikle kış aylarında personelini eğitin.

Rize ve Artvin'in ortaklaşa kullanacakları Hava Limanı Projesi hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Bittiğinde bölgeye kazanımı ne olur?

Projesi devam ediyor. Tamamı dolgu alanına yapılacak hava limanının projesi 2015 yılının ikinci yarısında bitecek. Pazar ve Ardeş en ilçeleri arasında yapılacak olan hava limanı 18-24 ay gibi bir yapım süresi ön görölüyor. 2,5 yıl gibi bir sürede biteceğini tahmin ediyorum. Sayın Cumhurbaşkanımız da bunu takip etmektedir.

Herhangi bir yere gideceğimiz zaman öncelikle gideceğimiz yere veya yakınında hava limanı olup olmadığına bakarız. İkincisi de beş yıldızlı otelin olup olmamasıdır. Bunlar turizmde tanımlanmamış ancak gerçek olan verilerdir.

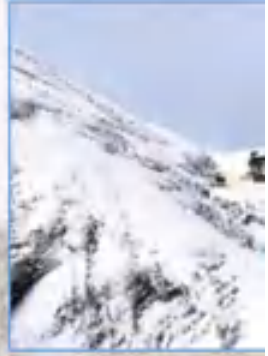
Son olarak Dergimiz hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Kalitesi ile ilgili hiçbir şey söylemeyeceğim. Mizanpajı gayet güzel, konular yerinde, bölge ile ilgili tanıtımlara yer veriyorsunuz. Bürokraside "söz uçar yazı kalır" diye meşhur bir söz vardır. Bu dergide yayınlanan bütün materyaller ilerleyen yıllarda çok işimize yarayacak. Bu tür yayınlar bir müddet sonra tarihsel bir belgeye dönüşmektedir. Hele hele bölgeyi, yöreyi, ilçeleri tanıtan, bölgemizdeki bir değeri tanıtıyorsa daha da önem kazanmaktadır. Bu tür kültürel taraflarına daha da ver vererek muhtemel 20-30 sene sonra 22.sayıda kapak fotoğrafı olarak kullandığınız Sarıççek Evlerini belki de bulamayacağız. Bunu kayıt altına almış oluyorsunuz. Sonuçta bu tür yayınlarla birçok şey belgelenmiş oluyor. Dergide emeğı geçenleri de tebrik ediyorum.











Arap Turizmi ve Tanıtımın Altın Yılı

Doğu Karadeniz Bölgesi son yıllarda turizmde büyük hareketlilik yaşıyor. Doğal güzelliklerinin yanı sıra kendi kültürlerini ve yaşam tarzlarını sorunsuz yaşayabilme imkanı bulan Arap turistler Doğu Karadeniz'e akın etti.

Doğu Karadeniz, yazın serin havası, yaylaları, dere-leri ve yağmuruyla kışın ise beyaza bürünen dağların ve muhteşem doğasıyla ziyaretçilerini adeta büyülüyor. Bu nedenle başta Arap ülkeleri olmak üzere özellikle sıcak bölgelerden gelen ve şehir hayatından sıkılan turistleri cezbeden Doğu Karadeniz, turizmde altın yılını yaşıyor.

Son yıllarda yaşanan bu gelişmelere bağlı olarak Arap turistlerin bölgemizi neden tercih ettiği, ne gibi sorunlarla karşılaştığı hangi taleplerde bulunduğu, Arap turizminin geleceği gibi konuları incelemek istedik ve ülkemizin Arap turizmi konusunda önemli firmaları ile görüştük.

İşte görüşmelerimizde çıkan değerlendirmeler...



Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) Genel Müdürü Sayın İsmail TAŞDEMİR'in Arap turizmine yönelik değerlendirmeleri...



Sayın TAŞDEMİR, öncelikle birlikten bahseder misiniz? Birlik olarak hangi alanlarda ne tür faaliyetler yürütüyorsunuz?

TUROB, 1971 yılında ülkemizde konaklama sektörü alanında kurulmuş ilk sivil toplum örgütüdür. Birliğimizin üye portföyü hemen hemen tüm Türkiye'yi kapsamaktadır.

Birlik olarak; onlarla beraber hem sektörün gelişimini sağlamaya gayret ediyoruz hem de sektörün güncel sorunları ve geleceğe yönelik çalışmalar yürütmekteyiz. Bu minvalde yaklaşık 500 civarında üyemiz vardır. Yatak kapasitesi olarak da 100 bin civarında bir yatağa hitap etmekteyiz. Üyelerimiz de genel olarak global otel markalarıdır. Bunlar da Hilton, Kempinski, Swisshotel gibi global otellerin yanında kongre merkezleri ile de işbirliği yapıyoruz.

Kendi işimizi yürütürken birçok uluslararası kuruluşla da işbirliği içerisindeyiz. Bunlar arasında Deloitte, Eston Global, Dünya Otelciler Birliği, Avrupa Otelciler Birliği, Dünya Turizm Örgütünü sayabiliriz. Bunlarla aktif olarak sinerji içerisinde işbirliği yapıyoruz.

Bunun dışında bir bakıma sektöre danışmanlık yapıyoruz. Gerek yatırımcılara ve gerekse de işletmecilere onların vaktini çok alacak konularda burada ön çalışmaları yaparak bilgilendiriyoruz.

Bölgemizden hangi oteller size üyedir ve üye olmayanlara yardım ediyor musunuz?

Trabzon'da (Zorlu Grand Hotel, Novotel), Ordu'da (Hilton), Giresun'da (New Jasmin Hotel) ve Rize'de (Dedeman Otel) üyelerimiz mevcuttur. Tabii ki bölgedeki otel sayısı sınırlı olduğu için ve bir de bizim tüzüğümüze göre sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli oteller bize üye olabiliyorlar. Aslında bize çok sayıda üye olmak isteyen otel var olmasına rağmen maalesef tüzüğümüzden dolayı bu otelleri alamıyoruz. Bunları üye yapmıyoruz ancak yine de kendilerine yardım etmekteyiz. Özellikle Ayder'den, Trabzon'dan ve Rize'den bize talepler gelmektedir. Butik tarzındaki oteller de bize soru sordukları zaman da onlara yardım etmekteyiz.

Zaten bizim yaptığı çalışmalar sadece üyelerimizi değil tüm sektörü ilgilendirmektedir. Örneğin KDV ile ilgili yaptığımız çalışmayla KDV'nin % 18'den % 8'e inmesi tüm sektörü ilgilendirmektedir. Genel olarak bakıldığında tabii ki TUROB üyeliğinin birçok avantajı olmakla beraber üye olmayanlara da sektörel anlamda çok avantajlar sağlıyoruz.

Üyelerin ne gibi avantajları olmaktadır?

En büyük avantaj olarak en önemlisi sektörün içinde olmaktır. Çünkü ülkemizde çok fazla mevzuat (kanunlar, yönetmelikler) değişikliği olmaktadır. İşletmelere yönelik çok fazla sorumluluklar gelmektedir. En öncelikli temel kavram budur. Bir kere sektörün içerisinde kalıyorsunuz. Otel işletmesi olarak böyle bir vaktiniz yoktur. Siz kendinizi otelinizde odaları satmaya, otelinizi doldurmaya odaklanmak zorundasınız. Dolayısıyla birçok kanun ve yönetmelik çıktığı zaman bunları takip etmek ve bunlara uymak çok zor bir süreçtir. Tabii ki mali müşaviriniz, hukuk müşaviriniz var. Ancak turizm mevzuatı çok özel bir mevzuattır. Bir hemen hemen 54 sektörü ilgilendiren bir iş yapıyoruz. Bundan dolayı mevzuatımız da çok geniştir. Bu yüzden bakıldığından bizim üyelerimizin birincil avantajları bir kere sektörel gelişmeleri çok yakından takip ediyorlar.

Hukuk ve mali müşavirlik alanında da onlar adına global anlamda çalışmalar yapıyoruz. Üyelerimizi bilgilendiriyoruz. Avrupa Birliği'ne uyum anlamında sektörü hazırlıyoruz.

Tanıtım anlamında çok ciddi çalışmalar yürütüyoruz. Yurt dışında yılda 30'un üzerinde turizm fuarına katılıyoruz. Panellere ve seminerlere katılıyoruz. Uluslararası konferanslara katılıyoruz. Bunlardan edindiğimiz bilgileri sektörle paylaşıyoruz.



Kamu ile ne gibi faaliyetler yürütmektesiniz? Bu bağlamda kalkınma ajansları ve özelde DOKA'nın faaliyetlerini nasıl buluyorsunuz?

Yurt içinde kamu ile başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere yerel yönetimlerle ve diğer paydaşlarla işbirliği geliştiriyoruz. Bu kapsamda kalkınma ajansları ile çalışmalar yürütmekteyiz. Kalkınma ajansları son yıllarda bizim sektörle ilgilendiklerini memnuniyetle görmekteyiz. DOKA'yı da birçok yerde izliyoruz. En son olarak Dubai Turizm Fuarı'nda kendileriyle temas kurduk. Orada başarılı bir tanıtım çalışması yürüttüler. Orada da gördük ki DOKA bölgeyi her tanıtan çok güzel tanıtım broşürleri, haritalar, CD'ler hazırlamış.

Özellikle Arap ülkelerinden size ne tür talepler gelmektedir. Bu talepleri karşılama konusunda neler yapmaktasınız? Bu yönde nasıl hareket edilmelidir? Bu kapsamda en çok talep hangi Arap ülkesinden gelmektedir?

Burada Ortadoğu turizmini birkaç sektörde ayırmak gerekir. 2006 yılına kadar bütün Ortadoğu civarından ülkemize 1 milyona yakın turist geliyordu. 2014 yılında ise hemen hemen 3,4 milyon civarında turist gelmiştir. Bu da muazzam bir ilerlemenin olduğunu göstermektedir. Son iki senede ise büyük bir artış gözlemliyoruz. Özellikle Suudi Arabistan çok dikkat çekicidir. Bu ülkeden gelen turistlerde son iki yılda % 100'lere varan bir artış sağlayarak 350 bin gibi rakama ulaşmıştır. Diğer açıdan Katar, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerden de önemli hareketler görüyoruz.

Burada tabii ki birkaç önemli konu vardır. Ortadoğu'dan gelen turistin ne istediğini bilmek çok önemlidir. Biz bu alanda çok çalışmalar yaptık ve yapmaktayız. Gerek bölgede bulunan büyükelçiliklerimiz, başkonsolosluklarımız, bölgede faaliyet gösteren tur operatörleri, bölgeye ilgi gösteren otelcilerle çeşitli vesilelerle seminer ve work-shoplar düzenleyerek öncelikle bunların istedikleri konusunda çalışmalar yürütüyoruz.

Diğer açıdan bölgeden ülkemize gelen turist artışının bir diğer nedeni ise vizelerin karşılıklı olarak kalkmasıdır. Birçok Ortadoğu ülkesi ile vizeler kaldırıldı. Vizelerin kaldırılmasının psikolojik olarak çok büyük faydaları vardır. 11



Son dönemlerde yapılan otel yatırımlarında da doğru bir planlama ile gidilmelidir. Bir anda milyonlarca insanı bölgeye çekemeyeceğimizi düşünerek ona göre doğru bir planlama ile yol kat edilmelidir.

Eylül olaylarından sonra Arap turistlerin ABD ve Avrupa'ya gidişlerinde sorun yaşanmaktadır. Bu da vize sürecinin uzun sürmesinden kaynaklanmaktadır. Bu da insanların karar alma sürecini etkilemektedir. Dolayısıyla rahat gidebilecekleri, rahat edebilecekleri ülkeleri tercih ediyorlar. Türkiye bu anlamda büyük avantaj sağlamaktadır.

Ulaşım konusunda özellikle THY ve diğer bölgedeki uçak şirketleri çok sayıda sefer düzenlemektedir. Son yıllarda Suudi Arabistan'dan Trabzon'a da direkt seferler başladı. Sayı çok tatmin etmemekle beraber bunun sürdürülebilir olmasını kılmamız gerekir. THY yolları bölge ülkelerine günlük 40 civarında sefer düzenlemektedir. Gelen turistlerin çoğu da transit olarak gelmektedir. Bizim bu giden transit yolcuların da ülkemizde ağır lanmasını sağlamaya yönelik çalışmalar yürütüyoruz. Bu alanda da Karadeniz Bölgesi avantajını kullanmalıdır. Çünkü İstanbul'a gelen bir turist Bursa'ya gitmesi daha zor Trabzon'a gitmesi ise daha kolaydır. Yakın zamanda faaliyete geçecek olan Ordu-Giresun Hava Limanıyla da gelen turist sayısı çok daha fazla olacağı görüşündeyim.

Türkiye turizminin sürdürülebilir olmasını istiyoruz. Turizmin sadece tek bir bölgede kümelenmesini arzu etmiyoruz. Turizmi ülkemize yaymalıyız. Hem 12 aya yayılsın, hem ekonomimize daha çok katkı sağlasın, hem de daha fazla insan bu sektörden yararlansın. Ülkemizin 2023 hedeflerinde olan 50 milyar dolar turizm geliri ve 50 milyon turist sayısına ulaşmak için az önce bahsettiğim konularda başarılı olmak zorundayız.

Körfez ülkelerinden son yıllarda bölgemize (Doğu Karadeniz) oldukça yoğun ilgi var. Bunların bölgemizi tercih etmelerinin neden-leri sizce nelerdir?

Ortadoğu'dan gelen turistin başta ziyaret ettiği yerlerin başında İstanbul gelmektedir. Sonra İstanbul'u Bursa ve Yalova illeri izlemektedir. Ve sonra da özellikle de son yıllarda Doğu Karadeniz Bölgesi'ne büyük önem göstermektedirler. Doğu Karadeniz Bölgesi'ne önem göstermesinin nedenleri arasında en ön sırayı doğa almaktadır. Geldikleri ülkede böyle bir doğaya sahip değiller. Yapay alanlar, yapay yeşillikler vasıtasıyla doğayı canlı tutmaya çalışıyorlar. Dolayısıyla bölgeye bir kez gelen Arap turist belki de 10 tane daha turist getirmektedir. Çünkü bölgenin bozulmamış doğası, mavis ve yeşiline hayran kalmaktadırlar. Arap turistlerin istedikleri iklim koşulları da Doğu Karadeniz'de mevcuttur. Yaz aylarındaki iklim koşullarının aşırı sıcak olmaması onlar için büyük bir nimet olarak görülebilir. Bölge halkının Arap turistine yaklaşımı çok çok iyidir. Ortak kültür, ortak din önemli bir avantajdır. Bu avantajı doğamızı koruyarak daha da etkin hale getirmeliyiz.



Sizce, bölgemizdeki turizmde sorunlar nelerdir? Bu sorunları gidermek için neler yapılabilir?

Uzun yıllar yaptığımız çalışmalarda bölgenizin altyapı konusunda eksikliklerinin olduğu noktasında tespitlerimiz oldu. Eğer turist gelmesini istiyorsanız yeterli sayıda otelinizin ve yatak kapasitenizin, alışveriş imkanı sağlayabilecek mekanların ve yeterli sayıda restoranların olması lazımdır. Dışarda yabancı dil bilen personelinizin olması gerekir. Dolayısıyla bunların da uluslararası standartlarda hizmet sunuyor olması lazımdır.

Son yıllarda uluslararası zincir dediğimiz oteller Doğu Karadeniz Bölgesi'ne çok önem veriyorlar ve bu yönde de yatırım yaptıklarını biliyoruz. Trabzon'da Hilton ve Ramada grubunun otel yapması bu açıdan önemlidir. Bunlar güzel şeyler. Çünkü bu nitelikli tesislerin sayısı arttıkça bunların gerek kendi pazarlama kanalları ve gerekse de bilinirlikleri sayesinde oraya misafirlerin fazlaca geleceğini öngörmekteyiz.

Diğer yandan, son yıllarda bizden talepleri olan Arap yatırımcılar vardır. Özellikle turizm alanında yatırım yapmak istiyorlar. Bu yönde talepleri olan Arap yatırımcılarını Doğu Karadeniz Bölgesi'ne yönlendirmekteyiz. Bölgenin şartlarını ve olanaklarını ortaya koyacak çalışmaların hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi önem teşkil etmektedir.

Bütün bunları yaptığımız takdirde turist sayısında özellikle de Arap turist sayısında önemli artışların olacağını ön görüyoruz.

Nitelikli işgücü bulunması konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Turizmde görev alacak çalışanların özellikle yabancı dil konuşuyor olmamaları lazımdır. Karadeniz insanı çok yetenekli ve kabiliyetli olduğunu biliyoruz. Çok da girişimci olduklarını biliyoruz. Özellikle bölgedeki turizm otelcilik okulları sayısının artmasıyla beraber eğitilmiş personel sayısında önemli oranda artış gözlemliyoruz. Şahsım da Ordu'nun Perşembe ilçesinde eğitim veren turizm otelcilik okulunu tamamladım. Şu anda da TUROB'un genel müdürüyüm.

Burada salt Ortadoğu'dan gelen turiste odaklanmak lazımdır. Ortadoğu'dan gelen turistin sezonu çok kısadır. Yılın 12 ayında gelecek bir turist grubu değildir. Ancak siz bir işletme açtığınızda 12 ay hayatını sürdürmek zorundadır. Dolayısıyla bu dengeyi çok iyi gözetmeniz gerekir. Sırf buraya Arap gelip kalacak diye açarsanız yılın üç ayı dolu olursunuz geri kalan aylarda ise sorun yaşarsınız. Bu da verimlilik anlamında çok da kabul gören bir uygulama değildir.



Bölgemizde şu anda Arap turist potansiyeli mevcuttur. TUROB olarak fuarlara katılıyorsunuz. Bu sürdürülebilirliği artırma adına bölgemizde konaklamanın dışında bizden neler talep edebilirler?

Arap turist şu anda Doğu Karadeniz Bölgesi'nden oldukça memnun görünüyor. Arap turistin öncelikli olarak aradığı şey iklim şartları ve doğadır. Bu da bölgenizde fazlasıyla var. Sonrakileri bunun üzerine koyacağız. Şu anda Doğu Karadeniz Bölgesi'nde her sınıftan oteller mevcuttur. Biz bölgenizde çok çok büyük oteller yapılmamasını da düşünüyoruz. Ortadoğulu aileler lüks otel istiyorlar. Aileler kalabalık olduğundan otel odalarının büyük olmasını tercih ediyorlar. Dolayısıyla çok büyük kapasiteli otel yapıp odalarınızı küçük tuttuğunuzda Arap turistler anlamında bu bir şey ifade etmiyor.

Alışveriş konusunda Arap turistler yapılan araştırmaya göre en çok para harcayan turistler olarak öne çıkmaktadır. Bunlara yerel ürünlerin pazarlanması ve satılması konu-

sunda iyi hazırlıklar yapılmalıdır. Evde çalışan ev hanımlarımız bile bu işten nemalanabilirler. Bu ürünlerin satılması ve pazarlamasının ayrıca tanıtım açısından da önemli olduğunu düşünüyorum.

Kısaca Arap turistler en başta talep ettikleri öge doğadır. Sonra konaklama tesislerin iyi olması, konaklama tesislerindeki hizmet kalitesinin iyi olması, hijyen koşullarının mutlak şekilde sağlanması olarak sıralayabiliriz.

Bu hususlar hem yerel yönetimlere, hem sivil toplum kuruluşlarına hem de işletme sahiplerine çeşitli görevler düşmektedir. Bunun da hazırlanacak olacak bir master plan ile iyi tanımlanması gerekir.



DOKA ile bölge turizminin gelişmesi konusunda çalışma yapabiliriz. Burada yapılacak toplantı, seminer ve çalıştaylara çağrılmamız halinde memnuniyetle gelip fikirlerimizi, önerilerimizi ve düşüncelerimizi paylaşabiliriz.

Mercan Turizm Yönetim
Kurulu Başkanı
Sayın Dr. Cüneyt MENGÜ'nün
Arap turizmine yönelik
değerlendirmeleri...



Sayın MENGÜ, öncelikle kendinizden kısaca bahseder misiniz?

1949 yılında Kerkük'te doğdum. İlk ve orta öğrenimimi Kerkük'te, üniversiteyi ise Bağdat Üniversitesi Ticaret ve İktisat Fakültesi ve Al-Mustansiriyya Üniversitesi Hukuk ve Siyasi Bilimler Fakültesi'nde tamamladım. 1979 yılında Ankara Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde İş İdaresi konusunda yüksek lisansımı, 2006 yılında ise İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde "Orta Doğu Turizm Pazarı'nın Türkiye Açısından Analizi" başlıklı tezimle doktor unvanını aldım.

1985-1992 yılları arasında değişik dönemlerde Irak Türkleri Kültür ve Yardımlaşma Derneği Başkanlığını yürüttüm. Irak Türkmen Cephesi'nin kurucusu olmakla birlikte Irak Milli Kongresi (INC) üyesi olarak 1999 New York Konferansı ve 2002 Londra konferansında sözcülük yaptım.

1985 yılında Mercan Turizm şirketini kurdum. Ortadoğu ülkeleri ve Kuzey Afrika ülkelerinden Türkiye'ye en fazla turist getiren seyahat acentesi konumundayız. Tabii ki bu çalışma kolay olmadı. Sürekli, workshoplar, prezantasyonlar, toplantılar, seminerlerle Türkiye'yi bu ülkeler bazında tanıttık, tanıtmaya devam ediyoruz. Bu organizasyonları tur operatörleri, seyahat acenteleri ile işbirliği veya bu ülkelerdeki fuarlara katılım yoluyla gerçekleştirdik.

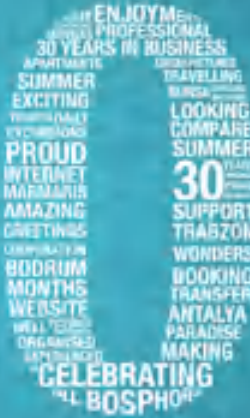
Acentemiz bu pazarın sadece lisanını değil, bu ülkelerin kültürlerini de çok iyi bilmektedir. Zaten turizm olgusu bir ülkenin yalnız lisanını bilmek değil, o ülkelerin kültürünü bilmesi demektir. Böyle olursa o ülkeden turist çekebilirsiniz.

Ortadoğu pazarını nasıl algılamak gerekir? Ülkemizin 2023 turizm hedefleri kapsamında neler yapılmalıdır?

Ortadoğu ülkelerinin tamamı uluslararası turizm endüstrisi kapsamında öncelikli hedeflenen destinasyondur. Dünyada turizm bakımından üst düzeyde olan ülkelerin tamamında Ortadoğu pazarı birinci sırada yer almaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün bu konuda yayınlamış olduğu verilere kısaca değinmek isterim. Her sene Ortadoğu ülkelerinden 60 milyon insan diğer ülkelere gitmek için çıkış yapmaktadır. Yine Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre legal olarak 60 milyar dolar civarında bir döviz bırakmaktadırlar. Kayıt dışı verileri de dikkate alırsak bu rakam 90 milyar dolar düzeyindedir. Bu da korkunç bir rakamdır. Kendi şirketimizin çalışmalarında bu verileri görebiliyoruz. Bir Ortadoğu özellikle de Körfez ülkelerinden gelen turisti herhangi bir Avrupalı ile karşılaştırdığınız zaman gittiği ülkeye bıraktığı para 3-4 mislidir.

Türkiye olarak bu pazardan gerçek hakkımızı almıyoruz. Bizlerin, Uzungöl'de, Ayder'de, yaylalarda, İstanbul'da gördüğümüz Arap turistler, ülkemizin 2023 turizm hedefleri noktasında ulaşacağımız rakamlar değildir. Biz bunun daha da fazlasını alabiliriz. Almak için çalışmalar yapmalıyız.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıklamış olduğu verilere göre Ortadoğu'dan özellikle de 2004 senesinden itibaren yaklaşık yüzde 5-10 civarında bir artışı gözlemliyoruz. Bunun nedenleri arasında hükümetimizin bu ülkelerle olan yakınlaşmaları ve daha önemlisi Türk dizilerinin etkisi çok büyüktür. 2004'de aldığımız turist sayısı



500 bin iken, şu anda ise 2 milyon civarındadır. Ülkemizin hedefi ise 5 milyonun üzerinde olmalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı makro bazda güzel çalışmalar yapıyor. Tanıtımın sürekliliğini devam ettirmek gerekir. Bu sene tanıtım yaptım, seneye yapmayacağım diyemezsiniz. Sürekli yapacaksınız. Turizmin doğasında bu vardır. İnsanlara sürekli hatırlatacaksınız. Bu tanıtım yaptığınız güzel bir park olabilir, otelinizdeki bir yenilik olabilir, bir ürün ortaya getirmiş olabilirsiniz.

Arap turistler ülkemizde en çok nereleri ziyaret ediyorlar? Bu talepleri karşılama noktasında neler yapmaktasınız?

Arap turistlerden en fazla turisti İstanbul almakta ve almaya da devam etmektedir. İstanbul'dan sonra Bursa ve Yalova'da Arap turistlerin ilgisini çeken diğer illerimizdir. Son yıllarda yaptığımız tanıtımlarda birlikte Antalya, Marmaris ve Bodrum da özellikle yaz aylarında Arap turistlerin durağı olmuştur. Son üç yıl içerisinde ise Doğu Karadeniz iyi bir şekilde devreye girerek Arap turistleri yörelerine çekmeyi başardılar. Bu da DOKA gibi kurumların ve bizlerin tanıtımı sayesinde gerçekleşti.

Körfez ülkelerinden son yıllarda bölgemize (Doğu Karadeniz) oldukça yoğun ilgi var. Sizce bizden beklentileri nelerdir ve bu konularda neler yapılmalıdır? Bölgemizi ziyaret etmelerinin nedenleri nelerdir?

Özellikle bölgede turizm alanında çalışanlar için eğitim programları düzenlemelidir. Turizmde müşteri memnuniyeti diye bir kavram vardır. Müşteri memnun döndüğü zaman tekrar gelir ve başkalarını da getirir. Bu da iyi hizmet sayesinde olur. Dürüst ve profesyonel bir şekilde hizmeti ifa etmek gerekmektedir.

Doğu Karadeniz'i ziyaret etmelerinin birinci nedeni doğadır. Bu insanların yaşadıkları bölge sıcak olmakla birlikte yağmur da görmemektedirler. Bölgenizdeki yeşil bile farklıdır. Arap turistler bölgenizdeki doğayı, yeşili çok sevdiklerinden tercih etmektedirler. Ancak bölgedeki turizmi 12 aya yaymak için çalışmalar da yapılmalıdır. Ortadoğu insanı kışın da bölgenize gelebilir. Bu konseptleri oluşturmak lazımdır. Bu kapsamda yörenin farklı bir mutfağı olabilir.

Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin harcama gücü nedir? Konaklama olarak nereleri tercih etmektedirler?

Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin harcama gücünü üçe ayırmak gerekir. Körfez ülkelerinden (Suudi Arabistan, Katar, Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri) gelen turistlerin harcama gücü epeyce yüksektir. Bir batılı turistle karşılaştırıldığında 4-5 kat daha fazladır. Bu ülkelerden gelen turistlerin büyük bir bölümü 5 yıldızlı otellerde kalmaktadırlar.

İkinci olarak Lübnan ve Ürdün'den gelen turistlerdir. Bu ülkelerden gelen turistler de körfez ülkelerinden gelenler kadar olmasa da onlara yakın bir harcama gerçekleştirmekte ve genellikle de 5 yıldızlı veya kaliteli 4 yıldızlı otelleri tercih etmektedirler.

Üçüncü olarak Mısır ve Kuzey Afrika ülkelerinden gelen turistlerdir. Bu ülkeler içerisinde Libya'dan gelen turistlerin harcama gücü diğerlerine nazaran nispeten yüksektir.



Karnak Travel
Yönetim Kurulu Başkanı
Sayın Serdar ALİABET ile Arap
turizmine yönelik değerlendirmeleri...



Sayın ALİABET, öncelikle kendinizden ve şirketinizden kısaca bahseder misiniz?

Firmamız 2015 yılında 30 senesini tamamlamış olacak. Aktif ekip olarak 25 senedir bu işin içerisindeyiz. Tamamen Arap turizmine yönelik faaliyet gösteriyoruz. 175 kişilik bir ekiple bu yönde hizmet veriyoruz. Yanılmıyorsam bu seneyi 65 bin Arap turist ile kapatacağız. Toplam 18 ülke ile çalışıyoruz. Bir anlamda bütün Arap coğrafyasına hitap ediyoruz. Arap turistlere A'dan Z'ye bütün ihtiyaçlarını karşılama noktasında (otel rezervasyonları, uçak biletleri, vb) hizmet veriyoruz. Tabii ki ağırlıklı olarak İstanbul'a geliyorlar. Bunun yanında özellikle Trabzon olmak üzere Doğu Karadeniz'i tercih etmektedirler. Diğer taraftan Antalya, Marmaris, Bodrum, Bursa gibi Türkiye'nin bütün turistik yerlerine Arap turist getirmekteyiz.

Ülkemize gelen Arap turistler hangi tür tatili tercih ediyorlar?

Arap coğrafyasına bakıldığında 6 ülkeden (Suudi Arabistan, Kuveyt, Bahreyn, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar) oluşan körfez ülkeleri, Kuzey Afrika

tarafımızda 5 ülke (Fas, Tunus, Cezayir, Libya, Mısır) ve bir de Ortadoğu dediğimiz bölgede ise 5 ülke (Filistin, Suriye, Ürdün, Lübnan, Irak) ile temas halindeyiz. Tabii ki bu pazara genellikle de Ortadoğu pazarı deniyor. Ben bunu değiştirip Arap pazarı olarak lanse ediyorum.

Her biri Türkiye'ye karşı farklı bir turizm algısına sahiptir. Kuzey Afrikalı turistler direkt İstanbul ile ilgilenmektedir. Körfez ülkelerinden gelenler ise İstanbul ve Karadeniz'i tercih ediyorlar. Neden Karadeniz dersek Karadeniz daha yeşil, daha serin, gözünün yorulduğu çölden yeşili arıyor. Bir de Ortadoğu ülkelerinden gelen turistler ise İstanbul, Antalya Marmaris ve Bodrum gibi yerleri tercih etmektedirler. Bu da insanların tamamen geleneksel yaşamlarına, örf ve adetlerine bağlı olan bir olgudur.

Arap turisti otelinde tutamazsınız. Çıkıp dolaşmayı seviyor. Turizm anlayışı diğer ülke vatandaşlarına nazaran farklıdır. Alışveriş yapmak, yeşilliği görmek, suyu görmek isterler. Çok fazla tarih ile ilgilenmezler. Kültürel alanla ilgilenenler mutlaka vardır ancak bu azınlıktır. Aile fertlerine çok düşkündürler. Siz onlara otelde yemek verirsiniz. Onlar yine dışarıda para vererek yemek yerler.

Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin harcama gücü nedir?

Karnak travel olarak Arap pazarında lüks ve pahalıcı bir acenteyiz. Servisimiz en üst sekmendedir. Dolayısıyla otel ve uçak biletini saymazsanız günlük kişi başı alışveriş ve yemek ücreti 100 dolar civarındadır. Gelen Arap turistler de genellikle aile şeklinde gelmektedirler. Beş kişilik bir ailenin günlük harcamacı 500 dolar düzeyindedir ki bu da çok ciddi bir rakamdır. Yani bir Arap turistin Türkiye'ye gelişi 1000 doların altında değildir. Diğer ülkelerden gelen turistlere göre Arapların harcaması en az üç katıdır.

Körfez ülkelerinden son yıllarda bölgemize (Doğu Karadeniz) oldukça yoğun ilgi var. Bölgemizi ziyaret etmelerinin nedenleri nelerdir?

Bir kere doğanın güzelliği onların mutlu ve huzurlu olmalarını sağlıyor. Şu an Karadeniz'in fark edemediği bir şey var. Şu anda sadece körfez bölgesi ile ilgileniyorlar. Gelen turist de bölgeye hayran kalıyor. Daha fazla da turisti konaklamanın yetersiz olduğu için ağırlayamazsınız. Körfez ülkesinden gelen turist ile diğer Arap ülkelerinden gelen turistin gezme anlayışı çok farklıdır. Körfez ülkelerinden gelen turistler diğerlerine göre daha fazla konaklama yapmaktadırlar.

Bence Kuzey Afrika ve Ortadoğu bölgesinde de gerekli tanıtımlar yapılmalıdır. Türkiye'ye gelen bu turist gruplarının İstanbul'a, Antalya'ya gelmişken neden bölgenize de gelmesin. Yeter ki tanıtımları bu ülkelerde de yapalım.

Bir de konaklama konusunda gelen talepleri karşılamıyoruz. Hızlı bir şekilde Arap turistlerin kalabileceği 4 ve 5 yıldızlı otel sayısının artması gerekmektedir. Süreç te çok dar olduğu için konaklamada talep var arzda sorunlar yaşamaktayız. İlerleyen yıllarda Ramazan geriye geldikçe yaz periyodu daha uzun olacak ve daha fazla Arap turist bölgenizi tercih edecektir.

Son zamanlarda Arapların emlak aldıklarını görüyoruz. Sizce bunun nedenleri nelerdir?

Türkiye'nin genelinde böyle bir sirkülasyon var. Arapların dünyada hiç ummadığınız yerlerde evleri vardır. Bu evleri yazlık mahiyetinde satın alırlar. Bölgeyi beğeniyse satın almaktan kaçınmaz. Ülkemiz de Araplar açısından yatırım yapılacak cazip ülkelerin başında gelmektedir.

Profesyonel bir yönetici olarak ülkemizin 2023 turizm hedeflerini yakalayabilme adına görüşleriniz nelerdir?

Ülkemizde huzur, barış devam ettiği müddetçe 2023 değil 2018 yılında çok ciddi bir turist patlaması olabilir. Şöyle bir örnek size açıklayayım. Arap dünyasının 350 milyon kişidir. Şu anda ülkemiz Suriye'yi çıkarırsak 1 milyon civarında Arap turist almaktadır. Ancak 350 milyonluk Arap nüfusa oranladığımızda Türkiye hala daha turist almıyor denebilir. 350 milyonun % 10'u seyahat ederse 35 milyon gibi bir rakamla dünyaya turist verdiğini görürüz. Türkiye olarak demek ki 35'te 1 oranında Arap turist alabilmekteyiz.



**Çamlıhemşin Belediye Başkanı
Sayın Osman HAŞİMOĞLU'nun
bölgedeki ve özellikle de
Ayder'deki Arap turizmine yönelik
değerlendirmeleri...**



Arap turistlerin bölgeyi tercih etmelerinin nedeni sizce nedir?

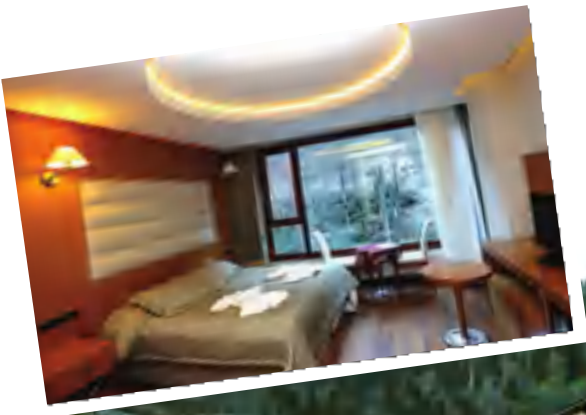
Doğu Karadeniz gerçekten yeşiliyle, doğasıyla, doğa turizmi ile ülkemizde rağbet gören yerlerin başında gelmektedir. Zamanla insanların ilgisini çeken bölgemizde doğa turizminin gelişeceğini gördük. Bu maksatla Ortadoğu'ya hitap edebileceğimizi tahmin ettiğimizden 2005'li yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın El-Cezire televizyonu vasıtasıyla bir projesi oldu. Bunu da bölgedeki yatırımcılar olarak finanse etmiştik. Ortadoğulu turizm temsilcilerini burada ağırladık ve buraları kendilerine gezdirdik. İlk başlangıcımız böyle oldu. Doğu Karadeniz'in bütün görseiliğini gelen misafirlerimize tanıtmaya imkân bulduk. 2005'den sonra her yıl katlanarak artan Arap turist potansiyeli oluştu.

Arap turistler taleplerini karşılama noktasında neler yapmaktasınız? Yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?

Tabii ki bu arz ve talebin getirdiği sıkıntılar da var. Onlara yönelik hazırlıklarımız olmaktadır. Arap turistlerin istediklerini yerine getirme adına yapısal değişikliklerimiz vardır. Aksayan yönlerimizi tespit ederek gelecek yılda bunları çözüyoruz.

Arap turistlerin diğer turist gruplarına göre değişik talepleri olmaktadır. Örneğin yeme içme noktasında çok çeşitlilik ve kaliteli hizmet istemektedirler. Yöresel yiyeceklerimizi Arap turistlere sunduğumuz zaman bunu beğeniyorlar. Ancak bölge insanının da şunu anlaması lazımdır. Gelenlere damak tadını sunarken yapay değil de gerçek tatları sunmamız halinde bölgedeki turizmin sürdürülebilirliği olsun.





Çamlıhemşin ve yöresine gelen turist sayısı hakkında bilgi verir misiniz?

Ayder, Doğu Karadeniz'de turizmin lokomotifi diyebileceğimiz birkaç destinasyon noktalarından birisi olup, 4 bin konaklama kapasitesine sahip bir turizm merkezidir. Ayder'e Haziran-Eylül ayları arasında günlük 10 bin araç gelmekte ve yine günlük 35 bin insan burayı ziyaret etmektedir. 2014 yılını değerlendirdiğimizde gelen turistlerin % 30'unu Arap turistlerin oluşturduğunu görürüz. Gelen ziyaretçi sayısı ise 35 bin civarındadır. Bu da beraberinde özellikle trafik yönünde aksamalara neden olmaktadır.

Ayder'i ziyaret eden Arap turistlere baktığımız zaman gelenlerin % 15'inin booking üzerinden rezervasyonlarını yaptırdıklarını görüyoruz.

Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin harcama gücü nedir?

Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin harcama gücü diğerlerine göre çok fazladır. Yeme içmelerine para esirgemezler. Ancak kaliteli yemek ve kaliteli hizmet isterler. Bu yüzden bölge insanının bu konuda çok hassas olması gerekir.

Profesyonel bir yönetici olarak bölge turizminin özellikle de Çamlıhemşin ve Ayder özelinde geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Ayder, üç özellikle bir turizm merkezidir. Bunlar termal turizm merkezi, doğa turizm merkezi ve kış turizm merkezi olmaktır. Ülkemizin bu özelliklere sahip tek turizm destinasyon noktasıdır. İlerleyen yıllarda teleferik projemizi de hayata geçirdiğimizde özellikle de kış turizmi anlamında çok farklı alternatifler sunabileceğiz. Senelerden beri yapılan Helisky daha da artacaktır.



**Kaçkar Resort Hotel Genel Müdürü
Sayın Dursun CANCA'nın
Arap turizmine yönelik değerlendirmeleri...**



Sayın CANCA, öncelikle kendinizden ve şirketinizden kısaca bahseder misiniz?

1982 yılında otelcilik sektöründe servis elemanı olarak işe başladım. Daha sonra mutfak departmanında çalışmaya devam ettim. Uzun yıllar aşçıbaşılık da yaptım. Aşçıbaşılık yaptığım dönemlerde dünya mutfakları üzerine ödülleri de mevcuttur. Akabinde Ankara'da iki otelin yiyecek içecek müdürlüğünü yaptım. Daha sonra Antalya'da bulunan iki otelin (biri 1500 kişilik, biri 1000 kişilik) operasyon müdürlüğü görevini ifa ettim. Bütün bu görevlerden sonra memleketime gelerek Kaçkar Resort Hotel'de genel müdür olarak çalışmaya devam ediyorum.

Otel olarak ikinci sezonumuzu tamamlıyoruz. Açılışımızı Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip ERDOĞAN yaptı. Otelimiz 42 odalı olup, 97 kişilik yatak kapasitesine sahiptir. Ek yataklarla birlikte 110 civarında bir kapasiteye ulaşabiliyoruz.

1982'den beri bu sektörün içerisinde olan biri olarak otel standartlarımızın çok yüksek olduğunu vurgulamam gerekiyor. Örnek verecek olursam yazın sadece mutfakta çalışan personel sayımız 10-12 kişi civarındadır. 45 kişiye istihdam sağlıyoruz. Bu şu anlama geliyor. 42 odalı otelimizde 45 kişi ile hizmet vermekteyiz. Ayrıca Arapça, Rusça, Almanca, İngilizce bilen personelimiz de mevcuttur. Buna da çok önem vermekteyiz.

Otelimizde yiyecek ve içeceğe çok ağırlık veriyoruz. Otelimizde hem yöresel mutfak hem de dünya mutfakları üzerine hizmet veriyoruz. Kendi asıl mesleğim yiyecek içecek olduğundan özellikle yöresel ürünlerin sunumu noktasında çok iyiyiz. Mesela karalahana çorbasının ve karalahana sarmasının sunumu bizde çok farklıdır. Şehir içindeki 5 yıldızlı otelin standartlarında hizmet vermekteyiz.





Bölgemizdeki turizmi nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu yönde ne gibi çalışmalar yürütüyorsunuz?

Bölgeye geldiğimde turizmde çok eksiklik olduğunu fark ettim. Gelir gelmez hemen Rize merkezde Turizm ve Kültür Derneği adı altında bir dernek kurduk. Geçen sene Rize Valimizin destekleriyle Dubai’de bir stant kurduk. İzmir’de ve İstanbul’daki (Emitt) fuarlara katıldık. 2015 yılında yine İstanbul’da yapılacak olan Emitt fuarına katılacağız. Sadece Rize ile ilgili değil bu bölge de ne yapabilirizin mücadelesi içerisindeyim. Onun için birlik ve beraberlik içerisinde olmayı düştük. Zaman zaman Rize’de bulunan Turizm Otelcilik Okulu’nda mutfak derslerinde eğitmen olarak ders veriyorum.





Ayder ve bu yörenin turizm geleceğini nasıl görüyorsunuz? Gelişmesi adına neler yapılabilir?

Ayder doğa harikası bir yer olup, bir marka haline gelmiştir. Ancak yine de hizmet sektöründe zayıf olduğunu düşünenlerdenim. Burada yetişmiş elemanlarla hizmet verilmesi lazımdır. Okuldan mezun olanlardan turizme katılanların oranı çok düşüktür. Staj yapanlar otelimize geldiklerinde çalışan abilerinin sorunlarını görüyorlar. Mesainin uzun olması, sosyal aktivitenin olmayışı, en fazla 6 ay çalışabilmesi onları bu işten uzaklaştıran etkenlerdir. Bu gibi sorunlara sadece işletme sahiplerinin değil devletin de yapması gereken işler vardır. Ayder'de teleferiğin hizmete girmesiyle birlikte kış turizmi de canlanacak ve böylelikle turizmi de 12 aya yaymış olacağız. İşte devlet de bu gibi altyapı yatırımlarını hızla gerçekleştirmelidir.

Körfez ülkelerinden son yıllarda bölgemize (Doğu Karadeniz) oldukça yoğun ilgi var. Bölgemizi ziyaret etmelerinin nedenleri nelerdir? En çok hangi ili tercih etmektedirler?

Dubai'ye gittiğimizde burada bulunan Arap tur operatörleri ile tek tek görüştüm. Arapların ülkemizi istemelerinin nedenlerinin başında ezan sesini duymayı istemeleridir. Müslüman bir ülke olduğundan, helal kesim yapıldığından istiyorlar.

Arap turistlerde maddi olarak bir sorun yoktur. Araplar yüksek standart ve yüksek hizmet kalitesi aramaktadırlar. Bu yönde de para harcamaktan kaçınmıyorlar. Bunların hava limanından alınıp, otele getirilmesi ve otelde yapılacaklara varıncaya kadar bütün hizmetleri çok iyi vermeliyiz.

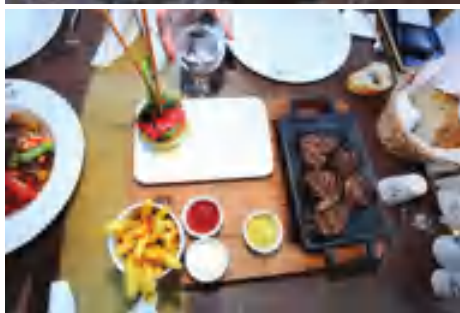
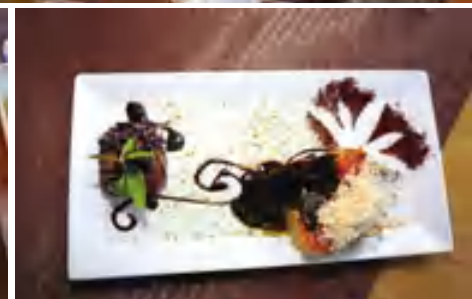
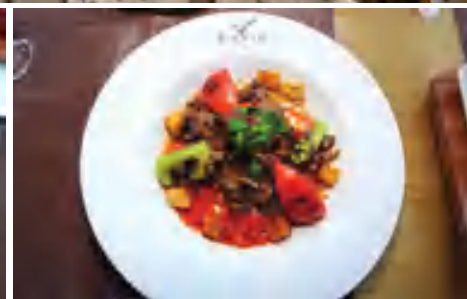
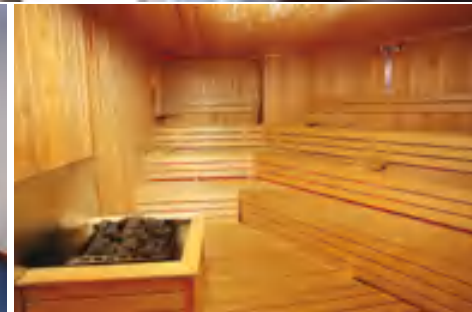
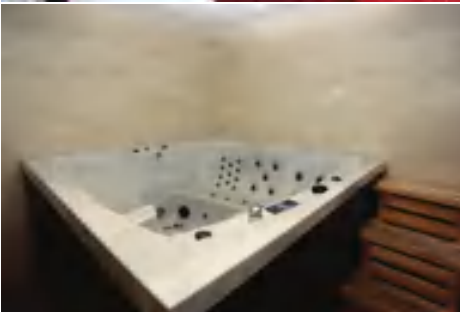
Ortadoğu pazarı bence bize yeter. Ancak bunu potansiyeli iyi değerlendirmemiz gerekir. Yani Arap turiste dolar gözüyle değil de misafir gözüyle bakmamız lazımdır.

Trabzon'u çok tercih ediyorlar. Bunun da en büyük nedeni alternatif büyük otellerin varlığıdır.

Arap turistlere yönelik rezervasyonları ne tür kanallar ile almaktasınız?

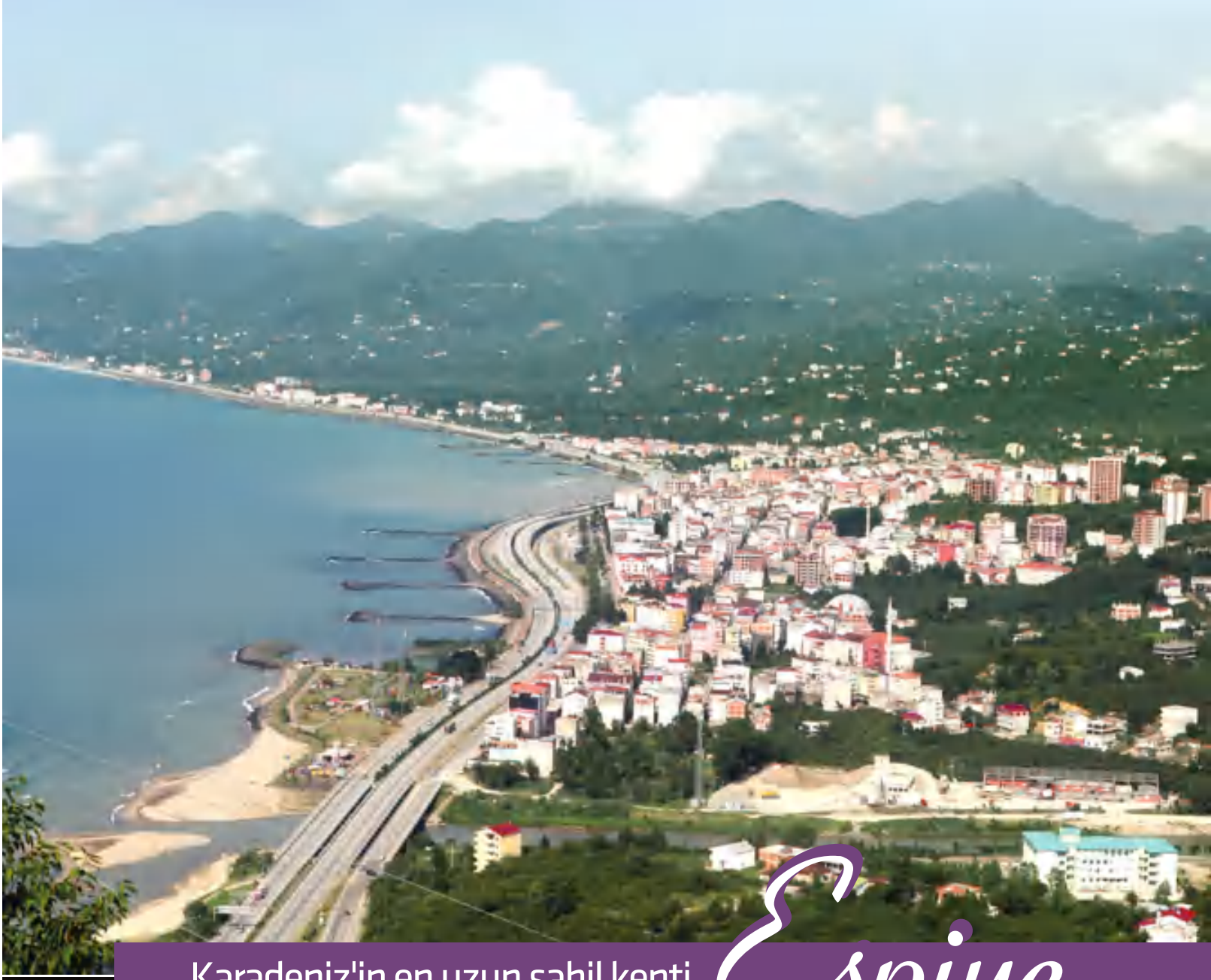
Otelimize booking sitesi üzerinden gelenler mevcut olmakla birlikte daha çok İstanbul acenteleri ile çalışmaktayız.











Karadeniz'in en uzun sahil kenti

Espiye





Espiye Kaymakamı Osman BİLGİN'in anlatımıyla

Espiye

İlçemiz nüfus bakımından Giresun'un ikinci büyük ilçesidir. Merkez nüfusu 17.400 olup toplam nüfusu 33 bindir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan diğer ilçelere nazaran kısmen yerleşime daha uygun olan bir ilçedir. Coğrafi olarak bakıldığında özellikle sahil bandında geniş düzlüklere sahiptir. Arka kısımlarında ise Karadeniz'in klasik coğrafyasını hüküm sürdüğü bir ilçedir.

İlçemizin toplam 30 köyü vardır. İlçemizde yoğun bir biçimde fındık tarımı yapılmaktadır. Onun haricinde halkın diğer geçim kaynakları arasında kivi tarımı, balıkçılık gelmektedir. Aynı zamanda çok az miktarda çay tarımı yapılmaktadır. İlçemizde sanayi altyapısı yoktur. Fındığa dayalı fındık işleme tesisimiz mevcuttur. Bunun haricinde küçük çapta tekstil atölyelerimiz sanayiye hizmet etmektedir.

İlçemizin çok heterojen bir yapıya sahiptir. Diğer bölgelerden gelen insanlarla kaynaşmanın olduğu bir yapı mevcuttur. Espiye'ye Trabzon, Gümüşhane, Ordu ve Alucra'dan buraya yerleşmek amacıyla gelen insanlar vardır. İlçemizin merkez nüfusuna baktığımız zaman bu nüfusun ancak % 10'u Espiye yerlisidir. Diğer geri kalanı Trabzon, Gümüşhane, Ordu ve Alucra'dan gelen insanlardan oluşmaktadır.

2,5 yıldır bu ilçede görev yapmaktayım. Bu süre içerisinde 2 adet büyük projeyi yürütmekteyiz. Farklı projelerimiz de mevcut olmakla birlikte bu iki proje önem arz etmektedir.



Bunlardan birincisi Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı tarafından Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü'ne sunduğumuz ve kabul edilen 17 milyon TL'lik "Sosyal Evler Projesi" adı altında yürüttüğümüz projedir. Bu projeye ev ihtiyacı olan veya evi yıkılmak üzere olan veya hiç evi olmayan insanlarımızı noktasal olarak yani gidip köylerinde ve mahallelerinde tespit etmek suretiyle proje altyapısı oluşturduk. Böylelikle vatandaşlarımızın yaşadıkları yerlerde ev sahibi yapmayı hedefleyen bir projedir. Şu anda 410 tane evi bitirerek vatandaşlarımızın hizmetine sunduk. Proje paydaşlarını tespit ettikten sonra (vakıf temsilcisi ve projeyi yürütecek olan yani müteahhitliğini yapacak kişi) bir tip proje oluşturduk. Her ev yapana 25 bin TL'lik ödeme yapıyoruz. Bu tip projeye birlikte 50 m2'lik evi 25 bin TL'ye yapıyoruz. Eğer vatandaş bu eve ekleme yapmak istiyorsa buna da izin veriyoruz. Bu evler bittiğinde ise vakıf olarak denetliyoruz. Bazı projelere ise bizatihi giderek yerinde incelemede bulunuyorum. Bu denetlemeler sonucunda çok ciddi yarar sağladığımızı memnuniyetle görmekteyiz.

Bu alanda ilçeler ve iller bazında Türkiye birincisiyiz. Bu projeye birlikte 710 vatandaşımızı ev sahibi yapacağız. Şu ana kadar yaptığımız 410 evde 2375 nüfusu bütün odalarıyla yeni bir şekilde meskene kavuşturmuş olduk. Bu çalışmada şunu gördük. İnsanlarımız öyle evlerde oturuyorlardı ki görünenle görünmeyen gerçekten çok farklı olduğunu fark ettik. Bu insanlarımıza temas ettiğimizde ne kadar güzel sonuçlar alacağımızı da görmüş olduk. Bu projeye vatandaşımızdan çok olumlu tepkiler aldık. Aynı zamanda bu yıl içerisinde fıncığa bağlı sorunlarda yaşanan ekonomik krizi de bir nevi azaltmış olduk. Projeye ilçedeki ekonomik döngüyü de sağlamış olduk. Buradan SYDV'de özverili bir biçimde çalışan personelimizi de takdirlerimi sunmak isterim.





Diğer projemiz burada bulunan Karaovacık yaylamıza özgü bir projedir. Bilindiği üzere bölgemizdeki yaylalarımız çok ciddi sorun arz etmektedir. Bir kere yayla vatandaşımızı bir kültür olup bunu engelleme şansımız yoktur. Ancak burada doğayı da bozmamamız gerekmektedir. Uygulamaya baktığımız zaman vatandaşımızın kültürü ile doğanın tahribatı birbiriyle çelişmektedir. Dolayısıyla bunu uyumlu hale getirmemiz gerekiyor. Yaylada doğaya uygun evler yapılırsa, doğayla daha barışık bir ortam yaratılırsa turizm açısından da farklı bir konuma gelebilir. Bir de gelecek nesillere sağlıklı ve korunmuş bir çevre bırakma yönünden yaylarımızdaki bu yerleşim mantığını değişmesi gerektiğinin kanaatindeydik. Bu kanaatle yola çıkarak Espiye'nin merkezi yaylası konumundaki Karaovacık yaylasında bir proje yürüttük.

Belediye başkanımız, belde belediye başkanımız, il genel meclis üyelerimiz, köy muhtarlarımız, siyasi parti yetkilileri ve STK'larla istişare ederek yaylaların tozdan duman-dan kurtulması kararını aldık. Projeyle yaylada kanalizasyon çalışması yaptık. Daha sonra yayladaki içmesuyu sorununu giderdik. Akabinde 80 km uzaklıkta bulunan bu yaylamıza parke taşıyarak parke çalışması yaptık. Sadece parkenin nakline 280 bin TL'lik bir ödeme yaptık. Ondan sonra elektrikleri yer altına aldık ve aydınlatma çalışmalarını yürüttük. Bütün bunları yaparken binaların dışı çok kötü görünüyordu. Bu konu ile ilgili vatandaşlarımızda yaylada bir toplantı yaptık ve bütün evlerin ahşap kaplama yapılması yönünde karar aldık. Buna vatandaşlarımız çok ilgi gösterdiler ve evlerin tümünü ahşap ile kapladılar. Çatıları da yaylaya uygun olsun diye yeşil renkli çinko veya saçlarla ördüler. Bu projeyle birlikte diğer yaylalar ve obalar örnek alarak aynı uygulamayı yapmasını hedefledik.

Tarihçe

Antik çağlarda Tirebolu'yu Miletoslular'ın kurduğunu, M.S. 1.yüzyılda Plinius'un yazdığı "Natural History" adlı eserinden anlıyoruz. Dolayısıyla Espiye arazisine bu hal-kın hakim olduğu belirtilmektedir. Atinalı Kesnepheron'un (M.Ö. 430-355) "Anabasis" adlı eserinden M.Ö. 401'de Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Kolh'ların Driller'in, Halib'lerin, Tibaren'lerin yaşadıkları anlaşılmaktadır. Drille'in Kıpçak Türkleri'nin ataları olan Kimmerler'in bir boyu olduğu ve hatta Tirebolu adının "Dırıbolu" biçiminde buradan geldiği iddia edilmektedir. O günlerde Tirebolu'ya bağlı olan Espiye'nin eski sakinlerinden birinin de Driller olabileceğini bu açıklamalar ışığında söyleyebiliriz.

Espiye daha sonraları, Pontus Krallığı, Roma ve Bizans hakimiyeti altında kalmıştır. 1204 yılında Haçlı ordularının İstanbul'u işgal etmeleri ile İstanbul'dan kaçan Aleksious'un Trabzon'a gelerek burada Trabzon Rum İmparatorluğu'nu kurması üzerine bu devletin sınırları içinde yer almıştır.

Espiye'nin Türk yurdu olması Oğuz Türklerinin bir kolu olan Çepnilerin 17. ve 18. yüzyılda Kürtün bölgesinde gelmesiyle Karadeniz kıyıları Türkleşmeye başlamıştır. Çepniler bugünkü Ordu'ya bağlı Mesudiye bölgesinde Hacı Emirli Beyliği'ni kurmuşlardır. Hacı Emirli Beyliği'nin başına geçen Hacı Emir Bey'in oğlu Süleyman Bey, Giresun'u 397 yılında fethederek "Giresun Fatih'i" unvanını almıştır. Ancak Giresun'un fethi ile Espiye Türklerin eline geçmemiştir. Trabzon Rum İmparatorluğu'nun sınırları buradan başlıyordu. Giresun'un fethi ile Keşap, Dereli ve Giresun Merkez Türk hâkimiyetine girmiştir. Trabzon Rum İmparatorluğu'na son verilmesinden sonra Espiye ve tüm Karadeniz ebedi Türk yurdu olmuştur. Bölgede Osmanlı hâkimiyetinin başlaması ve Rum hakimiyetinin sona erdirilmesinde Çepniler büyük rol oynamışlardır.

1515 tarihli Osmanlı kayıtlarına göre, o günlerde Espiye'nin 16 haneden, Andoz'un ise 6 haneden oluştuğunu anlıyoruz. Bunun anlamı Espiye'nin o tarihlerdeki nüfusunun 80-90 kişi olduğudur. Sonuç olarak, Espiye 480-500 yıllık bir yerleşim yeridir. Andoz Kalesi'ne gelince uzunluğu 90 adım, genişliği ise 20 adım olan küçük bir kale olup burada halk yaşadığını söylemek mümkün gözükmemektedir. Andoz Kalesi olsa olsa hemen yanı başındaki denizi ve yolları gözetleme amaçlı olarak kullanılmış olabilir.

ESPIYE KÜNYESİ

İlçe Oluş Tarihi	1957
Giresun İl Merkezine Uzaklık	34 Km.
Rakım	10 Metre
Nüfus (2013)	31.794 (İlçe Merkezi: 17.089 – Belde: 2.497 – Köyler: 12.208)
Yüzölçümü	230 Km²
Belediyeler/Beldeler	Espiye, Belde (Soğukpınar)
Köy Sayısı	30
Köy Sayısı	54

Espiye gerek Osmanlılar, gerekse Pontus ve Trabzon Rum İmparatorluğu dönemlerinde idari bakımdan il olarak Trabzon'a ve ilçe olarak ta Tirebolu'ya bağlı kalmıştır. 16. yüzyılda bölgenin idari yapısı nahiye (beldeler) şeklinde idi. Çepni bölgesinde 7 nahiye kurulmuştu. Bunlar, Yağlıdere, Bayramoğlu, Karaburun, Üregir, Eskiyoğlu, Alahnas ve Kürtün nahiyeleri idi. O dönemde Espiye, Cibril, Andoz, Adabük ve Akköy Yağlıdere Nahiyesi içinde, Dikmen, Keçiköy, Oğulca (Avluca), Kozköy, Tağnalcuk (Taflancık), Manastır-ı İslam, Çepniköy ve Kurugeriş köyleri de Bayramoğlu Nahiyesi içinde yer almışlardır. Tarihi bakımdan en az Espiye kadar eski olan yukarıda isimlerini saydığımız köyler, bugün hala aynı adlarla anılmaktadırlar.

Cumhuriyet döneminde 1957 yılına kadar Tirebolu'ya bağlı olarak kalan Espiye, çok partili yaşama geçildikten sonra 1957 yılında ilçe olmuştur. Bu tarihin Espiye için başka bir önemi daha vardır. Bu tarihe kadar pirinç yetiştirilen Espiye'de sıtma hastalığının artış göstermesi nedeniyle çeltik ekimi hükümet tarafından yasaklanmıştır.

Espiye'nin Eski Adı ve Anlamının Hikâyesi

Espiye adına ilk defa "Espiye" şeklinde Osmanlı tahrir defterlerinde rastlıyoruz. 1515 tarihli defterde "Çepni eli" olarak belirtilen Espiye "Eşter Oğlu Mustafa Bey Zeameti" olarak kayıt edilmiştir.

Espiye kelimesi Farsça "Esb" kelimesinden türetilmiştir. Hayat Büyük Türkçe Sözlük'te "Esb" kelimesi "At, Beygir" anlamına gelmektedir. Bu kelimeye eklenen "i-yelü" eki, iki anlamda olabilir. Birincisi "Atlık, atların olduğu yer" anlamında mütalaa edilmekte olup, ikincisi de "Yelü" sözcüğünün "yalu, yalı" biçiminde ses ve şekil değiştirmesinden yola çıkılarak "yalı atı" şeklinde olabileceğidir. Her iki anlamda da Espiye kelimesi Türklerin vermiş olduğu bir addır.



Coğrafi Yapı, Bitki Örtüsü ve İklim

Giresun il merkezine 34 km uzaklıkta bulunan Espiye, Giresun il merkezinin doğusunda yer alan bir ilçedir. Karadeniz sahilinde yer alan Espiye'nin denize paralel 7 km'lik bir kıyısı bulunmaktadır. Kuzeyinde Karadeniz ile çevrilen Espiye, doğusunda Tirebolu ve Güce ilçeleri, batısında Keşap ve Yağlıdere ilçeleri, güneyinde Şebinkarahisar ve Alucra ilçeleriyle komşudur. Yine Alucra ilçesinin kuzeydoğu kısmında Gümüşhane iline bağlı Torul ilçesiyle kısa bir sınırı bulunmaktadır.

İlçe, doğusunda "Gelevara Deresi" ve batısında "Yağlıdere" olmak üzere iki dere arasında kurulmuş olup 230 km²'lik bir yüzölçüme sahiptir.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tipik arazi yapısına uygunluk gösteren ilçenin sahilinden 5-10 km kadar iç kesimlerinde rakım 500 metrenin üzerine çıkmaktadır. İlçede iç kısımlara (Alucra ve Şebinkarahisar) doğru gidildikçe yükselti artmaktadır. En yüksek nokta 2528 metre ile "Zuhur Tepe" veya "Akıl Baba" dağıdır. Espiye arazisi genel olarak derin vadilerle yarılmış çok engebeli bir yapı göstermektedir. "Karaovacık Yaylası" bunlardan en meşhur olanlardan biridir. Akıl Baba dağı 2528 m, Çakıl Dağı 2476 m ve Olucak Tepesi 1500 m olup en önemli yükseltilerdir.

Espiye, Karadeniz iklim kuşağı içinde yer alması nedeniyle ılıman bir iklime sahiptir. Her mevsim bol yağışlı alan ilçe, bu nedenle bitki örtüsü yönünden oldukça zengindir. Tüm yerleşim birimleri fındık bahçeleri ve geniş yapraklı ağaçlarla kaplıdır. İlçe oldukça geniş ormanlara sahiptir. Toplam olarak 17464 hektar orman alanı bulunan ilçede belli başlı ağaç türleri kestane, kızılgağaç, gürgen, meşe, köknar, sarıçam ve ladindir.

Nüfus ve İdari Yapı

İlçenin nüfusu, 2013 yılı nüfus sayımına göre 31.794'dür. Bunun 16.086'i kadın, 15.708'ü erkektir. İlçenin km²'ye düşen kişi sayısı 138'dir.

1 beldesi (Soğukpınar), 30 köyü (Akkaya, Aralıcak, Arıdurak, Arpacık, Avluca, Bahçecik, Bayrambey, Çalkaya, Çepniköy, Değirmenağzı, Demircili, Direkbükü, Ericek, Gebelli, Gülburnu, Gümüşdere, Güneyköy, Güzelyurt, Hacıköy, Hacimahmutlu, İbrahimşeyh, Kaşdibi, Kurugeriş, Seydiköy, Şahinyuva, Taflancık, Tikence, Yeniköy, Yeşilköy, Yeşilyurt), ve ilçe merkezinde 8 mahalle (Merkez, Adabük, Ağalık, Cibril, Çam, Esentepe, Kalaboyun ve Karadere), Soğukpınar beldesinde 4 mahalle (Merkez, Dikmen, Kozköy ve Tuygun) olmak üzere 12 mahallesi mevcuttur.

Köylerin içinde rakımı en yüksek köy 950 metre Seydiköy köyü olup, ilçe merkezine en uzak köy ise 42 km ile yine Ericek köyüdür.

Eğitim, Sağlık ve Sosyal Durum

İlçede 1 anaokulu, 14 ilkokul, 11 ortaokul ile okul öncesi ve ilköğretim alanında eğitim verilmektedir. Ortaöğretim kurumu olarak 2 anadolu lisesi, 2 meslek lisesi ve 1 çok programlı lise olmak üzere toplam 5 lise mevcuttur. İlçede bulunan Giresun Üniversitesi'ne bağlı Espiye Meslek Yüksekokulu ile yükseköğrenim alanında eğitim verilmektedir.

Ayrıca Espiye Halk Eğitim Merkezi ve Espiye Öğretmenevi ve Akşam Sanat Okulu ile eğitime katkı yapılmaktadır.

Espiye'de sağlık hizmetleri ilçede bulunan devlet hastanesi ve aile hekimliği kapsamında 2 aile sağlığı merkezi ile 1 Espiye Toplum Sağlığı Merkezi ile yürütülmektedir.



Tarım, Hayvancılık ve Ekonomik Durum

Espiye'nin ekonomisi esas olarak fındığa dayanır. Fındık ilçe tarımında en başta gelen ürün olup, çiftçilerin başlıca geçim kaynağıdır. Tarıma elverişli arazinin %80'inde toplam ilçe topraklarının %35'inde fındık yetiştiriciliği yapılmaktadır. İlçede 8.596 hektar alanda üretilen fındıkta ortalama yıllık üretim 6.000 ton civarındadır.

Ekonomide ikinci sırayı çay üretimi almaktadır. İlçede toplam 16 köy ve mahallede çay üretimi yapılmaktadır. Çay üretimi yapılan toplam alan 1860 hektar olup yıllık ortalama üretim 1800 ton civarındadır.

Hemen hemen tüm mahalle ve köylerinde mısır yetiştirilmekte olup, toplam 1824 hektar alanda yapılan mısır üretimiyle fındık ve çayı takip etmektedir. İlçede ortalama mısır üretimi yıllık 4000 ton, mısır sapı üretimi ise yıllık 8000 tondur. Genellikle aile içi tüketimde insan ve hayvan gıdası kullanılan mısır son yıllarda hayvan yetiştiriciliğinde de azalışlar olması nedeniyle mısır ekim alanları oldukça azalmıştır.

Ayrıca ilçede 93 hektar alanda sebze üretimi, 26 hektar alanda ise patates üretimi yapılmaktadır. Yine ilçede

bulunan meyve fidanlarından küçümsenmeyecek ölçüde meyve (elma, armut, kiraz, vişne, dut, incir, ceviz, şeftali, erik, ayva, mandalina ve portakal) üretimi yapılmaktadır.

Espiye zengin bir orman ve bitki örtüsüne sahiptir. 17464 hektar orman alanı mevcut olup kestane, kızılbaş, meşe, kayın, köknar, sarıçam ve ladin en çok görülen ağaç türleridir. Bu denli zengin bir orman olmasına rağmen, ormanın Espiye ekonomisine katkısı yok denilebilecek kadar azdır.

İlçenin 2013 Yılı TÜİK tarafından yayınlanan tarım alanları verilerine göre tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin ekilen alanı 2.280 dekar, sebze bahçeleri alanı 414 dekar, meyveler, içecek ve baharat bitkilerinin alanı 113.985 dekar olup, toplam tarım alanı 116.679 dekadır. 2013 Yılı TÜİK verilerine göre toplam traktör sayısı 165'dir.

Büyükbaş Hayvan Varlığı(3.390)	İnek	3.290
	Manda	100
Küçükbaş Hayvan Varlığı(2.610)	Koyun	2.500
	Keçi	110
Kümes Hayvanları Varlığı(610)	Tavuk	610
Arcılık	Kovan Sayısı	4.721
	Bal Üretimi (ton)	70,815
	Balmumu	5,665
	Üretimi (ton)	



Ulaşım

İlçe Giresun iline 34 km, Trabzon iline 100 km, Gümüşhane iline ise 280 km uzaklıkta bulunmaktadır. Trabzon Hava Limanı'na uzaklığı 110 km, yeni yapılacak Giresun-Ordu Hava Limanı'na uzaklığı ise 63 km olacaktır.

Kültür ve Turizm

1. derecede Arkeolojik Sit Alanı olarak ilan edilen Andoz Kalesi, ilçeye ayrı bir güzellik katmaktadır. Espiye Merkez Camii, Şahinyuva köyündeki kilise, Ağanın Köprüsü, Harova Köprüsü, Sınır Köprüsü ve Ericek Köprüsü adıyla anılan kemer köprüler dikkat çekicidir. Espiye'de ayrıca ilçeye 4 km. uzaklıkta Zefre mevkiinde Cenevizlilerden kaldığı söylenen bir tersane kalıntısı da bulunmaktadır.

Her yıl geleneksel olarak Temmuz ayının ilk perşembe ve cuma günü düzenlenen Otçu Göçü Yayla Şenliği de yapılmaktadır.

Karaovacık Yaylası

500 yıllık geçmişe sahip olan Karaovacık yaylası Çepni boylarının yaylak olarak kullandığı en önemli yayla alanlarından biridir. Bu alanda Espiye Kaymakamlığı tarafından 15700 m2'lik parke çalışması yapılmış ve yayla evinin ağaçla kaplanarak doğaya uyumlu hale getirilmesi sağlanmıştır.

Andoz Kalesi

Espiye İlçesi girişindeki Yağlıdere Deresi'nin kenarında, denize ve vadiye hakim doğal bir sivri tepe üzerinde yer

almaktadır. M.Ö. 1300'lü yıllarda yapıldığı zannedilmektedir. Tamamen doğal bir tepe üzerindeki kale, hem denize, hem vadiye içeri doğru, hem de Trabzon ve Giresun tarafına doğru hakim olması bunun için oldukça büyük önem taşımaktadır.

Kaleye ulaşım kuzeyinde bulunan yol ile sağlanır. Kalenin etrafı sur duvarlarıyla çevrilidir. Duvarlar yer yer yıkılmıştır. Bazı kısımlarında kuleler mevcuttur. Andoz Kalesi oldukça küçük bir kaledir. Kalenin onarımı Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca yapılmıştır.

Yeniköy Saklı Yer Yedi Değirmenler Mağarası

Espiye İlçesi'nin 33 km güneyinde, Avluca ve Yeniköy Köyleri arasındaki Karadona Deresi batı kenarında yer alan ve içinden çıkan suyun yedi adet değirmen çalıştırdığı kaynağın, aslında bir mağara olduğu anlaşılmıştır. Yöre halkınca Patlaksu olarak adlandırılmaktadır. Mağaranın belli kesimlerinde, değişik damlataş oluşumları (makarna sarkıt, sarkıt, dikit, sütun ve duvar damlataşları) gelişmiştir.







Trabzon'un yükselen değeri

Gemra



Yomra Kaymakamı
Ahmet YILDIRIM'ın anlatımıyla

Yomra

Yomra'nın potansiyeli çok yüksek olan bir ilçedir. En büyük özelliği birçok şeyi bir arada bulundurmasıdır. Denizi var, dağı var, ormanı var, yaylası var, deresi var. Ayrıca Trabzon'un Yomra tarafına doğru büyümesi de ilçemizin diğer avantajlarından birisidir. Hava limanına çok yakın olmamızın özellikle otel yatırımları alanında müthiş bir potansiyele sahiptir. Turizm potansiyelini iyi değerlendirerek yatırımlarımıza yön vermeliyiz.

Yomra'nın Trabzon'un diğer ilçelerinden farkı Trabzon'un bu yönde büyümesi ve Adliye gibi, Trabzon Kanuni Eğitim ve Araştırma Hastanesi gibi kurumların Yomra'da hizmet vermesi ilçeye çok artı değer kazandırmıştır. Yomra bu potansiyelini iyi kullanarak hak ettiği yeri alacağını düşünüyorum.

Örneğin Yomra elması var. Ancak bunu kimse bilmiyor. Bunun gibi Yomra'ya özel ürünlerin tanıtımına daha fazla yer vermeliyiz. Buradaki insanlar bunu üretime katkı olarak değil de tadımlık olarak yetiştirmektedirler. Bu ağaç 7 yılda büyüyor. Yani 7 yıl sonra ürün alabiliyorsunuz. Bu yüzden insanlarımız ticari olarak düşünmemişler.

İlçede kaymakamlık olarak bir orkestra şefi gibi kurumları ve sivil toplumu bir araya getirerek sinerji oluştur-



mayı hedefliyoruz. Yapılan bütün çalışmaların organize-sini yaparak daha verimli hale getirmeyi amaçlıyoruz.

Son zamanlarda özellikle Arap turistlerin ilçemizden konut satın aldıklarını görüyoruz. İlçemizde son yıllarda konut anlamında müthiş bir yapılaşma var. Bu turist grupları para bırakan turist profilinde olanlardır. Yomra'da Bursa'dan geldim. Bursa da Arap turistler için cazip merkezlerden bir tanesidir. Son zamanlarda Trabzon'a gelen Arap turist sayısında hızlı bir artış trendi yaşanmak ve ilçemiz de konut anlamında Araplar tarafından tercih edilmektedir. Trabzon merkeze ve hava limanına yakın olması Yomra'yı bu alanda da avantajlı hale getirmektedir.

Son yıllarda yapılan oteller (Novotel, Three Pearl, Saylamlar Otel, Sandal Otel), Dünya Ticaret Merkezi Trabzon Adalet Sarayı, Avrasya Vakıf Üniversitesi, Kanuni Eğitim ve Araştırma Hastanesi, alışveriş merkezleri birçok otomobil firmasının satış ve servisleri, mobilyacılar sitesi, balık çiftlikleri ile hızla gelişen ve modernleşen ilçemize ayrı bir hareketlilik getirmiştir.



YOMRA KÜNYESİ

İlçe Oluş Tarihi	19 Haziran 1957
Kurtuluş Tarihi	24 Şubat 1918
Trabzon İl Merkezine Uzaklık	15 Km.
Rakım	5 Metre
Nüfus (2013)	31.746
Yüzölçümü	223 Km ²
Belediyeler	Yomra
Mahalle Sayısı	24

Tarihçe

Yomra'nın kuruluş tarihini, Trabzon'un kuruluş tarihiyle birlikte değerlendirilmelidir. Orta Asya'dan dört koldan yapılan göçlerin bir kolunu da Kafkas yaylaları ve İran platosu üzerinden gelen Turanî bir kavmin oluşturduğu, bu kavmin Karadeniz sahillerine inerek buraları yurt edindikleri ve Trabzon şehrini kurdukları bilinmektedir. Çok eski bir şehir olan Trabzon'un M.Ö. 2000'li yıllarda kurulduğu, Roma'nın ve Bizans'ın kuruluşundan daha eski olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır.

Orta Asya'dan gelen Türk kavimlerinden sonra M.Ö. 756-750 yılları arasında Miletlilerin, M.Ö. 50 - M.S. 395 yılları arasında Romalıların, 395 - 1204 yılları arasında Bizanslıların, 1204 - 1461 yılları arasında Kommenlerin idaresine, 1461'de Fatih Sultan Mehmet Han'ın Trabzon'u fethiyle tekrar Türk hâkimiyetine girmiştir.

Yomra'nın, Trabzon'un yaşadığı bütün işgalleri görmüş, imar faaliyetlerini beraberce sürdürmüş, saldırılara beraberce göğüs germiş, yerleşen kavimleri bağrında barındırmış, öz bir Türk yurdu oldu söylenebilir. Şehrin Miletlilerin, Bizanslıların, Kommenlerin, Romalıların istilâsına uğradığı, Kommenler devrinde toprak gelirlerinin bir kısmının Anadolu Selçuklu Devleti'ne verildiği bilinmektedir. Yine Anadolu Selçuklu Devleti'nin parlak

devrini yaşatan Alâaddin Keykubat zamanında komutanlarından Ertoguş Bey mahiyetindeki orduyla buraların kesin olarak Türk hâkimiyetine girmesi için, Trabzon muhasara edilmiş (1228), ancak bu toprakların Türkleşmesi 233 yıl sonra gerçekleşmiştir.

Nihayet Fatih Sultan Mehmet Han'ın 26 Ekim 1461 yılında Trabzon'u fethetmesiyle Anadolu'da Türk egemenliğinde olmayan son toprak parçası da Türk birliğine katılmıştır. Bundan sonra Trabzon'un doğu taraflarının işgaliyle Şehzade Bayezid'in lalası Hızır Bey memur edilmiştir. Yomra'da onun vasıtasıyla Osmanlı İmparatorluğu'nun içine girmiştir. Hızır Bey aynı zamanda Trabzon'un ilk valisi olmuştur. Yomra'da ilk yerleşme Hızır Bey zamanında başlamış, topraklarının geliri ve iskân işiyle kale muhafızlarını görevlendirmiştir.

Fatih Sultan Mehmet, 26 Ekim 1461'de Trabzon'u Türk hâkimiyetine sokarak, bir an önce bütün Karadeniz havalisinin Türkleşmesini istemiştir. Fatih, Trabzon'un fethinden sonra ahalisine aman vermiştir. Vergilerini ödedikleri, devlete isyan etmedikleri sürece dini inançlarını yaşamalarına müsaade ederek, onları haraç ve cizyeye bağlamıştır. Sipahilere ise, büyük bir kısmı Yomra ve çevresinde olan tımarlar verilmiştir.

1917 yılında Rusya'da Bolşevik İhtilali'nin çıkmasıyla işgalci Rus kuvvetleri yavaş yavaş memleketimizi terk etmeye başladılar. 24 Şubat 1918'de Yomra işgalci Rus kuvvetlerinin elinden kurtuldu.

Yomra, 19 Haziran 1957'de çıkarılan 7033 sayılı kanun ile ilçe olmuş, 04.04.1959'da fiilen ilçe teşkilatı kurulmuştur.



Kaşüstü Kanuni Eğitim ve Araştırma Hastanesi

Coğrafi Yapı, Bitki Örtüsü ve İklim

Yomra, Trabzon'un 15 km. doğusunda 7,5 km'lik dar bir koyda kurulmuştur. Kuşbakışı olarak; kuzey-güney doğrultudaki panoraması ile alan kazanmıştır. 223 km²'lik yüzölçüme sahip Yomra; doğuda Arsin, batıda Ortahisar, güneyde Maçka ve Gümüşhane ili, kuzeyde ise Karadeniz ile komşudur.

Kuzey güney doğrultudaki kıyı alanları çok dar olup hemen güneyinde yükselen dağları, Yomra'yı engebeli bir araziye sahip kılmıştır. Batıda yer alan ve jeolojik devirler boyunca deniz gerilemesiyle oluşan Kaşüstü kıyı düzlükleriyle, doğuda Harmanlı Deresi'nin denize döküldüğü aşağı çığırını içine alan düzlükler dışında engebessiz arazisi yoktur.

Dağlar arasında oluşturdukları derin vadilerle denize ulaşan derelerin yatakları boyunca iç kesimlere ulaşan çökekler oluşmuştur. Engebeli oluşumun nedeni; ilçenin, Alp Orojenezi sırasında yükselen genç kıvrım dağlarının Türkiye uzantıları üzerinde yer almasıdır. Yükseltisi 1500-2000 m. olan ve hemen kıyından başlayan dağlar üzerinde, Gümüşhane sınırındaki bereketli otlak ve meralarıyla yaylalar uzanır.

Yomra'da kıyı tipi "boyuna kıyı" şeklindedir. Kıvrım dağlarının oluşumu bütün Doğu Karadeniz boyunca aynı paralel uzanışı gösterir. Bu nedenle küçük bir koy olan Yomra kıyılarında girinti ve çıkıntılar bulunmaz. Dalgaların aşındırıcı etkisiyle batıda Yalıncağ kıyı sınırının bulunduğu yerde yalıyar (falez) oluşmuştur.

Yomra sınırları içerisinde; Sığın Deresi, Derin Irmak, Kalender Deresi adlı kolları bulunan Yanbolu Deresi, Arsin sınırından denize dökülür. Yanbolu Deresi taşıdığı su mikta-

rı ve havzasının genişliği bakımından ilçenin en büyük akarsuyu sayılabilir. Yomra Deresi de havzasının büyüklüğü ve vadisi çevresindeki etkileriyle, önemli bir akarsuyumuzdur. Kollarıyla Yomra'nın bütün yayla ve mezralarını sarmış durumdadır. En önemli kolları; Ayor Deresi, Lapazlık, Lefkür, Soğuksu Deresi, Hanlar Deresi, Oymalı ve Özdil kolları ile Hamo Deresi'dir. Yomra Deresi'nin vadisi boyunca oluşan çökeklerde yerleşme yaygındır. Şana Deresi, ilçenin batısından denize dökülen diğer önemli akarsuyudur.

Konumu gereği sahip olduğu doğal güzellikleri ve ılıman iklim yapısıyla, tipik bir Karadeniz sahil şeridini içermektedir. Karadeniz kıyıları boyunca, ılıman iklimin okyanusal tipi görülür. Bu sahilde yer alan Yomra'da yağışlar her mevsime dağılmıştır. Burası ülkemizin en fazla yağış alan yörelerinden biridir. Yaz ve kış; gece ile gündüz arasındaki ısı farkı azdır. İlçenin bütün alanı dağlarla deniz arasında uzandığından iklimde kıyından iç kesimlere doğru çok fazla değişiklik görülmez. Yani şehrin tamamı denizin ılımanlaştırıcı, bol nemli etkisinden yararlanır. Buna rağmen kıyından iç kesimlere doğru ısı azalır. Çünkü yükselti hızla artmaktadır. Yükselti artarken orografik yağışlarda da artış görülür.

Yomra'nın doğal bitki örtüsü; orman ve halk arasında "meşe" olarak adlandırılan, Karadeniz makisidir. Kıyı kesiminde 200-300m.'ye kadar olan yamaçlarda yer yer makelikler bulunur. Ormanların uzun yıllar yakacak odun elde etmek için tahrip edilmesi, bozuk makilerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bunlar uzun boylu ağaçlarla bodur türlerin karışması neticesinde oluşmuştur. Bu topluluklarda; kumazifin ağaçları, kuşburnu, şimşir, ayı yemişi, defne, süpürge çalısı gibi türler vardır.

Nüfus ve İdari Yapı

İlçenin nüfusu, 2013 yılı nüfus sayımına göre 31.746'dır. Bunun 16.251'i kadın, 15.495'i erkektir. İlçenin km²'ye düşen kişi sayısı 142'dir.

24 mahallesi (Çamlıca, Çamlıyurt, Çınarlı, Demirciler, Gülyurdu, Gürsel, İkisü, Kaşüstü, Kayabaşı, Kılıçlı, Kıratlı, Kömürcü, Maden, Namıkkemal, Ocak, Oymalıtepe, Özdil, Pınarlı, Sancak, Şanlı, Tandırlı, Taşdelen, Yenice ve Yokuşlu) mevcuttur.

Eğitim, Sağlık, Spor ve Sosyal Durum

İlçede 2 anaokulu, 11 ilkokul, 10 ortaokul ile okul öncesi ve ilköğretim alanında eğitim verilmektedir. Ortaöğretim kurumu olarak 1 fen lisesi, 2 anadolu lisesi, 1 normal lise ve 1 çok programlı lise olmak üzere toplam 5 lise mevcuttur.



İlçede, ayrıca Trabzon'un ilk vakıf üniversitesi olan Avrasya Üniversitesi'nin kampüsü ve Kredi Yurtlar Kurumu'nun 4 bin kişilik öğrenci yurdu da bulunmaktadır.

Kaşüstü mevkiinde bulunan ve Trabzon'un en büyük hastanesi olma konumundaki Trabzon Kanuni Eğitim ve Araştırma Hastanesi yaklaşık 27000 m² yerleşke alanı içerisinde, 500 yatak kapasitesi ile sağlık alanında hizmet vermektedir.



Yomra, son zamanlarda kamu kurumlarına ait hizmet binalarının yapılarak taşındığı ve sosyal hayatın gün geçtikçe artan bir yoğunlukla yaşandığı ilçedir. Bunların başında Trabzon Adliye Sarayı, adli tıp merkezi gelmektedir.

Spor anlamında ise Yomra Jimnastik Salonu, 2500 seyirci kapasiteli olup, Türkiye'nin jimnastik salonu olaral inşa edilen tek tesisi olma özelliğini korumaktadır.

Son yıllarda yaşanan artan konut yapımı alanında da Yomra büyük atılım içindedir.

Tarım, Hayvancılık ve Ekonomik Durum

Yomra ekonomisinin en önemli kısmını tarım ürünleri oluşturmaktadır. Ekonomiye katkısı olan en önemli ürün fındık olup, son yıllarda kivi, likapa gibi kültür ürünleri de üretilmeye başlanmıştır. İlçede 63 bin dekar fındık arazisi olup, 12.500 ton fındık üretimi yapılmaktadır. Deniz seviyesinden 750 metre yüksekliğe kadar olan bölgelerde fındık üretimi yapılmaktadır. İlçede makineli tarım olmadığından, çiftçiler kolay geçim kaynakları sağlamak amacıyla, ekilebilir arazilerin çoğunu fındık bahçesi yapmışlardır.

İlçe sınırları içinde, sulamalı tarıma gerek duyulmaz ve kuru tarım yapılır. İlçe merkezinin rakımı 5 m olup, 900 m'ye kadar tarım yapılmaktadır. Toprak yapısı asidik karakterlidir. İç kesimlere gidildikçe, arazide darlaşma meydana gelmektedir. Denize paralel uzanan dağları akarsuların kesmesi sonucu, kültür arazileri, dağların eteklerine ve vadilere dağılmıştır. Deniz ve kültür balıkçılığı ilçede oldukça gelişmiş olup, ilçe ekonomisine de önemli katkılar sağlamaktadır.

2013 Yılı TÜİK Hayvan Sayısı ve Hayvansal Üretim İstatistikleri

Büyükbaş Hayvan Varlığı(7.034)	İnek	7.034
	Koyun	5.975
Küçükbaş Hayvan Varlığı(7.365)	Keçi	1.390
	Tavuk	4.100
Kümes Hayvanları Varlığı(4.610)	Kaz-Ördek	60
Arcılık	Kovan Sayısı	4.106
	Bal Üretimi (ton)	20,870
	Balmumu Üretimi (ton)	0,954



İlçede yetişen ve adını aldığı, kendine özgü özellikleri olan elması ile meşhurdur. Yomra elması şekil olarak sap kısımlarından basık, ortadan şişkindir. Rengi bordoya yakın kırmızı, turuncu, sarı ve yeşil karışımı bir görünümde-dir. Elmanın tadı ekşi olup, olgunlaşma zamanında çekirdeklerini eritmektedir. Bu nedenle de yetiştirilmesi oldukça güçtür. Bu sebeple günümüzde çok az rastlanmakta ve genellikle tanınmamaktadır. Halk arasında Yomur Elması olarak tabir edilen meyvenin şifalı özelliklerinden söz edilir, yaşlı ve hastalara hediye edilir. Ağacını yetiştirenler bakımının zor olduğunu ve kolayca kuruyabildiğini ifade etmektedirler. Çok az sayıda bulunması ve az tanınması da bunu kanıtlamaktadır.

İlçenin 2013 Yılı TÜİK tarafından yayınlanan tarım alanları verilerine göre tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin ekilen alanı 6.579 dekar, sebze bahçeleri alanı 869 dekar, meyveler, içecek ve baharat bitkilerinin alanı 65.834 dekar olup, toplam tarım alanı 73.282 dekadır. 2013 Yılı TÜİK verilerine göre toplam traktör sayısı 30'dur.

Dünya Ticaret Merkezi

Kaşüstü mevkiinde bulunan bu merkezin kurulmasıyla ilçe, Karadeniz Bölgesi'nin fuar merkezi konumuna taşınmıştır.

Ulaşım

İlçe Trabzon il merkezine 10 km uzaklıkta bulunmaktadır. Trabzon Hava Limanı'na uzaklığı ise 7 km'dir.

Kültür ve Turizm

Trabzon'un incisi Yomra geniş orman örtüsü, bol su kaynakları, doğal kumsal plajları, koyları, pırl pırl denizi, eşsiz doğal güzellikleri, yaylaları ve misafirperver insanlarıyla gezilmeye, görülmeye ve keşfedilmeye değer bir potansiyele sahiptir. Deniz, yayla ve kültür turizminin yaşanabileceği nadide yerlerdendir. Trabzon'da sürekli gelişen turizm sektörüne özellikle konaklama anlamında yapılan yatırımlarla Yomra'nın geleceğinin şekillenmesinde en önemli rolü üstlenmiştir.







Seral Büyüyor Karadeniz Kazanıyor Projesi



Firma sahibi Uğur Hekim, firmalarını 1999 yılında kurduklarını ifade ederek, “Mutfak tezgâhı imalatı ile bu işe başladık. Ordu’da mutfak tezgâhı üretimi ilk defa abim tarafından gerçekleştirildi. 2007 senesinde membran kapak imalatına başladık. Ardından koryan tezgâh dediğimiz ürünün imalatına başladık. 2012 senesinde de kuvars üzerine belenco marka mutfak tezgâhı üretimine başladık. 2014 yılının başında da DOKA’nın bize verdiği destekle bölgemizde ebatlama, bantlama ve modüler mutfak üzerine gerekli makine ekipmanı alarak üretimlerimizi sürdürüyoruz. 2015 senesinde de modüler sistemde İeka gibi mutfak dolaplarını üretir hale gelmeyi hedefliyoruz” diye konuştu.

Yurtdışına ihracat için çalışmalarını sürdürdüklerini belirten Hekim, “İç mimarımız katalog çalışmasını yapıyor. Arge çalışmasını da beraberinde yürütmekteyiz. 2015 yılının ikinci yarısının başında Azerbaycan, Gürcistan gibi ülkelerde fuarlara katılıp ürünlerimizi pazarlamayı hedefliyoruz” dedi.

55 civarında personeli istihdam ettiklerini belirten Hekim, konuşmasına şöyle devam etti:

“Ordu merkez ve ilçeleri, Giresun merkez ve ilçeleri,

Samsun ve Trabzon sınırına kadar hatta Erzurum, Gümüşhane ve Bayburt’a kadar bir pazar ağına sahibiz. Firma olarak sürekli kendini yenileyen ve Ordu’da yapılmayan işleri yapmayı amaçlıyoruz. Günlük 150 m²’lik mutfak dolap kapak üretimi, mutfak tezgâhı olarak da her gün yaklaşık 10 eve gidip tezgah değiştiriyoruz.”

DOKA’nın desteklerini olumlu bulduğunu ifade eden Hekim, “Kapsamın genişletilmesi, onayın hızlı çıkması, ihaleye hızlı çıkmak, ödemelerin kısa sürede yapılması gibi süreçler bizim için biraz daha uzun oldu. Bu sürecin daha hızlı işlemesi bizim gibi üreticiler için çok önemlidir. DOKA’nın desteklerinde bence KDV olayı kaldırılmalıdır. Ancak yine de DOKA’nın bize sağladığı destekle bu yatırımlarımızı yaptık. Ayrıca, projede kendini ispatlamış bir firma olarak veya benim gibi firmalar da gelip DOKA gibi kuruluşların kapısını destek olmadan da çalıp şu makinelere ihtiyacım var diyebilmeli ve bu desteği de alabilmeli. İş çok fazla bürokrasiye boğmadan çözülebilmelidir. Firmaları da detaylı bir şekilde inceleyip buna göre destekler verilirse çok daha iyi olur düşüncesindeyim. Böylelikle sürekli büyüme gerçekleşmiş olur. O zamanda bizim gibi firmalarda ihtiyacı olan makine parkurlarını elde etmiş olurlar” şeklinde konuştu.

Proje Künyesi

Program Adı İMALAT SANAYİ MALİ DESTEK PROGRAMI

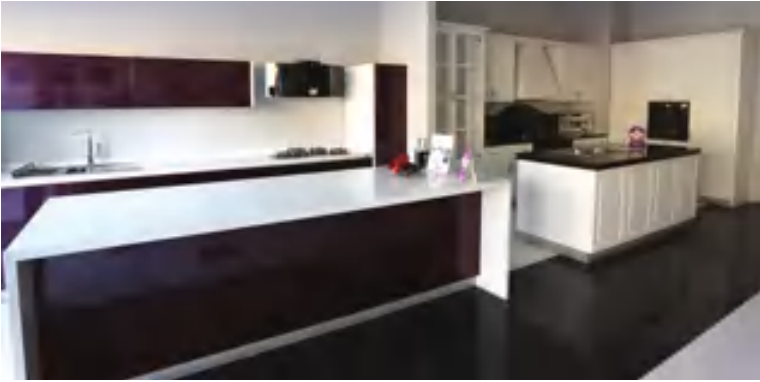
Referans No TR90/13/İS/0067

Proje Adı Seral Büyüyor Karadeniz Kazanıyor Projesi

Yararlanıcı Seral Mermer Mobilya Ve Dekorasyon İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Bütçe ₺ 581.500,00 **Destek Miktarı** ₺ 290.750,00 TL (% 50) **Proje Süresi** 8 ay

İletişim 19.Blok 1157 Sokak No:8/A ORDU



Proje İle İlgili Detaylar

1- Proje Ofisi ve Ekibinin Oluşturulması

Firma içinde proje ofisi oluşturulmuş ve proje ekibi tayin edilmiştir.

2- Makinelerin Alımı ve Montajı

Proje kapsamında 1 adet MDF panel kesme makinesi, 1 adet kenar bantlama makinesi, 1 adet kapı kasası pervaz makinesi, 1 adet profil, kapı kasası pervazı kaplama makinesi, 1 adet kapı kasası çekme makinesi, 1 adet yatar makinesi, 1 adet kapı pres makinesi, 1 adet toz emme makinesi ve 1 adet kompresör satın alınarak kurulumları gerçekleştirilmiştir.



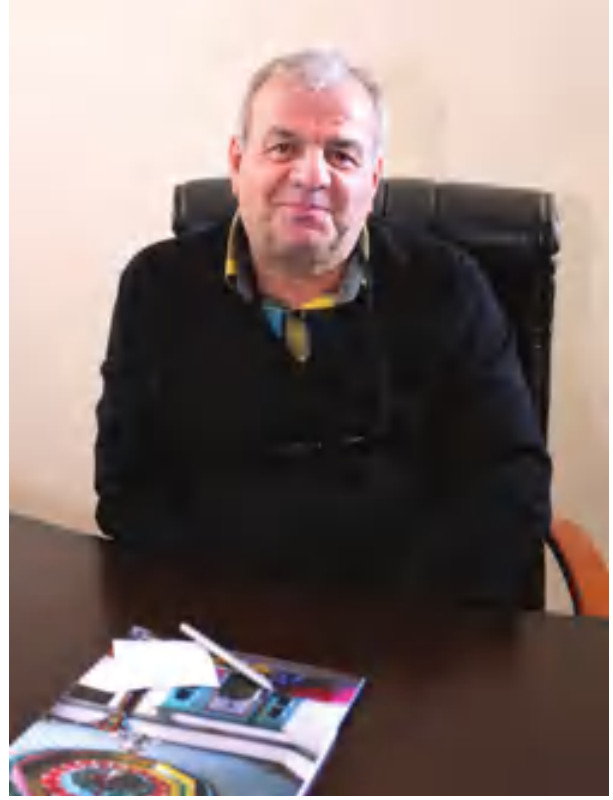
Üretim teknolojilerinin geliştirilmesi ile **Bölgenin İlk Ofset Baskılı Ambalaj Üretiminin Gerçekleştirilmesi** Projesi



Firmanın Genel Müdürü Servet Mete, 20 kişilik personel ile 2000 yılında faaliyete başladıklarını ifade ederek, “Bölgede mukavva koli üretimine başladık. Bu alanda bölgenin ilk üreticisiyiz. Bu özelliğimiz hala daha devam etmektedir. Bunun nedenlerinin başında bu işin özel bir iş olması ve bölgede sanayi olmamasından dolayı pazar ağının çok fazla olmamasından kaynaklanmaktadır” dedi.

38 kişinin çalıştığı bir firma olduklarını kaydeden Mete, konuşmasına şöyle devam etti:

“Ordu’dan Ardahan’a, Erzincan’a kadar bölgede pazar ağına sahibiz. Ambalaj tasarımıyla mukavva ve koli haline getirilmesine kadar ki süreçte faaliyet gösteriyoruz. Çok hızlı bir şekilde müşteriye ürünü tedarik ediyoruz. Teknoloji çok büyük bir hızla gelişmektedir. Bizim kullandığımız teknoloji en üst teknoloji değildir. İlk yaptığımız yatırım bu alanın en alt teknolojisiydi. Bu teknolojimizi 2000 yılından beri iki defa yeniledik. Şu anda en üst teknolojiye doğru gidiyoruz. Bunu yaparken modernizasyon, verimliliği artırıcı yatırımlar, iş akışını iyileştiren düzenlemeler ve bunun yanında değişik ürünleri yapabilmek için çalışmalar yaptık. Bu projeyle birlikte bölgede



olmayan ofset baskıyla üretim yapabilmeyi amaçladık. Bu otomasyonu sağlayan makineleri alarak kurulumlarını gerçekleştirdik. Bundan sonra ise ofset kutunun yapımı için gerekli yatırımları ön görmekteyiz. Bir anda bütün yatırımları yapacak derecede maliyetleri karşılayamayız. Böyle bir pazarımız da yoktur.”

“DOKA’nın verdiği desteklerden memnunuz da diyebiliriz memnun değiliz de diyebiliriz” diyen Mete, “Çünkü destekler çok büyük destekler değildir. Ancak DOKA bizim proje yapmamızı, kayıt altına girmemizi, satın almayı, elemanlarımızın bir dosyalama disiplini içerisinde olmalarını sağlamıştır. DOKA, bir anlamda bizim gibi aile şirketlerine kurumsallaşması yönünde bu tür projelerle ivme kazandırmıştır. Firma olarak proje bittikten sonra da bu uygulamaları devam ettirdik” dedi.

Proje Künyesi

Program Adı İMALAT SANAYİ MALİ DESTEK PROGRAMI

Referans No TR90/13/İS/0171

Proje Adı Üretim Teknolojilerinin Geliştirilmesi ile Bölgenin İlk Ofset Baskılı Ambalaj Üretiminin Gerçekleştirilmesi Projesi

Yararlanıcı Çağlar Gıda ve Ambalaj Sanayi Ticaret Limited Şirketi

Bütçe ₺ 172.250,00 **Destek Miktarı** ₺ 86.125,00 (% 50) **Proje Süresi** 8 Ay

İletişim Organize Sanayi Bölgesi 1.Cad.No:10 Arsin TRABZON



Proje ile İlgili Detaylar

1- Proje Ofisi ve Ekibinin Oluşturulması

Firma içinde proje ofisi oluşturulmuş ve proje ekibi tayin edilmiştir

2- Makinelerin Alımı ve Montajı

Proje kapsamında 1 adet atıksu arıtma tesisi, 1 adet üç nokta yapıştırma makinesi, 1 adet yarı otomatik dikiş yapıştırma makinesi, 1 adet palet streç sarma makinesi ve 1 adet çemberleme makinesi satın alınarak kurulumları gerçekleştirilmiştir. Ayrıca grafik tasarımı yapılmıştır.

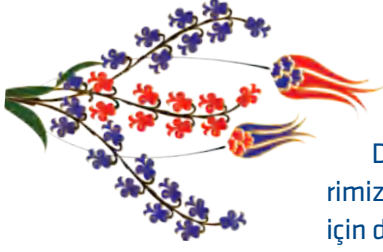
3- Tanıtım ve Görünürlük Faaliyetleri

Proje kapsamında 1 adet pano yaptırılmıştır.









Camiler

Dergimizin 20.sayısından itibaren inanç turizminin önde gelen eserlerinden olan camilerimizi işlemekteyiz. Bu sayımızda da Ordu ilinde bulunan ve tarihi özelliğe haiz camileri sizler için derledik.

ORDU'da toplam 2.067 adet cami bulunmaktadır. Sırasıyla ilçelere bir göz attığımız da Akkuş'ta 123, Altınordu'da 213, Aybastı'da 124, Çamaş'ta 56, Çatalpınar'da 48, Çaybaşı'nda 49, Fatsa'da 232, Gökçöy'de 90, Gülyalı'da 18, Gürgentepe'de 45, İkizce'de 70, Kabadüz'de 36, Kabataş'ta 51, Korgan'da 134, Kumru'da 137, Mesudiye'de 126, Perşembe'de 126, Ulubey'de 91 ve Ünye'de ise 298 adet cami bulunmaktadır. Odu ilinde bulunan tarihi camilerin yapılarına baktığımızda taş yapılar dikkat çekmektedir.

Altınordu



Atik İbrahim Paşa Camii

Ordu'da ilk inşa edilen Camilerden biridir. 1770'li yıllarda deniz kıyısına inşa edilmiş deniz dalgalarından zarar görmesi üzerine şimdiki yerine yeniden yapılmıştır. En önemli özelliği barok usulünde yapılmış yoğun süslemeli mihrabıdır. Doğu kapısında beşerli on dizelik kitabe mevcuttur.





Aziziye Camii

Sultan Abdül Aziz zamanında yaptırıldığı ve adının Aziziye Camii verildiği tahmin edilmektedir. Ahşap olduğu ve yıkılmaya başlayınca 1890 yılında Kadı Zade Hasan Efendi tarafından kesme ve moloz taş ile yeniden inşa ettirildiği bilinmektedir. Zeminle üç katlı, soğan kaideli, tek şerefeli minaresi vardır.



Bayadı Mahallesi Geriş Camii

1899 yılında inşa edilen cami kesme taştan yapılmış ancak daha sonra sıvanmıştır. Bayadı mahallesinde bulunan caminin toplam alanı 3.108 m² olup, iç alanı 108 m²'dir.





Eskipazar Camii

1795 yılında Hacıemiroğulları tarafından kurulduğu sanılan camii dikdörtgen planlıdır. 1781 yılında Şebinkarahisar mutasarrıfı Hüseyin Battal Paşa tarafından onarılmıştır. Zelzeleden harap olan camii yüz yılın başlarında onarılmıştır. Eski camiden günümüze sadece giriş kapısı ve portali kalmıştır. Şimdiki minaresi

ise 1877 yılında eski minarenin kaidesi üzerine yapılmış, 1994 yılında Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nce onarılmıştır. Pencere kapakları ve minberi ahşap oymacılığın güzel örneklerinden olup, Ankara Etnografya Müzesinde sergilenmektedir.

Gökömer Mahallesi Kovanlık Camii

1881 yılında inşa edilen cami kesme taştan yapılmıştır. Gökömer mahallesinde bulunan caminin toplam alanı 3.130 m² olup, iç alanı 100 m²'dir.

Terzili Mahallesi Merkez Camii

1800 yılında inşa edilen cami taştan yapılmıştır. Saçak altı ahşap olan camii Terzili mahallesinde bulunmaktadır. Caminin toplam alanı 2.000 m² olup, iç alanı 120 m²'dir.



Hamidiye (Hükümet) Camii

Ahşap ve taş malzemenin birlikte kullanılmıştır. Vilayet Binasının yanında inşa edilmiştir (1890-1892). Küçük ve kare planlı, bağdadi iç kubbesi vardır. Ordulu şair ve eski Ordu Belediye Başkanı Tıflı Efendi tarafından yazılmış bir kitabesi vardır.



Aybastı

Perşembe Yaylası Camii

1901 yılında inşa edilen cami taştan yapılmıştır. Esenli mahallesinde bulunan caminin toplam alanı 1.000 m² olup, iç alanı 110 m²'dir.

Fatsa



Gölbaşı Yenipazar Camii

1870 yılında inşa edilen cami taştan yapılmıştır. Bolaman Kale mahallesinde bulunan caminin toplam alanı 400 m² olup, iç alanı 200 m²'dir. Restorasyon çalışmaları devam etmektedir.

Tekke (Hacı Hulusi Baba) Camii

1920 yılında inşa edilen cami taştan yapılmıştır. Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından onarılan caminin toplam alanı 272 m² olup, iç alanı 126 m²'dir..



Yalıköy Camii

Yalıköy'de bulunan camii duvarları taştan, iç kısmı ile üst katı ahşaptandır. Üçtaş sütunla taşınan son cemaat yeri mevcuttur. İç kısımda mihrabın sağında ve solunda siva üzerine yazılmış ayetler bulunmaktadır. Ahşap kısmı onarılmıştır.



Kestane Köyü Camii

1911 yılında yapılan cami kesme taştan iki katlı olarak inşa edilmiştir. Kuzey cephesinde dört sütunla üç bölüme ayrılmış son cemaat yeri vardır. Caminin tüm cephelerinde mazgal şeklinde toplam 18 adet pencere vardır. Caminin ibadet kısmına ahşap bir kapıyla girilmektedir. Mihrabı taştan olup iki yanındaki sütunceler hariç yenilenmiştir. Minber de ahşap olup sonradan yapılmıştır. Caminin kuzeybatı köşesinde yer alan minare 1978 yılında eklenmiştir.



Laleli Camii

Selçuklular zamanında yörede Laloğlu adı altında beylik kurulduğu ve yöreye Lala denildiği bilinmektedir. Daha sonra da Osmanlı Veziri Lala paşanın buraya geldiği ve Ulu Camiinin avlusunda konakladığı, halkın ilgisinden memnun olduğu ve halkın vezire lale sunmaları nedeniyle yöreye Laleli ismini verdiği söylenir. 18.yy. yapılan camii ahşap yapıda olup ahşap işlemeciliğinin örneklerini sunmaktadır. Caminin bilinen adı ise Laleli'dir.



Şenyurt Köyü Orta Mahallesi Camii

Şenyurt köyü Orta Mahalle'de 300 yıllık olmasına rağmen günümüzde halen kullanılır durumda ve tamamen ahşap malzemeden yapılmıştır. Caminin inşaatında hiçbir çivi kullanılmamıştır.

Samur Mahallesi Merkez Camii

Adını bulunduğu mahalleden alan Camii, Kumru'nun tarihi değeri olan eserlerinden birisidir. 1897 yılında yapılan cami taş ve ahşap malzeme inşa edilmiştir. Restorasyon çalışmaları devam etmektedir.



Ağuşlu Camii

1911 yılında inşa edilen cami taştan yapılmıştır. Caminin toplam alanı 1.946 m² olup, iç alanı 130 m²'dir.



Efirli Mahallesi Yalı Camii

Efirli köyü sahil kesiminde bulunan camii 1850 yılında yapılmıştır. Caminin tek şerefeli minaresi vardır. Caminin içi çok az restore edilmiş, mihrap ve iç kapı orijinaldir.



Medreseönü Afirli Mahallesi Camii

Medreseönü mahallesinde bulunan camii, tamamen ahşap yapıdadır. Hiç onarım görmemiş ve orijinal mimarisi görülmeye değerdir.





Soğukpınar Köyü Hatipli Camii

Efirli'den yaklaşık 9 km. mesafede, Soğukpınar Köyü'nün Hatipli mahallesinde 1870 yılında ibadete açılmıştır. Cami ahşap el işçiliğinin bir örneği olarak günümüze kadar gelmiştir. Ahşapların iç içe geçmesiyle çivi kullanılmadan yapılmış olan bu camiyeye dışarıdan bakıldığında iki katlı bir cephe düzenine sahip olup, kuzeyindeki son cemaat yeri de muhtemelen sonradan eklenmiştir. Camini duvarları 14 cm. kalınlığında ve el hızarıyla biçilmiş ahşap perdelerden oluşturulmuştur. Yapı meyilli bir arazide kurulduğu için alttaki platform, her yönde farklı yüksekliklere sahiptir. Cami, kuzeybatı köşede 30 cm.,

kuzeydoğu köşede 80 cm., güneydoğuda 160 cm. ve güneybatıda ise 125 cm. yüksekliğindeki platformun üzerine oturtulmuş ahşap kirişler vasıtasıyla taşınmaktadır. Doğu duvarda iki altta, iki de üstte olmak üzere iki katlı pencere düzeni vardır. Hepsi de dikdörtgen şekillidir. Batı duvarda da iki adet üst kat penceresi mevcuttur. Meşe ağacından yapılmış olan caminin üzeri düz ahşap tavanla örtülüdür. Dıştan da kiremitli bir çatı ile kapatılmıştır. Ahşap tavanda boya ile altı kollu yıldız ve iki hilal motifine yer verildiği görülmektedir. Ahşap mihrap ve minberi tamamen yenilenmiştir.

Ünye

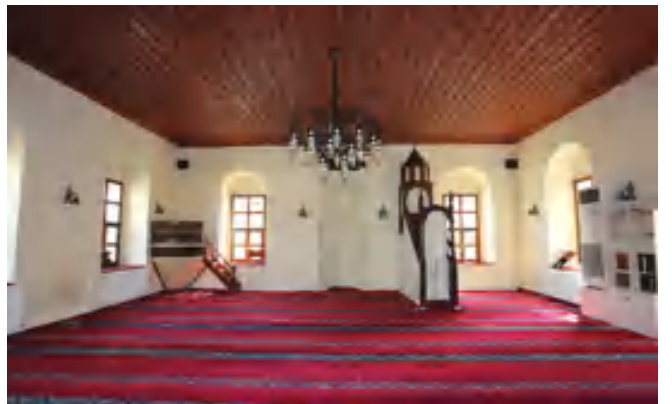
Çömlekçi Mahallesi Camii

1814 yılında inşa edilen cami taştan yapılmış olup sonradan sıvanmıştır. Caminin toplam alanı 250 m² olup, iç alanı 100 m²'dir. Cami giriş kapısının hemen üstünde kitabesi yer almaktadır..



Saray Camii

Kaladere Mahallesi'nde bulunan cami dikdörtgen planlıdır. Ünye taşından 1816 yılında yapılmıştır.









Ekoturizm

Yaygınlaşan ancak eksik ya da yanlış anlaşılabilen bir kavram

Ekoturizm kavramı, her ne kadar zaman içinde akademik çalışmalarla zenginleştirilen ve anlam bulan bir kavram olsa da, doğa-turizm-para üçgeninde daraltılarak değer kaybetmiştir. Üstelik yanlış anlaşılmalardan beslenen bu anlam daraltması, sadece doğal alanlara genişleyerek turizmden daha fazla para kazanma peşinde olanlarla değil, doğayı koruma amaçlı duyarlı / gönüllü kişiler ve kurumların da katkılarıyla büyümüştür. Böylelikle ekoturizm bütün akademik zenginliğine, ruhuna ve iyi niyetine karşın itibarsızlaştırılmıştır. Turizm sektörü, sınırlı sayıdaki duyarlı acenteleri hariç tutarsak, ekoturizm kavramına kitle turizmini doğaya taşıma fırsatı olarak yaklaşmış; çevreci gruplar ise buna tepki olarak ekoturizmin çevreyi, çevrecilerin gönlünü alarak talan etme yönünde bir kurnazlık olarak görmüşlerdir. Öncelikle iyi niyetli bir çaba ürünü olan ekoturizmin kavramının tüm daraltmalardan kurtararak, aslıyla anlaşılabilmesi gerekir. Uygulamadan kaynaklanabilecek istismarlar bu kavrama yüklenemez. Layıkıyla uygulandığı örnekler göstermektedir ki, gerçekte ekoturizm betonlaşmış 21. Yüzyıl dünyasında doğayı meraklılarına anlatarak, koruma bilincini aşılayarak, üstelik kısmen de olsa yerel halka gelir getirecek şekilde tasarlanmış, zaman içinde geliştirilmiş iyi niyetli ve hassas bir kavramdır. Bu anlamda ülkemizde yeni yeni dile gelen ekoturizmin şüphelerden arındırılarak hak ettiği tanıma kavuşturulması gerekir. Ekoturizm kavramının kamuoyunca horlanmaması için hayata ge-



çen uygulamalarda istismar, talan ve rant kelimelerinin akıllardan uzakta tutulması gerekir. Bunun için sarsılmaz hukuki bir alt yapı, ne koşulda olursa olsun mevzuata bağlı siyasetler, yerel idareciler ve bürokratlara ihtiyaç vardır.

Bu makalenin amacı ekoturizmin kavramının gerçek karşılığını hatırlatmak, iyi uygulamaların pek çok faydasından bahsetmek, kötü uygulamaların giderilmesi güç olumsuzlukları hususunda uyarılarda bulunmaktır.

Yazımın başında eko turizmin başarıya ulaşması için önemli gördüğüm bu gerek şartları vurguladıktan sonra, ekoturizmin dünyada nasıl tanımlandığı, nasıl algılandığı ile devam edeceğim.



Weavere göre ekoturizm başlangıçtan beri çevre eğitiminin vurgulandığı, doğaya dayalı seyahat olarak sunulmaktadır. Ekoturizm doğaya yönelik olması ile, doğal ve kültürel kaynakları takdir etme bağlamında, sürdürülebilir turizm karakteri taşımaktadır (Weaver, 1999).

Özellikle 1992 yılında küresel katılımı gerçekleştirilen Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nden sonra, ekoturizmin tanımına sürdürülebilir kalkınmayla ilgili ilkeler de eklenmiştir. Bu ilkeler, devletler ve ilgili endüstriler tarafından doğa temelli turizmin uzun dönemli sürdürülebilirliğinin ancak ilkeli ve arza göre planlanmış yaklaşım benimsenirse olabileceğini anlamasıyla anlam kazanmaya başlamıştır. 2000'lerde de yapılan eklemelerle ekoturizmin birçok tanımı ortaya çıkmıştır. Bu tanımlardaki ortak faktörler şunlardır:

1. Doğa temelli (gidilen yerin doğada olması): Koruma işlevi
2. Ekoturizmde çevresel eğitim: Eğitimsel işlevi
3. Sürdürülebilir şekilde yönetilmesi: Yerel katılım-cılık işlevi

Sürdürülebilir turizm ürünleri ve faaliyetlerinin gelişmesi, yönetimi ve planlanması üzerine odaklanan ekoturizm, sosyal bilimlerde yönetimsel yaklaşımların bir parçası olmuştur. Bu yaklaşımlarda ekoturizm politikası, çevreye saygı ve duyarlılığının artırılması yoluyla günümüz turizm kaynaklarının gelecek nesillere aktarımını hedefleyen çevreye duyarlı ve yaşama saygılı bir turizm olarak sunulmaktadır. Buna gerekçe olarak da özellikle 1980'lerden itibaren turizm sektöründe artan bir şekilde ortaya çıkan doğayı tahrip eden gelişmeler ve bunların ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlar verilmiştir. Bu olumsuzluk karşısında sürdürülebilir turizm ilkelerine bağlı, kendi geleceğini tehdit etmeyen ve gelecek nesillere de kalmasını amaçlayan uzun dönemli bir turizm gelişmesini güvence altına alabilmek amacıyla yeni turizm politikaları ve stratejileri oluşturmak ve uygulamak yönünde çalışmalar başlatılmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan politikaların ortak özelliği, geçmiş dönemlerdeki politikalarından farklı olarak çevre boyutunu ekonomik boyutun yanına koyması ve bazen dengeli bazen de çevreyi öne çıkartan stratejileri savunmasıdır.

Son yıllarda yoğun olarak tartışılan küreselleşme ve bunun yanında gelişen ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak turizm aktivitelerinde de önemli

değişiklikler meydana gelmiştir. Son 10 yıla bakıldığında dünyadaki değişikliklerle birlikte, özellikle gelişmiş toplumların turizm anlayışı 3S (sea,sand,sun) faktöründen uzaklaşarak "3 E"(education, enterainment, environment) faktörüne duyarlı, sürdürülebilir turizm çeşitlerine yönelmektedir. Sürdürülebilir turizm genelde alternatif turizm olarak da bilinir. Ağırlıkla doğada yapılan turizmdir. Bununla beraber doğada yapılan turizmin ekoturizm de dahil olmak üzere 35'e yakın türü vardır. Bu türler bazen o denli ufak ayrımlarla birbirlerinden ayrılmışlardır ki, hangi faaliyetin ne tür bir doğa turizmi faaliyeti olduğunun ayrımı güçleşebilir.



O halde, bir diğer deyişle doğada yapılan her etkinlik ekoturizm olarak adlandırılmaz. Ve doğada yapılan ekoturizm ile yakın anlamı olduğu düşünülen pek çok terimler vardır. Yeşil turizm , yumuşak turizm ,sürdürülebilir turizm ,macera turizmi , alternatif turizm gibi terimler en sık dile getirilenlerdir. Tüm bu kavramlar kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Eğer bu etkinliklerde doğrudan doğa koruma amacı yoksa ekoturizmle eş anlamı olarak değerlendirilmemektedir. Örneğin bir doğa gezisi yada macera gezisine katılan kişiler ziyaret ettikleri bölgeleri tanımaya ilişkin ayrıntılı bilgiler edinebilirler . Ancak bu kişilerde doğadan zevk alma duygusu , doğayı koruma duygusu ve eylemiyle bütünleşmemişse , bu kişiler ekoturist olarak nitelendirilemez. Bu bakımdan ekoturizme eğlence ve deneyimin yanında anlam yüklenmiştir. Bu bakımdan ekoturizm faaliyetleri meraklısına olmasının yanında duyarlısınadır.

Pamela A. Wight ın bu konu ile ilgili Kuzey Amerika da turistlerin talep profili ve seyahat karakteristikleri hakkında yapmış olduğu çalışmada ekoturistlerle ilgili olarak;

- 25- 54 yaşları arası
- Eğitim seviyeleri yüksek
- Yaz dönemlerinde seyahati tercih eden
- Yetişkin çiftlerin daha çok katıldıkları
- 8-14 gün süreli gezilerin daha çok rağbet gördüğü,
- Katılımcıların seyahatlerinde en az 1500 dolar ve üzerinde bir rakam harcamaya hazır oldukları sonuçları tespit edilmiştir.



Ekoturizmin Beslendiği İhtiyaçlar Nelerdir?

- Korunan alanlar ve yerel toplum için sermaye artışı ; korunan alanlarının giriş ücretlerinin hiç olmaması veya çok az olması dolayısıyla bütçe sıkıntıları yaşanması ;seyahatçilerin de çevresel bakımdan daha bilinçli oldukları için bu alanların korunmasına destek istemeleri (Örneğin turist sirkülasyonunun olduğu yerlerde alınan giriş ücretleri Japonya'da bu alanların korunmasında idarelerin mali yükünü hafifletmiştir. Turistler için göze batmayacak meblağlar, yekünde kayda değer gelirlere dönüşmektedir. Bu gelirler yine korunan alanları finanse etmektedir. Böylelikle korunan alanlar kendi kendini finanse etmeye başlamıştır)
- Yerel halka iş imkanlarının oluşturulması
- Ekoturizm uygulandığı alana önemli oranda istihdam etkisi yapabilir ;tur rehberliği , park koruyuculuğu, konaklama tesisleri , hediyelik eşya imalatı ve yiyecek – içecek gibi .(Bu tür istihdam alanları kırsal kesimdeki işlerden ve tarımdan daha kazançlı olabilmektedir.)
- Ziyaretçiler için çevresel eğitimi, çevrenin ve bozulmaların farkına varılması, bu ürünlere karşı davranışları ve kullanım şekillerini değiştirmesi ve koruma için çevreye sahip çıkma eğilimlerinin artırılması
- Çevre bilincinin nasihat ya da cezai şeylerle değil yerinde ve dolaylı anlatımla öz farkındalık sağlanarak verilmesinin daha etkili olduğunun fark edilmesi
- Ekoturizmin bozulmuş veya tahrip olmuş peyzajlarının restorasyonu için teşvik edici bir rol oynaması .Diğer ek katkıları ise ; alan içinde katı atık uzaklaştırılması ,habitat gözlemleme ve yürüyüş yollarının bakımı gibi etkinliklerin daha sistemli yapılmasını.
- Turizm gelirlerinin devamı için hükümet tarafından yöreye yapılan daha fazla altyapı yatırımları

Turizm ve Çevre İlişkisi

Turizm ve çevre birbirleriyle yakın ilişkisi olan iki olgudur. Turizm fiziksel çevrenin çekicilikleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasıyla birlikte turizmin çevre üzerindeki etkilerinin büyük kısmı doğanın sunduğu verilerin sergilenmesi ve ya sunulması ile gerçekleşmektedir. (Kahraman ve Türkay 2004:32) Bu açıdan çevre turizmin en önemli ve en kıt sermayesidir denilebilir. Üstelik bu sermayenin sürekli yenilenmesi gerekir. Bu yenileme faaliyeti turizmin sürdürülebilir olması için, yani uzun vadeli gelirlerin temini için elzemdir. Bu durumda turizm, çevreyi tahrip edebileceği gibi, akıllı ve etkili bir kontrolle çevreyi koruyan, düzenleyen ve yenileyen bir sektöre dönüşebilir. Bu bir anlamda çevrenin amortismanının geri ödenmesi demektir. Çevre, turizmin temel kaynağı olup, bu kaynağın sürekli ve dengeli bir şekilde yönetilmesi , tahrip edilmemesi aksine artırılması da bir gerekliliktir. Aynı şekilde bir ülkenin sosyal, tarihi , doğal ve kültürel değerleri o ülkenin turizm potansiyelini oluşturan değerlerdir. Dolayısıyla turizm aktivitesinin sürekliliği için bu değerlerin korunması, durumların iyileştirilmesi gerekir.

Sürdürülebilir turizm kendiliğinden gerçekleşen bir olay değildir. Çok iyi bir planlama ,uygulama ve kontrol gerektirir. Buna karşın gerçekleşen turizm faaliyetleri fiziksel çevre üzerinde çeşitli şekillerde etki göstermekte, bu etkiler doğal ve tarihi çevrenin tahribatı şeklinde olabileceği gibi ,onların kazanılmasına yönelik ciddi önlemlerin alınması şeklinde olumlu yönde olabilmektedir. Talan turizmi ile sürdürülebilir turizm arasında çevre bilincinin yanında (sürdürülebilir çevre), ticari bir aklın (sürdürülebilir gelir) da olması, turistik yerlerin korunmasını sadece insanlığa ve doğaya bir saygı olmaktan öteye taşıyan önemli bir husustur. Uzmanlar Japonya'da aktif olarak eko turizme açılmış yerlerin, Japon kırsalındaki diğer yerlere göre daha düzenli, daha bakımlı, daha korunaklı olduğu gözlemlenmiştir.

Turizmin çevresel zenginliğe katkı sağlayacak olumlu etkileri (Lickorish ve Jenkins 1997; Akpınar 2003)

Turizm tarihi alanların anıt ve yapıların restorasyonu ya da iyileştirilmesi yönünde itici bir güçtür. Turizm bu yönüyle tarihi öneme sahip alanların korunmasına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır. Turizm bu yöreleri çekim ögesi olarak kullanmaktadır.

Turizm eski yapıların yeni kimlikleriyle bugün de yaşamalarını sağlayacak düzenlemeleri özendirir. Eski hanlar, kışlalar, sarnıçlar , kaleler restore edilerek otel, restoran vb. tesislere dönüştürülmektedir.

Turizm çevrenin korunmasına hız verilmesini sağlar . Turizmin para kazandırdığı en önemli meta çevre olduğundan turizmin hizmetine sunmak amacıyla pek çok ülkede ulusal parklar koruma alanları ,doğal ve tarihi değerler bulunmaktadır.

Turizm çevrenin korunmasına ilişkin önlemlere planlama ve yönetsel bir boyut eklenmesini sağlar. Çünkü uluslararası turizm talebinin artırılması ve bu talebin sürekli kılınabilmesi , çevresel değerlerin varlıklarını sürdürülebilmesine bağlıdır. (Akdoğan ve Kozak 1996)

Turizmin bulunduğu yörenin altyapı hizmetlerinin süratle yapılması açısından da çevreye olumlu etki sağladığı söylenebilir.





Turizmin Sosyal ve Kültürel Değerler Üzerine Etkileri

Turizmin sosyo- kültürel çevre üzerinde de değişik etkiler meydana getirdiği bilinmektedir. Turizmin sosyo- kültürel çevre üzerindeki tarihi ve kültürel mirasın korunması , toplumsal yapıda olumlu değişiklikler ,yerli halk için eğlence olanaklarının yaratılması gibi olumlu etkilerin yanında ; sosyo-kültürel değerlerin istenmeyen yönde değişmesi ,kültürel kimliğin kaybolması ,insan davranışlarında aşırı ticarileşme ,yöresel dil üzerindeki etki ve kötü alışkanlıklar gibi olumsuz etkilerine vurgu yapılmaktadır.

Geleneksel yapı, yerel törenler ,yaşam şekilleri turizm ile değişikliğe uğramaktadır. Turistin yaşam şekli yerel halk üzerinde olumsuz etki meydana getirmekte , bazen bu etkinin dışı vurumu turistten nefret etme ,istememe gibi duyguların gelişimine olanak sağlayarak kültürel çatışma alanları yaratmaktadır.

Bu risk kültürleri tanıma arayışında olan ekoturist için düşüktür. Ekoturist gittiği yerden kültürel anlamda da deneyimlerle dönmek istemektedir. Bu yerel halk için kültürlerini ve diğer değerlerini korumak adına bir fırsattır. Bu turistleri ağırlarken, yani kazanarak yapmaları, bazı el sanatları ,geleneksel öğeler , turistik ürüne dönüşmek kaydı ile yaşam sürelerinin uzamasına , hatta daha da yaygınlık kazanmasına olanak sağlar.

Turizm ayrıca ulusal mirasın korunmasını ve sürekliliği sağlamaktadır. Ulusal ve bölgesel parklar buna örnektir. Bu parklar sayesinde bölgenin flora ve faunası korunabilmektedir. Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanım için yeniden keşfedilmesi de turizmin olumlu etkileri arasındadır. Bu şekilde, turizm ,terkedilmiş yerlerin yeniden kullanımı ve bu yörelerin geliştirilmesine yol açmakla çevresel ve sosyo-kültürel anlamda olumlu katkı sağlamaktadır.

Turizm Planlaması ve Çevre

İnsanlığa ve kültürel mirasa ait turistik kaynakların korunması , turizmin gelişmesini sürdürülebilir kılan önemli temel unsurlar arasında yer almaktadır. Rezervi koruma planları , ulusal parklar, ören yerlerinde tarihi ve doğal zenginliklerin korunmasına yönelik yatırımlar “ kültürel geleceğe” yapılan yatırımlar olarak değerlendirilmektedir. Bunların yanında kullanılmayan alanların korunması da “ çevresel planlama “ da dikkate alınmalıdır.

Toplumsal alanda sürdürülebilirlik için yapılması gerekenleri şu şekilde açıklamak mümkündür.

- Yerel halkın önceliği
- Yerel halkın kararlara katılımı
- Sosyal ve kültürel kimliklerin korunması ve geliştirilmesi
- Kültürel yaşam ve kültürel varlıkların korunması.

Ekoturizm ağırlıklı doğada, yani kırsalda olduğundan ve önemli aktörlerinden birini yerel halk oluşturduğundan, ekoturizmin idaresi, yönetimi ve sürdürülmesi anlamında yöre sakinlerinin, topluluk liderlerinin – kırsalda sözü geçen kişilerin katılımı önem teşkil eder. Japonya’da bunun için yerel halkın görüşleri alınmakta ve bu kanaldan gelen bildirimlerin (ihtiyaç, şikayet, öneri vs.) temel teşkil ettiği aşağıdan yukarı bir bilgi akışıyla düzenlenen bir idari yapı da bulunmaktadır.

Ekoturizmin Yerel Çevreye Olumsuz Etkilerinin Azaltılması Yönünde Alınabilecek Tedbirler

Ekoturizm faaliyetlerinin yapıldığı doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmada yardımcı olası tedbirlerden bazıları şunlardır;

Ekoturizm faaliyetlerinin yapıldığı bölgelere girişte ücret alınması; Giriş ücretleri korunan alanın kamu üzerinde oluşturduğu mali yükü hafifletecektir. Ayrıca belirli ölçüde tayınlama yaparak, alanın turist taşıma kapasitesinin zorlanmasını kısmen önleyecektir. Giriş ücretlerinin etkileri ile ilgili bir diğer husus, giriş ücretlerinin alanda, bu maliyete katlanan turistleri, yani ekoturizmin hedef profili olan duyarlı ve meraklı ekoturistleri toplayacak olmasıdır.

Yörenin ekolojisine ilişkin bilimsel nitelikteki bilgilerin bu faaliyetlerin programlarına dahil edilmesi; Söz konusu bilgilerin gerek doküman halinde yayınlaması, gerekse de ekoturistler sırasında ekorehberler aracılığı ile turistlere aktarılması. Ekoturistler doğayla ilgili ilginç ayrıntıları ilgiyle dinlerler. Bu bakımdan bilimsel veriler ve analizler önemlidir. Ancak ekoturun bir turizm faaliyeti olduğu unutulmamalı, akademik ve sıkıcı detaylarla turistler boğulmamalıdır. Didaktik çabalar ile doğaya hayranlık uyandırma çabaları arasında hoş bir denge kurmak ekorehberin kalitesini gösteren unsurlardan biri olacaktır.

Nesli tükenmekte olan canlıların korunması ve üremelerinin sağlanması; İnsanın elinin değdiği yer, tahrip olabileceği gibi, bilinçli ellerde yenilenebilir. Doğaya ekoturistlerin çekilmesi, çevre koruma adına kamu otoritelerini de harekete geçiren bir unsur olacaktır. Zira göz önünde olması, kamuoyunun turizm saikiyle alanı takip etmesi kamu otoritelerini tedbirler almaya zorlayıcı bir unsur olacaktır. Ekoturistlerin duyarlı tepkileri ya da kamu otoritesinin ekoturizm potansiyelini beslemek için resen gerçekleştireceği projeler doğal ve biyolojik çevrenin korunmasında önemli bir katkı olacaktır.

Doğal çevrenin rehabilitasyonuna ve ağaçlandırılmasına önem verilmesi; Bu da benzer şekilde ekoturizmin bölgede gelir yaratması, bu gelirin sürekliliğini sağlama çabaları ya da bölgeye kamu vicdanının ekoturizm faaliyeti ile taşınması noktalarında çevreyi koruma adına sivil toplumun ve kamunun hedeflerinden biri olacaktır.

Koruma altındaki bölgede izin kağıdı kullanılması; İlgili kamu otoritelerinin belirleyeceği alanlarda, bilhassa nesli tükenmekte olan canlıların ya da endemik türlerin bulunduğu alanlarda giriş ve çıkışların izne tabii olması.

Ekoturizmin Sosyo – Ekonomik Etkileri

Ekoturizm eğilimini destekleyenlerin onun sosyo ekonomik değerlerini vurgulamakta ve aşağıda belirtilen olası bazı sosyo-ekonomik faydalar içerdiğini savunmaktadırlar.

- Ekoturizm sayesinde doğrudan iş imkanı yaratılmış olur
- Ekoturizm yerel ekonominin gelişmesine öncülük ederek ;oteller ,restoranlar,hediyelik eşya satan yerler ve seyahat hizmetleri gibi turizm endüstrisi ile ilgili aktiviteleri destekler.
- Mal ve döviz kazancı sağlayarak ülkelerin gelişmesini sağlar
- Tarımın olmadığı ya da az olduğu bölgelerde yerel ekonomiyi çeşitlendirir.

Ekoturizmin özellikle korunan alanlarda uygulanmasına yönelik teşvik edilme ve uygulama sebeplerini incelemek gerekirse (Drumm and M Moore 2002)





Sonuç

Sonuç olarak ekoturizm, doğa-turizm-para üçgeninde hassas bir terazinin gözetilerek uygulanması gereken bir konudur. Çevre ve karın söz konusu olduğu bir alanın iyi niyetli (çevreciler) ya da kötü niyetli (ticari kaygılar) tarafları çoktur. Bu zaman içinde ekoturizm kavramının hak etmediği şekilde yıpranmasına neden olur. Bu durumda uzun vadeli bir planlama ve hukuku bir altyapı ile iyi niyetli çabalar desteklenmeli, kötü niyetle hareket edecek kişilerin önü alınmalıdır. Aksi halde doğayı tanıma, anlama ve koruma niyeti güden ekoturizm hayali ölü doğar ki, bir başka tehlike geçen zamanda pek çok koruma alanının geri dönülemez şekilde tahribata uğratılma riskidir.

Burhan YAZICI

2004-2008 arasında Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde İktisat alanında lisans eğitimi aldı. 2010-2012'de ise Sakarya Üniversitesi'nde Maliye(Uzaktan Eğitim) alanında yüksek lisansını tamamladı. 2008 yılında T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'de Mali Tahlil ve İstihbarat uzman yardımcısı unvanıyla çalışma hayatına başladı. 2011 yılında uzmanlığını aldı ve aynı yıl Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı bünyesinde uzman personel olarak istihdam edildi. Bu tarihten beri kurum bünyesinde İzleme ve Değerlendirme uzmanı olarak görevini sürdürmektedir.

BİLGİ EDİNME HAKKI (2014)



KONULAR	SAYISI
Ajans Destekleri Hakkında Bilgi ve Ajansın Desteklerinden Faydalanılmak İstenilmesi (Destekleme konuları, kredi verme, vb.)	14
İstatistiki Veri Talebi	2
Tanıtım Materyalı (Broşür, Harita, Afiş vb) Talebi	1
Devam Eden-Bitmiş Projeler Konusunda Bilgi	2
TOPLAM	19

VERİLER	2014
Bilgi edinme başvurusu toplamı	19
Olumlu cevaplanarak bilgi veya belgelere erişim sağlanan başvurular	17
Kısmen olumlu cevaplanarak kısmen de reddedilerek bilgi ve belgelere erişim sağlanan başvurular	2
Reddedilen başvurular toplamı	-
Gizli ya da sır niteliğindeki bilgiler çıkarılarak veya ayrılarak bilgi ve belgelere erişim sağlanan başvurular	-
Başvurusu reddedilenlerden yargıya itiraz edenlerin toplam sayısı	-







Ajansımızın Desteğiyle Hayata Geçen İpekyolu Müzesi'nin Açılışını TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklioğlu Yaptı

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın (DOKA) desteğiyle hayata geçen Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası (TTSO) İpekyolu Müzesi, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklioğlu, Trabzon Valisi Abdil Celil Öz, Trabzon Büyükşehir Belediye Başkanı Orhan Fevzi Gümrükçüoğlu, TOBB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Halim Mete, TTSO Yönetim Kurulu Başkanı Suat Hacısalihoğlu, TTSO Meclis Başkanı Şadan Eren, DOKA Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım, TEB Holding Yönetim Kurulu Üyesi Varol Civil ve çok sayıda davetlinin katıldığı törenle açıldı.

Törende konuşan TOBB Başkanı Hisarcıklioğlu, odaların şehirlerinin ekonomisine sağlamanın yanısıra kültürel hizmetlere dönük çalışmalar da yaptığını söyledi.

Hisarcıklioğlu, Trabzon'un bir tarih ve kültür şehri olarak, tarihimizde önemli bir misyonu olduğunu belirterek "Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'dan sonra ikinci fethettiği şehir Trabzon. Kültürel, tarihsel ve toplumsal hizmet açısından bu müzeyi yaptıkları için başta Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı ve Meclis Başkanı olmak üzere tüm meclis üyelerime teşekkür ediyorum" dedi.

Trabzon TSO Yönetim Kurulu Başkanı Suat Hacısalihoğlu da Trabzon'un tarihsel özelliği olan eserleri gün yüzüne çıkarmak ve sergilemek amacıyla bu müzeyi açtıklarını söyledi.

2010 yılından itibaren çeşitli eserleri toplamaya başladıklarını anlatan Hacısalihoğlu, müzede Fatih Sultan Mehmet'in hocasının 500 yıllık kitabı, Trabzon Vilayet Mührü gibi son derece kıymetli eserlerin yer aldığını belirtti.

Trabzon Valisi A. Celil Öz, Kamu, yerel ve sivil toplum kuruluşlarımızın kaynaklarıyla yapacağımız bu tür yatırımlarla Trabzon'un kültür, sanat ve turizm kenti kimliğini güçlendireceğini söyledi.



Müzenin açılışında bir konuşma yapan Vali Öz, "Kadim bir kültür kenti olan Trabzon'da yine güzel bir etkinlikte yine bir aradayız. Zengin bir tarih birikimi olan ilimizin bu tür mekanlara, müzelere ihtiyacı var. Son yıllarda kültür, inanç, yayla turizminde önemli mesafeler aldık ancak bu zenginliğimizi korumamız için böyle mekanları arttırmalıyız. Kamu, yerel ve sivil toplum kuruluşlarımızın kaynaklarıyla yapacağımız bu tür yatırımlarla şehrimizin kültür, sanat ve turizm kenti kimliğini güçlendireceğiz. Bu değerlerin ilimizde sergilenmesinin çok önemli olduğunu düşünüyor, emeği geçenlere teşekkür ediyorum" dedi.

Büyükşehir Belediye Başkanı Dr. Orhan Fevzi Gümrükçüoğlu ise, müzenin Trabzon'un kültür ve sanat hayatına zenginlik katacağına inandığını söyleyerek emeği geçenlere teşekkür etti.

Konuşmaların ardından TTSO Özel İpekyolu Müzesi şeref defteri TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklioğlu, Trabzon valisi A. Celil Öz ve Büyükşehir Belediye Başkanı Dr. Orhan Fevzi Gümrükçüoğlu tarafından imzalandı.

Doğu Karadeniz’de Mühendisler İnovasyon ve Ar-Ge İçin Güçlendiriliyor

Trabzon Teknoloji Geliştirme Merkezi bünyesinde inovasyon ve arge çalışmalarını geliştirmek amacıyla mühendislere yönelik olarak teknik destek projesi Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası (TTSO) ile Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) arasında imzalandı.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı binasında imzalanan protokol Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı M. Suat Hacısalihoğlu ile DOKA Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım arasında imzalandı.

TTSO Başkanı M. Suat Hacısalihoğlu, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı ile yenilenen teknik destek projesi kapsamında mühendisler sağlanan uygulamalı eğitim ile bölgedeki inovasyon ve arge çalışmaları ile insan kaynaklarının geliştirildiğini kaydetti.



Hacısalihoğlu, Trabzon Teknoloji Geliştirme Bölgesi TEKNOKENT bünyesinde faaliyetlerini sürdüren TTSO İnovasyon Eğitim Merkezinde mühendisler projelerine altyapı oluşturan uygulamalı eğitimler verildiğini kaydetti. Hacısalihoğlu, “Bu sayede bölgedeki mühendislerimizin yüksek teknolojik ürünler üretilmesi konusunda geliştiriyoruz” dedi. Hacısalihoğlu, eğitim ve uygulama aşamalarının ardından merkezde bulunan CNC makinelerinde de mühendisler çalışmalarını somut olarak hayata geçirdiklerini dile getirdi.

TOBB Trabzon İnovasyon ve Biyoteknoloji Merkezi’nin kuruluş çalışmalarının devam ettiğini anımsatarak Hacısalihoğlu, Bölgedeki bu çalışmalara Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı tarafından sağlanan teknik destekten ötürü başta Genel Sekreterimize ve yönetim kurulu üyeleri ve çalışanlarına teşekkür ettiğini sözlerine ekledi.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım da, bölgemizde inovasyon ve beraberinde biyoteknoloji merkezinin birlikte düşünüldüğünü ve yürütüldüğüne vurgu yaptı. Bu projelere altyapı oluşturmak için eğitimlerin çok önemli olduğunu kaydeden Kaldırım, “Teknik destekler, teknik personelin yetiştirilmesi yani insan kaynağının yetiştirilmesi için çok önemlidir.” dedi.

Kaldırım, Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yürütülen faaliyet kapsamında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile İnovasyon ve Biyoteknoloji Merkezi’nin projesi kapsamında işbirliği yapılarak fiziki altyapının tamamlanmaya çalışıldığını aktardı. Kaldırım, “Bir yandan bina ihale aşamasında bir yandan bu tür destekler ile bölgemizde insan kaynağı yetiştirilmesi ve güçlendirilmesine çalışılmaktadır. İnovasyon ve Biyoteknoloji gibi birbirine yakın alanların bir merkez altında hayata geçirilmesi de çok önemlidir.” şeklinde konuştu.

Bu projenin sadece bölgenin değil, Türkiye’nin de ufkunu açacak bir proje olduğunu kaydeden DOKA Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım, şöyle konuştu: “Yürütülen bu proje içerisinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği olması çok önemlidir. Türkiye’nin ufkunu açacak bir proje ve dolayısıyla Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası’na böyle bir projeden dolayı teşekkür ediyorum. En kısa zamanda hem inovasyon hem de biyoteknoloji merkezimizin hayata geçmesi ile bölgemiz ciddi bir kazanım elde etmiş olur.”

DOKA Travel Turkey İzmir Fuarı'na Katıldı

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), Türkiye'nin turizm alanındaki en önemli buluşmalarından biri olan 'Travel Turkey İzmir Turizm Fuar ve Konferansı'na katılım sağlayarak bölgemizin tanıtımını yaptı.

Türkiye'nin turizm alanındaki en önemli buluşmalarından biri olan 'Travel Turkey İzmir' Turizm Fuar ve Konferansı Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği-TÜRSAB, Uluslararası fuar organizatörü Hannover Fairs Turkey Fuarcılık A.Ş. ve İZFAŞ ortaklığıyla 8.kez 04 - 07 Aralık 2014 tarihleri arasında İzmir Uluslararası Fuar Alanında gerçekleştirilen fuara katılım yüksek oldu.

30 ülkeden 900'ün üzerinde firmanın iştirak ettiği, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde düzenlenen Travel Turkey İzmir Turizm Fuar ve Konferansı'na ilgi yoğun oldu.

Ajansımız koordinasyonunda TR90 Bölgesi illeri de (Trabzon, Ordu, Rize, Gümüşhane, Artvin, Giresun) birer stantla katılım sağladı.



DOKA Yönetim Kurulu Toplantısı Rize'de Yapıldı

Trabzon, Giresun, Artvin, Rize, Gümüşhane ve Ordu illerini kapsayan Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın 61. yönetim kurulu toplantısı yapıldı.

Rize Valiliği Toplantı Salonu'nda gerçekleştirilen toplantıya Yönetim Kurulu Başkanı Rize Valisi Ersin Yazıcı, Trabzon Valisi Abdil Celil Öz, Giresun Valisi Hasan Karahan, Gümüşhane Valisi Yücel Yavuz, Ordu Valisi İrfan Balkanlıoğlu, Artvin Belediye Başkanı Mehmet Kocatepe, Rize Belediye Başkanı Prof. Dr. Reşat Kasap, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım, İl Genel Meclis Başkanları, Sanayi Ticaret Odası Başkanları ile diğer ilgililer katıldı.

Vali Ersin Yazıcı, kalkınma ajanslarının bölgelerin kalkınması adına çok güzel çalışmalar yaptığını belirterek, "Bugünkü toplantımızda öncelikle tanıtım, teşvik ve işbirliği faaliyetleriyle ilgili bir çalışmamız olacak." dedi.

Vali Ersin Yazıcı, "DOKA'nın bu dönemki toplantısına Rize ili olarak ev sahipliği yapıyoruz. Bu toplantımızda ilimiz ve bölgemizde DOKA'nın kapsamı altında bulunan 6 vilayetin özellikle kırsal kalkınma, imalat ve turizm sektörüne yönelik olan projelerin değerlendirileceği bir toplantımız olacak." diye konuştu.

Açılış konuşmasının ardından toplantı, gündem maddelerinin görüşülmesiyle devam etti. Toplantıda, Rize Çay Çarşısı Projesi, tanıtım ve işbirliği faaliyetleri, stratejik planlama ve programlama faaliyetleri, izleme ve değerlendirme faaliyetleri, proje yönetim faaliyetleri, kurumsal yönetim, insan kaynakları, muhasebe ve ödeme faaliyetleri, iç denetim faaliyetleri görüşüldü.

Hazır Giyim İmalatına Yönelik Mesleki Eğitim ve Girişimcilik Projesi

İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı (İKG OP) kapsamında Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) tarafından sunulan “Hazır Giyim İmalatına Yönelik Mesleki Eğitim ve Girişimcilik Operasyonu”, AB Delegasyonu tarafından onaylandı.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın Program Otoritesi olduğu, AB Katılım Öncesi Mali Yardım aracı (IPA) çerçevesinde başvurulmuş Program; “İstihdam Önceliği” altında “Tedbir 1.1: Önceden tarımda çalışanlar dâhil olmak üzere, kadınların işgücüne katılımlarının teşvik edilmesi ve kadın istihdamının artırılmasına yönelik olarak hazırlanmıştır. Giresun ve Ordu illerinde yürütülmesi planlanan ve kadın işsizlerin yarar sağlaması amaçlanan operasyon kapsamında;

- Son yıllarda Giresun ve Ordu illerinde dikkat çekici düzeyde büyüme kaydeden hazır giyim imalat sektörüne işgücü yetiştirilmesi amacıyla, hazır giyim imalatının tüm aşamalarını (bilgisayar destekli tasarım, kesim, dikim, ütü, paket vs.) ele alan sürdürülebilir mesleki eğitim imkânlarının yaratılması;



- Hazır giyim imalatı konusunda mesleki eğitime sahip girişimci kadınlara girişimcilik, danışmanlık ve yönlendirme niteliğinde hizmet sağlanması;

- Mesleki eğitim alan kadın işsizler ile hazır giyim sanayi arasında iş bağlantılarının kurulması;

- Giresun ve Ordu illerinde hazır giyim sanayide girişimcilik potansiyelinin analiz edilmesi sağlanacaktır.

'Hazır Giyim İmalatına Yönelik Mesleki Eğitim ve Girişimcilik Operasyonu'nun 20 aylık süreç sonunda 300 kadına iş imkânı sağlaması hedeflenmektedir.

DOKA MÜSİAD Fuarına Katıldı

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 15. Uluslararası MÜSİAD Fuarına stant açarak katılım sağladı.

İstanbul CNR EXPO Fuar Merkezinde 100 bin metre-kare alanda 103 ülkeden 7 bin yabancı iş adamının katılımı ile gerçekleştirilen fuarda ikili iş görüşmelerinin (B2B) yanı sıra CEO Forumları, ülke sunumları ve imza günleri etkinlikleri de gerçekleştirildi.

5 gün süren fuarda, 30 farklı ülkeden 250, 404'ü de yurt içinden olmak üzere toplamda 726 firma stant açtı.

Fuarda bölgeye yatırım yapmayı planlayan birçok Arap yatırımcı olmak üzere uluslararası yatırımcılarla tanışma imkanı elde edildi. Ayrıca bölgemizin turizm ve imalat sektörlerindeki yatırım potansiyeli, bölgemizde uygulanmakta olan turizm sektörüyle ilgili devlet destek ve teşvikleri ve Kalkınma Ajansımızca yatırımcılara sağlanan hizmetler hakkında bilgilendirme yapılarak yatırımcılar bölgemize davet edildi.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Sağlık Bakanı Mehmet Müezzinoğlu ve çok sayıda bürokrat, sanayici ve iş adamı da fuarı ziyaret etti.

Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, DOKA Standını ziyaret ederek DOKA görevlileri ile bir süre sohbet etti.





THY Genel Müdürü Temel Kotil DOKA Kalkınma Kurulu'nda Önemli Açıklamalarda Bulundu

Türk Hava Yolları (THY) Genel Müdürü Temel Kotil, Ortadoğu'nun hava yolculuğunda büyüdüğünü Avrupa'da ise yerini koruduğunu ifade etti. Türkiye'de havacılığın gün geçtikçe büyüdüğünü kaydeden Kotil, otel yapmak isteyenlere müşteri getireceklerini söyledi.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) 15'inci Kalkınma Kurulu Toplantısı Trabzon Novotel'de yapıldı. Toplantıya Trabzon Valisi Abdil Celil Öz, THY Genel Müdürü Doç. Dr. Temel Kotil, Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Suat Hacısalıhoğlu, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) Genel Sekteri Çetin Oktay Kaldırım, DOKA Kalkınma Kurulu Başkanı Zeyyat Kafkas, kalkınma kurulu üyeleri ile çok sayıda turizm acente sahipleri ve bazı ilçe belediye başkanları katıldı.

DOKA Kalkınma Kurulu Başkanı Zeyyat Kafkas'ın açılış konuşmasının ardından DOKA Stratejik Planlama Birim Başkanı Onur Adıyaman ve DOKA Tanıtım İşbirliği Uzmanı Fikri Akkaya, bir sunum yaparak ajans çalışmalarını hakkında brifing verdi.

THY Genel Müdürü Kotil, havacılığın çok hızlı geliştiğini ifade ederek, "Turizmde Türkiye uçuyor Doğu Karadeniz'de de artan bir faaliyet alanı. Ne kadar yatırım yapılsa azdır, çünkü artık herkes uçuyor. Türkiye uçuşta son 20 yılda 6 kat daha büyüdüğünü görüyoruz. Bu bölgede bu büyümeden mutlaka yararlanacaktır. Bu turistler niye geliyorlar. Çünkü bu turistler yeşile bayılıyorlar. Havayollarında Arap turistleri gördüğümüz zaman buna şahit oluyoruz. Çoğu aktarma olarak İstanbul'dan bölgeye geliyor. Arabistan'da her şey çok güzel de yazın denize girmek mümkün değil çünkü 40 derece sıcaklık var. Buraya geldikleri zaman yeşili ve denizi çok seviyorlar. Denize girmezlerse bile denizi gören evler alıyorlar, bunu gördük. Denizi görmek farklı bir olay. Dolayısıyla Doğu Karadeniz'in acayip fırsatı var, bu kişilerde de acayip para var. Buranın mütevazı yaşamına bayılıyorlar onlarda tescitlerle aileler burada bu durum söz konusu. Arapların özellikle körfezdekilerin Doğu Karadeniz'i sevmeleri çok gerçek bir olgu. Eğer öndeki engeller daha da kalksa, bunlar İngiltere'ye de Alplere de gitmezler. Ben de Karadenizli olarak burası gerçekten bir cennet diye düşünüyorum. Kış turizmine de Kaçkar Dağları'nda helikopterden atıyorlar. Doğu Karadeniz'in paraya ihtiyacı var, bunu en kolay yoldan turizminden elde edebileceği gözüküyor. Bu kültür turizmi de olabilir. Bizim hamsimizi çok seviyorlar. Dolayısıyla aslında Ortadoğu'nun çok büyük uçuş potansiyeli var. Bu insanlar daha çok uçacaklar daha çok aktif olacaklar. Ortadoğu hava yolculuğunda büyüyor, Uzakdoğu da büyüyor ama Avrupa'da yerini koruyor. Yani Doğu'da iş var diyorum.



Havacılık Türkiye’de daha çok büyüyor bu nedenle otel yapmak isteyenlere müşteri getireceğiz, yani doğası var bunun. Ne kadar çok bağlantı verilirse o kadar çok para kazanılıyor. İstanbul turizmde çok önemli bir yer. Gerçekten öyle. Dolayısıyla Doğu Karadeniz’in İstanbul’la paslaşması gerekiyor. Biz buraya sefer koyalım hiç önemli değil. Ama Doğu Karadeniz’in İstanbul ile işbirliği yapması lazım. Bunu en çok şeyde görüyoruz. Mesela Uzak Doğu’dan, Çin’den gelenler önce İstanbul’da geliyorlar. Buradan da Ege’ye ya da Yunanistan’a geçiyorlar” dedi.

“G-20 ZİRVESİ TURİZM İÇİN ÖNEMLİ BİR FIRSAT”

2015 yılında G 20 Zirvesi’nin Türkiye’de yapılacak olmasının turizm olarak bir fırsat olacağını ifade eden Kotil, “G-20 inşallah Antalya’da olacak. Ama biz ajans olarak bu G-20’de bulunmamız lazım. G-20’de dünya genelinden 3 bin tane kamera gelecekmiş. Dünya liderleri gelecek herkes gelecek bunun yanında çok sayıda STK ile gazeteci de gelecek. Bu konuda THY olarak bir aktivite yapmaya çalışıyoruz. Bu G-20’yi kullanmak lazım. Bölge tanıtımı için bu konuda program yapmak lazım. Kısa zaman kaldı, Antalya’da olması problem değil, belki burada ayrı bir aktivite yapılarak oradan bir ekip çıkarılıp buraya getirilebilir. Yeter ki tanıtımımızı iyi yapalım” dedi.

ALTI KAT BÜYÜDÜK

THY’nin çok iyi bir noktaya geldiğin kaydeden Kotil, “İstanbul’da yapılan yeni havaalanı 2020 yılında dünya-daki 4’üncü büyük havaalanı oluyor. Atlanta büyüklüğünü kaybediyor. Yolcu oranlarına bakıldığında en büyük Pekin oluyor, ikinci Cakarta, üçüncü Dubai ve tabi Dubai’nin olmaması için biz çalışacağız. İnşallah biz üçüncü olacağız.

Sonuçta ilerimiz çok parlak. Havacılıkta çok iyi gelişimlerin yaşanması sürüyor, sürececek. THY’yi çok iyi noktaya getirdik, yaklaşık 6 kat büyüdük” diye konuştu.

Toplantının teşekkür konuşmasını yapan Trabzon Valisi Abdil Celil Öz ise, Doğu Karadeniz’in turizm alanında son yıllarda önemli bir mesafe kat ettiğini ifade ederek, geline nokta emeği olanlara teşekkür etti.

Kalkınma Ajanslarının bölgesel kalkınma anlamında önemli faaliyetler icra eden birimler olduğunu ifade eden Vali Öz, “Bu birimler sadece proje desteği veren birimler değil, aynı zamanda bölgenin gelişme planını hazırlayan bu plan çerçevesinde kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörlerin ortak çalışmalarını şekillendiren bir platformdur. Kalkınma ajanslarının en önemli organlarından birisi de kalkınma kurulumudur. Bölgeden yüz kişinin oluşturduğu kurullar bölgenin potansiyelini belirleme ve değerlendirme konusunda önemli çalışmalar gerçekleştiriyorlar. Bu anlamda bakıldığı zaman DOKA; hem bölge planlaması açısından, hem de bölge potansiyelinin belirlenmesi ve proje desteklemesi açısından bu güne kadar önemli çalışmalar gerçekleştirdi. Bundan sonra da kurullarımızla Kalkınma Ajansı’nın genel durumu, kurumsal yapısı, proje destekleme ve planlama açısından faaliyetlerini, Arap turizmiyle ilgili geline süreci ve yapılması gereken çalışmaları birlikte değerlendireceğiz. Kurulumuzun konuğu bu toplantıda THY Genel Müdürümüz oldu. Bu vesileyle Doğu Karadeniz’de turizmin gelişmesi için THY olarak neler yapılabileceğini ve nelerin yapılması gerektiğini kurul üyelerimizle geniş bir şekilde ele alacağız” dedi.



TRİSAT'tan DOKA'ya Ziyaret

Trabzon İpekyolu Sağlık Turizmi Derneği (TRİSAT) ilk ziyaretini Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'na (DOKA) yaptı.

DOKA Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım'ı makamında ziyaret eden TRİSAT heyeti, kuruluş öncesi sektörün tüm paydaşları ile istişare yaptıklarını; kurucu heyetin kamu, özel ve sivil toplum kuruluşu temsilcilerinden oluşturulduğunu ve kuruluş çalışmalarını sürdürdüğünü belirttiler.

TRİSAT Başkanı Prof. Ahmet Kalaycıoğlu, "Türkiye'nin son on yılda sağlık alanında yapılan reform niteliğindeki ve avantajlı fiyat politikaları komşu ülkelerin ve Avrupa'nın da dikkatini çekmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak bölgemizde ve Trabzon'da turizm potansiyelinin artması, turizmin çeşitlendirilmesini desteklemektedir. Trabzon'un ve DOKA Bölgesi'nin olanaklarının rekabetçi bir yapıya kavuşturulması öncelikli çalışma alanımızı oluşturacaktır" değerlendirmesini yaptı.

Başkan Kalaycıoğlu, sağlık turizmi sektörünün DOKA Bölgesi'nde büyük bir potansiyele sahip olduğunu ifade ederek, hedeflerini DOKA Genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım ile paylaştı. Kalaycıoğlu, konuşmasına şöyle devam etti:

"Hükümet politikaları ile ilgili olarak (6 kasım 2014) açıklanan Vizyon 2017 Eylem Planı'nda 'Sağlık Turizmi'nin desteklenecek dokuz sektörden biri olarak yer almasını 'Trabzon İpekyolu Sağlık Turizmi Derneği' kurucu üyeleri olarak memnuniyetle karşıladık. Trabzon'da turizm olan ilginin giderek artması, turizmden yüksek katma değer yaratılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bunu sağlık turizminin üzerinde derinlemesine ve sektörün bütün paydaşları ile durulmasını zorunlu hale getirmiştir. Sektörün hem ekonomik gelir getiren hem de istihdam sağlayacak katkıları önemlidir. Bölgesel olarak ciddi bir potansiyele sahibiz. TRİSAT olarak, DOKA'nın, Trabzon'da desteklediği "Tıbbi ve aromatik bitki laboratuvarı" ile yepyeni ufuklara ulaşacağımız kesindir."

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım ise, sağlık turizmi açısından Trabzon'un yeni adımlar atmakta olduğunu belirtti. Kaldırım, yabancı turistlere sağlık hizmeti verilmesi konusunda mevzuat düzenlemelerinin uyumlu hale getirilmesinde mesafe alınmasının sektörün gelişmesine katkısının büyük olacağını vurguladı. Trabzon'un ciddi bir sağlık turizmi altyapısı bulunduğunu kaydeden Kaldırım, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliğinin sektörün gelişmesinde önemli rol oynadığını dile getirdi.

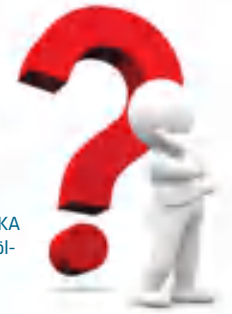
Kaldırım, "Trabzon'un sağlık turizmi altyapısının yapılacak olan analizleri ile çok iyi tespit edilmesi gerekiyor. Sağlık turizminde güçlü ve zayıf yönlerimizi belirlememiz şart. Eksikliklerimizi buna göre tamamlaması gerekmektedir. Sağlık turizminde başarılı olduğumuz alanları çok iyi ortaya koyabilmeliyiz. Sektörün en önemli yanının güven olduğunu ve dolayısıyla güveni sağlayıcı adımların atılması gerekiyor" dedi.

Kaldırım, Trabzon'un Körfez ülkeleri ile turizmde çok mesafe aldığını, 200 binlere ulaşan turist sayısının yüzde 1'inin dahi sağlık turizminde kazanılmasının başlangıç olarak çok iyi olacağını kaydetti. Sektörün tüm fonksiyonları ile sağlık turizmine adapte edilmesinin önemli olduğunu ifade eden Kaldırım, "Sağlık turizmi sektöründe Trabzon çok mesafe alacaktır. Çok gönüllü bir ekip var. Gerek kamu ayağı, gerekse özel sektör güzel bir işbirliği sağlıyor. Trabzon bu çalışmalar ile sağlık turizminde iyi bir noktaya getireceğimizi düşünüyorum" diye konuştu.

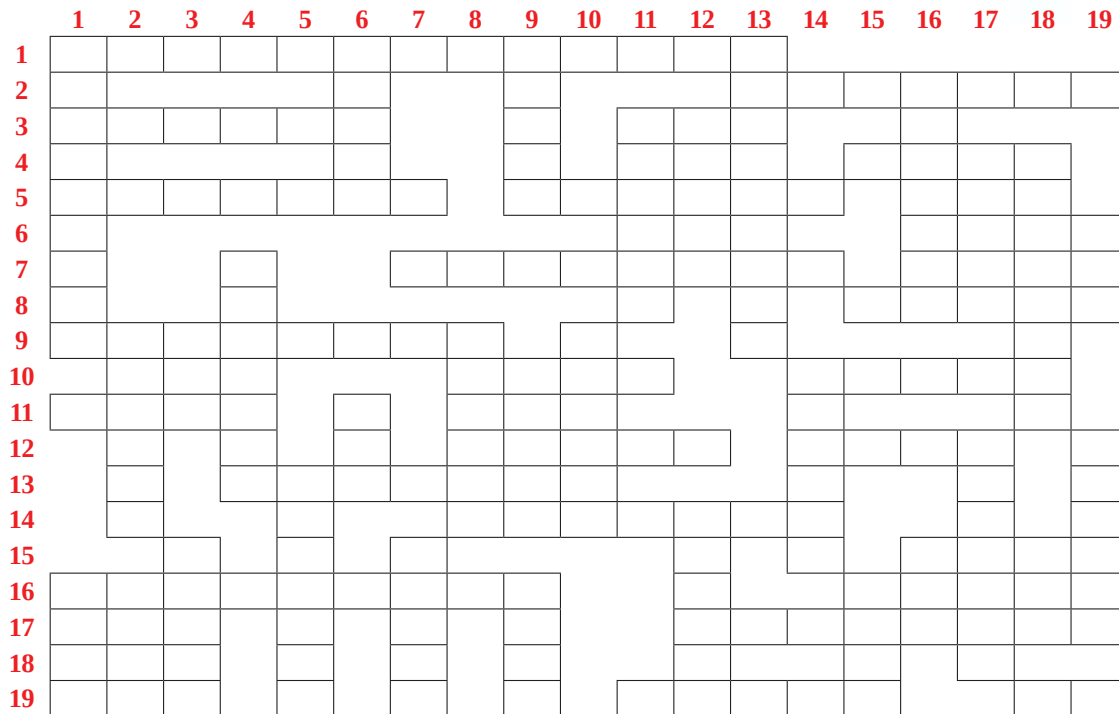




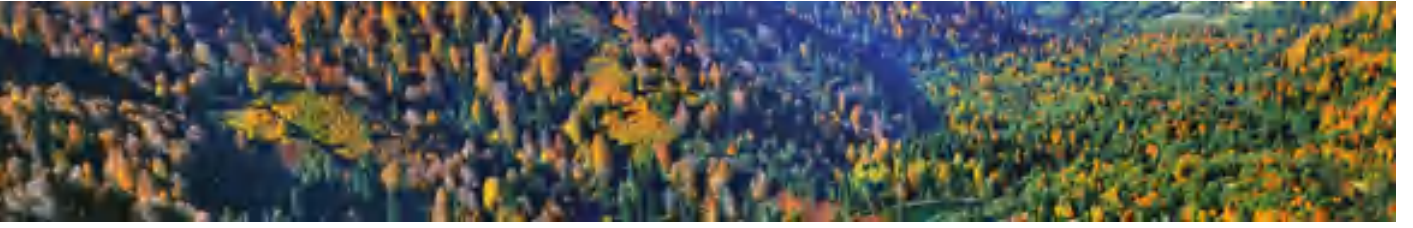
Bil Bakalım



8.Sayıdan itibaren Bil Bakalım adı altında çoğunluğu **DOKA Bölgesi**'ni ilgilendiren bulmacanın beşincisi bu sayımızda yer buluyor. DOKA Bölgesi coğrafi yönden engebeli, dağlık bir arazi yapısına sahiptir. Bölgemizde birçok dağ, yayla, göl, akarsu, geçit, tünel, vadi vardır. Sizlere bölgemizin bu yönde hazırladığımız bulmacamızla DOKA Bölgesini eğlenceli bir şekilde okuyucularımıza tanıtmak..

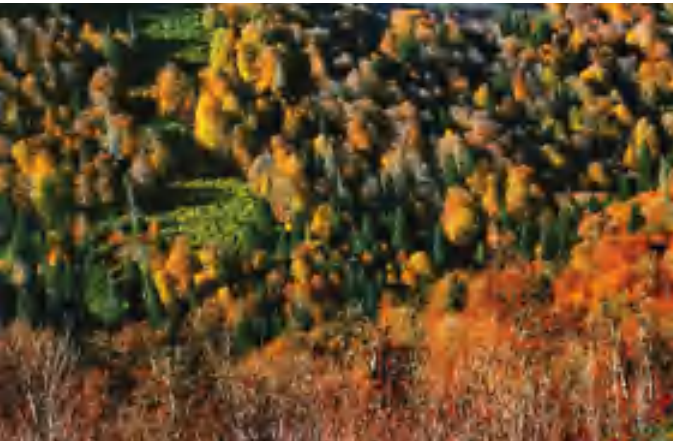


22. Sayının Çözüm Anahtarı



SOLDAN SAĞA

- 1) 3.820 metre uzunluğunda Ordu Merkez ve Fatsa arasında bulunan Türkiye'nin en uzun tüneli
- 2) Giresun'u İç Anadolu Bölgesi'ne bağlayan 2 bin 200 rakımlı geçit
- 3) Eski adı Mapavri olan Rize'nin ilçesi
- 4) Artvin'de bir yayla
- 5) Artvin'de Çoruh Nehri üzerinde inşa edilen 70 km metre havza, 255 metre yüksekliğe sahip, kemer gövdesiyle kendi tipinde Avrupa'nın en büyüğü, dünyanın 6. büyük barajı-Artvin il merkezine 10 km. mesafede ve Türkiye'nin 33 milli parkından olan vadi
- 6) Şavşat'ın Kirazlı köyünde bulunan ve Ermeni işgali altında bulunduğu dönemde köyün bütün kadınlarının burada saklandığı için adını buradan alan mağara
- 7) Artvin merkezini çevreleyen Genya Dağı eteklerinde bulunan ormanlarla çevrili geniş düzlüklerle kaplı yayla
- 8) Afganistan'da Barış Gücü birliklerine bağlı bir grup İspanyol askerini taşıyan uçağın Trabzon Hava Limanına inmek isterken çarptığı dağ
- 9) 3710 rakımlı ve etrafında 30'dan fazla buzul göl bulunan dağ
- 10) Rize'yi Erzurum'a bağlayan geçit-Alucra sınırları içerisinde bulunan krater gölü
- 11) Çamlıhemşin sınırları içerisinde 1998 metre rakımlı yayla
- 12) Borçka ilçesinde bulunan 63 metre yükseklikten akan şelale-Ordu'nun bir plajı
- 13) Trabzon'da, Galyan Deresi üzerinde, enerji ve içme suyu temini amacıyla yapılan baraj
- 14) Fırtına Deresi üzerinde doğu- batı doğrultusunda uzanan köprü tek gözlü, kemerli taş tarihi köprü
- 15) Fatsa'nın 10 km. güneydoğusunda Fatsa-Aybastı karayolu üzerinde ve Örencik Köyü sınırları içinde 1500 m²'lik alanı kaplayan göl
- 16) DOKA'yı çevreleyen deniz
- 17) Espiye'nin doğusundan denize dökülen 80 km. uzunluğundaki dere
- 18) Çamlıhemşin İlçesi'nin güneyinde, Fırtına ve Hala derelerinin oluşturduğu vadiler arasında yer alan 1800 metre rakımlı yayla
- 19) Toplam uzunluğu 30 km olan Ordu'da bir akarsu-Şavşat'ın Karaağaç ve Hanlı köyü yaylalarının üstünde olup 2.850 metre rakıma sahip göl



ÜSTTEN AŞAĞI

- 1) Artvin ili sınırları içerisinde yer alan bir buzul gölü-Gümüşhane'de, Köse Çayı üzerinde, sulama amacıyla 1998-2003 yılları arasında inşa edilmiş bir baraj
- 2) Perşembe ilçesinin doğusunda Ordu il sınırları içinde bulunan plaj
- 3) Giriş kısmından sonra çok sayıda salon ve odacık bulunan Torul Merkeze 50 km uzaklıktaki mağara
- 4) Ulubey ilçesinin kuzeybatısında Kurunçalı mevkiinden doğup Güneybatı ve kuzeydoğu doğrultusunda akan ve Ordu ilinin 7 km batısında Karadeniz'e ulaşan 35 km. uzunluğundaki akarsu
- 5) Giresun'dan 80 km., Şebinkarahisar'dan ise 27 km. uzaklıkta bulunan yayla
- 6) Gümüşhane ili Dörtkonak köyünün güneybatı kısmında ve köye 2 km. uzaklıkta bulunan kayalar üzerinde setler halinde yükselen kale-DOKA'ya komşu Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın kısa adı
- 7) Espiye İlçesi girişindeki Yağlıdere Deresi'nin kenarında, denize ve vadiye hakim doğal bir sivri tepe üzerinde yer alan M.Ö. 1300'lü yıllarda yapıldığı sanılan kale
- 8) Karadeniz Sahil Yolu üzerinde Hopa-Kemalpaşa arasında 1.162 metrelik tünel
- 9) 3225 m. rakımlı Mescit Dağları'ndan doğarak toplam 466 km. kat ettikten sonra Gürcistan sınırları içerisinde Karadeniz'e dökülen nehir-Ordu ili Mesudiye ilçesi Yaylası
- 10) Fırtına Deresinin Aşağı Şimsirli kolu üzerinde kuzey-güney doğrultusunda uzanan tek gözlü, kemerli, taş köprü
- 11) 08 plakalı DOKA ili
- 12) Gökçöy ilçe merkezine 17 km. mesafe bulunan 26,5 hektar büyüklüğündeki Tabiat Parkı 13) Kemalpaşa-Hopa arasında 377 metrelik tünel 14) Kuzey Anadolu Dağları'nın doğudaki bölümünü oluşturan dağ 15) Akçaabat sınırları içerisinde bulunan Heyelan Set Gölü 16) Borçka-Artvin arasında yer alan 100 metrelik tünel 17) Gümüşhane merkezine yaklaşık 60 km. uzaklıkta bulunan Tabiat Alanı 18) Fatsa'da bulunan bir kaplıca 19) Trabzon'u Gümüşhane'ye bağlayan geçit











twitter 

@AjansDoka