

T.C.

BİLECİK ŐEHY EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

**KENTSEL TURİZM ÇEKİCİLİKLERİNİN BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİNİN
ANALİZİ: TRABZON ŞEHİRİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE MERT

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. AYŞE OKUYUCU

BİLECİK, 2022

10392697

T.C.

BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

**KENTSEL TURİZM ÇEKİCİLİKLERİNİN BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİNİN
ANALİZİ: TRABZON ŞEHİRİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE MERT

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. AYŞE OKUYUCU

BİLECİK, 2022

10392697

BEYAN

“Kentsel Turizm Çekiciliklerinin Belirleyici Faktörlerinin Analizi: Trabzon Şehri Örneği” adlı yüksek lisans yeterlik tezimin projesinin hazırlık ve yazımı sırasında bilimsel araştırma ve etik kurallarına uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel kurallara uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin herhangi bir kısmının Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunulmadığımı, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Bu çalışmanın, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP), TÜBİTAK veya benzeri kuruluşlarca desteklenmesi durumunda; projenin ve destekleyen kurumun adı proje numarası ile birlikte, ETİK KURUL onayı alınması durumunda ise ETİKKURUL tarih karar ve sayı bilgilerinin beyan edilmesi gerekmektedir.			
DESTEK ALINMIŞTIR	<input type="checkbox"/>	DESTEK ALINMAMIŞTIR	<input checked="" type="checkbox"/>
Destek alındı ise;			
Destekleyen kurum;			
Desteğin Türü		Proje Numarası	
1- BAP (Bilimsel Araştırma Projesi)			
2- TÜBİTAK			
Diğer;.....			
ETİK KURUL onayı var ise;			
ETİK KURUL karar tarih/sayı:		24.02.2022/ E.79539	

Merve Mert

Tarih

.../.../...

İmza

ÖN SÖZ

Tez çalışma sürecimin başından sonuna kadar mesleki tecrübeleriyle bana yol gösteren ve beni destekleyen değerli hocam Doç. Dr. Ayşe OKUYUCU'ya katkı ve emeklerinden dolayı teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Tez savunma sınavımda jüri üyesi olarak yer alan ve tezin son haline gelmesine katkıda bulunan değerli hocalarım Prof. Dr. Erdal Karakaş ve Dr. Öğr. Üyesi Öznur Akgiş İlhan' a katkılarından dolayı teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Tez çalışmamın başından sonuna kadar bana destek olan arkadaşım doktora öğrencisi Raziye COŞKUN'a teşekkür ederim.

Son olarak öğrenim hayatım boyunca yanımda olan maddi ve manevi beni destekleyen değerli aileme çok teşekkür ederim.

Merve Mert

2022

ÖZET

KENTSEL TURİZM ÇEKİCİLİKLERİNİN BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİNİN ANALİZİ: TRABZON ŞEHİRİ ÖRNEĞİ

Son yıllarda değişen yaşam şartlarının etkisiyle insanların talep ve beklentilerinde değişmeye başlamıştır. Deniz, kum, güneş turizminin yerini alternatif turizm türleri almaya başlamıştır. Bu turizm türlerinden birisi de kent turizmidir. Kentler, içerisinde birçok farklı olanak barındırmaktadır. İnsanlara sunduğu bu olanaklar nedeniyle kentler zamanla turizm merkezleri haline gelmiştir. İnsanlar eğlenmek, alışveriş yapmak, tatil yapmak, spor müsabakalarını izlemek, kongrelere katılmak ve konserlere gitmek gibi amaçlarla kentleri ziyaret edebilmektedir. Bu çalışmada Türkiye'nin önemli şehirlerinden biri olan Trabzon, kent turizmi açısından ele alınmıştır. Bu çalışmanın temel amacı Trabzon şehrinde kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analizinin yapılmasıdır. Çalışma kapsamında Trabzon şehrindeki turizm çekicilikleri şematize edilerek en fazla ilgi çeken çekicilik unsurları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında turizm, kent turizmi ve turizm çekicilikleri konusunda literatür taraması yapılmıştır. Ardından alandaki turizm çekicilikleri belirlenerek irdelenmiştir. Daha sonra nicel araştırma yöntemi kapsamında Trabzon'u ziyaret eden 270 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS Statistics 21 programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, genel olarak çalışmanın sonunda kenti ziyaret eden ziyaretçilerin kentten memnun kaldıkları ve kenti tekrar ziyaret edecekleri anlaşılmaktadır. Fakat kentte eksikliklerin olduğu turizm alanında daha fazla geliştirilebileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kent Turizmi, Turizm Çekicilikleri, Trabzon.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE DETERMINANTS OF URBAN TOURISM ATTRACTIVENESS: THE CASE OF TRABZON CITY

In recent years, with the effect of changing living conditions, people's demands and expectations have begun to change. Sea, sand and sun tourism has started to be replaced by alternative tourism types. One of these types of tourism is urban tourism. Cities contain many different opportunities. Due to these opportunities offered to people, cities have become tourism centers over time. People can visit cities for purposes such as having fun, shopping, taking a vacation, watching sports competitions, attending congresses and going to concerts. In this study, Trabzon, one of the important cities of Turkey, is discussed in terms of urban tourism. The main purpose of this study is to analyze the determining factors of urban tourism attractions in the city of Trabzon. Within the scope of the study, the tourism attractions in the city of Trabzon has been schematized and the attraction elements that attracted the most attention has been tried to be determined. In the first stage of the research, a literature review was conducted on tourism, urban tourism and tourism attractions. Then, the tourism attractions in the area were determined and examined. Then, a questionnaire has been applied to 270 people who visited Trabzon within the scope of the quantitative research method. The obtained data has been analyzed with the SPSS Statistics 21 program. According to the obtained results, it is understood that the visitors who visited the city at the end of the study were satisfied with the city and would visit the city again. However, it has been determined that the city can be developed more in the field of tourism, where there are deficiencies.

Keywords: Tourism, Urban Tourism, Tourism Attractions, Trabzon.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ	xii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırma Alanı ve Konumu.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Araştırma Soruları.....	4
1.5. Hipotezler	5
1.6. Literatür Taraması	6
1.6.1. Kentsel Turizm İle Alakalı Literatür Taraması.....	6
1.6.2. Trabzon Kentine İlişkin Literatür Taraması	9
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	13
2.1. Turizm Kavramı.....	13
2.2. Turist Kavramı.....	16
2.3. Turizmin Gelişmesi	17
2.3.1. Endüstri Devrimi Öncesi Turizm	18
2.3.2. Endüstri Devrimi Sonrası Turizm	19
2.4. Turizm Çeşitleri.....	21
2.4.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri.....	21
2.4.1.1. Bireysel Turizm	21
2.4.1.2. Kitle Turizmi	22
2.4.1.3. Grup Turizmi	22
2.4.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri.....	22
2.4.2.1. İç Turizm	22

2.4.2.2. Dış Turizm	22
2.4.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri	22
2.4.3.1. Gençlik Turizmi	23
2.4.3.2. Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi	23
2.4.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi	23
2.4.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre Turizm Çeşitleri	23
2.4.4.1. Sosyal Turizm	23
2.4.4.2. Lüks Turizm	24
2.4.5. Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri	24
2.4.5.1. Deniz Turizmi	24
2.4.5.2. Kongre Turizmi	24
2.4.5.3. Termal Turizm	24
2.4.5.4. Yat Turizmi	25
2.4.5.5. Mağara Turizmi	25
2.4.5.6. Dağ ve Kış Turizmi	25
2.4.5.7. Av Turizmi	25
2.4.5.8. Golf Turizmi	25
2.4.5.9. İnanç Turizmi	26
2.4.5.10. Yayla Turizmi	26
2.4.5.11. Akarsu Turizmi	26
2.4.6. Fiziko-Sosyal Çevresel Değişimlere Göre Turizm Çeşitleri	26
2.4.6.1. Yavaş Turizm	26
2.4.6.2. Miras Turizmi	26
2.4.6.3. Diaspora Turizmi	27
2.4.6.4. Helal Turizm	27
2.4.6.5. Gönüllü Turizmi	27
2.4.6.6. Dark Turizm	28
2.5. Şehir Turizmi	28
2.5.1. Dünyada Şehir Turizmi	30
2.5.2. Türkiye’de Şehir Turizmi	31

2.6. Turizm Çekicilikleri.....	34
2.6.1. Klimatik Kaynaklar	34
2.6.2. Kıyıyla Bağlantılı Kaynaklar ve Deniz.....	34
2.6.3. Manzara ve Doğal Yaşam Kaynakları	34
2.6.4. Tarihsel Kaynaklar	35
2.6.5. Sosyo-Kültürel Kaynaklar.....	35
2.6.6. İnsan Yapısı Kaynaklar	35
3.TRABZON ŞEHİRİ VE TRABZON ŞEHRİNDEKİ TURİZM ÇEKİCİLİKLERİ.....	36
3.1. Trabzon Şehrinin Tarihsel Gelişimi	36
3.2. Trabzon Şehrinin Fiziki Özellikleri ve Turizm İlişkisi.....	38
3.3. Trabzon Şehrinin Beşeri Özellikleri ve Turizm İlişkisi.....	40
3.4. Trabzon Şehrinde Turizm Çekicilikleri.....	42
3.4.1. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	42
3.4.1.1. Trabzon'da Müzeler	43
3.4.1.1.1. Trabzon Müzesi	43
3.4.1.1.2. Trabzon Şehir Müzesi	44
3.4.1.1.3. Atatürk Köşkü	44
3.4.1.1.4. Trabzonspor Müzesi.....	45
3.4.1.1.5. Cevdet Sunay Müzesi	45
3.4.1.1.6. Kanuni Evi.....	46
3.4.1.2. Trabzon'da Camiler	46
3.4.1.2.1. Ayasofya Cami	46
3.4.1.2.2. Ahi Evren Dede Camii	47
3.4.1.2.3. Gülbaharhatun Cami	47
3.4.1.2.4. Ortahisar Fatih Camii.....	47
3.4.1.2.5. Çarşı Camii	47
3.4.1.2.6. Yeni Cuma Camii	47
3.4.1.2.7. Erdoğan Bey Camii	48
3.4.1.2.8. Hüsnü Göktuğ Paşa Camii.....	48
3.4.1.2.9. Molla Siyah (Nakip) Camii	48

3.4.1.3. Trabzon'da Hanlar	48
3.4.1.3.1. Taşhan.....	48
3.4.1.3.2. Vakıf Han (Gök Han, Attar Han)	48
3.4.1.3.3. Alaca Han	49
3.4.1.3.4. Sabırhan	49
3.4.1.4. Trabzon'da Kaleler.....	49
3.4.1.4.1. Trabzon Kalesi.....	49
3.4.1.4.2. Zağnos Burecu	50
3.4.1.4.3. Akçakale	50
3.4.1.4.4. Cephanelik.....	50
3.4.1.5. Trabzon'da Kiliseler.....	51
3.4.1.5.1. Santa Maria Kilisesi	51
3.4.1.5.2. St. Anna (Küçük Ayvasıl) Kilisesi	51
3.4.1.5.3. St. John Kilisesi.....	52
3.4.1.5.4. Sümela Manastırı.....	52
3.4.1.5.5. Kaymaklı Manastırı	53
3.4.1.5.6. Vazelon Manastırı.....	53
3.4.1.5.7. Kızlar Manastırı	53
3.4.1.6. Trabzon'da Türbeler	53
3.4.1.6.1. Gülbahar Hatun Türbesi	53
3.4.1.6.2. Emir Mehmet Türbesi.....	53
3.4.1.6.3. Ahi Evren Türbesi	54
3.4.2. Manzara ve Doğal Çekicilikler.....	54
3.4.2.1. Boztepe	54
3.4.2.2. Plajlar.....	55
3.4.2.2.1. Yalıncağ Aile Plajı.....	55
3.4.2.2.2. Albatros Plajı	55
3.4.2.2.3. Akçakale Plajı	55
3.4.2.2.4. Mersin Plajı.....	55
3.4.2.2.5. Yoroğ Plajı.....	55

3.4.3. Trabzon Şehrinde İnsan Yapısı Kaynaklar ve Turizm Alt ve Üstyapısı	56
3.4.3.1. Parklar	56
3.4.3.1.1. EYOF Parkı.....	56
3.4.3.1.2. Trabzon Botanik Parkı	56
3.4.3.1.3. Zağnos Vadisi Parkı	57
3.4.3.1.4. Trabzon Meydan Parkı	57
3.4.3.2. Yerel Etkinlikler ve Sanatsal Etkinlikler.....	57
3.4.3.3. Konaklama-Yiyecek-içecek ve Alışveriş İşletmeleri	60
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	68
4.1. Araştırma Yaklaşımı ve Modeli	68
4.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi	68
4.3. Veri Toplama Aracının Oluşturulması	68
4.4. Veri toplama Tekniği, Verilerin Toplanma Süreci ve Analiz Yöntemleri	69
5. BULGULAR	70
5.1. Trabzon Şehrine Gelen Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Bilgileri	70
5.2. Turistlerin Seyahat Alışkanlıklarına İlişkin Analiz Sonuçları	72
5.3. Trabzon Şehrinde Turizm Çekiciliklerine Yönelik Değerlendirmelerin Sonuçları	81
5.3.1. Güvenirlilik Analizi.....	81
5.3.2. Normallik Dağılımı.....	82
5.3.3. Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Analizi	83
5.4. Faktör Analizinin Sonuçları.....	85
5.4.1. Yerli Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Kentsel Turizm Çekiciliklerini Algılamalarındaki Farklılaşma.....	89
5.5. Memnuniyet Düzeyleri Analizi Sonuçları	94
6. SONUÇ	98
KAYNAKÇA	103
EKLER.....	114

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler....	14
Tablo 3.1. Trabzon'un İklim Değerleri Tablosu.....	39
Tablo 3.2. Trabzon İlçe Nüfus Verileri Tablosu	41
Tablo 3.3. Trabzon Nüfusunun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	41
Tablo 3.4. Trabzon İlin Düzenlenen Yayla Şenlikleri, Festivaller ve Düzenlenme Tarihleri .	57
Tablo 3.5. Trabzon İlinde Faaliyet Gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığından İşletme Belgeli Oteller.....	60
Tablo 3.6. Ortahisar'ın Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Kişi Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Tablosu	62
Tablo 3.7. Ortahisar'ın Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Kişi Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Tablosu	62
Tablo 3.8. Kültür Ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletme Belgeli Restaurant Ve Lokantalar	63
Tablo 5.1. Trabzon Şehrine Gelen Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Bilgileri	70
Tablo 5.2. Trabzon'u Ziyaret İçin Gelenlerin İl Bilgileri.....	72
Tablo 5.3. Daha Önce Trabzon'u Ziyaret Edenlerin Oranı	74
Tablo 5.4. Ziyaret Etme Sayıları	74
Tablo 5.5. Trabzon'u Ziyaret Etme Sıklıkları	75
Tablo 5.6. Katılımcıların Trabzon'u Tekrar Ziyaret Etme İsteği	75
Tablo 5.7. Trabzon'u Ziyaret Etme Sebepleri	76
Tablo 5.8. Trabzon Şehrinde Ziyaret Edilen ve Edilmesi Planlanan Yerler	77
Tablo 5.9. Trabzon'u Ziyaret Edenlerin Tavsiye Durumları.....	77
Tablo 5.10. Trabzon İle İlgili Düşünceler	78
Tablo 5.11. Trabzon'a Ulaşım Biçimleri.....	78
Tablo 5.12. Trabzon'a Birlikte Gelenler	79
Tablo 5.13. Ziyaretçilerin Trabzon Şehrinde Konaklama Durumları.....	79

Tablo 5.14. Trabzon’da Kalma Süreleri	80
Tablo 5.15. Geziyi Planlarken Yararlanılan Kaynaklar.....	80
Tablo 5.16. Trabzon Şehrindeki Turizm Çekiciliklerini Değerlendirmeye Yönelik Ölçeğin Güvenirlilik Analizi.....	82
Tablo 5.17. Trabzon Şehrinde Turizm Çekiciliklerine Yönelik Değerlendirmelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Analizi	84
Tablo 5.18. Çekicilikler Ölçeğine Ait Kaiser-Meyer-OlkinMeasu (KMO) Katsayısı ve BartlettSphericity Testi Sonuçları	86
Tablo 5.19. Kentsel Turizm Çekicilikleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları.....	88
Tablo 5.20. Kolmogorov-Simironov (K-S) testi Sonuçları Tablosu	89
Tablo 5.21. Faktörlerin Boyutlarının Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları	90
Tablo 5.22. Faktör Boyutlarının Medeni Duruma Göre T Testi Sonuçları	90
Tablo 5.23. Yaş Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar	91
Tablo 5.24. Eğitim Seviyesi Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar	92
Tablo 5.25. Meslek Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar.....	93
Tablo 5.26. Gelir Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar	94
Tablo 5.27. Trabzon Seyahatlerinden Memnun Kalma Düzeyleri Analizi	95
Tablo 5.28. Trabzon’u Arkadaş ve Akrabalara Tavsiye Etme Durumu	95
Tablo 5.29. Trabzon’u Gelecekte Ziyaret Etme Düşünceleri	96
Tablo 5.30. Trabzon Şehrinde Turizm Faaliyetlerine ve Çekiciliklerine İlişkin Öneriler.....	96

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Trabzon Lokasyon Haritası.....	3
Şekil 2.1.Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar	21
Şekil 3.1. Trabzon Kenti ve Çevresinin Topoğrafya Haritası	40
Şekil 3.2.Trabzon’da Yer Alan Tarihi Çekicilikler Haritası	43
Şekil 3.3. Trabzon Müzesi (Kostaki Konağı)	44
Şekil 3.4.Trabzon Atatürk Köşkü	45
Şekil 3.5. Trabzon Ayasofya Camii	46
Şekil 3.6. Trabzon Kalesi.....	50
Şekil 3.7. Trabzon Cephanelik.....	51
Şekil 3.8. Sümela Manastırı	52
Şekil 3.9. Trabzon Boztepe	54
Şekil 3.10. Trabzon Botanik Parkı	56
Şekil 3.11. Ortahisar İlçesinde Yer Alan Oteller Haritası.....	60
Şekil 3.12. Trabzon Vakfıkebir Ekmeği	64
Şekil 3.13. Kuymak.....	65
Şekil 3.14. Akçaabat Köftesi.....	65
Şekil 3.15. Ortahisar’da Yer Alan AVM ve Diğer Alanların Haritası.....	66
Şekil 3.16. Trabzon Forum Alışveriş ve Yaşam Merkezi.....	67
Şekil 3.17. Trabzon Varlıbaş Atapark Alışveriş ve Yaşam Merkezi	67
Şekil 5.1. Kentsel Çekicilikler Ölçeğinin Faktörlerine Ait Özdeğerler Grafiği.....	87

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ

EYOF: Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunları

KFA: Keşfedici Faktör Analizi

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

SPA: Sudan Gelen Sağlık

1. GİRİŞ

Son yıllarda, turizmdeki talep ve beklentilerde değişim yaşanmıştır. Deniz-kum-güneş konseptindeki tatillerin yerine, alternatif turizm türlerine olan ilgi artmaktadır. Şehirler, sahip olduğu sosyal, kültürel, sanatsal, alışveriş vb. gibi olanakları ile turizmde ön plana çıkmaktadır (Şarkaya İçellioğlu, 2014: 38).

Eski zamanlarda şehir turizmi sadece iş ile alakalı seyahatlerle ilişkilendirilirken günümüzde kentler çok farklı turizm çeşidini bünyelerinde barındırmasıyla kent turizminin varlığını ortaya koymaktadır. Ziyaretçilerine sundukları olanaklar ile kent turizmi dünyada hızla büyüyen bir turizm türü haline gelmiştir.

Kent turizmi, bünyesinde birçok tamamlayıcı bulunduran bir kavram olarak değerlendirilebilir. Bu açıdan bakıldığında güdülenme, istek ve geleneksel yöne sahip olan yerli halk ile etkileşim kuran ziyaretçilerin deneyimleri, yöredeki ürünlerin pazarlarını içeren ve bunları yöneten bir sektör olarak tanımlanabilmektedir (Edwards vd., 2008: 1032-1033).

Birleşmiş Milletler günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlasının kentlerde yaşadığını ve yapılan tahminlere göre 2030 yılına kadar kent nüfuslarının %61'e kadar büyüyeceğini söylemektedir (World Tourism Organization, 2012).

Geçmişte sadece zengin kişiler boş vakitlerini değerlendirmek ve alışveriş yapmak için başkentlere seyahat etmekteydiler. 18. yüzyılda tıbbi amaçlarla SPA'lara ziyaretler gerçekleştirilirken daha sonraları bu alanlar turizm tesis ve eğlence alanlarına dönüşmüştür. Grand Tur ile genç aristokratlar Avrupa'ya seyahatler düzenleyerek yurtdışı gezilerinin başlamasına neden olmuşlardır. 19. yüzyıla gelindiğinde ise tren yolu geliştirilmesi sonucu seyahatler kolaylaşmış, küreselleşmenin etkisiyle birlikte şehir merkezlerinde nüfus artışları yaşanmıştır (Uca, 2019: 7-8).

Turistlerin turizm alanında istekleri artmakta ve boş zamanlarını değerlendirme ve seyahatlerinde birçok deneyim elde etmek istemektedirler. Günümüzde turizm alanında yaşanan gelişmeler ve fırsatlar yeni turizm alanlarının oluşmasına neden olmuştur. Turistlerin farklı nedenlerle kentleri ziyaret etmesi, kentlerin kültürel ve tarihsel alanlarının olması kentlerin pazarlanmasına yol açmaktadır.

Çalışmanın amacı, Trabzon kentinde kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analiz edilmesidir. Çalışmada Trabzon kentindeki turizm çekiciliklerinin şematize edilmesi ve ziyaretçileri en çok çeken çekicilik unsurlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın alanı, amacı, önemi, araştırmanın soruları ve hipotezler yer almaktadır. İkinci bölümde, araştırma ile ilgili kavramlara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, Trabzon şehri ve Trabzon'daki turizm çekicilikleri yer almaktadır. Dördüncü bölümde araştırmanın yönteminden bahsedilmektedir. Beşinci bölümde, araştırma alanında yapılan çalışmanın bulgularına yer verilmektedir.

Araştırma “nicel” bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Bu bağlamda araştırmada “anket yöntemi” tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılan anketler Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar'ı ziyaret eden 18 yaş ve üzeri yerli ziyaretçiler ile yüzyüze gerçekleştirilmiştir. Trabzon'a gelen ziyaretçilerin verdikleri cevaplara göre çalışma için veriler toplanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar sonucunda Trabzon şehrinin pozitif ve negatif yönlerinin ortaya konulması şehrin turizm ve kentsel kamusal alanların planlanması bakımından önemli bir çalışma olması beklenmektedir.

1.1. Araştırma Alanı ve Konumu

Doğu Karadeniz bölgesinde yer alan Trabzon, doğuda Rize, batıda Giresun ve güneyde Gümüşhane ve Bayburt illeri ile çevrelenmiştir (Şekil 1.1). Merkez ilçe ile birlikte 18 ilçesi bulunmaktadır. Araştırma alanı olarak Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar seçilmiştir. 2021 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre nüfusu 334.228'dir. Araştırma alanı olan Ortahisar ilçesi doğuda Yomra, güneyde Maçka ve batıda Akçaabat ilçeleri ile çevrilidir. 4.664 km² yüzölçümüne sahip olan il 38° 30' – 40° 30' doğu meridyenleri ile 40° 30' – 41° 30' kuzey paralelleri arasında yer almaktadır (URL-1).

Araştırma alanı olarak Trabzon merkez ilçesi Ortahisar'ın seçilmesi hem yoğun nüfusun kent merkezinde bulunması dolayısıyla şehir turizmi çalışmasına olanak sağlaması hem de turistlerin yoğun olarak burada bulunması çalışmanın yürütülmesine yardımcı olmasından dolayıdır.



Şekil 1.1. Trabzon Lokasyon Haritası

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı Trabzon şehrinde, kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analiz edilmesidir. Çeşitli çalışmalarda turizm çekicilikleri farklı bağlamlarda modellenmiştir. Ancak belirli bir şehrin genel çekiciliklerinin turistlerin bakış açısı ile incelenmesi konusunda yeterince araştırma bulunmamaktadır. Bu çalışmada kentsel turizm çekiciliklerinin şematize edilmesi ve ziyaretçileri en çok çeken çekicilik unsurlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Daha spesifik olarak bu çalışmada Trabzon şehrindeki farklı türdeki turizm çekiciliklerini turistler tarafından nasıl tanımlandığının belirlenmesi, bu çekiciliklere verdikleri önem derecesinin değerlendirilmesi ve bunun sonucunda Trabzon şehrinin genel çekiciliklerini sistemli bir şekilde belirtmek amaçlanmıştır.

Ayrıca Trabzon şehrinin ziyarete gelen turistlerin genel profillerini, eğilimlerini ve Trabzon'a bakış açıları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma ile Trabzon'u ziyarete gelen turistlerin seyahat alışkanlıkları, şehir çekicilik kriterleri ve memnuniyet düzeyleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Elde edilecek verilere göre Trabzon şehrinin pozitif ve negatif yönlerinin ortaya konulmasıyla birlikte şehrin turizm ve kentsel kamusal alanların planlanması bakımından önemli bir çalışma olması hedeflenmektedir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Şehirler sundukları imkânlar bakımından turistler için turizm merkezleri haline gelmiştir. Turistlerin şehirlerdeki tarihi mekânları, müzeleri, sanat galerileri ve diğer çekim

alanlarını görme isteği şehir turizmini giderek canlandırmaktadır. İnsanların genel olarak deniz, kum, güneş şeklinde düşündükleri tatil anlayışı zamanla değişerek turistlerin şehir merkezlerine olan ilgisinin artmasını sağlamıştır. İnsanları, şehir merkezlerine çekerek turizm faaliyetlerini tüm seneye yaymayı planlamaktadırlar. Kentlerdeki olanaklar ve yatırımlar artırılarak şehir merkezlerine turistlerin ilgisi çekilmek istenmektedir. Trabzon şehri doğası ve kültürel özellikleriyle turist çekici bir şehir potansiyeli taşımaktadır.

Şehir turizmi ile ilgili çeşitli araştırma temaları bulunmaktadır. Bunlar arasında; şehir turizminin ekonomik yönleri, kültürel miras arasındaki ilişkisi, sürdürülebilirlik ilişkisi vb. temalar yer almaktadır. Ayrıca şehir turizmi ağırlıklı olarak pazarlama yönüyle değerlendirilmiştir. Turizm çekicilikleri, ziyaretçileri olağan çevrelerinden uzaklaştıran bir destinasyonun unsurlarını ifade etmektedir. Turistik çekicilikler; doğal (iklim, jeolojik, jeomorfolojik vb.) kültür ve tarihi çekicilikler şeklinde olabileceği gibi, sunulan faaliyetler, eğlence biçimleri ve ya inşa edilmiş alt ve üst yapılar şeklinde olabilmektedir (Crouch, 2011; Ritchie&Crouch,2003). Turizmde çekicilikler konusu giderek daha spesifik olarak incelenmektedir. Bu nedenle bu çalışmada şehir turizmi çekiciliklerinin, ziyaretçilerin algıları üzerinden incelenerek belirlenmesi ve şematize edilmesinin ilgili alanyazın açısından önemli olduğu öngörülmüştür. Ayrıca destinasyon seçiminde; etkili faktörleri anlamının önemi birçok çalışmada vurgulanmaktadır (Dann, 1981; Gnoth, 1997; Uysal &Jurowski, 1994). Bu nedenle çalışmanın bir diğer önemi de şehir turizminde çekici ve itici unsurların, ziyaretçi perspektifine göre belirlenerek, planlama çalışmalarına katkı sağlayacak bilgiler elde etmesidir.

Turistlerin bir şehri ziyaret etmesinin ardından şehirdeki çekici özellikleri ve memnuniyet düzeylerini belirtmesiyle birlikte şehir turizmi alanında artı ve eksi yönleri ortaya konulmaktadır. Eksi yönlerin yetkili kişilerce değerlendirilip artıya çevrilmesi için çalışmalar yürütülebilir. Bu çalışmada Trabzon şehrinin kentsel turizm alanındaki çekiciliklerinin analiz edilmesi yönünden şehre önemli veriler sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırma Soruları

Son yıllarda insanların ekonomik olarak gelişmesine bağlı olarak turizm faaliyetlerinde artış görülmektedir. Deniz, kum, güneş turizmi yerine artık alternatif turizm arayışında olunan insanların sosyal, kültürel ve doğal alanları barındıran şehirlere yönelerek şehir turizminin hareketlenmesine yol açılmıştır.

Şehirler bünyelerinde barındırdıkları müzeler, sanat galerileri, sergiler gibi çekici alanlar; konserler, festivaller, gece kulüpleri gibi etkinlikler; ulaşım ve otopark gibi alt yapı ürünleriyle insanın çekim alanlarına dönüşmüştür. Barındırdıkları alanlar ve faaliyetler ile şehre önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır.

Şehir turizmini canlandırmak ve şehrin gelişmesini sağlamak içinde problemlerin bulunup çözüme kavuşturulması sağlanmalıdır. Bu çalışmada Trabzon şehrinin turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerini analiz edilmesi için yapılmıştır ve bu çerçevede aranan sorular şu şekildedir:

- Trabzon şehrindeki turizm çekicilikleri nelerdir?
- Trabzon şehrinde şehir turizmindeki en önemli çekicilikler nelerdir?
- Trabzon şehrine gelen ziyaretçilerin, Trabzon'a ilişkin algı ve tutumları nasıldır?
- Trabzon şehrine gelen ziyaretçilerin, şehirdeki turizm olanaklarından memnuniyet ve beklentileri nasıldır?

1.5. Hipotezler

H₁: Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂:Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄:Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile eğitim seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Kentsel turizm çekicilik faktörleri ile gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

1.6. Literatür Taraması

Bu bölümde kent turizmi ve Trabzon turizmine ilişkin daha önce yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

1.6.1. Kentsel Turizm İle Alakalı Literatür Taraması

Yılmaz ve Şahin (2009), Samsun Şehri ve Yakın Çevresinde Turizm ve Turist Algılaması isimli çalışmasında Samsun kenti ve çevre kentlerin turizm yönünden çekici özellikleri belirlenip turist profillerinin çıkarılması ve tatmin seviyelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre turist profili olarak Samsun kentine tarih, doğa ve kaplıca alanlarını sevenlerin geldiği ve kentte kısa zamanlı turizmin daha çok olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kente gelen ziyaretçilerin gezdikleri alanlardan ve katıldıkları etkinliklerden memnun kaldıkları belirlenmiştir.

Özkul ve Demirer (2012), Şehirlerin Turistik Markalaşmasında Kalkınma Ajanslarının Rolü, Bölge Planları Üzerine Bir Doküman İncelemesi isimli çalışmasında Kalkınma Ajansları'nın markalaşma açısından yer aldıkları bölge şehirleri üzerindeki rolleri belirlemeyi amaçlamaktadırlar. Çalışmanın sonucuna göre Kalkınma Ajansları'nın turistik değerlerin tespit edilmesi, eksiklerin ve olanakların belirlenmesi, iyileştirilmesi amacıyla çalışma yapılmasının gelecekte yapılacak çalışmalara yardımcı olabileceği söylenebilir.

Başarangil (2014), Kent Turizminin Sürdürülebilir Geleceği: Turizm Potansiyeli Açısından Kırklareli İli'nin Değerlendirilmesi isimli çalışmasında Kırklareli ilinin sürdürülebilir bir kent turizmi var mı, sürdürülebilir kent turizminin geleceğe aktarımı nasıl sağlanır sorularına cevap aramaktadır. Bu kapsamda kentin turistik kaynakları araştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre kentin ilgi görme konusunda yeterli olmadığı ve yönetim örgütleriyle işbirliğinin yeterince gelişmediği ortaya konulmuştur.

Şarkaya İçellioğlu (2014), Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi isimli çalışmasında kent turizmi kapsamında İstanbul'un swot analizi yapılarak elde edilen sonuçlara göre turizm potansiyelinin geliştirilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

Olçay ve Giritlioğlu (2014), Gaziantep Bölgesinde Şehir Turizmine Hizmet Veren Otellerde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma isimli çalışmasında Gaziantep'te kent

turizmi alanında hizmet veren otellerde konaklayan müşterilerin yükseköğretim mezunu olanların otellerdeki ürün ve hizmetlerden memnuniyet derecelerinin ortaya konulması ve cinsiyetin müşterilerin memnuniyet düzeylerini algılamada bir etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilere göre otellerdeki memnuniyet unsurlarının “Donanım, ekipman ve servis” ve “personel” başlıklı iki boyuttan oluştuğunu müşterilerin otellerden memnun kaldıklarını ve cinsiyetin otellerdeki donanım, servis ve ekipman boyunda anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Avcılar ve Kara (2015), Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine Yönelik Literatür İncelemesi isimli çalışmasında kentler için markalaşma yöntemlerini ve pazarlama stratejilerini ayrıntılı bir şekilde araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucu olarak kentin markalaşması için kente özgü yer kimliği, kent bilinci oluşturmak, ekonomik yatırım ve politik olarak sermayeleri çekmek gibi sosyo-kültürel süreçleri barındırmaktadır. Bu süreçte kent için sadece yukarıdaki yönetimin değil her kesimden yönetimin kentin markalaşmasına yardımcı olması için çalışmalar yapmalıdırlar.

Çıtak (2016), Sakin Şehirler Hızlı Turistler isimli çalışmasında kente özgü çevresel ve kültürel değerlerin korunmasıyla birlikte kente nasıl turist çekebileceği ve yavaşlık özelliğinin kitle turizminden ayrılarak sürdürülebilir turizme nasıl yaklaştırılabileceği araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre turizmden elde edilen kazanç Türkiye’deki sakin şehir felsefesinin yörede yaşayanlar tarafından kabul edilmesini kolaylaştırdığı görülmüştür.

Songur (2017), Şehir Tarihi ve Turizm: Bursa Örneği isimli çalışmasında günümüzdeki kültürel miras ile unutulmuş kültürel değerlerin kent turizmi alanında değerlendirilmesi ve Bursa’yla ilgili üç seyahatname incelenerek kent turizmi alanına farklı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın sonucuna göre yapılan seyahatname incelemelerinde üç seyahatnamenin de yüksek oranla birbirine benzerliği görülmüştür.

Emekli (2018), Kent Turizminde Kültür ve Yaratıcılık isimli çalışmasında kent turizminde yaratıcılık ve kent turizminden yararlanma yolları turizm coğrafyası gibi yaklaşımlara göre tartışılmıştır. Kentlerdeki yaratıcılık sürdürülebilir turizm için önemli bir faktör olarak görülmekte ve turizm coğrafyası ile ilişkilendirilmektedir.

Erol ve Koçak (2019), Seçkin Seyahatlerinden Kentsel Turizme Geçişi Tekrar Düşünmek isimli çalışmasında antik çağlardan itibaren var olan turizmin kentleşmesi, yükselişi ve kentlerin görüntüsünün pazarlanma yöntemlerine dönüşümü hakkında tartışılmaktadır.

Özden ve Bulut (2019), Şehir Markası Oluşturma Süreci ve Bir Marka Şehir Olarak Samsun'un İncelenmesi isimli çalışmasında Samsun kentinde markalaşmanın hangi aşamada olduğunun, şehirdeki üst düzeydekilerin algıları ve ortak düşüncelerini anlamaya yönelik ilgili kurumların bilgi ve düşüncelerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Araştırma sonucunda kentin markalaşması için yönetimde bir başlık açılmadığı ve araştırmaya katılanların bu konuda farklı algı ve bilgiye sahip oldukları gözlenmiştir.

Yasak ve Özdemir (2019), Şehrsel Turizm Kaynakları Açısından Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivalinin Değerlendirilmesi çalışmasında kent turizmi kapsamında Etimesgut'ta düzenlenen festivalin değerlendirilmesi amaçlanmış, festivalin kentsel turizme uygunluğu ve kente katkıları araştırılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre festivalin uluslararası ölçekte olduğu ve kültür temasının göze çarptığı anlaşılmıştır.

Boz ve Özkan (2020), Sürdürülebilir Şehir Turizmi: Barselona Aşırı Turizm Örneği isimli çalışmasında sürdürülebilir turizm kalkınmasında kentin çekiciliklerinin önemi üzerinde durarak fazla turist sayısının taşıma kapasitesini aşması durumunda sürdürülebilir kentsel turizm alanına etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Barselona kentinde gerçekleştirilen çalışmanın sonucuna göre aşırı büyüme kentte olumsuz sonuçlara yol açtığı gözlenmiştir.

Sedefoğlu ve Kireççi (2020), Şehir Marka Bileşenlerinin İncelenmesi: Dilovası İçin Bir Uygulama isimli çalışmasında Dilovası'nda bulunan varlıkların ve yürütülen faaliyetleri ortaya çıkarmak, tespit edilen varlık ve faaliyetlerin markalaşmaya etkisini, araştırma sonucunda varsa olumsuz algılamaların giderilmesini belirlemek için ön çalışma yapmak, araştırmadan elde edilen sonuçlara göre ilçenin markalaşma sürecinde elde edilen verileri yerel yöneticilere sunmak ve ilçede bulunan her kesime fayda sağlamayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda Dilovası ilçesinde şehir markalaşmasında etkili olan faktörler; kültür, tarihi miras ve doğal güzellikleri, eğitim ve spor ve insan faktörü altında toplamışlardır.

Öncü, Katırcı ve Yüce (2020), Marka Şehir Algısı ve Rekreasyon İlişkisi: Eskişehir İli Örneği isimli çalışmasında Eskişehir’de bulunan rekreasyon yerleri ve kentte gerçekleştirilen etkinliklerin kentin markalaşmasına katkısı yabancı turistlerin görüşlerinden yararlanılarak belirlemeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre kentin rekreasyon alanları bakımından birçok mekanın bulunduğu ve şehrin markalaşmasına katkı sağladığı ortaya konulmuştur.

Çavuşgil Köse (2022), Şehir Pazarlaması Kapsamında Akıllı Turizm Şehri Olarak Çanakkale’nin İncelenmesi isimli çalışmasında akıllı kent kavramını kentlerin pazarlanması alanında turizm esas alınarak araştırmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda Çanakkale kentinin mevcut turizm durumunu ve bu alanda neler yapılması gerektiğinin belirlenmesi hakkında önerileri ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışmanın sonucuna göre Çanakkale kenti turistik açıdan akıllı şehir potansiyeli taşıdığı ortaya konulmuştur. Kentin, akıllı şehir alanında gelişmesi turistik açıdan kente pozitif katkılar sağlayacağı söylenebilir.

1.6.2. Trabzon Kentine İlişkin Literatür Taraması

Çavuş (2014), Trabzon’da Doğa Turizmi Açısından Değerlendirilmesi Gereken Turistik Bir Alan Sera Gölü isimli çalışmasında Trabzon kentinde alternatif turizm alanı olabilecek hidrografik alan olan Sera Gölü’nün koruma altına alınarak nasıl turizme kazandırılacağı üzerinde durulmuştur. Çalışmanın sonucuna göre Sera Gölü çevresinde kanalizasyon sorunu yaşanmakta ve göl kirletilmektedir, gölün çevresinde yürüyüş ve zaman geçirmek için alanların azlığı, konaklama tesislerinin azlığı, tanıtımların yeterli olmaması ve gölün çevresindeki yapıların betonarme olması gibi sorunlar tespit edilmiştir.

Güdü Demirbulat ve Karaman (2014), Trabzon Ayasofya Müzesi’nin Camiye Dönüştürülmesine İlişkin Turist Rehberlerinin Değerlendirmesi isimli çalışmasında kentte önemli bir yeri olan Ayasofya Müzesi’nin camiye çevrilmesinin etkilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre müzenin tam anlamıyla cami formatında düzenlenmediği ve cami olarak kalması konusunda kararsız oldukları saptanmıştır.

Hayri ve Uygun (2014), Yeni Ürün Geliştirme ve Ortak Pazarlama Stratejisi: Trabzon Yöresel Turizm Destinasyonları Örneğiadlı çalışmada, Trabzon ili ve çevresindeki turizm kaynaklarının sürdürülebilir kalkınma kapsamında yeni bir turizm ürünü olarak gruplandırılması ve küçük ölçekli yöresel turizm ürünlerinin işbirlikli olarak pazarlanarak Trabzon kentinin turizminin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, Trabzon ili ve

çevresinin, işbirliğine dayalı olarak ortak pazarlama stratejisi kapsamında geliştirilen küçük ölçekli turizm ürünleri ile sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayabileceği belirlenmiştir.

Kurak Açıcı ve Köse (2017), Trabzon/Ortahisar Fatih Büyük Camii'nin Bölgedeki Turizm Bağlamında Yarattığı Sürdürülebilir Gelişim adlı çalışmada Ortahisar mahallesinde yer alan Fatih Büyük Cami'nin zaman içindeki değişimi ve günümüzdeki mevcut kullanım durumu incelenerek bölgedeki turizm bağlamındaki sürdürülebilir gelişiminin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada kapsamında Fatih Büyük Cami'nin, yapım tarihinden günümüze kadar olan süreçteki gelişimi incelenerek ortaya koyulmuştur. Araştırma sonucunda, Fatih Büyük Cami'nin, sürekli gelişen ve çevresinin etkileyen bir değişim ile sürdürülebilir turizm kaynağı olarak kent için önemli olduğu belirlenmiştir.

Gülpınar Sekban, Bekar, Acar (2018), Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden Değerlendirilmesi isimli çalışmada kentte bulunan yaylaların ziyaretçiler tarafından tercih edilme sebeplerini belirleyerek diğer yaylalar için turizm potansiyeli taşıyanlar için öneriler geliştirme amacını taşımaktadır. Çalışmada Uzungöl Turizm Merkezi, Sis Dağı Yaylası ve Yeşilyurt-Yılantaş Yaylası Turizm Merkezlerinin iyi bir konuma gelebilmeleri için bilinçli kullanım planları yapılması gerektiği, merkezler için bilgiler ve tanıtımların artırılması, doğaya zarar vermeden alanlardaki rekreasyon mekanlarının artırılması, sadece yaz ayına özel değil kış aylarına özelde faaliyetlerin yürütülmesi gibi sonuçlara varılmıştır.

Karakaş ve Tezcan (2019), Trabzon Otellerinin Helal Turizm Açısından İncelenmesi isimli çalışmada kentteki otellerin helal turizm kapsamında otellerim imkânları ve oteldeki yöneticilerin helal turizme bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre kentte sekiz adet otelin kendini helal turizm kapsamında bulunduğunu, bazı otellerin yöneticilerinin helal otelcilikten haberlerinin olmadığı ve otellerin web sitelerinde helal konusunda bir bilgiye yer verilmediği belirlenmiştir.

Öztürk (2019), Trabzon Merkez ve İlçelerindeki Önemli Tarihi Yapılar kitabı değerlendirmesi çalışmada kentin sosyal ve kültür yönünden geçmişinden günümüze yaşadığı değişimleri görsel malzemelerle okuyucuya aktarmaya çalışmaktadır. Kültür mirasının gelecek nesillere aktarılabilmesi için bu tür çalışmaların devam ettirilmesi gerekliliği üzerinde durmaktadır.

Aydın Öksüz, Küçük Karakaş, Seymen, Topdağı Yazıcı (2020), Kent ve Kıyı İlişkisi: Trabzon Kenti Yüzme Alanları Düzenleme Kriterleri isimli çalışması Karadeniz kıyılarında bulunan Trabzon kentinin rekreatif yönden deniz ile yüzme alanları arasında ilişkinin değerlendirilmesi amacını taşımaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre kentte yer alan denizin yaşamın bir parçası olarak değerlendirilebilmesi için kentte mekansal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır.

Palavar (2020), Kültür Turizmi Kapsamında Dini Mekânlarda Turist Deneyimleri, Turist Tatmini ve Tavsiye Etme Eğilimi Arasındaki ilişkilerin İncelenmesi; Trabzon Örneği adlı çalışmada, Trabzon'da yer alan kültürel ve inanç turizm mekanları belirlenerek ziyaretçilerin deneyimlerini, memnuniyetini ve tavsiye etme eğilimlerini arasındaki ilişki örüntülerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerde öğrenme, eğlenme ve kaçışın tatmin üzerinde olumlu ve anlamlı etkileri olduğu belirlenmiştir. Ayrıca öğrenme ve eğlenme tavsiye eğilimini olumlu yönde etkilerken, kaçışın tavsiye etme eğilimini pozitif yönde etkilemediği tespit edilmiştir.

Şen (2020), Gastronomi Turizmi Kapsamında Trabzon Mutfağına Özgü Bir Ürün: Kuymak isimli çalışmasında yöreye özgü bir ürün olan kuymağın gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmaya göre ürünün yapılışı ve kullanılan malzemeler ile geçmişten günümüze geçirdiği değişim ve tariflerle gastronomi turizmi kapsamında önemli bir ürün olduğu sonucuna varılmıştır.

Terzi (2020), İnanç Turizmi Kapsamında Destinasyon İmajı: Trabzon İli Örneği adlı çalışmada, Trabzon'da yer alan inanç turizm merkezlerinin durumu, ziyaretçiler üzerindeki etkisi ve ziyaretçilerin destinasyon üzerindeki genel imaj algısını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda Trabzon ilinin inanç turizm potansiyelinin yüksek olduğu ve önemli bir destinasyon olduğu belirlenmiştir. Ayrıca alanın destinasyon imajının genel olarak olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türüt Ekşi (2020), Destinasyon Pazarlaması ve Markalaşma Süreci: Trabzon İli Örneği adlı çalışmada, Trabzon ilinin doğal ve kültürel turizm kaynaklarının ziyaretçilerin Trabzon'u tercih etmelerindeki etkisi belirlenerek ilin destinasyon markalaşma sürecini ortaya koyulması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, Trabzon iline ziyarete gelen ziyaretçilerin çoğunluğunun Ortadoğu ve körfez ülkelerinden olduğu belirlenmiştir. Ortadoğu ve körfez ülkelerinin Trabzon ilin tercih etmesinde fuar, tanıtım, acente çalışmaları, TV, internet ve

sosyal medya etkili olmuştur. Diğer bir etkili olan unsur ise Trabzon'un konumu ve iklim yapısıdır. Ortadoğu ülkelerinin kurak olması, Trabzon ilinin ise coğrafi konumu ve iklimin etkisiyle yeşilliklerle dolu olması Ortadoğu ülkesindeki insanlar için çekici bir unsur olmuştur. Ayrıca çalışma kapsamında Trabzon'da konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin arttırması ve hizmet sektöründe donanımlı, yabancı dil bilen kalifiyeli elemanlar çalıştırılması gerektiği belirlenmiştir.

Yılmaz (2020), Trabzon Geleneksel Mutfağında Tatlılar ve Çekme Helva isimli çalışmasında Trabzon'un Akçaabat ilçesine özgü olan çekme helvanın tanıtılması ve Trabzon mutfağının gastronomik değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonucuna göre kentte Laz Böreği, Hamsiköy Sütlacı, Çekme Helva, Akçaabat Köfte gibi ürünler gastronomik ürün olarak öne çıkmakta ve Çekme helvanın geliştirilip tanıtılması kentin mutfak kültürüne ve marka değerine önemli katkılar sunacağı anlaşılmıştır.

Cesur ve Çeken (2021), Trabzon Yerel Halkının Turizm Algısında Turist Profilinin Rolü: Arap Turist Profili isimli çalışmasında kentteki yerel halkın turizm algısı belirlenerek Arap turistlere göre farklılık gösterip göstermediğinin ortaya koyulması amacını taşımaktadır. Çalışmanın sonucuna göre Arap turistleri ekonomik açıdan döviz bırakan insanlar olarak değerlendirip kente olumlu olduğunu düşünenler ile kentte Arap turistlerden rahatsız olan kesimlerin bulunduğu saptanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmaya konu olan turizm, turizm çeşitleri, şehir turizmi gibi kavramlar açıklanmıştır.

2.1. Turizm Kavramı

Sanayi Devrimi ile birlikte sanayileşme, makineleşme, ekonomik gelişme çok kısa bir süre içinde hızlanmıştır. İnsanların makineleşmeden kaynaklı olarak günlük çalışma saatlerinin kısılması, haftalık çalışma saatlerinde azalma ve yıllık tatil sürelerinde uzamalar meydana gelmiştir (Özgüç, 1984:1). İnsanların boş zamanlarını değerlendirme, farklı yerler gezip görme, dinlenme isteği gelir düzeylerindeki artışlar gibi birçok sebepten dolayı turizm faaliyetleri gelişmeye başlamıştır.

TDK'ya göre turizm *“dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi “ veya “bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin yapılan çalışmaların tümü”* şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2021).

Farklı disiplinlerin ilgi alanı olan turizm çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. İlk turizm kavramı tanımını 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Guyer-Feuler'e göre *“Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay”*dır şeklinde tanımlamıştır (Kozak vd., 2001:1).

Turizmin ekonomik yönü üzerinde duran HermannVonSchullar 1910 yılında yaptığı turizm tanımlaması ise şu şekildedir: *“Başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü”*dür (Kozak vd., 2001:1-2).

Tanımında psikoloji terimine yer veren M.Meyer ise turizmi şu şekilde tanımlamaktadır. *“Her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti”*dir (Kozak vd., 2001: 2).

Hunziker turizmin oluşması ve kavramın tanımlanması için gerekli konaklama kavramı üzerinde durarak yaptığı turizm tanımlamasına göre; “Yabancıların bir yere yaptıkları yolculuklarından ve devamlı kalma, para kazanma amacı gütmeyen konaklamalarından doğan ilişkilerin tümü”dür (Kozak vd., 2001: 3).

Tablo 2.1. Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler

Tanımı Yapan Kurum /Kuruluş	Göstergeler
Kanada Turizm Komisyonu	80 km; toplam sürenin 12 ayı geçmemesi gerekiyor. İş vb. amaçlar rutin turlar kapsam dışında tutuluyor.
Seyahat Endüstrisi Kurumu (ABD)	Sınır 80 mil olarak belirlenmiştir.
Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada)	Günübirlik turlar sınır 40 km’dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınır söz konusu değildir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb. amaçlı rutin turlar kapsam dışındadır.
New Hampshire Eyaleti (ABD)	Kişinin hukuki anlamda yerleşim yeri dışındaki seyahatlerini kapsamaktadır.
Tayvan Turizm Bürosu	Kişinin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri içermektedir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Alışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışındadır.
Avustralya Turizm Araştırma Bürosu	Gecelemeye dahil olan seyahatler için sınır 40 km. ve en fazla süre 12 ay olarak belirlenmiştir. Günübirlik veya bazı hallerde ise sınır 50 km. ve süre en az 4 saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatler ile geceleme seyahatlerinde yapılan günübirlik seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır.
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)	Altı aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu geceleme seyahatleridir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışında tutulmaktadır.

Tablo 2.1. “Tablonun Devamı”

Yeni Zelanda Turizm Danışma Kurulu	Kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına geçici süreyle yapmış olduğu gecelemlerli seyahatlerdir.
Türkiye İstatistik Kurumu	İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat (Türkiye) süreyle yapılan seyahatlerdir.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye)	İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatleri altı ay, yurtdışına yönelik seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.

Kaynak: (Kozak vd., 2020)

Başka bir tanımlamaya göre turizm, insanların sürekli yaşadıkları yerin dışına çıkararak geziler düzenleyerek ve gittikleri yerlerde konaklamalarından doğan ihtiyaçların giderilmesine yönelik faaliyetlerdir (Olalı & Timur, 1988:17).

Turizm uluslararası ilişkilerde önemli bir konuma sahiptir. Günümüzde ulaşım sisteminin dünya genelinde iyileşmesi sonucu, bir ülkeden başka bir ülkeye hatta bir iklim kuşağından başka bir iklim kuşağına turizm amacıyla seyahatlere katılım arzı hızla artmaktadır (Eralp, 1983: 26).

Dünya Turizm Örgütü'nün konaklama üzerine yaptığı turizm tanımı ise şöyledir: *“Turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşta bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür”* (Turizm ve Otelcilik Portalı, 2021).

Doğanay turizmi, *“Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, sportif faaliyetlerde bulunma veya izleme, bilgi ve görgüsünü artırma gibi amaçlarla; ya da sadece zevk için yapılan gezi”* olarak tanımlamıştır (Doğanay ve Zaman, 2019: 1).

Özgüç (2007), turizm olgusundan bahsederken üç mekansal unsur üzerinde durmakta ve turizmin bu unsurlardan meydana geldiğini söylemektedir. Turizm, turistlerin yaşadığı yerler, ziyaretçilerin gezmek üzere gittikleri yerler ve turist yollayan ve turist alan mekanlar arasında yapılan seyahatlerdir (Özgüç, 2007: 16).

Sanayi devrimiyle birlikte turizm sektörünün gereksinimlerini daha iyi bir şekilde karşılayabilen bir turizm eğitimini tanımak, geliştirmek ve sürekli uyumlandırmak amacıyla kurulan Uluslararası Turizm Akademisi 1953 yılında bir sözlük yayınlamıştır. 1953 yılında yayınladığı bu sözlükte turizm tanımını şu şekilde yapmıştır: “*Turizm, gezi yolculukları için kullanılan bir terim, bu çeşit yolculukları gerçekleştirmek için yapılan insansal davranışların tümü; turistin gereksinimlerini karşılamak için işbirliği halinde çalışan endüstridir. Etimoloji: İngilizce TOUR sözcüğünden geliyor. Bu da Fransızca çevre yolculuğu ya da gezisi anlamına gelen TOUR sözcüğünden alınmıştır. Yolculuktan ayrıldığı taraf, turizmde amacın özgürce seçilmesi ve gezi isteğini karşılama istemi vardır*” (Eralp, 1983:34).

Görüldüğü gibi birçok turizm tanımlaması yapılabilir. Genel olarak turizm tanımlamalarından yola çıkacak olursak;

- ✓ Seyahatin devamlı ikamet edilen, çalışılan ve günlük gereksinimlerin sağlandığı yerler dışında yapılması,
- ✓ Konaklama sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerin talep edilmesi,
- ✓ Konaklamanın geçici olması,
- ✓ Seyahatin gelir elde etmek amacıyla yapılmaması (Denk, 2018-2019).

2.2. Turist Kavramı

Turizm gittikçe artan bir öneme sahip olmuştur. Bazı ülkelerin ekonomileri turizm olayına bağlı hale gelmiştir. Turizm olayının gerçekleşebilmesi için de turistlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebepten ötürüdür ki turist kavramının tanımını yapmak gerekmektedir.

Türk Dil Kurumu Sözlük’lerine göre turist tanımı “*Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla geziye çıkan kimse, gezgin, gezmen, seyyah*” şeklinde yapılmıştır (TDK, 2021).

Doğanay turisti, “*dinlenmek ve eğlenmek için ya da bilgi/görgüsünü artırmak amacı ile seyahate çıkan bireyler*” olarak tanımlamıştır (Doğanay, 2001: 9).

Turist kavramı açıklanırken birbirinden farklı olarak tanımlara rastlanmaktadır. Turist kavramının tanımı 17. yüzyıla kadar inmektedir. Turist kavramının tanımını Ogilvy şu şekilde

yapmıştır: “Sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse”dir (Kozak vd., 2001:5).

Turist tanımlamasında süre ve ekonomik ölçülerden bahseden Norval 1936’da “Sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimse” şeklinde yapmıştır (Norval 1936’dan aktaran Kozak vd., 2001: 6).

Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi 1937 yılında turist kavramını 24 saatlik bir süre kalmak için bir ülkeye şu nedenlerle gelenler turist olarak kabul edilmektedir:

- Dinlenme, aile ziyaretleri, sağlık vb. gibi nedenler,
- İş için,
- Diplomatik, bilimsel, yönetsel, spor gibi alanlarda toplantılara katılmak veya başka konularda kurumları temsil etmek için,
- Kalma süreleri 24 saatten az sürse bile denizyolu ile gelenler (Eralp, 1983:40).

1996 yılında Türkiye’de 22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliğinde turist tanımlaması şu şekilde geçmektedir:“Para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi vb. nedenlerle oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir” (Kozak vd., 2001:7).

2.3. Turizmin Gelişmesi

Turizm olayını daha iyi anlatabilmek için ilk önce turizmin tarihini geçmişten günümüze kadar incelememiz gerekmektedir. Turizmin geçmişine baktığımızda Endüstri Devrimi öncesi ve Endüstri Devrimi sonrası şeklinde iki bölüm olarak incelendiği göze çarpmaktadır.

2.3.1. Endüstri Devrimi Öncesi Turizm

Turizmin gerçekleşmesinde önceleri yazarlar tarafından her seyahat edenleri turizm amaçlı olarak kabul etmekteydiler. Her seyahat eden turizm amaçlı yolculuk yapmasa da turizmin doğmasına sebep oldukları ileri sürülmüştür (Özgüç, 1984: 21).

Turizm olgusunun başlangıcı araştırma yapan insanlar tarafından tekerleği ve yazıyı bulan Sümerlere kadar dayandırmaktadır (Kozak vd., 2001:29). Tekerleğin keşfinden itibaren çok kısa mesafelerde de olsa seyahatler gerçekleşmiştir (Özgüç, 1984: 22). Kaynaklar ticareti ilk gerçekleştirenlerin Sümerler, bugünkü anlamda ilk gezginlerinde Fenikeliler olduğunu belirtmektedir (Kozak vd., 2001:29).

M.Ö. 3000'lerde Eski Mısır gezginler tarafından en fazla ziyaret edilen yer olmuştur. Mısır'ı ziyaret edenler piramitleri ve diğer eserleri görmeye gelmekteydiler. Turizm hareketlerinin başlaması sonucunda çevredeki konaklama tesisleri iyi bir düzeye ulaşmıştır (Kozak vd., 2001:29).

Turizm olayı Eski Yunan'da M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat Oyunları'nın başlamasıyla birlikte büyük kitlelerin seyahat etmesine yol açmıştır (Özgüç, 1984:22). Herodot ve Paunias ilkçağlarda merak etme isteklerinden dolayı seyahatlerde bulunmuşlardır. Herodot ziyaret ettiği yerlerde gelenek ve görenekleri öğrenmek istemiştir (Kozak vd., 2001:29).

Romalılar ilk düzenli yollar ve ulaştırma araçlarının kullanımı ile birlikte zevk için seyahatlerde bulunmuşlardır. Geliştirdikleri yollar ile 120-150 km yol yapabiliyorlardı (Kozak vd., 2001:29). Roma İmparatorluğu geliştirdikleri yol sistemleri ile uygarlığının yayılma ve büyümesine faydaları olmuştur (Özgüç, 1984:22). Roma İmparatorluğunun yıkılması ile birlikte seyahat sayılarında bir azalma olduğu gözlenmiştir (Kozak vd., 2001:29).

Ortaçağ'a gelindiğinde turizm genelde din amaçlı olarak yapıldığı görülmektedir. Orta Çağ'da Hristiyanlığın artmasına bağlı olarak dinsel yönde seyahatlerin olduğu görülmüştür. Haçlı Seferleriyle birlikte kıtalararası büyük bir insan hareketliliği yaşanmış ve turizm alanında dinsel amaçlı seyahatlerin başlamasına neden olmuştur.

17.ve 18. yüzyıllarda yüksek mevkilerde bulunan ailelerin çocuklarını iyi bir eğitim almaları için eğitim seyahatlerine gönderiyorlardı. Eğitim amaçlı yapılan bu seyahatlere

“Grant Tour” denilmekteydi (Kozak vd., 2001:30). 1 ila 3 yıl süren bu eğitim seyahatleri Grand Tour adıyla ilk kez 1670 yılında yapılmaya başlandı (Özgüç, 1984:23).

Ortaçağ’da Türk topluluklarında da turizm hareketleri yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Anadolu Selçuklu Devleti seyahat edenler için kervansaraylar inşa etmiştir. Deve ile yapılan seyahatlerde her gün batımının olduğu yerlerde kervansaraylar inşa ederek seyahat edenlerin hizmetine sunmuşlardı. Böylece ilk turizm tesislerinin örnekleri görülmeye başlanmıştır. Osmanlılar Dönemi’nde ise seyahat edenler için yollar ve köprüler olmak üzere birçok olanak sağlamışlardır. Evliya Çelebi o dönem ilk turizm örneklerini vermiştir (Kozak vd., 2001:30-31).

2.3.2. Endüstri Devrimi Sonrası Turizm

Turizm günümüzdeki modern halini Endüstri Devrimiyle birlikte almıştır. Modern anlamda turizm 1841 yılında Thomas Cook’un ilk paket tur gezilerini tertiplemesiyle birlikte başlamıştır (Özgüç, 1984:24-25). İlk paket tur kapsamında Thomas Cook 570 kişiyi festivale götürmüştür (Kozak vd., 2001:33).

Thomas Cook 1811 yılında lokomotifin bulunmasıyla birlikte 1841’den sonra gezilerinde turizm amaçlı kullanmıştır. İkinci olarak 1855 Paris Sergisine düzenlediği gezi sonrası Avrupa kıtasının demiryolları ile ulaşımın kolaylaşması sonucunda birçok gezi düzenlemeye başlamıştır (Özgüç, 1984:25).

Modern anlamda turistik amaçlı seyahatler düzenlenmeye başlamış sonucunda da oteller açılıp turizm mevsimlerinde faaliyetlerde bulunmuşlardır. Bu seyahatlere orta sınıf halk da katılım sağlamıştır (Özgüç, 1984: 25).

1900’lerde insanların doğaya olan ilginin artması dağcılık ve kış spor dallarının gelişmesine sebep olmuştur. Toplu yapılan seyahatlerin başlaması sonrasında Alp’lerde turizm merkezleri inşa edildi. Teknolojinin gelişmesi sonucunda konaklama tesislerinin dağların yüksek kesimlerinde kurulmasını kolaylaştı. Ulaşım açısından ulaşım araçlarındaki gelişmelerle birlikte özellikle havayolunun gelişmesi ile dünyanın farklı kesimlerine seyahatlerin yapılması kolaylaştı. Bu gelişmeler sonucunda turizm faaliyetleri de hızla yaygınlaşmaya başladı (Özgüç, 1984: 26).

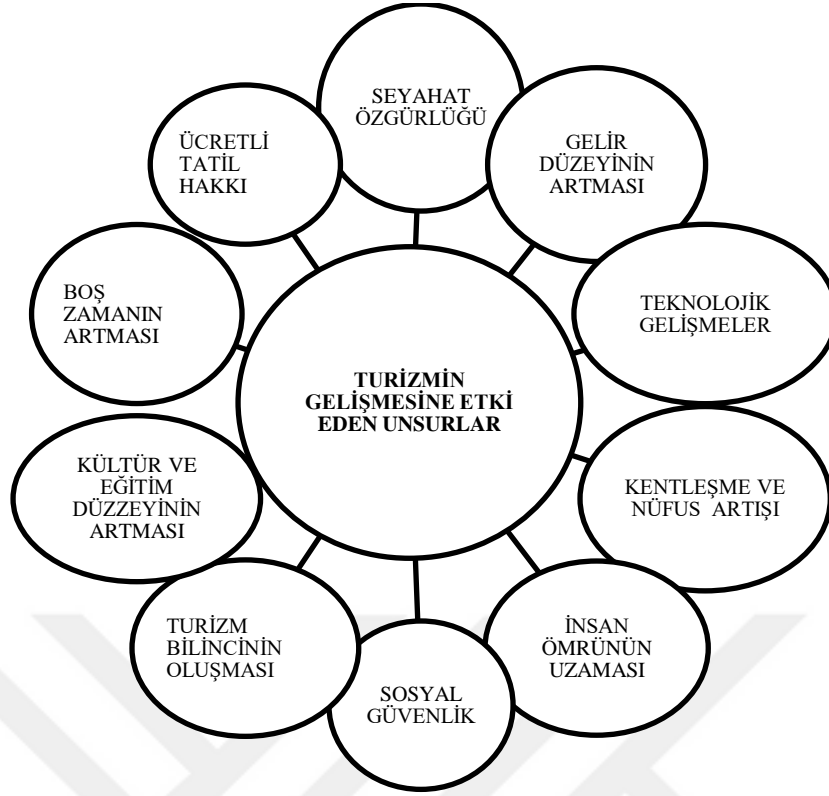
Turizmin yaygınlaşması ile birlikte ilk olarak sanayi bölgelerine yakın deniz kıyısı kasabaları önem kazanmıştır. Dönemin sonuna doğru Alplere keşif gezileri düzenleniyordu. Refah düzeyinin artması ve turizmdeki gelişmeler 1. Dünya Savaşı, 1929 krizi ve 2. Dünya Savaşıyla birlikte kesintiye uğramıştır (Özgüç, 2007:203). Özellikle 1950-1960 yılları arasında savaş sonrasında iyileşme dönemi olmuştur ve orta sınıf bir toplumun gelişmesine tanıklık etmiştir.

Ücretli tatil anlayışının yaygınlaşması, tatil yolculuklarının karayollarına kayması, otomobil sahipliliğinin artması, turizm seyahatlerinin şeklini hızla değiştirmiştir. Bu dönemde hava yollarındaki gelişmelerle birlikte dünya çapında tatil alanları daha erişilebilir hale gelmiştir.

1980'lerden sonra yapılan değişimler ile birlikte hava yolculukları nüfusun büyük bir bölümü tarafından ulaşılabilir hale gelmiştir. Bunun sonucunda da büyük kitlelerin uzun mesafeli yolculukları mümkün hale gelmiştir (Özgüç, 2007:203). Dünya turizmindeki gelişme seyri 1974'te Petrol Krizi, 1991 Körfez Krizi gibi olaylardan etkilenmesine rağmen yine de uluslararası turizme katılanların sayısında yine de artmış gözlenmiştir.

1992'de düzenlenen turizm sektörü, 2000'li yıllara gelindiğinde Irak'ın yeniden işgali, 11 Eylül saldırıları gibi olaylardan etkilenerek dünya turizmi üzerinde olumsuz yönde etkiler gözlenmiştir. Ayrıca yakın yıllarda kuş gribi, şap hastalığı, korona virüs vb. gibi olaylar turizm üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır (Özgüç, 2007:203).

İnsanların yaşam stillerinde yaşanan değişiklikler son zamanlarda deniz-kum-güneş olan tatil konseptleri yerine alternatif turizm türlerine yönelmelerine sebep olmuştur. Kentler sosyal, kültürel ve sanatsal yönden zengin olan mekânlardır. Turistlerin farklı amaçlarla kısa süreli olarak ziyaret ettikleri şehirlerde, kent turizmi gelişmeye başlamıştır. Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar Şekil 2.1.'de görünmektedir.



Şekil 2.1.Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

Kaynak: (Kozak vd., 2014: 43)

2.4. Turizm Çeşitleri

Turizm çeşitlendirilmesi konusunda farklı yazarlara göre çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Turizm çeşitleri sınıflandırılma yapılırken kesin hatlarla birbirinden ayrılmamaktadır. Bu kapsamda Türkiye ve çevresi için geçerli olan bir sınıflandırma yaklaşımı esas alınmıştır.

2.4.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Katılan kişi sayısına göre turizm sınıflaması yapılırken üç şekilde yapılmaktadır. Bunlar bireysel, kitle ve grup turizmi şeklindedir.

2.4.1.1. Bireysel Turizm

Bireysel sınıflandırma türünde genel olarak turizme katılımın ferdi olarak gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır. Turizme katılacak bireylerin, macera arama, yeni yerler görme ve keşfetme gibi istekleri turizme katılımın bireysel olmasına sebep olmaktadır.

Bireysel olarak turizme katılan kitle genelde öğrenci, yeni mezun olanlar ve üst gelir grubunda olan gençlerde oluşmaktadır.

2.4.1.2. Kitle Turizmi

Bu turizm türünde insanların büyük kitleler halinde katıldıkları turizm aktivitesidir. 1950’li yıllarda başlayan bu turizm modern turizm hareketlerinin başlangıcı olmuştur. Bu turizm türünde insanlar paket turları tercih etmektedirler. Kitle turizminde katılan kişi sayısının fazlalığı dikkat çekmektedir.

2.4.1.3. Grup Turizmi

Grup turizminde dernek üyeleri, öğrenci grupları meslek grupları gibi katılımcıların yapmakta olduğu turizm çeşididir. Katılımcı kişi sayısı olarak 11 ila 16 arasında değişmektedir.

2.4.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

Ziyaret edilen yere göre turizm sınıflaması iki şekildedir. İç turizm ve dış turizm olarak sınıflandırılmışlardır.

2.4.2.1. İç Turizm

Bir ülke içinde gerçekleşen ülke içinde yaşayan vatandaşların yapmış olduğu turizm çeşididir. Ülke sınırları içinde kalarak pasaport, vize, yabancı dil vb. şeyler gerektirmeyen turizm türüdür.

2.4.2.2. Dış Turizm

Bir ülkenin vatandaşının başka ülkeyi ziyaret ettiği turizm türüdür. İç turizm türünde gerekli olmayan pasaport, vize, döviz, yabancı dil gibi şeyler dış turizmde gerekmektedir.

2.4.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizme katılan insanların yaş durumu ile katılma oranları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu grupta üç ayrı turizm türü bulunmaktadır. Bunlar; gençlik turizmi, orta yaş turizmi ve üçüncü yaş turizmidir.

2.4.3.1. Gençlik Turizmi

15-24 yaş arasındaki bireylerin aile üyeleri olmadan turizme katılmalarına gençlik turizmi denilmektedir. Genç yaş grubundaki bireylerin yaşları gereği daha hareketli daha maceracı olmalarından dolayı turizm hareketlerine katılma durumları yapılan çalışmalarda daha yüksek olduğu gözlenmektedir.

2.4.3.2. Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi

25-60 yaş arasında yer alan bireylerin katıldıkları turizm türüdür. Bu yaş grubunda yer alan bireyler genelde çalışma döneminde ve genelde evli oldukları için sorumlulukları bulunmaktadır. Bu grupta yer alan bireyler genelde yaz mevsimlerini turizme katılma zamanları olarak ayırmaktadırlar.

2.4.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi

Altmış yaş ve üzerinde yer alan bireylerin yapmış olduğu turizm türüdür. Günümüzde sağlık koşullarının iyileşmesine yönelik olarak altmış yaş ve üzerindeki insanların turizme katılım oranı yükselmektedir. Bu yaş grubundaki insanların sorumlulukları azaldığı ve boş zamanları yeterli olduğu için turizme katılım potansiyelleri bulunmaktadır.

2.4.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre Turizm Çeşitleri

İnsanların turizme katılmasında etkili olan sahip oldukları statüler ve ekonomik durumlarıdır. Sosyal turizm ve lüks turizm olmak üzere iki tane sosyo-ekonomik turizm türü bulunmaktadır

2.4.4.1. Sosyal Turizm

Ekonomik güç bakımından zayıf olan katılımcıların bazı özel önlemler ve teşviklerle turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanması halinde gerçekleşen turizm türüdür. Gelir durumu bakımından zayıf olan ailelerin yanında bedensel olarak engelli olan bireylerinde turizme katılması amacıyla düşünülen uygulamadır. Bu turizm kapsamında; işçiler, memurlar, emekliler, gençler, bedensel özürlüler, çiftçiler, esnaf ve zanaatkarlar yararlanabilmektedir.

2.4.4.2. Lüks Turizm

Gelir bakımından ekonomik gücü yüksek grupta yer alan bireylerin katıldığı turizm türüdür. Lüks turizmde bireylerin ekonomik durumları iyi olmasından dolayı pahalı konaklama tesislerinde ve oldukça konforlu transatlantikler ile yolculuk yapmaktadırlar.

2.4.5. Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri

İnsanlar çok farklı amaçlarla turizm etkinliklerine katılmaktadırlar. İnsanların seyahate çıkma nedenlerini anlatan bu bölümde; deniz turizmi, kongre turizmi, termal turizm, yat turizmi, mağara turizmi, dağ ve kış turizmi, av turizmi, golf turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi gibi turizm türlerinden kısaca bahsedilecektir.

2.4.5.1. Deniz Turizmi

Deniz turizmi Türkiye’de en çok talep edilen turizm türüdür. Turizme katılan kişiler deniz-kum-güneş olarak değerlendirildiği deniz ya da kıyı turizminden yararlanırlar. Türkiye deniz turizmi için temiz deniz, uzun kıyıları gibi uygun koşullara sahip konumdadır. Türkiye’ye gelen turistlerin çoğunluğu deniz turizmi amacıyla seyahat etmektedirler.

2.4.5.2. Kongre Turizmi

Son zamanlarda dünyada gelişmekte olan önemli turizm çeşitlerinden biri kongre turizmidir. Toplumlar düzenlenen kongreler kentlerin farkındalık ve imajlarını artırmak için sezonun düşük olduğu zamanlarda kentlere turist çekmek amacıyla yapılan bir turizm türüdür (Goeldner ve Ritchie, 2009: 234). Yapılan her kongre bir turizmin başlangıcı sayılmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya sahip oldukları yeterli alt ve üstyapı sayesinde önemli dünya kongre şehirlerinden sayılmaktadırlar.

2.4.5.3. Termal Turizm

Sağlık amacıyla insanların eski zamanlardan beri termal suların buldukları yerleri ziyaret ettikleri görülmektedir. Erimiş minarelerle sahip olan sulara insanlar tedavi, dinlenme, zindeleşme gibi amaçlarla ziyaret etmekte ve bu turizmin doğmasına sebep olmaktadır. Son zamanlarda Türkiye’de yatırımların arttığı bir turizm türü haline gelmiştir.

2.4.5.4. Yat Turizmi

Datça, Gökova ve Hisarönü körfezlerinin Yunanlı yat işletmecilerine kiralanması sonucu Türkiye’de gelişen turizm alanıdır. Turizm Teşvik Yasası’nın 815 sayılı Kabotaj Yasası’nda yapılan değişiklikle hızla gelişmeye başlamıştır.

2.4.5.5. Mağara Turizmi

Doğal olaylar sonucunda yeraltında oluşmuş oyuklara mağara denilmektedir. Turizm türlerinin çeşitlendirilmesi amacıyla Türkiye’de son yıllarda önem verilen ve çalışmalar yapılan turizm türüdür. Mağara turizmindeki amaç, doğal yerlerin koruma altına alınması ve kullanılması konusunda turizme kazandırılmasıdır.

2.4.5.6. Dağ ve Kış Turizmi

İnsanların temiz ve güzel havalardan faydalanmak amacıyla dağlara doğru gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Genelde bu turizm yürüyüş ve tırmanma şeklinde gerçekleşmektedir. Dağ ve kış turizmi şehirleşme oranlarının yükselmesi sonucunda insanların nefes alabilmek için şehirlerden kaçarak farklı rotalara gerçekleştirdikleri bir turizmdir.

2.4.5.7. Av Turizmi

Av turizmi doğaya zarar vermeden bilinçli bir şekilde olgunlaşmış hayvanların avlanmasına yönelik olarak yapılan turizm türüdür. Avlanmaya yönelik olarak bazı hayvanlar özel olarak yetiştirilip doğaya salınıp av turizmi yapılabilmektedir.

2.4.5.8. Golf Turizmi

Gelir düzeyi yüksek ve orta-ileri yaş düzeyindeki insanların tercih ettiği bir turizm türüdür. Golf turizmi; turizmin çeşitlendirilmesi, istihdam olanakları yaratması, yeşil alanlar yaratması gibi amaçlarla son yıllarda geliştirilen turizm türüdür.

2.4.5.9. İnanç Turizmi

Kutsal mekânlara yönelik olarak yapılan turizm türüdür. Tüm dünyada inanç turizmi kapsamında gelişmeler yaşanmaktadır. İnanç turizmi kapsamında kutsal yerlerin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtılması hedeflenmektedir.

2.4.5.10. Yayla Turizmi

Dağların tepelerinde yer alan düzlüklere yayla ismi verilmektedir. Yayla turizmi kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi yüksek potansiyele sahiptir. Yaylalar daha önceden yörede yaşayanlar için hayvanlarını beslemek için çıktıkları yerler iken günümüzde turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Büyük şehirlerde yaşayan insanların şehir yaşantısından bunalan insanların tercih ettikleri bir turizm türü olmuştur.

2.4.5.11. Akarsu Turizmi

Akarsuların rafting, trekking, yüzme, av turizmi(balık avlama) gibi amaçlarla kullanıldığı turizm türüdür. Türkiye potansiyel olarak içinde barındırdığı kaynaklar ile akarsu turizminin yapıldığı ülkeler arasında önemli bir konuma sahiptir.

2.4.6. Fiziko-Sosyal Çevresel Değişimlere Göre Turizm Çeşitleri

2.4.6.1. Yavaş Turizm

1999 yılında Paola Saturnini öncülüğünde İtalya'nın Orvieto kentinde Cittaslow Antlaşması'nın imzalanmasıyla birlikte yavaş şehir hareketleri başlamıştır (Kozak vd., 2001:38). Yavaş turizm kavramı, yavaş şehir olgusundan hareketle ortaya çıkmaya başlamıştır. yavaş şehirler altyapı politikaları, çevre politikaları, farkındalık, misafirperverlik, olağanüstü gereklilik, yerli üretimin korunması, kentsel yaşam kalitesini artırıcı teknolojiler ve araçlar, slowfood faaliyetlerine ve projelerine destek gibi kriterlerden oluşmaktadırlar. Yavaş şehirler barındırdıkları özelliklerinden dolayı ziyaretçiler tarafından ilgi görmeye başlamış böylece yavaş turizm gelişmiştir (Ünal, 2016:18).

2.4.6.2. Miras Turizmi

Son yıllarda toplumların geçmişine ait somut ve soyut değerlerin insanlar tarafından sahip çıkılmasıyla birlikte kültür hareketleri haline gelmiştir. *“Kültürel miras; arkeolojik*

değerler, binalar ya da bina kalıntıları; camiler, kiliseler, şatolar, özelliği olan evler; beldeler; insanın veya insan ile birlikte doğanın beraber ortaya çıkardığı işler; tarihi yerler; mitolojik, dini ya da siyasi olayların geçtiği mekanları, kısacası geçmiş dönemlerin izlerini taşıyan tüm yapılar, kalıntılar, harabeleri ifade eder” (Kozak vd., 2020: 40).

2.4.6.3. Diaspora Turizmi

Diaspora, çok eski zamandan beri kavimlerin, ulusların veya inanç sahiplerinin ana yurtlarından bazı sebeplerden dolayı ayrılmak zorunda kalıp başka yerlerde azınlık olarak yaşamlarını sürdürmeleridir (Kozak vd., 2020:42). Kendi diasporalarını oluşturan insanlar zamanla vatan hasreti çekerek ülkelerine ziyaretler gerçekleştirmektedirler. Bu ziyaretler zamanla turizm hareketleri haline dönüşmüştür. Günümüzde insanlar geçmiş dönemlerdeki soylarının izlerini merak ederek turlara çıkmaktadırlar (Tanrısever, 2016:59-60).

2.4.6.4. Helal Turizm

Son yıllarda giderek artan bir turizm faaliyeti haline gelen helal turizm kapsamında turistler dinleri gereği uyması gereken kurallara göre seyahat, konaklama vs. tercihlerini yapmaktadırlar. 2000 yılı ve sonrasında gelişmeye ve büyümeye başlayan Müslüman turist talepleri helal turizmin doğmasına sebep olmuştur (Çalık ve Adam, 2020:489). Müslüman turistlere hizmet verecek olan konaklama tesislerinde olması gereken bazı özellikler aranmaktadır. Bu özellikler; kumar oynatmaması, ibadet edebilecek yerlerinin olması, yiyecek ve içeceklerinde haram ürünler kullanılmaması, disko tarzı müzik mekânlarına yer verilmemesi, lobi gibi kısımlarda haremlik-selamlık tarzda tasarlanması, kadın erkek için ayrı havuzların bulunmasıdır (Kozak vd., 2020: 43).

2.4.6.5. Gönüllü Turizmi

Gönüllü turizmi bir alternatif turizm türü olarak ortaya çıkmıştır. Gönüllü turizm kapsamında kâr amacı gütmeyen bireylerin topluluk ve çevre yararına fayda sağlamak amacıyla maddi karşılık beklenmeden yaptıkları faaliyetlerdir. Gönüllü turizmde katılımcılar tatil planları dışında gittikleri yerlerde restorasyon veya düzenleme gibi faaliyetlere katılmaktadırlar. Katılımcılar gittikleri yerlerde ücret almamaktadır ve destinasyonlara katılım için şirketlere ücret vermektedirler (Akoğlan Kozak ve Türktarhan, 2012:6-7).

2.4.6.6. Dark Turizm

Ülkelerin yaşadıkları terör, savaş gibi bazı olumsuzluklar geride birtakım izler bırakmaktadır. Günümüzde ülkeler üzerinde kalan izlerin ziyaretçiler tarafından görülme üzere hareket etmeleri dark turizminin yaşanmasına sebep olmaktadır. Dark turizmi kapsamında ziyaretçiler anıt, mezar ve müzeleri ziyaret etmektedirler. Bu turizm çerçevesinde Çanakkale Gelibolu şehitlikleri, Yassıada, Sinop Cezaevi, Anıtkabir gibi mekânları ziyaret etmektedirler (Kozak vd., 2020:45-46).

2.5. Şehir Turizmi

Dünya nüfusunun büyük çoğunluğu günümüzde şehirlerde yaşamaktadır. Yapılan projeksiyonlara göre 2030 yılına kadar 5 milyar insanın kentlerde yaşayacağı tahmin edilmektedir.

Şehir turizmi kısaca şehirlerde turizm amacıyla gerçekleştirilen tüm faaliyetler olarak tanımlanabilir. Kent turizmi genel olarak büyük şehirlerde yapılmakta olan bir turizm çeşididir. Günümüzde kent turizmi denilince; bir şehrin doğal, kültürel ve tarihi özgünlüğü, sunduğu hizmetlerdeki çağdaşlığı, şehrin güvenliği, teknik olarak donanım ve altyapı hizmetleri, tesislerin kalitesi ve fiyat politikası, kentlerdeki park, bahçe gibi açık alanları ve bunların kent içindeki dağılımı, eğlenme ve dinlenmeye yönelik olarak restoran ve barlar gibi hizmetler, şehirde yaşayanların turistlere bakış açısı gibi faktörler aklımıza gelmektedir (Emekli, 2014:30).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı tanıma göre kent turizmi, “turistler tarafından şehirlere veya yoğun nüfuslu yerlere yönelik seyahatler” şeklindedir.

Dünyada genel olarak turizm faaliyetleri İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişme gösterdiği bilinmektedir. Diğer turizm faaliyetlerindeki gelişmelere bakılarak şehir turizminin de bu hızla geliştiği söylenebilir. Şehir turizminin gelişmesinde;

- Gelir düzeyinin ve alım gücünün artması
- Boş vakit artışı
- Turist sayısındaki artış

- İş amaçlı yolculuklardaki artış
- Göç, akraba ve eş dost ziyaretlerinin artması
- Hava yoluyla seyahatlerin artması

gibi nedenler etkili olmaktadır (Yılmaz, 2010: 60).

Geçmişte seyahat etmek için yeterli geliri olan zengin kişiler boş vakitlerini değerlendirmek amacıyla yada alışveriş yapmak amacıyla başkentlere seyahat etmekteydiler. 18. yüzyılda ilk olarak tıbbi amaçla kurulmuş olan kaplıcalar daha sonra kurulan büyük tesislerin sosyal ve eğlence aktiviteleri ile kentlere olan ziyaretlerin önemli bir nedeni olmuştur.

18. yüzyılda genç aristokratlar Grand Tur ile önemli şehirlere yolculuklar yapmaktaydılar. İlk olarak Sir Philip Sidney'in öncülüğünde başlayan tur üç yıl sürmekte ve Fransa, İsviçre, İtalya, Almanya, Avusturya ve Benelüks ülkelerine seyahatler yapılmaktaydı. Tren yolunda yapılan gelişmelerle birlikte seyahatler daha da kolaylaşmıştır (Uca, 2019: 6).

Eski zamandan itibaren şehirler insanlar tarafından farklı amaçlarla sürekli ziyaret edilen yerler olmuştur. 1950'li yıllarda seyahat eden kesim ekonomik ve diğer sebeplerden ötürü sınırlı kalmıştır. 1980'li yıllardan sonra turizm yönünde yatırımların artması sonucunda şehir turizminde gelişmeler yaşanmaya ve seyahat eden kesimlerde artış görülmeye başlanmıştır (Uca Özer, 2010).

Kentler bir toplumun tüm kültürel kimliğinin, yaşam stillerinin sergilendiği yerlerdir. Dünyada bazı kentlerin kökleri çok eskiye dayanmakta ve bu özelliklerini günümüze kadar koruyarak kentlerinde sergilemektedirler (Kahraman ve Türkay, 2011:53). İstanbul, Paris, Londra, Montreal, Prag gibi şehirler sahip oldukları kültürel özellikleri ile şehir turizmi konusunda en önemli alanlar olarak değerlendirilmektedirler (Law, 1996:7). Kentler sahip oldukları özellikler ile turistlerin ilgisini çekmekte ve her yıl milyonlarca turisti ağırlamaktadırlar.

Kentler turizm bakımından incelendiğinde sahip oldukları özellikler ile çok amaçlı yerlerdir. Şehir turizminin gerçekleştiği büyük şehirler diğer şehirlere göre daha iyi gelişmişlerdir ve daha kolay geliştirilebilmektedirler. Bu şehirlerde gerçekleştirilen müzeler,

konserler, tiyatrolar, stadyumlar, arenalar gibi alanlar ve diğer aktiviteler ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve daha fazla turisti kente çekebilmek için çalışmalar yapılmaktadır. Potansiyel turizm alanları yaratabilmek için şehir çalışmalarına önem vermektedirler.

Günümüzde insanlar turistik gezilerini ilgilerini çeken bir kente veya hiç bilmedikleri kentlere yapmaktadırlar. Bir kente; tatil yapmak, alışveriş yapmak, tarihsel ve kültürel olarak deneyimler elde etmek, sanatsal ve spor etkinliklerine katılmak, akraba ve arkadaş ziyaretleri gibi sebeplerle seyahat edebilmektedirler. Son yıllarda artan bu kent turizmi taleplerinin olması kent içi karar vericilerin, kent planlayıcılarının ve yerel yöneticilerin kentin imajını artırmaya yönelik önemli çalışmalar yapmaya başlamışlardır.

2.5.1. Dünyada Şehir Turizmi

Şehir turizmi, son yıllarda dünyada hızla büyüyen turizm sektörlerinden biri olmuştur. UNWTO turizm raporu verilerine göre uluslararası turist sayısı 1950’de 25 milyon, 1980 yılında 278 milyon, 2000 yılında 674 milyon, 2017 yılında 1.322 milyon (Uca, 2019: 9) , 2020 yılı verilerine göre ise 1.5 milyar kişiye ulaşmıştır (Önal, 2020: 371).

Son zamanlarda gelişmekte olan ülkelerdeki orta sınıfın büyümesi, teknolojik faaliyetler, güçlü ekonomi, düşük fiyatlı seyahatler, vize almakta yaşanan kolaylıklar nedeniyle uluslararası turist varışları 2020 yılında %73 azalarak 403 milyona seviyesine gelmiştir. Turizmden elde edilen kazanç ise %63 azalarak 549.1 trilyon Amerikan doları seviyelerine gerilemiştir. Bunun en önemli sebebi dünya üzerinde yaşanan Covid-19 salgının olmasıdır. Salgınla beraber Asya Pasifik bölgesi %84, Avrupa bölgesi %70, Amerika bölgesi %69 ve Orta Doğu – Afrika bölgeleri eşit bir düşüş yaşayarak %75 oranlarında turist kaybı yaşanmıştır (UNWTO, 2020) .

Ülkelerin turist sayılarını ve turizm gelirlerini artırma girişimleri dünyada bütün şehirlere yansımıştır. Kozmopolit şehirler olan bilinen Londra, Paris, New York, Berlin gibi şehirler çok sayıda turist çekmektedir (Uca, 2019: 10).

Günümüzde Avrupa şehir turizminin en fazla yaşandığı kıta olarak bilinmektedir. Avrupa’da şehir turizminin gelişimi açısından temel faktörler şu şekilde sıralanabilir:

- Boş zamanlardaki artış ve şehirlerdeki turistik amaçlı kullanılacak mekânların sayısındaki artışlar

- Kentsel çekiciliklerin yenilenmesi, kültürel olay, faaliyet ve aktivitelerin desteklenmesi, alışveriş ve eğlence olanaklarının çeşitlendirilmesi
- Geleneksel şehir fonksiyonlarının yerine yeni üstyapı ve hizmetlerin alması
- Kullanılabilir boş zaman ve turizm faaliyetlerinin diğer kullanım alanları ve kullanıcılar için kent çevresi üzerindeki olumlu etkileri (Uca, 2019: 11).

Son yıllarda Amerika ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere kent turizminin gelişimi ülkeler için önemli politikalar haline gelmiştir. Ülkeler kent turizmine daha fazla önem vermeye başlamasıyla birlikte kent turizminin gelişimi için büyük bütçeler ayırmaya başlamışlardır. Dünyada olimpiyatlar, kongreler, forumlar gibi etkinlikler düzenleyerek şehir turizmini geliştirmeye çalışmaktadırlar.

2.5.2. Türkiye’de Şehir Turizmi

Sürekli gelişim gösteren turizm olgusu, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sürekli gelişen bir endüstri olmuştur. Türkiye’nin coğrafi konumu avantajlarıyla turizm sektörü ülkeyi önemli bir merkez haline getirmiştir. Son yıllarda yaşanan 2016 yılında yaşanan Rus Hava Kuvvetleri’ne bağlı bir uçağın düşmesi, Covid-19 salgını gibi olumsuz olaylar turist sayısı ve turizm gelirlerini olumsuz etkilese de turizmdeki canlılık umut verici niteliktedir.

Türkiye’de turizm çeşitliliğinin oluşturulması, turizm sezonunu tüm yıla yayma çabaları şehir turizmi açısından olumlu etkiler yaratmaktadır. Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren farklı deneyimler elde etmek, alışveriş yapmak, arkadaş ve akraba ziyaretleri, spor etkinliklerini izlemek, iş seyahatlerine katılmak gibi etkinlikler şehir turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Uca, 2019: 12).

Türkiye ayrıca sahip olduğu konum itibarıyla üç kıtaya ortalama 5 saatlik uçuş mesafesindedir (Uca, 2019: 12). Bu durum Türkiye’nin destinasyon olarak tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Deniz-kum-güneş turizmi ağırlıklı olan Türkiye turizmi çeşitli turizm imkanlarını harekete geçirerek farklı turizm türlerini geliştirme çalışmaları yapılmaktadır. Türkiye’de belirli şehirlere yönelik turizm faaliyetlerine ilişkin proje ve çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Özellikle şehirlerde tarihi mekanlar restore edilerek, yeniden işlevlendirilerek, yeme-içme kültürü, sanatsal faaliyetler, festivaller, konserler, spor

organizasyonları ve kongreler düzenlenilerek şehir turizmine yönelik ürün ve hizmetler geliştirilmektedir (Uca, 2019: 12-13).

Son yıllarda ülkemizde kongre turizminin öneminin anlaşılmasıyla birlikte dünya pazarından daha fazla yararlanabilmek için çeşitli girişimlerde bulunulmaya başlanmıştır. Antalya bu konuda ülkemizde önde gelen kentlerden biridir.

Hızla büyüyen kentlerden biri olan Antalya Türkiye için önemli turizm merkezlerinden biridir. Antalya doğal ve kültürel yönden zengin olmasından dolayı birçok turizm türü için uygun ortam sunmaktadır. Kentte güneşli gün sayısı ve sıcaklık ortalamalarının yüksek olması kıyı turizmi alanında sezonun uzamasına neden olmaktadır (Akova, 1999; Akış, 2007; Kervankıran ve Bulut, 2015'den akt., Işık ve Zoğal, 2017:73).

Dünyada yeni gelişen turizm trendlerinden olan kongre turizmiyle birlikte insanlar uzak yerlere gitmeyip yakın yerleri tercih etmektedirler. İstanbul kenti de bu bağlamda dünyada kongre şehirleri listesinde yer almaktadır. Yüksek teknoloji, altyapı ve üst yapı olanaklarının olduğu kentlerde gelişen kongre turizmi kapsamında her yıl bu kentlere binlerce turist gelmektedir (Heper ve Sarıışık, 2015: 62-72). Kongre turizminin kentlere birçok alanda fayda sağlamaktadır ve kentlere turist çekmektedir. İstanbul her yıl düzenlenen kongrelerle birlikte kente birçok turist çekmekte ve bu turizm olayından milyonlarca kar elde etmektedir.

Tarihi geçmişi, kültürel mirası ve benzersiz coğrafyası ile turistler İstanbul kentine yoğun ilgi göstermektedir. İstanbul kenti demografik ve ekonomik anlamda da Türkiye'nin en önemli kentidir. 2021 yılı turizm istatistiklerine göre ülkemize toplamda 30.038. 961 kişi giriş-çıkış yaparak ziyaret etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2021 yılı sınır giriş-çıkış istatistiklerine göre İstanbul kentine 9.025.004 kişi ile Türkiye'de en fazla turist çeken kent olduğu kanıtlanmaktadır (URL-2).

Geçmişte tarımla geçinen küçük tarihi bir şehir olan Beypazarı 1999 yılında alınan kararla birlikte evler restore edilmeye, sokaklar sağlıklılaştırılmaya başlanmıştır. Yapılan çalışmalara ev sahipleri ile birlikte esnafında katkı sağlaması yapılan çalışmaların hızlı sonuç vermesini sağlamıştır. Kentin turizme açılması ile Beypazarı Havuç Festivali düzenlenmiş, Hıdırlık Tepesi'nde Beypazarı uçurtma şenlikleri yapılmış ve düzenlenen Karaşar Kızak şenliği de turizm açısından kente katkılar sağlamıştır. Kentte yapılan ve düzenlenen bu

çalışmalar sonucunda Beypazarı'na yerli ve yabancı birçok turistin gelmesi sağlanmıştır (Türkan, 2013: 15).

1937 yılında Karabük Demir Çelik Fabrikası'nın açılması ile birlikte kentte konut sıkıntısı yaşanması sonucu Safranbolu'ya yerleşimler artmıştır. Kente gelenlerin tarihi evlerin dokusunu bozacak şekilde tadilatlarda bulunması sonucunda yetkili kişiler tarafından Safranbolu 1975 yılında koruma altına alınmaya başlamıştır. Kentin UNESCO kültürel miras listesine alınması, fuarlarda alanın tanıtılması ve pazarlanması kente olan turizm talebini artırmıştır (Ceylan ve Somuncu, 2016: 56-57).

Kültür turizmi kapsamında yeni şeyler öğrenmek ve yeni deneyimler elde etmek isteyen turistler kültürel çekicilikleri olan kentlere seyahatler etmektedirler. Mardin kenti bu kapsamda zengin arkeolojisi, tarihi ve kültürel çekicilik merkezleri ile turistleri kente çekmektedir. Günümüze kadar çok sayıda kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmış olan kent UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne aday olmuştur. Kentte yer alan sit alanları, tarihi, mimari yapısı ve geleneksel yaşam tarzıyla birçok turisti yöreye çekmektedir (Tunçer, 2013: 97-98).

Osmanlı İmparatorluğu'nun başkentliğini yapmış olan Bursa kenti kültürel miras alanında zengin bir şehirdir. Osmanlı'nın ilk başkenti olan Bursa kuşatıldığı zaman bir hisarın içinde yer alan kent uzun süren fetihler sırasında kentin çevresinde mahalleler inşa edilmeye başlanmıştır. O dönemlerde surların dışına çıkılmasıyla birlikte cami, hamam, medrese, kervansaray, darüşşifa gibi birçok yapı inşa edilmeye başlanmıştır. Günümüze kadar gelen anıt değerindeki yapılar Bursa kentine yerli ve yabancı birçok turisti çekmektedir (Özgen, 2010:53).

Kentlerin turizm pazarlarından payını almak isteyen Konya'da her geçen gün alternatif turizm türlerinde kendini geliştirmektedir. Açık hava müzesi özelliğini taşıyan kentte birçok Osmanlı dönemlerinden kalma eser bulunmaktadır. Ayrıca el sanatları ve folklorik değerler kente olan ilginin artmasına ve turizm açısından yerli ve yabancı turistleri kente çekmektedir (Uluslan ve Batman, 2010: 247).

2.6. Turizm Çekicilikleri

Herhangi bir yerin turizm alanında ilgi merkezi olabilmesi için bazı unsurlar bulunmaktadır. Çekicilik, konaklama ve erişim turist çekebilme potansiyelinin bağlı olduğu unsurlardandır. Çekicilikler turistlerin bir yeri ziyaret etme isteğini ortaya çıkarır ve yer seçimi için rol oynayan coğrafi faktörlerdir (Özgüç, 2007: 44).

2.6.1. Klimatik Kaynaklar

İklim turistlerin tatil yapmaları için önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir. Tatil yapmak isteyen turistler rekreasyon faaliyetlerini rahat bir şekilde gerçekleştirebilmelidirler. Turistler daha rahat giyimle dolaşabilmesi için güneş ışığının, yağışın, rüzgârın, sıcaklığın, bulutluluğun insanlar için uygun koşullarda olması gerekmektedir. Turistik faaliyetler genel olarak uygun hava koşulları sağlandığı zaman güzel olmaktadır.

Ekvatorial iklim bölgelerinde sürekli bir yağış olması turistler açısından çekici olarak değerlendirilmemektedir. Ilıman orta iklim kuşağı iklim koşullarının turizm faaliyetleri açısından en uygun olanıdır. Serin orta iklim bölgelerinde yer alan ülkelerde yaşayan turistler kendi iklimlerinin tersine sıcak iklimleri tercih etmektedirler. Soğuk iklim bölgelerinde yer alanlar kış sporları üzerine turist çekmekte ve kıyafet olarak en kalın kıyafetleri tercih etmek zorunda kalmaktadırlar (Özgüç, 2007:47-51-53).

2.6.2. Kıyıyla Bağlantılı Kaynaklar ve Deniz

Turistler için tatil demek çoğunlukla deniz kıyısına gitmek deniz-kum-güneş üçlüsü demektir. Kıyı ve plajın fiziksel özellikleri turizm açısından dikkat edilen bir unsurdur. İklim özelliklerinden sonra turistler için önemli kriter olan kıyının yapısı ve kalitesidir. Turistler dalgaların az olduğu, gelgit olayının olmadığı, temiz ve uygun kumsalı olan denizleri tercih etmektedirler. Plajların yapısı olarak kumsal olan alanlar daha fazla tercih edilmektedir. Turistler olabildiğince kıyıya yakın otelleri tercih etmektedirler (Özgüç, 2007: 58-59).

2.6.3. Manzara ve Doğal Yaşam Kaynakları

Genel olarak kırsal alanlara karşılık gelen bu kaynakları ziyaret etmek isteyen turistler farklı güdülerle hareket etmektedirler. Yeryüzünde bulunan şelaleler, volkanik özellikler ve

jeolojik şekiller gibi alanlar ziyaretçilerin ilgisini çekebilmektedir. Şehirlerin yorucu hayatından kaçmak ve uzaktan izlemek isteyenler için ise manzara terasları, alanları dikkat çekici olabilmekte ziyaretçiler tarafından tercih edilebilmektedir (Özgüç, 2007:63).

2.6.4. Tarihsel Kaynaklar

Geçmiş dönemde yaşamış medeniyetlerin ve eski çağlardan kalmış fiziksel kalıntıların günümüze ulaşmaları turistler tarafından ilgi odağı haline gelmektedir. Geçmiş dönemdeki mimari yapı, coğrafi görüntü, arkeolojik özellikteki fiziksel kalıntılar günümüzde turizm çekim alanları haline gelmiştir. Turistler tarihsel alanları günümüzün özellikleriyle kıyaslayıp o dönemde bu yapıların nasıl yapıldığı düşüncesini merak ederek bu alanları çekici bulmaktadırlar.

2.6.5. Sosyo-Kültürel Kaynaklar

Sosyo-kültürel kaynaklar turizm çekim alanında doğal kaynaklar kadar önemli bir unsurdur. Yörede bulunan gelenek ve görenekler, kentte yer alan müze ve anıt gibi kültürel varlıklar, kentleşme seviyesi, siyasal durum gibi unsurlar sosyo-kültürel kaynaklar olarak değerlendirilmekte ve kente turist çekebilmektedir (Kozak vd.,2006:42). Kültürel turizm kaynakları olarak geleneksel el sanatları, ünlü insanlar, yiyecek-içecekleri, festival ve özel günleri, temalı gezi yerleri gibi unsurlar kente olan ilginin artmasına sebep olabilmektedir. Turistler bu bağlamda toplumların değişik kültürel değerlerini, varlıklarını ve sanatlarını tanıma olanağı bulmaktadırlar.

2.6.6. İnsan Yapısı Kaynaklar

Bu tip çekicilikler genelde sunlust denilen turistler tarafından tercih edilmektedir. Sunlust turistler gidilen destinasyonda aktif olarak kültürel deneyim geçirmemektedir. Genellikle rekreasyon, dinlenme, eğlenme amacıyla seyahat ederler kültürel deneyim edinmeye karşı pasiftirler. Disko, gece yaşamı, kumarhane vb. gibi popüler kültür şekillerini diğer bir ifadeyle Batı tarzı eğlenceyi ararlar (Özgüç, 2007:77). Şehirsal alanlar insan yapısı turizm kaynaklarının yoğun olarak bulunduğu alanlardır.

3. BÖLÜM: TRABZON ŞEHİRİ VE TRABZON ŞEHRİNDEKİ TURİZM ÇEKİCİLİKLERİ

Bu bölümde Trabzon şehrinin tarihsel gelişimi, kentin beşeri ve fiziksel özellikleri ile bunların turizmle ilişkisi, turizm çekicilikleri, insan yapısı kaynaklar ve turizm alt ve üstyapısı gibi alanlardan bahsedilmektedir.

3.1. Trabzon Şehrinin Tarihsel Gelişimi

Trabzon adının menşei hakkında birçok kaynakta farklı bilgiler yer almaktadır. Trabzon adı farklı kökenli insanlar tarafından günümüze gelene kadar değişik anlamlar yüklenerek isimlendirilmiştir.

Şehir merkezi denizden başlayarak Trabzon Boztepe'nin üst seviyesine kadar düzenli olmayan teraslar şeklinde görünmektedir. Şehir merkezinde bulunan önemli dereler (Zağnos, Değirmendere, Kuzgundere) şehri kuzeyden güneye doğru derin boğazlar şeklinde bölmüş ve bu dereler arasında kalan düzenli görünmeyen yüksek bir masa şeklindeki alan üzerinde eski yerleşim kalıntıları bulunmaktadır. Trabzon adı Grekçe masa yada trapez/yamuk şeklinde olan “trapezos ” adından geldiği varsayılmaktadır (URL-3).

Başka bir isimlendirmeye göre Ortaçağda Müslüman yazarlar şehre “Trabezunde” ismini vermişlerdir. Batılı kaynaklara bakıldığında ise Trabzon ismi “Trabezonde, Trabexonde, Trebison, Trabison” şeklinde isimler vermişlerdir. Bu isimlendirmelerin anlamını ise “Kum renginde iki başlı gümüş kartal yuvası” yada “altın kartal ağzı” şeklinde yorumlamışlardır (Ak, 2000:27-28).

Trabzon kelimesinin başka bir isimlendirme görüşüne göre Trabzon şehrine gelen milletlerin kentteki işlerle uğraşırken rastladıkları sofa şeklindeki büyük taşlara “trapeza” denilmesinden ileri geldiğidir (Şevket, 2001:47).

Trabzon adı yerli halk tarafından ve Dede Korkut Hikayelerinde “Turabozan” şeklinde kullanılmıştır. “Tur” kelimesi Farsça bir kelime olup “Türk” anlamında kullanılmaktadır. “Tur-Ab-Zon” sözcüğü Türklerin Yurdu şeklinde anılmaktadır (Karadenizli, 1954:2-14).

Geçmişten günümüze kadar değişik isimlerle anılmış olan şehrin ismi en sonunda Trabzon şeklini almış ve artık bu şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Geçmişini çok eskilere dayanan Trabzon şehri yaygın olarak Sinop'tan gelen Miletli göçmenler tarafından M.Ö. 756 yılında kurulduğu şeklindedir (T.C.Trabzon Valiliği, 2016:43). Kaynaklara göre Trabzon şehrinden ilk olarak bahseden kişi Ksenophon'dur(M.Ö.430-355) (İnan, 2003:71). Ksenophon M.Ö.400 yılında Kolhlar, Driller, Mossynoikler ve Khalibler'in Doğu Karadeniz'de yaşamakta olduğunu söylemektedir. Roma döneminde önemli bir konuma sahip olan Trabzon'a bir liman yapılmış ve Anadolu'nun çeşitli bölgeleri ile bağlantı yolları sağlanmıştır. Roma İmparatorluğu'nun parçalanması ile birlikte Trabzon kenti Bizans hâkimiyetine girmiştir (T.C.Trabzon Valiliği, 2016:43).

II.Justianos Dönemi'nde (705-711) şehre Müslüman akınları başlamış bir süreliğine şehir ele geçirilmişse de Bizans komutanı olan Leon şehri tekrar geri almıştır. Şehir surlarının dışında Müslüman hakimiyeti devam etmiş ve şehrin bu dönemde İslamlaşmasının başladığı varsayılmaktadır (Öksüz, 2005:20).

13. yüzyıla gelindiğinde ithalat ve ihracat merkezi konumuna gelen Trabzon ve Doğu Karadeniz'de Türkler etkili olmaya başlamışlardır. 1224'te Sinop alınarak 1228'de Trabzon kuşatılmıştır. Çepniler'in Selçuklular tarafından Samsun'un doğusuna yerleştirilmesi bölgenin Türkleşmesine katkı sağlamıştır (T.C.Trabzon Valiliği, 2016: 43).

II.Murad Dönemine gelindiğinde Osmanlı Devleti Trabzon üzerine karadan ve denizden taarruza başlamıştır. Osmanlı Devleti o dönem fırtına yüzünden başarısız olsa da Şeyh Cüneyd tarafından Trabzon üzerine tekrar sefer yapılmış ve Akçakale alınmıştır. Trabzon önlerine kadar gelen taraflar şehri almayı başaramamış ve geri çekilmek zorunda kalmışlardır (İnan, 2003:73). Bu olaylar Osmanlı devletinden Fatih Sultan Mehmed, Amasya Beyi Hızır'ı Trabzon dolaylarına yollamıştır. Olaylar sonucunda KomnenoslarOsmanlı Devletine vergi ödemeye başlamıştır(T.C.Trabzon Valiliği, 2016:44).

Osmanlıya karşı birlik olan tarafların vergi ödemeyi durdurarak Uzun Hasan aracılığıyla önceden ödediği vergileri geri istemesi Fatih Sultan Mehmed'i harekete geçirmiştir. Fatih Sultan Mehmed 1461 yılında Trabzon'u ele geçirmiştir (İnan, 2003:74).

17. yüzyılda yaşanan Celali İsyanları sırasında Trabzon kenti de büyük zararlar görmüştür. Kentte yaşanan karmaşıklıklardan dolayı zarar gören yerli halk başka yerlere göç etmek zorunda kalmıştır (Goloğlu,2013'den akt.,Sağlam, 2019:80).

18. yüzyıla gelindiğinde Osmanlı-Rus-İran Savaşları sırasında Trabzon ordunun ikmal merkezi haline gelmiştir. Bu dönemde önemli bir merkez haline gelen Trabzon' nun durumu iyi bir halde değildir (Goloğlu,2013'den akt.,Sağlam, 2019:80).

19. yüzyılda kentte devam eden Rus saldırıları sırasında Osmanlı Devleti ağır darbeler alması sonucunda kentte asayiş korunamamıştır. Bu dönemde çıkan ayaklanmalar Osmanlı Devleti tarafından bastırılmış ve kentte iyileştirme çalışmaları yapılmıştır. Dönemin sonunda Trabzon İran transit yolunun başlangıcı haline gelmiş ve Erzurum-Diyarbakır yolunun ticari iskelesi haline gelmiştir (Goloğlu,2013'den akt.,Sağlam, 2019:82).

20. yüzyılda dünyada patlak veren 1.Dünya Savaşı sırasında Trabzon kentide bu olaylardan olumsuz olarak etkilenmiştir. Kent denizden Rus gemileri tarafından bombalanmış ve Trabzon halkı Ruslarla mücadele etmeye çalışsa da kent Ruslar tarafından işgal edilmiştir. Savaş devam ederken Rusya'da çıkan Bolşevik İhtilali sebebiyle Ruslar savaştan çekilmek zorunda kalmıştır. Trabzon ve çevresi 24 Şubat 1918 yılında Rus askerlerinden arındırılmıştır. Daha sonraki süreçte Kurtuluş Savaşı ile birlikte kent Türkiye Cumhuriyeti'nin 61. ili olarak varlığını sürdürmektedir (Köksal,2013'den akt., Sağlam,2019: 82).

3.2. Trabzon Şehrinin Fiziki Özellikleri ve Turizm İlişkisi

Trabzon Doğu Karadeniz Dağları'nın kuzeye bakan yamaçlarında yer alan 4.664 km² yüzölçümüne sahip bir kenttir. Kentin kuzeyinde Karadeniz, güneyinde Gümüşhane ve Bayburt, doğusunda Rize ve batısında Giresun illeri yer almaktadır. İklim özellikleri bir kent için çekicilik özelliği olabileceği gibi turizm açısından da farklı çekicilik kaynakları yaratabilmektedir (Özgüç, 2015: 44).

Araştırma alanı Karadeniz iklim kuşağında yer almaktadır. Karadeniz ikliminin etkisi ile yazlar serin, kışlar ılık ve her mevsim yağışlı geçmektedir. Kentte Karadeniz iklim kuşağının etkisi ile günlük ve yıllık sıcaklık farkları çok azdır. Her mevsim yağış alan kentte kıyıya yakın alanlarda yağmur, orta ve yüksek kesimlerde kar görülmektedir. Araştırma alanının yıllık sıcaklık değeri 14,8°C' dir. En soğuk ay 4,4 °C ile Şubat ayı iken, en sıcak ay 26,6 °C ile Ağustos ayıdır. En fazla yağış (114.3 mm) kente Eylül ayında düşmektedir (Tablo 3.1).Kente gelen ziyaretçiler Karadeniz ikliminin nemli havasından ve yeşil alan gibi özelliklerinden dolayı çekici bulması turizm bakımından kenti elverişli hale getirmektedir.

Tablo 3.1.Trabzon'un İklim Değerleri Tablosu

Trabzon iklimi (1927-2021)													
Aylar	Oca	Şub	Mar	Nis	May	Haz	Tem	Ağu	Eyl	Eki	Kas	Ara	Yıllık
Enyüksek sıcaklık (°C)	27.0	30.1	35.2	37.6	38.2	36.7	37.0	38.2	37.9	33.8	32.8	26.4	38.2
Ortalama en yüksek sıcaklık (°C)	10.8	10.8	12.0	15.5	19.2	23.2	26.0	26.6	23.8	20.1	16.5	13.0	18.1
Ortalama sıcaklık (°C)	7.5	7.3	8.4	11.7	15.9	20.2	23.0	23.4	20.4	16.7	13.0	9.6	14.8
Ortalama en düşük sıcaklık (°C)	4.7	4.4	5.5	8.7	13.0	17.1	20.0	20.4	17.4	13.7	10.0	6.7	11.8
En düşük sıcaklık (°C)	-7.0	-7.4	-5.8	-2.0	4.2	9.2	11.0	13.5	7.3	3.4	-1.6	-3.3	-7.4
Ortalama yağış (mm)	82.7	64.3	59.1	56.6	52.1	51.5	35.6	48.3	78.7	114.3	100.5	85.2	828.9

Kaynak: (Meteoroloji Genel Müdürlüğü verilerinden düzenlenmiştir.)

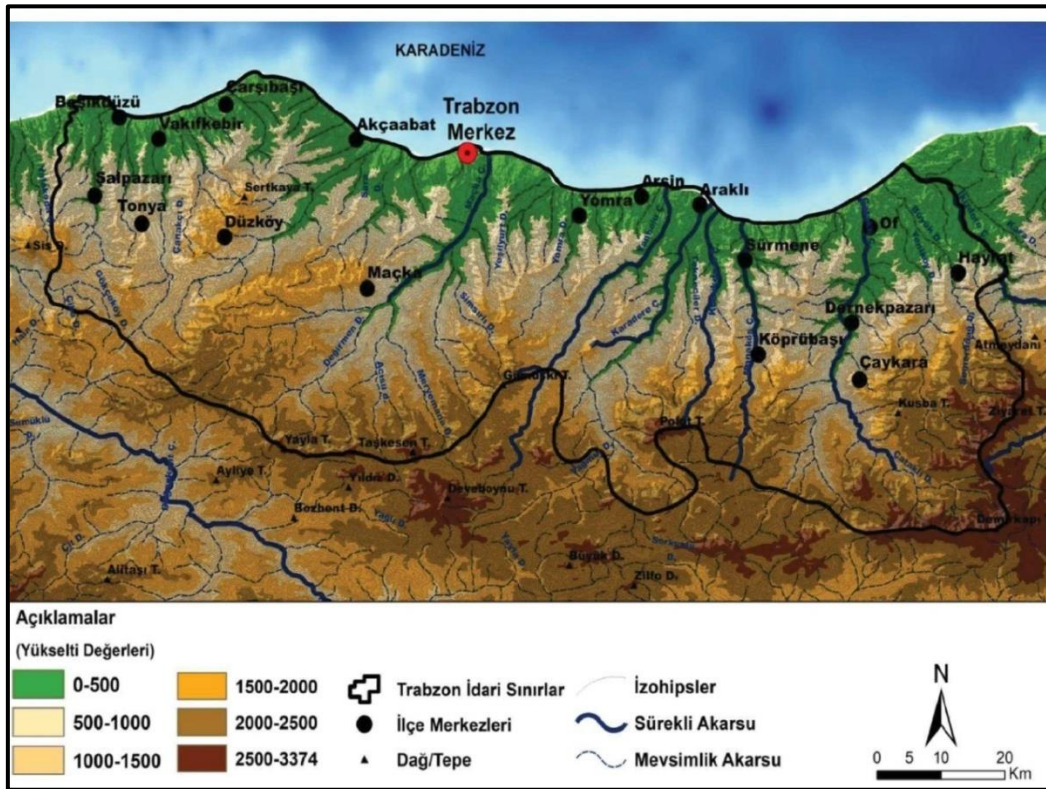
Çalışma alanında kıyıda 10 m'den başlayarak 2000 m'lere kadar uzanan çeşitli ağaç türleri bulunmaktadır. Alanın yüksek kesimlerinde sarıçam, ladin, köknar ve kayın, orta yüksekliklerde kestane, gürgen, karaağaç, akçaağaç, kayın, ıhlamur, huş ve kavak, kıyı kesimde ise kızılbaş, kestane, sarıçam, kayın, gürgen gibi ağaç türleri bulunmaktadır (Mor, 2006).

Araştırma alanı Türkiye'nin en yağışlı bölgesi olmasından dolayı su varlığı bakımından oldukça zengindir. Kentte çok sayıda akarsu ve göl bulunmaktadır. Alanda bulunan akarsular kaynağını Doğu Karadeniz Dağlarından almakta ve uzunlukları 60 km'yi geçmemektedir. Alanda yer alan akarsuların beslenme kaynağını eriyen kar ve buz suları oluşturmaktadır. Kentin akarsu ağını oluşturan başlıca akarsular; İkizdere, Baltacı Dere, Solaklı Deresi, Sürmene Deresi, Karadere, Yanbolu Deresi, Değirmendere, Kisarna, Hacıbeşir, Sera, Kalenima, Kireçhane, Üstürkiye, Haldanoz, Ispandan, Akçakale, Vartan, İskefiye (Çarşıbaşı), Kılıta (Yalıköy), Kirazlık, Fol Deresi (Vakıfkebir), Çamlık, Kurbağalidere, Akhisar ve Eynesil Deresi'dir.

Trabzon kentinden yer alan göllerin alanları topoğrafik yapı ve eğim nedeniyle küçüktür. Kentte yer alan göller oluşumlarına göre buzul, heyelan ve alüvyal set gölleri grubuna girmektedir. Kentteki göllerden Balıklı Göl, Buzlu Göl, Karagöl, Sarıgöl, Aygır

Gölü, Birömer Gölü, Kazıklı Göl ve Çakırğöl buzul gölleri grubuna girmektedir. Sera Gölü oluşum bakımından heyelan ve turistik bakımdan ünlü olan Uzungöl alüvyal set grubuna girmektedir.

Kentte yer alan dağlık alanlar Doğu-Batı yönünde ve kıyıya paralel olarak uzanmaktadır. Trabzon, yay şeklinde uzanan Doğu Karadeniz Dağları'nın ortasındaki Kalkanlı Dağlık kütesinin kuzeyinde yer almaktadır (Eriş, 2016'dan aktaran Sağlam, 2019:77).



Şekil 3.1. Trabzon Kenti ve Çevresinin Topoğrafya Haritası

Kaynak: (Sağlam, 2019: 53)

3.3. Trabzon Şehrinin Beşeri Özellikleri ve Turizm İlişkisi

Yerleşmeye uygun doğal özellikleri ve önemli ticaret yolları üzerinde bulunan kent geçmişten günümüze kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. II. Mahmut döneminde 1831 yılında ilk defa nüfus sayımı yapılmıştır. 1831 yılında yapılan nüfus sayımında Müslüman ve Gayrimüslimlerin toplam nüfusu 136.552 olarak kayıtlara geçmiştir (Sağlam,2019: 82).

Günümüzde yapılan son nüfus sayımına (2021) göre kentin toplam nüfusu 816.684'tür (TÜİK,2021). Araştırma alanı olan merkez ilçe Ortahisar'ın 2021 Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 334.228'dir (Tablo 3.2) Kent turizmi bağlamında seçilen Ortahisar hem nüfus bakımından hem de kent turizmi açısından elverişli şartların bulunması dolayısıyla turist çeken bir alandır.

Tablo 3.2. Trabzon İlçe Nüfus Verileri Tablosu

İlçe	Nüfus	İlçe	Nüfus
Akçaabat	128.348	Köprübaşı	4.371
Araklı	48.382	Maçka	24.869
Arsin	31.548	Of	44.212
Beşikdüzü	23.594	Ortahisar	334.228
Çarşıbaşı	15.395	Şalpazarı	10.519
Çaykara	13.550	Sürmene	26.161
Dernekpazarı	3.884	Tonya	13.754
Düzköy	13.575	Vakfikebir	27.081
Hayrat	7.581	Yomra	45.632

Kaynak: (TÜİK (2021) verilerinden düzenlenmiştir.)

Nüfusun cinsiyete göre dağılımına bakıldığında toplam nüfusun 405.047'si erkek, 411.637'si kadındır. 2021 TÜİK verilerine göre Trabzon'da kadın nüfus erkek nüfustan fazladır. Bunun en büyük sebebi erkek nüfusun iş bulma amacıyla başka kentlere göç etmesidir. Nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde orta yaş grubu olarak değerlendirilen 40-44 yaş arası grubun fazlalığı göze çarpmaktadır (Tablo 3.3)

Tablo 3.3. Trabzon Nüfusunun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş grubu	Nüfus	Yaş grubu	Nüfus
0-4	48.281	45-49	54.093
5-9	48.281	50-54	48.655
10-14	55.469	55-59	55.068
15-19	55.037	60-64	44.292

Tablo 3.3. “Tablonun Devamı”

20-24	62.817	65-69	40.517
25-29	56.931	70-74	27.554
30-34	55.518	75-79	17.856
35-39	57.639	80+	23.586
40-44	59.446		

Kaynak: (TÜİK (2021) verilerinden düzenlenmiştir.)

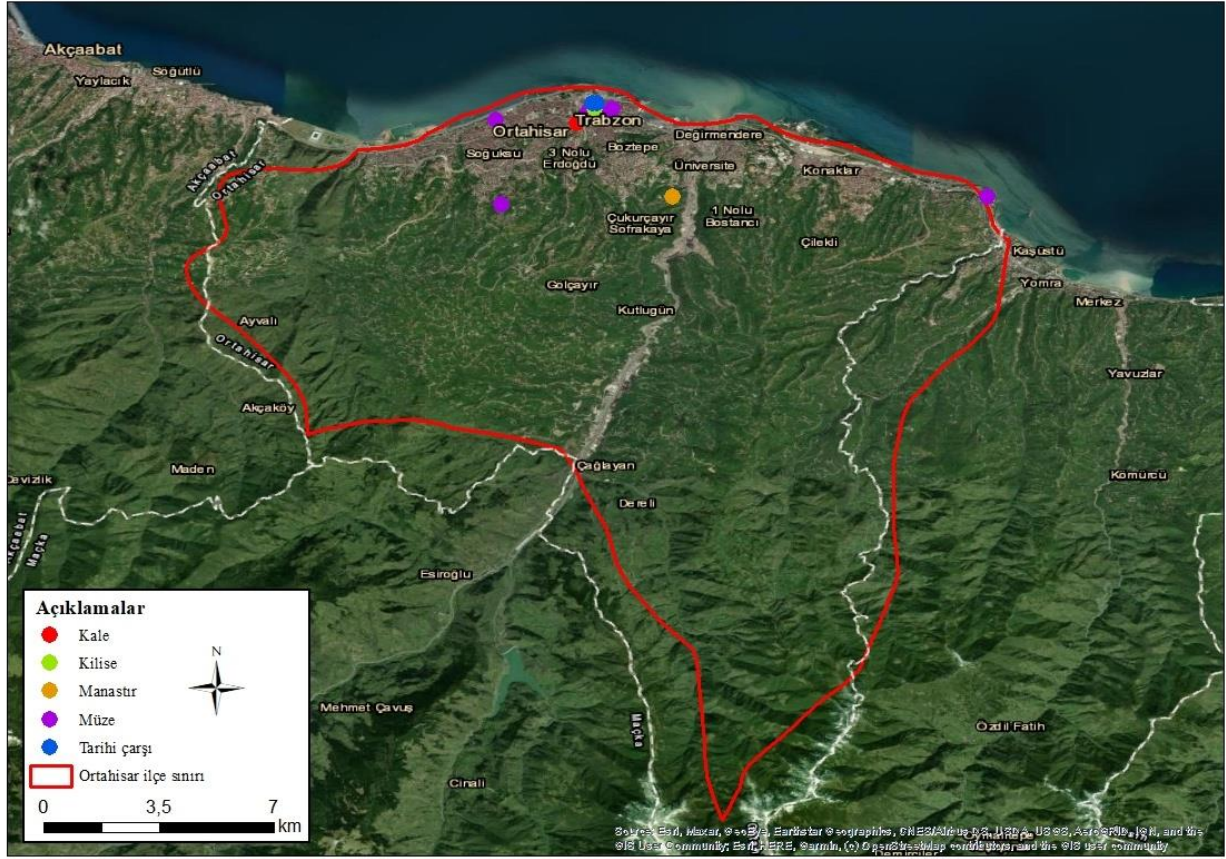
Trabzon kenti sosyal ve kültürel bakımdan gelişmiş olmasına rağmen ekonomik açıdan istenilen düzeyde gelişmemiştir. Kentin ekonomisi çoğunlukla tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır (Bayartan, 2007:130-131). Kentte tarım alanlarının az oluşu, hayvancılık için meraların varlığı hayvancılığın artmasına neden olmuştur. Süt ve süt ürünlerine yönelik olarak kentte büyükbaş hayvan yetiştirilmektedir.

Kentin coğrafi konumu, iklimi, topoğrafik yapısı, büyük pazarlara göre konumu, alt ve üst yapı gibi unsurların düşük olması kentin sanayi alanında gelişmemesine neden olmuştur. Kentte yer alan sanayi tesisleri küçük ölçekli iken son yıllarda büyük ölçekli tesislerin kurulması ile sanayi potansiyelinde canlılık yaşanmaya başlamıştır (Sağlam, 2019: 98).

3.4. Trabzon Şehrinde Turizm Çekicilikleri

3.4.1. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler

Sinop'tan gelen Miletli göçmenler tarafından M.Ö. 756 yılında kurulduğu düşünülen Trabzon şehri, Roma, Bizans ve İslam hakimiyeti etkisinde kalmıştır. 1461 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından fethedilen Trabzon'da onarım çalışmalarına başlanmıştır. Ekonomisi güçlü hale gelen ve Türk-İslam yapıları ile donatılan kentte, Roma, Bizans ve İslam dönemlerine ait birçok sivil mimarlık ve anıt değerinde eserler bulunmaktadır. Trabzon kentinde yer alan turizm çekiciliklerinin haritası Şekil 3.2'de görülmektedir.



Şekil 3.2.Trabzon'da Yer Alan Tarihi Çekicilikler Haritası

3.4.1.1. Trabzon'da Müzeler

3.4.1.1.1. Trabzon Müzesi

1900'lü yıllarda Banker Aleksı Kostaki tarafından konut olarak inşa edilmiştir (Şekil 3.3). Mimariden sorumlu olan İtalyan, yapının malzemelerinin çoğunu İtalyan getirttiği bilinmektedir. Kostaki 1917 yılında iflas edince konağı Nemlioğlu tarafından satın alınmıştır. Konak 1927-1932 yılları arasında Trabzon Valisi Ali Galip Bey tarafından kamulaştırılmıştır(T.C.Trabzon Valiliği, 2016:86). Konak 1937 yılından 1987 yılına kadar Kız Meslek Lisesi olarak kullanılmıştır. Daha sonra 1988 yılında Kültür Bakanlığı'na devredilmiş ve bakanlık tarafından müze için çalışmalara başlanmıştır. 22 Nisan 2001 tarihinden itibaren müze olarak kullanımı açılmıştır (URL-2).



Şekil 3.3. Trabzon Müzesi (Kostaki Konağı)

3.4.1.1.2. Trabzon Şehir Müzesi

Müze 1963 yılında Trabzon Merkez Bankası olarak kullanıma açılmıştır. 1963-1994 yılları arasında faaliyet gösteren banka yeni binanın yapılması üzerine kendi binasına taşınmış ve Ziraat Bankasına uzun süreliğine kiralanmıştır (URL-4). Bina bir süre sonra sanat, kültür ve sosyal hizmetlerde kullanılmak üzere Trabzon Valiliği İl Özel İdaresi'ne kullanım hakkı verilmiştir (URL-5). Kültür ve Turizm Bakanlığı Anıtlar Bölge Kurulu tarafından 13 Şubat 2006'da Kültür Varlığı olarak tescillenmiş, 24 Şubat 2017 tarihinde de ziyaretçilere açılmıştır (URL-4).

3.4.1.1.3. Atatürk Köşkü

19. yüzyılda Trabzon Soğuksu mevkiinde Konstantin Kabayanidis tarafından yazlık köşk olarak inşa edilmiştir (Şekil 3.4). Köşkte büyük ve gösterişli Avrupa simgelerinin kullanılması Avrupa ve Roma mimarisinin etkilerinin olduğunu göstermektedir. Köşkün birinci katında; oturma odası, dinlenme odası, yemek odası ve misafir odası, ikinci katında;

çalışma odası, büyük yatak odası, bekleme odası ve toplantı odası ve diğer katta ise iki küçük oda bulunmaktadır.1924 yılında Trabzon’u ilk ziyareti sırasında Atatürk bu köşkte ağırlanmıştır. 1930 yılında ikinci kez bu konakta kalan Atatürk 11 Haziran 1937 yılında köşkün tüm mal varlığını Türk Milletine armağan etmiştir (T.C.Trabzon Valiliği, 2016:85).



Şekil 3.4.Trabzon Atatürk Köşkü

3.4.1.1.4. Trabzonspor Müzesi

Trabzon’un Maraş Caddesi üzerinde Sadri Şener Sosyal Tesisleri Binasında yer alan müze 2.katta bulunmaktadır. Daha sonra müze 2011 yılında yan tarafında bulunan yeni binaya taşınmıştır. Müzede bulunan Trabzonspor’a ait kupalar Türk Futbolunda önemli bir yere sahiptir. Müzede bulunan en ilginç kupa ise Türkiye Amatör Futbol Şampiyonası’nda Trabzon İdmanocağı’nın 1958 yılında kazandığı yarım kupadır. 1958 yılındaki Türkiye Şampiyonasında Ankara Havagücü takımı ile Trabzon İdmanocağı’nın puanları ve averajlarının aynı olması üzerine her iki takımında final oynamayı kabul etmemeleri sonucunda Federasyon iki takımı da şampiyon ilan etmiştir. Kupa ortadan ikiye bölünmüş ve her iki takımın müzesinde de yer almaktadır (URL-6).

3.4.1.1.5. Cevdet Sunay Müzesi

Müze, Trabzon’un Çaykara ilçesi Sultan Murat yolu üzerinde Ataköy Beldesi’nde yer almaktadır. Yörenin tanınmış devlet insanı Türkiye Cumhuriyeti’nin 5.Cumhurbaşkanı,

Genelkurmay Başkanı ve Kontenjan Senatörlüğü yapmış olan Cevdet Sunay'ın 1982 yılında ölümünün ardından doğduğu ev restore edilerek müze haline getirilmiştir. Restore çalışmalarının ardından 2001 yılında Cevdet Sunay Evi-Müzesi olarak kullanıma açılmıştır (URL-7).

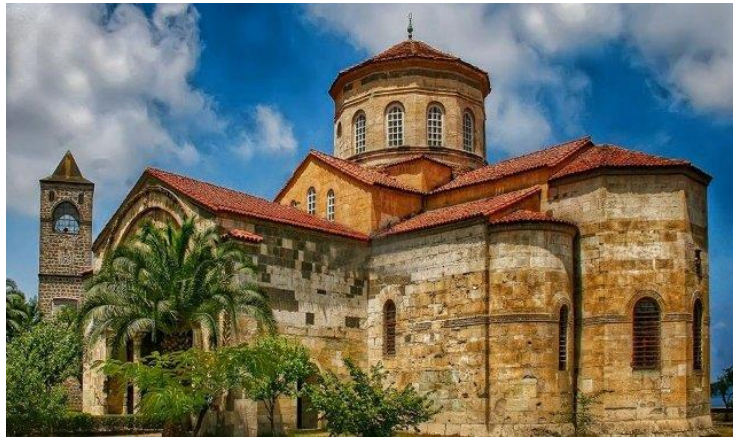
3.4.1.1.6. Kanuni Evi

Yavuz Sultan Selim'in valilik yaptığı sırada oğlu Kanuni Sultan Süleyman'ın 1945 te doğup 15 yaşına gelene kadar kaldığı evi günümüzde müze olarak hizmet vermektedir. Yapı, bir bodrum kat, bir zemin kat, bir normal kat ve birde çatı katından oluşmaktadır. Bodrum katında belediyeye ait sosyal tesis bulunmaktadır (URL-8).

3.4.1.2. Trabzon'da Camiler

3.4.1.2.1. Ayasofya Cami

Ayasofya 1230-1260 yılları arasında Komnenos Krallığı zamanında kilise olarak yapıldığı varsayılmaktadır (Şekil 3.5). 1461 yılında Fatih Sultan Mehmed'in Trabzon'u fethinden sonra 1573 yılında kilise olan yapı camiye çevrilmiştir. Cami olarak kullanılmakta olan yapı 1864 yılında büyük bir onarım geçirmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nın çıkması üzerine yapı bir süre depo ve askeri hastane olarak kullanılmış ve daha sonra tekrardan camiye dönüştürülmüştür. 1958-1962 yıllarında cami olan yapı müzeye çevrilmiştir (Köse, 2013). Müzeye çevrilen yapıda 34 yıl aradan sonra 28 Haziran 2013 yılında ilk kez namaz kılındı. 2013 yılı Temmuz ayında ilk Cuma namazı kılınmasıyla birlikte yapı cami olarak ibadete açılmıştır (URL-9).



Şekil 3.5. Trabzon Ayasofya Camii

3.4.1.2.2. Ahi Evren Dede Camii

Trabzon'un önemli bir konumu olan Boztepe'de yer alan yapının tarihi tam bilinmemektedir. Hakkında fazla bilgi bulunmayan yapının Şemsettin Sami'ye göre Sultan Orhan zamanında Ahi Evren'in derviş dergahı inşa ettirdiğini ve günümüzdeki cami ve türbenin yerinde bulunduğunu söylemektedir (URL-10).

3.4.1.2.3. Gülbaharhatun Cami

Yavuz Sultan Selim'in annesi Gülbaharhatun'a 16.yüzyılda Otahisar'da yaptırdığı bir külliye içerisinde bulunan camidir (URL-11). Külliye hamam, medrese, imaret ve medrese alanları yıkılmış türbe ve cami alanı günümüze kadar gelmiş durumdadır. Cami Osmanlı mimarisinde Zaviyeli Camiler grubuna girmektedir. Camide ki klasik dönem süslemeleri zamanla bozulmuştur. Günümüzdeki var olan süslemeler son onarım zamanı yapılmıştır (T.C.Trabzon Valiliği, 2016: 85).

3.4.1.2.4. Ortahisar Fatih Camii

Cami Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar'da yer almaktadır. Caminin Romalı Constantinusun yeğeni Hannibalianus tarafından yapıldığı düşünülmektedir. Altınbaşı Meryem Kilise'siolarakta isimlendirilmektedir. Yapı çeşitli onarımdan geçirildikten sonra 1461 yılında camiye çevrilmiş ve bu şekilde kullanılmaya başlanmıştır (URL-12).

3.4.1.2.5. Çarşı Camii

Trabzon'un Çarşı Mahallesi Kemeraltı mevkiinde yer almaktadır. Önemli bir yerde bulunan cami Trabzon'un en büyük camilerinden birisidir. Trabzon'da valilik görevi yapmış olan Hazine Darzade Osman Paşa tarafından 1836 yılında yaptırılmıştır. Yapıda bulunan taş işçiliği dikkat çekmektedir (URL-13).

3.4.1.2.6. Yeni Cuma Camii

Yapı 13. Yüzyılda bazilikal bir kilise şeklindeydi. Kilise daha sonra hac şekline dönüştürülmüştür. Yapının yapım tarihi 14. Yüzyıl olarak kabul edilmektedir. Yapı Fatih'in Trabzon'u fethetmesinden sonra camiye dönüştürülmüş ve günümüzde bu şekilde kullanılmaktadır (URL-14).

3.4.1.2.7. Erdoğdu Bey Camii

Erdoğdu Mahallesi'nde yer alan caminin yerinde daha önceden kare planlı bir mescit bulunmaktaydı. Eskiyen yapının yerine Trabzon valisi Erdoğdu Bey tarafından cami inşa ettirilmiştir. Yapının Hicri takvime göre 985 yılında inşa ettirildiği düşünölmektedir. Yapı bir avlu içerisinde yer almaktadır ve avlu kapısı yuvarlak kemerlidir. Kesme taş ve kaba yonu taş kullanılan yapı yığma yapım sistemiyle inşa edilmiştir (URL-15).

3.4.1.2.8. Hüsnü Göktuğ Paşa Camii

15.yüzyılda Cenevizliler tarafından yaptırıldığı düşünölen cami Trabzon'un Çömlekçi Mahallesi'nde yer almaktadır. 1461 Trabzon'un fethinden sonra kilise olarak kullanılmaya devam edilen camide Trabzon valisi Hüsnü Göktuğ tarafından 1953 yılında onarılarak camiye dönüştürölmüştür (URL-16).

3.4.1.2.9. Molla Siyah (Nakip) Camii

Yapı Trabzon'un Pazarkapı mahallesinde yer almaktadır. 5.ve 6. Yüzyılda Aziz Andrea'ya ithafen inşa edilmiştir. Kilise olarak kullanılan cami Trabzon'un fethedilmesinden sonra camiye dönüştürölmüş ve bu şekilde kullanılmaya başlanmıştır (URL-17).

3.4.1.3. Trabzon'da Hanlar

3.4.1.3.1. Taşhan

1531-1533 yılları arasında Trabzon'da valilik yapan İskender Paşa tarafından yaptırılmıştır. Tarihi tam bilinmeyen bir zamanda onarım yapılarak günümüze kadar gelmesi sağlanmıştır. Düzgün yontu taşı kullanılarak duvarları inşa edilmiştir. Tuğla kullanılarak revak kemerleri ve tonoz kubbesi yapılmıştır. 1980 yılında kiremit kaplı olan çatısı onarılarak beton mozaiğe dönüştürölmüştür (URL-18).

3.4.1.3.2. Vakıf Han (Gök Han, Attar Han)

Bedesten'in kuzey batısında yer almaktadır. Avlusu bulunan han üç kattan oluşmaktadır. Caminin şadırvanı Miladi takvime göre 1781 yılında Hacı Yahya tarafından yaptırılmıştır. Zemin katın girişi doğudadır ve avluyu revak ile birlikte arkasındaki odalar çevirmektedir. Birinci kata giriş ise güneyde yer almaktadır ve bu cephede şadırvan, dört

dükkân ile birlikte caminin girişi yer almaktadır. İkinci katta cami ile birlikte revaklı avlu odaları bulunmaktadır (URL-19).

3.4.1.3.3. Alaca Han

Han, Trabzon kent merkezinde Bakırcılar Caddesi'nde yer almaktadır. Binanın yapım tarihi tam bilinmemektedir. Yapının şekli ve mimari elemanları incelendiğinde 18. Yüzyıla ait olabileceği tahmin edilmektedir (URL-20). Yapı 3 kattan oluşmaktadır ve dikdörtgen planlı bir yapıdır. Hanın iyi bir taş işçiliğe sahip olduğu görülmektedir (URL-21).

3.4.1.3.4. Sabırhan

Han 19. yüzyılda yapılmıştır. 3 kattan oluşan ve han "U" planlı bir biçime sahiptir. Kuzeyde ve güneyde birer girişi bulunmaktadır. Yapının kolon ve kemerleri taştan yapılmıştır. Zemin katta avluya açılan dükkânlar yer almaktadır. Üst katlarda avluyu çevreleyen revak odalar yer almaktadır. Yapı günümüze gelene kadar birçok değişikliğe uğrayarak özgünlüğünü kaybetmiştir. Binanın çatısı çökmüş ve yapının üzerine betonarme kat yapılmış ve zamanla yıkılan güney duvarları tuğla ile örülmüştür. Günümüzde yapı çeşitli iş kollarına hizmet vermektedir (URL-22).

3.4.1.4. Trabzon'da Kaleler

3.4.1.4.1. Trabzon Kalesi

Kale Trabzon kent merkezinde Zağnos ve Tabakhane dereleri arasında yer almaktadır (Şekil 3.6). Kale hakkında elde edilen bilgilere göre M.Ö. 4. Yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir. Kalenin surları Aşağı Hisar, Yukarı Hisar ve Orta Hisar olarak üç bölüme ayrılmıştır. 1297-1330 yılları arasında Alexios döneminde Aşağı Hisar surlarının yapıldığı bilinmektedir. Yazılı kaynaklardan elde edilen bilgilere göre Orta Hisar bölgesi ilk yerleşim yeri olarak kullanılmıştır. Kentteki en önemli yapılar bu bölümde yer almaktadır. Kalenin en güneyde kalan bölümü ise Yukarı Hisardır. Kentin akropol görevini Yukarı Hisar görmektedir. 527-565 yılları arasında Justinyen döneminde kalenin surları onarım görmüştür. Yukarı Hisar'ın kuzeyinde Orta Hisar'a geçmeyi sağlayan iki kapı yer almaktadır (URL-23).



Şekil 3.6. Trabzon Kalesi

3.4.1.4.2. Zağnos Burcu

Zağnos Burcu, Trabzon kent merkezinde Atapark'ın kuzey doğusunda yer almaktadır. Eski şehir surlarının batı kısmında yapı inşa edilmiştir. Moloz taşı kullanılan yapı yığma taş sistemiyle inşa edilmiştir. Bir zemin kat, iki normal kat ve asma kattan oluşmaktadır. Yapı dikdörtgen planlıdır ve yapının iç taraftan üst örtüsü sivri tonoz, dış taraftan üst örtüsü düz çatıdır. Zağnos Burcu'nun iç ve dış duvarları taş yüzeylidir (URL-24).

3.4.1.4.3. Akçakale

Denize hakim bir noktada Trabzon'un 18 km batısında yer almaktadır. İmparator Alexios tarafından Selçuklulardan korunmak 1297-1330 yılları arasında yaptırılmıştır. Yapı moloz ve kesme taştan yapılmıştır. Yapının çoğu bölümü yıkılmış olmasına rağmen yinede orijinal görünümünden pek fazla değişmemiştir (URL-25).

3.4.1.4.4. Cephanelik

Cephanelik dikkat çeken görüntüsünün yanında yapım yılı ile ilgili tartışmalı bir yapıdır (Şekil 3.7). Yıldız Sarayı'ndaki albümlerde yer alan resimlerinin altında H.1305 yılı yazmaktadır ve yapının kapısının üzerinde yer alan II. Abdülhamit'in tuğrası ve kitabesi de bunu doğrulamaktadır. 1887 yılında Cephaneliğin kesin olarak yapıldığı anlaşılmaktadır. İç içe iki bölümden oluşan yapı 25-40 metre çapındadır. İç bölümü dört, dış bölümü ise üç

katlıdır. Yapı 1916-1918 Rus işgali sıralarında mühimmat deposu olarak kullanılmıştır. 9 Temmuz 1919'da patlama meydana gelmesiyle örtüsü yıkılmıştır (URL-26).



Şekil 3.7. Trabzon Cephanelik

3.4.1.5. Trabzon'da Kiliseler

3.4.1.5.1. Santa Maria Kilisesi

1869-1874 tarihleri arasında Sultan Abdülmecit tarafından yaptırılmıştır. Sultan Abdülmecit'in fermanıyla birlikte Trabzon'a gelen ziyaretçilere yönelik olarak yaptırılan bir kilisedir. Kilise günümüzde de halen işlevini yerine getirmektedir. Kuzey ve batı duvarlarında yer alan St.Andrea, St.Pietro ve St.Eugenius betimlemeleri ve diğer süslemeleriyle birlikte ziyaretçiler tarafından ilgi çekmektedir (URL-27).

3.4.1.5.2. St. Anna (Küçük Ayvasıl) Kilisesi

Trabzon'un en işlek caddesi olan Maraş Caddesi üzerinde yer alan kilise şehrin en eski kilisesi olarak bilinmektedir. Kilise M.S. 9. yüzyılda I.Basil döneminde yeniden inşa edilmiştir. Yapı doğu-batı uzantılı üç nefli bazilika olarak inşa edilmiştir. Bazilikanın iç duvarlarında sıva ile kapanmış bulunan freskler yer almaktadır. Yapının güney kapısı üzerinde Roma Dönemi'nde yapıldığı düşünülen mermerler yer almaktadır. Bu mermer kabartmalarının başka eski bir tapınaktan alınarak buraya yerleştirildiği düşünülmektedir (URL-28).

3.4.1.5.3. St. John Kilisesi

Kilise Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar ilçesinin Hızırbey Mahallesi'nde yer almaktadır. Yapı M.S. 1306 yıllarında Theodora Tzanichites ve Gregory Kamachenos tarafından inşa edilmiştir. Yapı üzerinde 1856 yılında restorasyon çalışmaları yapılmıştır. Metropolitan Constantinos tarafında restore edilen yapıda yığma yapım şeklinde kesme taş ve moloz taş malzeme kullanılmıştır (URL-29).

3.4.1.5.4. Sümela Manastırı

Manastır Trabzon'un Maçka ilçesi Altındere Köyü'nde yer almaktadır. Sarp bir kayalık üzerinde Karadağ'ın eteklerinde yer alan yapı "Meryem Ana" ismi ile de bilinmektedir (Şekil 3.8). Sümela ismini siyah anlamına gelen "melas" sözcüğünden almaktadır. Manastır I.Theodosius döneminde Barnabas ve Sophranios isimli rahipler tarafından kurulmuştur (URL-30). Manastır denizden 1250 metre yüksekte yer almaktadır. Manastıra ulaşım orman içindeki patika bir yolla sağlanır. Manastırda kilisenin yer aldığı bir mağara, kutsal bir çeşme, öğrenci odaları, servis bölümleri ve konuk odaları bulunmaktadır. Daha sonraki dönemlerde ek bölümler inşa edilerek yapı genişletilmiştir. İncil'den alınan sahnelerle manastırın dış duvarları fresklerle donatılmıştır (URL-31).



Şekil 3.8. Sümela Manastırı

3.4.1.5.5. Kaymaklı Manastırı

Manastır 1423-1424 yılları arasında inşa edilmiştir. Yapı kent merkezinde bulunan Boztepe'nin Değirmendere Vadisi'ne bakan yamaçta yer almaktadır. Trabzon'da Ermeni cemaatine ait olan tek manastır olan Kaymaklı Manastırı'nın çevresi surlarla çevrilmiştir. Surlarla çevrilmesiyle birlikte kilisenin içinde bulunduğu bir avlu meydana gelmiştir. Manastır bünyesinde şapel, kilise, çan kulesi, keşiş hücreleri barındırmaktadır (URL-32).

3.4.1.5.6. Vazelon Manastırı

Vazelon Manastırı Trabzon merkeze 35 km uzaklıkta yer almaktadır. Manastırın tam kuruluş tarihi bilinmemektedir. Araştırmacılara göre M.S. 270-317 yılları arasında kurulduğu tahmin edilmektedir. Manastır 565 yılında İmparator Justinianus tarafından onarılmıştır. 1923 yılında terk edilen manastırdan geriye kalan kilise ve keşiş odaları 19. yüzyıla ait olduğu bilinmektedir (URL-33).

3.4.1.5.7. Kızlar Manastırı

Manastır Trabzon Boztepe'nin güney yamacında bulunmaktadır. Kilise 14. yüzyılda III.Alexios döneminde kaya kilisesi olarak inşa edilmiş daha sonraki dönemlerde genişletilmiştir. Yapı kaya şapelin çevresinde inşa edilmiş ve manastırın en yüksek konumunda Konstantinos'un anıt mezarı yer almaktadır. Yapı Trabzon'da ayakta kalan tek manastır olma özelliği taşımaktadır (URL-34).

3.4.1.6. Trabzon'da Türbeler

3.4.1.6.1. Gülbahar Hatun Türbesi

Türbe, Gülbahar Hatun Camii'nin doğusunda yer almaktadır. Yavuz Sultan Selim annesi Gülbahar Hatun için cami, hamam gibi yapıların bulunduğu külliye inşa etmiştir. Külliye'nin 1505-1506 yılları arasında yapıldığı tahmin edilmektedir. Annesinin vefatından sonra yapılan bu külliye'den günümüze sadece cami ve türbe gelebilmiştir (URL-35).

3.4.1.6.2. Emir Mehmet Türbesi

1523 yılında Emir Mehmet için yapılan türbe Trabzon Lisesi'nin güneyinde yer almaktadır. 1877 yılında Şeyhi Osman Baba'da vefatının ardından bu türbeye defnedilmiştir.

Yapının malzemesinde kesme taş kullanılan türbe sekizgen planlıdır. Türbenin girişi kuzeydoğuda yer almaktadır. Yapı üzerinde iki pencere mevcuttur ve bu pencereler doğu ve batıya açılmaktadır. Kubbesi kurşun kaplı olan türbe sekizgen bir yapı üzerine oturmaktadır (URL-36).

3.4.1.6.3. Ahi Evren Türbesi

Trabzon Boztepe’de Ahi Evren Camii’nin kuzeydoğu cephesine bitişik olan yapılmış bir türbedir. Türbe isminin Ahilik teşkilatının kurucusunun isminden almaktadır. Giriş kapısı türbenin kuzey cephesinde yer almaktadır. Yapı kare planlıdır ve tek kubbeye sahiptir. Yapım yılı ile ilgili olarak türbe ve caminin bahçe kapısı üzerinde H.1308/M.1890 yılı bilgisi yer almaktadır. Türbe içerisinde dört mezar yer almaktadır ve bunlardan iki mezarın kime ait olduğu bilinmemektedir. Diğer mezar ise 1883’te ölen Ahi Evren’in babası Hacı Hakkı Baba’dır (URL-37).

3.4.2. Manzara ve Doğal Çekicilikler

3.4.2.1. Boztepe

Boztepe, Trabzon’un merkez ilçesi Ortahisar’da yer almaktadır. Seyir ve manzara noktalarından olan Boztepe merkeze çok yakın bir mesafede yer alır (Foto 7). Boztepe şehrin manzarasını kuşbakışı seyredebileceğimiz bir mekândır. Ormanlık bir alan üzerinde cafe ve çay bahçeleri bulunan ve zaman geçirilebilecek konum haline getirilmiştir. Yerli ve yabancı turistlerin uğrak noktası olan Boztepe’de günbatımı ve gündeğümü izlemek mümkündür.



Şekil 3.9. Trabzon Boztepe

3.4.2.2. Plajlar

3.4.2.2.1. Yalınca Aile Plajı

Trabzon Yalınca mevkiinde bulunan plaj ailecek gidilebilecek bir yer olma özelliği taşımaktadır. Yumuşak kumsalı ve temiz sularıyla birlikte plajda çocuk parkı ve voleybol sahası yer almaktadır.

3.4.2.2.2. Albatros Plajı

Plaj, Trabzon'un Akçaabat ilçesine bağlı Akçakale beldesinde yer almaktadır. Genellikle genç yaştakilerin tercih ettiği bir plajdır. Plajın kumsalı kum ve taşlardan oluşmaktadır. Plajın uzunluğu 500 m civarındadır ve plajda duş, tuvalet, yeme-içme gibi alanlar yer almaktadır. Plaja girmek ücretlidir.

3.4.2.2.3. Akçakale Plajı

Plaj, Trabzon'un Akçakale beldesinde yer almaktadır. Akçakale Plajı siyah kumsalı ile tanınmaktadır. Plajın en belirgin ve ayırt edici özelliği plajda bulunan siyah kumun dünya üzerinde bu renkte bulunan kumsala sahip tek yer olmasıdır. Plajda soyunma kabinleri, duş kabinleri, şemsiye, şezlonglar ve büfeler yer almaktadır. Plaja girişler ücretlidir.

3.4.2.2.4. Mersin Plajı

Mersin Plajı, Trabzon'un Akçaabat ilçesi Akçakale beldesinde yer almaktadır. Plaj içerisinde cafe vb. hizmetler ile şezlong ve şemsiyeler bulunmaktadır.

3.4.2.2.5. Yoro Plajı

Trabzon'un Çarşıbaşı ilçesinde yer alan plaj Trabzon'un en iyi plajları arasında sayılabilir. Tamamen kumla kaplı olan plajda voleybol filesi yer almaktadır. Ayrıca plaj içerisinde yeme-içme mekanları da bulunmaktadır. Plaja girişler ücrete tabi tutulmuştur.

3.4.3. Trabzon Şehrinde İnsan Yapısı Kaynaklar ve Turizm Alt ve Üstyapısı

3.4.3.1. Parklar

3.4.3.1.1. EYOF Parkı

Kentte 2011 yılında düzenlenen Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunları'nın anısına Forum Alışveriş Merkezi'nin karşısında kurulan bir parktır. 30 bin metre kare alan üzerinde yapılan EYOF 2011 Spor Hatıra Parkı yerli ve yabancı turistler tarafından uğrak bir alan olmuştur. Parkın yaşam alanı Trabzon Büyükşehir Belediyesi tarafından yeşillendirme ve çiçeklendirme yapılmaktadır. Parkın içerisinde Osmanlı çay evi, Japon çay evi, yapay gölet, yürüyüş alanları ve dinlenme alanları bulunmaktadır.

3.4.3.1.2. Trabzon Botanik Parkı

Trabzon Büyükşehir Belediyesi tarafından 2018 yılında Çamoba mevkiinde hizmete açılmıştır. Park 11 milyon TL'yi aşkın bir maliyetle kurulmuştur. 103 dönümlük arazi üzerine kurulan park Karadeniz Bölgesi'nde botanik park olarak ilk ve tek olma özelliğini taşımaktadır. Alan içerisinde 21 farklı kültürden fındık bahçesine, 7 adet atölye binası, 1 herbaryum, mescit, tuvalet, oyun evi, restoran ve kır kahveleri yer almaktadır. Park içerisinde Mimar Sinan isimli bir kulede yer almaktadır (Şekil 3.10).



Şekil 3.10. Trabzon Botanik Parkı

3.4.3.1.3. Zağnos Vadisi Parkı

Kent merkezinde yer alan park Zağnos Vadisinde inşa edilmiştir. Park kentin en büyük açık hava parkı olma özelliği taşımaktadır. Kent merkezinde yer alması ve ulaşımının kolay olmasından dolayı halkın ve turistlerin uğrak noktası haline gelmiştir. Parkın içerisinde tarihi bir Zağnos Köprüsü ve Yavuz Sultan Selim Bulvarı'na ait bir viyadük yer almaktadır. Ayrıca park içerisinde göletler ve kafeteryalar yer almaktadır.

3.4.3.1.4. Trabzon Meydan Parkı

Trabzonlu'lar ve ziyaretçiler tarafından buluşma noktası olan park kent merkezinin tam göbeğinde yer almaktadır. Yeşil ağaçlarla çevrelenmiş içerisinde oturabilmek için banklar ve kafeteryalar bulunan park, Trabzonlu'lar ve diğer gelen ziyaretçiler tarafından bilinmekte ve herkes tarafından uğrak bir nokta olmaktadır. Parkın çevresinde yer alan restaurant ve cafelerde yerli halk ve ziyaretçiler tarafından da yoğun olarak ilgi görmektedir. Park içerisinde Atatürk Heykeli ve Trabzonspor amblemi ziyaretçiler tarafından bolca resim çekilen mekân haline gelmiştir.

3.4.3.2. Yerel Etkinlikler ve Sanatsal Etkinlikler

Trabzon kentinde festivaller ve özel günler turizm çekicilikleri bakımından önemli bir yere sahiptir. Kentte hayvancılık ile geçinen insanların yaylada geçirdikleri süre boyunca belirli tarihlerde yayla şenlikleri düzenlemektedirler. Yayla şenlikleri yaylada bulunan insanlar ile yaylaya çıkmamış veya başka ülkeden gelen insanlar ile beraber kutlanmaktadır.

Yaylacılık kültürünün önemli unsurlarından biri yayla şenlikleridir. Yayla şenlikleri genellikle büyük yaylalarda kutlanmakta ve şenlikler boyunca konserler düzenlenmekte, yöresel çalgılar çalınmakta ve müzikle beraber yöresel oyunlar oynanmaktadır (Tablo 3.4).

Tablo 3.4. Trabzon İlin Düzenlenen Yayla Şenlikleri, Festivaller ve Düzenlenme Tarihleri

Adı	Yer	Tarih
Hıdırellez Bahar Bayramı	Acısı/Şalpazarı-Trabzon	Mayıs ayının ilk Pazar Günü
Şalpazarı Ağasar Kültür Şenliği	Şalpazarı-Trabzon	Haziran Ayının İlk Pazar Günü
Sultanmurat Şehitleri Anma Günü	Sultanmurat Yaylası/Çaykara-Trabzon	23 Haziran

Tablo 3.4. “Tablonun Devamı”

Harmantepe Şehitleri Anma Günü	Harmantepe/Köprübaşı-Trabzon	29 Haziran
Deniz Eğlenceleri	Akçaabat-Trabzon	6 Temmuz
Soğuksu Şenlikleri	Ocaklı K.Lişer Yaylası/ Maçka-Trabzon	7 Temmuz
Hamsiköy ve Civar Köyler Sütlaç Festivali	Hamsiköy ve CivarıMaçka-Trabzon	20 Ağustos
Hırsafa Karadağ Şenlikleri	Karadağ/Düzköy-Trabzon	Temmuz ayının 3. Cumartesi ve Pazar günü
Karadağ Yaylası Şenlikleri	Karadağ/Vakfıkebir-Trabzon	Temmuz ayının 2. Cumartesi ve Pazar günü
Akçaabat Uluslararası Müzik ve Halkoyunları Festivali-Geleneksel Hıdırnebi Yayla Şenliği	Hıdırnebi Yaylası/Akçaabat-Trabzon	13-20 Temmuz
Kadırga Yaylası Şenlikleri	Tonya-Şalpazarı-Gümüşhane-Giresun Sınında Kadırga Yaylası	Temmuz ayının 3. Cuma Günü
Alaca YaylasıŞenliği	Alaca Yaylası/Şalpazarı-Trabzon	Temmuz ayının 3. Pazar Günü
Taşköprü Kültür ve Yayla Şenliği	Arsin-Yomra Taşköprü Yaylası	Temmuz Ayının 3. Pazar Günü
Sisdağı Şenlikleri	Sis Dağı/Şalpazarı-Trabzon	Temmuzun 4. Cumartesi Günü
Kaldırım Yaylası Şenliği	Kaldırım Yaylası/Çarşıbaşı-Trabzon	Temmuzun 4. Cumartesi Günü
Keşan Kültür ve Balıkçılık Festivali	Çarşıbaşı-Trabzon	27-28 Temmuz
Fındık ve Karayemiş Festivali	Arsin-Trabzon	29-30 Temmuz
Sürmene Kültür ve Turizm Şenliği	Sürmene-Trabzon	31 Temmuz
Geleneksel Uğurlu Yayla Şenliği	Uğurlu/Akçaabat-Trabzon	Temmuz Ayının Son Pazar Günü
Uzungöl Kültürve Turizm Şenliği	Uzungöl/Çaykara-Trabzon	1-2-3 Ağustos
Uluslararası Maçka-Sümela Festivali	Maçka-Trabzon	Ağustos Ayının İlk Haftası
Kurtdağı Yayla Şenlikleri	Çaykara-Trabzon	Ağustos'un ilk hafta sonu
Yeşiltepe Yayla Şenliği	Maçka-Trabzon	Ağustos'un ilk Pazar günü
Ağa Konağı Şenliği	Üzümözü Köyü/Şalpazarı-Trabzon	Ağustos'un İlk Pazar günü

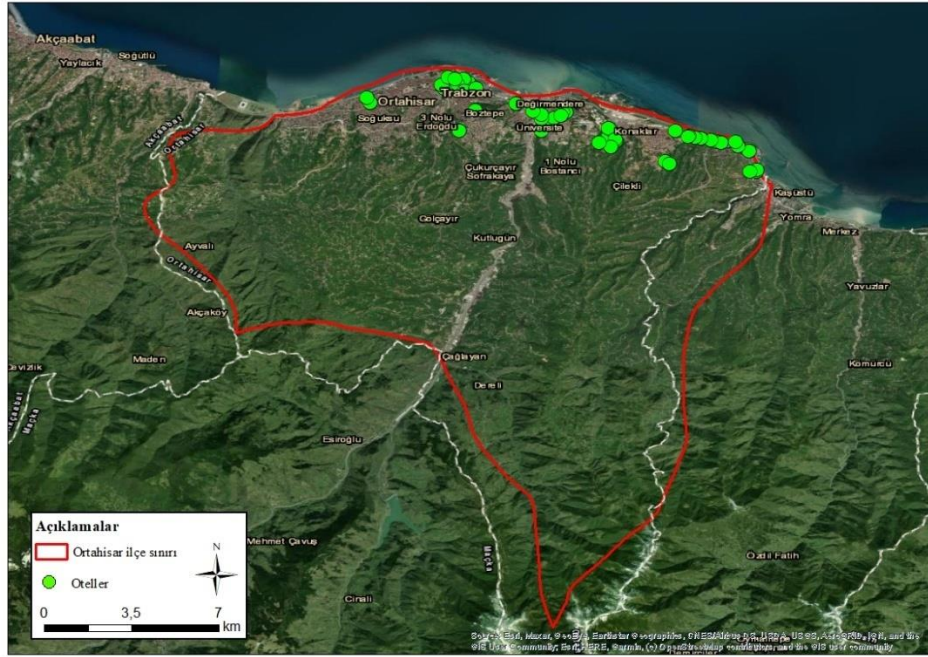
Tablo 3.4. “Tablonun Devamı”

Ekmek ve Kültür Festivali	Vakfikebir-Trabzon	4-5-6 Ağustos
Kuşmer Yaylası Şenliği	Kuşmer Yaylası/Çaykara-Trabzon	Ağustos’un 2. Cumartesi ve Pazar Günü
Cumapazarı Belediye Dağ Şenlikleri	Cumapazarı/Of-Trabzon	Ağustos’un 2. Cumartesi ve Pazar Günü
Akçaabat Kayabaşı Karaabdal Yayla Şenlikleri	KayabaşıYaylası/Akçaabat-Trabzon	Ağustos’un 2. Haftası Pazar Günü
Kamena Şenliği	Düzköy Yaylası -Trabzon	8 Ağustos
Zarha Dağı Şenlikleri	Sürmene-Trabzon	Ağustos’un 2. Haftası
Ilaksa Yayla Şenliği	Mataracı Köyü/Maçka Trabzon	Ağustos’un 2. Hafta Sonu
Akçaköy Harmanlık Şenlikleri	Akçaköy/Akçaabat-Trabzon	Ağustos’un Ayının 3. Pazar günü
Sultanmurat Şenlikleri	Çaykara-Trabzon	20 Ağustos
Honefter Şenliği	Honofter Yaylası/Düzköy-Trabzon	20 Ağustos
Maçka Kültür ve Sanat Festivali	Maçka-Trabzon	22-23-24 Ağustos
Çoban Derneği Şenliği	Alazlı Yaylası/Düzköy-Trabzon	27 Ağustos
Tonya Tereyağ Festivali	Tonya-Trabzon	Ağustos Ayının Son C.tesi ve Pazar Günü
İzmiş Şenliği	Tonya-Beşikdüzü ve Şalpazarı’nın Birleştiği Nokta Gölkirış Köyü İzmiş Tepesi Mevkii	Ağustos Ayının Son Pazar Günü
Kadiralak Yayla Şenliği	Tonya-Trabzon	Eylülün 1. Haftası
Karadağ Serda Şenliği	Karadağ Yaylası Serda Mevkii Düzköy-Trabzon	Eylülün 1. Haftası
Sivri Şenliği	Vakfikebir-Tonya Sınırı Sivri Tepesi-Trabzon	4 Eylül
Uluslararası Kültür Sanat Festivali	Merkez-Trabzon	15-17 Eylül
Yomra Demirciler Köyü Kültür Sanat ve Ligarba Festivali	Yomra Demirciler Köyü	03-04 Eylül

Kaynak: (Trabzon İl kültür ve Turizm Müdürlüğü)

3.4.3.3. Konaklama-Yiyecek-içecek ve Alışveriş İşletmeleri

Kentte ilk olarak 1900'lü yıllarda tek katlı olarak misafirhaneler inşa edilmiştir. Misafirhanelerin çoğu günümüzde yıkılmış olsa da bazı köylerde bu yerler korunmaktadır (Mor, 2006). Günümüzde Trabzon kentinde bulunan otellerin haritası Şekil 3.11'de görülmektedir.



Şekil 3.11. Ortahisar İlçesinde Yer Alan Oteller Haritası

Kentte yaşanan turizm faaliyetlerinin artmasıyla birlikte konaklama tesislerinde talepler artmakta ve bu talepleri karşılamak üzere yeni turizm tesisleri kurulmaktadır. Trabzon İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nce kentte 68 tane işletme belgeli oteller yer almaktadır (Tablo 3.5).

Tablo 3.5. Trabzon İlinde Faaliyet Gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığından İşletme Belgeli Oteller

Tesisin Adı	Bulunduğu Merkez	Yatak Kapasitesi	Tesisin Adı	Bulunduğu Merkez	Yatak Kapasitesi
Zorlu Grand Otel	Trabzon	335	Abdik Otel	Of	50

Tablo 3.5. “Tablonun Devamı”

Ramada Plaza Trabzon Hotel&SPA	Trabzon	704	Aks Sandal Otel	Yomra	72
Doubletree ByHilton	Akçaabat	382	Hanzade Park Otel	Akçaabat	45
Radisson Blu Hotel	Trabzon	326	Yıldız Life Hotel	Trabzon	45
Trabzon Nov Otel	Yomra	400	Park Square Hotel	Trabzon	78
Usta Park Otel	Trabzon	245	Favorite Hotel	Akçaabat	44
Funda Otel	Trabzon	114	Kuhla Otel	Yomra	48
Saylamlar Otel	Trabzon	132	Zeytindalı Otel	Trabzon	50
Maçka Büyük Sümela Otel	Maçka	230	Konak Park	Akçaabat	166
Yalıpark Otel	Trabzon	176	White House	Trabzon	112
Uzungöl Önder Hotel &SPA	Çaykara	148	The North Trabzon	Trabzon	42
Tilya Resort Hotel	Akçaabat	200	Jolnar Garden Oteli	Maçka	116
Zarna Mountain Resort Hotel	Sürmene	126	Grand Mela Otel	Maçka	50
Emir Grand Hotel& SPA	Yomra	135	ÇaykaraPark Hotel	Çaykara	50
Park Dedeman Trabzon	Yomra	346	ÇaykaraHalisUzungöl Otel	Çaykara	50
Yol İş Holiday Otel Trabzon	Trabzon	130	Trabzon Peerless Resort Otel	Trabzon	82
Sera Lake Otel	Akçaabat	40	Sağiroğlu Otel	Trabzon	40
RoyalUzungöl Otel	Çaykara	114	Bordo	Trabzon	54
RoyalComfort Otel	Araçlı	110	Kalfa Otel	Trabzon	37
Kilpa Otel	Çaykara	96	CansızoğluAnzer Oteli	Of	50
Aksular Otel	Trabzon	146	Grand Zeus Otel	Trabzon	46
Uzunkum Otel	Trabzon	67	Trabzon Şanlı Otel	Trabzon	64
İpekyolu Park Otel	Maçka	128	HamsiköyOtel	Maçka	25
Otel Horon	Trabzon	88	Taka 61 Otel	Beşikdüzü	25
Seçilya Oteli	Akçaabat	87	İskalita Otel	Maçka	22
Demirgrand Otel	Trabzon	105	Koçhan Otel	Maçka	24
Karayel Otel	Trabzon	52	SeraTeras Otel	Akçaabat	40
Nazar Otel	Trabzon	63	Mell	Trabzon	
Zitaş Otel	Maçka	120	Cephanelik Butik Otel	Trabzon	24
Mora Otel	Trabzon	94	Hıdırnebi Yaylakent Tesisleri	Akçaabat	152

Tablo 3.5. “Tablonun Devamı”

Cebeciler Otel	Trabzon	48	İyomra Apart Otel	Yomra	48
AkçaabatC.o.s.m.o.s Otel	Akçaabat	50	Dedehan Pansiyon	Arsin	55
T.S. Gold Otel	Trabzon	50	Pasha Beach Pansiyon&Restoran	Akçaabat	30
Fengo Otel	Trabzon	42			

Kaynak: (Trabzon İl Kültür Turizm Müdürlüğü)

Kentte otellere her yerde erişebileceğimiz göze çarpmaktadır (Şekil 3.11). Ortahisar’ın turizm işletme belgeli (Tablo 3.6) ve belediye işletmeli (Tablo 3.7) konaklama tesislerinde konaklayan kişi sayısında genel olarak yıllara göre artış yaşanmaktadır. Bazı dönemlerde konaklayan kişi sayılarında düşüşler gözlenmektedir. Bu düşüşlerin sebebi ise Irak krizi, ekonomik sorunlar, terör olayları, SARS hastalığı ve son yıllarda yaşanan korona virüs gibi hastalıkların olmasıdır. Tüm dünya genelinde yaşanan bu gibi sorunlardan ülkemiz ve Trabzon kenti de etkilenmiştir.

Tablo 3.6. Ortahisar’ın Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Kişi Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Tablosu

Yıllar	Konaklayan Kişi Sayısı		Geceleme Sayısı		Ortalama Kalış Süresi	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
2000	20 990	20 990	93 405	26 387	1,5	1,3
2005	13 485	13 485	158 265	25 407	1,4	1,9
2010	18 551	18 551	196 063	35 068	1,5	1,9
2015	88 249	88 249	681 859	236 982	1,6	2,7
2019	91278	91278	210702	240676	1,6	2,6
2021	81981	81981	215103	221505	1,7	2,7

Kaynak: (Trabzon İl Kültür Turizm Müdürlüğü)

Tablo 3.7. Ortahisar’ın Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Kişi Sayısı, Geceleme Sayısı ve Ortalama Kalış Tablosu

Yıllar	Konaklayan Kişi Sayısı	Geceleme Sayısı	Ortalama Kalış Süresi
--------	------------------------	-----------------	-----------------------

Tablo 3.7. “Tablonun Devamı”

	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
2005	252 267	14 988	260 578	16 113	1,0	1,1
2010	214 597	30 088	235 331	53 155	1,1	1,8
2015	215 080	27 811	270 415	47 822	1,3	1,7
2019	54 436	26 231	86 382	65 021	1,5	2,4

Kaynak: (Trabzon İl Kültür Turizm Müdürlüğü)

Kentte turizm işletme belgeli toplamda 8 adet restaurant bulunmaktadır (Tablo 3.8). Bu resturantlardan The Big Table gastronomi tesisi sınıfına girmektedir. Akçaabat Marina, Balıkçı Dede, Tirvana, Fevzi Hoca Köfte Balık, Müzeyyen Restaurant 1. Sınıf lokanta statüsüne girmektedir. Bunlardan Le Shener’s ve Nihat Usta Köfte Salonu özel tesis sınıfına girmektedir.

Tablo 3.8.Kültür Ve Turizm Bakanlığında Turizm İşletme Belgeli Restaurant Ve Lokantalar

Adı	Bulunduğu Merkez	Sınıfı	Kapasitesi
The Big Table	Trabzon	Gastronomi Tesisi	260
Akçaabat Marina	Akçaabat	1.Sınıf Lokanta	460
Balıkçı Dede	Akçaabat	1.Sınıf Lokanta	225
Tirvana	Akçaabat	1.Sınıf Lokanta	216
Fevzi Hoca Köfte Balık	Akçaabat	1.Sınıf Lokanta	520
Müzeyyen	Trabzon	1.Sınıf Lokanta	380
Le Shener’s	Trabzon	Özel Tesis	90
Nihat Usta Köfte Salonu	Akçaabat	Özel Tesis	400

Kaynak: (Trabzon İl Kültür Turizm Müdürlüğü)

Trabzon yöresi geçmişte farklı etnik kökenli insanların yaşadığı bir kent olması, coğrafi konumu, farklı inanç faktörleri, kültürel etkileşimleri gibi sebepler kentin mutfağının

çeşitlenmesine sebep olduğu söylenebilmektedir (Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül, 2013: 7).

Trabzon kenti kendine özel zengin bir mutfağa sahiptir. Kentin deniz kıyısında bulunması sebebiyle deniz ürünleri yöre mutfağı için önemli bir yere sahiptir. Özellikle Karadeniz’de yetişen hamsi yöre mutfağında bolca görülmektedir. Yörede yetişen hamsiden çok farklı yemekler yapılmaktadır. Örneğin; hamsi pilavı, hamsikuşu, hamsili ekmek, hamsili pide, hamsi pilaki, hamsi ızgara, hamsi tava ve daha birçok çeşit yöre halkı tarafından yapılmaktadır.

Trabzon’un Vakfikebir ilçesinin ismi ile ünlü olan Vakfikebir ekmeği fırını, pişirilme şekli, tadı ve bayatlamayan özelliği ile Türkiye’de ve dünyada ünlü hale gelmiştir (Şekil 3.12). Kentte yayla kültürü önemli bir yere sahiptir. Eski zamanlarda uzun süren yayla yolculuklarının sonucu olarak göç edenlerin 2-3 gün bayatlamayan ekmek üretmelerine sebep olmuştur. Ekşi maya kullanılarak üretilen ekmekler günümüzde turizm açısından da yöreye gelen ziyaretçiler tarafından satın alınmaktadır. Ekmek gastronomi alanında coğrafi işaret almıştır.



Şekil 3.12. Trabzon Vakfikebir Ekmeği

Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanan yörede yetiştirilen mısırlardan ve hayvanlardan elde edilen Trabzon’a özgü olan kolot peynirinden yapılan kuymak yörede önemli bir lezzet konumundadır. Trabzon mutfağına özgü olan kuymak özel bakır tavalarda yapılmakta ve yöre halkı tarafından sabah kahvaltılarında tüketilmektedir (Şekil 3.13). Trabzon’a gelen ziyaretçiler tarafından ilgi gören bir lezzet haline gelmiştir.



Şekil 3.13. Kuymak

Trabzon'un en ünlü yemeklerinden biri de Akçaabat Köftesi'dir. Coğrafi işaret almış olan köfte yörenin ismiyle anılmaktadır (Şekil 3.14). Eski zamanlarda ilk olarak "Kasap Köftesi" olarak bilinmekteydi. Akçaabat'ta köfte ilk olarak kasaplarda fırınlardan alınan odun ateşi üzerinde yapılıp ucuz fiyatlara satılmaktaydı. Köfteye olan talebin artması üzerine kasaplar yerine yeni köfte salonları açılmıştır (URL-38). Küçük parçalar haline getirilen ete bayat ekme, sarımsak, iç yağ ve tuz katılarak yapılan köfte paketlenerek dünyanın her tarafına gönderilmektedir.



Şekil 3.14. Akçaabat Köftesi

Ayrıca kent mutfağına özgü karalahana çorbası, Laz böreği, Hamsiköy Sütlaçı, Trabzon peynirlisi, lahana sarması, Trabzon dondurması gibi birçok lezzet Türkiye genelinde



Şekil 3.16. Trabzon Forum Alışveriş ve Yaşam Merkezi

2 Ekim 2010 tarihinde kentte Varlıbaş Atapark Alışveriş ve Yaşam Merkezi açılmıştır. Alışveriş merkezi, şehrin önemli caddelerinden olan Kahramanmaraş Caddesi ile İnönü Caddelerinin orta noktasında yer almaktadır. Eskiden tekel fabrikası olarak kullanılan bina atıl ve kullanılmaz olarak durumdayken Anıtlar Yüksek Kurulu'nun onayı ile restore edilerek topluma kazandırılmıştır (Foto 13). Yönetimini dünyaca ünlü şirket olan JonesLangLaSalle'nin yürüttüğü alışveriş merkezi 52.000 m² kapalı alana ve 21.350 m² ticari alana sahiptir (URL-40).



Şekil 3.17. Trabzon Varlıbaş Atapark Alışveriş ve Yaşam Merkezi

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1. Araştırma Yaklaşımı ve Modeli

Trabzon şehrinde, kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analiz edilmesi amacını taşıyan bu çalışmada, nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem ile isteyen herkes örneklem içerisine ve örnekleme dahil edilebilir. Belirlenen örneklem hacmine ulaşıncaya kadar denek bulma işlemi devam etmektedir. Bu örneklem yöntemi ile zamandan ve ekonomiden tasarruf edilmektedir (Ural, 2011: 43).

4.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evrenini Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar'ı ziyaret eden 18 yaş ve üzerini geçmiş herkes oluşturmaktadır. Araştırmanın zaman ve mekan açısından sınırlandırılması ise 2021 ve 2022 yılları içerisinde Trabzon'un merkez ilçesi Ortahisar'ı ziyarete gelen yerli ziyaretçiler şeklindedir. Araştırmanın yürütülmesi amacıyla verilerin toplanmasında Trabzon'un Ortahisar ilçesinin seçilmesinin sebebi nüfusun en kalabalık ve kentsel turizm çekiciliklerinin burada daha fazla olmasından dolayıdır.

4.3. Veri Toplama Aracının Oluşturulması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Veri toplama aracının oluşturulmasında; Uca Özer (2019), Demirci (2013) Boivin ve Tanguay (2019)'un çalışmalarından ve saha gözlemlerinden elde edilen bilgilere göre, araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Anket formunun güvenilirliğinin belirlenmesinde Cronbach Alpha Katsayısı hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayısı $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında olan ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu belirtir (Nunnally, 1978). Anket formunun güvenilirliğine yönelik yapılan analiz sonucunda Trabzon şehrinde turizm çekiciliklerine yönelik değerlendirmeler ölçeğinin güvenilirliği $\alpha = ,887$ olarak tespit edilmiştir. Cronbach Alpha Katsayısı ,80 ile 1,00 arasında olduğu için ölçeğin yüksek güvenilirliği sahip olduğunu gösterir.

4.4. Veri toplama Tekniği, Verilerin Toplanma Süreci ve Analiz Yöntemleri

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde altı soru bulunmakta ve ziyaretçilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve aylık gelir durumları gibi demografik bilgilerine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ondört soru bulunmaktadır. Bu bölümdeki sorular turistlerin seyahat alışkanlıklarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde otuzdokuz soru yer almaktadır. Bu bölümde Trabzon şehrinde turizm çekiciliklerine yönelik değerlendirmelerin yer aldığı 5’li Likert ölçeği kullanılan sorulardan oluşmaktadır. Bu ölçeğe göre “1 (Çok kötü), 2 (Kötü), 3 (Orta), 4 (İyi), 5(Çok iyi)” şeklinde değerlendirmeleri istenmiştir. Son olarak dördüncü bölümde dört tane soru yer almakta ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacına yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Veriler, 2021 ve 2022 yılı içinde Ortahisar’da anket tekniği ile araştırmacı tarafından haftanın her günü 12.00 ve 19.30 saatleri arasında toplanmıştır. Anketler Trabzon’un merkezi ilçesi Ortahisar’a gelen 18 yaş ve üzeri yerli ziyaretçilere gönüllülük esasını çerçevesinde doldurtulmuştur. Veri toplama sürecinin sonunda toplamda 280 anket toplanmış ve bu anketlerin 10 tanesinde eksik veri olmasından dolayı 270 anket işleme tabi tutulmuştur. Verilerin analiz sürecinde IBM SPSS Statistics 20.0 paket programını kullanılmıştır. Araştırma bulgularının analizinde “Yüzde ve Frekans Analizi”, “Faktör Analizi”, “Bağımsız Örneklem T-testi” ve “Anova Testi” uygulanmıştır.

5. BULGULAR

Bu bölümde Trabzon şehrine gelen ziyaretçiler ile yapılan anket sonucunda elde edilen bulgular ele alınmıştır.

Bu çalışma Trabzon şehrinin kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analizini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 270 katılımcı ile yüz yüze olarak anket çalışması yürütülmüştür. Çalışma sonucunda veriler analiz edilerek sonuçlar ortaya konulmuştur.

5.1. Trabzon Şehrine Gelen Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Bilgileri

Araştırma kapsamında katılımcılara ilk olarak “cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve aylık gelir” gibi demografik sorular yöneltilmiştir.

Kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analizi kapsamında Trabzon şehrinde yapılan anket verilerinin sonuçlarına göre katılım sağlayan 270 kişilik örneklem grubunun %54,4’ü kadınlardan, %45,6’sı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %65,6’sı evlilerden ve %34,4’ü bekârlardan oluşmaktadır. Ankete katılan ziyaretçilerden %38,1’i 18-30 ve %24,4’ü 31-40 yaş aralığındadır (Tablo 5.1).

Tablo 5.1. Trabzon Şehrine Gelen Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Bilgileri

Değişkenler	N	(%)
Cinsiyet		
Erkek	123	45,6
Kadın	147	54,4
Medeni durum		
Bekâr	93	34,4
Evli	177	65,6

Tablo 5.1. “Tablonun Devamı ”

Yaş		
18-30	103	38,1
31-40	66	24,4
41-50	35	13
51-60	34	12,6
61-70	30	11,1
≥71	2	0,7
<hr/>		
Ailenin aylık geliri (TL)		
1000-2000	40	14,8
2001-5000	137	50,7
5001-8000	57	21,1
8001-12000	31	11,5
>12001	5	1,9
<hr/>		
Eğitim		
<i>Okur-yazar değil</i>	1	0,4
İlkokul (< 8 yıl)	6	2,2
İlköğretim (≥ 8 yıl)	41	15,2
Lise	76	28,1
Üniversite	133	49,3
Diğer	13	4,8
<hr/>		
Meslek		
Kamuda çalışan	47	17,4
Özel sektörde çalışan	75	27,8
Öğrenci	42	15,6
Ev hanımı	64	23,7
İşsiz	21	7,8
Emekli	21	7,8

Katılım sağlayan kişilerin aylık gelirlerine baktığımızda ise %50,7 lik oranla 2001-5000 ve ardından da %21,1 ile 5001-8000 arasında olduğu görülmektedir. Katılım sağlayan kişilerin eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde ise üniversite mezunu olanların çoğunlukta (%49,3) oldukları görülmektedir. Çalışmaya katılan kişilerin meslek durumları değerlendirildiğinde ise %27,8 ile özel sektörde çalışan bunu %23,7 ile ev hanımı olanlar izlemektedir (Tablo 5.1).

5.2. Turistlerin Seyahat Alışkanlıklarına İlişkin Analiz Sonuçları

Turistlerin seyahat alışkanlıklarını belirlemeye yönelik olarak katılımcılara 14 soru yöneltilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre sorular bu bölümde analiz edilmiştir.

Ziyaretçilerin seyahat alışkanlıklarını belirlemeye yönelik olarak katılımcılara ilk olarak “Trabzon’u ziyaret için hangi ilden geliyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt olarak çoğunluğun %10,7 ile İstanbul (29 kişi) ardından da %5,6 ile yurtdışından (15 kişi) gelenlerin katılım sağladığı görülmektedir. Sıralamayı Bursa, Kocaeli, Ankara, Erzurum, Eskişehir gibi büyükşehirlerin takip ettiği görülmektedir (Tablo 5.2).

Tablo 5.2. Trabzon’u Ziyaret İçin Gelenlerin İl Bilgileri

İller	N	%	İller	N	%
İstanbul	29	10,7	Sivas	3	1,1
Yurtdışı	15	5,6	Tekirdağ	3	1,1
Bursa	11	4,1	Şanlıurfa	3	1,1
Kocaeli	11	4,1	Uşak	3	1,1
Ankara	9	3,3	Bayburt	3	1,1
Erzurum	8	3	Karabük	3	1,1
Eskişehir	7	2,6	Düzce	3	1,1
Giresun	7	2,6	Afyonkarahisar	2	0,7
Konya	7	2,6	Balıkesir	2	0,7
Ordu	7	2,6	Bilecik	2	0,7
Kayseri	6	2,2	Bitlis	2	0,7
Malatya	6	2,2	Diyarbakır	2	0,7

Tablo 5.2. “Tablonun Devamı ”

Kırıkkale	6	2,2	Hakkâri	2	0,7
Yalova	6	2,2	Kars	2	0,7
Artvin	5	1,9	Kırşehir	2	0,7
Çorum	5	1,9	Kütahya	2	0,7
Gümüşhane	5	1,9	Kahramanmaraş	2	0,7
Rize	5	1,9	Tokat	2	0,7
Samsun	5	1,9	Yozgat	2	0,7
Denizli	4	1,5	Zonguldak	2	0,7
Gaziantep	4	1,5	Batman	2	0,7
İzmir	4	1,5	İğdir	2	0,7
Niğde	4	1,5	Osmaniye	2	0,7
Amasya	3	1,1	Adana	1	0,4
Aydın	3	1,1	Adıyaman	1	0,4
Çanakkale	3	1,1	Bolu	1	0,4
Erzincan	3	1,1	Elazığ	1	0,4
Isparta	3	1,1	Hatay	1	0,4
Mersin	3	1,1	Manisa	1	0,4
Mardin	3	1,1	Aksaray	1	0,4
Muğla	3	1,1	Karaman	1	0,4
Nevşehir	3	1,1	Ardahan	1	0,4
Sakarya	3	1,1			

Katılımcılara ikinci olarak “Daha önce Trabzon’u ziyaret ettiniz mi” sorusunu yönelterek “Evet ve Hayır” şeklinde cevaplar vermelerini, cevabı hayır olanların ise 5.sorudan devam etmelerini belirttik. Katılımcılar bu soruya %61,1 (165 kişi) ile “Evet” yanıtını vermişlerdir. Çalışmaya katılan katılımcıların daha önce Trabzon’u ziyaret etmeyenlerin oranı ise %38,9 (105 kişi) olarak belirlenmiştir (Tablo 5.3).

Tablo 5.3. Daha Önce Trabzon’u Ziyaret Edenlerin Oranı

Daha önce Trabzon’u ziyaret ettiniz mi?	N	%
Evet	165	61,1
Hayır	105	38,9

Çalışmaya katılan ziyaretçilere daha önce ziyaret etme durumları sorulmuştu ve evet ya da hayır cevapları verilmeleri istenmişti. Bu soruya evet verenlerin “evet ise kaç defa ziyaret ettiniz?” sorusu sorularak onlardan kaç defa ziyaret etmelerini sayıyla belirtmelerini istedik. Daha önce gelmeyenlerin bu soruyu boş bırakmalarını istedik ve analiz yaparken boş bırakılanların yerine “0” sayısını verdik. Yapılan analizler sonucunda boş bırakılanların oranı en fazla olarak gözlenmiştir. Bunu takiben en çok %10,4 ile (28 kişi) 2 defa geldiklerini belirtmiştir. En fazla ziyaret ettiğini belirten 11 kişi (%4,1) 25 defa ziyaret ettiği gözlenmiştir. %0,4 oranıyla en az ziyaret kişi sayısı Trabzon’u 22 kez ziyaret etmiştir (Tablo 5.4).

Tablo 5.4. Ziyaret Etme Sayıları

Evet ise kaç defa ziyaret ettiniz?	N	%
İlk kez	105	38,9
1-5	100	37,1
6-10	30	11,1
11-15	12	4,5
15+	23	8,6

Katılımcılara dördüncü olarak “Trabzon’u hangi sıklıkla ziyaret etmektesiniz?” sorusunu yönelttik. Katılımcılardan “ilk kez, yılda iki kez, yılda 2-3 kez, yılda 4 kez ve üzeri, birkaç yılda bir” seçeneklerinden uygun olanı işaretlemelerini istedik ve ikinci soruya hayır cevabını verenlerin boş bırakmalarını belirttik. Analiz sonucunda boş bırakanların oranları yüksek çıkmıştır. Trabzon’u ziyaret etme sıklıklarının %35,9 (97 kişi) birkaç yılda bir olduğu gözlenmiştir. En az ziyaret etme oranının %1,9(5 kişi) ile yılda 4 kez ve üzeri olduğu belirlenmiştir (Tablo 5.5).

Tablo 5.5. Trabzon’u Ziyaret Etme Sıklıkları

Trabzon’u hangi sıklıkla ziyaret etmektesiniz?	N	%
Hiç gelmemiş	105	38,9
Birkaç yılda bir	97	35,9
Yılda iki kez	35	13
İlk kez	18	6,7
Yılda 2-3 kez	10	3,7
Yılda 4 kez ve üzeri	5	1,9

Ankete katılan katılımcılara beşinci olarak “Trabzon’u tekrar ziyaret etmek ister misiniz?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan “Evet ya da Hayır” şeklinde cevap vermeleri istenmiştir. Katılımcıların neredeyse tamamı %98,1 (297 kişi) bu soruya “Evet” yanıtını vermişlerdir (Tablo 5.6).

Tablo 5.6. Katılımcıların Trabzon’u Tekrar Ziyaret Etme İsteği

Trabzon’u tekrar ziyaret etmek ister misiniz?	N	%
Evet	267	98,1
Hayır	3	1,1

Turistlerin seyahat alışkanlıklarını belirlemek amacıyla bu bölümde altıncı soruda “Trabzon’u ziyaret etmenizdeki en önemli sebebiniz nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan “gezi eğlence, tarihi dokular, akraba ziyaretleri, alışveriş, sportif aktiviteler, iş, sağlık, eğitim, kongre-seminer, din, doğal güzellikler” seçeneklerini uygun olanları işaretlemeleri istenmiştir. Soruda katılımcılara birden fazla seçeneğin işaretlenebileceğini belirtilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre %35,6 ile doğal güzelliklerin en önemli sebep olarak cevap verildiği gözlenmiştir. Bunu en yakın sebep olarak takip eden %29,7 ile gezi-eğlence olarak analiz edilmiştir. Ziyaretçilerin en az işaretledikleri sebepler ise %0,7 ile kongre-seminer ve %1,1 ile din seçeneği olmuştur (Tablo 5.7).

Tablo 5.7. Trabzon’u Ziyaret Etme Sebepleri

Trabzon’u ziyaret etmenizdeki en önemli sebebiniz nedir?	F	%
Doğal güzellikler	199	35,6
Gezi-eğlence	166	29,7
Akraba ziyareti	66	11,8
Tarihi dokular	61	10,9
Alışveriş	18	3,2
Sportif aktiviteler	16	2,9
İş	11	2
Sağlık	6	1,1
Eğitim	6	1,1
Din	6	1,1
Kongre-seminer	4	0,7

Ankete katılan katılımcılara yedinci soru olarak “Bu ve önceki ziyaretlerinizdeki Trabzon şehrinde ziyaret ettiğiniz ve etmeyi planladığınız yerler neresidir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılara bu soruda “müzeler, tarihi mekânlar, camiler/kiliseler, geleneksel festivaller, sağlık merkezleri, spor etkinlikleri, tiyatrolar, sanat galerileri/sergiler, fuarlar, dans folklor etkinlikleri ve diğer” seçenekleri sunularak cevaplamaları istenmiştir. Analiz sonucunda %26,5 ile geleneksel festivallerin Trabzon şehrinde ziyaret ettikleri veya etmeyi planladıkları yerler olduğu tespit edilmiştir. Bu seçeneği yakın bir oranla (%25,4) tarihi mekânlar takip etmektedir. En az ziyaret edilen veya etmeyi planlanan yerler olarak %1,1 ile tiyatrolar ve yine %1,1 ile dans, folklor etkinlikleri olduğu gözlenmiştir. Diğer yüksek bir oran “diğer” seçeneği ankete katılan katılımcılar tarafından genelde yaylalar şeklinde cevaplanmıştır (Tablo 5.8).

Tablo 5.8. Trabzon Şhrinde Ziyaret Edilen ve Edilmesi Planlanan Yerler

Bu ve önceki ziyaretlerinizde Trabzon şhrinde ziyaret ettiğiniz ve etmeyi planladığınız yerler neresidir?	F	%
Geleneksel festivaller	146	26,5
Tarihi mekânlar	140	25,4
Müzeler	101	18,3
Diğer	78	14,2
Camiler/Kiliseler	31	5,6
Spor etkinlikleri	20	3,6
Fuarlar	9	1,6
Sağlık merkezleri	7	1,3
Sanat galerileri/Sergiler	7	1,3
Tiyatrolar	6	1,1
Dans, folklor etkinlikleri	6	1,1

Ziyaretçilere sekizinci soru olarak “Trabzon’u ziyaret etmesi için çevrenize tavsiye ettiniz mi?/eder misiniz?” sorusu yöneltilerek onlardan “Evet ya da Hayır” şeklinde cevaplamaları istenmiştir. Analiz sonucunda %97,8(264 kişi) ile evet cevabının işaretlendiği tespit edilmiştir (Tablo 5.9).

Tablo 5.9. Trabzon’u Ziyaret Edenlerin Tavsiye Durumları

Trabzon’u ziyaret etmesi için çevrenize tavsiye ettiniz mi/eder misiniz?	N	%
Evet	264	97,8
Hayır	6	2,2

Ankete katılan katılımcılara dokuzuncu soruda “Trabzon ile ilgili herhangi olumsuz bir düşünceniz var mı/oluşt mu?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan “Evet ya da Hayır”

şeklinde cevaplamaları istenmiştir. Vermiş oldukları cevaplara göre %96,7 ile (261 kişi) olumsuz bir düşüncenin oluşmadığı ortaya konulmuştur (Tablo 5.10).

Tablo 5.10. Trabzon İle İlgili Düşünceler

Trabzon ile ilgili herhangi olumsuz bir düşünceniz var mı?/oluştumu?	N	%
Evet	9	3,3
Hayır	261	96,7

Katılımcılara onuncu soruda ulaşım biçimini belirlemek amacıyla “Trabzon’a gelirken hangi ulaşım biçimini kullandınız?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan cevap olarak “Kendi aracım, uçak, otobüs ve diğer” seçeneklerinden uygun olanı seçmeleri istenmiştir. Yapılan analiz sonucunda %41,1 ile (111 kişi) otobüs seçeneğini işaretlemiştir. İkinci olarak %38,9 ile (105 kişi) kendi aracım seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 5.11).

Tablo 5.11. Trabzon’a Ulaşım Biçimleri

Trabzon’a gelirken hangi ulaşım biçimini kullandınız?	N	%
Otobüs	111	41,1
Kendi aracım	105	38,9
Uçak	51	18,9
Diğer	3	1,1

Bu bölümde ziyaretçilerin kiminle birlikte geldiklerini belirlemek üzere onbirinci soruda “Trabzon’a kiminle birlikte geldiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan “Aile, akraba, arkadaş ve diğer” seçeneklerini sunularak cevaplamaları beklenmektedir. Soruya yanıt olarak katılımcıların en fazla %55,2(149 kişi) ile aileyle birlikte geldikleri belirlenmiştir. En az %0,7 (2 kişi) akraba ile geldikleri gözlenmiştir (Tablo 5.12).

Tablo 5.12. Trabzon’a Birlikte Gelenler

Trabzon’a kiminle birlikte geldiniz?	N	%
Aile	149	55,2
Arkadaş	103	38,1
Diğer	16	5,9
Akraba	2	0,7

Ankete katılan katılımcılara onikinci soruda “Trabzon’da konaklayacak mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Ziyaretçilerin bu soruya “Evet ya da Hayır” şeklinde cevaplamaları, cevabın hayır olduğu durumlarda ondördüncü soruya geçmeleri istenmiştir. Analiz sonucunda katılımcıların %80,7 (218 kişi) oranıyla Trabzon’da konaklayacakları belirlenmiştir. Soruya %19,3 ile (52 kişi) Trabzon’da konaklamayacakları cevabını vermiştir (Tablo 5.13).

Tablo 5.13. Ziyaretçilerin Trabzon Şehrinde Konaklama Durumları

Trabzon’da konaklayacak mısınız?	N	%
Evet	218	80,7
Hayır	52	19,3

Çalışmaya katılan ziyaretçilere onüçüncü soruda “Kaç gün kalmayı planlıyorsunuz? ” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan ise “1 gün, 2-4 gün, 4-7 gün, 1-2 hafta ve 2 haftadan fazla” seçeneklerinden uygun olanı işaretlemesi, onikinci soruya hayır cevabını verenlerin ise boş bırakması istenmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre ise %29,6 ile (80 kişi) 2-4 gün kalacaklarını belirtmişlerdir. Bunu %24,1 ile (65 kişi) 4-7 gün kalanlar takip etmiştir. En az oran ise %7 ile (19 kişi) 2 haftadan fazla kalacağını belirtenler olmuştur (Tablo 5.14).

Tablo 5.14. Trabzon’da Kalma Süreleri

Kaç gün kalmayı planlıyorsunuz?	N	%
2-4 gün	80	29,6
4-7 gün	65	24,1
1-2 hafta	33	12,2
1 gün	21	7,8
2 haftadan fazla	19	7
Konaklama yapmayacağını belirtenler	52	19,3

Turistlerin seyahat alışkanlıklarını belirlemek amacıyla bu bölümde son soru olarak “Bu geziyi planlarken hangi kaynaklardan yararlandınız?” sorulmuştur. Katılımcılardan ise “Televizyon, radyo, gazete, gezi dergileri, gezi broşürleri, internet, seyahat acenteleri, aile/arkadaş/bölgeyi gezen kişiler” seçeneklerinden uygun olanları işaretlemeleri istenmiştir. Bu soruya yanıt olarak birden fazla seçeneğin işaretlenebileceği belirtilmiştir. Analiz sonucunda (Tablo 5.15) %43,90 aile/arkadaş/bölgeyi gezen kişilerden yararlandıkları ortaya konulmuştur. Daha sonra %34,10 ile internet seçeneğinin işaretlendiği gözlenmiştir. Bu soruda en fazla göze çarpan ise radyo seçeneğinin hiçbir katılımcı tarafından işaretlenmediği gözlenmiştir.

Tablo 5.15. Geziyi Planlarken Yararlanılan Kaynaklar

Bu geziyi planlarken hangi kaynaklardan yararlandınız?	F	%
Aile/Arkadaş/Bölgeyi gezen kişiler	188	43,90
İnternet	146	34,10
Televizyon	51	11,90
Gezi broşürleri	20	4,70
Seyahat acenteleri	18	4,20
Gezi dergileri	4	0,90

Tablo 5.15. “Tablonun Devamı”

Gazete	1	0,20
Radyo	0	0

5.3. Trabzon Şhrinde Turizm Çekiciliklerine Yönelik Değerlendirmelerin Sonuçları

Bu bölümde Trabzon şehrine gelen ziyaretçilerin turizm çekiciliklerini değerlendirmelerine yönelik olarak otuzdokuz soru sorulmuştur. Bu sorular 5’li Likert ölçeği şeklinde hazırlanmıştır. Bu ölçeğe göre “1 (Çok kötü), 2 (Kötü), 3 (Orta), 4 (İyi), 5(Çok iyi)” şeklinde değerlendirmeleri istenmiştir.

5.3.1. Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik çalışmada kullanılan ölçekte olması gereken özelliklerden biridir. Güvenirlilik seçilen örneklem üzerinde çalışmaya veri toplamak amacıyla oluşturulan ölçme aracının tutarlılığını test etmek için kullanılır.(Ural ve Kılıç, 2006:286)

Ölçme aracı Cronbach alfa güvenirlilik testiyle analiz edilir. Cronbach alfa testi, ölçekte bulunan birimlerin homojen bir bütünü karşılayıp karşılamadığını ifade eder. Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alırlar. (Kalaycı, 2014:405)Alfa sayısı 1’e yakınsa ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir.

- $0.00 < a < 0.40$ ise ölçek güvenilir değil
- $0.41 < a < 0.60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük
- $0.61 < a < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir
- $0.81 < a < 1.00$ ise ölçek yüksek güvenilirdir. (Kılıç, 2016, s. 48)

Trabzon şehrindeki kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analiz edilmesi için turizm çekiciliklerine yönelik hazırlanan 39 maddelik ölçeğin güvenirliliği Cronbach alfa testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ölçeğin güvenirlilik katsayısı $\alpha =$

,887 olarak tespit edilmiştir (Tablo 5.16). Cronbach Alpha Katsayısı ,81 ile 1,00 arasında olduğu için ölçeğin yüksek güvenirliliği sahip olduğunu gösterir.

Tablo 5.16. Trabzon Şehrindeki Turizm Çekiciliklerini Değerlendirmeye Yönelik Ölçeğin Güvenirlilik Analizi

Cronbach Alfa	Madde Sayısı
,887	39

5.3.2. Normallik Dağılımı

Bir çalışmada analiz işlemlerine başlamadan önce güvenirlilik ve normallik testi yapılmalıdır. Normallik testleri sonucunda çalışmada hangi analizlerin yapılacağına karar verilir.

Normallik testinde örneklem büyüklüğü $n > 30$ olduğunda verilerin normal dağılım olduğu varsayılır. Normallik testini verilerin normal dağılıp dağılmadığını kontrol etmek amacıyla yapılır. Normallik testlerinde veriler;

- a) Ayrık değerlere sahip olabilir
- b) Çarpık olabilir
- c) Basık olabilir
- d) Çarpıklık ve basıklık özelliğinin ikisini de gösterebilir.

Normallik testlerinde değerlerin +1 ve -1 değerleri arasında yer alması gerekmektedir. (Şencan, 2005, s. 198-199)

Trabzon şehrinde kentsel turizm çekiciliklerini belirlemeye yönelik olarak değerlendirmelerin bulunduğu ölçeğe normallik testi uygulanmıştır. Normallik testinin sonucunda Kurtosis ve Skewness değerlerine bakılmıştır. Bu ölçeğin Normallik testinin

sonuçlarına göre Skewness değeri $-0,336$; Kurtosis değeri ise $0,572$ olarak bulunmuştur. Ölçek üzerinde yaptığımız sonuçlara göre verilerin normal dağıldığı kabul edilebilir.

5.3.3. Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Analizi

Trabzon şehrine yapılan çalışmada kentin turizm çekiciliklerini belirlemeye yönelik yapılan 5'li Likert ölçeğe betimleyici istatistiksel işlemlerden aritmetik ortalama ve standart sapma analizi uygulanmıştır. Aritmetik ortalama, bir veri grubundaki gözlenen verilerin o veri grubundaki gözlenen toplam veri sayısına bölünmesiyle elde edilen değerdir (Doğan, s. 57). Standart sapma ise çalışılan veri grubundaki verilerin aritmetik ortalamadan ne derece uzaklaştığını gösteren değerdir (Doğan, s. 82).

Turizm çekiciliklerini değerlendirme ölçeğinde yapılan ortalama ve standart sapma analizi sonuçlarına göre “Cami ve türbeler, İslamiyetle ilgili dini uygulamalar” maddesi en yüksek (4,46) ortalamaya sahip olan değer olarak göze çarpmaktadır. Bu değere çok yakın olan “alışveriş merkezleri, alışveriş olanakları ” maddesinin ortalaması 4,39'dur. Değerin yüksek çıkmasının şehirde bulunan (Varlıbaş, Trabzon Forum, Cevahir) 3 büyük AVM'nin etkili olduğu düşünülmektedir. Özellikle Trabzon Forum AVM her gelen ziyaretçi tarafından gezilmektedir. Çalışmada yer alan “Ünlü restoranlar,yeme içme olanakları” maddesi şehrin gastronomik olarak zengin bir kültür olmasından dolayı ve gelen ziyaretçilerin Trabzon kentinin ünlü yiyeceklerini deneyimlemek istemesi sonucunda yüksek bir değere (4,23) sahip olduğu görülmektedir.

Turizm çekiciliklerini belirlemeye yönelik değerlendirmelerin bulunduğu ölçeğe yapılan aritmetik ortalama sonuçlarına göre (Tablo 5.17) en düşük (2,27) değer “Kilise ve katedraller, Hristiyanlıkla ilgili dini ritüeller” maddesinde olduğu gözlenmiştir. Bir diğer en düşük değere sahip olan madde ise “Genel fiyat seviyesi” maddesidir. Genel fiyat seviyesi maddesinin ortalaması 2,76 olarak analiz edilmiştir. Genel fiyat seviyesi maddesinin düşük bir değere sahip olmasının nedenini katılımcılara anket uygulanırken katılımcılar tarafından şehrin genel olarak çok pahalı bulduklarını ve şehrin turizm mekânlarında yerli turistlere göre değil özellikle Arap ve diğer yabancı turistlere göre düzenlendiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre “gece yaşamı ve eğlence olanakları” maddesi de düşük (2,77) aritmetik ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunun da sebebinin çalışmaya katılan ziyaretçilerin genç yaşta olması ve gençlerin daha fazla bu yönde isteklerinin olduğu göstermektedir.

Tablo 5.17. Trabzon Şehrinde Turizm Çekiciliklerine Yönelik Değerlendirmelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Analizi

Çekicilikler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Şehirdeki kurs vb. eğitim olanakları	4,03	,68
Şehirdeki iş olanakları, yatırımlar	4,35	,67
Fuarlar, kongreler ve sergiler	3,53	,61
Mağazalar, ticari hizmetler	4,35	,67
Cafe ve restoranlar	4,37	,63
Gece yaşamı, eğlence olanakları	2,77	,78
Yöresel el sanatları ve ürünler	3,82	,65
Yöresel yiyecek, giyim vs. satan pazar ve çarşılar gibi alışveriş olanakları	3,61	,63
Alışveriş merkezleri, alışveriş olanakları	4,39	,64
Cami ve türbeler, İslamiyetler ilgili dini uygulamalar	4,46	,66
Kilise ve katedraller, Hristiyanlıkla ilgili dini ritüeller	2,27	,92
Tiyatrolar, konserler	3,84	,57
Festivaller vb. Etkinlikler	3,81	,56
Futbol vb. gibi spor etkinlikleri	3,69	,64
Turlar	3,85	,48
Sempozyum, konferans vb. bilimsel etkinlikler	3,41	,63
Yerel halkın yaşam biçimi, etnik- dilsel- kültürel özellikleri	4,18	,62
Kamu hizmetleri (hastane vb. sağlıkla ilgili olanaklar)	4,15	,54
Estetik ve güzellik merkezleri vb. Çekicilikler	3,93	,49
Medikal çekicilikler	3,97	,47
Yöresel yiyecek içecek festivalleri	3,70	,58
Ünlü restoranlar, yeme içme olanakları	4,23	,62
Geleneksel yiyeceklerin sunulduğu restoranlar	3,50	,63
Kent içerisindeki geleneksel mimari yapı ve tarihi evleri	3,36	,66
Müzeler ve sanat galerileri	3,84	,57
Konaklama tesisleri ve olanaklar	3,77	,52

Tablo 5.17. “Tablonun Devamı”

Tarihte yaşamış ünlü insanlar ve tarihi olaylar	3,34	,61
Anıtlar ve tarihi yerler	3,43	,65
Sinema ve tiyatrolar	4,10	,61
Geleneksel el sanatları	3,81	,60
Kentsel mimari (modern binalar, parklar, bahçeler vb.)	3,28	,72
Yaya dostu yerler (yayaların rahatça dolaşım aktivite, alışveriş vb. yapabilecekleri mekânların olması)	4,15	,64
Kamusal alanlar, parklar, bahçeler	3,27	,71
Temizlik	3,90	,45
Şehirdeki güvenlik düzeyi	4,03	,68
Genel fiyat seviyesi	2,76	,69
Turistik işaret ve yönlendirmeler	3,43	,61
Ulaşım hizmetleri	3,66	,57
Kentsel atmosfer	4,14	,61

5.4. Faktör Analizinin Sonuçları

Çalışmada kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analizi konusunda literatüre uygun olarak geliştirilen ve 39 yargı ifadesinden oluşan bir ölçek bulunmaktadır. Bu maddelerin, çalışma modelindeki yapıların benzer faktör yapısında olup olmadığının ortaya konulması amacıyla da faktör analizi uygulaması gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi birbiriyle bağlantılı çok sayıdaki yargıları bir araya getirerek, birbirleri ile anlamlı daha az sayıda faktör elde etmeyi amaçlayan bir istatistiksel yöntemdir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 301). Çalışmada Trabzon kentinde turizm çekiciliklerinin belirlenmesine yönelik olarak geliştirilen çekicilikler ölçeğinin yapı geçerliliği Keşfedici Faktör Analizi (KFA) ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılan yerli ziyaretçilerin turizm çekicilikleri konusundaki algılarını, belirleyebilmek için ölçekte yer alan 39 maddeye faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizine başlamadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Küresellik (Sphericity) testi ile incelenmiştir. KMO katsayısı verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığı hakkında bilgi vermektedir. KMO katsayısının 0,60'tan yüksek olması faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Barlett testi değişkenler

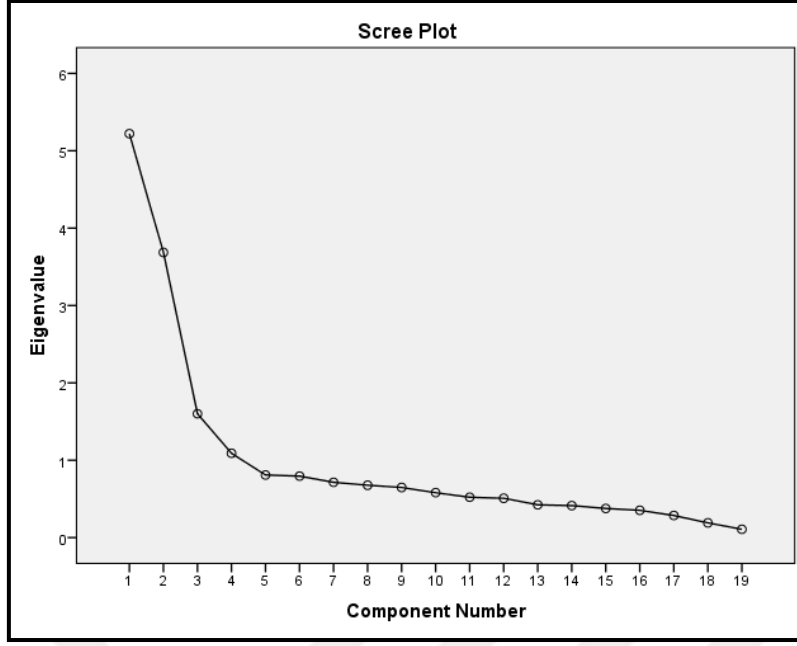
arasındaki ilişkilerin faktör analizi yapmaya yeterli olup olmadığını göstermektedir. Testin anlamlı olması ($p < 0,05$) değişkenler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 303). Kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analizi için yapılan çekicilik ölçeğinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,824'tür. Bartlett's Test of Sphericity testi anlamlı ($p = 0.000$) çıkmıştır (Tablo 5.18). Faktör analizi aşamasında varimax yöntemi seçilmiş ve değerlerin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Bu iki sonuç, örneklemin yeterli olduğuna ve verilerin faktör analizine uygun olduğuna ortaya koymaktadır.

Tablo 5.18. Çekicilikler Ölçeğine Ait Kaiser-Meyer-Olkin Measu (KMO) Katsayısı ve Bartlett Sphericity Testi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measu (KMO) Katsayısı	.824	
Bartlett Sphericity Testi	Approx. Chi-Square	2320,979
	Sd	171
	p	.000

Çalışmada belirlenen 39 madde ile kentteki turizm çekiciliklerini belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Teorik olarak yapıların anlamlı olabilmesi için 0.40'dan daha küçük faktör yük değerine sahip maddeler elenmiştir. Faktör analizi aşamasında, 0.40'ın altında faktör yüküne sahip olduğu için, yirmi ifade değerlendirme dışında tutulmuştur (Ek 2). Buna göre, madde eleme sürecinde ölçekteki madde sayısı 39'dan 19 maddeye indirilmiştir.

Faktör analizi sonuçlarına göre turizm çekiciliklerine ilişkin 19 maddenin öz değeri 1'den büyük olan dört faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu dört faktörün ölçeğe ilişkin açıkladıkları varyans 61,032'dir. Faktörlerin anlamlı bir boyut oluşturup oluşturmadığına öz değerlerine göre çizilen grafiğine bakılarak karar verilmiştir. Grafiğin düzleşme yapmaya başladığı noktadan sonraki faktörlerin açıklanan varyansa önemli katkı yapmadıkları gözlenmektedir (Şekil 5.1). Bu nedenle ölçeğin dört faktörlü bir çözümlenmeye daha uygun olacağı söylenebilir.



Şekil 5.1. Kentsel Çekicilikler Ölçeğinin Faktörlerine Ait Özdeğerler Grafiği

Faktör analizi sonucunda veriler dört faktör altında toplanmaktadır. İlk faktörde yer alan maddelerin kentin çekicilikleri ile alakalı olması dikkate alınarak bu faktöre “*Kentsel Çekicilikler*” ismi verilmiştir. Kentsel Çekicilikler faktörünün öz değeri 5,222’dir ve toplam varyansın %27,475’ini açıklamaktadır. Bu faktör beş değişken ile ifade edilmektedir (Tablo 5.19).

İkinci faktörde bulunan maddeler, kentte yer alan alt ve üst yapı ile alakalı olması sebebiyle bu faktöre “ Kentsel Alt ve Üst Yapı” ismi verilmiştir. Kentsel Alt ve Üst Yapı faktörünün öz değeri 3,686’dır ve toplam varyansın %19,399’unu açıklamaktadır. Bu faktör altı değişken ile ifade edilmektedir (Tablo 5.19).

Üçüncü faktörde bulunan maddeler, kente özgü geleneksel çekicilik unsurlarından oluşması sebebiyle bu faktöre “Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler” ismi verilmiştir. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler faktörünün öz değeri 1,600’dür ve toplam varyansın %8,422’sini açıklamaktadır. Bu faktör beş değişken ile ifade edilmektedir (Tablo 5.19).

Dördüncü faktörde bulunan maddeler, kentte yer alan tarihsel ve kültürel çekicilik unsurları ile alakalı olması sebebiyle bu faktöre “Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler” ismi verilmiştir. Tarihsel ve kültürel çekicilikler faktörünün öz değeri 1,090 ve toplam varyansın %5,737’sini açıklamaktadır. Bu faktör üç değişken ile ifade edilmektedir (Tablo 5.19).

Sosyal bilim araştırmalarında ölçüm araçlarının genel güvenilirliği ve faktörlerin tek başına güvenilirliği test edilmek için güvenilirlik analizi yapılır. Kentsel turizm çekicilikleri ölçeği ile ilgili verilerin güvenilirliği (Cronbach Alpha) ise 0.887 olarak sonuç vermiştir. Kentsel çekicilikler faktörünün güvenilirlik katsayısı 0,811; kentsel alt ve üst yapı faktörünün güvenilirlik katsayısı 0,785; kente özgü geleneksel çekicilikler faktörünün güvenilirlik katsayısı 0,779; tarihsel ve kültürel çekicilikler faktörünün güvenilirlik katsayısı ise 0,701 olarak bulunmuştur (Tablo 5.19). Elde edilen verilere göre araştırmada kullanılan ölçüm aracı ve belirlenen faktörlerin genel olarak tatmin edici bir güvenilirlik düzeyinde olduğu ölçeğin içsel tutarlılığının yüksek olduğu ve ölçülmek istenilen özelliğin büyük olasılıkla doğru biçimde ölçüldüğünü gözükmemektedir (Gürbüz ve şahin, 2015: 317).

Tablo 5.19. Kentsel Turizm Çekicilikleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	F1	F2	F3	F4
<i>F1.Kentsel Çekicilikler</i>				
Kamusal alanlar, parklar,bahçeler	,855			
Kentsel mimari (modern binalar, parklar,bahçeler vb.)	,838			
Kent içerisindeki geleneksel mimari yapı ve tarihi evleri	,696			
Genel fiyat seviyesi	,669			
Gece yaşamı, eğlence olanakları	,558			
<i>F2.Kentsel Alt ve Üst Yapı</i>				
Alışveriş merkezleri, alışveriş olanakları		,783		
Cafe ve restoranlar		,751		
Yaya dostu yerler, yayaların rahatça dolaşıp aktivite, alışveriş vb. yapabilecekleri mekanların olması		,710		
Ünlü restoranlar, yeme içme olanakları		,658		
şehirdeki güvenlik düzeyi		,647		
Turlar		,496		
<i>F3.Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler</i>				
Yöresel yiyecek içecek festivalleri			,756	
Festival vb. etkinlikler			,691	
Yöresel yiyecek, giyim vs. satan Pazar ve çarşılar gibi alışveriş olanakları			,670	
Geleneksel yiyeceklerin sunulduğu restoranlar			,584	

Tablo 5.19. “Tablonun Devamı”

Geleneksel el sanatları				,566
F4.Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler				
Anıtlar ve tarihi yerler				,653
Tarihte yaşamış ünlü insanlar ve tarihi olaylar				,644
Müzeler ve sanat galerileri				,564
Cronbach alpha	,811	,785	,779	,701
Özdeğerler	5,220	3,686	1,600	1,090
Açıklanan Varyans (%)	27,475	19,399	8,422	5,737
Toplam Açıklanan Varyans (%)	61,033			

5.4.1. Yerli Ziyaretçilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Kentsel Turizm Çekiciliklerini Algılamalarındaki Farklılaşma

Bu bölümde ankete katılan yerli ziyaretçilerin demografik karakteristikleri ve kentsel turizm çekicilikleri konusundaki algılamaları arasındaki olası bağlantıları araştırılmıştır.

Yerli ziyaretçilerin turizm çekiciliklerini belirleyebilmek için faktör analiz kullanılmıştır. Daha sonra faktör puanlarının normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Simirnov (K-S) testi ile kontrol edilmiştir. K-S testi sonuçlarına göre, dört faktör için faktör puanları ($p>0.05$) olarak bulunmuştur (Tablo 5.20). Bu sonuçlara göre ölçek puanlarının normal dağılmaktadır ve veriler parametrik testlerin kullanılması için uygun bulunmuştur.

Tablo 5.20. Kolmogorov-Simirnov (K-S) testi Sonuçları Tablosu

Değişkenler	N	Ortalama	S.S	K.S Test Değeri	P
F1. Kentsel Çekicilikler	270	3,0911	,54329	,093	,020
F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	270	4,1944	,42089	,159	,000
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	270	3,6896	,44149	,148	,000
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	270	3,5407	,48923	,186	,000

Faktör analizi sonucunda elde edilen dört faktöre göre ortalama önem dereceleri dikkate alınarak demografik değişkenler arasında (cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir seviyesi, eğitim seviyesi, meslek) grupları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını değerlendirmek üzere fark analizleri yapılmıştır. Normal dağılım gösteren ikili değişkenler için t testi ve ikiden fazla değişkene sahip olanlar için ANOVA analizlerinden yararlanılmıştır.

Tablo 5.21'e göre, yerli ziyaretçilerin Ortahisar'daki kentsel turizm çekiciliklerine ilişkin faktörlerin puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında elde edilen dört faktör için de kadın ve erkeklerin ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. T testinin sonuçlarına göre bu farklılık anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p < 0.05$). Buna göre H1 hipotezi reddedilmiştir, kentsel turizm çekicilikleri cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Turizmin kentsel turizm çekicilik etkileri kadın ve erkek katılımcılar tarafından eşit düzeyde fark edilmektedir.

Tablo 5.21. Faktörlerin Boyutlarının Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

Faktörler	Kadın (\bar{X})	Erkek (\bar{X})	Sd	t değeri	p değeri
F1. Kentsel Çekicilikler	3,0735	3,1122	268	-,583	,561
F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,1984	4,1897		,169	,866
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	3,6721	3,7106		-,712	,477
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,5510	3,5285		,377	,707

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$ Sd: Serbestlik derecesi

Yerli ziyaretçilerin medeni durumları ve kentsel turizm çekicilik faktörleri bakımından karşılaştırma yapıldığında ise medeni durumun istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Kentsel çekicilikler faktöründe bekârlar ($\bar{X} = 3,12$), evlilere göre ($\bar{X} = 3,07$) daha fazla önem atfedilmiştir ve aralarındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(268)} = -3.332$; $p < 0.05$), (Tablo 5.22). Buna göre H2 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre turizmde kentsel alt ve üstyapı olanaklarına medeni durumu bekâr olanlar daha fazla önem atfetmektedir.

Tablo 5.22. Faktör Boyutlarının Medeni Duruma Göre T Testi Sonuçları

Faktörler	Bekâr (\bar{X})	Evli (\bar{X})	Sd	t değeri	p değeri
F1. Kentsel Çekicilikler	3,1290	3,0712	268	,831	,407

Tablo 5.22. Tablonun Devamı”

F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,0789	4,2552		-3,332	,001**
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	3,7011	3,6836		,308	,758
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,5412	3,5405		,012	,991

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$ Sd: Serbestlik derecesi

Verilerin sonuçlarını desteklemek amacıyla araştırmaya katılan katılımcıların karakteristiklerinin araştırılması önemlidir (Alhasanat ve Hyasat, 2011: 148). Bu nedenle araştırma kapsamında yaş grupları, gelir seviyesi, eğitim düzeyi ve meslek grupları demografik değişkenler ile kentsel turizm çekicilik faktörleri ortalama puan dereceleri açısından anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Anlamlı bulunan sonuçlarda, farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla Tukey testi yapılmıştır.

Kentsel turizm çekiciliklerine ilişkin faktörler ile yaş grupları karşılaştırıldığında kentsel alt ve üst yapı faktörü en yüksek puana 61 ve üzeri yaş grubunda ($\bar{X} = 4,34$), en düşük ise 18-30 yaş grubunda ($\bar{X} = 4,11$) sahiptir (Tablo 5.23). Yaş grubu değişkeni ile “kentsel alt ve üst yapı” faktörü anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F_{(4,265)} = 2,70$; $p < 0,05$). ANOVA testi sonucunda elde edilen verilere göre H3 hipotezi kabul edilmiştir. Kentsel alt ve üst yapı faktörü olanaklarına 61 yaş ve üzerinde olanlar daha fazla önem vermektedir.

Tablo 5.23. Yaş Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar

Faktörler	a) 18-30(\bar{X})	b) 31-40(\bar{X})	c) 41-50(\bar{X})	d) 51-60(\bar{X})	e) 61+(\bar{X})	F değeri	P değeri	Anlamlı farklar
F1. Kentsel Çekicilikler	3,08	3,06	3,18	3,14	2,99	,642	,642	

Tablo 5.23. “Tablonun Devamı”

F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,11	4,20	4,16	4,29	4,34	2,701	,031*	e>a
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	3,69	3,69	3,61	3,65	3,78	,669	,614	
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,58	3,50	3,46	3,55	3,54	,541	,706	

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$

Eğitim düzeyi düşük olanlar kentsel turizm çekicilikleri konusunda daha yüksek bir farkındalığa sahiptirler. Kentsel turizm çekicilikleri ile eğitim seviyesi grupları arasındaki faktörlere göre farklılıklar kente özgü geleneksel çekicilikler konusunda daha yüksek bir algılamaya sahiptirler. Kentsel turizm çekicilikleri ile eğitim seviyesi grupları arasındaki farklılıklar karşılaştırıldığında kente özgü geleneksel çekicilikler faktörüne ilişkin algı puanlarının en yüksek ilkökul ($\bar{X} = 4,14$) ve en düşük lise ($\bar{X} = 3,66$) ve üniversite ($\bar{X} = 3,66$) eğitim düzeyindekilerde olduğu görülmektedir. ANOVA sonuçlarına göre eğitim seviyesi ve kente özgü geleneksel çekicilikler faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlılık içermektedir ($F_{(3,266)} = 2,82$; $p < 0.05$). (Tablo 5.24). Belirtilen faktörler arasındaki ilişkinin anlamlı olması nedeniyle H4 hipotezi kabul edilmiştir. Kente özgü geleneksel çekicilikler, yüksek eğitim seviyesine sahip olan gruplarda daha az hissedilmektedir.

Tablo 5.24. Eğitim Seviyesi Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar

Faktörler	a) İlkokul (\bar{X})	b) İlköğretim (\bar{X})	c) Lise (\bar{X})	d) Üniversite (\bar{X})	F	P	Anlamlı farklar
F1. Kentsel Çekicilikler	3,54	3,12	3,13	3,03	2,35	,073	
F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,19	4,32	4,20	4,15	1,90	,130	

Tablo 5.24. “Tablonun Devamı”

F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	4,14	3,73	3,66	3,66	2,82	,039*	c<a d<a b>c
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,57	3,55	3,50	3,55	,196	,899	

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$

Kentsel turizm çekicilikleri konusuna ilişkin ANOVA testi sonuçlarına göre meslek grupları arasında faktörlere göre farklılıklar gözlenmemektedir (Tablo 5.25). Bu sonuçlara göre H5 hipotezi reddedilmiştir. Kentsel turizm çekicilik faktörleri meslek gruplarına göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 5.25. Meslek Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar

Faktörler	a) Kamuda çalışan (\bar{X})	b) Özel sektörde çalışan (\bar{X})	c) Öğrenci (\bar{X})	d) Ev hanımı (\bar{X})	e) İşsiz (\bar{X})	f) Emekli (\bar{X})	F değeri	P değeri	Anlamlı farklar
F1. Kentsel Çekicilikler	3,15	3,06	2,93	3,11	3,27	3,12	1,409	,221	
F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,12	4,18	4,15	4,30	4,15	4,17	1,253	,285	
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	3,70	3,65	3,64	3,72	3,71	3,75	,376	,865	
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,57	3,54	3,49	3,56	3,57	3,46	,280	,924	

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$

Yerli ziyaretçilerin gelir düzeyleri ile kentsel alt ve üst yapı etki faktörleri karşılaştırıldığında 2001-5000 TL arasında gelire sahip olanlar ($\bar{X} = 4,27$), 12000 TL ve üzeri gelire sahip olanlara göre ($\bar{X} = 4$) daha fazla önem atfetmişlerdir. Kentsel çekicilik faktörleri ile gelir grupları arasında farklılıklar ANOVA testi sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı sonuç vermiştir ($F_{(4,265)} = 2,773$ $p < 0.05$), (Tablo 5.26). Gelir grupları ve kentsel alt ve üst

yapı faktörü arasındaki ilişkinin anlamlı olması nedeniyle H6 hipotezi kabul edilmiştir. Orta gelir grubunda yer alanlar kentsel alt ve üst yapı etkilerini daha olumlu bulmaktadır.

Tablo 5.26. Gelir Grupları Arasında Faktörlere Göre Farklılıklar

Faktörler	a) 1000-2000 TL (\bar{X})	b) 2001-5000 TL (\bar{X})	c) 5001-8000 TL (\bar{X})	d)8001-12000 TL (\bar{X})	e)12000+ TL (\bar{X})	F değeri	P değeri	Anlamlı farklar
F1. Kentsel Çekicilikler	3,22	3,02	3,18	3,03	3,16	1,708	,149	
F2. Kentsel Alt ve Üst Yapı	4,05	4,27	4,13	4,17	4	2,773	,028*	b>e
F3. Kente Özgü Geleneksel Çekicilikler	3,67	3,67	3,74	3,69	3,64	,288	,886	
F4. Tarihsel ve Kültürel Çekicilikler	3,52	3,54	3,49	3,61	3,73	,515	,724	

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$

5.5. Memnuniyet Düzeyleri Analizi Sonuçları

Çalışmanın son bölümü olan “Memnuniyet Düzeyi ” bu bölümde analiz edilerek sonuçlara ulaşılmıştır. Bu bölümde katılımcılara dört soru sorulmuştur. Sorulan sorular sonucunda katılımcıların memnuniyet düzeyleri belirlenmiştir.

Katılımcılara bu bölümde ilk olarak “Trabzon seyahatinizden memnun kaldınız mı?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılara “Hiç memnun kalmadım, memnun kaldım, ne memnun kaldım ne memnun kalmadım, memnun kaldım, çok memnun kaldım” şeklinde seçenekler sunulmuş ve uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre Trabzon seyahatlerinden memnun kaldıkları ortaya çıkmıştır. Memnuniyet derecelerine bakacak olursak katılımcılar en fazla “Memnun kaldım” (%69,6) şeklinde belirtmişlerdir. Yine memnuniyet düzeylerini belirtirken ikinci olarak “Çok memnun kaldım” (%24,1) şeklinde belirtmişler. Katılımcılar “Memnun kalmadım” seçeneğini hiç işaretlememişlerdir fakat %0,4 düzeyinde “Hiç memnun kalmadım” seçeneğini işaretledikleri analiz edilmiştir (Tablo 5.27).

Tablo 5.27. Trabzon Seyahatlerinden Memnun Kalma Düzeyleri Analizi

Trabzon seyahatinizden memnun kaldınız mı?	N	%
Hiç memnun kalmadım	1	0,4
Memnun kalmadım	0	0
Ne memnun kaldım ne memnun kalmadım	16	5,9
Memnun kaldım	188	69,6
Çok memnun kaldım	65	24,1

Katılımcılara bu bölümde ikinci olarak “Trabzon’u arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?” şeklinde soru sorduk. Katılımcılardan bu soruya “Evet yada Hayır” şeklindeki cevaplardan kendilerine uygun olanı işaretlemelerini istedik. Ziyaretçilerin vermiş oldukları cevaplara göre katılımcıların nerdeyse tamamı (%99,3) bu soruya “Evet” şeklinde cevap vermiştir. Katılımcıların sadece %0,7’lik bölümü bu soruya olumsuz şekilde cevap verdiği sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 5.28).

Tablo 5.28. Trabzon’u Arkadaş ve Akrabalara Tavsiye Etme Durumu

Trabzon’u arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?	N	%
Evet	268	99,3
Hayır	2	0,7

Trabzon’a gelen ziyaretçilere bu bölümde üçüncü soru olarak “Trabzon’u gelecekte tekrar ziyaret etmeyi düşünür müsünüz?” şeklinde soru yönelttik ve katılımcılardan “Evet yada Hayır” şeklinde cevaplar istedik. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar sonucunda yine nerdeyse tamamı (%98,1) bu soruya “Evet ” şeklinde yanıt vermiştir (Tablo 5.29). Katılımcılardan sadece %1,9’luk bölümü “Hayır” şeklinde cevap verdiği belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda yüksek oranın çıkması şehre gelenlerin genel olarak memnun ayrıldıklarını ve tekrar gelmeyi düşündüklerini göstermektedir.

Tablo 5.29. Trabzon’u Gelecekte Ziyaret Etme Düşünceleri

Trabzon’u gelecekte tekrar ziyaret etmeyi düşünür müsünüz?	N	%
Evet	265	98,1
Hayır	5	1,9

Katılımcılara son olarak “Trabzon şehrinde turizm faaliyetlerine ve çekiciliklerine ilişkin önerilerinin nelerdir?” sorusunu sorduk (Tablo 5.30). Ziyaretçilerin vermiş oldukları cevaplara göre genel olarak belli başlıkların altında toplamaya çalıştık ve analiz sonucunda cevapları tabloya dönüştürdük.

Tablo 5.30. Trabzon Şehrinde Turizm Faaliyetlerine ve Çekiciliklerine İlişkin Öneriler

Trabzon şehrinde turizm faaliyetlerine ve çekiciliklerine ilişkin önerileriniz nelerdir?	N	%
Mimari yapı	40	14,8
Yeni turizm alanları	37	13,7
Fiyat	36	13,3
Doğa koruma	27	10
Kamusal alanlar	26	9,6
Reklam	23	8,5
Kültürel etkinlikler	23	8,5
Yöresel ürünler	19	7
Yerli turistlere önem	12	4,4
Rehberlik hizmetleri	9	3,3
Ulaşım	8	3
Temizlik	3	1,1
Konaklama	3	1,1
Turistik yönlendirme	3	1,1
Güleryüz	1	0,4

Katılımcıların vermiş oldukları cevapların analizi sonucunda en fazla (%14,8) “Mimari yapı” seçeneğinin ortaya çıktığını belirledik. Bu seçenekte genel olarak mimari yapının değiştirilmesi veya mimari yapının yenilenmesi şeklinde önerilerde bulunulduğunu gözlemledik. Ziyaretçilerin vermiş oldukları cevaplarda Trabzon şehrinin görüntü olarak değiştirilmesi kentin çekiciliğini daha artıracığını ve şehir turizmine katkısı olacağını düşünmektedirler.

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların ikinci olarak diğer bir önerisi de “Yeni turizm alanları” şeklinde olmuştur. %13,7’lik bir değerle katılımcıların Trabzon kentine turist çekmek amacıyla yeni turizm alanları oluşturulması gerektiğini önermektedirler ve yeni turizm alanları oluşturularak kentin şehir turizmi açısından canlanacağını düşünmektedirler.

Başka göze çarpan sonuçlardan biri ise “Fiyat ”lar seçeneğidir. %13,3’lük bir dilimin Trabzon kentinde fiyatların yüksek olduğu ve fiyatların düzenlenmesi önerisinde bulunmuşlardır. Fiyatların düzenlenmesi şehre daha fazla turizm alanında katkısının olacağını düşünmektedir.

Analiz sonucunda en dikkat çekici cevaplardan biri ise “Doğa koruma” maddesidir. %10’luk bir değere sahip olan doğa koruma önerisi, daha çok yayla gibi yeşil alanların yapılaşmaya açılmaması, zarar verilmemesi gibi nedenler şehrin turizm kapsamında daha değerli olacağı düşünüldüğü dolayısıyla ziyaretçiler tarafından önerilerde bulunulmuştur.

Analiz sonucunda dikkati çeken %0,4’lük bir kesim “Güleryüz ” şeklinde bir öneride bulunmuştur. Çok düşük bir sonuç olmasına rağmen bu seçeneği analize dahil ederek sonucu tablolastırdık.

“Konaklama, temizlik ve turistik yönlendirme” şeklindeki öneriler çekicilikler bölümünde orta dereceli değerler almasına rağmen katılımcılar tarafından bu bölümde %1,1’lik gibi düşük değer olsa da geliştirilmesi amacıyla öneri şeklinde sunulmuştur.

6. SONUÇ

Son yıllarda turizmde yaşanan talep ve beklentilerdeki değişim deniz-kum-güneş konseptindeki tatillerin yerine, alternatif turizm türlerine olan ilgiyi artırmaktadır. Kentler, sahip olduğu sosyal, kültürel, sanatsal, alışveriş vb. gibi olanakları ile turizmde ön plana çıkmaktadır.

Kentler çok farklı turizm çeşidini bünyelerinde barındırmasıyla kent turizminin varlığını ortaya koymakta ve ziyaretçilerine sundukları olanaklar ile kent turizmi dünyada hızla büyüyen bir turizm türü haline gelmektedir. Tatil anlayışı zamanla değişerek turistlerin şehir merkezlerine olan ilgisinin artması sağlanmış ve insanların şehir merkezlerine çekerek turizm faaliyetlerini tüm seneye yaymayı planlamaktadırlar.

Çalışmalarda turizm çekicilikleri farklı bağlamlarda modellenmiş ancak belirli bir şehrin genel çekiciliklerinin turistlerin bakış açısı ile incelenmesi konusunda yeterince araştırma bulunmamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı Trabzon şehrinde, kentsel turizm çekiciliklerinin belirleyici faktörlerinin analiz edilmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada Trabzon kentindeki farklı türdeki turizm çekiciliklerini turistler tarafından nasıl tanımlandığının belirlenmesi, bu çekiciliklere verdikleri önem derecesinin değerlendirilmesi ve bunun sonucunda Trabzon şehrinin genel çekiciliklerini sistemli bir şekilde belirtmek amaçlanmıştır.

Bu çalışma ile Trabzon kentine ziyarete gelen turistlerin genel profillerini, eğilimlerini ve Trabzon'a bakış açıları ortaya çıkarılmaya çalışılmış Trabzon'u ziyarete gelen turistlerin seyahat alışkanlıkları, şehir çekicilik kriterleri ve memnuniyet düzeyleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında kentteki turizm çekicilikleri, kent turizmindeki en önemli çekicilikler, kente gelen ziyaretçilerin Trabzon'a ilişkin algı ve tutumları, kentteki turizm olanaklarından memnuniyet ve beklentileri gibi sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır. Araştırma nicel araştırma perspektifinde yürütülmüş ve Trabzon'un merkez ilçesi olan Ortahisar'ı ziyaret eden 18 yaş ve üzerini geçmiş herkese anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda 270 anket değerlendirilmeye alınarak Yüzde ve Frekans analizi, Faktör analizi, Bağımsız Örneklem T testi ve ANOVA testi uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında ilk olarak katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve aylık gelir durumları belirlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre çalışmaya katılanların yarısından fazlasını kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğu genç yaşta ve evlilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılanların çoğunluğu üniversite mezunu ve özel sektörde çalışan orta düzey gelire sahip bireylerden oluşmaktadır.

Trabzon kentini ziyarete gelenlerin çoğunluğu İstanbul, Bursa, Kocaeli gibi büyükşehirdeki bireylerden oluşmaktadır. Büyükşehirlerde yaşayan bireyler hem memleketleri olan Trabzon'u ziyaret etmek hem de yoğun nüfuslu kent yaşamından sıkılıp daha doğaya dönük kentleri ziyaret etmek için Trabzon kentini tercih etmektedirler. Doğası ve kentsel atmosferiyle yerli ve yabancı turistleri kendine çekmektedir. Son zamanlarda giderek artan Arap turist sayıları kentin daha çok iklimik özellikleri ve doğası kaynaklı sebeplerden dolayı kente ilgi göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğu kenti daha önceden ziyaret etmiş insanlardan oluşmaktadır. Kente gelen ziyaretçiler kentin doğası ve atmosferinden etkilenecek şekilde tekrar kente gelmektedirler. Ziyaret etme sayılarından da anlaşılacağı üzere kente gelenlerin çoğu tekrar kenti ziyarete gelmektedirler. Tekrar kenti ziyarete gelen turistler genel olarak Trabzon kentini tanıyan ve daha önceki ziyaretlerinde kentten memnun olarak ayrılmış olan turistler olduğu düşünülebilir. Trabzon'u ziyaret eden turistlerin başka ziyaretleri sırasında kentte gerçekleştiremedikleri faaliyetleri ve imkânları sunma, indirim ve kampanyalardan yararlandırma gibi teşvik edici uygulamalar gerçekleştirilebilir.

Kenti ziyaret etme sıklıklarına bakıldığında çoğunluğun birkaç yılda bir tekrar Trabzon'a geldikleri görülmektedir. Kenti ziyaret etme sebeplerinden olan akraba ziyaretleri ve kentin doğal güzellikleri kentin tekrar ziyaret etme fikirlerini insanlara hatırlatmaktadır. Kentin birkaç yılda bir ziyaret edilmesinin sebebi ise kentin büyükşehirlere uzak mesafede olmasıdır.

Kentte Mayıs ayının ilk Pazar gününden 4 Eylül tarihine kadar gerçekleştirilen yayla şenlikleri ve festivaller sayıca fazla olmasına rağmen kentte yeterli derecede tanıtımı yapıp bilinmemektedir. Buna rağmen kente gelenlerin çoğunluğu yayla şenlikleri ve festivalleri ziyaret etmiş veya etmek istemektedirler. Bu tarz etkinlikler turizm açısından kente olan ilginin artmasına sebep olmaktadır. Kentte Tonya Tereyağ Festivali, Fındık ve Karayemiş Festivali, Hamsiköy ve Civar Köyler Sütlaç Festivali gibi yöresel ürünler üzerine

gerçekleştirilen festivaller bulunmaktadır. Kente ziyarete gelenler buralarda hem eğlenmekte hem de yörenin gastronomik ürünlerini öğrenebilmektedirler.

Trabzon'a gelenlerin kentten ayrılırken yüksek oranla memnun kaldıklarını ve kente tekrar gelmek istediklerini belirtmektedirler. Bu sonuç Trabzon kentinin yerli ziyaretçiler tarafından isteklerinin karşılandığının göstergesidir. Kent hakkında olumsuz bir düşüncelerinin bulunmaması kent adına sevindirici bir durum olsa da kentte geliştirilmesi, düzenlenmesi ve yenilenmesi gereken durumlar bulunmaktadır.

Trabzon'a ulaşım çoğunlukla otobüsle gerçekleşmekte ve rahat ulaşım yolu olan uçak daha az tercih edilmektedir. Buda kente gelenlerin orta seviyede gelire sahip olması ve fiyatlardaki aşırılığın insanları daha ucuz ulaşım yolu olan otobüse yöneltmektedir. Kentin coğrafi yapısından kaynaklı olarak tren gibi alternatif ulaşım yolları geliştirilememiştir. Bu sadece Trabzon kenti için değil tüm Karadeniz Bölgesi için önemli bir konu olup Karadeniz Bölgesi'ni etkilemektedir.

Araştırmaya katılanların çoğu kenti ziyarete ailesiyle birlikte gelmektedir. Buda kenti ziyarete gelenlerin evli olmasından kaynaklanmaktadır. Gençlerin deniz-kum-güneş yönündeki balayı tercihlerini giderek değiştirmesi ve farklı alternatifler olarak doğal yerleri ziyaret etme gezip görme amacıyla kente gelmelerine sebep olabilmektedir.

Ziyaretçiler kente geldikleri zaman yüksek oranla kentte konaklamaktadırlar. Ziyarete gelenlerin uzak şehirlerden gelmeleri bunda en önemli sebeplerdir. Gününbirlik gelen ziyaretçiler yakın çevrelerden gelip kenti ziyaret ederek tekrar geri dönebilmektedirler. Kentte ortalama konaklama süreleri göze alındığında turistlerin Trabzon'da geçirdikleri geceleme sürelerinin düşük olduğunu söylemek mümkündür. Kente gelen ziyaretçilerin genel olarak bir kısmı kentte 2-4 gün arasında konaklamaktadırlar. Çalışmaya katılanların büyük kısmının çalışma hayatında olması kentte kalma süreleri üzerinde etkili olmaktadır.

Katılımcılardan elde edilen sonuçlara göre kente gelenler seyahatlerini planlarlarken arkadaş ve çevreyi gezen kişilerin bilgilerinden yararlanmaktadırlar. Daha sonra günümüz teknolojisinden yararlanarak internet üzerinden bilgi sahibi olmakta ve plan yapmaktadırlar. Bundan dolayı Trabzon ile ilgili bilgilere ulaşılmasını kolaylaştıran turizm kuruluşlarının internet siteleri ve sosyal medya hesapları daha kapsamlı ve işlevsel şekilde getirilmelidir.

Radyo, dergi gibi az kullanılan kaynaklara yatırımlar yerine günümüzde kullanılan internet kaynaklarına yatırımlar yapılmalıdır.

Trabzon'a gelen ziyaretçilerin turizm çekiciliklerini değerlendirmeye yönelik yapılan ölçeğe güvenirlilik ve normallik analizleri yapılmış ve analiz sonucunda ölçeğin yüksek güvenirliliğe sahip olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir. Buda çalışmanın sonuçlarının kentin yararı için doğru değerlendirileceği sonucunu vermektedir.

Turizm çekicilikleri konusunda kentte bulunan cami ve türbeler kent için yeterli bulunmaktadır. Bunun sebebi genel olarak kentte karışık dinlerin bulunmaması kentin dini uygulamalar alanındaki yapılarını yeterli düzeyde bulundurmaktadır.

Kentte turizm çekicilikleri ölçeğinde ikinci olarak alışveriş merkezleri ve alışveriş olanakları değeri yüksek çıkmıştır. Bunun sebebi ise kentte bulunan 3 büyük AVM'nin yer almasıdır ayrıca Trabzon için önemli ve ünlü olan Uzun Sokağın bulunması bu çekicilik değerinin yüksek çıkmasına sebep olmuştur. Kente alışveriş yapmak ve ünlü sokağı gezmek için bile farklı yerlerden ziyaretçiler gelmektedirler. Ayrıca çalışmada konusu geçmese bile Trabzonspor'un maçlarına gelen ziyaretçiler Uzun Sokak'ta mutlaka formalarla tur atmakta ve bu amaçla turist çekebilmektedir.

Turizm çekicilikleri değerlendirme ölçeğinde kilise, katedral ve Hristiyanlıkla ilgili dini ritüeller en düşük orana sahiptir. Kente gelen ziyaretçilerin bu gibi alanları tercih etmemeleri ve Hristiyanlıkla alakalı bilgi sahibi olamamaları bunda bir etkindir. Genel olarak kente gelenlerin doğa üzerine ziyaretleri bu gibi alanlardan haberdar olmamalarında etkilidir. Diğer en düşük değere sahip madde ise genel fiyat seviyesidir. Kentin son zamanlarda Arap turistler tarafından tercih edilmesi fiyat seviyelerinde artışa sebep olmaktadır. Yerli ziyaretçiler tarafından bu durum olumlu karşılanmamakta ve turizm alanında pozitif yönde bir etki katmamaktadır. Başka düşük bir değere sahip olan madde ise gece yaşamı ve eğlence olanakları olarak belirlenmiştir. Kente gelen ziyaretçilerin genel olarak genç yaşta olması bu yöndeki isteklerini kentte yeterli derecede bulamamaktadır.

Çalışmaya katılan katılımcılar Trabzon seyahatlerinden memnun kalmaktadır. Ziyaretçiler kenti olumsuz olarak değerlendirmemekte, kentten memnun ayrılmakta ve kenti arkadaş ve akrabalarına tavsiye edecekleri belirlenmiştir. Ayrıca kentten ayrılırken tekrar ziyaret etmeyi düşünmektedirler.

Turizm çekiciliklerine ve faaliyetlerine yönelik olarak kente gelen ziyaretçilerin kent için önerileri değerlendirildiğinde kentin mimari yapı yönünden iyi bulunmadığını ve iyileştirilebileceğini düşünmektedirler. Kent için önerilerde bir başka madde ise yeni turizm alanlarının yaratılabileceğidir. Kent içinde kamusal alanların sayılarında ve kalitelerinde iyileştirmeler yapılabilir. Kente turist çekmek amacıyla kentte bulunmayan yeni temalı parklar inşa edilebilir.

Turizm çekicilikleri alanında kente gelen ziyaretçilerin Trabzon kenti için bir diğer önemli önerisi ise kentteki genel fiyat seviyesidir. Gelen ziyaretçilerin turizm alanlarının fiyatlarını aşırı yüksek bulmakta ve fiyat seviyelerinin düzenlenmesi yerli ziyaretçiler açısından önemli katkılar sağlayacaktır. Fiyat seviyelerindeki yükseklik turizm çekim alanlarına olan ilginin az olmasına sebep olabilmektedir.

Genel olarak çalışmanın sonunda kenti ziyaret eden ziyaretçilerin kentten memnun kaldıkları ve kenti tekrar ziyaret edecekleri anlaşılmaktadır. Fakat kentte eksikliklerin olduğu turizm alanında daha fazla geliştirilebileceği belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre Trabzon kentinde turizmdeki eksiklerin giderilmesi ve kent turizminin daha iyi yerlere gelmesi için bazı öneriler aşağıda sunulmaktadır;

- Trabzon kentinde turizmin gelişmesi için kentteki turizm olanaklarının geliştirilmesi gerekir. Bu nedenle kentte alternatif turizm faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.
- Kentte ziyaretçilerin boş vakitlerini geçirebilecekleri yeşil alan ve park-bahçe sayısı artırılmalıdır.
- Kentte turizme yönelik satış yapan işletmeler fiyat seviyesini çok arttırmamalıdır. Her ziyaretçinin bütçesine uygun olarak fiyatlandırma yapılması gerekmektedir.
- Trabzon kentinde ziyaretçilerin kentten daha iyi yararlanabilmesi için ziyaretçi yönetim planı oluşturulmalıdır.
- Alandaki turizm çekicilikleri çeşitlendirilerek bu çekiciliklerin reklam ve tanıtımı artırılmalıdır.
- Trabzon kentinin tüm turizm potansiyeli ele alınarak geniş kapsamlı bir turizm planı oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

Ak, M. (2000). İslam Coğrafyacılarına Göre Trabzon. *Trabzon Tarihi Sempozyumu Bildirileri*, (s. 27-29). Trabzon.

Akoğlan Kozak, M., & Türktarhan, G. (2012). Gönüllü Turizmine Kavramsal Bir Bakış. *Journal of Tourism And Research* , 4-14.

Alhasanat, S. A., & Hyasat, A. S. (2011). Sociocultural İmpacts of Tourism On The Local Community in Petra. *Jordan Journal of Social Sciences* , 114-158.

Avcılar, M. Y., & Kara, E. (2015). Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine Yönelik Literatür İncelemesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* , 76-94.

Aydın Öksüz, A., Küçük Karakaş, B., Seymen, G., & Topdağı Yazıcı, B. (2020). Kent ve Kıyı İlişkisi: Trabzon Kenti Yüzme Alanları Düzenleme Kriterleri. *İdealkent* , 1252-1280.

Barutçugil, İ. S. (1984). *Turizm İşletmeciliği*. Uludağ Basımevi.

Barutçugil, İ. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Yayınları.

Başarangil, İ. (2014). Kent Turizminin Sürdürülebilir Geleceği: Turizm Potansiyeli Açısından Kırklareli İli'nin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Hakemli pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi* , 82-100.

Bayartan, M. (2007). Kentsel Fonksiyonlar, Özel Fonksiyonların Kentsel Gelişime Etkileri. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* , 123-136.

Bayer, M. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: İ.Ü.İşletme Fakültesi Yayınları.

Bingöl, Z. (2007). *Gelenekselden Evrensele Anadolu'da İnanç Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis Of The Determinants Of Urban Tourism Attractiveness: The Case Of Quebec City and Bordeaux. *Journal of Destination Marketing&Management* , 67-79.

Boz, M., & Özkan, Ç. (2019). *Sürdürülebilir Şehir Turizmi: Barselona Aşırı Turizm Örneği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları.

- Cesur, E., & Çeken, H.** (2021). Trabzon yerel halkının turizm algısında turist profilinin rolü: Arap turist profili. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 1313-1331.
- Ceylan, S., & Somuncu, M.** (2016). Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* , 53-64.
- Crouch, G.** (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research* , 27-45.
- Çalık, A., & Adam, A.** (2020). Helal Turizm: Teorik Bir İnceleme. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 487-502.
- Çavuş, A.** (2014). Trabzon'da doğa turizmi açısından değerlendirilmesi gereken turistik bir alan: Sera Gölü. *Türk Coğrafya Dergisi* , 43-49.
- Çavuşgil Köse, B.** (2022). Şehir Pazarlaması Kapsamında Akıllı Turizm Şehri Olarak Çanakkale'nin İncelenmesi. *Journal of Emerging Economies and Policy* , 118-130.
- Çıtak, Ş. Ö.** (2016). Sakin Şehirler Hızlı Turistler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* , 2692-2706.
- Dann, G. S.** (1981). Tourist Motivation an Appraisal. *Annals of Tourism Research* , 187-219.
- Demirci, F.** (2013). Çorum Şehri'nde Tarihsel Koruma ve Şehir Turizmine Katkıları. (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*) . Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı.
- Denk, E.** (2018-2019). Ders Notu. *Genel Turizm* . Atatürk Üniversitesi Erzurum Meslek Yüksekokulu.
- Doğan, D.** İstatistik 1. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Ölçme ve Değerlendirme Anabilim Dalı* . Ankara: Ders Notu.
- Doğanay, H.** (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Doğanay, H.** (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Doğanay, H., & Zaman, S.** (2019). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Pegem Akademi.
- Doğanay, H., & Zaman, S.** (2019). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Pegem Akademi.

Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research* , 1032-1052.

Emekli, G. (2018). Kent Turizminde Kültür ve Yaratıcılık. *TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu* (s. 469-489). Ankara: TÜCAUM.

Emekli, G. (2014). Öğrenen Turizm Bölgeleri, Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi* , 27-39.

Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

Erol, D., & Koçak, E. (2019). Seçkin Seyahatlerinden Kentsel Turizme Geçişi Tekrar Düşünmek. *Kentsel Araştırmalar 2* (s. 1-11). içinde Ankara: Gece Akademisi.

Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research* , 283-304.

Goeldner, C. R., & Ritchie, B. J. (2009). *Tourism*. New York: Jhon Wiley .

Güdü Demirbulat, Ö., & Karaman, S. (2014). Trabzon Ayasofya Müzesi'nin Camiye Dönüştürülmesine İlişkin Turist Rehberlerinin Değerlendirmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 37-54.

Gülpınar Sekban, D. Ü., Bekar, M., & Acar, C. (2018). Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden Değerlendirilmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmala Dergisi* , 349-361.

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* , 6-12.

Heper, F., & Saruşık, M. (2015). Kongre Turizmi Açısından İstanbul İli'nin Rekabet Gücünün Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 61-75.

İnan, K. (2003). Trabzon'un Fethi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 71-84.

Işık, Ş., & Zoğal, V. (2017). Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi* , İzmir.

Kahraman, N., & Türkay, O. (2011). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.

Karadenizli, K. (1954). *Trabzon Tarihi*. Ankara.

Karakaş, A., & Şahin Tezcan, N. (2019). Trabzon Otellerinin Helal Turizm Açısından İncelenmesi. 2. International Halal Tourism Congress (s. 216-223). Antalya: Kastamonu Üniversitesi.

Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders* , 47-48.

Kozak, N., Akoğlan, M., & Kozak, M. (1997). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, M. (2006). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, M. (2020). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, N. (2001). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Köse, İ. (2013). *4000 Yıllık Mirasın Kutsal İzleri: Trabzon*. Trabzon: İber Matbaacılık.

Law, C. (1996). *Tourism in Major Cities*. London: International Thomson Business Press.

Mengü, C. (2013). *Turizm Uygulama Sistemi: Gelişim -Sistemler - Uygulamalar*. İstanbul: Hiperlink.

Mor, C. (2006). Trabzon ilinin turizm coğrafyası. (*Yayımlanmış yüksek lisans tezi*) . İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometrictheory (2.baskı.)*. new york: McGraw-Hill.

- Olalı, H., & Timur, A.** (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Olçay, A., & Giritlioğlu, İ.** (2014). Gaziantep Bölgesinde Şehir Turizmine Hizmet Veren Otellerde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* , 1-22.
- Öksüz, M.** (2005). Kuruluşundan 19.Yüzyıla Kadar Trabzon Tarihine Kısa Bir Bakış. *Karadeniz Araştırmaları* , 11-25.
- Önal, İ.** (2020). Uluslararası Turizm Hareketlerinin, Uluslararası Ticaretin Bir Parçası Olarak Ülkelerin Ekonomik Gelişimi ve Refahına Etkisi :2003-2020 Yılları Arasında Türkiye Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 369-383.
- Öncü, H., Katırcı, H., & Yüce, A.** (2020). Marka Şehir Algısı ve Rekreasyon İlişkisi: Eskişehir İli Örneği. *GSI Journals Serie B: Advancements In Business And Economics* , 85-98.
- Özden, A. T., & Bulut, Y.** (2019). Şehir Markası Oluşturma Süreci ve Bir Marka Şehir Olarak Samsun'un İncelenmesi. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* , 1-22.
- Özgen, D.** (2010). Turizmde Bölgesel Tanıtma ve Bursa İli Açısından Önemi. (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*) . Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliğive Otelcilik Anabilim Dalı.
- Özgüç, N.** (1984). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Özgüç, N.** (2007). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özgüç, N.** (2015). *Turizm coğrafyası özellikler ve bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özkul, E., & Demirer, D.** (2012). Şehirlerin Turistik Markalaşmasında Kalkınma Ajanslarının Rolü, Bölge Planları Üzerine Bir Doküman İncelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi* , 157-181.
- Öztürk, Ş.** (2019). Trabzon Merkez ve İlçelerindeki Önemli Tarihi Yapılar Kitabı Değerlendirmesi. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* , 623-626.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G.** (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. New York: CABI Pub.

Sağlam, D. (2019). Trabzon İlinde Kültür Turizmi ve Turizm Planlamasına Etkisi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı.

Sağlam, D. (2019). Trabzon İlinde Kültür Turizmi ve Turizm Planlamasına Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) . Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Sandal, E. K. (2019). Nicel Araştırmalarda Güvenilirlik-Geçerlilik ve Etik. *Beşeri Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikler* (s. 444). içinde Pegem Akademi.

Sarı Çallı, D. (2015). Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyehat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi* .

Sedefoğlu, M., & Kireççi, A. N. (2020). Şehir Marka Bileşenlerinin incelenmesi: Dilovası İçin Bir Uygulama. *Kilad* , 30-64.

Songur, F. (2017). Şehir Tarihi ve Turizm: Bursa Örneği. *U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 99-124.

Şan, M. K., Hira, İ., & Saraçoğlu, A. D. (2017). Kentlerin Yeni Tüketim Mabetleri: Alışveriş Merkezleri. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi* , 149-169.

Şarkaya İçellioğlu, C. (2014). Kent Turizmi ve Maka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 37-55.

Şen, M. A. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Trabzon Mutfağına Özgü Bir Ürün "Kuymak ". *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* , 251-268.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık.

Şevket, Ş. (2001). *Trabzon Tarihi*. Trabzon.

T.C.Trabzon Valiliği. (2016). *Trabzon*. Trabzon Valiliği.

Tanrısever, C. (2016). Diaspora Turizmi:Türkiye-Azerbaycan Örneği. *Journal Of Tourism And Research* , 56-64.

TDK. (2021). ekim 1, 2021 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

Trabzon Büyükşehir Belediyesi. (2021). ekim 2021 tarihinde <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4223> adresinden alındı

Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. Haziran 1, 2022 tarihinde T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-268086/bakanlik-turizm-isletme-belgeli-restaurant-ve-lokantala-.html> adresinden alındı

Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. Haziran 1, 2022 tarihinde T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-164500/bakanligimizdan-turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisli-.html> adresinden alındı

Trabzon İl Raporu (2013). Giresun: T.C. Kalkınma Bakanlığı Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı.

Tunçer, M. (2013). Mardin'in Korunması ve UNESCO Dünya Miras Listesi'ne Girmesi. *İdealkent* , 94-113.

Turizm ve Otelcilik Portalı. (2021). 10 2, 2021 tarihinde <http://www.goktepe.net/turizm-nedirturist-kimdiragirlama-endustrisi-nedemektir.html#more-2818> adresinden alındı

TÜİK. Haziran 2, 2022 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <https://data.tuik.gov.tr/> adresinden alındı

Türkan, O. (2013). Beypazarı İlçesinin Turizm Potansiyeli ve Turizm Faaliyetlerine Yönelik Öneriler. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi* , 12-25.

Uca Özer, S. (2010). Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*) . Eskişehir.

Uca, S. (2019). *Şehir Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ulusan, Y., & Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 223-260.

UNWTO . Haziran 1, 2022 tarihinde Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü: <https://www.unwto.org/> adresinden alındı

Ural, A., & Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.

URL-1. ekim 2021 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4223> adresinden alındı

URL-2. Haziran 1, 2022 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı

URL-3. 4 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4222> adresinden alındı

URL-4. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4226> adresinden alındı

URL-5. Nisan 24, 2022 tarihinde <https://trabzonsehirmuzesi.business.site/> adresinden alındı

URL-6. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4229> adresinden alındı

URL-7. Nisan 24, 2022 tarihinde <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57674/muze-ve-orenyerleri.html> adresinden alındı

URL-8. Nisan 24, 2022 tarihinde <https://karadeniz.gov.tr/kanuni-evi/> adresinden alındı

URL-9. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4233> adresinden alındı

URL-10. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4243> adresinden alındı

URL-11. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4234> adresinden alındı

URL-12. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4235> adresinden alındı

URL-13. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4237> adresinden alındı

URL-14. Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4238> adresinden alındı

- URL-15.** Nisan 24, 2022 tarihinde Karadeniz Kültür Envanteri:
<https://karadeniz.gov.tr/erdogdu-camii/> adresinden alındı
- URL-16.** Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4240> adresinden alındı
- URL-17.** Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4241> adresinden alındı
- URL-18.** Nisan 24, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4245> adresinden alındı
- URL-19.** Nisan 25, 2022 tarihinde Türkiye Kültür Portalı:
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/trabzon/gezilecekyer/vakifhan> adresinden alındı
- URL-20.** Nisan 25, 2022 tarihinde Türkiye Kültür Portalı:
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/trabzon/gezilecekyer/alaca-han> adresinden alındı
- URL-21.** Nisan 25, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4247> adresinden alındı
- URL-22.** Nisan 25, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4367> adresinden alındı
- URL-23.** Nisan 25, 2022 tarihinde Karadeniz Kültür Envanteri:
<http://karadeniz.gov.tr/trabzon-kalesi/> adresinden alındı
- URL-24.** Nisan 25, 2022 tarihinde Karadeniz Kültür Envanteri:
<https://karadeniz.gov.tr/zagnos-burcu/> adresinden alındı
- URL-25.** Nisan 25, 2022 tarihinde Türkiye Kültür Portalı:
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/trabzon/gezilecekyer/akcakale> adresinden alındı
- URL-26.** Nisan 25, 2022 tarihinde Türkiye Kültür Portalı:
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/trabzon/gezilecekyer/trabzon-cephanelik> adresinden alındı
- URL-27.** Nisan 25, 2022 tarihinde Trabzon Büyükşehir Belediyesi:
<https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4256> adresinden alındı

URL-28. Nisan 25, 2022 tarihinde T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı: <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=TRK01&DistId=MRK> adresinden alındı

URL-29. Nisan 26, 2022 tarihinde Haber Kaos: <http://www.haberkaos.com/trabzon-st-john-kaledibi-kilisesi/> adresinden alındı

URL-30. Nisan 25, 2022 tarihinde Türkiye Kùltür Portalı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/trabzon/gezilecekyer/meryem-ana-sumela-manastiri> adresinden alındı

URL-31. Nisan 26, 2022 tarihinde Trabzon Bùyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4259> adresinden alındı

URL-32. Nisan 27, 2022 tarihinde Tarihi Yapılar: <https://tarihiyapi.net/kaymakli-manastiri-tarihi/> adresinden alındı

URL-33. Nisan 27, 2022 tarihinde Trabzon Bùyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4261> adresinden alındı

URL-34. Nisan 27, 2022 tarihinde Sosyolojisi.com: <http://sosyolojisi.com/kizlar-manastiri-panagia-theoskepastos-tarihi-eserler/9483.html> adresinden alındı

URL-35. Nisan 27, 2022 tarihinde The Trabzon Guide: <http://www.thetrabzonguide.com/tr/destinations/gulbahar-hatun-camii-ve-turbesi/> adresinden alındı

URL-36. Nisan 27, 2022 tarihinde Trabzon Bùyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4271> adresinden alındı

URL-37. Nisan 27, 2022 tarihinde Trabzon Bùyükşehir Belediyesi: <https://www.trabzon.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=4366> adresinden alındı

URL-38. Haziran 1, 2022 tarihinde Akçaabat Belediyesi: <https://www.akcaabat.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=12> adresinden alındı

URL-39. Nisan 30, 2022 tarihinde Forum Trabzon: <https://www.forumtrabzon.com/hakkimizda/> adresinden alındı

URL-40. Nisan 29, 2022 tarihinde Alışveriş Rehberi: http://www.alisverisrehberi.com/avm/varlibas_atapark_alisveris_merkezi.139.html#:~:text=V

arlı% C4% B1ba% C5% 9F% 20Atapark% 20Al% C4% B1% C5% 9Fveri% C5% 9F% 20Merkezi% 20Hakk% C4% B1nda&text=650% 20ara% C3% A7% 20kapasiteli% 20a% C3% A7% C4% B1k% 20Dkapa% C4% B1,Magic% 20World% 20e% C4 adresinden alındı

Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing The Push and Pull Factors. *Annals of Tourism Research* , 844-846.

Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar "Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm ". *Doğu Coğrafya Dergisi* , 13-28.

Yasak, Ü., & Özdemir, H. M. (2019). Şehirsiz Turizm Kaynakları Açısından Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivalinin Değerlendirilmesi. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics* , 1581-1601.

Yılmaz, A. (2010). Beşeri Kaynaklar ve Turizm Türleri. *Turizm Coğrafyası* (s. 52-76). içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yılmaz, A., & Şahin, K. (2009). Samsun ve Yakın Çevresinde Turizm ve Turist Algılaması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 345-358.

Yılmaz, B. (2020). Trabzon Geleneksel Mutfağında Tatlılar ve Çekme Helva. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* , 59-68.



EKLER

EK-1

ZİYARETÇİ ANKET FORMU

KENTSEL TURİZM ÇEKİCİLİKLERİNİN BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİNİN ANALİZİ: TRABZON ŞEHİRİ ÖRNEĞİ

AÇIKLAMA

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, tezli yüksek lisans programı çerçevesinde yürütülen “Kentsel Turizm Çekiciliklerinin Belirleyici Faktörlerinin Analizi: Trabzon Şehri Örneği” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasına veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Veriler yalnızca bilimsel araştırmalarda kullanılacaktır. Ankete katılım tamamen isteğe bağlıdır. Araştırmanın amacına ulaşması için sorulara içtenlikle cevap veriniz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Merve MERT

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

1.BÖLÜM:DEMOGRAFİK BİLGİLER
1. Cinsiyetiniz? <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
2. Yaşınız? <input type="checkbox"/> 18-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> 61-70 <input type="checkbox"/> ≥71
3. Medeni Durum? <input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli
4. Eğitim Durumu? <input type="checkbox"/> Okur-yazar değil <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Diğer.....
5. Mesleğiniz? <input type="checkbox"/> Kamuda çalışan <input type="checkbox"/> Özel sektörde çalışan <input type="checkbox"/> Öğrenci <input type="checkbox"/> Ev hanımı <input type="checkbox"/> İşsiz <input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> Diğer(Belirtiniz).....
6. Aylık Geliriniz? <input type="checkbox"/> 1000-2000 TL <input type="checkbox"/> 2001-5000 TL <input type="checkbox"/> 5001-8000 TL <input type="checkbox"/> 8001-12.000 TL <input type="checkbox"/> 12.000 TL+

2.BÖLÜM: TURİSTLERİN SEYAHAT ALIŞKANLIKLARI
1. Trabzon' u ziyaret için hangi ilden geliyorsunuz?.....
2. Daha önce Trabzon'u ziyaret ettiniz mi? (Cevabınız Hayır ise 5. Sorudan devam ediniz) <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
3. Evet ise kaç defa ziyaret ettiniz? defa
4. Trabzon'u hangi sıklıkla ziyaret etmektesiniz? <input type="checkbox"/> İlk kez <input type="checkbox"/> Yılda iki kez <input type="checkbox"/> Yılda 2-3 kez <input type="checkbox"/> Yılda 4 kez ve üzeri <input type="checkbox"/> Birkaç yılda bir
5. Trabzon'u tekrar ziyaret etmek ister misiniz? <input type="checkbox"/>Evet <input type="checkbox"/>Hayır
6. Trabzon'u ziyaret etmenizdeki en önemli sebebiniz nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) <input type="checkbox"/> Gezi-eğlence <input type="checkbox"/> Tarihi dokular <input type="checkbox"/> Akraba ziyareti <input type="checkbox"/> Alışveriş <input type="checkbox"/> Sportif aktiviteler <input type="checkbox"/> İş <input type="checkbox"/> Sağlık <input type="checkbox"/> Eğitim <input type="checkbox"/> Kongre-seminer <input type="checkbox"/> Din <input type="checkbox"/> Doğal güzellikler
7. Bu ve önceki ziyaretlerinizdeTrabzon şehrinde ziyaret ettiğiniz ve etmeyi planladığınız yerler neresidir ?<input type="checkbox"/>Müzeler<input type="checkbox"/>Tarihi mekanlar<input type="checkbox"/>Camiler/Kiliseler <input type="checkbox"/>Geleneksel festivaller<input type="checkbox"/>Sağlık merkezleri<input type="checkbox"/>Spor etkinlikleri <input type="checkbox"/>Tiyatrolar <input type="checkbox"/>Sanat galerileri/sergiler<input type="checkbox"/>Fuarlar <input type="checkbox"/>Dans, folklor etkinlikleri<input type="checkbox"/>Diğer.....
8. Trabzon'u ziyaret etmesi için çevrenize tavsiye ettiniz mi? /eder misiniz? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
9. Trabzon ile ilgili herhangi olumsuz bir düşünceniz var mı?/oluştı mu? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
10. Trabzon'a gelirken hangi ulaşım biçimini kullandınız? <input type="checkbox"/> Kendi aracım <input type="checkbox"/> Uçak <input type="checkbox"/> Otobüs <input type="checkbox"/> Diğer
11. Trabzon'a kiminle birlikte geldiniz? <input type="checkbox"/>Aile <input type="checkbox"/>Akraba <input type="checkbox"/>Arkadaş <input type="checkbox"/>Diğer
12. Trabzon'da konaklayacak mısınız? <input type="checkbox"/>Evet <input type="checkbox"/>Hayır (Cevabınız Hayır ise 14. Soruya geçiniz).
13. Kaç gün kalmayı planlıyorsunuz? <input type="checkbox"/> 1 gün <input type="checkbox"/> 2-4 gün <input type="checkbox"/> 4-7 gün <input type="checkbox"/> 1-2 hafta <input type="checkbox"/> 2 haftadan fazla
14. Bu geziyi planlarken hangi kaynaklardan yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) <input type="checkbox"/>Tv<input type="checkbox"/>Radyo<input type="checkbox"/>Gazete <input type="checkbox"/>Gezi dergileri <input type="checkbox"/>Gezi broşürleri <input type="checkbox"/>İnternet <input type="checkbox"/>Seyahat acenteleri <input type="checkbox"/>Aile/Arkadaş/Bölgeyi gezen kişiler

3. BÖLÜM: TRABZON ŞEHRİNDE TURİZM ÇEKİCİLİKLERİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

Lütfen Trabzon şehrini aşağıdaki çekicilik kriterleri bakımından değerlendiriniz.

ÇEKİCİLİKLER	1 (Çok Kötü)	2 (Kötü)	3 (Orta)	4 (İyi)	5 (Çok İyi)
Şehirdeki kurs vb. eğitim olanakları	1	2	3	4	5
Şehirdeki iş olanakları, yatırımlar	1	2	3	4	5
Fuarlar, kongreler ve sergiler	1	2	3	4	5
Mağazalar, ticari hizmetler	1	2	3	4	5
Cafe ve restoranlar	1	2	3	4	5
Gece yaşamı, eğlence olanakları	1	2	3	4	5
Yöresel el sanatları ve ürünler	1	2	3	4	5
Yöresel yiyecek, giyim vs. satan pazar ve çarşılar gibi alışveriş olanakları	1	2	3	4	5
Alışveriş merkezleri, alışveriş olanakları	1	2	3	4	5
Cami ve türbeler, İslamiyetler ilgili dini uygulamalar	1	2	3	4	5
Kilise ve katedraller, Hristiyanlıkla ilgili dini ritüeller	1	2	3	4	5
Tiyatrolar, konserler	1	2	3	4	5
Festivaller vb. etkinlikler	1	2	3	4	5
Futbol vb. gibi spor etkinlikleri	1	2	3	4	5
Turlar	1	2	3	4	5
Sempozyum, konferans vb. bilimsel etkinlikler	1	2	3	4	5
Yerel halkın yaşam biçimi, etnik- dilsel- kültürel özellikleri	1	2	3	4	5
Kamu hizmetleri (hastane vb. sağlıkla ilgili olanaklar)	1	2	3	4	5
Estetik ve güzellik merkezleri vb. çekicilikler	1	2	3	4	5
Medikal çekicilikler	1	2	3	4	5
Yöresel yiyecek içecek festivalleri	1	2	3	4	5
Ünlü restoranlar, yeme içme olanakları	1	2	3	4	5
Geleneksel yiyeceklerin sunulduğu restoranlar	1	2	3	4	5
Kent içerisindeki geleneksel mimari yapı ve tarihi evleri	1	2	3	4	5
Müzeler ve sanat galerileri	1	2	3	4	5
Konaklama tesisleri ve olanaklar	1	2	3	4	5
Tarihte yaşamış ünlü insanlar ve tarihi olaylar	1	2	3	4	5
Anıtlar ve tarihi yerler	1	2	3	4	5
Sinema ve tiyatrolar	1	2	3	4	5
Geleneksel el sanatları	1	2	3	4	5
Kentsel mimari (modern binalar, parklar, bahçeler vb.)	1	2	3	4	5
Yaya dostu yerler (yayaların rahatça dolaşip aktivite, alışveriş vb. yapabilecekleri mekanların olması)	1	2	3	4	5
Kamusal alanlar, parklar, bahçeler	1	2	3	4	5

Temizlik	1	2	3	4	5
Şehirdeki güvenlik düzeyi	1	2	3	4	5
Genel fiyat seviyesi	1	2	3	4	5
Turistik işaret ve yönlendirmeler	1	2	3	4	5
Ulaşım hizmetleri	1	2	3	4	5
Kentsel atmosfer	1	2	3	4	5

4. MEMNUNİYET DÜZEYİ

4.1. Trabzon seyahatinizden memnun kaldınız mı?

(1) Hiç memnun kalmadım	(2) Memnun kalmadım	(3) Ne memnun kaldım, ne memnun kalmadım	(4) Memnun Kaldım	(5) Çok memnun kaldım
-------------------------	---------------------	--	-------------------	-----------------------

4.2. Trabzon'un arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?

Evet Hayır

4.3. Trabzon'un gelecekte tekrar ziyaret etmeyi düşünür müsünüz?

Evet Hayır

4.4. Trabzon' şehrinde turizm faaliyetlerine ve çekiciliklerine ilişkin önerileriniz nelerdir?

.....

EK-2

FAKTÖR ANALİZİ SONUCUNDA DEĞERLENDİRME DIŞINDA TUTULAN MADDELER

Kentsel turizm çekicilikleri ölçeğinde yapılan faktör analizi sonucunda 0.40'ın altında faktör yüküne sahip olduğu için, yirmi ifade değerlendirme dışında tutulmuştur. Çalışmada metnin akışında fazla yer tutması dolayısıyla burada verilmektedir. Bu maddeler şu şekildedir.

- Şehirdeki kurs vb. eğitim olanakları
- Şehirdeki iş olanakları, yatırımlar
- Fuarlar, kongreler ve sergiler
- Mağazalar, ticari hizmetler
- Yöresel el sanatları ve ürünler
- Cami ve türbeler, İslamiyetle ilgili dini uygulamalar
- Kilise ve katedraller, Hristiyanlıkla ilgili dini ritüeller
- Tiyatrolar, konserler
- Futbol vb. gibi spor etkinlikleri
- Sempozyum, konferans vb. bilimsel etkinlikler
- Yerel halkın yaşam biçimi, etnik-dilsel-kültürel özellikler
- Kamu hizmetleri(hastane vb. sağlıkla ilgili olanaklar)
- Estetik ve güzellik merkezleri vb. çekicilikler
- Medikal çekicilikler
- Konaklama tesisleri ve olanakları
- Sinema ve tiyatrolar
- Temizlik
- Turistik işaret ve yönlendirmeler
- Ulaşım hizmetleri
- Kentsel atmosfer