



**ALTERNATİF TURİZMDE MARKA KENT OLMA YOLUNDA ARTVİN KENTİNİN ALTERNATİF
TURİZM ROTALARI**
**ALTERNATIVE TOURISM ROUTES OF ARTVIN CITY ON THE WAY OF BEING A BRAND CITY IN
ALTERNATIVE TOURISM**

Banu KARAŞAH*

Öz

Türkiye sahip olduğu farklı özellikleri (coğrafi, iklimsel, topoğrafik özellikler vb.) sebebiyle alternatif turizm çeşitliliği bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Yerel ekonomileri canlandıran turizmden yeterince payı almak adına kentlerin markalaşmaya gitmesi gerekmektedir. Sahip olduğu turizm değerleriyle alternatif turizmde markalaşarak diğer kentlerden farklılaşacağı düşüncesinden hareketle çalışma alanı olarak Artvin kenti seçilmiştir. Çalışmada öncelikle kentin alternatif turizm potansiyelini ve turizm çeşitlerini belirlemek amacıyla 10 kişilik uzman gruba anket çalışması uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre 12 farklı alternatif turizm çeşidinin (yayla turizmi, kıyı turizmi, kültür-inanç turizmi, doğa-temelli turizm, flora turizmi, kış sporları turizmi, kamp-karavan turizmi, akarsu turizmi, gastronomi turizmi, yavaş turizm ve çay turizmi-agro turizm ve kuş gözlemciliği) kentte gerçekleştirilebileceği tespit edilmiştir ve kentin alternatif turizmde marka bir kent olma potansiyeline sahip olduğu görülmüştür. İkinci aşamada ziyaretçilerin belirlenen turizm çeşitlerine katılabilecekleri alanlar ortaya koyulmuştur. Son aşamada ise Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te yayla koridoru içerisinde değerlendirilen kentin sahip olduğu potansiyel dolayısıyla farklı turizm gelişim koridorları kapsamında geliştirilmesine yönelik planlama önerilerinde bulunulmuştur. Kentlerin turizm gelirlerinden yeterli payı alabilmesi ve sürdürülebilirliği için sahip oldukları doğal-kültürel ve tarihi kaynak değerlerinin belirlenmesi ve korunması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Marka Kent, Turizm Koridorları, Artvin.

Abstract

Turkey has rich alternative tourism potential because of its different characteristics (geographic, climatic, topographical features, etc.). In order to get enough shares from the tourism which stimulates the local economies, the cities must go to the branding. Artvin city has been chosen as a study area because the city will be different from other cities by branding in alternative tourism with its tourism values. Firstly, a questionnaire was conducted with 10 experts to determine the alternative tourism potential and tourism types of the city. Results showed that 12 different kinds of alternative tourism (such as plateau tourism, coastal tourism, culture-faith tourism, nature-based tourism, flora tourism, winter sports tourism, camp-caravan tourism, river tourism, gastronomy tourism, slow tourism and tea tourism-agro-tourism and bird watching) can be realized in the city and it was seen that the city has a potential to become a brand city in alternative tourism. Secondly, the areas where visitors can participate in these tourism types were revealed. Finally, planning suggestions were proposed for developing the city which assessed in plateau corridor in Tourism Strategy of Turkey 2023 in different tourism development corridors cause of its potential. It is necessary to determine and protect the natural, cultural and historical resource values for sustainability and getting enough income from the tourism of the cities.

Keywords: Alternative Tourism, Brand City, Tourism Corridors, Artvin.

1. GİRİŞ

Bacasız sanayi olarak ifade edilen turizmden yeterince payı almak adına kentlerin markalaşmaya giderek farklılaşması gerekmektedir. Marka, genel anlamıyla özellik ve ayrıcalık sahibi olmaktır. Kendi türü içerisinde farklılaşarak aranan, istenilen ve tercih edilen olma arzusu markalaşma eğilimini doğurmaktadır (Henden Şolt, 2018, 132). Amerikan Pazarlama Birliği'nin tanımına göre marka, bir satıcı ya da satıcılar grubunun ürünlerini ya da hizmetlerini belirlemeye tanımlamaya ve rakiplerinden ayırmayı amaçlayan bir isim, bir terim, işaret, sembol veya tasarım olarak tanımlanmıştır (Keller, 2003; Yalın, 2017, 2). Türk Dış Ticaret Mevzuatı'na göre ise marka, bir işletmenin mal ve hizmetlerini başka bir işletmenin mal ve hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi ve ambalajı gibi çizimle görülebilen veya benzer bir biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla çoğaltılabilen her türlü işareti ifade eder (Peker, 2006, 16). Kent markası kavramı ise; kenti ve onun savunduğu olanakları diğer kentlerden ayıran hem rasyonel hem de duygusal nitelikteki, özgün inançlar kümesi ve bir kentin sahip olduğu kültürel, tarihsel, doğal ve toplumsal özellikleriyle bütünleştirerek ve diğer kentlerden ayırt etmek amacıyla kendine özgü bir işaretle destekleyerek yaşama geçirdiği bir gelişim-tanınma-imaj projesidir (Kaypak, 2013, 345). Alaş (2009) marka olmak ve marka kent olmak kavramları

* Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü.



incelediğinde aynı şeyi ifade ettiklerini - "Daha cazip olmak"- belirtmiştir (Kaypak, 2013, 347). Başpınar (2015)'a göre iyi bir kent markasının bileşenleri; turizm, yerel yönetim, kültürel miras, doğal güzellikler, yatırım ve iş sahaları, iklim, insan, gastronomi, eğitim-sanat-spor, alt-üst yapı çalışmaları, ulaşım ve mesafeden oluşmaktadır. Turizm, kent markalaşma bileşenlerinden belki de en önemlisini oluşturmaktadır (Saygın, 2018, 29).

Turizm, genellikle, toplumların demokratikleşmesine ve anlaşmazlıkların şiddetsiz çözümüne yönelik uluslararası ilişkileri güçlendirmeye yol göstereci potansiyeli olan bir sosyal güç olarak tanımlanmaktadır. (Kim vd, 2007; Becken ve Carmignani, 2016, 64). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre turizm; insanların zevk, iş ya da diğer amaçlarla günlük yaşadıkları çevrenin dışında bir yere seyahat etmeleri ya da o alanda kalma eylemini gerçekleştirmesidir (Stausberg, 2012; Hidayati vd, 2016, 651). Turizmin yerel ekonomileri canlandırdığı (Sharpley ve Telfer, 2002), yabancı yatırımları çektiği (Liu vd., 1987; Sheng ve Tsui, 2010), iş faaliyetlerini (Prentice, 1993) ve arazi değerini arttırdığı (Crompton, 2004), toplumun altyapısını geliştirdiği (Mathieson ve Wall, 1982) saptanmıştır (Liang ve Hui, 2016, 56). Küresel turizm endüstrisi, 1950 yılında 25 milyon uluslararası turistten 2014 yılında 1133 milyon turiste ulaşmıştır (UNWTO, 2015). Turizmin büyümeye devam edeceği ve 2030'da yaklaşık 1,8 milyar uluslararası turiste ulaşacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2011; Becken ve Carmignani, 2016, 64). Turist sayılarındaki bu artışlar ülkelerin ekonomisine de önemli girdiler sağlamaktadır. Ülkemiz sahip olduğu iklimsel, coğrafik, topoğrafik vb. özellikleri ve doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleriyle kitle turizminin (DKG) yanı sıra farklı alternatif turizm potansiyeline sahip bir turizm cennetidir. Yeşiltaş vd. (2009, 251) önceleri 3 S olarak ifade edilen deniz, kum, güneş (DKG) turizminin yerini günümüzde 3 E olarak ifade edilen eğitim, eğlence, çevre turizminin aldığını ifade etmişlerdir. "İçerdiği çeşitli turizm aktiviteleri sayesinde farklı bölgeleri turizm faaliyetleri içine alarak, belli bölgeler üzerinde yoğunlaşmayı azaltan ve turizmi 12 aya yayan; çevre, yerli halk ve turistler ile olan ilişkileri kuvvetlendiren turizm çeşidi" alternatif turizmdir (Baykan, 2006, 18; Çelik, 2018, 194). Alternatif turizm terimi genellikle küçük ölçekli ve yerel olarak sahip olunan ve kontrol edilen faaliyetlerle karakterize edilen turizmi tanımlamak için kullanılır. Bu turizm çeşidi eğitim turları, gönüllü seyahatler, çiftlik-konaklamaları ve ekoturizm ile ilişkili deneyimler sunmaktadır. (Weaver, 2006; Oriade ve Evans, 2011; Prince ve Ioannides, 2017, 348). Alternatif turizm hem turizm alanlarını korumak hem de turizm ürünlerini çeşitlendirmek için bir araç olarak düşünülebilir (Pektaş, 2018, 197). Alternatif turizmde kitle turizmi ve her şey dâhil sistemde olduğu gibi yerel halkın bertaraf edilmesi söz konusu olmayıp, aksine yerel halkın da turizm faaliyetlerine dâhil edildiği bir anlayış gelişmiştir (Arslaner ve Erol, 2017, 423).

Bu anlayıştan hareketle, çalışmada alternatif turizmde marka kent olma potansiyeline sahip olan Artvin kentinin sunduğu alternatif turizm çeşitlerinin-aktivitelerinin ortaya koyulmasının yanı sıra kentin Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de belirlenen turizm gelişim koridorları kapsamında doğal ve kültürel kaynak değerlerinin belirlenmesi ve turizm gelişim koridorlarına yönelik öneriler getirilmesi amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini Artvin kenti ve ilçeleri oluşturmaktadır. Doğusunda Gürcistan, batısında Rize ve Erzurum kentleri, güneyinde ise Ardahan ve Erzurum kentleri bulunan Artvin kentinin 3'ü kıyı şeridinde (Kemalpaşa, Hopa ve Arhavi) olmak üzere toplam 9 ilçesi bulunmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. Çalışma Alanı



Peyzajlar, turizmin temel destekleyicilerinden (sütunlarından) biridir. Kültürel bağlamlar olarak kullanılırlar (Rössler, 2006), kırsal manzara sağlarlar (Arriaza vd., 2004), mevcut vahşi yaşam ve doğal çevreyi (Lee ve Han, 2002) sunarlar (Smith ve Ram, 2017, 113). Alternatif turizmde alternatifsiz il olan Artvin kenti; eşsiz peyzajları, Çoruh nehri, dik yamaçlı vadileri, 3900m'e kadar yükselen yüksek dağları, zengin biyoçeşitliliği, ilçelerinin farklı iklimsel özellikleri ve özgün doğal ve kültürel değerleri ile farklı alternatif turizm değerlerine sahip bir turizm kentidir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2007 yılında hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik stratejiler içerisinde turizm gelişim bölgeleri kapsamında hedeflere doğru 7 adet tematik turizm gelişim koridoru (zeytin koridoru, kış koridoru, inanç turizmi koridoru, ipek yolu turizm koridoru, Batı-Karadeniz kıyı koridoru, yayla koridoru ve Trakya kültür koridoru) önerilmektedir. Kentsel ölçekte markalaşma stratejisi kapsamında ise zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi hedeflenmiştir. 2023 hedeflerinde Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulacaktır. Çalışmada ele alınan Artvin kenti turizm gelişim koridorları kapsamında yayla koridoru olarak hedeflenmiştir ve sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakların belirlenmemesinden ötürü malesef hedeflenen marka kentler arasında yer almamaktadır.

Dünyada ve ülkemizde bazı kentler, gerek kültürel değerleriyle (müzeleri, festivalleri), gerekse de doğal kaynak değerleri ile diğer kentlere göre farkındalık yaratarak marka kent olmayı başarabilmişlerdir. Artvin kentinin de alternatif turizm açısından ülkemizdeki diğer rakip kentlere göre farkındalık yaratmayı başaracağı düşüncesiyle çalışma, birbirini izleyen 3 adımda gerçekleştirilmiştir.

1. adımda kentin sunduğu alternatif turizm çeşitlerini belirlemek amacıyla 10 kişilik bir gruba uzman anketi çalışması uygulanmıştır. Bu uzman grup hem kenti çok iyi tanımaktadır hem de turizm konusunda çalışmaları bulunmaktadır. 6 sorudan oluşan anket çalışmasında; deneklerin turizm aktivitelerine katılıp katılmadıklarını, katılmıyorlarsa nedenlerini, turizm alanlarında katılmayı tercih ettikleri aktivitelerin neler olduğunu, Artvin kentinin alternatif turizm potansiyelini nasıl değerlendirdiklerini, Artvin kentinde alternatif turizm çeşidi/çeşitlerinden hangisi/hangilerinin potansiyelinin var olduğunu düşündüklerini ve alternatif turizm çeşitlerinin Artvin kentinin hangi ilçeleri için potansiyel arz ettiğini düşündüklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket çalışmaları yaklaşık 7 dk. sürmüştür. Anket verileri Excel tablosuna girilmiş ve yazar tarafından kodlanmıştır. Frekans dağılımları SPSS 16.0 paket programı yardımıyla belirlenmiştir.

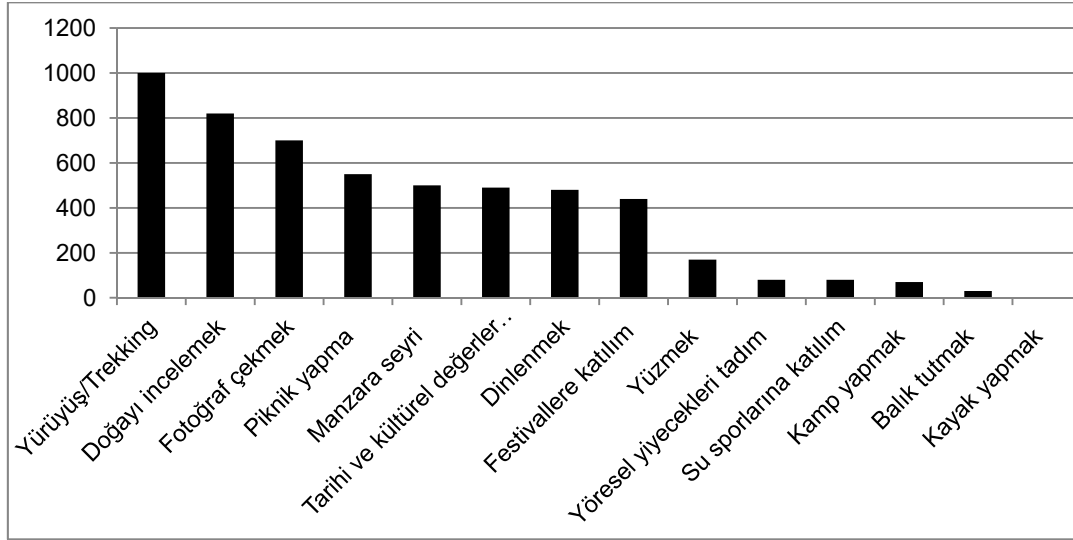
2. adımda alternatif turizmde marka kent olma potansiyeline sahip olan kentin doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleri alternatif turizm çeşitleri kapsamında araştırmacı tarafından değerlendirilmiş ve tanıtılmıştır.

Son adımda ise belirlenen turizm değerlerinin turizm gelişim koridorları kapsamında değerlendirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

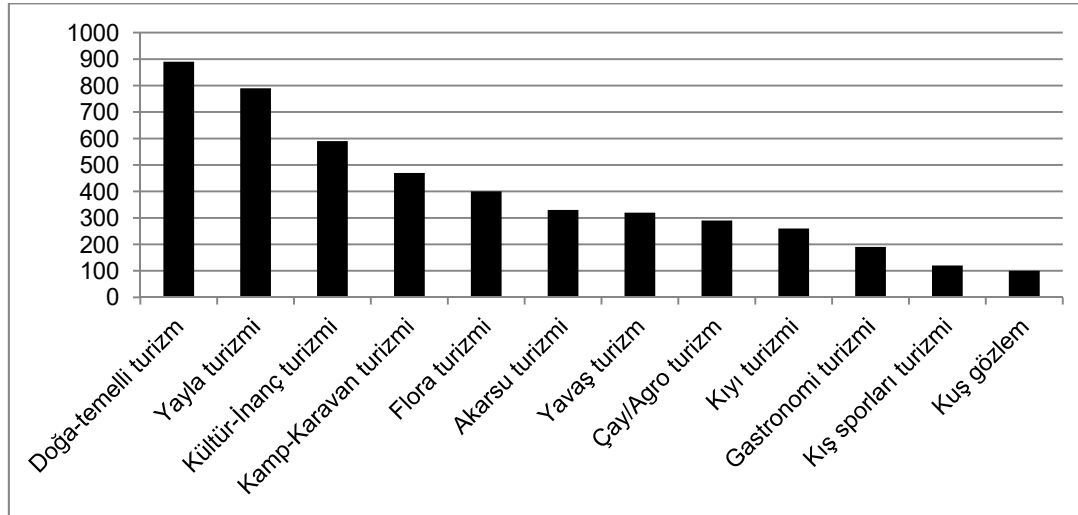
3.1. Anket Çalışmasından Elde Edilen Bulgular

Anket çalışmasına katılan tüm deneklerin kentte turizm aktivelerine katıldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların turizm alanlarında katılmayı tercih ettikleri aktivitelerin neler olduğu sorulduğunda; katılımcıların öncelikli olarak yürüyüş/trekking etkinliğini, bunu sırasıyla doğayı inceleme (folra-fauna), fotoğraf çekme, piknik ve manzara seyrinin takip ettiği tespit edilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. Katılımcıların turizm alanlarında katılmayı tercih ettikleri aktiviteler

Katılımcılara Artvin kentinin alternatif turizm potansiyelini nasıl değerlendirdikleri sorulduğunda %50'sinin çok yüksek, %50'sinin ise yüksek buldukları belirlenmiştir. Katılımcılara Artvin kentinde alternatif turizm çeşitlerinden hangilerinin potansiyelinin var olduğunu düşündükleri sorulduğunda, öncelikli olarak kentte doğa-temelli turizm potansiyelinin var olduğunu, bunu sırasıyla yayla turizmi, kültür-inanç turizmi, kamp-karavan turizmi, flora turizmi ve akarsu turizminin takip ettiği tespit edilmiştir (Şekil 3).



Şekil 3. Katılımcılara göre Artvin kentinde alternatif turizm çeşitleri potansiyeli

Katılımcılara alternatif turizm çeşitlerinin Artvin kentinin hangi ilçeleri için potansiyel arz ettiği sorulduğunda, doğa-temelli turizm açısından kentin tüm ilçelerinin potansiyel arz ettiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Doğa-temelli turizm açısından; öncelikli olarak Borçka ve Şavşat ilçelerinin potansiyel arz ettiği, bunu takiben Yusufeli, Merkez, Murgul, Arhavi, Ardanuç, Hopa ve Kemalpaşa ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir. Yayla turizmi açısından ise; öncelikli olarak Şavşat ilçesinin, Yusufeli, Merkez, Ardanuç ve Borçka ilçelerinin potansiyel olarak bunu takip ettiği belirlenmiştir. Kültür-inanç turizmi açısından; Şavşat, Yusufeli ve Ardanuç ilçelerinin öncelikli olarak potansiyel arz ettiği, Merkez ve Borçka ilçelerinin potansiyel açısından takip ettiği tespit edilmiştir. Katılımcıların kamp-karavan turizmi açısından Murgul ilçesi haricinde kentin tüm ilçelerinin potansiyel arz ettiğini düşündükleri belirlenmiştir. Şavşat ilçesinin öncelikli olarak potansiyel arz ettiği, bunu takiben Borçka, Yusufeli, Arhavi, Merkez, Hopa, Kemalpaşa ve Ardanuç ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir. Flora turizmi açısından da zengin biyoçeşitliliğe sahip kentin tüm ilçelerinin potansiyel arz ettiği bulgusu elde edilmiştir. Öncelikli olarak Borçka ve Şavşat ilçelerinin potansiyel arz ettiği, sonrasında ise Yusufeli, Merkez, Ardanuç, Arhavi, Hopa ve Kemalpaşa ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir. Akarsu turizmi açısından öncelikli olarak Yusufeli ilçesinin, bunu takiben Merkez ve Borçka ilçelerinin potansiyel arz ettiği belirlenmiştir. Yavaş



turizm açısından Şavşat ilçesinin, Ardanuç ilçesinin potansiyel açısından bunu takip ettiği tespit edilmiştir. Çay/Agro turizm açısından öncelikli olarak Kemalpaşa ilçesinin, sonrasında Hopa, Arhavi ve Borçka ilçelerinin potansiyel arz ettiği bulgusu elde edilmiştir. Kıyı turizmi açısından kentin kıyı bandında yer alan Kemalpaşa, Hopa ve Arhavi ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir. Gastronomi turizmi açısından; kentin tüm ilçelerinin potansiyel arz ettiği, öncelikli olarak Arhavi, Yusufeli ve Merkez ilçesinin bunu takiben, Şavşat, Ardanuç, Hopa, Kemalpaşa, Borçka ve Murgul ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir. Kış sporları turizmi açısından Merkez ilçesinin potansiyel arz ettiği, bunu Şavşat ilçesinin takip ettiği belirlenmiştir. Son olarak kuş gözlemciliği açısından öncelikli olarak Borçka ilçesinin, bunu takiben Şavşat, Yusufeli, Merkez ve Hopa ilçelerinin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir.

3.2. Artvin Kentinin Alternatif Turizm Değerlerine İlişkin Bulgular

Artvin kenti ve ilçeleri sahip oldukları doğal, kültürel ve tarihi turizm değerleriyle turizmi 12 aya yayabilecek bir potansiyele sahiptir. Çalışmanın bu bölümünde anket çalışması sonucu elde edilen bulgular ışığında kentteki turizm değerleri doğa-temelli turizm, yayla turizmi, kültür-inanç turizmi, kamp-karavan turizmi, flora turizmi, akarsu turizmi, yavaş turizm, çay turizmi/agro turizm, kıyı turizmi, gastronomi turizmi, kış sporları turizmi ve kuş gözlemciliği başlıkları altında ele alınmıştır.

3.2.1. Doğa-Temelli Turizm

Fredman vd. (2009) doğa-temelli turizmi bireylerin her zamanki yaşadıkları çevrenin dışındaki doğal alanları ziyaretinde gerçekleşen insan aktiviteleri olarak ifade etmiştir (Margaryan ve Stensland, 2017, 562). Artvin kenti nispeten bozulmamış doğal alanlara sahip nadir kentlerdendir. Zorlu bir topografyada yürüdükten sonra eşsiz manzaralarla karşılaşılacak Mençuna Şelalesi (Arhavi), özgün peyzajları ile Borçka-Karagöl Tabiat Parkı, Karçal Dağları, Camili Efeler-Gorgit Tabiatı Koruma Alanları ve Maral Şelalesi (Borçka), Kokolet Vadisi, Karagöl ve Delikli Şelale (Murgul), Altıparmak Tabiat Parkı (Yusufeli), zorluk dereceleri farklı olan trekking parkurları ile Hatila Vadisi Milli Parkı (Merkez), sarp bir yapıya sahip Cehennem Deresi Kanyonu (Ardanuç), atlı doğa yürüyüşlerinin de yapılabildiği Karagöl-Sahara Milli Parkı, Papart Vadisi ve Balıklı Göl (Şavşat) kentte doğa-temelli turizm aktivitelerinin gerçekleştirilebildiği ve çok sayıda turist çeken turizm destinasyonlarıdır.

3.2.2. Yayla Turizmi

Yaylalar; yazları serin havası dolayısıyla tercih edilen kışları ise zor iklim şartlarından ötürü boş kalan, doğal manzaraları, temiz suyu ve ziyaretçilerine doğayla buluşma imkânı sunan rekreasyon alanları ve turizm destinasyonlarıdır. Oktayer vd. (2007) "doğayla iç içe yaşamayı sevenlerin günübirlik veya kısa süreli konaklama amacıyla, yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetini" yayla turizmi olarak (Akdeniz ve Bakır Sert, 2018, 75) ifade etmişlerdir. Artvin kenti geleneksel mimarisi, mikroikliması, özgün peyzajları ile eşsiz güzellikte yaylalara sahiptir.

Kaçkar Turizm Merkezi (Yusufeli), Kafkasör Turizm Merkezi (Kafkasör yaylası), Genya dağı eteklerindeki Mersivan yaylası (Merkez), Borçka-Karagöl, Şavşat-Karagöl, Sahara yaylası, Bilbilan yaylası ve Arsiyan yayları (Turizm Bakanlığı, 2002, 389) kentte yayla turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yaylalardır. Ayrıca temiz suları ve özgün peyzajları ile Beyazsu yaylası, Camili/Macahel ve Daviskel yaylası (Borçka); geleneksel mimarisıyla Kocabey yaylası (Şavşat), Amenesket Yaylası, Altıparmak Dağları etekleri, trans-kaçkar yapmak isteyen ziyaretçiler için ara konaklama merkezi olan Olgunlar Yaylası ve Yaylalar köyü (Yusufeli) bu turizm aktivitesinin yapıldığı yaylalardır.

3.2.3. Kültür-İnanç Turizmi

Richards (2001, 23) kültür turizmine katılan turistlerin, "arkeolojik alanları ve müzeleri, mimari yerleri, sanatsal galerileri, festivalleri, heykelleri, müzik ve dans etkinliklerini, tiyatro gösterilerini, dini festivalleri izlemeyi ve katılmayı" amaçladıklarını ifade etmiştir (Uygur ve Baykan, 2007, 5). Festivaller ve etkinlikler sosyal etkileşim ve ilişkileri geliştirmek için bir dizi fırsat sağlamakta (Organ vd., 2015) ve böylece sakinlerin refahını ve yaşam kalitesini iyileştirmede olası eşsiz bir rol oynamaktadır (Yolal vd., 2016, 2).

Artvin kentinde hem yerel hem de uluslararası katılımı çok sayıda festival düzenlenmektedir. Her yıl Temmuz ayının 1. haftası düzenlenen Kafkasör Kültür, Turizm ve Sanat Festivali (Merkez), Temmuz ayının 2. haftasında Hopa Kültür, Sanat ve Deniz Festivali (Hopa), Temmuz ayının son hafta sonu Sahara Pancarcı Şenliği (Şavşat), Ağustos ayının 1. hafta sonu Meydancık Gevrek Festivali (Şavşat), Ağustos ayının 2. pazar günü Kafkas Arı ve Bal Festivali, Ağustos ayının 3. haftası Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali (Arhavi), ve Şubat ayının son haftası Karüstü Karakucak Güreşleri düzenlenmektedir. Bu festivaller hem yerel ekonomiye katkı sağlamakta hem de kültürlerarası etkileşimi sağlamaktadır. Ayrıca Arhavi'de yer alan Çifte Köprüler her yıl çok sayıda turist tarafından ziyaret edilmektedir.



Sevinç ve Azgün (2012, 19) inanç turizmini; “insanların dini amaç ve görevlerini gerçekleştirmek ve çeşitli dinler için önemli olan inanç merkezlerini görmek amacıyla gerçekleştirdikleri turizm şekli” olarak ifade etmişlerdir.

Kent inanç turizmi açısından değerlendirilebilecek çok sayıda turizm değeri barındırmaktadır. 1757 yılında inşa edilmiş Ortacalar Merkez Camii (Arhavi), Muratlı Camisi (Borçka), Esenköy Camisi (Murgul), Livane kalesi, Porta manastırı, Opiza manastırı (Merkez), Gevhernik Kalesi, Yeni Rabat Kilisesi (Ardanuç), Şavşat Kalesi, Cevizli/Tibeti Kilisesi, Kocabey Camii ve Köprülü Kilisesi (Şavşat), Demirkent Camii, Barhal Kilisesi, İshan Kilisesi, Dolishane kilisesi, Dört Kilise Manastırı (Yusufeli) (Turizm Bakanlığı, 2002, 382-386) turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Ayrıca İbriga şapeli, Ferhatlı Kalesi, İskenderpaşa Camii gibi kültürel değerlerde bu turizm çeşidi için potansiyel arz etmektedir.

3.2.4. Kamp-Karavan Turizmi

İstenilen yerde konaklama olasıları sunan kamp-karavan turizmi için Artvin kenti deniz kıyısı, göl kenarı, orman içi ve nehir kenarı gibi farklı mekanlar sunmaktadır.

Kemalpaşa plajı, Borçka Karagöl, Kafkasör Orman İçi Dinlenme Yeri, Hatila Vadisi (Merkez), Karagöl-Sahara Milli Parkı (Şavşat), Kaçkar Turizm Merkezi ve Çevreli Köyü (Yusufeli) (Turizm Bakanlığı, 2002, 394) kamp-karavan turizmi için ziyaretçilerine fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca Hopa plajı ve çevresi kamp turizmi için kullanıcılarına fırsatlar sunmaktadır.

3.2.5. Flora Turizmi

Zengin biyoçeşitliliğe sahip Artvin kentinde doğa yürüyüşlerinde farklı özellikleri (çiçek, yaprak, tohum, gövde kabuğu vb.) ile dikkat çeken bitkileri görmek ve fotoğraflamak olasıdır. Zengin florası ile Camili Efeler-Gorgit Tabiatı Koruma Alanları (Borçka), Karagöl-Sahara Milli Parkı (Şavşat), Kafkasör Turizm Merkezi (Merkez), Altıparmak Tabiat Parkı (Yusufeli) özellikle sonbahar mevsiminde renk cümbüşünün gözlemlenebileceği Borçka Karagöl Tabiat Parkı (Borçka), endemik türlere ev sahipliği yapan Hatila Vadisi Milli Parkı ve böcek yiyen bitkilerin görülebildiği Karagöl (Murgul) flora turizmi açısından potansiyel arz eden ve turistlerin dikkatini çeken destinasyonlardır.

3.2.6. Akarsu Turizmi

Akarsu turizmi deyince akla kano, rafting gibi su sporları gelmektedir. Rafting denildiğinde ise ilk akla gelen nehir Artvin kentinin kimlik değerlerinden biri olan Çoruh nehridir.

Kentte akarsu turizmi bağlamında zorluk dereceleri farklı olan Barhal çayı (Turizm Bakanlığı, 2002, 390) ve Çoruh nehri üzerinde rafting ve bu nehir üzerinde kurulan Borçka ve Muratlı barajları sonucu oluşan göller üzerinde ise kano sporu yapılabilmektedir. Rafting sporu için Haziran-Ekim ayları arasında yerel ve yabancı tursitlerin oluşturduğu yoğun bir kullanım söz konusudur.

3.2.7. Yavaş Turizm

Ünal (2016, 15) “son yıllarda insanların büyük otellerde veya doğal olmayan ortamlarda tatil yapma yerine; daha doğal besinler tüketerek, daha doğal ortamlarda ve oldukça sakin yaşayarak dinlenme isteklerinin öne çıkması”, yavaş şehirleri ve yavaş turizmi ortaya çıkardığını ifade etmiştir. Türkiye’de 11 adet sakin şehir mevcuttur. Bu 11 sakin şehirden bir tanesi de Artvin’in Şavşat ilçesidir. Eşsiz bir coğrafyaya sahip Şavşat ilçesi 2015 yılında sakin şehir ünvanını almıştır. Geleneksel ürünleri ve geleneksel mimariyi yansıtan Şavşat evleriyle ilçe hem yerel hem de yabancı turistleri çekmektedir. Yine anket çalışmasına katılan uzmanların da önerdiği gibi Ardanuç ilçesi de farklı topoğrafik yapısı ve sakin ortamı ile yavaş turizm potansiyeli sunmaktadır.

3.2.8. Çay Turizmi- Agro-Turizm

Li (2007), çay kültür turizmini; turistlerin çay yetiştiriciliği yapılan kırsal alanlardaki doğal ekosistemin ve otantik geleneklerin deneyimlemesi, tadını çıkarması ve eğitim alması eylemi olarak tanımlamıştır (Cheng vd., 2012, 29). Doğu Karadeniz bölgesinin önemli geçim kaynaklarından birini çay oluşturmaktadır. Çay üretiminde bölgenin 3. sırada yer alan Artvin kentinin Kemalpaşa, Hopa, Arhavi ve Borçka ilçelerinde çay üreticiliği yapılmaktadır. Çay ve topoğrafyanın ortaya koyduğu manzaralar turizm açısından potansiyel oluşturmaktadır. Ayrıca agro-turizm bağlamında kentte portakal-mandalina (Kemalpaşa, Hopa ve Arhavi) ve zeytin (Yusufeli) yetiştirilmektedir. Bu ürünler yerel halkın geçim kaynaklarından bazılarıdır ve agro-turizm açısından potansiyel oluşturmaktadır.

3.2.9. Kıyı Turizmi

Kıyıları yüzme, manzara seyri, olta balıkçılığı, tekne gezintisi gibi farklı rekreasyonel olanaklar sağlayan ve bireylerin tatil için tercih ettiği mekânlardır. Artvin kentinin 3 ilçesi kıyı bandında yer almaktadır. Gün batımının izlenebildiği Kopmuş (Hopa), Kemalpaşa ve Kıyıcık (Arhavi) plajları



ziyaretçilerine yeşil ve mavinin birlikteliğinin ortaya çıkardığı eşsiz manzaralar sunmaktadır. Bu plajlar hem yerel hem de yabancı tursitler tarafından tercih edilen ve doluluk oranı yüksek alanlardır.

Ayrıca her üç ilçede kıyı bandında, Ortacalar Deresi; Camili-Macahel Deresi (Arhavi), Hatila Deresi (Merkez) ve Barhal çayı (Yusufeli) (Turizm Bakanlığı, 2002, 395) üzerinde sportif olta balıkçılığı yapılabilmektedir.

3.2.10. Gastronomi Turizmi

Kentte farklı kültürel yapıya sahip insanlar (Gürcü, Laz, Hemsin) yaşamaktadır ve bu kente gastronomi turizmi ve gelenek ve görenekler anlamında bir zenginlik katmaktadır. Laz böreği, kuymak, lor çorbası, farklı lahana yemekleri, mısır ekmeği, çılıbr, hamsili pilav gibi farklı tatlar yöresel yemekler arasındadır ve bu tatlar gastronomi turizmi açısından potansiyel sunmaktadır. Tüm ilçelerde bal üretimi yapılmaktadır. Ayrıca Artvin döneri de yöre mutfağında önemli bir yere sahiptir. Bu değerler kente gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyel arz etmektedir.

3.2.11. Kış Sporları Turizmi

Yılın belli bir döneminde gerçekleştirilen kayak, konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gibi aktiviteleri içeren kış turizmi bağlamında kentte değerlendirilen tek yer Atabarı Kayak Merkezi (Merkez) dir. Yeşil ve beyazın ahenginin gözlemlenebildiği kayak merkezine hem ilçelerden hem de il dışından ziyaretçiler gelmektedir. Ayrıca anket çalışmasına katılan uzmanların potansiyel arz ettiğini ifade ettiği Şavşat ilçesine bağlı Veliköy'de kar güreşleri düzenlenmektedir. Bu kar güreşleride kış turizmi açısından potansiyel arz etmektedir.

3.2.12. Kuş gözlemciliği

Kuş göç yolu üzerinde yer alan Artvin kenti, göç zamanında ziyaretçilerine eşsiz manzaralar sunmaktadır.

Artvin kenti Doğu Karadeniz Dağları Önemli Kuş Alanları (ÖKA) içerisinde yer almaktadır. Özellikle çoruh vadisi ve çevresinde, sakallı akbaba, kızıl akbaba, kara akbaba, huş tavuğu (tüm Türkiye popülasyonu bu ÖKA içinde bulunur) ve ürkeklik türleri görülebilir. Hopa, Murgul, Borçka ve Artvin'in yüksek tepeleri kuş göç yolu üzerinde bulunması nedeniyle Mart- Kasım ayları arasında (Turizm Bakanlığı, 2002, 396) kuş gözlemciliği yapılabilmektedir. Ayrıca Cankurtaran geçidi mevki ve Çoruh vadisi boyu da kuş meraklıları için potansiyel gözleme alanlarıdır.

Turizm faaliyetlerinin 12 ay boyunca gerçekleştirilebileceği Artvin kenti alternatif turizmde marka olabilecek bir potansiyele sahiptir ve kente gelen turistlerin aynı ay içerisinde birden fazla turizm aktivitesine katılmasına ve böylece kentte daha uzun süre konaklamasına imkân tanımaktadır. Örneğin; haziran ayında kente gelen bir turist, kış sporları turizm aktiviteleri dışında kentin sunduğu tüm turizm aktivitelerini farklı ilçelerde deneyimleyebilir (Tablo 1). Bu durum kentteki tüm ilçelerin turizm gelirinden pay almasına katkı sağlamaktadır.

Tablo 1. Artvin kentinde aylara göre gerçekleştirilebilecek alternatif turizm çeşitleri

		AYLAR											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ	Yayla Turizmi												
	Kıyı Turizmi												
	Kültür-İnanç Turizmi												
	Doğa-Temelli Turizm												
	Flora Turizmi												
	Kış Sporları Turizmi												
	Kamp-Karavan Turizmi												
	Akarsu Turizmi												
	Gastronomi Turizmi												
	Yavaş Turizm												
	Çay Turizmi/Agro-Turizm												
	Kuş gözlemciliği												

4. SONUÇ

Artvin kenti; zengin biyoçeşitliliği, yeşilin her tonuna sahip ormanları, karagölleri, tarihi yapıları, coşkulu dereleri ve dağları ile doğal bir park görünümündedir.

Çalışmada yapılan anket çalışmasından elde edilen verilerde anket çalışmasına katılan bireylerin tümünün kentteki turizm aktivitelerine katıldığı ve turizm alanlarında tercih ettikleri aktivitelerin öncelikli olarak yürüyüş, fotoğraf çekmek piknik yapmak olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kentin alternatif turizm potansiyelinin yüksek olduğu ve 12 farklı turizm çeşidi için potansiyel arz ettiği de görülmüştür. Bu noktada



Artvin kentinin alternatif turizm açısından farklı imkânlar sunan alternatifsiz bir turizm kenti olduğunu söyleyebiliriz.

Kentin sahip olduğu bu turizm değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için planlama önerileri aşağıdaki gibidir:

Kentteki birçok turizm değeri bilinmemektedir. Bilinmek tanıtımla sağlanabilmektedir. Alternatif turizm açısından zengin kaynaklara sahip kentteki alanların bir kısmı gerekli turizm yatırımının ve yeterli tanıtım yapılmaması nedeniyle gelişme gösterememiştir. Kitle iletişim araçları kullanılarak bu turizm değerleri hakkında yeterli tanıtımlar yapılmalıdır. Ayrıca tur şirketleri ile de görüşülerek ziyaretçilerin paylaştıkları fotoğraflarda alanları etiketlemeleri istenerek tanıtıma katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Turizm alanlarının uzun vadede çekiciliklerini kaybetmemeleri için de öncelikle taşıma kapasiteleri hesaplanmalıdır.

Ulaşım ve konaklama konularında yeterli hizmet servislerinin sağlanması konusunda planlamalar yapılmalıdır.

Doğa-temelli turizm, flora turizmi ve kamp-karavan turizmi kapsamında giriş noktaları oluşturulmalı, farklı trekking güzergahlarını, bitkilerin gözlemlenebileceği noktaları ve konaklanabilecek noktalarını gösteren haritalar hazırlanmalıdır.

Yayla turizmi kapsamında konaklama ve hizmet hususunda öncelikle yerel halka pansiyonculuk ve rehberlik eğitimi verilmelidir. Maalesef yaylalarımızın geleneksel mimarisinin yerini betonarme yapılar almaktadır. Bu konuda geleneksel mimarinin korunması için yeterli teşvik ve yatırımların yapılması önem arz etmektedir.

Kültür/inanç turizmi kapsamında kültürel değerlerimizin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik planlamalar yapılmalı, yerel halka rehberlik eğitimi verilmelidir. Ayrıca kentte düzenlenen festivallere ilişkin tanıtım posterleri ve broşürler hazırlanmalıdır.

Akarsu turizmi kapsamında rafting ve kano eğitimleri verilmeli ve yarışlar, festivaller düzenlenmelidir.

Yavaş turizm kapsamında bu turizm çeşidini sağlayan tüm değerler korunmalı ve sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Yerel halk bu konuda teşvik edilmelidir.

Çay turizmi kapsamında turistlerin çay toplayabilecekleri, ayıklayabilecekleri, çayın nasıl işlendiğini gözlemleyebildikleri fabrikaları gezebilmeleri ve en sonunda ortaya çıkan ürünü tadabilecekleri mekanların planlanması gerekmektedir. Ayrıca Çay festivalleri düzenlenmelidir. Yine agro-turizme ilişkin katılımcı yaklaşımlı planlamalar yapılarak bu alanlara turist çekerek ekonomik anlamda katkı sağlanabilecektir.

Kıyı turizmi kapsamında yöre mimarisine uygun butik otellerin planlanması gerekmektedir. Aynı zamanda plajlarda turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak tesisler planlanmalıdır.

Gastronomi turizmi kapsamında yöresel tatların sunumu konusunda yöre halkının eğitilmesi ve teşvik edilmesi gerekmektedir ve festivaller düzenlenmelidir.

Kış sporları turizmi kapsamında kar festivalleri planlanmalıdır.

Kuş gözlemciliği kapsamında meraklıları için gözlem yapılabilecek mekanlar planlanmalı ve görülebilecek kuşlara ilişkin broşürler hazırlanmalıdır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te Artvin kentinin de yer aldığı koridorun yayla koridoru olarak geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ancak anket çalışmasından da elde edilen verilerde görüldüğü üzere kentin farklı turizm koridorlarına da hizmet etme ve alternatif turizm marka kent olma potansiyeline sahip olduğu görülmüştür. Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te hedeflere doğru 7 adet turizm gelişim koridoru belirlenmiştir. Çalışmada kentteki ilçelerin bu tematik turizm gelişim koridorları doğrultusunda değerlendirilmesine yönelik planlama önerileri aşağıdaki gibidir:

Kıyı turizmi potansiyeli yüksek olarak belirlenen Kemalpaşa, Hopa ve Arhavi ilçelerinin kıyı koridoru kapsamında; kış sporları açısından potansiyel arz eden kış koridoru kapsamında; inanç turizmi açısından sahip olduğu kültürel turizm değerleri açısından potansiyel arz eden Şavşat, Yusufeli, Ardanuç, Merkez ve Borçka ilçelerinin inanç turizmi koridoru kapsamında; özgün peyzajlara sahip yaylalarıyla Şavşat, Yusufeli, Borçka ilçeleri yayla koridoru kapsamında geliştirilmeli, planlanmalı ve uygulamalar hedefler doğrultusunda gerçekleştirilmelidir. Ayrıca kentte planlanan baraj yapım çalışmaları sonucunda Yusufeli ilçesinde su altında kalacak olan ve mevcut zeytinliklerin koruma altına alınarak zeytin koridoru kapsamında geliştirilmelidir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nin en önemli geçim kaynaklarından biri de çaydır. Bu tematik turizm gelişim koridorlarına ilaveten kentte bir 'Çay Koridoru' planlanmalıdır.



Bu planlamaların ve hedeflerin gerçekleştirilmesi sonucu hem kentteki turizm değerlerinin sürdürülebilirliği sağlanacak hem de öncelikle bölge ekonomisine sonrasında ise ülke ekonomisine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdeniz, Fatma ve Bakır Sert, Hacer (2018). Alternatif Turizmin Parlayan Yıldızı; Oymapınar (Manavgat, Antalya, Türkiye). *Journal of Recreation and Tourism Research*, S 5(1), s. 71-78.
- Alaş, Betül (2009). Marka Kent Olmak-I. <http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/D-47CA-46B3/5.pdf>, Erişim Tarihi: 20.11.2011.
- Arriaza, Manuel., Canas-Ortega J.F., Canas-Adueno J. Antonia ve Ruiz-Aviles Pedro (2004). Assessing the Visual Quality of Rural Landscapes. *Landscape and Urban Planning*, S 69(1), s. 115-125.
- Arslaner, Ebru ve Erol, Günay (2017). Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, S 5(4), s. 422-438.
- Başpınar, Okan (2015). *Şehir Markalaşması ve Ankara Örneği*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Baykan, Saadet. (2014). *Alternatif Turizm Kaynaklarından Golf Turizmi ve Kongre Turizmi; Ülkemize Ekonomik Katkuları Açısından Karşılaştırılması: Antalya Örneği*. Basılmamış Uzmanlık Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Baytok Ahmet, Pelit Elbeyi ve Soybalı H. Hüseyin (2017). Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS-IV, s. 1-14.
- Becken, Susanne ve Carmignani, Fabrizio (2016). Does tourism lead to peace?. *Annals of Tourism Research*, S 61, s. 63-79.
- Cheng, Shaowen., Hu, Jing., Fox, Dorothy ve Zhang, Yuting (2012). Tea Tourism Development in Xinyang, China: Stakeholders' View. *Tourism Management Perspectives*, S 2-3, s. 28-34.
- Crompton, L. John (2004). *The Proximate Principle: The Impact of Parks, Open Space and Water Features on Residential Property Values and the Property Tax Base*. (İkinci Baskı), National Recreation and Park Association, Virginia: Ashburn.
- Çelik, Selahattin (2018). Alternatif Turizm, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S 11 (56), s. 193-204.
- Fredman, Peter., Wall Reinius, Sandra ve Lundberg, Christine (2009). *Turizm i natur. Definitioner, omfattning, statistik*. Turismforskningsinstitutet. (Rapport 23), Östersun: ETOUR, Mittuniversitetet.
- Henden Şolt, H. Burçin (2018). Zonguldak Ereğli Kent Markalaşması ve Kentsel İmaj Algısı. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, S 16, s. 128-144.
- Hidayati, Rini., Sudaryono, Wijono, Djoko ve Prayitno Budi (2016). Tourism development of historical riverbanks in Jatino Village. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, S 227, s. 650-655.
- Kaypak, Safak (2013). Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve "Marka Kentler". *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, S 14, (1), s. 335-355.
- Keller, K. Lane (2003). *Strategic Brand Management*. Pearson: Prentice Hall.
- Kim, S. Seongseop., Prideaux, Bruce ve Prideaux Jillian (2007). Using Tourism to Promote Peace on the Korean Peninsula. *Annals of Tourism Research*, S 34(2), s. 291-309.
- Lee, C-King ve Han, S-Yoel (2002). Estimating the Use And Preservation Values of National Parks' Tourism Resources Using A Contingent Valuation Method. *Tourism Management*, S 23(5), s. 531-540.
- Li, Weng (2007). Tea Cultural Tourism: A New Model of Cultural Eco-Tourism-Case Study on the Tea Cultural Eco-Tourism in Yunnan, *Academic Exploration*, 1: 137-140.
- Liang, Z-Xian ve Hui, T-Kee (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China. *Tourism Management*, S 57, s. 56-67.
- Liu, C. Juanita., Sheldon, J. Pauline ve Var, Turgut (1987). Resident Perception of the Environmental Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, S 14(1), s. 17-37.
- Margaryan, Lusine ve Stensland, Stian (2017). Sustainable by nature? The case of (non)adoption of eco-certification among the nature-based tourism companies in Scandinavia. *Journal of Cleaner Production*, S 162, s. 559-567.
- Mathieson, Alister ve Wall, Geoffrey (1982). *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. United Kingdom: Harlow, Longman.
- Oktayer, Nagihan., Susam, Nazan ve Çak, Murat (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: Elma Basım.
- Organ, Kate., Koenig-Lewis, Nicole., Palmer, Adrian ve Probert, Jane (2015). Festivals as Agents for Behaviour Change: A Study of Food Festival Engagement and Subsequent Food Choices. *Tourism Management*, S 48, s. 84-99.
- Oriade, Ade ve Evans, Mike (2011). Research Themes for Tourism. P. Robinson S. Heitmann, P. Dieke (Eds), *Sustainable and Alternative Tourism*, Cambridge: CABI s. 69-86.
- Peker, A. Esra (2006). *Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması ve Küresel Landmark*. Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Pektaş, Fatih (2018). The Effect of Lifestyle on the Demand for Alternative Tourism. *International Journal of Management Economics and Business*, S 14(1), s. 187-198.
- Prince, Solene ve Ioannides, Dimitri (2017). Contextualizing the Complexities of Managing Alternative Tourism at the Community-Level: A Case Study of A Nordic Eco-Village. *Tourism Management*, S 60, s. 348-356.
- Prentice, Richard (1993). Community-Driven Tourism Planning and Residents' Preferences. *Tourism Management*, S 14(3), s. 218-227.
- Richards, Greg (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. New York: Cabl Publishing.
- Rössler, Mechtild (2006). World heritage cultural landscapes: A UNESCO flagship programme 1992-2006. *Landscape Research*, S 31(4), s. 333-353.
- Saygın, Muhammet (2018). Marka Kent Stratejileri ve Anamur. (Çetinsöz, Cevdet ve Temiz, Gürkan Eds.), *Kentlerin Markalaşması, Marka Kentler ve Anamur*, Mersin: Özgür Kutu Karton Amb. Mat. Bas. Ve Yay. Gıda San. Ve Tic. Ltd., s. 22-35.
- Sevinç, Haktan ve Azgün, Sabri (2012). Bölgesel Kalkınma ve İnanç Turizmi Bağlamında Akdamar Kilisesi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, S 2 (2), s. 17-21.
- Sharpley, Richard ve Telfer J. David (2002). *Tourism and development: Concepts and Issues (Aspects of tourism, 5)*. Toronto: Channel View Publications.
- Sheng, Li ve Tsui, Yanming (2010). Foreign Investment in Tourism: The Case of Macao as A Small Tourism Economy. *Tourism Geographies*, S 12(2), s. 173-191.



- Smith, Melanie ve Ram, Yael (2017). Tourism, Landscapes and Cultural Ecosystem Services: A New Research Tool. *Tourism Recreation Research*, S 42(1), s. 113-119.
- Stausberg, Michael (2012). *Religion and Tourism: Crossroads, Destinations, and Encounters*. New York: Routledge.
- Turizm Bakanlığı: Türkiye'nin Turizm Değerleri (2002). Tanıtma Genel Müdürlüğü, Cilt 1, 524 s.
- United Nations World Tourism Organisation 2011. *Tourism Towards 2030: Global overview*. <http://estur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/unwto2030.pdf>. (Ziyaret tarihi:12.11.2013)
- United Nations World Tourism Organisation 2015. *Compendium of tourism statistics. Methodological notes*. http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/2015metho_notes_eng.pdf. (Erişim tarihi: 1.08.2015).
- Ünal, Çiğdem (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar 'Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm'. *Doğu Coğrafya Dergisi*, S 36, s. 13-28.
- Uygur Meydan, Selma ve Baykan, Eda (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S 2, s. 30-49.
- Weaver D. Bruce (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Oxford: Elsevier.
- Yalım, Funda (2017). Yavaş Şehir (Cittaslow) Hareketi Ekseninde Kent Markalaşması ve Kent İletişimi: Kırklareli "Vize" Yavaş Şehir Örneği. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S 6 (2), s. 1-28.
- Yeşiltaş, Murat., Çeken, Hüseyin., ve Öztürk, İlker (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S 2 (3), s. 250-269.
- Yolal, Medet., Gürsoy, Doğan., Uysal, Muzaffer., Kim, Hyelin., ve Karacaoğlu, Sila (2016). Impacts of Festivals and Events on Residents' Well-Being. *Annals of Tourism Research*, S 61, s. 1-18.