

**Doğu Karadeniz Bölgesinin Alternatif Turizm Olanakları :
Eko Turizm ve Pazarlanabilirliği**

Yard. Doç. Dr. Cavit Yavuz
KTÜ Ordu Meslek Yüksekokulu

Özet

Eko turizm planlı, doğaya ve çevreye saygılı bir turizm şekli olarak günümüzün ve geleceğin turizm şekli olarak tanımlanmaktadır. Yaşanılan nüfus artışları, çevre kirliliği, gürültü, sanayileşme gibi olumsuz nedenler insanları, boş zamanlarını daha sessiz, sakin ve doğa ile başbaşa kalabilecekleri yerler aramaya itmektedir. Bundan dolayı eko-turizme olan ilgi sürekli artmaktadır.

Bu çalışmada, dünyadaki turizm anlayışı ve turistik tüketim kalıplarında meydana gelen değişimler sonucu önemi artan, güncel bir turizm türü haline gelen eko turizm kavramı üzerinde durulmuş, bu açıdan çok şanslı bir konumda olan Doğu Karadeniz Bölgesinin eko turizm olanakları ve bu olanakların pazarlanabilirliği incelenmiştir. Ayrıca, bu çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesindeki alternatif turizm olanaklarından biri olan eko turizmin pazarlanmasında, mutlaka sivil toplum örgütlerinden yararlanılması gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar kelimeler: Doğu Karadeniz Bölgesi, eko turizm, pazarlama, sivil toplum örgütleri

Alternative Tourism Possibilities (Eco Tourism) of the Eastern Blacksea Region and its Marketability

Abstract

Ecotourism has a great potential of being a new kind of tourism in today and future due to its respect on planned, natural and developing areas. Because of some negative environmental reasons such as increasing population, air pollution, noise and industrialization, many people are tend to look for quieter and more peaceful places to spend their spare time with nature. For these reasons, popularities of ecotourism is getting increasing.

In this study, ecotourism, which has had an increasing importance and been a popular type of tourism, is given a lot of attention because of the changing tourism understanding in the world and in the tourism consumption forms. In this respect ecotourism possibilities of the Eastern Blacksea Region having attracting location are studied, and marketability of ecotourism in this region is analyzed. This study also emphasizes that NGO's (non-governmental organizations) have great role in the marketing of ecotourism one of the alternative tourism in the Blacksea region.

Key words: Eastern Blacksea Region, eco tourism, marketing, non-governmental organizations

Giriş

Dünyada meydana gelen ekonomik, siyasal, teknolojik değişimler ve gelişmeler, turizmde turistik tüketim anlayışı ve kalıplarında önemli dönüşümler sağlamıştır. Turizmde tüketim kalıplarında oluşan bu değişim ve gelişmeler, lüks turizm hareketlerine katılımı gitgide azaltmakta, bir nevi doyum noktasına gelen alışılmış turizm merkezlerinden yavaş yavaş uzaklaşma yönünde bir eğilimin gerçekleşmesini sağlamaktadır.

1960'lı yılların ortalarından itibaren dünyada ekonomi ve teknoloji alanındaki gelişmeler, eleştirel bir gözle incelenmeye başlanmıştır. Bu yıllarda, bahsedilen gelişmelere paralel olarak doğal çevrede meydana gelen değişimler, bu konularda hassas olan kişi ve grupları harekete geçirmiş ve ülkeleri yöneten iktidarların, çevrenin ve doğanın tahrip edilmemesi konusunda dikkatleri çekilmiştir. Böyle bir hareketin sonrasında, çevreye zarar vermeyen endüstriyel gelişme ve büyüme arayışları, baskı grupları, özellikle çevrecilerin eylemleriyle kamuoyuna mal edilmeye çalışılmıştır. Böyle bir düşünce tarzı, turizmde de gerçekleşmiş ve var olan "saldırgan turizm" çeşidinin yerine geçebilecek "alternatif turizm" arayışların gidilmiştir. Bu arayışların sonucu da turizmde sürdürülebilirlik anlayışı olmuştur. Genel bir tanımlama yapmak gerekirse; "sürdürülebilir turizm, turistlerin ve yerel halkın gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinden ödün verilmeden karşılanmasıdır". Sürdürülebilir turizm, çevre değerleri, toplum ve kültürün gelişen turizmin kurbanı değil, bu gelişmeden faydalananlar olarak yürütüldüğü ve yönetildiği bir üretim biçimidir (Kahraman, Türkay, 2004: 8).

Bu anlayışın esası; turizme kaynak oluşturan bölgesel veya yerel, kültürel ve doğal değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliklerinin devam ettirilmesinin sağlanmasıdır. Sürdürülebilir kalkınmanın, çevresel değerler üzerinde olumsuz bir etkiye sebebiyet vermeden, ekonomik kalkınmanın devamının sağlanmasını göz önünde tutarak, sürdürülebilir turizm; turizm sektörünü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz şartlarda etkilemeden, turizm potansiyelinin ve turizm ürünlerinin kalitesinin artırılması olarak tanımlanabilir (Akış, 1998: 36-46). Turizm alanının yaşamını devam ettirme koşulları dikkate alındığında ise sürdürülebilir turizm; turistik alanların daha yeni keşfedilmemiş başka turistik alanlarla rekabet edebilir olması, yeni müşterileri de tekrar gelenler kadar cezbetmesi, kültürel mirası koruması ve çevre ile uyumlu olması şeklinde tanımlanabilir (WTO, 1998).

Sürdürülebilir turizmin amacı; turizm olayını çevreye, topluma, tarihsel, doğal ve kültürel varlıklara zarar vermeden, bölge ekonomisine ve toplumsal yaşantıya sürekli katkıda bulunacak biçimde geliştirmektir. Sürdürülebilir turizmin özünde devingenlik ve etkinlik vardır. Eylem durumunda dinlenme vardır. (yürüyüş, trekking, rafting vb.) Bunun için doğa içine yayılmış az yoğunlukta doğaya ters düşmeyen yapılardan oluşan mekanların oluşturulması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm anlayışı doğrultusunda, kültür turizmi, kırsal turizm, termal turizm, eko turizm, turizm amaçlı sportif faaliyetler, golf turizmi gibi aşağıda gösterilen bir çok turizm çeşidi ortaya çıkmıştır.

Eko turizm	Alışveriş turizmi	Kongre-seminer-toplantı turizmi
Dağ turizmi	Sportif amaçlı turizm	Dinsel turizm (inanç turizmi)
Yürüyüş turizmi	Gençlik turizmi	Çamur banyosu turizmi
Yayla turizmi	Bitki inceleme	El sanatları turizmi
Mağara turizmi	Kuş gözlemciliği	Nehir turizmi (rafting)
Köy-çiftlik turizmi	Yeşil turizm	Fuar-festival-şenlikler
Golf turizmi	Özel ilgi turizmi	Tarih turizmi
Foto safari		

Sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde belirttiğimiz alternatif turizm çeşitlerinden özellikle doğayla iç içe olan eko turizm üzerinde durmaya çalışacağız.

Eko Turizm

Eko turizm kavramı, turizmde sürdürülebilirlik yaklaşımlarıyla gündeme gelmiştir. Turizm pazarında doğaya dayalı turizm çeşidi olarak tanımlanan eko turizm, sürdürülebilir kalkınmanın amacı olarak görülmektedir. Uluslararası eko turizm topluluğu eko turizmi şu şekilde tanımlamaktadır: “eko turizm çevreyi koruyan ve yerel halkın, refahını gözeten, doğal alanlara ve kültürel değerlere karşı duyarlı seyahattir.

Turizmciler 2000’li yılları “keşif yılları” olarak ilan ettiler. Günümüzde, popüler terim “eko turizm”, popüler yöreler ise el değmemiş, doğal egzotik bölgeler olmuştur. Buraları ziyaret etmek için ise iyi ve ahlaklı birer “eko turist” olmanın gereğine inanılmaktadır. Günümüzde turizmin ekolojik unsurları önem kazanmakta “eko turist” türü turist sayısı giderek artmaktadır. Doğal ve kültürler değerleri yüksek olan yöreler, sadece bulunduğu ülkeler için değil diğer ülkelerden bu yörelere gelen turistler içinde çekici nitelikler taşımaktadır (Ünal, 1996: 29).

Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, çevreyle, doğayla iç içe olan programların ağırlıkta olduğu turizm çeşitleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Farklı kültürleri ve doğal dokuları tanıma isteğiyle hareket eden insanların sayısı fazlalaşmaktadır. Doğayla başbaşa olmak ve doğayı gözlemlemek ile ilgili yapılan seyahatler, eko turizm denilen turizm çeşidi geliştirilmeden öncede vardı. Geçen yüzyıllarda yaban hayatı seyretmek, dağa tırmanma, kayak, avlanma, kanoculuk ve botla seyahat etmek gibi rekreasyonel faaliyetler yapılmaktaydı. Bunlar eko turizm kavramının ortaya çıkmasından çok önce yapılan faaliyetlerdir. Bu yüzden eko turizm kategorisi altında yapılan etkinliklerin yeni olmadığı görülmektedir (Kuşluvan, 1999: 61-71).

Eko turizm kavramı daha çok doğayla birlikte, doğaya dayalı etkinliklerin gerçekleştirildiği, kısmen de kitle turizminin geleneksel şekillerine karşı bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Orams, 1995: 3-8). Turizmciler, eko turizmden faydalananların sayısının artmasını, klasik tatil anlayışına bir tepki olarak, yalnız dinlenmek, güneşlenmek ve denize girmek yerine gittikleri ülkeyi doğası ve kültürü ile tanımak, insanları ile gerçek doğal yaşam ortamında birlikte yaşamayı arzu eden, kültür seviyesi yüksek turistler yarattığını ifade etmektedir.

Genel olarak eko turizm; birbirlerini tanıyan arkadaş ve ailelerden oluşan küçük gruplarla, rahat ulaşım araçları ile, zaman kısıtlaması olmadan, turistlerin gittiği yerlerde ve yörelerde, doğal ortamlarda, yerel yaşam biçimlerini bizzat yaşayarak tanınması, yeni bilgiler ve deneyimler kazanmalarına imkan tanımaktadır. Eko turizmde amaç, doğal alanların ve kırsal kesimlerin geleceğin turizm mekanları olarak turizmin zarar verici etkisinden korumak, günümüz turizminde turistlerin, çevresel sorunları olmayan ortamlarda, doğa içinde turistik faaliyetlere katılımlarının sağlanmasıdır (Doğaner, 1994: 94-106).

Bu anlayış doğrultusunda bundan sonra oluşacak turist profili; deniz-güneş-kum üçlemesinden uzak tesislerde temiz bir oda, iyi bir hizmet ve bunların başında bozulmamış temiz bir çevrede aktif bir tatil arzusu içinde olan insanlardan oluşacaktır. Turist profilinde ve tüketim anlayışında meydana gelen bu değişimler sonucu, doğal ve kültürel çevrenin korunarak kullanılmasını öngören “eko turizm” kavramı üzerinde daha fazla durulmaya başlanmıştır. Daha öncede ifade edildiği gibi, eko turizmi anlayışının esasını ekonomik yönden verimli, toplumsal açıdan sorumlu ve çevre-doğa bağlamında sorun yaratmayan

uygulamalar oluşturacaktır. Bu yeni eğilime sahip, yeni turist profilinin özellikleri, doğa ile barışık, çevreye saygılı tesislerde, temiz bir çevrede tatil geçirmek olacaktır.

Türkiye'ye gelen turistlerin seyahat güdüleriyle ilgili olarak yapılan bir araştırmada, Türkiye'yi ziyaret eden 459 yabancı turist ile yüz yüze yapılan ankette tatil yeri seçiminde; tabiatın korunduğu bir çevre isteği ile ilgili soruya %79, yerel geleneklerin bulunduğu bir çevre isteği ile ilgili soruya da %69 oranında cevaplar verilmiştir. Bu durumda bize turistleri eko turizme yönelimlerini açıkça göstermektedir (Kuşluvan, 1999: 61-71). Duyarlı ve eğitilmiş bir tüketici kitlesine hitap eden bu turizm şeklinde insanlar, tatillerini doğa ile birlikte, aktif, yeşilin, yaylaların, ormanların içinde değişik sportif aktiviteleri yaşayarak geçirmek istemektedirler. Bu insanlar çok lüks ve konforlu oteller aramamaktadır. Medeni bir insanın yaşayabileceği, ihtiyaçlarını giderebileceği, basit, doğayla barışık, doğayı tahrip etmeyen, temiz ve iyi hizmet veren tesisler aramaktadırlar. Bu onlar için yeterli olmaktadır. Çünkü asıl amaç doğayla iç içe olmak, doğayı yaşamaktır.

Görüldüğü gibi dünyadaki turist profilinde ve turistik tüketim kalıplarında bölgemiz lehine olacak şekilde değişim ve gelişmeler yaşanmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesinde eko turizmin gerçekleştirilebileceği, yaşanabileceği bir çok doğal alanlar ve kültürle değerler mevcuttur. Önemli olan, dünyada gelişen bu anlayış doğrultusunda bölgemizdeki bu potansiyelin harekete geçirilmesini sağlamak, pazarlayabilmektir. Doğu Karadeniz Bölgesinde eko turizmi içerisinde değerlendirilebilecek alternatif turizm olanaklarından bazıları şunlar olabilir. Ama daha önce eko turizmin içerisinde de düşünebileceğimiz ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm merkezi ilan edilen özellikle yaylaların yoğun olduğu yerleri bir tablo şeklinde gösterelim (Özyaba, 2000: 25):

Tablo 1. Bakanlar Kurulunca turizm merkezi ilan edilen yerler

Turizm Merkezi Adı	Bağlı Olduğu İl	Turizm Merkezi İlan Edilme Tarihi
Kaçkar (Ayder) Turizm Merkezi	Rize - Artvin	20.05.1991
Kafkasör Turizm Merkezi	Artvin	20.05.1991
Anzer Turizm Merkezi	Rize	20.05.1991
Zigana Turizm Merkezi	Gümüşhane	20.05.1991
Uzungöl Turizm Merkezi	Trabzon	05.03.1990
Tonya Erikbeli Turizm Mer.	Trabzon	05.03.1990
Akçaabat Karadağ Tur. Mer.	Trabzon	05.03.1990
Maçka Şolma Turizm Mer.	Trabzon	20.05.1991
Araklı Pazarcık Yaylası T.M	Trabzon	20.09.1991
Kümbet Yaylası Turizm Mer.	Giresun	10.05.1991
Bektaş Yaylası Turizm Mer.	Giresun	05.03.1991
Yavuzkemaal Yaylası T.Mer.	Giresun	20.09.1991
Çambaşı Yaylası Turizm Mer.	Ordu	20.05.1991
Akkuş-Argın Yaylası T. Mer	Ordu	20.09.1991
Keyfalan Yaylası Turizm Mer	Ordu	20.09.1991
Perşembe Yaylası Tur. Mer.	Ordu	20.09.1991
Yeşilce-Topçam Yaylaları Turizm Merkezi	Ordu	11.01.1998
Araklı-Yeşilyurt-Yalçıntaş Yaylası Turizm Merkezi	Trabzon	11.01.1998

Yayla niteliğinde olup turizm merkezi olarak ilan edilen yerleri bir çoğu Doğu Karadeniz Bölgesindedir. Türkiye'de yayla niteliğinde olup turizm merkezi ilan edilen yerlerin toplam sayısı 26 adettir. Bunlardan 23'ü Karadeniz Bölgesinde, biri Ege, biri

Akdeniz bir diğeri de Güneydoğu Anadolu Bölgesindedir. Karadeniz Bölgesinde bulunan 23 yayladan 18 tanesi yukarıda tabloda gösterildiği gibi Doğu Karadeniz Bölgesindedir.

Turizm merkezi olarak ilan edilen yerlerden başka bölgemizde çok fazla sayıda yayla bulunmaktadır. Bu yaylalar 200 metre yükseklikten başlayıp çok zengin doğal görünümlere ve peyzaj özelliklere sahip yerlerdir (Özyaba, 2000: 24).

Bu bölgenin doğusundan Kaçkar turizm merkezi ve yaylalarından batıdaki Perşembe yaylası ve turizm merkezine kadar olan alanlarda eko turizm içerisinde düşünülebilecek, avcılık, yürüyüş, dağcılık, foto safari, jeep safari, botanik turizmi, vosvos safari, bilimsel doğa araştırmaları, kuş gözlemciliği, bir çok kültürel etkinlikler ve benzeri rekreasyonel faaliyetler gerçekleştirilebilmektedir. Yine bu alanda, güzel manzaraları, yeşilin her tonunu, alışılmamış bitki örtüsünü, doğal yaşamı, mağaraları, çevrenin folklorik özelliklerini görmek ve yaşamak ayrıca su sporlarını yapabilmek mümkündür.

JICA (Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı) ve DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) işbirliğiyle gerçekleştirilen DOKAP (Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı) projesi çerçevesinde geliştirilen nihai raporlarda, DOKAP Bölgesindeki eko turizm amaçlı kaynakların olduğu görülür (DPT-JICA, 2000).

Tablo 2a. DOKAP Bölgesindeki turizm kaynaklarının envanteri

	Artvin	Giresun	Gümüşhane	Rize
Arkeoloji-Tarih	İshan/ Barhal Yusufeli	Giresun kalesi Tirebolu Kalesi Andoz Kalesi Espiye Kalesi Şebinhisar Kalesi Kaya Kilise Bedrama Kalesi	İmerd Manastırı	Zil Kalesi Bala Kalesi Rize Kalesi
Kültür/Yerel Yaşam Tarzı	Kafkasör Festivali (boğa güreşleri)	Aksu Sanat Fest. Bal Festivali	Kuşburnu Şurubu Kadırga Festivali	Çay ekimi Anzer (Bal)
Yayla Turizmi	Kocabey Veliköy Şavşat	Bektaş Kümbet Kulakkaya	Zigana	Ayder Ayder (Kaplıca)
Doğa/Manzara/ Flora ve Fauna	Hatilla Milli Prarkı Karagöl/ Sahara Milli Parkı		Karaca Mağarası Artabel Gölleri, Torul Tomara Şelalesi Ulaköy Kürtün	Kaçkar Dağları Çamlı hemşin
Spor/Macera	Çoruh Nehri (rafting)	Kar ve çim kayağı	Zigana (kayak)	Kaçkar tırmanma trekking Fırtına (kano) İkizdere (planörle uçuş)

Kaynak: Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı, Nihai Rapor, Cilt III: Ekonomik Sektörler, Ağustos 2000.

Tablo 2b. DOKAP Bölgesindeki turizm kaynaklarının envanteri

	Ordu	Trabzon	Bayburt
Arkeoloji-Tarih	Fatsa Kalesi Yeşilgeçit Kalesi Faldaça Kalesi Arıkmusa Yeri Eriçok Tepesi Kaleköy Kalesi İkizce Kalesi	Sümela Ayasofya Boztepe Atatürk Köşkü Ortahisar	Bayburt Kalesi Akşar Tepesi Aydıntepe (yer altı şehri)
Kültür/Yerel Yaşam Tarzı	Fındık Festivali Fındık Fabrikaları	Akçaabat Uzungöl	
Yayla Turizmi	Çambaşı Keyfalan	Hamsiköy Hıdırnebi	
Doğa/Manzara/Flora ve Fauna	Kurul kayası	Altındere Milli Parkı Uzungöl Akçaabat Araklı	Ammonikito Rosso Fosilleri
Spor/Macera			

Kaynak: Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı, Nihai Rapor, Cilt III: Ekonomik Sektörler, Ağustos 2000.

Yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi, Doğu Karadeniz Bölgesi, eko turizm imkanları açısından çok zengin özelliğe sahip bir bölgedir. Hatta bu tabloda olmayan bir çok önemli yerler vardır. Maalesef bu yönden tablo eksik hazırlanmıştır. Örneğin Ordu ilinde bir Yason Kilisesi, inanç turizmi açısından çok önemli bir merkezdir. Yine Ordu ilindeki Boztepe mesire yeri çok güzel bir yer olup, Ordu'nun doğal simgesidir. Boztepe, Ordu'ya hakim durumdadır. Zirveden bütün şehir ve etrafındaki dağlar, en uzak noktalarına kadar denizle birlikte çok güzel panoroma oluşturur. Burada eko turizm anlayışına uygun yamaç paraşütü etkinliği gerçekleştirilebilir. Tablodan farklı olarak ayrıca, bu bölgede kültürel yaşam biçimlerini ve yeşilin her tonunu görebilmek bu bölgeye ayrı bir güzellik ve zenginlik katmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesindeki Eko Turizm Olanaklarının Pazarlanması

Genel olarak Türkiye turizminin en büyük sorunlarından biri ülkedeki çok önemli turistik değerlerin pazarlama yetersizliğidir. Bu durum maalesef, Doğu Karadeniz Bölgesi için de geçerli olmaktadır. Sahip olduğumuz bu kadar güzel ve çok önemli, tarihi ve kültürel değerleri pazarlamakta sıkıntılar çekiyoruz her zaman. Tabi ki, pazarlamayı bir bütün olarak düşünmeliyiz, turizm sektörü dışındaki diğer aktörlerinde buna olumlu yada olumsuz katkıları olmaktadır. Örneğin, ülke dış politikalarında verilecek yanlış kararlar, ülke turizmini olumsuz etkileyebilecektir. Tersine yapılan olumlu çabalar da artı katkılar sağlayacaktır. Ayrıca pazarlama çalışmalarına, bu sektörden faydalanan herkesin katkıda bulunması gerekecektir. Turizimden dolayı veya doğrudan etkilenen bir çok sektör ve kişi vardır. Bunların hepsinin bir şekilde bu işin içinde olması gerekir. Sadece devlet erkinden bir şey beklemek, yada sadece sektörün aktörlerinden bunu beklemek çok yanlıştır. Belki sektörle direkt hiç ilgisi olmayan ama dolaylı olarak faydalar sağlayan, sıradan bir vatandaştan tutun, sektör elamanları, meslek kuruluşları, kamu elemanları, üniversitelere ve sivil toplum inisiyatiflerine herkesin bu işin içinde olmasında fayda vardır.

Dünyadaki turizm konseptinde görülen gelişmeler, ülkemiz lehine ve özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi lehine olumlu açılımlar sağlamaktadır. Bu değişen turizm anlayışı ve turist profili, eko turizm açısından zengin özelliklere ve değerlere sahip bu bölgemizi avantajlı kılmaktadır.

İşte bundan sonra yapılacak olan, bu yöredeki insanlara turizm bilincinin verilmesi, yöredeki eko turizm olanaklarının değerlendirilmesine yönelik, bilinçli bir pazarlama çabalarının gerçekleştirilmesidir.

Pazarlama kavramını, turizm pazarlaması kavramından farklı olarak düşündüğümüzde pazarlamayı şöyle tanımlayabiliriz; pazarlama, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek üzere üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilere ulaşması için yapılan çabaların tamamıdır (Yükselen, 2003: 4).

Pazarlama üretim öncesi başlamakta ve satış sonrası devam etmektedir. Pazarlama; ürün, hizmet, faaliyet, kişi, yer, örgüt ve fikirlerin değişim süreci aracılığıyla, istek ve gereksinimlerini belirlemeye, şekillendirmeye ve karşılamaya yönelik insan faaliyetleri bütünüdür (Baybars tek, 1991: 3).

Turizm pazarlaması ise pazarlama anlayışı ve tekniklerinin turizm alanında uygulanmasıdır. Tabii ki, turizm sektörü bir hizmet endüstrisidir. Bu açıdan bakıldığında turizm hizmetinin özelliği turizm pazarlamasını sanayi veya endüstri ürünlerinin pazarlamasından farklılaştırmaktadır (Rızaoğlu, 2004: 16). Turizm ürünü dışındaki ürünlerin pazarlanmasında ürünü tüketicinin bulunduğu yere götürülmesi gerekirken, turizm pazarında tüketici olarak değerlendirilen turisti, yani talebi turistik ürünün bulunduğu yere çekilmesi gerekir.

Anlaşılabileceği üzere bölgenin eko turizm olanakları oldukça fazla, orijinalliyi bozulmamış hala bakir yerlerdir. Tabii ki, öncelikle bu yerlerin sürdürülebilir özelliğinin devam ettirilmesi gerekir. Yani pazarlama çabaları gerçekleştirilirken, aynı zamanda bu alanları korumaya yönelik çalışmalarında yerine getirilmesi gerekir. Çünkü gelecekte turizm pazarlaması, doğal ve kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliği ve desteklenmesine dayalı turizm formlarına odaklanacaktır. Eğer turizm endüstrisi günümüzde bölgemizdeki gibi eşsiz çevresel değerlere bağlı olarak geliyecekse turist akışının devam edebilmesi için kaynakların korunması gereklidir. Sürdürülebilir turizm örneği olan eko turizmin bu bölgede istenilen seviyeye gelmesi, hedefe ulaşabilmesi için kamu/özel sektör otoriteleri, çevre örgütleri ve yerel bazdaki sivil toplum inisiyatiflerinin de katıldığı bütün destinasyon üyeleriyle bağlantılı bir planlama ve kalkınma stratejisi, tüm destinasyon üyelerinin bir arada hareket edebilme kabiliyetini arttıracığından pazarlama için olumlu bir gelişme yaratacaktır (Kahraman, Türkay, 2004: 92).

Bu bölgede sahip olunun eko turizm potansiyelinin pazarlanmasında öncelikli olarak çalışmalarından, seyahat acentelerinden ve tur operatörlerinden faydalanılmadığı, ancak esas vurgulamak istediğimiz bir konu da sivil toplum örgütlerinin bu potansiyelin pazarlanmasında etkili olabileceğidir. Dünyada son yıllarda gelişen popüler kavramlardan birisi de sivil toplum örgütleri dediğimiz özellikle bulunulan bölgedeki yerel halkın oluşturduğu sivil inisiyatif gruplarıdır. Sivil toplum kavramı batı toplumlarının gelişim sürecinin ve batı siyasal geleneğinin içinde doğup gelişmiştir. Batı toplumlarında sivil toplum kavramı, orta sınıfta kentsel yaşamda sağlanan bir takım sivil özgürlükler sonucunda ortaya çıkan, merkezi otoriteden bağımsız ve özerk kurumların şahsında gelişme imkanı bulan toplumsal bir alanı belirtir (Tosun, 2001: 31).

Bir başka tanıma göre sivil toplum kuruluşları, toplum yararına çalışan, demokrasinin gelişmesine katkıda bulunan, kar amacı gütmeyen devlet dışı kuruluşlardır (Erözden, 1998:3): Yurttaşların ortak bakış, ortak çıkar, ortak duyarlılık, ortak talep vb.

temelinde gönüllü olarak bir araya gelmesi durumuna, devletin hukuki, idari, üretici ve kültürel organlarının dışındaki alanda meydana getirdikleri dernek, vakıf, sivil girişim platformu, ilişki ağı ve benzerlerinden oluşan yapıya ve etkinliklere sivil toplum kuruluşları denilebilir (Uğur, 1998:69).

Dünyada gelişen eko turizm hareketleriyle birlikte, uluslararası platformlarda bu konularda uzmanlaşmış sivil toplum yapılanmalarının ve uzmanlaşmış tur operatörlerinin ortaya çıkmasına ve sayılarının hızla artmasına neden olmuştur. Bunların başında bazı uluslararası tur operatörlerinin inisiyatifi ile oluşturulan ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), BM Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından desteklenen, Fransa merkezli tur operatörleri inisiyatifi (Tour Operators Initiative) gelmektedir. Yine benzer biçimde, Dünya Yaban Hayatı Koruma Fonu (WWF) da ender kaynakların araştırılması ve kullanılarak korunması amacı ile faaliyet gösteren kuruluşların en güçlü ve en yaygın hizmet ve destek sağlayanlardandır (Cengiz, Tüfekçioğlu, 2004: 31).

Trabzon da; TÜRSAB Karadeniz Bölgesel Yürütme Kurulu Başkanlığı, Karadeniz Profesyonel Tur Rehberleri Derneği, Karadeniz Turizm Belgeli İşletmeciler Derneği (KATBİD), Tenis İhtisas ve Dağcılık Kulübü, Avcılar Derneği, Turizm ve Tanıtma Derneği, Çevre Koruma Vakfı, Müzik ve Halk Oyunları Derneği vb., Ordu ilinde; Ordu Sanatevi (ORSEV), Doğa Aktiviteleri Derneği, Ordu Doğal Çevreyi Koruma Derneği, Ordu Fotoğraf Sanatçıları Derneği (OFSAD), Kültür ve Sanat Sevenler Derneği, Kadınlarımız Fikir ve Kültür Derneği vb., Giresun da ise; Giresun Turizm ve Tanıtma Derneği, Giresun Kültür, Sanat ve Folklor Derneği (GİFSAD), Giresun Eğitim ve Kültür Vakfı gibi bir çok sivil toplum örgütü bulunmaktadır (Yavuz, 2003: 107).

Avrupa'nın turizm alanında gelişmiş ülkelerinde, turizm ürünlerinin pazarlanmasında resmi kurumların rolü oldukça azdır. Bunun yerine ülke turizm değerlerinin tanıtılması, pazarlanmasında ve diğer politikaların oluşturulmasında daha çok meslek kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Ülkemizde de son yıllarda sivil toplum örgütleri ve meslek kuruluşlarının ağırlığı artmaya başlamıştır. Antalya Kent Konseyi diye bir sivil toplum inisiyatifinin yapmış olduğu çalışmalarını örnek olarak gösterebiliriz. Bu çalışmalardan bir tanesi "Türkiye'nin kültür eğitimi kapsamlı yaz/kış turizmi Antalya pilot projesi çalışmaları" dır. Bu proje "eko turizm" başlığıyla, dünyada giderek önemi artan bu turizm potansiyelini değerlendirmek, yeni arayışlar içerisinde olan uluslararası turizm pazarına girebilmek konusunda geleneksel kültürümüzün zengin el sanatı ürünlerini, eğitim, üretim yoluyla turizme endekslemek ve bu uygulamayı, turistlere halkla birlikte yaşayarak sunmak amacıyla düşünülmüştür.

Proje kapsamında, uygulandığı çevreyi kesin bir biçimde güzelleştirmek, olumlu bir habitat yaratmak öncelikle amaçlanmıştır. Yaşamın tüm katmanlarında etkin olabilecek uygulamalarla, ailelere ve çevre esnafına kazanç kapısı açılırken, Türk aile yapısı ve gelenekleriyle zengin kültür yapısının turizm yoluyla dünyaya tanıtılabilmesi sağlanacaktır. Sivil toplum örgütlenmesinin ve demokrasi kültürünün henüz yeterli olgunluğa ulaşmamış olduğu ülkemizde, politikacıların tercihi, genellikle karar süreçlerini etkileme gücüne sahip olan toplum kesimlerince yönlendirilebilmektedir. Yerel halkın yaşam çevresine olan ilgisini, bilgisini ve onu biçimlendirme becerisini geliştirmekte kullanılacak en önemli araç ise planlama sürecinin kendisidir. Günümüzde eko-politika, demokratikleşme, yerelleşme gibi akımların beraberinde getirdiği önemli kavramlardan biri hiç kuşkusuz katılımlı planlamadır. Çeşitli ülkelerde yerel sivil toplum örgütlerinin, belediyelerin, üniversitelerin, plancıların ve çeşitli kesimlerden halk temsilcilerinin, aktif katılımıyla uygulanan katılımlı planlama tekniklerinde, uzmanların rolü, yaşam çevresinin biçimlenmesindeki kolektif

tercihleri, iş tutarlığı sağlanmış alternatif gelecek senaryoları biçiminde sunmak olmuştur (Özhan, 1999: 73-77).

Hükümetler ve özellikle sivil toplum örgütleri, turizm sektöründe kültürel ve doğal alanların mirası için işbirliği çabalarında bulunmalıdırlar (3). Böylece doğal kaynakların korunması sağlanarak, turizmde sürdürülebilir gelir elde edilmesine katkıda bulunmaktadır. Son dönemlerde, turizm politikalarının oluşumunda, sadece devletin değil ilgili sivil toplum örgütlerinin de etkisini görebilmemiz mümkündür. Gelişen dünya şartlarında turizm sektöründe ve aslında diğer tüm alanlarda, halkın içinden gelen sivil toplum inisiyatiflerinin karar mekanizmalarında rol aldığını görebilmekteyiz. Sivil toplum örgütleri artık meselelere sahip çıkmakta hatta bazı Avrupa ülkelerinde politikalar tamamen bu tür örgütler tarafından yönlendirilmektedir.

Dünyada ve Türkiye'deki gelişmeler bir çok alanda sivil toplum örgütlerinin etkin olabildiğini ve politikaları yönlendirebildiğini göstermektedir. Benzer durumu turizm alanında da görmek mümkündür. Gelişmiş ülkelerde kamuoyları çok önemlidir. Bu ülkeler, bir çok konuda politikalar oluştururken kamuoylarının sesini dinlemek zorundadırlar. Bu gerçekten hareketle, ülkemiz turizm değerlerinin ve Doğu Karadeniz Bölgesi eko turizm potansiyelinin pazarlanmasında mutlaka sivil toplum örgütlerinden faydalanılmalıdır. Doğu Karadeniz Bölgesindeki sivil toplum örgütleri aracılığıyla bölgenin sahip olduğu değerler bu ülkelerin kamuoylarına, sivil toplum örgütlerine anlatılmalı, sivil toplum örgütleriyle işbirliğine gidilmeli ve böylece o ülke kamuoyları nezdinde olumlu imaj oluşturulmalıdır. Bu amaçla kitle iletişim araçlarından ve çeşitli halkla ilişkiler tekniklerinden faydalanılmalıdır.

Bölgede bunu yapabilecek bir çok sivil toplum örgütü mevcuttur. Sivil toplum örgütlerinin bu alanda etkinliklerini artırmak için gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de Avrupa ülkelerindeki sivil toplum örgütlerine sağlanan devlet desteği verilmelidir.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, ülkemizde eko turizm olanakları açısından en zengin bölge olan Doğu Karadeniz Bölgesinin bu potansiyeli, sahip olduğu eşsiz doğa ve bu ortamdaki ekolojik yapısının bozulmasına izin verilmeden değerlendirilmesi yoluna gidilmelidir. Dünyadaki turizm konseptinde meydana gelen değişim ve gelişmeler bu turizm şeklinin hızla ilerlemesini mümkün kılacaktır. Doğu Karadeniz Bölgesinin bu gelişime uygun bir avantajı vardır ve bunun en iyi şekilde kullanmanın yollarının bulunması gerekir. Bu konuda biraz gecikilmişte olsa, hala bu durum iyi bir şekilde değerlendirilebilir. Önümüzdeki yıllarda, bölgeye çok sayıda turist gelmesine şaşırılmamalıdır. Buna hazırlıklı olunmalıdır.

Bunun için bu bölgedeki eko turizm olanaklarına ulaşılabilirliği daha kolaylaştırmaya yönelik çalışmalar yapılmalı, halk bu anlamda bilinçlendirilmelidir. Çünkü eko turizmde sahip olunan değerlerin korunmasının da gelecek için önemi büyüktür. Bu bölgede yapılacak üst yapı tesislerinin, konaklama, yiyecek-içecek ve benzeri tesislerin doğal yapıya uygun, doğaya ters düşmeyecek şekilde yapılması, ekolojik dengeyi bozacak bir yapılaşmaya gidilmemesi gereklidir.

Bütün bunlar yapıldıktan sonra elbette bu alanların tanıtımına-pazarlanmasına gidilmelidir. Bunu yaparken, yine dünyada gelişen konseptte uygun olarak sivil toplum inisiyatiflerinden yararlanmaya gidilmelidir. Özellikle bölgeye turist gönderen ülkelerde sivil toplum örgütleri aracılığıyla yapılacak tanıtım ve pazarlama faaliyetleri çok daha etkili olacaktır.

Gelişmiş ülkelerin kamuoylarında devlet kurumlarından çok, sivil toplum örgütlerinin ağırlıkları vardır. Bu gerçekten hareketle, Doğu Karadeniz Bölgesi eko turizm

olanaklarının değerlendirilmesinde, pazarlanmasına yönelik çabalarda mutlaka bölgedeki sivil toplum inisiyatiflerinden faydalanılmalıdır.

Son olarak pazarlama ve tanıtım çabaları veya turizm politikaları oluşturulurken, turizmin sahip olduğu çok yönlü karmaşık yapı nedeniyle, turizme taraf olan tüm kesimlerden faydalanılması gerektiği özellikle dikkate alınmalıdır. Bu çabalarda, kamu erkinin, ilgili sektörlerin, meslek kuruluşlarının, üniversitelerin, sivil toplum örgütlerinin ve hatta halkın işbirliği içinde olması gerekir. Dolayısıyla bölgedeki turizm olanaklarının değerlendirilmesinde harcanacak tüm çabalarda ilgili tüm tarafların yer alması faydalı ve etkili olacaktır.

Kaynaklar

- Akış, S. (Mart-Haziran 1999), "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", *Anatolia*, 10, 36-46
- Baybars Tek, Ö. L. (1991), *Pazarlama İlkeleri ve Uygulamalar*, İzmir, Memleket Matbaacılık
- Cengiz, F., Tüfekçioğlu, A. (2004), *Artvin İli Gelişme Raporu*, Artvin
- Doğaner, S. (1994), "Köyceğiz-Dalyan Çevresinde Eko Turizm", *Turizm Yıllığı 1994*, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası Yayını, 94-106
- DPT, JICA, (Ağustos 2000), *Doğu Karadeniz Bölgesi Gelişme Planı (DOKAP)*, Nihai Rapor, Ekonomik Sektörler, cilt III
- Erözden, O. (1998), "STK'lar ve Hukuki Çerçeve Yenilik Talepleri Üzerine Notlar", *Merhaba Sivil Toplum*, Der.: Taciser Ulaş, İstanbul, Helsinki Yurttaşlar Derneği Yayını
- Kahraman, N., Türkay, O. (2004), *Turizm ve Çevre*, Ankara, Detay Yayıncılık
- Kuşluvan, Z. (Mart 1999), "Eko Turizm Kavramına Yapısal Yaklaşım ve Türkiye Açısından bir Değerlendirme", *Turizmde Seçme Makaleler:31*, Turizm Geliştirme Vakfı Yayını, 48, 61-71
- Orams, M. B. (February 1995), "Towards a More Desirable form of Eco Tourism", *Tourisme Management*, Vol.:16, Number: 1, 3-8
- Özhan, L. (1999), "Yumuşak Turizm Özlemlerine Dair", 2000 Yılına Doğru Turizm Mimarlığı Paneli (Der.: Meral Korzay ve Perran Akan), Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 73-77
- Özyaba, M. (2000), *Doğu Karadeniz Bölgesi Yaylalarında Eko Turizm Olanaklarının Araştırılması ve Kentsel Bölgesel Ekonomiye olan Etkileri* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Trabzon
- Rızaoğlu, B. (2004), *Turizm Pazarlaması*, Ankara, Detay Yayınevi
- Tosun, G. E. (2001), *Demokratikleşme Perspektifinden Devlet Sivil Toplum İlişkisi (Türkiye örneği)*, İstanbul, Alfa Yayınları
- Uğur, A. (1998), "Yeni Demokrasinin Yeni Aktiviteleri", *Merhaba Sivil Toplum* (Der.: Taciser Ulaş), İstanbul, Helsinki Yurttaşlar Derneği Yayını
- Ünal, T. (1996), *Turizm Üzerine*, İstanbul, Şahinkaya Matbaacılık
- Yavuz, C. (2003), *Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesinde Halkla İlişkiler ve Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü (Karadeniz Bölgesi Örneği)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Konya
- Yükselen, C. (2003), *Pazarlama İlkeleri Yönetim*, Ankara, Detay Yayıncılık
- World Tourism Organisation, (1998), *Guide for Local Authorities in Developing Sustainable Tourism*, Madrid, World Tourism Organisation
- www.ecotourism.org/index2.php?what-is-ecotourism, 28.07.2005
- www.antalya.kent.konseyi.org.tr/ep.kultur.egitimi.html 2002
- www.cpechred.org/regtourism.html 2002