

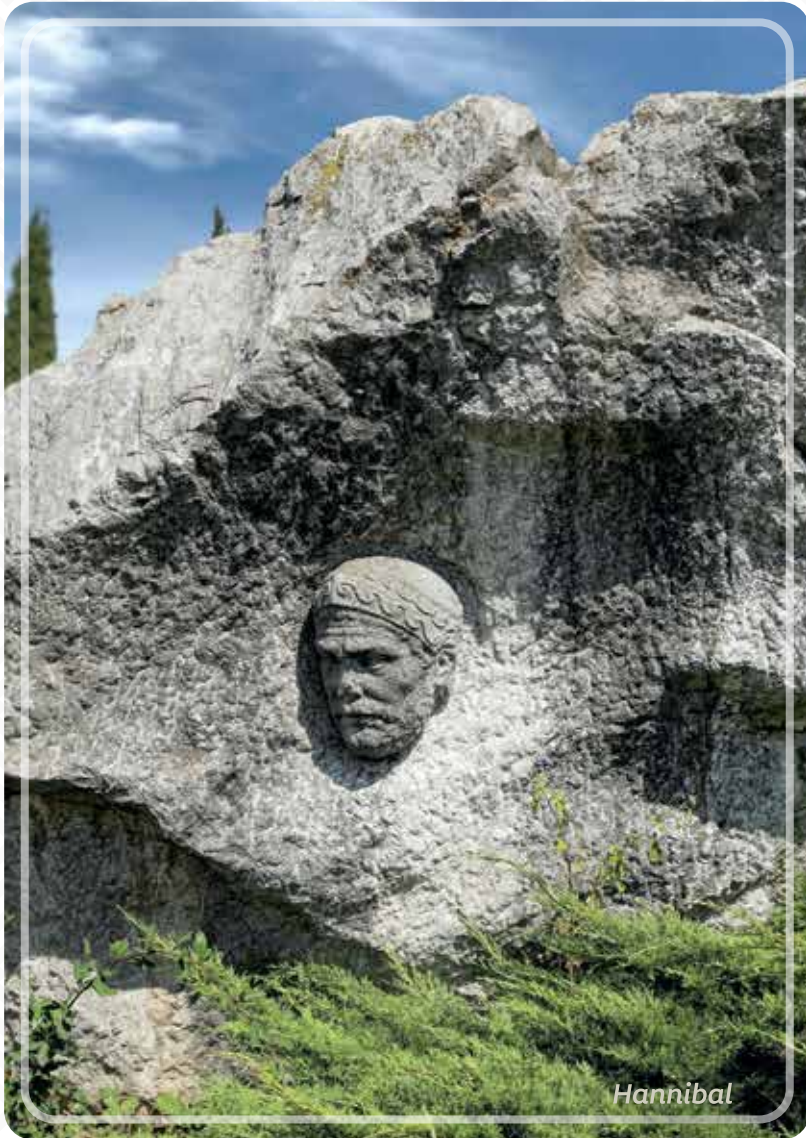
— ŞÛRA —

AKADEMİ

KENT ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

SAYI:1 | 2022 | ISSN: 2791-8424

Turizm



Hannibal

ŞURA
KENT POLİTİKALARI
VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ

ŞURA AKADEMİ

Kent Araştırmaları Dergisi

Uluslararası Süreli Yayın

ISSN: 2791-8424

Yıl: 2022 Sayı:1

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Adına İmtiyaz Sahibi

Doç. Dr. Tahir BÜYÜKAKIN

Genel Koordinatör

Balamir GÜNDOĞDU

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Ayhan VAROL

Yönetici Editör

Dr. Ali YEŞİLDAL

Düzenleme ve Editör Kurulu

Hasan YILMAZ

Menekşe SÖZEN

Dr. Burcu CİNER

Selahaddin Ensar KOMUT

Aysun SABUR

Sami TÜMÜÇ

Bilim ve Danışma Kurulu

Prof. Dr. Abdullah ÇAĞLAR, Kocaeli Üniversitesi	Prof. Dr. Oktay KOÇ, Sinop Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülkadir ŞENKAL, Kocaeli Üniversitesi	Prof. Dr. Sevil VELİ, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Elif KARAGÜN, Kocaeli Üniversitesi	Doç. Dr. Bilsen BİLGİLİ, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Elif Özlem AYDIN, Gebze Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. Doğa Başar SARIİPEK, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Ercüment ÇİFTÇİ, Kocaeli Üniversitesi	Doç. Dr. Levent ATALI, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk SELVİ, Sakarya Üniversitesi	Doç. Dr. Meral ELÇİ, Gebze Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ATEŞ, İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Doç. Dr. S.Haluk ÇİFTÇİ, Gebze Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet KÜÇÜKMEHMETOĞLU, Gebze Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. Zeynep Gamze MERT, Gebze Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ, Kocaeli Üniversitesi	Dr. Muhammed Ziya PAKÖZ, Gebze Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Nihal BEKTAŞ, Gebze Teknik Üniversitesi	Dr. Cemil ARSLAN, Marmara Belediyeler Birliği Genel Sekreteri
Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ, Yıldız Teknik Üniversitesi	Öğr. Gör. Ramazan AYBEY, Gebze Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuzhan URHAN, Kocaeli Üniversitesi	

Şura Akademi uluslararası hakemli dergidir, 4 ayda bir yayınlanır, ücretsizdir. Makalelerin hukuki ve bilimsel sorumluluğu yazarlarına aittir. Şura Akademi ve yazarın adı kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz. Dergiye gönderilen yazılar hakem onayından geçmiştir.

Kapak Fotoğrafı

I MEAN It

Kapak Tasarım

Enes Fehim OCAKLI

Tasarım

Graffiti

Adres

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Şura Kent Araştırmaları Merkezi, Kozluk Mahallesi, Mehmet Ali Kağıtçı Sokak, No: 71 İzmit / KOCAELİ

İletişim

0090 262 270 01 00 | bilgi@suraakademi.org.tr

Web

www.suraakademi.org.tr

İçindekiler / Contents

-
- 005** **Önsöz / Introduction**
Doç. Dr. Tahir BÜYÜKAKIN
-
- 007** **Sunuş / Foreword**
Düzenleme ve Editör Kurulu
-
- 010** **Kocaeli Turizm Master Planı Genel Bakış / Overview of Kocaeli Tourism Master Plan**
-
- 017** **Şehir Markalaması / City Branding**
Prof. Dr. Alpaslan YÜCE
-
- 025** **Nikomedia'nın Tarihi ve Kültürel Değerleri / Historical and Cultural Values of Nicomedia**
Prof.Dr. Ayşe ÇALIK ROSS
-
- 039** **Kocaeli Deniz Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma / A Qualitative Research for The Evaluation of Marine Tourism Potential of Kocaeli**
Doç. Dr. Tülay POLAT ÜZÜMCÜ
-
- 063** **Kocaeli'nin Doğa Temelli Turizmi / Nature-Based Tourism Of Kocaeli**
Prof. Dr. Gökalp N. SELÇUK
-
- 077** **Kocaeli'nin İş Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi / Evaluation of the Business Tourism Potential of Kocaeli**
Doç. Dr. Bilsen BİLGİLİ
-
- 091** **Kocaeli'nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir İnceleme / A Study on Kocaeli's Gastronomy Tourism Potential**
Dr. Öğretim Üyesi Nihan AKDEMİR
-
- 105** **Kocaeli İlinin Sağlık Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi / Determining the Health Tourism Potential Of Kocaeli Province**
Prof. Dr. Erkan SAĞLIK, Dr. Öğr. Üyesi Fatma HASTAOĞLU
-
- 115** **Doğası İle Mutlu Eden Şehir: Kocaeli / A City That Makes You Happy With its Nature: Kocaeli**
Dr. İsmet Cem KABA
-



Önsöz / Introduction

Kocaeli'nin turistik bir destinasyon olarak markalaşmasını sağlamak için yerleşmiş olan üretim kenti algısını ikame etmek üzerine kurgulanacak uzun soluklu bir planlama ve uygulama süreci gerekmektedir. Doğal gelişim süreci içinde yapılan yatırım ve işbirlikleriyle aslında turistik bir destinasyon niteliğine bürünmüş olan Kocaeli, bütünü itibarıyla bu durumunu yeterli şekilde yansıtamamaktadır. Bu ikilem bir potansiyeli ve bir zorluğu ortaya koymaktadır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde tüm kesimlerin katılımıyla kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmüştür.

Hazırlık süreci değerlerin analiz edilmesi, istatistiki verilerin yorumlanması, benzer özellik gösteren alt destinasyonların tespit edilmesi, geniş kitlelere yönelik algı ölçümleri yapılması, paydaşların değerlendirme ve önerilerinin alınması, turizm eğilimlerinin ve politikalarının iyi okunması, Kocaeli tarihinin araştırılması, rakiplerle ve benzerlerle kıyaslama yapılması süreçlerini kapsayan uzun soluklu bir süreç olmuştur.

Farklı yöntemlerle ve farklı çalışmalarda elde edilen tespitlerden yola çıkarak Kocaeli turizm vizyonunu, bu vizyona yönelik hedeflerini, bu hedeflere ulaşmak için benimsenecek stratejileri ve bu stratejileri gerçekleştirmek için uygulanacak eylemleri içeren "Kocaeli Turizm Master Planı Strateji Dökümanı" oluşturulmuştur.

Markalaşma ve tanıtım stratejileri "Gözlerinize İnanacaksınız" marka çerçevesi altında yapılacakları, yurtiçi ve yurtdışına yönelik odaklanmış tanıtım faaliyetlerini içermektedir.

Tüm bu çalışmalar ışığında ve ortak akıl çerçevesinde yolumuzun daha da aydınlanabilmesi için Kocaeli'nin turizmi üzerine akademik çalışmaların yer aldığı Şura Akademi kent araştırmaları dergisinin ilk sayısını çalışmacıların ve okurların ilgisine sunuyoruz.

In order to ensure the branding of Kocaeli as a touristic destination, a long-term planning and implementation process is required to replace the established perception of the production city.

Kocaeli, which has become a touristic destination with the investments and collaborations made in the natural development process, can not adequately reflect this situation as a whole. This dilemma presents a potential and a challenge.

Under the leadership of Kocaeli Metropolitan Municipality, a comprehensive preparation process was carried out with participation of all stakeholders from all segments.

The preparation process is a long-term procedure which includes value analysis, interpreting statistical data, identifying sub-destinations with similar characteristics, measuring perception dynamics for large audiences, receiving evaluations and suggestions from stakeholders, reading tourism trends and policies well, researching the history of Kocaeli, making comparisons with its counterparts.

Based on the findings obtained by different methods and studies, the "Kocaeli Tourism Master Plan Strategy Document" was established, which includes the vision, the goals, the strategies and the actions to be taken for accomplishing these strategies.

Branding and promotion strategies include domestic and foreign promotion activities to be carried out under the brand framework of "You Will Believe Your Eyes"

In consideration of all these studies and shared wisdom here we present the first issue of Journal of Şura Akademi which includes academic studies on Kocaeli's tourism.

Doç. Dr. Tahir BÜYÜKAKIN

Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı
Mayor of Kocaeli Metropolitan Municipality



Sunuş / Foreword

Şura Akademi kent araştırmaları dergisinin ilk sayısından merhaba... ŞURA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi'nin bir yayın organı olan dergi, kent ve kente dair akademik çalışmaların yer aldığı uluslararası hakemli bir dergi olarak yayım hayatına başlıyor.

Şura Akademi dergisinin ilk sayısı turizm dosya konusu ile çıkıyor. Çalıştaylar, forumlar, odak grup toplantılarıyla istişareyi düstur edinen ve ortak akılla kendi sorunlarına çözüm üreten, kent üzerine birtakım araştırmalar, incelemeler ve değerlendirmeler barındırıyor. Derginin ilk sayısı kentin tarihi ve kültürü, doğa turizmi, şehir markalaşması, sağlık turizmi, iş turizmi, deniz turizmi, gastronomi üzerine içerikler barındıran makalelerden oluşuyor.

Prof.Dr.Ayşe Çalık Ross'un makalesinde İzmit'in tarihsel ve kültürel zenginlik ve potansiyeline değinen kapsamlı bir çalışma yer alıyor. Makalesinde Ross, kültürel varlıkları, şahsiyet ve olayları, kent hakkında yapılan bilimsel çalışmalar, arkeolojik yüzey araştırmaları verileri ile desteklediği bir değerlendirmede bulunuyor. Bir diğer makalede Prof. Dr. Gökalp Selçuk, kentleşmenin ve kent yaşamının getirdiği yükleri ifade ederken bu yükleri hafifletebilmenin yolu olarak doğa temelli turizm anlayışı üzerine bir değerlendirmede bulunuyor. Doç. Dr. Tülay Polat Üzümcü, kentin deniz turizmi ve deniz turizmi türlerinin geliştirilmesine yönelik sürdürülebilir turizm ekseninde öneriler getiriyor. Prof. Dr. Erkan Sağlık ve Dr. Fatma Hastaoğlu makalelerinde Kocaeli'nin sağlık turizm potansiyelini değerlendiriyor. Doç. Dr. Bilsen Bilgili, iş turizmi alanına yönelik yapılmış araştırmalar açısından ele alınmış, iş turizmi amaçlı ziyaretçilerin kentin diğer turizm çeşitlerine yönlendirilebilmesi, daha etkin ve verimli ziyaretçiler olarak değerlendirilebilmesine yönelik çeşitli strateji önerileri sunuyor. Prof. Dr. Alpaslan Yüce, şehir markasının inşa edilmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesi için şehir markası bileşenlerinin (şehir marka kimliği, şehir marka imajı ve şehir marka konumlandırma) de etkin olarak yönetilmesi gerekliliğini vurguluyor. Dr. Nihan Akdemir, yöreye özgü yiyeceklerin yöredeki ürünler kullanılarak yapılması ve benzersiz olması turizm sektöründe ön plana çıktığını ifade ettiği makalesinde gastronomi, özgünlük arayışında olan tüketiciler için niş bir pazar sunması ve turistlere kültürel deneyim sağlaması açısından önem arz ediyor. Farklılaşan turist ihtiyaç ve isteklerine cevap verirken tanıtım ve markalaşma stratejilerinde özgünlüğü ve yerel kimliği vurguluyor. Dr. Cem Kaba, Kocaeli'nin mevcut konumu ve doğal zenginliğine atıfta bulunarak, bu potansiyelin ve çeşitliliğin ön plana çıkarılması gerekliliğine değiniyor.

Turizm dosya konulu hazırlanan Şura Akademisinin ilk sayısının, literatüre ve akademik camianın üretkenliğine bir katkıda bulunmuş olmasını temenni eder, yeni ufuklar açmasını dileriz. Bir sonraki sayıda görüşmek üzere...

Hello from the first issue of Şura Akademi Journal...

This journal is a publication of ŞURA Urban Policy Planning and Research Center. The journal begins its publication life as an international peer-reviewed journal on urban studies.

The first issue of Şura Akademi Journal is focused on Tourism. Academic researches, reviews and evaluations, which adopts consultation as its motto to solve problems with shared wisdom through workshops, forums and focus group meetings formed the contents of the journal. Articles such as city branding, historical background and culture, nature tourism, health tourism, business tourism, marine tourism and gastronomy tourism were covered in this issue.

The first article is a comprehensive study on historical and cultural richness of İzmit by Prof. Dr. Ayşe Çalık Ross. Dr. Ross presents evaluations of cultural assets, historical figures and events, which are supported with scientific studies and archaeological survey data. In another article, Prof. Dr. Gökalp Selçuk expresses the burdens of urbanization and urban life while making an assessment on nature-based tourism approach as a way to alleviate these burdens. Assoc. Dr. Tülay Polat Üzümcü brings new suggestions on further development of marine tourism types and a new approach on sustainable marine tourism for the city. Prof. Dr. Erkan Sağlık and Dr. Fatma Hastaoğlu evaluates Kocaeli's health tourism potential in their article. Dr. Bilsen Bilgili presents various strategic suggestions for business tourism along with ways to direct these visitors to other types of tourism in the city for an overall more effective and productive tourism. Prof. Dr. Alpaslan Yüce emphasizes the necessity of managing city brand components (city brand identity, city brand image and city brand positioning) in order to build and effectively manage the city brand. Dr. Nihan Akdemir, stated that local foods produced with local products are unique and important in tourism sector in terms of offering a niche market for consumers who are looking for authenticity and cultural experience. In addition to responding various tourist needs and wishes, the article emphasizes the importance of originality and local identity for promotion and branding strategies. Dr. Cem Kaba, highlights Kocaeli's locational advantage, natural wealth and the necessity of bringing this diversity and the potential to the stage.

We hope that Şura Akademi Journal will contribute valuable information to the literature and academic community to open new horizons...

Düzenleme ve Editör Kurulu
Editorial Board

📍 Kayalıklar, Kerpe, Kandıra



#gözlerinizeinanacaksınız



Gözlerinize
İnanacaksınız!

KOCAELİ

Doğal güzellikleri, plajları, yaylaları, Kartepe kayak merkezi ve tarihi eserlerinin yanında Karadeniz ve Marmara Denizi'ne olan kıyıları ile Kocaeli İli turizm açısından 'Gizli Kalmış Cevher'dir.

Kocaeli Turizm Master Planı

Genel Bakış

Kocaeli; Antik dönem, Roma dönemi, Osmanlı dönemi ve Milli Mücadele dönemi bakımından zengin bir tarihe sahiptir. Bununla birlikte, güncel kültür unsurları bakımından da önemli bir birikimi vardır. Kocaeli'nin turizme konu olan ve olabilecek değerleri incelendiğinde çok sayıda kültür varlığına sahip olmasına rağmen bilinirliğinin yeterli seviyede olmadığı ve turizme yönelik değerlendirmelerde geri planda kaldığı görülmektedir. Doğal değerlerin durumu incelendiğinde çok az sayıda destinasyonun işaret edildiği ve turizmde öne çıkarılmadığı belirlenmiştir. Yöresel ürünler de dahil büyük bir zenginliğe ve çeşitliliğe sahip olan Kocaeli'nin tüm bu değerlerini bir çatı altında toplayacak bütüncül bir entegrasyon planının zayıf kaldığı tespit edilmiştir.

Kocaeli'ye ilişkin turizm göstergeleri incelendiğinde genel olarak 2010 yılı ve sonrasında bir atılım yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu durum ivmeli şekilde 2016-2017 dönemine kadar devam etmiş olmakla birlikte bu dönemi izleyen süreçte ciddi bir durağanlaşma yaşanmıştır. Kocaeli Turizm Master Planı çalışmasının bu dönemde ele alınmış olması ve marka kimliği sürecinin birlikte kurgulanması ayrıca anlamlı olmuştur. Bu çalışmayla Kocaeli Turizm Master Planına ve marka kimliğine yönelik bilgiler edinilmesi amaçlanmıştır. Kocaeli'nin turistik bir destinasyon olarak yerel halk ile yerli ve yabancı turistler nezdindeki durumunun analizi için kapsamlı ve sistemli bir saha çalışması süreci gerçekleştirilmiştir. Çalışma; kişilik özelliklerine ve demografik niteliklerine göre potansiyel ve mevcut turistlerin genelinde ve özeldir Kocaeli için tercihlerini ortaya koymuştur. Bu tercihlerin Kocaeli deneyimleri doğrultusunda yorumlanması gerçekleştirilmiş ve esneklik durumları değerlendirilmiştir. Kocaeli'ye gelenlerin deneyimleri soyut ve somut şekillerde değerlendirilmiş ve gelmemiş olanların düşünceleri ile kıyaslanmıştır. İstatistikleri kullanarak zaman serilerine göre eğilim analizleri, mevsimsel değişimler, Türkiye geneline ve Kocaeli alt destinasyonlarının birbirlerine göre durumlarını ölçmek üzere yığınlaşma hesapları bu çerçevede kullanılmıştır. Turizm istatistikleri arasında konaklama (tesis geliş ve geceleme), turizm istihdamı, girişimleri ve yatırımları, turizm değer zincirindeki diğer unsurlara ait göstergeler bu kapsamda değerlendirilmiştir. Göstergeler turist sayısında artış sağlanmasının ildeki turizm ekonomisi açısından kritik olduğunu göstermektedir. Turizm istatistikleri durumu ölçme açısından belirli alanlarda eksik kalmaktadır. Bunda günübirlik ziyaretçiler başı çekmektedir. İstanbul gibi nüfusun kalabalık olduğu bir yere yakın olmak bu durumun etkisini daha da artırmaktadır. Tabiat parkları gibi doğal çekiciliklere olan ziyaretlerin ve Kandıra sahilleri gibi deniz destinasyonlarına yapılan gidişlerin fazlalığının konaklama istatistikleri ile örtüşmemesi bu durumu kanıtlamaktadır.

Günübirlik ziyaretlerin turizm ekonomisindeki payının ölçülmesi için çeşitli yöntemler mümkün olmakla birlikte bunların sistematize edilmesi önemli avantajlar sağlayacaktır. Turizm istatistiklerinde görülen en temel hususlar arasında Kocaeli'nin dış pazar çeşitliliğinin oldukça yüksek olduğu ve turizmin yıl geneline yayıldığı yer almaktadır. Bu iki husus turistik açıdan önemli bir avantaj niteliğindedir. İstatistiklerde görüldüğü şekliyle; Kocaeli doğa turizmi kimliği ile turizmde öne çıkmaktadır. Deniz turizmi, sağlık turizmi (medikal ve termal), iş, fuar ve kongre turizmi başta olmak üzere alternatif turizm türlerinden de ciddi pay alan Kocaeli'nin kültür turizmi alanındaki büyük potansiyeline rağmen yeterince gelişmemiş olduğu görülmektedir. Spor turizmi konusunda çok sayıda aktivitenin yapıldığı Kocaeli'de bu alandaki ölçülebilir istatistiklerin yetersizliğinden dolayı net bir çıkarım yapılması mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla, bu alanda veri toplanmasının önemi ve gerekliliği açığa çıkmıştır. Turizm verileri analizi çalışması ile ortaya çıkan tespitlerin paydaş değerlendirmeleri ile sağlamalarının yapılması ve detaylı şekilde nedenselliklerinin ortaya konması önemli olacaktır. Kocaeli'nin belirli durumlar haricinde her yaşta, her sosyoekonomik düzeyden, dünyadan ve ülkenin farklı noktalarından turist çekme potansiyelini barındırdığı söylenebilir. Doğru turist segmentlerinin doğru alt destinasyonlar, doğru turizm türleri ve aktiviteleriyle buluşturulması bu potansiyelin etkinleştirilmesinde önemli rol oynayacaktır.

Turizm Master Planı yolculuğunda Paydaş değerlendirmeleri farklı alanlarda bilgi ve deneyimi olan kesimlerin birikimlerinden sistematik şekilde yararlanmak için önemli bir aşama olmuştur. Değerler analizi, turizm verileri analizi ve algı araştırmasında çıkan sonuçlar paydaş değerlendirmeleri ile yorumlanmış, sağlaması yapılmış ve detaylandırılmıştır. Kocaeli'de turizm alanında faaliyet gösteren paydaşlar ve ilin yöneticileri Kocaeli'nin turizm alanında potansiyelinin yüksekliği ve sanayi kenti algısının değiştirilmesi konusunda büyük oranda mutabakat göstermektedir. Turistik değerlerden daha verimli şekilde yararlanmak üzerine çok sayıda fikir ortaya atılmış, bu fikirler raporda uygun başlıklar altında bir araya getirilmiştir. Bununla birlikte birbirinin aksi yönde verilen görüşler de değerlendirme olarak raporlanmış ve ilgili yerlerde açıklanmıştır. Paydaşlar tarafından "Kocaeli Turizm Master Planı" sürecine yönelik güçlü bir beklenti olduğu görülmektedir. Bu durum planın benimsenmesi ve daha etkili uygulanması açısından önemlidir. Paydaş değerlendirmeleri süreci turizm ve marka kimliği konusunda ortak hareket etme kültürünün yüksek olduğunu da ortaya koymuştur. Paydaşlar, Kocaeli'nin çok sayıda turizm türünde gelişim gösterebileceğini ve çok sayıda pazara hitap edebileceğinin

mümkün olduğunu ifade etmektedir. Bu durum tematik yönetim mekanizmalarını önemli kılacaktır. Alt destinasyon bazında çalışmalarla bütüncül Kocaeli destinasyonunun daha güçlü konuma getirileceği düşünülmektedir. Katılımcılar kültür turizminin yeterince gelişmemiş olduğunu belirtmektedir. Doğa turizminde belirli bir olgunluğa ulaşıldığı, bu alanda katma değer artışının ön planda tutulması beklentisi ifade edilmektedir. Spor turizmi Kocaeli'nin güçlü olduğu alanlardan birisi olarak anılmakta; kış sporları, su sporları, futbol kampları, doğa sporları, motor sporları gibi alanlarda kapsamlı çalışmaların potansiyeli güçlendireceği düşünülmektedir. Sağlık turizminde Kocaeli'nin eşik değere ulaştığı ve büyük bir gelişim potansiyelini barındırdığı değerlendirilmektedir. Termal kaynakların da medikal turizmle birlikte gelişebileceği düşünülmektedir. Kocaeli'de çok sayıda yerel yiyecek ve içecek bulunduğu, buna karşın bir Kocaeli mutfağından söz edilemediği ifade edilmektedir. Ayrıca, bu değerlerin turistlere sunumundaki eksiklikten bahsedilmektedir. Pişmaniye ve simit gibi ulusal ölçekte marka olmuş değerlerin tanıtımda daha etkin kullanılması konusunda odaklanma söz konusudur. Deniz turizminde Kocaeli'nin önemli bir merkez haline geldiği, buna karşın turizm gelirinin yeterli düzeyde olmadığı düşünülmekte, bunu değiştirmeye yönelik çalışma beklentisi bulunmaktadır.

Kocaeli tüm kesimler tarafından doğal değerleri ile öne çıkan bir destinasyon olarak görülmektedir. Bu durum mevcut potansiyelin farkında olmayanların nezdinde bile yüksek kabul görürken, hâlihazırda farkında olanlarda ise daha da pekiştirilerek öne çıkarılmıştır. Kocaeli'de bulunan yoğun kültürel ve tarihi değer arka planı tüm kesimler tarafından algısal olarak geri planda kalmakta, buna karşın dışarıdan gelenler tarafından aksine güçlü bir şekilde öne çıkarılmaktadır. Kocaelililerin turistlere nazaran daha eleştirel yaklaştığı ve sanayinin turizmin önüne geçtiği değerlendirilmesini yaptığı görülmektedir. Kocaeli halkının turizm potansiyeli, turistik değerlerin önemi ve turizm sektörünün gelir getirici niteliği konusunda da görece olumsuz bir çerçevede olduğu görülmüştür. Bu nedenle, Kocaeli halkına turizmin faydalarının anlatılması ve halkın gerek tanıtım gerekse de sektöre katılımında daha aktif olmalarının sağlanmasında fayda görülmektedir. Kocaeli'yi bilenlerin ilin güneydoğusunu kapsayan ve Samanlı Dağlarının Kuzey kesimini oluşturan Kartepe, Maşukiye ve yakın çevresindeki Yuvacık, Sapanca, Serindere gibi çekim noktalarının il turizminin odağı olduğu değerlendirmesini yapmaktadır. Kocaeli, aynı zamanda yöresel ürünün simgeleştiği bir destinasyon niteliğindedir. İzmit pişmaniyesi Kocaeli halkı başta olmak üzere pek çok kesim tarafından ilk akla gelen ve ili tanımlayan unsur olarak ön plana çıkarılmıştır.

Kocaeli'nin turistik açıdan olumsuzluğu, uzun yıllardır imalat sanayii ile özdeşleşmiş görünümüdür. Bu nitelik turizmle kısmen de olsa çelişkili görülebilmektedir. Dünya genelinde endüstriyel dönüşüm sürecinde turistik destinasyon olarak başarılı olan diğer destinasyonlar gibi Kocaeli'nin de bu durumu lehine çevirmesi, hatta turizm potansiyeli için sanayiyi bir girdi olarak kullanması olasıdır. Saha çalışmalarında Kocaeli'de faaliyet gösteren firmaların burayla birlikte anılması sıklıkla karşılaşılan bir durum olmuştur. Güney Koreliler örneğinde karşılaşıldığı gibi doğrudan yabancı yatırım dolaylı bir turizm hareketliliğine olanak sağlamıştır. Kocaeli'nin iki denize kıyısının olması ve denizden yararlanma konusunda pek çok alan ve yatırımın bulunması nedeniyle tüm kesimler tarafından denizle etkileşimin önemi vurgulanmıştır. İzmit Körfezi, Kocaeli ile özdeşleşmiş değerlerden biri olarak öne çıkarılmakta, buna karşın turistik olarak yeterli seviyede değerlendirilmediği konusunda düşünceler bulunmaktadır. Diğer bir yandan, turist profilinin çeşitli olması önemli bir avantaj sağlamaktadır. Homojen bir turist profili olmayan Kocaeli; Orta Doğu, Avrupa, Uzak Doğu, Kuzey Amerika ve Güney Asya'dan doğrudan turist çeken bir destinasyon görünümündedir.

Tanıtım ve iletişim kanalları ile farklı hedef kitlelerin ve özgün beklentilerinin doğru yönetimi, tüm bu pazarlardan gelecek turistlerin sayısını ve memnuniyet düzeylerini yükseltecektir. Kentsel aktiviteler ve kültür altyapısı anlamındaki beklentilerin yönetilmesi için çalışmalarda yarar görülmektedir. Türkiye genelinde yapılan araştırmalar esnasında karşılaşılan bir durum da Güneydoğu Anadolu bölgesinde Kocaeli'nin belediyeçilik ve sosyal destekler anlamında pozitif bir algıya ve bilinirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Yurt içinde alternatif tanıtım ve imaj kanallarının yönetilmesinde bu ve benzeri özel durumların da dikkate alınması faydalı olacaktır. "Kocaeli Algı Araştırması" çalışması genelinde yapılan bu tespitler detaylı olarak rapor genelinde yer almaktadır. Böylelikle sahadan edinilen bilgiler Kocaeli Turizm Master Planı'nın farklı aşamaları için de önemli girdiler teşkil edecektir.

Kocaeli'yi marka kimliği kapsamında ele alacak bütüncül bir yaklaşım ihtiyacından yola çıkarak, Kocaeli'nin değerleri hakkında bilgi sahibi olmanın Kocaeli'de geçirilen zamanla doğrudan ilişkili olduğu değerlendirme sonuçlarında açıkça görülmektedir. Umarız bu değerler turizm sektörü paydaşları tarafından da net bir şekilde anlaşılır ve yine umarız hedef kitleler, alt destinasyonlar ve temalar ölçeğinde incelenen Turizm Master Planı isimli yeni çalışmamızla gözlerimize inanacağımız ancak farkında olmadığımız zenginliğimiz farkına varırız...

Kocaeli Tourism Master Plan

Overview

Kocaeli has a rich history in terms of the Ancient period, the Roman period, the Ottoman period and the National Independence period. In addition, Kocaeli has an important inventory of contemporary cultural elements. Although, the city has many cultural assets which could be used in tourism, the awareness is not at a sufficient level to feature them properly. On the other hand, very few destinations were marked and highlighted for nature-based tourism. Thus, a comprehensive integration plan will gather all these rich and diverse values of Kocaeli.

When the tourism indicators were examined, it is understood that there was a breakthrough in 2010. Although, this progression period continued rapidly until 2016-2017, a serious recession period followed afterwards. Therefore, Kocaeli Tourism Master Plan and the brand identity building process being handled together in this period has become even more meaningful. With this study, it is aimed to obtain information about Kocaeli Tourism Master Plan and brand identity. A comprehensive and systematic field study process was carried out to analyze Kocaeli in terms of a touristic destination for locals and foreign tourists. The study revealed specific and general preferences of potential and current tourists in Kocaeli, according to their personality traits and demographic characteristics. Both tangible and intangible experiences of those who had visited Kocaeli were evaluated and compared with the opinions of those who did not visit the city. Statistics, cumulative calculations, trend analyzes according to time series and seasonal changes were used in order to identify tourism sector nationwide in general, as well as sub-destinations of Kocaeli were compared with each other. Tourism statistics as indicators of accommodation (facility arrivals and overnight stays), tourism employment, initiatives and investments, and other elements in the tourism value chain were evaluated within this scope. The indicators show that increasing the number of tourists is critical for the tourism economy of a province. Whereas, tourism statistics are insufficient for measuring the situation in certain areas. For instance, being located in a crowded city like Istanbul increases daily visitors. But, the increased numbers of daily visitors in nature parks or beaches such as Kandira beaches do not match with the data in accommodation statistics. While various methods are useful for measuring the proportion of daily visits in tourism economy, systematizing them

will provide significant advantages. The most pronounced subjects in tourism statistics of Kocaeli are foreign market diversity being quite high and tourism season which spreads throughout the year. These two aspects are important advantages in terms of tourism. According to statistics, Kocaeli stands out in tourism with its nature-based tourism identity. Although, Kocaeli has a significant share in alternative tourism types, especially in marine tourism, health tourism (medical and thermal), business, fair and congress tourism, the city is not developed enough in cultural tourism despite its great potential. Despite many sports activities carried out in Kocaeli, due to inadequate measurable statistics on sports tourism, it is not possible to make a clear definition. Therefore, the importance and necessity of data collection in this area has been revealed. Thus, it will be important to verify the findings revealed by the tourism data analysis study with stakeholder evaluations and reveal their causality in detail. Kocaeli has the potential to attract tourists from all ages, all socioeconomic levels, from different parts of the country and from all over the world except for certain situations. Bringing the right tourist segments together with the right sub-destinations and the right types of tourism activities will play an important role in activating this potential.

Stakeholder assessments in the Tourism Master Plan journey have been an important step in systematically benefiting from the accumulation of knowledge and experience in different fields. The results of value analysis, tourism data analysis and perception research were interpreted, verified and detailed with stakeholder evaluations. The stakeholders and the administrators of the province agree on the high potential of Kocaeli in tourism field and the changing perception of being solely an industrialised city. Various ideas were suggested on more efficient use of touristic values, and these ideas were presented in the report. Also, opposing ideas were reported, evaluated and explained in relevant sections. Stakeholders have high expectations and make account of "Kocaeli Tourism Master Plan" process, which is vital for adoption and more effective implementation of the plan. The stakeholder evaluation process also revealed the culture of acting together in tourism and brand identity. Stakeholders indicated the possibility of tourism development and ways to appeal various markets. This situation highlights the importance

of thematic governance mechanisms. A comprehensive destination plan based on sub-destinations will make the outcome even stronger. According to participants of the survey, cultural tourism is not developed enough. On the other hand, nature-based tourism has reached to a certain maturity stage, so prioritizing the upward trend of assets is expected. Sports tourism is one of the strongest tourism types of Kocaeli and comprehensive studies on winter sports, water sports, football camps, nature sports, motor sports will strengthen the potential even more. Kocaeli also has a great development potential in health tourism and has already reached to a certain threshold point. Furthermore, thermal tourism can also develop together with medical tourism. Also, there are many underrated local foods and beverages in Kocaeli cuisine, which contain a tourism potential, but the lack of proper presentation of these goods was stated as an issue. In this sense, there is more expectation on more effective promotion of nationally trademarked goods such as “pişmaniye” and “simit”. Furthermore, Kocaeli has become an important center in marine tourism, but the tourism income is insufficient. So, there is a growing expectation on changing this situation.

Kocaeli has always been perceived as a destination which stands out with its natural values. Although, the intense cultural and historical background is underrated by its residents, it is strongly emphasized by outsiders. Kocaeli is criticised more by its residents rather than tourists for being an industrialised city. Residents of Kocaeli also has a relatively negative perspective on tourism potential, importance of touristic values and the expected income from tourism sector. For this reason, it is crucial to describe the benefits of tourism better to its residents, as well as participate them more actively in the sector. Those who are familiar with Kocaeli mention Kartepe, Maşukiye, Yuvacık, Sapanca and Serindere, which cover the southeast of the province and form the northern part of the Samanlı Mountains, as the attraction points for provincial tourism. Kocaeli is also a destination symbolized with a local food product “Pişmaniye”, which is the first thing that comes to mind whenever İzmit district is mentioned. Since, Kocaeli has been identified with manufacturing industry for many years, this situation can be seen contradictory to tourism. Like other destinations that have been successful as a touristic destination in the process of industrial transformation throughout the world, it is possible for Kocaeli to turn this situation into its favor and even use the industry as an input for tourism. Kocaeli is frequently

mentioned together with the companies operating in the province. For instance, foreign direct investment from South Korea has enabled an indirect tourism activity. Since, Kocaeli has coastlines on two different seas with many investment areas, the importance and benefits of coastal interaction have been emphasized by all. The Gulf of İzmit is highlighted and identified with Kocaeli, however, it is not considered as a tourist attraction. Kocaeli does not have a homogeneous tourist profile and attracts tourists from the Middle East to Europe, Far East, North America and South Asia, where the diversity of the tourist profile provides an important advantage.

Correct management of different target groups and their unique expectations through promotion and communication channels will increase the number and satisfaction levels of tourists in all these markets. Therefore, carrying out studies on management of expectations in terms of urban activities and cultural infrastructure is foreseen beneficial. According to the results of a survey conducted throughout Turkey, Kocaeli has a positive image, especially in Southeastern Anatolia region in terms of municipality and social support. Considering similar specific situations such as the example above will be useful in domestic management of alternative promotion and image channels. These findings of Kocaeli Perception Analyses research are presented in detail throughout the report. Thus, the information obtained from the surveys will provide important inputs for different stages of Kocaeli Tourism Master Plan.

Based on the need for a comprehensive approach to consider Kocaeli within the scope of brand identity, it is clearly seen in the evaluation results that having knowledge about Kocaeli’s values is directly related to the time spent in Kocaeli. We hope with our Tourism Master Plan, all these assets will be carefully reevaluated by stakeholders of tourism sector, so that we can realize our richness and Believe Our Eyes...





Gözlerinize
İnanacaksınız!

KOCAELİ

Doğal güzellikleri, plajları, yaylaları, Kartepe kayak merkezi ve tarihi eserlerinin yanında Karadeniz ve Marmara Denizi'ne olan kıyıları ile Kocaeli İli turizm açısından 'Gizli Kalmış Cevher'dir.



Şehir Markalaması

City Branding

Prof. Dr. Alpaslan YÜCE

Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kars, Türkiye

yucealp@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4035-7528

Öz

Küreselleşen dünyada ürün, hizmet, fikir ve kişiler gibi şehirler de değer, yetenek ve ilgi paylaşımı konusunda rekabet içinde bulunmaktadır. Yaşanan bu rekabet ortamı şehirlerin pazarlama faaliyetlerini kullanmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu anlamda şehirlerin markalaşması konusu günümüzde önem kazanmıştır. Şehir markalamasının temel özelliklerinden olan tanımlayıcı ve farklılaştırıcı özelliklerinin rekabetin temel belirleyicileri olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şehir markasının inşa edilmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesi için şehir markası bileşenlerinin (şehir marka kimliği, şehir marka imajı ve şehir marka konumlandırma) de etkin olarak yönetilmesi gerekmektedir. Çalışmada şehir markalaması kapsamında şehir markası bileşenleri literatür temelli bir şekilde irdelenmiştir. Bu doğrultuda şehir markalamasının ve şehir marka bileşenlerinin önemi tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Şehir Markalama, Şehir Kimliği, Şehir Marka İmajı

Abstract

In the globalizing world; products, services, ideas, people and even cities are in competition. Hence, this competitive environment requires cities to use marketing methods. In this sense, branding of cities has gained importance today. Defining and diversifying characteristics of cities are the main determinants of competition when it comes to city branding. So, these components such as city brand identity, city image and brand positioning should be managed carefully while building and managing an effective city brand. In this study, the importance of city branding and its components were discussed and suggestions were presented.

Keywords: City Branding, City Identity, City Brand Image

Giriş

Küreselleşen pazar dünyasında şehirler hem bölgesel hem de küresel anlamda önemli bir yer edinmektedir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile paralel ilerleyen şehir nüfus oranı şehirlerin küresel pazarlarda oldukça önemli bir konuma yükselmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla küreselleşme ile beraber küresel anlamda sınırların ortadan kalkması yöneticileri şehirlerin ülke ekonomisine büyük katkılar sağladığı gerçeğiyle yüzleştirmiştir. Bu durum 19. Yüzyıldan sonra pazarlamanın da konusu haline gelmiştir. Bu dönemde “Şehirler pazarlanabilir mi?”, “Şehirler marka olabilir mi?” soruları ön plana çıkmış ve nihayet “Evet şehirler bir marka olabilir” ve “Evet şehirler pazarlanabilir” cevaplarıyla beraber şehir markalaması şehirlerin yönetiminde oldukça önemli bir yaklaşım haline gelmiştir.

Şehir markalaması hem politika uygulayıcılar hem de bilim insanları için oldukça önemli bir konudur. Küreselliğin getirdiği yoğun rekabet ortamında tıpkı ürün ve hizmetler gibi şehirlerinde varlığını devam ettirebilmesi için stratejiler geliştirmesi ve uygulanması gerekir. Bu stratejilerin en önemlilerinden biri ise marka stratejileridir. Şehirlerin küresel bir marka olması için gerekli olan stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması şehirler için hayati önem taşımaktadır.

Şehirler, mekanlar, bölgeler, ülkeler çeşitli ekonomik, politik ve sosyo-psikolojik amaçları dâhilinde bireyselliklerini sürdürmek ve rakiplerinden farklılaşma ihtiyacı hissetmişlerdir (Kavaratzis & Ashworth, 2005). Bu farklılaşma hükümetlerin yukarıda belirttiğimiz alanları yeniden tasarlamasına, kimliğini şekillendirmesine, pazara tanıtmasına girişmelerine sebep olmuştur. Dolayısıyla bu coğrafi alanların pazarlama stratejileri aracılığıyla tüketici zihnindeki konumları, imajları ve kimlikleri şehir markalamasını oluşturmuştur.

Peki, şehirler nasıl markalanabilirler? Bu soruya cevap aradığımız bu bölümde; marka, yer markalaması ve şehir markalaması kavramlarının yanı sıra şehir markalaması bileşenlerine yer veriliyor.

1. Yöntem

Çalışmada; şehir markalaması ve şehirlerin markalanmasında ön plana çıkan faktörler gibi konular mevcut literatür taranarak incelenmiştir. Yapılan araştırmada literatürde yer alan çalışmalar etik kurallar dâhilinde irdelenmiş şehir marka bileşenleri ile ilgili çıkarımlar ve öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda çalışmanın derleme niteliğinde olması dolayısıyla Etik Kurul Kararı'na gerek duyulmamıştır.

2. Şehir Markalaması

Şehir markalaması kavramına değinmeden önce marka kavramı ile ilgili bilgi vermek konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Marka kavramı ile ilgili genel kabul görmüş bir tanım olmamakla birlikte yazında çeşitli tanımlara ulaşmak mümkündür. İngilizce “Mark” yani “işaretlemek” kökünden türeyen marka kavramının temelleri 19. Yüzyılda Amerikalıların atlarını diğer atlardan ayırt etmek için dağlaması temeline dayanmaktadır (Kasapoğlu, 2020). Farklı kaynaklarda ise İtalyanca “marca” sözcüğünden türediği ve işletmelerin pazara sunduğu ürünlerin **kimliğini belirleyen** ve bu ürünlerin **rakip ürünlerden ayırt etmeyi sağlayan** isim, şekil, simge ve bunların genelini kapsayan bileşenler olarak değerlendirildiği görülmektedir (Ünsalan, 2004).

Bunların dışında marka kavramı ile ilgili geçmişten günümüze birçok tanıma da rastlamak mümkündür. Parkerson ve Saunders (2005) markayı “*tanımlayıcı*” ve “*farklılaştırıcı*” işlevleri olan tüketici zihnindeki kimlikler olarak tanımlamaktadırlar. Aynı şekilde Kotler ve Armstrong (2011) markayı, “*bir ürün veya hizmetin üreticisini veya satıcısını tanımlayan bir isim, terim, işaret, sembol veya tasarımı veya bunların birleşimi*” olarak tanımlamaktadırlar. Türk Dil Kurumu (2022) tanımına göre ise marka “*Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işaret*” olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama yazınında en fazla kabul gören tanımlardan biri de Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) tarafından yapılmıştır. AMA (2020) tanımına göre marka “*isim, terim, işaret, sembol, tasarım veya bir satıcı veya satıcı grubunun mal ve hizmetlerini tanımlamak ve diğerlerinden farklılaştırmak için tasarlanmış özellikler*” olarak tanımlanmaktadır.

Yukarıda yer alan tanımlar incelendiğinde bu tanımlarda “tanımlamak” ve “farklılaştırmak” boyutlarına vurgu yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla marka kavramı; ürün, hizmet, fikir, de-ğer, yer, mekan, şehir, destinasyon vb. öğelerin tanımlanmasına ve diğer öğelerden ayırt edilmesine olanak tanıyan simgeler olarak tanımlanabilir.

Marka kavramını tanımladıktan sonra şehirlerin nasıl marka oldukları ve şehir markalaması kavramının ne olduğunu incelemek faydalı olacaktır. Şehir markalaması, yer markalamasından türemiş bir kavram olarak yazında yerini almıştır. Dolayısıyla şehir markalaması kavramından önce yer markalaması kavramını irdelemek doğru olacaktır.

Yer markalaması bölge sakinlerini, turizmi ve yatırımları cezbederek bölgenin itibarını arttırmak için yerelliklerin tanıtılmasında pazarlama stratejilerinin kullanılmasını ifade etmektedir. 1990'lı yıllardan sonra mekânların birbirinden ayırt edilmesine yönelik çeşitli girişimler meydana gelmesiyle beraber yer pazarlaması çerçevesinde şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin farklılık yaratıcı çabaları yer markalamasının önem kazanmasına sebep olmuştur (Kavaratzis & Ashworth, 2005). Yer markalaması kısaca “ölçülebilir ekonomik ve sosyal katkılar aracılığıyla mekânların gelişmiş bir kimlik kazandığı süreç” olarak tanımlanmaktadır (Arvidsson, 2006).

Şehir markalaması yer markalama (place branding) teorisi temeline dayanmakta ve yer markalaması stratejilerinin uygulama türlerinden bir olarak değerlendirilmektedir. Bu açıdan şehir markalaması, şehirlerin sahip olduğu özellikleri (kültürel, tarihsel, toplumsal, doğal vb.) bir araya getirip diğer şehirlerden ayırt etmek için kendine özgü işaretlerle desteklemek ve bu doğrultuda şehirlerin geliştirilmesi, tanıtılması ve şehir imajı yaratılması süreci olarak tanımlanır (Kaypak, 2013). Farklı bir tanıma göre ise; şehirlerin itibarlarını oluşturmak veya etkin bir şekilde yönetmek için bir tasarım, plan ve iletim süreci şehir markalaması olarak tanımlanabilir (Anholt, 2007). Şehirlerin markalanması ürün ve hizmetlerin markalanmasından daha karmaşık ve zor bir süreci beraberinde getirmektedir. Şehirlerin markalanması için algı ve gerçekliğin doğası, nesnelere ve bunların temsili arasındaki ilişki, kitle psikolojisi, ulusal kimliğin gizemleri, liderlik, kültür ve sosyal uyum gibi birçok konunun dikkatlice irdelenmesi gerekmektedir. Bu durum şehirlerin markalanmasının oldukça zor bir konu olduğunu gözler önüne sermektedir (Anholt, 2007).

Küreselleşmenin getirdiği yoğun rekabet ortamında kalıcı olabilmek; küresel pazarlarda ayakta kalabilmek için şehirlerde markalaşma çalışmalarına katılmaktadırlar. Şehirler sadece mekânlar olarak değerlendirilmemekte aynı zamanda sermaye, işgücü ve yatırımcıların buluşma noktasıdır. Ayrıca şehirler turist hareketliliğinde de önemli yerler olarak değerlendirilmekte ve turistleri daha fazla çekmek için rekabet eden mekanlardır (Zenker, 2009).

Peki, marka olmak şehirlere ne gibi faydalar sunar?

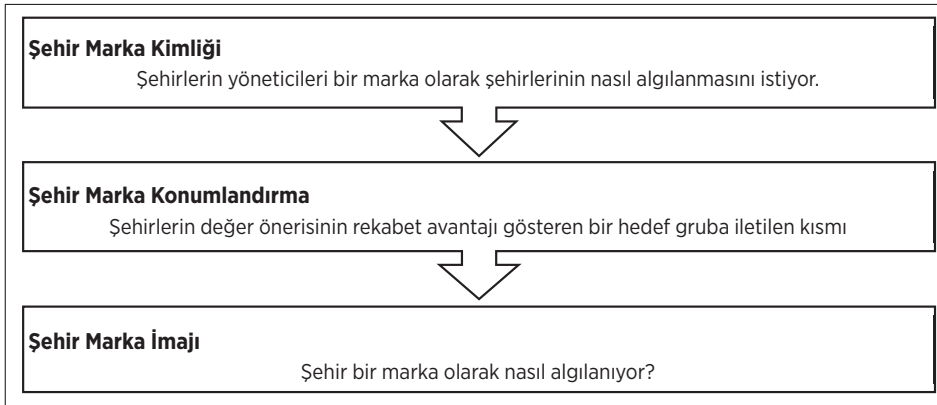
Dinnie (2011) şehirlerin markalaşması ve marka şehirler ile ilgili yazdığı “şehir markalaması” kitabında şehirlerin markalamasının faydalarını 7 maddede sınıflandırmıştır;

1. Marka şehirlere gelen yatırımlar oldukça çekicidir.
2. Turizm açısından yaşanan gelişmeler oldukça çekicidir.
3. Yatırımcıların duydukları güven şehrin gelişimine önemli katkılar sunar.
4. Ulusal ve uluslararası alanda politik etkinlik sağlanır.
5. Diğer şehirlerle ve kurumlarla daha üretken küresel ortaklıklar kurulur.
6. Ürün ve hizmetler üzerinde “menşei şehir” etkisi görülür.
7. Yurttaşlık gururu: yerel uyuma odaklanma, güven ve çözüm yeteneği artar.

2.1. Şehir Markası Bileşenleri

Marka, sadece bir ürün, hizmet ya da kuruluş değil aynı zamanda o ürün, hizmet ya da kuruluşun adı, kimliği ve itibarıdır (Anholt, 2007). Bu açıklamaya paralel olarak Kavatzis ve Ashworth (2005) marka bileşenleri üç tema dâhilinde değerlendirilir. Bu temalar; marka kimliği, marka konumlandırma ve marka imajıdır. Tablo 1’de ise bu bileşenler şehir markalaması kapsamında uyarlanmıştır.

Tablo 1: Şehir Markalaması Bileşenleri (Kavaratzis & Ashworth, 2005)



a) Şehir Marka Kimliği

Marka kimliği bir markaya çekicilik katan onu benzersiz kılan özellikler olarak değerlendirilmektedir. Şehir marka kimliği ise şehrin tarihi yerleri, doğal güzellikleri, şehre özgü yiyecek ve lezzetler gibi o şehrin benzersiz ve çekici özellikleri olarak tanımlanmaktadır (Qu vd., 2011). Şehirlerin marka kimliği Kapferer'e göre 6 fiziksel unsuru kapsamaktadır. Bu unsurlar; markanın fiziksel özelliklerini çağrıştıran yönü olan fiziksel unsuru, marka ile ilgili bir dizi insani özellikleri çağrıştıran kişilik unsuru, marka ile ilgili temel davranışlar altında yatan bir değer sistemi olan ve belirli bir yeri çağrıştıran kültür unsuru, markalar tarafından yürütülen tüketicilerle soyut ilişkilere dayanan iletişim unsuru, müşterilerin ideal görüşlerini ifade eden ve müşterilerin markayı nasıl tanımladıkları ile ilgili olan yansıma unsuru ve müşterilerin kendilerinin sahip oldukları ve markada onay bulması gereken imajı simgeleyen benlik imajıdır (Kapferer, 2008).

Şehirler ise bu kimliklerini rekabet üstünlüğü sağlamada ya da diğer şehirlerle rekabet edebilmede kullanmaktadır. Özellikle yerelden küresel bir çevreye geçiş yapan şehirler kültür çeşitliliği, çekici bir turistik destinasyon olarak farklılaşıp bireyleri çekmeyi hedeflemektedirler (Kotler & Gertner, 2002).

Peki, şehirlerin marka kimliğinin oluşturulmasında hangi öğeler ön plana çıkmaktadır?

Marka kimliğinin temel bileşenleri 3 boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar marka fiziği, marka uygulamaları ve marka kişiliğidir. Marka fiziği, bir yerin yeşil alanları, tarihi alanları, modern ve ferah ortamları gibi somut ve fiziksel özelliklerini kapsamaktadır. Marka uygulamaları bir yerdeki eylemler, faaliyetler, insanların yer veya yer uygulamaları içindeki davranışları, kararları ve ritüelleri gibi aktivasyon ve hareketlerden oluşmaktadır. Marka

kişiliği ise yerlere kişiye özel karakterler sunan etkili karakterlerdir (Taecharungroj, 2019).

b) Şehir Marka İmajı

Şehir marka imajı kavramında değinmeden önce marka imajı kavramını açıklamak konunun daha iyi anlaşılması açısından faydalı olacaktır. Marka imajı, "markanın hedef kitlede yaptığı çağrışımlar ve bu çağrışımların oluşturduğu algı ve izlenimler" olarak tanımlanmaktadır (Keller, 1993). Farklı bir tanımlamaya göre ise; marka imajı, tüketicinin marka ile ilgili taşıdığı inançların bütünüdür ifade etmektedir (Kotler & Armstrong, 2018). Bireylerin şehrin ismini duyduğunda zihinlerinde oluşan düşüncelerin bütünü ise şehir marka imajını oluşturmaktadır (Kaypak, 2013). Şehir marka imajı şehrin somut veya soyut özellikleri ile ilgili genel tüketici izlenimleri olarak ta kabul edilmektedir (Hankinson, 2004).

Şehir marka imajını temel anlamda şehre ilişkin, tüketicilerin bilişsel ve duygusal imajlarının toplamından oluşmaktadır (Baloglu & McCleary, 1999). Bilişsel imaj; bir şehrin markasına ait tüketicilerin mantıksal/zihinsel süreçte değerlendirme ve eğilimleri doğrultusunda şehir hakkındaki algı ve izlenimleridir. Duygusal imaj ise; şehir ile ilgili paydaşların sosyo-psikolojik motivasyonları, yargıları ve eğilimleri doğrultusunda oluşan imajdır (Baloglu & McCleary, 1999). Şehir marka imajının oluşturulmasında marka imajının ölçümü oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle şehir marka imajının ölçümü mevcut durumun değerlendirilmesi ve imaj geliştirme için stratejiler yapılması açısından oldukça önemlidir. Anholt (2020) ise bir şehrin marka imajının gücünün ölçümünde altı faktörün dikkate alınması gerektiğini dike getirmiştir. Bu faktörler Tablo 2'de yer gösterilmiştir.

Tablo II: Şehir Marka Altıgeni (Anholt, 2020).

Varlık	Şehrin küresel anlamdaki bilinirliği ve bilim, kültür gibi alanlarda küresel katkısını ölçmektedir.
Yer	Bireylerin şehirlerin fiziksel yönlerini (temizlik, çekicilik, binalar vb) yerlerini ve bu fiziksel yerleri keşfetmenin bireylerde yarattığı hoşnutluğu ölçmektedir.
Ön Koşullar	Bireylerin şehre ait temel özellikler ile ilgili algılarını ölçmektedir. Bu özellikler şehirdeki kamu tesislerinin standartları ve şehirdeki genel fiyatlar gibi özellikleri temsil etmektedir.
İnsan	Şehirde yaşayan bireylerin tavır ve davranışlarını ölçmektedir. Bu özellikler şehir sakinlerinin misafirperverliği, kültürlerine ve dillerine uyum sağlamanın kolay olup olmayacağı, kendilerini güvende hissedip hissetmedikleri gibi öğeleri kapsamaktadır.
Nabız	Şehrin temel anlamda ne kadar heyecan verici ve ilginç olduğunu ölçmektedir. Yeni yerleri keşfetmenin yarattığı haz bu kapsamda değerlendirilebilir.
Potansiyel	Şehirdeki iş imkânları, eğitim fırsatları gibi faktörlerle ilgili bireylerin algılarını ölçmektedir. Şehirde ikamet edenlerin iş bulma olasılıkları, yükseköğrenim görebilme ihtimalleri bu kapsamda değerlendirilir.

c) Şehir Marka Konumlandırma

Marka konumlandırma, iletişim stratejileri aracılığıyla hedef kitlenin marka ile ilgili marka kimliği ve değeri oluşturan algıların oluşturulması süreci olarak tanımlanır. Markaların tüketici zihninde eşsiz çağrışımlar oluşturduğunu dile getiren Aaker (1996) markaların temel anlamda stratejik, işlevsel, duygusal ve ilişkisel yönlerinin olduğuna vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla bu eşsiz çağrışımlardan ve tüketici algılarından şehirlerin de faydalanması ve pazarda rekabet avantajı kazanması kaçınılmazdır. Bu bağlamda şehir marka konumlandırma, marka yöneticilerinin şehirleri stratejik amaçları doğrultusunda tüketicilerin algılarında bir yere oturtması olarak değerlendirilmektedir (Aaker, 1996). Kısacası şehir marka konumlandırması, paydaşların zihinlerinde şehir ile ilgili istenen bir etki bırakma çabası olarak değerlendirilebilir.

Küresel rekabet ortamında şehirlerin bir marka olarak konumlandırılması hedeflenen pazarlarda şehrin etkin bir şekilde tanıtılması, tüketicilerin gözünde şehrin rakiplerinden farklılaşması açısından oldukça önemlidir. Bu açıdan şehrin bir marka olarak konumlandırılması paydaşlar açısından şehrin kendine özgü, ilgi çekici bir algısının oluşturulması ve bu algının yönetilmesi sürecidir (Calantone vd., 1989).

Şehirlerin marka konumlandırması yapılırken öncelik verilecek bazı hususlar bulunmaktadır. Gilmore (2002) tüm şehirlerin bir marka olarak konumlandırılmasında dört ana unsurun dikkate alınması gerektiğini dile getirmiştir. Bu unsurlar: makro trendler, hedef kitleler/paydaşlar, rakipler ve temel yeterliliklerdir.

Makro trendler: Şehrin politik, yasal, sosyal, ekonomik vb alanlardaki mevcut konumunu ifade etmektedir. Şehir ile ilgili temel bazı sorulara cevap aramak için oluşturulur. Bu sorular: “ülke ekonomisine geleneksel ekonomik sektörler hakim mi ve çeşitlendirilmesi gerekiyor mu?” “ülkede işgücü sıkıntısı var mı ve neden böyle?”, “insanlar ülke veya eyaletten komşu ülkelere mi taşınıyor ve neyin peşindedir? Neden gidiyorlar?”

Sonuç

Günümüzde herkes tarafından kabul gören gerçeklerden birisi, pazarda çok sayıda ürüne çeşitli anlamlar yüklemek için onları markalamaktır. Hedef kitlelerin istek ve ihtiyaçlarının en doğru şekilde tespit edilerek onları etkileyecek ve onlarla iletişim kurabilecekleri markalar yaratabilmek, firma ve markasını rakiplerinden farklılaştırarak istenen başarıların elde edilmesini sağlamaktadır. Bu farklılaşma kişilik geliştirme ile oluşturulabilmektedir. Açık ve anlaşılabilir bir marka kişiliği ortaya koymak, marka yönetiminin önemli bir amacını oluşturmaktadır.

Küreselleşen dünyada ürün, hizmet, fikir ve kişiler gibi şehirler de değer, yetenek ve ilgi paylaşımı konusunda rekabet içinde bulunmaktadır. Ünlü bir şehir, bölge ya da ülke ürünlerini, hizmetlerini daha rahat ve karlı bir şekilde satabilmekte, ziyaretçileri, yatırımcıları, etkinlikleri kendine çekebilme ve dünya olaylarında etkili bir rol oynayabilmektedir. Bunun yanında yarının dünyasını şekillendirecek olan etkenlerden birisi de şehirlerin göstereceği performans olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda

Hedef kitleler/paydaşlar: Bir şehrin temel hedef kitlesi ve paydaşlarından oluşur. Peki bu hedef kitle ve paydaşlar kimlerdir? Hedef kitle ve paydaşlar: şimdiki ve gelecekteki sakinler, hem yurtiçinde hem de yurtdışından yatırımcılar, öldürülen işçiler, öğrenciler, emekliler, hem yurtiçi hem de yurtdışından turistler ve yerel gümbürlükçiler, medya ve kanaat önderleri, seyahat şirketleri/seyahat acentaları/havayolları/nakliye şirketleri, hizmet endüstrileri, yabancı hükümetler ve yabancı yatırım/ekonomik kalkınma kuruluşları, ihracat alıcılarından oluşmaktadır.

Rakipler: Şehirlerin küresel anlamda rakiplerinin bilinmesi oldukça önemli bir olgudur. Şehirlerin rakiplerinin özelliklerini belirlemesi ve kendilerine rakip gördüğü şehirler ile ilgili stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Bir finans şehri olarak bilinen Hong Kong’un yine finans kategorisinde iyi olan Şanghay gibi bir şehri rakibi olarak görmesi buna bir örnektir. Yine Çin’deki Hewlett-Packard gibi şirketleri çip üretim tesislerini kurmaları Tayvan ve Singapur’da bulunan yüksek işgücüne sahip şirketlere rakip olmalarına sebep olmuştur.

Temel yeterlilikler: Temel yeterlilikler iki faktör dâhilinde ele alınmaktadır. Bunlar: fiziksel varlıklar ve insan varlıklarıdır. Fiziksel varlıklar fiziki değerlerinin sadece belli şehirlerde yer almasıyla eşsiz değer kazanan varlıklardır. Bu varlıklara Botsvana’da bulunan şehirleri örnek olarak gösterebiliriz. Bu ülkede bulunan şehirler zengin elmas yataklarıyla ünlüdür. Bu açıdan şehirlerin fiziksel varlıkları temelinde elmas yatakları değerlendirilebilir. Bir diğer önemli husus olan insan varlıkları ise ülkede bulunan insanların ülkeye değer katması ile ilgilidir. Kenya’da bulunan uzun mesafe koşucuları, Romanya’da bulunan jimnastikçiler, Küba’da bulunan müzisyenler veya İskoçya’da bulunan eski kâşifler bu ülkelerde bulunan şehirlerin insani temel yeterliliklere sahip olduğuna dair önemli bir örnektir.

şehirlerin markalaşması konusu günümüzde önem kazanmıştır. Anholt (2020), tarafından gerçekleştirilen küresel şehir marka indeksinde ilk 50’de yer alan şehirler sıralandığında İspanya’dan Barcelona ve Madrid, Hollanda’dan Amsterdam, İngiltere’den Londra, Almanya’dan Münih, Fransa’dan Paris, İtalya’dan Roma, Rusya’dan Moskova, Çin’den Şangay, Avusturya’dan Sidney, Amerika’dan Los Angeles, New York, Dallas, Mısır’dan Kahire, Brezilya’dan Rio De Janerio şehirlerinin listede olduğu görülmektedir. Türkiye’den ise sadece İstanbul’un listede yer aldığı görülmektedir.

Şehirlerin gelişmişlik düzeyleri ile paralel bir şekilde ilerleyen marka şehirler marka bileşenlerini etkin bir şekilde içerisinde barındıran şehirlerdir. Ülkemizde de şehir marka bileşenlerini kullanıp marka şehir olma yönünde ilerleyen yada küresel anlamda marka olarak değerlendirilen destinasyon olma hedefi ile ilerleyen birçok şehir bulunmaktadır. Bu şehirlerden biri de Kocaeli’dir. Kocaeli, sanayisi ve fabrikaları, pişmaniye, kayak turizmi (kartep), eğlence ve parkları, körfezi, denizi, saat kulesi, eski camileri,

fethiye caddesi, gölcük deniz üssü (Akbulut, 2016) gibi özellikleri ile önemli bir marka şehir potansiyeline sahiptir.

Şehirler turizm yatırımlarını ve içe dönük yatırımları çekmek, endüstriyel açıdan gelişim için yerel ekonomileri çeşitlendirmek gibi ihtiyaçları karşılamak, çeşitli etkinlikleri şehre çekme, ekonomik ödüller kazanma gibi amaçlar doğrultusunda konularını geliştirir ve markalaşır (Kotler et al., 1993). Bu bağlamda şehir

marka bileşenlerini oluşturup, etkin bir şekilde yönetmek şehirlerin gelişmesi için oldukça önemlidir. Bu doğrultuda Kocaeli'nin de yukarıda belirtilen özelliklerinin ön plana çıkarılarak şehir marka bileşenlerinin oluşturulması şehrin turistik cazibe merkezi haline gelmesine sebep olacaktır. Şehir markasının oluşması ise şehrin küresel anlamda kabul gören bir marka haline gelmesini beraberinde getirecektir.

Kaynakça

- Aaker, D.A. (1996). Building Strong Brands. Free Press/Macmillan.
- Akbulut, F. (2016). The City Image of Kocaeli Perceived by International Students. British Journal of Economics, Finance and Management Sciences, 11(1), 34-44.
- Amerikan Marketing Association. (2020). Branding. <https://www.ama.org/topics/branding/>
- Anholt, I. (2020). Anholt Ipsos Nation Brands Index (NBI). Game Changers, 1-4. https://www.ipsos.com/sites/default/files/20-03-60_anholt-ipsos_place-branding.pdf
- Anholt, S. (2007). Competitive Identity. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230627727>
- Arvidsson, A. (2006). Brands: Meaning and Value in Media Culture. Routledge.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. Annals of Tourism Research, 26(4), 868-897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Calantone, R. J., Di Benedetto, C. A., Hakam, A., & Bojanic, D. C. (1989). Multiple Multinational Tourism Positioning Using Correspondence Analysis. Journal of Travel Research, 28(2), 25-32. <https://doi.org/10.1177/004728758902800207>
- Dinnie, K. (2011). City Branding- Theory and Cases. In City Branding: Theory and Cases. Palgrave Macmillan.
- Gilmore, F. (2002). A country — can it be repositioned? Spain — the success story of country branding. Journal of Brand Management, 9(4), 281-293. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540078>
- Hankinson, G. (2004). Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands. Journal of Vacation Marketing, 10(2), 109-121. <https://doi.org/10.1177/135676670401000202>
- Kapferer, N. J. (2008). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term (4. Baskı). Kogan Page.
- Kasapoğlu, C. (2020). İstanbul Şehir Marka İmajının İngilizce Sosyal Medya Paylaşımları Üzerinden Kavram Haritası Yöntemiyle Analizi. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City Branding: An Effective Assertion Of Identity Or A Transitory Marketing Trick? Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie, 96(5), 506-514. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2005.00482.x>
- Kaypak, Ş. (2013). Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve "Marka Kentler." Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(1), 335-355.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. Journal of Marketing, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. Journal of Brand Management, 9(4), 249-261. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2011). Principles of Marketing. In Pearson Prentice Hall (14th ed.).
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson.
- Parkerson, B., & Saunders, J. (2005). City branding: Can goods and services branding models be used to brand cities? Place Branding, 1(3), 242-264. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990026>
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. Tourism Management, 32(3), 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Taecharungroj, V. (2019). User-generated place brand identity: harnessing the power of content on social media platforms. Journal of Place Management and Development, 12(1), 39-70. <https://doi.org/10.1108/JPMD-11-2017-0117>
- TDK. (2022). Marka kavramı. <https://sozluk.gov.tr/>
- Ünsalan, E. (2004). Pazarlama Mevzuatı. Detay Yayıncılık.



Nikomedia'nın Tarihi ve Kültürel Değerleri

Historical and Cultural Values of Nicomedia

Prof.Dr. Ayşe ÇALIK ROSS

Kocaeli Üniversitesi, Arkeoloji Bölümü, Kocaeli, Türkiye

acalikross@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0800-4850

Öz

Bugün Kocaeli Büyükşehir yönetimi sınırlarının merkezini oluşturan İzmit şehri, Antik Dönemde Nikomedia kenti olarak tarih sayfalarına geçmiştir. Nikomedia, Asya ile Avrupa arasında insanlık tarihi boyunca gelip geçen ana güzergah üzerinde, oldukça güvenli ve korunaklı bir limana sahip bir liman kentidir. Jeopolitik olarak çok üst düzey bir konuma sahip olan kentin etrafı tarıma elverişli topraklarla ve deniz aşırı ülkelere malzeme sağlayan taş ocakları ile çevrilidir. Kentin yaşanmışlıklarında sürekli tekrar eden depremler bir taraftan yıkıcı bir etki bırakırken diğer taraftan yaşam kaynağı olan kaynak suyu sağlamıştır. Modern İzmit'in altında kalan Antik Nikomedia, Bithynia Krallığının, Bithynia Eyaletinin ve Roma İmparatorluğu'nun Doğu'daki başkenti olarak hizmet vermiştir. Çok sayıda antik ve modern kaynak başkentin önde gelen imparatorluk, sivil, askeri, dini ve yerleşim binalarından bahseder. Ancak bugün İzmit'in zengin kültürel mirasını görmek çok ta mümkün olmamaktadır. Kentin tarihine ve tarihi yapılarına olan ilgisizlik, kuzey Anadolu fay hattı üzerinde kurulması sonucunda şiddetli depremlerle yıkılmış olmasının yanı sıra, bir sanayi kenti olarak seçilmiş olmasıyla da alakalı olmalıdır. Bu makalede Nikomedia antik kentinin kültürel ve tarihi değerleri kronolojik bir metodla ele alınmaktadır. Başkent Nikomedia'nın tarihi ve kültürel değerleri, kültür varlıkları, şahsiyetleri ve olayları, kent hakkında yapılan bilimsel çalışmalar, arkeolojik yüzey araştırmaları verileri ile desteklenerek topluca değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bithynia, Nikomedia, Kocaeli, Antik Dönem, Roma İmparatorluğu.

Abstract

The city of İzmit, which forms the center of the territory of today's Kocaeli Metropolitan administration, first made its mark on history in the Ancient Period, as the city of Nicomedia. Nicomedia was a port city with a very safe and sheltered port, and throughout human history has been positioned on the main route between Asia and Europe. Besides possessing great geopolitical significance, İzmit is surrounded by arable land and quarries that supply materials to countries overseas. While constantly recurring earthquakes have had a devastating effect on the city, İzmit has also been a source of spring water, and thus a source of life. Ancient Nicomedia, which lies hidden beneath modern İzmit, served as the eastern capital of the Kingdom of Bithynia, the Province of Bithynia and the Roman Empire. Numerous ancient and modern sources mention the capital's prominent imperial, civil, military, religious and residential buildings. Today, however, traces of İzmit's rich cultural heritage are practically impossible to see. The indifference displayed towards the history and historical structures of the city presumably results from the city's status as a centre of industry and from the damage done to the city by severe earthquakes, İzmit having been established on the North Anatolian Fault Line. This article employs a chronological approach in discussing the cultural and historical properties of the ancient city of Nicomedia. Drawing on scientific studies about the city and on archaeological survey data, the article attempts a holistic evaluation of Nicomedia, concentrating on the capital city's historical and cultural riches, cultural assets, personalities and events.

Keywords: Bithynia, Nicomedia, Kocaeli, Ancient Period, Roman Empire.

Giriş

Avrasya coğrafyasında Doğu'yla Batı'yı birbirine bağlayan özel konumu nedeniyle benzersiz bir toprak parçası olan Anadolu; tarihsel süreç içinde kültürlerin birbirinden etkilenmesine ve birbirini etkilemesine sahne olan bir coğrafyada yer almaktadır. İnsanlık tarihinin Afrika'da havaların ısınması ile başlayan yolculuğu bu topraklar üzerinden geçerek Batı- Avrupa topraklarına ulaşmıştır. Büyük olasılıkla bu nedendir ki Anadolu için özdeşleşmiş 'Uygurlukların Beşiği' ismi nesiller boyu süre gelmektedir. Anadolu jeopolitik konumu itibarı ile Balkan Yarımadası, Yunan Adaları, Orta Avrupa, Kuzey Afrika ve Doğu Akdeniz ülkelerine giden deniz ya da kara yolunun en önemli bağlantı noktasında yer alır. Dünya tarihinde Avrasya Kıtasının en fazla bilinen tarihi ve coğrafi yer işareti ise İpek Yolu olarak bilinmektedir. Bu yol, daha çok Doğudan batıya, Çin'den başlayıp, Küçük Asya-Anadolu ve Levant Bölgesine, oradan da deniz aşırı Avrupa'ya kadar uzanan ticaret yolunu simgeleyen bir isimdir. Diğer taraftan Avrupa, Balkan ya da Trakya topraklarının dar geldiği ya da daha fazla ürüne ihtiyaç duyduğu zamanlarda bereketli toprakların ve zenginliğin bulunduğu Yakın veya Orta Doğu her zaman revaçta olmuştur. İnsanoğlunun bitmek tükenmek bilmeyen kıtalararası bu sirkülasyonu her daim Anadolu toprakları üzerinden olmuştur.

Jeopolitik olarak eşsiz bir değere sahip Anadolu'nun Doğu ve Afrikaya açılan kapısı olarak bilinen Kilikya 'Gülek Boğazı' ve Avrupa'ya açılış kapısı olarak bilinen Bithynia 'İstanbul' boğazı, Anadolu'nun değerinin her daim el üstünde tutulmasına neden olmuştur. Bithynia Bölgesi, bu bağlantı veya geçiş noktasında tarih boyunca sahip olduğu stratejik avantajından dolayı bir çok önemli üstünlük elde etmiştir.

Bugün Türkiye'nin kuzey batısında, jeolojik ve kültürel olarak Doğu Marmara Bölgesi olarak bilinen coğrafya, Antik Bithynia Bölgesidir. Günümüz toprakları olarak Bithynia antik bölgesi düşünüldüğünde ise batısında Marmara denizi ve İstanbul Boğazı, kuzeyinde Karadeniz, doğusunda Sakarya ırmağı, güneyinde Samanlı dağları bugünkü modern şehirler olarak düşünüldüğünde ise İstanbul'un Asya yakası, Kocaeli, Sakarya, Karabük, Düzce, Bursa, Yalova kentlerini kapsamaktaydı.

Bithynia Antik Bölgesinin coğrafi, tarihi ve kültürel açıdan en kıymetli kenti de Nikomedia Antik Kenti'dir. Antik İzmit -Nikomedia ise günümüz Kocaeli Büyükşehir merkez ilçe idaresinde ve İzmit merkezde konumlanan, kültürel etkisi tüm doğu Marmara bölgesini kaplayan bir antik kenttir. Kent Küçük Asya /Anadolu'da Roma Dönemindeki tek Başkenttir; güneyde Bursa ve Yalova, batıda İstanbul, doğuda Sakarya ile komşudur ve kuzeyinde Karadeniz'e güneyinde ise İzmit Körfezi'ne uzanır. Bu nedenle Karadeniz ve Marmara olmak üzere iki denize de açılmaktadır.

Tüm Nikomedia (Antik İzmit) teritoryası, modern ismi ile Kocaeli Büyükşehir İli ve İlçeleri Türkiye sanayi sektörünün tek lideri konumuna gelmişken, bu makalede 2005 yılından bu yana sürdürdüğümüz 'Kocaeli İli ve İlçeleri Arkeolojik Yüzey Araştırmaları' verileri çerçevesinde ele aldığımız bilimsel sonuçlarla Başkent Nikomedia'nın tarihsel ve kültürel değerinin bir o kadar 'eşsiz' olduğunu da değerlendirmiş olacağız.

1. Nikomedia Antik Kentinin Tarihi

Kocaeli'nin merkez ilçesi İzmit, Antik Nikomedia olarak konumlanmasına binayen 'Tarihi Kentler Birliği'nin bir üyesi olmasının yanı sıra Antik dönemden bu yana sürekli deniz aşırı bir işlevselliği olan limanı ile 'tarihi bir liman kenti'dir. Kent bütün dünyada bir liman kenti olmanın tarihi yükünü, bir iç denizde kurulmuş olması şansı ile hem güvenli hem de görkemli bir şekilde taşımıştır. Bu nedendir ki üç kıtada binlerce yıl hüküm sürmüş Roma İmparatorlarının Küçük Asya-Anadolu'da ki tek başkenti seçilme hakkına sahip olmuştur. Başkent Nikomedia jeopolitik konumu ve coğrafi avantajları ile tarih sayfalarını altın yıldızlarla

süslenen bir geçmişe sahiptir. Bu tarih Paleolitik Dönem (Eski Taş Çağı) ile başlayıp günümüze kadar uzanmaktadır.

1.1. Nikomedia'nın Tarihi Coğrafyası

Tarihi Nikomedia kentinin bulunduğu Bithynia Bölgesi'nin İstanbul'un Anadolu Yakası-Kalkhedon Yarımadası'nı içine aldığı kabul edilmektedir. Ancak daha sonraları bölge, Herakleia Pontika'yı da içine alarak daha doğuda Pontus, güneyde Propontis (Marmara Denizi) ve Mysia'nın Olympos Dağı'na, güney sınırını belirleyen Phrygia ve Galatia'ya kadar genişlemiştir (Strabon

XII.4.1; XII.4.2). MÖ.5.yüzyıl coğrafyacısı Pseudo Skylaks (**Skylaks 92**); Mariandynler'den sonra Thrakialı Bithynialıların geldiğini, sonra Sangarios Nehri ve Artanes Nehri, Thynias Adası ve Rhebas Nehri'nin bulunduğunu, daha sonra Thrakia kökenlilerin Kalkhedon, ondan sonra da Olbianos Körfezi'ne geldiğini söyler. Skylaks, ayrıca Mariandynler'den Olbianos Körfezi'ne kadar olan bölgenin Bithynialıların Thrakiası olduğunu ve buraya yapılan deniz yolculuklarının üç gün sürdüğünü söyler. Antik coğrafyada, bölgenin sınırları zaman zaman değişiklik gösterir. Bosphoros (İstanbul Boğazı)'tan sonra, Karadeniz'in (Pontus Euxeinos) kıyası boyunca Bithynia, Paphlagonia ve Pontus toprakları uzanmaktadır. Romalılar'ın ilk dönemlerinde Paphlagonia toprakları, Bithynia ve Pontus arasında paylaştırılırken daha sonra bu iki bölge tek eyalet haline getirilir. Strabon, Bithynia'nın güney sınırlarını çizmenin çok kolay olmadığını aktarır (**Strabon XII.4.4**). Nikomedia kentinin dahil olduğu Bithynia ve Pontus Antik bölgelerinde sahil boyunca; batıda Kalkhedon'dan doğuda Phasis'e kadar irili ufaklı bir çok kent bulunmaktadır.

Anadolu'nun en yoğun ve tehlikeli fay hattı üzerinde (Çalık Ross vd.2007) yer alan Nikomedia / İzmit'in sürekli depremlerle sarsılması, bölgenin geç jeolojik gelişmesi ile açıklanabilir (Çalık Ross vd. 2005) Her depremin arkasından tekrar yapılan inşaat faaliyetlerinin şehrin topografyasında önemli değişiklikler meydana getirdiğine de dikkat çekilmelidir. Çok şiddetli meydana gelen bazı depremlerin şehri sarsıp yerle bir etmesi şehrin gelişmesini olumsuz yönde etkilemiş olmalıdır (Çalık Ross 2007a). Kentin eski fotoğrafları ve resimlerinde şehrin ağırlıklı olarak yamaçta kurulduğu görülmektedir. Devam eden büyük depremler, sonrasında yapılan onarım ve limanı doldurma çabaları daha geniş ve düz bir kıyı arazisinin oluşmasını sağlar. Bu da mimarinin, kıyı bölgesinde daha çok gelişmesine yol açar.

Antik dönemde Nikomedia'nin en önemli doğal zenginliklerinden bir diğeri ise Karadeniz sınırı boyunca yayılan ormanlık alanlarıdır. Bölgede bilinen ormanlar köknar, kayın ve meşe ormanlarıdır ki bunlar gemi yapımında kullanılır (**Plin. Naturalis Historia XVI. 197**). Antik dönemde bu ormanlıklardan alınan ahşap kullanımı, kentin ticaretine askeriyesine ve donanmasına önemli bir zenginlik sağlar. Plinius kentin doğal kaynakları konusunda şunlardan bahseder:

“Nikomedia'da büyük bir göl bulunmakta ve bu göl üzerinden mermer, tahıl ürünleri, yakacak ve yapı alanında kullanılacak odunlar çok ucuz ve az bir çabayla gemilerle karaya ve buradan arabalarla büyük bir zorlukla ve pahalı olarak denize götürülüyor” (**Plin. Naturalis Historia XVI. 197**).

Bu ormanlık alan, özellikle doğal bir limana sahip olan Nikomedia için çok önemli bir avantajdır (Çalık Ross 2019). Çünkü antik dönemde ormanlık alanın önemi gemi yapımı için tersanelerin kurulmasını kolaylaştırmaktadır. Tersaneler ise gemi ticareti ve askeri filoların önemli ölçüde oluşmasını sağlayan temel etkenlerdir. 18. yüzyıl seyyahlarının gezi notlarında İzmit'te görüp bahsettikleri tersaneler, anlaşıldığı kadarı ile, antik dönemden beri kent için büyük bir öneme sahiptir.

1.2. Jeopolitik Konum

Asya-Avrupa kıtaları arasında olmazsa olmaz geçiş hattındaki Jeopolitik konumu (Çalık Ross 2014a), sahip olduğu; çok büyük donanma filolarının ve gemilerin sığınabileceği uzun, geniş ve en önemlisi çok güvenli bir liman, iç denizde ve hatta İzmit körfezinin ucunda korunaklı bir konum, sürekli hareketli hem kara hem de deniz aktarmalı ticaret merkezi, depremler sonucu ortaya çıkan bol miktarda kaynak suyu, bölgenin verimli ve yaşanabilir arazileri, Roma vatandaşı olan insanların metropol kenti tercih ederek bütün bu avantajlardan yararlanmak istediklerini bize göstermektedirler (Çalık Ross 2011).

İzmit coğrafyasının önemi, erken ulaşım altyapı inşaatını zorunlu kılan ticaret, askeri birlikler ve teçhizatın taşınması ile vurgulanır. Nikomedia'nın deniz ve kara güzergahları üzerinde yer alması ona diğer şehirlerden üstün bir itibar kazandırır. Birçok eski yolun varlığı, Roma ordusunun dönem içindeki sosyo-ekonomisinin geniş çaplı askeri organizasyonu ve stratejisi hakkında bize bilgi zenginliği sağlar. Nikomedia'nın Asya-Avrupa göç patikasındaki konumu, Roma İmparatorluğu zamanında 'İpek Yolu-Bağdat Yolu' olarak bilinen bir ana yol inşa edilmesiyle benzer ölçüde gelişir.

1.3. Kentin Kısa Tarihçesi

Nikomedia, MÖ 264 yılında, kente adını veren I. Nikomedes tarafından kurulmuştur (Strab. XII. 4. 2.; Memnon XX. 1., XX. 3). Nikomedia kenti antik dönemde Bithynia bölgesinin başkentliğini yapmıştır.

Hellenistik Dönem antik kaynakları, Nikomedes ve babası Zipoites'ten başlayarak Nikomedia kentinin kurulması ve sonrasında Nikomedia krallarının diğer bölge yöneticileri ile olan ilişkisi üzerinden bize bilgiler iletilmiştir. Bu dönem bilgilerinin, özellikle Hellenistik Dönem yazarlarının kaynaklarının kaybolması ile kısa fragmanlar şeklinde Roma yazarları tarafından aktarılması ile öğrenilmektedir. Çünkü Nikomedia Hellenistik Dönem'in en önemli başkentlerinden birisidir ve bu avantajı ile Alexandria ve Pergamon'da yetişmiş ya da edebi eserler yazmış birçok edebiyatçının ve sanatçının Nikomedia'da da benzer şekilde yetiştiği ya da eserler ürettiği bilinmektedir. Arrianus buna en güzel örnektir. Arrianus'un *Bithynica'sı* (*Arrianos Bithynika*) dâhil birçok kaynak kaybolmuştur. Fragmanlar şeklinde Roma Dönemi yazarları tarafından aktarılan bu bilgiler ise Nikomedia kentinin kurulması ve Hellenistik Dönem içindeki kralların siyasi ve politik ilişkileri ile kent yönetimi üzerine verilen bilgileri oluşturmaktadır. Bu bilgiler, yazarın kitabının içeriği ile de önemli ölçüde ilişkilidir. Özellikle, Plinius ve Pausanias (*Description of Greece 5.12.6-7*) kentin sanatsal heykeltraşlık ve mimari güzelliğine değinirken, Arrianus ve Diodorus Siculus (*Library 8-40*) kentin savaşlarından ve askeri yapısından bahsetmişlerdir (Çalık Ross 2007).

Coğrafi konum olarak Nikomedia'nın avantajları teritoryadaki tarihsel süreci Paleolitik Dönemlere kadar götürür. 2005 yılından bu yana başkanlığını yürüttüğümüz "Kocaeli İli ve İlçeleri Arkeolojik Yüzye Araştırmaları" ezber bozan verilerle insanlığın Afrika'dan Avrupa tarafına yönelen binlerce yıllık yolculuğunda

geçmek zorunda kaldığı bu coğrafya'da Paleolitik Dönem izlerini bıraktığını ortaya çıkarmıştır.

Yüzyet Araştırmalarının gösterdiği bir başka önemli sonuç ise aslında bölgenin Paleolitik Dönem'den bu yana Neolitik, Kalkolitik, Tunç Çağları (Ökçe, Çalık Ross, Konak 2019) Ege Göçleri, Arkaik (Bayburtluoğlu 1967) Klasik, Hellenistik, Roma, Bizans ve Türk dönemlerinden kesintisiz yerleşim gördüğü ve kültür tabakalarının bütün bu dönemlerin kültür varlıkları ile temsil edildiği gerçeğidir.

Antik Dönem içerisinde bölgeden ilk bahseden kişilerden en önemlisi ünlü tarihçi Herodotos'tur. Ona göre bölgenin öncül yerleşimcileri Thrak boyları olan Bithyn ve Thyenlerdir (Hdt. I. 28., III. 90., VII. 75.; Strab. XII. 3. 3). Böylelikle daha sonradan Nikomedia Kenti'nin de içinde kalacağı bölgenin adı Bithynia olmuştur.

Bithynia'nın yerel halkı Thrak kökenli olsa da MÖ 8. yüzyılın sonlarında Megaralı Hellenlerin kurduğu, günümüz Başiskele sınırları içinde kurulan Astakos yerleşiminin (Strab. XII. 4. 2.; Memnon, XX. 1) gösterdiği üzere bölge, tıpkı günümüz Kocaeli'nde olduğu gibi kozmopolit bir yapıya sahipti. Bölgenin eşsiz coğrafik konumu, Asya ile Avrupa arasında geçişi sağlaması, kentin kozmopolit özelliğini Antik Dönem'den günümüze korumasını sağlamıştır. Bu bağlamda antik yollar ve deniz ulaşımı açısından, bir diğer deyişle antik rotalar açısından kent hep önemli olagelmiştir.

Bölgenin ve kentin stratejik konumunun da etkisiyle birçok antik dönem tarihçisi, coğrafyacısı, edebiyatçısı ve hatta yöneticisi, bu önemli kent ve kentin, siyasi, coğrafik, demografik açıdan etki alanı hakkında yazmak gereği duymuşlardır. Bu yazarların bir bölümü bölgeye ve daha önemlisi Nikomedia'ya hiç gelmemiş olsa da bölgenin önemli konumu ve kentin haklı ünü sayesinde öğrendiklerini aktarmışlardır. Geri kalan yazarlar ise kente ve bölgeye bizzat gelmiş, arklarında değerli bilgiler bırakmışlardır. Bunlardan ilki; Atinalı komutan Ksenophon ve eseri Anabasis'tir. Ksenophon'un, Pers iç savaşındaki görevlerinden vatanlarına geri dönen Hellen birliklerinin Kalpe (Kerpe) Limanı'na gelişlerini ve burada Bithynia Thrakları (Öngen 2021) ile olan mücadelelerini birinci ağızdan anlatması, (Ksen. Anab. VI. 4. 2.) günümüz Kandıra'sının az bilinen erken dönem tarihine büyük katkı sağlamıştır.

Büyük İskender ve Hellenistik Dönem ile ilgili en önemli kaynağın yazarı olan Arrianus, Nikomedia'lıdır. İskender'in Anabasis'i adlı eserin de yazarı olan Arrianus, dönem tarihine ilişkin önemli veriler sunarken yine aynı dönemin Nikomediası hakkında bilgi verir (Arr. *Bithy. frag.*). Arrianus, kent tarihindeki erken dönem yazarlarının başında gelir.

Hellenistik Dönem'in önemli şahsiyetlerinden olan Kartacalı Hannibal'in son yılları Nikomedia çevresinde geçmiştir. Mezarı Nikomedia etki alanı içinde kalan Libyssa'dadır. Bölgeye dair bilgi veren Cassius Dio'ya göre; Roma İmparatoru Septimius Severus, memleketlisi Hannibal'in mezarını yeniden yaptırmıştır (Cass. Dio XVIII. 65. 7).

Bithynia Bölgesinin MÖ 74 yılında Roma egemenliğine girmesi sonrasında antik kaynaklar ve arkeolojik veriler açısından kent

hakkında daha fazla veriye sahibiz. Kent tarihi paralelinde arkeolojik dokunun korunageldiği en önemli veriyi Genç Plinius (MS 61-112)'tan öğrenmekteyiz. İmparator Traianus Dönemi'nde Bithynia Valisi olan Genç Plinius, kentin tapınakları ve diğer kamu yapılarından bahseder (Plin. epist. X. 33, 49). Bunun yanında kentte devam eden su getirme sisteminin bir parçası olan su kemeri inşaatına değinir (Plin. epist. X. 37). Söz konusu su kemeri ve su yolu büyük oranda günümüze gelmiştir ve modern kentin en önemli arkeolojik rotalarından bir olmaya adaydır (Çalık Ross 2019, Gökkadar 2018)

Nikomedia özellikle doğuya yapılan askeri seferlerin artışıyla imparatorların konaklama yeri haline gelmiştir. MS 3. yüzyıl içerisinde sırasıyla Caracalla, (Ruge 1936⁶, 475) Elagabalus, (Cass. Dio LXXIX. 39. 3., LXXX. 7. 3) Severus Alexander ve III. Gordianus (Çalık Ross 2007, 72-73) kentte konaklamıştır.

MS 4. yüzyıl, kentin özellikle dinler tarihi açısından ön plana çıktığı dönemi teşkil eder. Dönemin önemli Hristiyan yazarları Lactantius ve Eusebius, sık sık Nikomedia'dan söz eder. İmparatorluk tarihindeki en büyük Hristiyan kovuşturması MS 303 yılında, Nikomedia'daki Büyük Kilise'nin yıkılmasıyla başlamıştır (Lactantius, De Mort., 12) Bu süreç içerisinde Nikomedia'da çok sayıda önemli Hristiyan ruhban sınıfı temsilcisi öldürülmüş ve bunlar dönemin Hristiyan yazarlarıncı şehit olarak geçiren tanınmış kişilerdir (Eusebius, Hist. Eccl., 8.6.2-5) Bu kişilerden en çok öne çıkan Anthimos'tur ve kovuşturma sonrasında Nikomedia'da adına bir şehitlik yapıldığı aktarılır (Malalas, 14.20) Kentin bir diğer önemli şahsiyeti Azize Barbara'dır. Kentin bu geçmiş ve dönemde yaşanan olayların merkezi oluşu nedeniyle Nikomedia, yani günümüz İzmit'i özellikle İnanç Turizmi açısından Avrupa'nın önde gelen merkezi olmaya güçlü bir adaydır. Ayrıca ilk MS 311 yılında Hristiyan zulmüne son veren 'Hoşgörü Fermanı', dünyada bir ilk olarak Galerius tarafından Nikomedia'da yayınlanmıştır (Çalık Ross 2016, 2017). İkincisi MS 313 yılındaki 'Milano Fermanı' olmak üzere, Büyük Hristiyan Kovuşturmasına son veren hoşgörü fermanlarının ilk olarak Nikomedia'da hazırlandığı bildirilmektedir (Lactantius, De Mort., 34), bu açıdan günümüz Avrupası'nın şekillenmesinin ilk adımı İzmit'te atılmıştır (Çalık Ross 2017, Koçyiğit 2020)

Tarih sayfaları çevrilirken Nikomedia (İzmit) ve Nikea (İzmit) kentlerinin sürekli bir yarış ve öne çıkma mücadelesi içinde olduklarıyla karşılaşılıyor (Dereboy 2007) İki kentinde bir başkent-metropolis olma yolunda bütün sosyo-kültürel alanda var oldukları hatta metropolis olarak sikke-para bastıklarını şahit oluyoruz.

Her ne kadar Nikea-İzmit MS 325 Ekümenik (evrensel-genel) Konsil'e ev sahipliği yapmış ve İsa'nın gerçek Tanrı olup olmadığı gibi Hristiyanlığın içerisinde tartışılan bazı konuları netleştirmek amacı ile toplanmış olsa da, bütün bu değişikliklere olanak sağlayan MS 306-337 yılları arasında hüküm süren impartor I. Konstantin veya Büyük Konstantin'in Nikomedia'da büyüyüp, eğitildiğini ve hatta kente yakın bir yerde öldüğünü kaynaklar bize aktarır.

Aslında bugün Bursa sınırları içinde kalan modern adıyla İznik, antik Nikea, Nikomedia kentinin kimliğinin oluşmasında ve özel karakterinin gelişmesinde yarışçı özelliği ve konumu ile çok önemli bir rol oynar (Dereboy 2007). Nikomedia (İzmit) ve Nikea(İznik) kentlerinin uzun soluklu kültürel yarışı hem antik

dönemde hem de antik dönemi önemseyen ya da dinler tarihi bilincine sahip modern ziyaretçilerin de bölgeye gelmesine ve hem antik kaynaklarda hem de din kitaplarında okudukları yerleri görme isteğine neden olmuştur.

Tablo I: Kent Tarihinin Önemli Şahsiyetleri

KİŞİ	TARİH	KENT TARİHİNE KATKILARI
Ksenophon/ Xnephon	M.Ö. 431-355	Anabasis adlı eseri ile ünlü olmakla birlikte filozof, yazar, asker kimliği ile ön plana çıkar. Eserinden yola çıkarak Bithynia bölgesi sınırları içerisinde Pers ordusu ile birlikte girmiş Kalpe'den Khalkhedon'a yol alırken muhtemelen bu yol hattında Nikomedia'ya da uğramıştır.
I. Nikomedes	M.Ö. 279-255	Bithynia Kralı ve M.Ö. 264 yılı Nikomedia kentinin kurucusudur. Kurduğu kenti, Anadolu'daki en gelişmiş ve zengin kentler arasındaydı.
Hannibal	M.Ö. 183	Pön savaşına Kartaca'nın yöneticisi ve komutanı olarak katılmış, tarihteki önemli askeri taktikçilerden biriydi. Nikomedia, Roma tarafından sürgün edildikten sonra uğradığı ikinci sığınağıdır. Romalıların eline geçmemek için Bithynia sınırları içerisinde kendini MÖ 183 yılında zehirleyerek öldürmüştür.
IV. Nikomedes	MÖ. 94-75/4	Kardeşi Sokrates'e karşı taht mücadelesi vererek Bithynia hanedanlığın son kralı olmuştur. MÖ. 74 yılında krallığı Roma'ya miras bırakır.
Genç Plinius	MS. 63-113	Yaşlı Plinius'un yeğeni olmakla birlikte Bithynia Eyaletinin yöneticisi, yazar, filozof ve iyi bir avukattır. Bithynia'daki görev yıllarında Roma İmparatoru Trianus'a Nikomedia ve çevresi hakkında önemli bilgiler aktardığı <i>mektuplar</i> yazmıştır.
Arrianus	MS. 87-145	Nikomediالی tarihçi, Roma senatörü ve İmparator Hadrianus'un da öğretmenliğini yaptığı yaşantısında <i>Aleksandrou Anabasis</i> ile <i>Bithynia Tarihini</i> yazmıştır.
İmparator Traianus	MS. 98-117	Döneminde Roma İmparatorluğunu en geniş sınırlarına ulaştırır ve Nikomedia İmparator Eyaleti olmadığı halde bu eyalete pro-consul unvanlı bir vali yerine, legatus Augusti pro praetore unvanıyla Genç Plinius'u Senatus kararıyla vali olarak atamıştır. Aynı zamanda Nikomedia su kemerleri projesini onaylamıştır.
İmparator Hadrianus	MS. 117-138	MS. 2. yüz yılın başlarına tarihlenen depremin neden olduğu yıkımı onarmak için Nikomedia'ya parasal yardımda bulunmuştur. İmparatora kenti yeniden kurduğu için kent tarafından <i>Restitutor Nikomediae</i> ünvanı verilmiştir.
İmparator Diokletianus	MS. 245-312	Döneminde yaşanan ekonomik krize çare olarak emperyal devlet yapısında değişikliklere giderek temel reformlar getirdi. Nikomedia'da imparatorluğunu ilan etmiş ve söz konusu kenti Roma İmparatorluğunun başkenti haline getirmiştir. Bu dönemde Nikomedia'ya saraylar, darphaneler, circuslar gibi yeni yapılar inşaa edildiğini antik kaynaklar aktarmaktadır.
İmparator Galerius	MS. 305-311	Dünyada bilinen ilk hoşgörü fermanını MS. 311 yılında Nikomedia'da yayınlamıştır.
Licinius	MS. 308-324	Yönetimi döneminde 311 Hosgörü Fermanı ve 313 Mileno Fermanı ilan edilmiştir.
Lactantius	MS. 240-320	Eserinde Nikomedia'dan söz eder hatta Roma ile Nikomedia arasındaki mimarlık, kent zenginliği, güzellik yarışından bahseder.
Büyük Konstantin, I.Konstantinus	MS. 306-337	Hıristiyanlığı kabul eden ilk Roma İmparatoru ve 330 yılında başkentliği Nikomedia'dan alıp Konstantinapolis'i başkent ilan etmiştir.

Nikomedia tarihinde MÖ 5.yy larla beraber başlayan Antik kaynaklar bir taraftan kendi zamanlarında ses getiren önemli şahsiyetleri (**Tablo I**) ön plana çıkarıp, onlar hakkında bilgi vermeye çalışırken diğer taraftan kent tarihine ışık tutma yolunda belirleyici mihenk taşları olmuşlardır.

1.3.1. Roma Başkenti Nikomedia:

Bithynia *Koinon* (birlik)'un merkezi olan Nikomedia, sırasıyla Hellenistik Bithynia Krallığı, Bithynia Eyaleti ve Roma İmparatorluğu başkentliği yapmış Anadolunun en önemli antik yerleşimlerinden birisidir. Popüler bir kent olarak öncesinde Bithynialılar ve sonrasında özellikle Romalıların neden burayı başkent olarak seçtikleri konusuna gelince, tartışmasız avantajlara sahip bir yerleşim yeri olması gerçeği ile karşılaşılıyor. Kentin başkent olduğu dönemlerde ağırlıklı olarak kullanılan yoğun günlük kullanım kapları buluntusu (Ekin 2014) ve başkent teritoryasının şaşasını gösteren binaların günümüze kadar ulaşan parçaları (Girgin 2014) bize kadar ulaşan verilerin en değerlilerindedir (Çalık Ross 2019).

Kentin imparatorluk içerisindeki bu merkezi durumu, MS 3.yüzyıl sonlarında artmıştır. İmparator Diokletianus'un Nikomedia'yı kendine başkent yapması (Lact. mort. pers. XVII. 2-9.; Ruge 1936, 476) kaçınılmaz olarak imar faaliyetlerini beraberinde getirmiş ve kentin MS 4. yüzyıl içerisinde dünyanın en güzel şehri olarak

niteleneğine sebep olmuştur. Özellikle Geç Antik dönemde Nikomedia, Efes, Antiochia, İskenderiye gibi kentlerle yarışacak şekilde dünyaca ünlü bir konuma gelmiştir.

2. Nikomedia Antik Kentinin Kültür Mirası

2.1. Bilimsel Çalışmalar ve Yöntemleri

Arkeolojide takip edilen en önemli iki yöntem stili karşılaştırmak-stil kritik ve kültür varlıklarının kronolojik olarak ele alınmasıdır. Bilimsel çalışmalar ise müzelerde müze çalışması-araştırması olarak tanımlanır. Ören yerleri ve arkeolojik dokularda yapılan çalışmalar ise, yüzey araştırması, kurtarma kazıları ve bilimsel kazılar olarak adlandırılır. Son yıllarda bir sosyal bilim olan Arkeoloji ile fen bilimlerinin birleşmesi olan Arkeometri bilimindeki gelişmeler hem Nikomedia teritoryasında tespit edilen kültür varlıkları hem de bu kültür çevresinden koparılmış ve farklı koleksiyonlarda sergilenen eserler üzerinde uygulanarak bilim dünyası ile paylaşılır duruma gelmiştir.

Özellikle son yıllarda büyük bir artış gösteren akademik çalışmalardan lisansüstü tezleri (**Tablo II**) bilimsel olarak incelenen konular açısından tarihi ve kültürel geçmişi ile Nikomedia'nın bir çok bilim dalına ışık saçacak bir potansiyele sahip olduğunu ispatlamışlardır.

Tablo II: Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

Yüksek Lisans

Öngen, S. (2021). <i>Kocaeli ve Çevresi Thrak İzleri</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
Deniz, Y. A. (2020). <i>Hellenistik ve Roma Döneminde Nikomedia</i> . Yüksek lisans tezi, Uşak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uşak.
Koçyiğit, E. S. (2020). <i>Nikomedia Hoşgörü Fermanı'nın Kocaeli Kent Kültürü ve Toplumsal Bellek Bağlamında Yeri ve Önemi</i> . Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
Karanfil, S. (2019). <i>Kocaeli Müzesi'ndeki Bizans Sikkeleri</i> . Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
Konuş, G. (2019). <i>Roma İmparatorluk Dönemi Pontos Ve Bithynia Bölgeleri Sikkelerinde Mimari Tasvirler</i> . Yüksek lisans tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
Özak, T. (2019). <i>Taş Ocağından Tapınağa: Nicomedia Rölyefleri Örneğinde Geç Roma Dönemi Heykeltıraşlık Atölyelerinin İşleyiş Mekanizmaları</i> . Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
Gökkadar, T. (2018). <i>İzmit (Nikomedia) Kültür Varlıkları ve Arkeolojik Turizm</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
Karahan, G. (2018). <i>Bithynia Bölgesi'nde Kybele Kültü</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
Yücedağ, Z. (2018). <i>Nikomedia Lahitleri</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
Karaoğlu, T. (2017). <i>Giresun Müzesi'nde Bulunan Bir Grup Bizans Sikkesi</i> . Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
Tekdemir, N. (2016). <i>Roma Dönemi Nikomedia Sikkelerinde Tapınak Betimleri</i> . Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
Ekin, E. (2014). <i>Nikomedia ve Çevresinden Roma Dönemi Pişirme Kapları</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Girgin, O. (2014). <i>Nikomedea ve Çevresinden Roma ve Bizans Dönemi Sütun Başlıkları</i> . Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
Yavuzylmaz, Y. (2014). <i>Kocaeli Merkezde Bulunan Bizans Dönemi Taş Eserleri</i> . Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
Hakan, G. (2009). <i>Kocaeli Müzesindeki Bizans Devri Mimari Plastikleri</i> . Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
Aslan, E. (2006). <i>Mezar Stelleri Üzerinde Betimlenen Motiflere Göre Antik Çağ Gemileri</i> . Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
Erdoğan, E. (2001). <i>Roma Dönemi Nikomedeia Sikkeleri</i> . Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Doktora

Aksoy, T. (2016). İzmit (Nikomedeia) Su Yolları. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

2.2. Taşınmaz Kültür Varlıkları

Arkeolojik verilerin göstergesi olan Kültür varlıkları, arkeoloji alan çalışmalarında Somut Olmayan ve Somut Kültürel Varlıkları olarak ele alınırken, ikinci sıradakiler ayrıca Taşınır ve Taşınmaz Kültür Varlıkları olarak değerlendirilmektedirler. Bu makalede sadece kent merkezindeki Taşınmaz Kültür Varlıkları incelenecektir.

Nikomedia Surları

Roma ve Bizans Dönemlerinde İzmit 'in oldukça geniş bir bölümünü çevreleyen, bölgeye hakim tepeler üzerindedir. Surlar kenti, kuzey-batı-doğudan gelen yollarla ve tatlı su kaynakları ile ilgili tehlikelerden korumaktaydı. Surların uzunluğu 6 kilometreyi aşmaktadır. En yüksek noktası 10 metreyi geçen Bayraktar Burcu'dur (Fıratlı 1971, 11-12; Foss 2002, 50; Zeyrek 2005, 30).

Kanlıbağ Tümülüsü

Doğu Nekropol alanında 1967 yılında yapılan temel kazısı esnasında ortaya çıkarılan tümülüsün kalker taşından yapılmış tonozlu bir mezar odası açığa çıkarılmıştır. Tümülüsün içinde çok sayıda küçük buluntu ele geçmiştir (Meriçboyu- Atasoy 1969, 67-80).

Gültepe Nekropolü ve Martyrion Alanı

Hellenistik, Roma ve Bizans dönemlerine ait mezarlar bulunan alan, Nikomedia'nın kuzey nekropolünün bir parçasıdır. MS. 4. -5. yüzyıla tarihlenen bir kilise (?) kalıntısı ile çevresinde konumlanan Martyrion bulunmaktadır (Aksoy 2011, 43; Demir 1993, 229-249).

Üçtepeler ve Kabaoğlu Köyü Tümülüsleri

Tescil edilmiş 7 adet tümülüsten köyün içindeki Büyük Tümülüs adındaki kazılmıştır. Mezar odasında kline parçaları ile iskelet parçaları ele geçmiştir (Aksoy 2011, 79-85; Aksoy 1996, 399-413). Umuttepe Üniversite Yerleşkesi'ne yakın bir yerde 2006 yılı Yüzyet Araştırmaları sırasında bir tümülüs'ün yol açımı sırasında tahrip edildiği gözlemlenip raporlanmıştır.

Su Yolları/Taşıma Sistemleri (Kanallar ve Kemerler)

Bir dönem Roma İmparatorluğu'nun Anadolu'daki başkenti olan Nikomedia'da ihtiyaç karşısında inşa edilen su yolları ağı; kesme taş kanallar, kayaç örgü kanallar, örgü kanallar, oyu kanallar,

havalandırma bacaları, su köprüleri/su kemerleri, pişmiş toprak borular ve kurşun borulardan oluşmaktaydı Nikomedia su yolları arasında en yüksek su taşıma kapasitesine sahip su yolu Paşasuyu olup 28 kilometre uzunluğundadır (Aksoy, T., 2015, 187-239; Ayşe Çalık Ross, Kocaeli İli ve İlçeleri Yüzyet Araştırmaları, 2005-2019 Raporları)

Kabaoğlu Antik Su Kemerleri

İki katlı inşaa edilmiş su kemeri 50 metre uzunluğunda ve 15 metre yüksekliğinde Roma, Bizans ve Osmanlı Döneminde kullanım ve onarım görmüştür. Çevresinde antik yerleşim olduğuna işaret eden seramik parçalarına rastlanmıştır (Aksoy 2011, 116).

İn Bayırı Sarnıcı

Saraybahçe İlköğretim Okulu'nun bulunduğu mevkide, MS. 4.-5. yüz yıla tarihlenen ve 24 sütun, 15 ayak tarafından taşındığı seyahlarca söylenen, tuğladan inşaa edilmiş sarnıç kısmen toprağa gömülü durumdadır (Fıratlı 1971, 18; Aksoy 2016, 153).

Nymphaion

Nikomedia kent merkezi Hacıhasan Mahallesi'nde bulunan Roma Dönemine ait Anadolu'nun en büyük anıtsal çeşmelerinden biridir. Yapının cephesinde korint tarzı sütunlar ile yazıtlı bir kemer bulunmaktaydı (Fıratlı 1971, 14).

Nikomedia Antik Tiyatrosu

Yüzyet Araştırması ekibinin 2005 yılında keşfettiği en çarpıcı buluntulardan birisidir. İzmit/Orhan Mahallesi'nde bulunan Hellenistik-Roma Dönemi antik tiyatronun, cavea/theatron kısmı, analemma duvarına ait dış cephesi tespit edilmiştir. Tiyatronun yamaca yaslı konumu, ön plana çıkan şehir manzarası ve oturma sıralarının ana kayaya oyulmuş olması yapıya Hellenistik özellik veren unsurlardır. Yapının dış çapı 164 metre olarak ölçülmüştür, bu özelliği ile Antik dünyanın en büyük tiyatrosu ya da yeni keşfedilecek tiyatroları arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Çalık Ross 2007, 97, 112, 120-121).

Seka Arazisi Kalıntıları

Seka inşaatı sırasında ortaya çıkan duvar kalıntıları, Roma Dönemi hamam yapısı, liman agorasına ait olabilecek bina kalıntıları, İmparator Diokletianus'a ait olduğu düşünülen saray kalıntıları bu alanda yapılan kurtarma kazıları sonucu ortaya çıkarılmış mimari verilerdir (Zeyrek vd. 2005; Fıratlı 1971, 16; Bittel, Schneider, Dörner 1939, 94-207).

Çukurbağ Antik Kalıntıları

Roma Dönemine tarihlenen ve kent merkezi Çukurbağ'da kurtarma kazısı sonucu bulunan, anıtsal bir Roma yapı kompleksine ait mimari parçalar, çok renkli kabartmalar ve heykeller gün yüzüne çıkarılmıştır (Aksoy 2011).

Aziz Pantelemon Manastırı

İzmit'in batısında konumlanmış Bizans Dönemi kilise yapısı üzerine, Birinci Dünya Savaşı öncesinde inşaa edilen Pantelemon Manastırı yapısı, savaş esnasında yıkılmıştır. Geç Dönem yapısı olmasına rağmen altında Bizans Dönemi kilise yapısı olduğu kaynaklarda belirtilmiştir (Fıratlı 1971, 17-18; Aksoy 2011, 44).

2.3. Kurtarma Kazıları

Kanlıbağ Tümülüsü

Doğu nekropol alanında, Kadıköy Mahallesi'nde 1967 tarihinde Kanlıbağ Tümülüsü kurtarma kazısı yapılmıştır. Bulunan kültür varlıkları: tonozlu mezar, zemini çakıl döşeli dromos ve kiremit mezar; mezar odasında, Hellenistik ve Roma Dönemi'ne tarihlenen toprak kandiller, koku şişeleri, diadem, kaplar, yüzük, plaka/amulet, yüzük taşı, cam boncuklar, küçük çubuklar, disk, anahtar, kemer tokası, bronz tel kulp, bronz süslü çubuk, bronz halkalar, bronz sikkelerdir (Fıratlı, 1971, 17; Meriçboyu-Atasoy 1969, 67).

Gültepe Nekropolü ve Martyrion

Nikomedia'nın kuzey nekropol sahasında Hellenistik, Roma ve Bizans dönemlerine ait mezarlar bulunan alan belgelenmiştir. 1991 yılında bu arkeolojik alanda yapılan çalışmalarda, önce freskli bir mezar odası, ayrıca 12 mezar odası, 7 mezar, Bizans Dönemi'ne tarihlenen tuğla örgülü mezarlar, lahit, yazılı adak taşları, dörtgen şekilli mezarlar, MS. 4. veya 5. yy. ait haç planlı bazilika yapı/kilise ve çevresinde bulunan martyrion'a rastanmıştır (Aksoy 2011, 43; Demir 1993, 229-249).

Üçtepelere ve Kabaoğlu Köyü Tümülüsleri

Üçtepelere ve Kabaoğlu Köyleri ve eski İstanbul yolu üzerinde 7 adet tümülüs bulunmuştur. 1994 tarihinde, İzmit Müzesi tarafından Büyük Tümülüs'de kurtarma kazısı yapılmıştır. Üç adet kliniye ait parçalar bulunmuştur (Aksoy 2011, 79; Aksoy 1996, 399-413).

Çukurbağ Antik Yapı Kompleksi

Çukurbağ Mahallesi, özellikle Roma Dönemi Nikomedia'sının önemli yapı kalıntılarının ortaya çıkarıldığı bir merkezdir. 2001 ve 2009 yılları arasında kurtarma kazılarında anıtsal bir Roma yapısına ait mimari kalıntılar, çok renkli (polikrom) rölyefler ve

heykeller ortaya çıkarılmıştır. Ele geçen buluntular arasında polikrom rölyefler, 4 farklı devasa heykele ait olduğu düşünülen mermer parçalar, çok sayıda mimari yapı parçası ve Herakles heykeline ulaşılmıştır. Bu alandaki kazılar hala devam etmektedir (Aksoy 2011, 47).

Serdar Mahallesi İSU Kazısı

2017-2019 yılları arasında Serdar Mahallesi'nde gerçekleştirilen kurtarma kazılarında, özellikle Roma Dönemine ait çok sayıda kiremit mezar, amphora mezar, 4 tanesinde yazıt bulunan 5 adet lahit keşfedilmiştir. Bu alandaki Kocaeli Arkeoloji Müzesi tarafından yapılan çalışmalar hala sürdürülmektedir.

Seka Alanı Kurtarma Kazısı

1930'lu yılların sonlarında, Kâğıt Fabrikası kazıları esnasında, antik kentin deniz kenarındaki batı köşesine dair, İstanbul Alman Arkeoloji Enstitüsü yetkilileri tarafından gözlem yapma şansı yakalanmış ve yapılan bu gözlemler 1939 yılında yayımlanmıştır (Bittel, Schneider, Dörner 1939, 94-207). Fabrika kazıları esnasında alanda büyük çaplı yapılar ve yapı kompleksleri ortaya çıkmıştır. Bunlar içerisinde tanımlanabilen ve büyük bir kompleks halinde olduğu anlaşılan bir yapı hamamdır. Ortaya çıkan pişmiş toprak künkler, mermer kaplama levhaları ve zemin altı kanalları yapının tanımlanması için arkeolojik kanıtları ihtiva etmiştir. Seka alanındaki yapı gruplarının büyük kısmı MS 3. yüzyıla tarihlendirilmiştir.

Alandan çıkan, mimari dışında, çok sayıda arkeolojik eser de vardır. Bu eserler içerisinde İmparator Diokletianus portresi de dâhil olmak üzere çok sayıda erkek ve kadın portresi, Kybele ve satyr gibi mitolojik karakterlerin heykelsiz boyutlarındaki tasvirleri ve yazıtlar, Dörner tarafından tanıtılmıştır (Dörner 1941-Dörner 1941a). Yine Seka Alanı'ndan çıkan bir bölüm bronz eser (Koyunoğlu 1953, 31-37) ve sikke defnesi (Ebcioğlu 1967, 166-172) de daha sonraki yayımlarda ele alınmıştır. Tüm bu veriler, alandaki yoğun mimari dokuyla birlikte değerlendirildiğinde Seka Alanı'nın Nikomedia'nın en azından ticari merkezini teşkil ettiğini göstermektedir.

2.4. Yüzey Araştırmaları

2005 yılından bu yana sürdürülen "Kocaeli İli ve İlçeleri Yüzey Araştırması" arkeolojik çalışmalarında, modern İzmit'in altında kalmış, dünya kültür mirasında önemli bir yeri olan antik Nikomedia kentini ve teritoryumundaki küçük/büyük tüm antik yerleşimleri belirlenmesi, arkeolojik dokuların ve eserlerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. 2005 yılında, İzmit merkez ilçesinde başlatılan çalışmaların sonucunda elde edilen önemli veriler, kentin tarihsel kimliğine önemli açılımlar getirecek niteliktedir. Özellikle antik kent kimliğinde çok önemli bir yeri olan Orhan Mahallesi'ndeki tiyatro yapısı, Kocaeli kentinin antik tarihsel kimliği varlığının önemsenmesi ve korunması yönünde önemli bir etki yaratmıştır. Üçtepelere, Gültepe gibi nekropol alanları da belirlenerek çalışmalar sonucunda Nikomedia kentinin arkeolojik haritası çıkartılmış antik dokunun yayılım alanları tespit edilmiştir

Yüzey Araştırmaları kent merkezindeki taramalarla başlatılmış ve Nikomedia antik kentinin su ihtiyacını büyük oranda karşılayan, Paşasuyu su kaynağından başlayarak Çukurbağ'a kadar devam eden antik su sistemi izlenmiştir. Su kaynağından kent merkezine kadar, suyun 23 adet su kemeri ile taşınırken kent içerisine dağıtımının, pişmiş toprak künklerle veya kiremitten semer-dam çatılı, taş örgü-dörtgen kanallar ile yapıldığı belirlenmiştir. Kentin savunma sistemleri incelenmiş, antik kentin güvenliğini sağlayan Diokletianus Dönemi'nde genişletilerek onarılan sur sistemi takip edilmiş ve belgelenmiştir (Çalık Ross 2008, 2010).

Nikomedia'nın konumlandırıldığı İzmit merkezde tamamlanan çalışmaların ardından takip eden yıllarda Hellenistik-Roma Başkenti olarak Nikomedia'nın kültür etkisi içinde kalan-teritorya sınırlarını kapsayan Kocaeli'nin diğer ilçeleri araştırılmaya başlanmıştır (Çalık Ross 2007, 2007b).

Deniz ve kara yolları açısından önemli bir konuma sahip Nikomedia'ya ulaşan antik kara yolları ve bu yolların denizle bağlantısı olanlarının büyük kısmı Kocaeli yüzey araştırmasında belirlenerek harita üzerine işlenmiştir. Batıda Khalkedon (Kadıköy) üzerinden Nikomedia'ya ulaşan ana yol ağları takip edilmiştir. Ana yollardan ayrılarak dağılan ara yollar ve çevrelerindeki arkeolojik alanlar bu sayede incelenmiştir. Nikomedia'nın batısındaki araştırmalarda çok sayıda Hellenistik ve Roma Dönemi'ne ait yerleşim yerleri ve nekropoller tespit edilmiştir. Belirlenen mezar tipleri arasında Tümülüsler, kiremit çatma mezarların yanı sıra çok sayıda yerel taştan veya mermerden Balkan ve Avrupa Thrakia'sında bulunanlara benzeyen lahit ve/veya parçaları tespit edilmiştir. Tespit edilen mezarlardan, Nikomedia nekropol sınırlarının Körfez'e ve hatta Kandıra sınırları içerisine kadar uzandığı görülmüştür. Bu bölgeye ait en önemli buluntulardan biri ise Thrak kültürlerine ait açık hava tapınım alanlarıdır. Hem Avrupa hem de Asya Thrakia'sında görülen bu kutsal alanlar, kaya üzerinde yer alan farklı boyutlardaki sunu çukurları ile büyük benzerlikler taşımakta olup bölgenin antik dönem dini ritüelleri ve kökenleri hakkında önemli bilgi sağlamaktadırlar. Bütün bu araştırmalar sürdürülürken Hava Arkeolojisi teknolojisi eğitimi de Türkiye'de ilk defa verilip, bu teknoloji kullanılarak bilimsel ilerlemelerin avantajı sağlanmıştır (Çalık Ross 2014)

Nikomedia teritoryumunda yer alan Astakos/Astakenos (İzmit Körfezi güneyinde gerçekleştirilen incelemelerde Eribolon (Gölcük), Prainetos/ Preietos veya Pronectus (Karamürsel), Soroi (Tepeköy) ve Herakleia (Ereğli) gibi önemli antik kentlerin lokasyonları ve sınırları belirlenmeye çalışılmıştır. Nikomedia veya Hellenapolis (Altınova) üzerinden Nikea (İzmit) antik kentine ulaşan antik yollar takip edilmiş, bu yollar üzerinde daha önce hiç belgelenmemiş birçok köprü kalıntısı tespit edilmiştir. Bunlardan bir tanesinin

beş gözlü olabileceğini düşünmekteyiz. Antik Dönemde de su kaynağı ve toprak açısından oldukça bereketli olan bu bölgede çok sayıda Hellenistik ve Roma dönemi yerleşimi olabilecek alanlar harita üzerine işlenmiştir. Bunlarla birlikte Osmanlı Dönemi köyleri ve aralarındaki ulaşımı sağlayan köy yollarının yanı sıra Kurtuluş Savaşı sırasında etkin rol oynamış siperler ile savaş sırasında bu siperlere erzak taşınmasını sağlayan ara yollar ortaya çıkarılmıştır (Çalık Ross, Ekin 2020)

Ticarette büyük rol oynayan Nikomedia'nın Karadeniz kapısı Kalpe (Kerpe) ile arasındaki ulaşımı sağlayan kara yollarının bir kısmı açığa çıkarılmıştır. Özellikle antik dönem yol mühendisliğinde gördüğümüz taş döşeli yolların buradaki kayalık alanlarda kullanılmaması dikkat çekicidir. Zemini kayalık olan yol güzergâhları olasılıkla çamurlanarak bataklık haline gelmeyeceği için olduğu gibi bırakılmıştır. Bu sayede tekerlek izleri tespit edilerek fotoğraflanmıştır. Yapılan çalışmalarda taş ocakları, deri tabaklama işliği, lahit atölyeleri gibi birçok atölyenin tespiti bize bölgenin bir üretim merkezi olduğunu düşündürmektedir. Yerel taşlardan yapıldığını gördüğümüz çok da kaliteli olmayan lahitle belirlediğimiz gibi platformlu, yazatlı büyük boyutlu mermer lahitlerinde bölgede yer aldığı görülmüştür. Bu da bölgenin irili ufaklı çok sayıda yerleşime ev sahipliği yaptığını kanıtlamaktadır.

Nikomedia'nın doğusunda gerçekleştirilen çalışmalarda ise Sakarya üzerinden Ankyra (Ankara) antik kentine doğru İç Anadolu'ya ulaşan antik yol güzergâhı izlenmiş, bu yol çevresindeki yerleşim yerleri incelenmiştir. Bölgede en yaygın mezar tipinin toprak yığma Tümülüs olduğu görülmüştür. Bu Tümülüsler incelendiğinde ise bilim dünyasında az bilinen bölgeye özgü yeni ölü gömme geleneklerinin var olduğu anlaşılmıştır. Sonuçların kesin bir şekilde kanıtlanması için bölgede bilimsel arkeolojik kazı yapılması şarttır.

2005 yılından beri sürdürülen çalışmalar sonucunda ele geçen ve-riler, önemli bir coğrafi konumda bulunan Kocaeli kentinde, antik dönemde jeopolitik, ticari ve askeri bir öneme sahip olan antik yol ağını, hayati öneme sahip olan antik su sistemlerinin, nekropol alanlarının, daha önce belirlenmemiş antik yerleşimlerin ve zengin arkeolojik dokuların belirlenmesi, antik kentin teritoryumunun oldukça geniş olduğunu ve dahi çevresinde zengin birçok yerleşim yerini kültürel olarak etkilediğini kanıtlamaktadır. Ayrıca yüzey araştırmaları sayesinde tarihhöncesi dönemler için Doğu Marmara olarak adlandırılan bölgenin çok fazla bilginin olmadığı Prehistorik ve Protohistorik dönemleri hakkında yeni bulgulara ulaşılmış ve halen ulaşılmaktadır. Zengin buluntuların yüksek kalitesi, kent merkezi ve teritoryumunun hem kültürel hem de tarihi dokusunun insanlığın kültür mirası olarak tüm dünyaya tanıtılmasının gerekliliğini gösterecek düzeydedir.

Tablo III. Kocaeli İli ve İlçeleri Yüzey Araştırması 2005-2017 Yıllarına Ait Buluntu Verileri (Çalık Ross 2019, 28)

Yıllar	Prehist. Taş Alet	Seramik Parçalar			Mimari Parça	Heykel Parçaları	PT Figürin	Sikke	Metal	Yerleşim	Nekropol	Tümülüs	Taş Ocağı	İşlik, Atölye	Kilise
		Profilli	Profilsiz	Toplam											
2005	11	444	693	1137	267	7	9	23	42	1	1	7	0	0	0
2006	2	160	580	740	212	2	4	4	29	7	0	0	0	0	1
2007	0	23	152	175	325	0	0	0	0	3	12	14	1	1	2
2008	0	0	489	489	28	0	0	5	4	0	0	0	1	1	0
2010	0	0	562	562	82	0	0	0	0	3	0	0	0	1	0
2011	0	434	520	954	88	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
2012	52	554	1281	1835	172	4	2	1	0	5	0	0	0	0	0
2013	78	154	300	454	139	1	0	0	0	2	2	4	0	0	6
2014	2	763	527	1290	127	3	0	1	2	8	3	0	2	2	1
2015	10	532	200	732	60	0	0	11	1	6	5	0	2	1	0
2016	0	320	227	547	38	0	0	0	0	2	0	17	0	1	2
2017	2	450	400	850	17	0	0	1	1	4	2	39	0	0	3
TOPLAM	157	3834	5931	9765	1555	17	16	46	79	41	25	81	6	7	15

Sonuç ve Öneriler

Kronolojik olarak tarihi geçmişine bakıldığında Nikomedia Antik Kenti Geç Antik Dönemin en önemli kentleri arasında sıralanmaktadır. Kentle ilgili yapılan araştırmalar tarihi coğrafyası ve jeopolitik konumu itibarı ile bir rol oynayan bu antik kent ve çevresinde sürdürülen çalışmalar keşfedilecek daha birçok verinin var olduğunu göstermektedir. Ulaşılan ve ulaşılacak olan bu veriler, Kocaeli kentinin ve ülkemizin dünya tarihi üzerinde oynadığı rolün önemini açığa çıkaracak, hak ettiği öneme ve seviyeye getirecektir. Arkeoloji dünyası tarafından az tanınan bu bölge içerisindeki farklı kültürlerle ait veriler daha sonraki çalışmalar için bir referans kaynak oluşturacaktır. Bithynia bölgesi içerisindeki farklı Hellenistik ve Roma kültürlerine ait unsurların yanı sıra Thrak kültürlerine ait verilerin tam olarak anlaşılabilmesi için ise çalışmaların tamamlanması gerekmektedir. Uygarlık tarihi açısından değerlendirildiğinde Nikomedia kentinin dünya coğrafyasındaki en dikkat çekici özelliğinden birisi, bir liman kenti olarak, uluslararası insan sirkülasyonunun en fazla yaşandığı coğrafi noktaların başında gelmesidir.

Antik dünyada klasik liman kentleri karakteristik özelliğinin yanı sıra bugünün şartlarında Türk Donanma kuvvetlerinin konuşlu olduğu da düşünülürse- insanlığın sığınağı dünyanın en korunaklı ve güvenli limanlarından birisi olması nedeniyle yıldızı hep parlıyordu. Bu nedenle limanda yer alan yapılar uluslararası temel ihtiyaçları karşılayacak görkemli yapılarıdır.

Antik kentin doğal bir limana sahip olmasının yanı sıra körfezin etrafının doğal taş ve mermer kaynakları ile çevrili olması bir Roma Başkentinin sağlam ve görkemli yapılarla donatılmış olduğunu hemen hemen bütün antik kaynaklar yazmıştır.

İzmit merkezindeki antik kentin Arkeolojik eserlerine bir turist-ziyaretçi gözüyle bakıldığında ayakta durmayı başarabilmiş çok az yapı ile karşılaşıldığını görüyoruz.

Taşınmaz Kültür varlığı olarak tescil edilmiş büyük çoğunluğu gözle görülebilen en dikkat çekici yapı grubunu kent surları ve sur sisteminin ayrılmaz parçası olarak kule-burçlar oluşturmaktadır. Kentin ayrıca akropolis'ini oluşturan Orhan Mahallesinde iç sur duvarları belirgin bir şekilde tepeyi çevrelemekte ve çıplak gözle izlenebilmektedir. Bilindiği üzere antik dünyanın sosyo kültürel hayatının cıvı cıvı yaşandığı, son derece hareketli ve popüler yapısı Antik Tiyatrolardır. Nikomedia antik tiyatrosuda yine Orhan Mahallesinde, yamacaya yaslanarak şehri tepeden seyreden ve manzaraya hakim bir konumda, dünyanın en büyük antik tiyatrolarından birisi olarak, 7 girişi ve hatta yan duvarları ayakta duran bir sahneser niteliğinde ilgi beklemektedir.

Nikomedia antik kenti bugün modern İzmit kentinin yerleşimi altında hala gizemini saklarken bazı dokularında gün yüzüne çıkan yapıları, toprak altında daha neler olabileceği konusunda önemli ipuçları vermektedir.

Kaynakça

Antik Kaynaklar:

- Arrianos. "Bithynika" Fragmenta Historicorum Graecorum, C.:III. Karl Müller, Paris, (Firmin Didot Fratres, Çev.), 1849.
- Cassius Dio. Roman History, C.:V, Earnest Cary Çev.). The Loeb Classical Library, Cambridge, Harvard University Press, 1955.
- Diodorus Siculus, Diodorus of Sicily, Çev.: C.H. Oldfather, London, 1946.
- Eusebius. The Ecclesiastical History, C.:II, J.E.L. Oulton (Çev.) The Loeb Classical Library, Cambridge, Harvard University Press, 1942.
- Herodotos, Tarih, Çev.: Müntekim Ökmen, 8. bs., İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012.
- Ksenophon, Anabasis, Onbinlerin Dönüşü/ANABAΞΙΣ, Çev.: Oğuz Yarlıgaş, İstanbul, Kabalıcı Yayınevi, 2011.
- Lactantius, De Mortibus Persecutorum, Ed.: Iohannes Pesenti, Torino, Stamperia Reale G.B. Paravia, 1922.
- Malalas, The Chronicle of John Malalas, Çev. Elizabeth Jeffreys, Michael Jeffreys v.d., Byzantina Australiensia, 4, 1986.
- Memnon, Herakleia Pontike Tarihi/περι Ἡρακλείας, Çev.: Murat Arslan, İstanbul, Odin Yayıncılık, 2007.
- Pausanias, Description of Greece, 3 vols. Çev.: F.Spiro, Leipzig, 1903.
- Plinius, Epistulae/Anadolu Mektupları: 10. Kitap, Çev.: Çiğdem Dürüşken, Erendiz Özbayoglu, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005.
- Skylaks, Periplus: Geographi Graeci Minores, Çev. C. Müllerus, (1965), Hildesheim.
- Strabon, Antik Anadolu Coğrafyası, Kitap: XII. XIII. XIV., Çev.: Adnan Pekman, 4. bs., İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2000.

Modern Kaynaklar:

- Aksoy, T. (2016) İzmit (Nikomedeia) Su Yolları. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, T. (2011). Kocaeli Kültür Envanteri (KKE). Kocaeli: Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Kültür Yayınları.
- Aksoy, T. (2000). İzmit Su Yolları. İzmit: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi.
- Aslan, E. (2006). Mezar Stelleri Üzerinde Betimlenen Motiflere Göre Antik Çağ Gemileri, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bayburtluoğlu, C. (1967). İzmit'te Bulunan Arkaik Kuros Başı. Belleten III, 31-34.
- Bittel, K. Schneider, A. M. ve Dörner, F. K. (1939). Archäologische Funde aus der Türkei 1934-1938. Jahrbuch des Deutschen Archäologischen Instituts, 54, 94-207.
- Bosch, C. (1937). İzmit Şehrinin Muhtasar Tarihi (O. N. Arıdağ, Çev.). İstanbul: Devlet Basımevi.
- Çalık Ross, A., vd. (2005). Nikomedia (İzmit) Depremleri ve Arkeoloji. Deprem Sempozyumu, Kocaeli, 23- 25 Mart 2005 içinde (ss.763-767). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.

- Çalık Ross, A. (2007). Ancient İzmit: Nicomedia. İstanbul: Delta Yayınevi.
- Çalık Ross, A. (2007a). "Arkeosismoloji ve Nikomedia (Antik İzmit)", Deprem Sempozyumu 2007, 22-24 Ekim 2007 içinde (ss. 745-746). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Çalık Ross, A. (2007b). İzmit'te Arkeoloji ve Yüzey Araştırmaları. I. Uluslararası Kocaeli ve Çevresi Kültür Sempozyumu, 20-22 Nisan 2006, Kocaeli, Bildiri Kitabı içinde (ss 909-922). Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi.
- Çalık Ross, A., Bora A., Esentürk, Y. (2007). "Nikomedia (Antik İzmit) Çevresinde Jeoarkeoloji Çalışmaları", Deprem Sempozyumu 2007, 22-24 Ekim 2007 içinde (s.265). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Çalık Ross, A. (2008). Recent research in the ancient city of Nikomedia (İzmit) and Its Environs. Pontica 2008: Recent Research on the Northern and Eastern Black Sea in Ancient Times, International Colloquium at the Institute of Archaeology, Jagiellonian Üniversitesi, 21-26 Nisan 2008 içinde (ss. 11). Wraclow: Jagiellonian Universitat.
- Çalık Ross, A. (2010). Preserving in situ remnants of ancient Nicomedia (İzmit). 16th Annual Meeting the European Association of Archaeologists, 1-5 September 2010 içinde (ss. 20). Lahey (Den Haag): European Association of Archaeologists.
- Çalık Ross, A. (2011). "Nikomedia (İzmit) Arkeoloji Çalışmaları ve Kentin Vizyonu", 38. Icanas Kongresi, 10-15 Eylül 2007 içinde (ss. 879-897). Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Çalık Ross, A. (2012). Nicomedia in the time of Augustus. International Colloquium on the Romans at the Black Sea During the Time of Augustus, 4-9 Haziran 2012 içinde (ss. 7-8). Tulcea.
- Çalık Ross, A. (2014). Monitoring the Eastern Marmara Region from the Air: The First Aerial Archaeology School in Turkey. EAA (European Association of Archaeologists) 20. Annual Meeting, 10-14 September 2014 içinde (ss. 61). İstanbul: European Association of Archaeologists.
- Çalık Ross, A. (2014a). The Eastern Marmara Region in Antiquity: A Transit Region Between Europe And Asia. EAA (European Association of Archaeologists) 20. Annual Meeting, İstanbul, 10-14 September 2014 içinde (ss. 59). İstanbul: European Association of Archaeologists.
- Çalık Ross, A. ve Bora, A. (2015). Doğal Afetlerin Romanizasyon Sürecindeki Rollerini: Nikomedia (Antik İzmit) Çevresinde Roma İmparatoru Hadrian'ın Onarım Faaliyetleri ve Depremler. Kocaeli 2015, International 5th Earthquake Symposium, 10-12 June 2015 içinde (ss. 68-69). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Çalık Ross, A., (2016). A Tale of Two Roman Cities: Nicomedia and Thessaloniki in the Time of Galerius. I. International Thessaloniki Art & Design Symposium, 3-6 March 2016, Thessaloniki/Greece, Online: <https://www.docdroid.net/56HYd2s/i-uluslararası-selanik-sanat-ve-tasarım-sempozyumu-tam-metin-kitab.pdf.html>, s. 331-342.
- Çalık Ross A. (2017). Hoşgörü Başkenti Nicomedia ve Galerius'un

Hoşgörü Fermanın Çeviri Denemesi. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi (KOUSBAD) 6, Güz 2017, 135-145.

• Çalık Ross A. (2019). Kocaeli Tarihi Coğrafyasına Kocaeli Yüzey Araştırmasının Katkıları, Uluslararası Orhan Gazi ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu- V, Cilt.I içinde (ss. 19-28). Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi.

• Çalık Ross A.ve Ekin E.,(2020) “Kocaeli İli ve İlçeleri Arkeolojik Yüzey Araştırmasında Keşfedilen Siperler”, Uluslararası Milli Mücadelede Servetiye Cephesi ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu VI, Kocaeli, 8-10 Mart 2019 içinde (ss.847-850),Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi.

• Demir,Zeynep (1993). “Kınalı-Sakarya Otoyolu 88. Km İzmit Kesimi Gültepe Park Alanı Nekropolü Kurtarma Kazısı”. III. Müze Kurtarma Kazıları Semineri. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi: 229-249.

• Demir,Zeynep (1994). “Kınalı-Sakarya Otoyolu 88. Km İzmit Kesimi Gültepe Park Alanı Nekropolü 1992 Yılı Kurtarma Kazısı”. IV. Müze Kurtarma Kazıları Semineri. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi: 357-375.

• Dereboy, N., 2007, ‘A Tale of Two Cities-A Comparative Study of the Development of the Ancient Cities, Nicaea and Nicomedia (İznik and İzmit)’, I. Uluslararası Kocaeli ve Çevresi Kültür Sempozyumu Bildirileri,(Kocaeli: 20, 21, 22 Nisan 2006), I-II, 486-98.

• Dörner, F. K. (1939) “Archaeologische Funde aus der Türkei”. *Archaeologischer Anzeiger*, 156-171.

• Dörner, F.K.(1941) ‘Ein neuer Porträtkopf des Kaisers Diokletian’, *Die Antike* 17, 139-46.

• Dörner, F. K. (1941a). *Inchriften und Denkmäler aus Bithynien*. *IstForsch*, XIV, Berlin: Yayinevi.

• Drexler, W.(1897-1902). *Nicomedia*. ML III, 361-362.

• Duyuran, R. (1947). İzmit’ten Yeni Getirilen Arkeolojik Eserler. *TTOKB*, LXXI, (ss.13-15).

• Ebcioğlu, İ. (1967). İzmit Definesi. *İstanbul Arkeoloji Müzeleri Yıllığı* IXX, (ss.166-174).

• Ekin, E. (2014). *Nikomedia ve Çevresinden Roma Dönemi Pişirme Kapları*. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

• Erdoğan, E. (2001). *Roma Dönemi Nikomedia Sikkeleri*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

• Fıratlı, N. (1971). *İzmit Şehri ve Eski Eserleri Rehberi*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

• Fıratlı, N. (1953). *Bithynia Araştırmalarına Birkaç İlave*. *Belleten* XVII, 15-25.

• Foss, C. (1996). *Survey of Medieval Castles of Anatolia II. Nicomedia*. Londra: British Institute of Archaeology at Ankara.

• Girgin, O. (2014). *Nikomedia ve Çevresinden Roma ve Bizans Dönemi Sütun Başlıkları*. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

• Gökkadar, T. (2018). *İzmit (Nikomedia) Kültür Varlıkları ve Arkeolojik Turizm*. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

• Karanfil, S. (2019). *Kocaeli Müzesi’ndeki Bizans Sikkeleri*. Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

• Koçyiğit, E. S. (2020). *Nikomedia Hoşgörü Fermanı’nın Kocaeli Kent Kültürü ve Toplumsal Bellek Bağlamında Yeri ve Önemi*. Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

• Konuş, G. (2019). *Roma İmparatorluk Dönemi Pontos Ve Bithynia Bölgeleri Sikkelerinde Mimari Tasvirler*. Yüksek lisans tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

• Koyunoğlu, Ö. (1953). *İzmit’ten Gelen Bronz Eserler*. *İstanbul Arkeoloji Müzeleri Yıllığı*, VI, (ss. 31-37).

• Meriçboyu, Y. ve Atasoy, S. (1969). “İzmit Kanlıbağ Tümülüsü” *İstanbul Arkeoloji Müzeleri Yıllığı*, No: 15-16, 67-71.

• Ökse A.T., Çalık Ross, A. ve A. Konak. (2019). *Kocaeli Yarımadası Tunç ve Demir Çağlarına Ait Arkeolojik Bulgular: Yüzey Araştırmaları ve Kocaeli Müzesi’nde Korunan Eserler*. *Arkeoloji ve Sanat Dergisi*, 162, 17-40.

• Öngen, S. (2021). *Kocaeli ve Çevresi Thrak İzleri*. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

• Özak, T. (2019). *Taş Ocağından Tapınağa: Nicomedia Rölyefleri Örneğinde Geç Roma Dönemi Heykeltıraşlık Atölyelerinin İşleyiş Mekanizmaları*. Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

• Öztüre, A. (1969). *Nicomedia-İzmit Tarihi*, İstanbul: Çeltüt Matbaacılık.

• Philipp, H. (1987). *Eine Hellenistische Satyr Statuette aus İzmit (Nicomedia)*. *AA* 131, (ss. 43).

• Ruge, W. (1896). *Bithynia*. *RE* III, 507-510.

• Ruge, W. (1936). *Nicomedia*. *RE* XXXIII, 468-492.

Ruge, W. (1936). *Nikomedia*. *Paulys Realencyclopädie der Classischen Altertumswissenschaft*, 17/1 içinde (ss. 468-492). Stuttgart: George Wissowa.

• Speidel M. P. (1985). *Bithynian Gravestones of Roman Legionaries*. *Epigraphica Anatolica*, (EA), 5, 89-96.

• Şahin, S. (1974). *Neufunde von Antiken Inchriften in Nikomedia (İzmit) und in der Umgebung der Stadt, Münster*.

• Tekdemir, N. (2016). *Roma Dönemi Nikomedia Sikkelerinde Tapınak Betimleri*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

• Tunay, M. İ. (1971). *İzmit Müzesi Roma Devri Portreleri*. *Belleten* XXXV, (ss. 39-44).

• Yavuzylmaz, Y. (2014). *Kocaeli Merkezde Bulunan Bizans Dönemi Taş Eserleri*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

• Yücedağ, Z. (2018). *Nikomedia Lahitleri*. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

• Zeyrek, T. H. (2005). *Nikomedia (İÖ 264/263-İS 358) Arkeolojik Açından Genel Bir Değerlendirme* İstanbul: Ege Yayınları.

• Zeyrek, T. H. ve R. Asal (2005). “İzmit (Nikomedia) Seka-Fabrikası Buluntuları 2003 Yılı Çalışmaları Ön Raporu” 22. Araştırma Sonuçları Toplantısı. 1. Cilt. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Basımevi: 1-11.



Kocaeli Deniz Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research for The Evaluation of Marine Tourism Potential of Kocaeli

Doç. Dr. Tülay POLAT ÜZÜMCÜ

Kocaeli Üniversitesi, Kartepe Turizm MYO

tulay.uzumcu@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6364-9232

Öz

Türkiye, temiz denizleri, deniz turizmine uygun kıyıları, doğal ve tarihî güzellikleri ile uygun iklim koşullarıyla deniz turizminde dünya da en fazla tercih edilen ülkelerden biridir. Ülkemize gelen yabancı turistlerin geçmişten bu yana en fazla tercih ettiği turizm türü ise deniz turizmidir. Deniz turizmi, genel olarak deniz-kum-güneş olarak bilinse de, esasında kapsamı oldukça geniştir. Deniz turizmi; yat turizmi, kurvaziyer turizmi, günübirlik tur tekneleri, guletler, talassoterapi uygulamaları, su sporlar ve rekreatif etkinliklerden oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın literatür incelemesi kısmında; deniz turizmi, deniz turizmi türleri ve ülkemizde gelişimi ele alınmıştır. Araştırma bölümünde ise Kocaeli kenti deniz turizmi potansiyelini değerlendirmek üzere, Kocaeli deniz turizmi konusunda uzman kişiler ile yapılandırılmamış görüşmeler yapılmıştır. Böylece Kocaeli kenti deniz turizmi destinasyonları hakkında derinlemesine bilgi edinerek, elde edilen veriler nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında Kocaeli kenti deniz turizminin güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerini ortaya koymak amacıyla SWOT analizi yapılarak, kentin deniz turizmi ve deniz turizmi türlerinin geliştirilmesine yönelik sürdürülebilir turizm ekseninde öneriler getirilmiştir. Araştırma sonucunda; kentin kıyısı olduğu Marmara Denizi ve Karadeniz kıyılarındaki deniz turizmi destinasyonlarında; deniz turizmine hizmet veren destinasyonlarda hizmet verecek konaklama tesisi, plaj, su sporları, marina işletmeciliği ve çeşitli rekreatif etkinliklerin geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir. Ancak bu turizm etkinlikleri geliştirilirken, taşıma kapasiteleri doğrultusunda ziyaretçi sayılarının sınırlandırılması, doğal ve kültürel mirası korumaya yönelik kuralların geliştirilmesi, imar planlarında sürdürülebilir turizm ilkelere esas alınması ve işletmeciler ile yerel halkın bilinçlendirilmesine yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Gastronomi, Turizm, Gastronomi Turizmi, Potansiyel, Kocaeli.

Abstract

Turkey is one of the most preferred countries in the world for marine tourism with its clean seas, suitable coasts for marine tourism, natural and historical beauties and suitable climatic conditions. From past till today the most preferred type of tourism by foreign tourists coming to our country is Marine Tourism. Marine Tourism, even known in general as sea-sand-sun, has actually a wide scope. Marine tourism consists of activities like yacht tourism, cruise tourism, daily tour boats, gulets, thalassotherapy practices, water sports and recreational activities. In this respect, in the literature review part of the study; marine tourism, types of marine tourism and its development in our country are addressed. In the research section, unpatterned interviews were conducted with experts in Kocaeli marine tourism in order to evaluate the marine tourism potential of Kocaeli city. Thus, by getting in-depth knowledge about the marine tourism destinations of Kocaeli city, the gathered datas were evaluated with the descriptive analysis technique, which is one of the qualitative research techniques. Furthermore, SWOT analysis has been made in order to bring out the strengths and weaknesses, opportunities and threats of marine tourism in Kocaeli city, and suggestions have been made within the scope of sustainable tourism oriented to the development of city's water tourism and its types. As a result of the research; in the marine tourism destinations on the coasts of the Sea of Marmara and the Black Sea, of where the city's coastline is; it has been detected that accommodation facilities, beaches, water sports, marina management and various recreational activities providing services in marine tourism destinations should be developed. However, while developing these tourism activities, proposals have been made to limit the number of visitors in accordance with their carrying capacity, to develop rules for the protection of natural and cultural heritage, to use sustainable tourism principles as a basis in development plans, and to raise awareness of entrepreneurs and locals.

Keywords: Marine Tourism, Kocaeli, SWOT, Descriptive Analysis, Tourism.

Giriş

Deniz turizmi, her ne kadar 3S deniz-kum-güneş (sea-sun-sand) olarak bilinse de, bunların ötesinde; yat, kurvaziyer gemiler, günübirlik tur tekneleri, guletler ve su sporlarından oluşan (Özbek, 2014) pek çok unsuru barındırmaktadır ve bu unsurlar her şeyi kapsayan bir tatil paketini oluşturur. Dünya da deniz turizmi turizm endüstrisinin en hızlı gelişen alanlarından biridir ve bu gelişen deniz turizmi anlayışında, her geçen gün turist sayısı ve ekonomik getirisi artmaktadır. Türkiye’de turistik talebin en yoğun olduğu alan deniz turizmidir ve ülkemiz deniz turizmi için gerekli olan temiz deniz, uzun kıyılar, doğal ve tarihi güzellikler sayesinde bugünkü seviyesine ulaşmıştır.

Türkiye’nin en büyük sanayi ve ticaret kentlerinden biri olan Kocaeli, kara, demir, deniz ve hava yolu ulaşmaları ile önemli geçiş noktalarından biridir. Kocaeli, her ne kadar kamuoyunda bir sanayi kenti olarak bilinse de, esasında Kocaeli hem Marmara denizine hem de Karadeniz’e kıyısı bulunan Marmara Bölgesinde bir sahil kentidir. Kocaeli’nde; Kandıra, Karamürsel, Körfez, İzmit, Başiskele, Gölcük, Darıca ve Gebze ilçeleri deniz turizmi potansiyeline sahip olmasına karşın yeterince değerlendirilememektedir.

Kocaeli deniz turizmine yönelik yapılan literatür taramasında yapılan araştırma sayısının çok az olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, öncelikle alan yazın taraması yapılarak, deniz turizmi ve deniz turizmi türlerine yer verilecektir. Araştırma kısmında ise, Kocaeli deniz turizmi konusundaki uzman kişiler ile mülakatlar yapılarak, derinlemesine bilgi edilmeye çalışılacaktır. İlaveten araştırmada Kocaeli kentinin deniz turizmini değerlendirmek üzere SWOT analizi yapılacaktır. Böylelikle kentin deniz turizmi ve deniz turizmi türleri ile deniz turizmi etkinliklerinin iyileştirilmesine yönelik sürdürülebilir turizm ekseninde öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

1. Deniz/Kıyı Turizmi ve Deniz Turizminin Gelişimi

Deniz turizmi, denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (<https://www.denizticaretodasi.org.tr/>). Dünya Turizm Örgütü (2004) ise deniz turizmini, seyahatin merkezinde denizin olduğu, deniz araçları ile yapılan turizm amaçlı faaliyetler ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri olarak tanımlamaktadır (<https://dargeb.com>). Deniz turizmi; gezi, spor, eğlence amaçlı, denize elverişlilik belgesine sahip, gerçek ve tüzel kişilere ait özel ve ticari yatlar, kurvaziyer gemileri, günübirlik gezi tekneleri, yüzer otel, yüzer lokanta, su üstünde veya su altında hareket etme kabiliyetine sahip araçlar deniz turizm araçları ve turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı, münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden bir kaçını veya tamamını sunan kurvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi tesisler de deniz turizm tesisleri olarak tanımlanmaktadır (Arlı, 2013)

Deniz turizmi, turistlerin 3S (sea-sun-sand) deniz-kum-güneş üçlüsü olarak tanımladıkları, deniz ya da kıyılardan yararlanarak yaz aylarında denize girmek ve tatillerin geçirmek amacıyla tercih ettikleri turizm türüdür (Gümüş ve Kulakoğlu, 2016). Orams (1999) deniz turizmini, insanların rekreatif etkinlikler gerçekleştirmek

üzere buldukları yerden, deniz olan bir destinasyona seyahat ederek orada ağırlanmaları olarak tanımlamaktadır (Paker ve Özgezmez, 2014). Hall (2001)’e göre bu tanım, deniz turizminin genel kapsamı içinde; karada balina izleme, resif yürüyüşü, kurvaziyer gemisi hizmetleri ve yatçılık etkinlikleri gibi kıyı temelli faaliyetleri de içermesi gerektiğini vurgulamaktadır (Attri, 2018). Wild (2003)’e göre deniz turizminin bileşenlerini seyahat, ulaşım ve rekreasyon oluşturmaktadır. Diakomihalis, (2007),’e göre deniz turizmi, su kayağı, rüzgâr sörfü, dalış, yüzme, deniz parklarına yapılan tur gibi birçok aktiviteyi de içermektedir (Sel, 2016). Hall (2001) deniz ve/veya kıyı turizmini, kıyı bölgesinde ve hemen açık deniz kıyı sularında meydana gelen turizm, eğlence ve rekreasyona yönelik faaliyetlerden oluştuğunu ifade etmektedir. Bu faaliyetler; konaklama, restoranlar, turistik yerler ve ikincil konutlar ile kıyı ve deniz turizminin gelişimini destekleyen perakende işletmeleri, ulaşım merkezleri, marinalar ve rekreasyon işletmeleri gibi altyapı tesislerini içermektedir. Ayrıca eğlence amaçlı tekne gezintisi, kıyı ve deniz temelli ekoturizm, gemi yolculukları, yüzme, eğlence amaçlı balıkçılık, şnorkelle yüzme ve dalış gibi çeşitli faaliyetleri de kapsamaktadır (Attri, 2018).

Antik çağlarda Akdeniz’de özellikle Yunan ve Roma kentlerinde deniz ticareti ve antik limanlar oldukça önemliydi. Bunların en fazla bilinenleri; Halikarnassos, Knidos, Phaselis, Attaleia, Coracesium, Ephesus, Side, Klazomenia, Miletos ve Smyrna antik

kentleriydi. Bu kentler, İpek Yolu, Baharat Yolu gibi önemli ticaret yollarında çoğunlukla deniz taşımacılığından yararlanılmaktaydı. Türkler ise ilk kez, Orta Asya'dan Anadolu'ya göç etmeleri ve küçük Asya'da yerleşmeleriyle birlikte deniz ile tanışmıştır ve Türkleri denizlerle kaynaştıran ilk öncü kişinin Emir Çaka Bey olduğu bilinmektedir. İlk Türk donanmasının 1081 yılında inşa edildiği ve bu tarihin Deniz Kuvvetlerinin kuruluş yılı olarak kabul edilmektedir (Güçlütürk Baran ve Özoğul, 2016) Buyruk ve Kılıçhan, 2019). Deniz turizminin gelişimi ise ilk olarak İngiliz hekim Richard Russell'ın 1753 yılında deniz banyosunun sağlık için gerekli olduğunu belirtmesiyle başlamış, Avrupa'da gittikçe yaygınlaşarak turistler tatilin yanında sağlık için de denize girmeye başlamışlardır. (Akdemir, 2019).

Türkiye'de deniz turizminin geçmişi eskiye dayanmaktadır. Osmanlı döneminde Boğaziçi, Haliç ve Göksu da kayıklarla geziler yapıldığı, Cumhuriyet döneminde ise; bazı yatlardan, şehir hatları vapurlarıyla geziler ve kurvaziye gemilerle seyahatler yapıldığı bilinmektedir (Sapmaz ve Okuyucu, 2014). Ayrıca Ege, Karadeniz ve Akdeniz kıyılarının Osmanlı topraklarına katılmasıyla denizciliğin öneminin arttığı Piri Reis'in Kitab-ı Bahariye, Barbaros'un Gazavatname ve Katip Çelebi'nin Tuhfetü'l Kibar Fi Esfari'l Bihar adlı eserlerinde belirtilmektedir. İlaveten II. Mahmut döneminde Kırlangıç adlı buharlı gemi ile 1829 yılında Tersane-i amire tarafından Kebir ve sağır gemileri alınarak Mersin Bahri ve Tairi Bahri gemileri yapılmış ve 1838 yılında Peyki şevket Vapuru ile Fransa seferine çıkmıştır. Yine bu dönemde 1858 yılında kıyı mülkiyeti ile ilgili Kanunname-i Arazi kanun çıkarılmıştır (Buyruk ve Kılıçhan, 2019).

Cumhuriyet döneminde deniz turizmi ile ilgili olarak 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti kurulmuş ve Türkiye'de kurvaziye turizm kolaylaştırılmıştır. 1960 yılından sonra beş yıllık kalkınma planları ile kıyı turizmine yönelik teşvikler çıkarılmış, 1982 yılında Yat turizmi yönetmeliği yayınlanmıştır. 1992 yılında Yat Turizmi Master Planı ve VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile Deniz Turizmi Birliği Yasası çıkarılmıştır (Buyruk ve Kılıçhan, 2019: 223).

Yine bu dönemde kamu yönetimi tarafından yapılan etkinlikler yanı sıra, deniz turizmi ile ilgili ilk organize faaliyet, Bodrum da Halikarnas Balıkçısı olarak bilinen yazar Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın balıkçı kayıklarıyla Gökova koylarına yaptığı gezilerle başlamıştır. Daha sonraları yabancı konukların da geziye katılmaları ile bugün Mavi Yolculuk olarak bilinen deniz gezileri yapılmıştır. Bu geziler önceleri 6-7 m sandallarla yapılmış, sonraları motorlu teknelerle, Marmaris, Fethiye, Antalya gibi koylara geziler ile çevre koylara günübirlik geziler takip etmiştir (Sapmaz ve Okuyucu, 2014).

Ülkemizde turizmin gelişimi genel olarak 1960 öncesi plansız dönem ve 1960 sonrası planlı dönemde gelişme göstermiş, deniz turizmi de beş yıllık kalkınma planları içerisinde yerini almıştır. Kan ve Kuleyin (2017), 1963-2023 yılları arasında yayımlanan Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planları, deniz turizminin tarihsel gelişimi bakımından analiz edilmiştir.

Ülkemiz turizm endüstrisinin planlanmasında beş yıllık kalkınma planları yanında, uzun vadeli stratejik planlarda yapılmaktadır ve en son yapılan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında deniz turizminin geliştirilmesine yönelik yapılması planlanan çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

(<https://www.ktb.gov.tr>):

- Ülkemizde nitelikli ve sürdürülebilir deniz turizminin geliştirilmesi,
- Mevcut Kurvaziye gemi kabul eden limanların yenilenerek genişletilmesi,
- İstanbul'daki liman kapasitesinin geliştirilmesi,
- İstanbul, Antalya, İzmir'deki yat limanlarının mega yatları alacak şekilde yenilenmesi,
- Karadeniz'deki balıkçı barınaklarının yatları da kabul edecek hâle getirilmesi,
- Marmara ve Karadeniz'de bulunan balıkçı barınaklarının yat turizmine kazandırılmasına yönelik eylem planı ve yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi,
- Deniz turizminin geliştirilmesi için yat ve kurvaziye limanlarına özel önem verilmesi,
- Denizde hareket kabiliyetleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulması, motorlu yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınması yönünde düzenlemelere gidilmesi,
- Yat Turizmi Yönetmeliğinin Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak adlandırılarak, sektörün tüm bileşenlerini (kurvaziye gemiler, su sporları, günübirlik yatlar ve dalış turizmi, vb.) kapsayacak ve günün ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmesi,
- Yatların pis suları, sintine suları ve katı atıklarının verileceği kabul tesisleri ve yüzer toplama sistemlerinin limanlarda yapılmasına yönelik altyapılar geliştirilmesi,
- Kıyılarda yatçılık amaçlı kullanımları kısıtlayan koruma statülerinin yeniden gözden geçirilerek, bu alanlarda günübirlik kullanımlara ihtiyaç verecek planlamalar yapılması,
- Turizm personelinin yat turizmi ve deniz turizminde görev almak üzere eğitilmesine ilişkin müfredat düzenlemeleri ve seminer, eğitim faaliyetleri yapılması,
- Yat turizminin geliştirilebilmesi amacıyla mevcut potansiyelin değerlendirilerek balıkçı barınaklarının eksikliklerinin giderilmesi için planlama ve yatırımlar hedeflenmiştir.

Tablo I. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Deniz Turizmi Stratejileri (1963-2023).

5 YILLIK PLAN	DENİZ TURİZMİ İLE İLGİLİ İZLENEN STRATEJİLER
Birinci KP (1963-1967)	Deniz turizmi kavramı yer almamış, Türkiye'nin deniz turizmi ile ilgili turizm için küçük iskeleler yapılması planlanmıştır.
İkinci KP (1968-1972)	Deniz turizmi kavramına ve bunlarla ilgili herhangi bir stratejik plana rastlanmamıştır.
Üçüncü KP (1973-1977)	Deniz turizmi ile ilgili olarak yat yavaşma yerleri inşaatına yönelmesi hedeflenmiştir.
Dördüncü KP (1978-1984)	Deniz, göl ve nehir kıyılarının toplum yararına kullanılması planlanmış, kamu kuruluşlarına ait kampların ve dinlenme tesislerinin dış turizme açılarak, daha geniş kitlelere yayılmasının hedeflenmiştir.
Beşinci KP (1978-1984)	Turizm alan ve merkezlerinin geliştirilmesi öncelik taşımaktadır ve deniz turizmi hedefleri genel olarak diğer turizm türleriyle birlikte ele alınmıştır.
Altıncı KP (1990-1994)	Türkiye kıyılarının sanayi, ticaret ve turizm sektörleri yönünden sosyal, ekonomik ve çevresel özelliklerini, mevcut liman kapasitelerini ve sektörel gelişmeye uygun kıyı kesimlerinin potansiyelini belirleyecek çalışmalar yapılması planlanmıştır. Kıyıların sanayi, ticaret ve turizm yönünden taşıdıkları önem ve özellikleri belirlenerek liman yapımına uygun kıyı kesimlerini tespit edecek bir çalışma yapılması, sektörde kış, av ve su sporları vb. cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilmesi sayılabilir.
Yedinci KP (1973-1977)	Deniz turizmi kavramı ilk kez kullanılmış, uluslararası yat trafiğinin getireceği faaliyetlerin sağlıklı bir yapıya kavuşturulması amacıyla deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerine yönelik Deniz Turizmi Birliği Yasası çıkarılması planlanmıştır. Yat limanlarının yetersizliği ve inşaatlarının kaynak sorunu sebebiyle uzun sürmesinin sektörü olumsuz etkilediği belirtilmiş, yat ve kurvaziyer turizmi geliştirilmesi yer almıştır.
Sekizinci KP (1978-1984)	Deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin eşgüdümlü ve sağlıklı bir yapıya kavuşması için Deniz Turizmi Birliği Kanun Tasarısı'nın tamamlanması planlanmış, hızlı kentleşmeyle, başta kıyı alanları ve denizler olmak üzere doğal kaynaklar üzerinde, atıkların ve diğer çevre sorunları rapor edilmiştir.
Dokuzuncu KP (1978-1984)	Deniz turizmi ile ilgili yeni bir plana yer verilmemiş, deniz turizmi, yat, kurvaziyer gibi kavramlar da yer almamıştır.
Onuncu KP (1978-1984)	2010 yılında Kıyı Yapıları Master Planı tamamlanmış, 66 adet Özel İhtisas Komisyonu kurulmuştur. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunda; suya bağlı turizmin (aquatic tourism) geliştirilmesi planlanmış, deniz, kıyı ve limanlara yönelik hedefler belirlenmiştir. Marina yapılmasına uygun yerlerin, jeolojik/biyolojik/sosyal/ulaşım hususlarla ilgili dikkate alınarak incelenmesi, plajlarda lisanslı cankurtaran bulundurulması ve su sporları disiplinine dâhil edilmesi, Turizm amaçlı kullanılan plajlarda plaj profili çıkarılması, deniz suyunun mikrobiyolojik analizlerinin AB normlarına göre yapılmasına devam edilmesi ve sonuçlarının kamuoyu ile paylaşılmasıdır. Ege ve Akdeniz'in yanında Karadeniz'in de kurvaziyer turizmine katılması Türkiye'nin turizm fırsatı olarak nitelendirilirken, yat turizmini geliştirmeye uygun kıyıları, kıyı yapıları ve rüzgârın varlığı Türkiye'nin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilmiştir. Kıyı bölgelerinde yoğun kullanım nedeni ile koruma - kullanma dengesinin bozulması ve Doğu Akdeniz bölgesinin çekiciliğinin artması sonucu marina sayısındaki plansız artış Türkiye turizmine tehdit olarak değerlendirilmiştir.

Kaynak: Kan ve Kuleyin (2017) tarafından kalkınma planlarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Günümüz Türkiye'sinde Deniz Turizmi alanında kamuya ve sektöre karşı yetkili kuruluş, yasayla belirlenen sorumlulukları çerçevesinde Deniz Ticaret Odası'dır. Deniz turizmi, dalış turizmi, su üstü sporlarının ve sayıları binlerle ifade edilen günübirlik teknelerin de eklenmesiyle önemli bir turizm sektörü haline gelmiştir. Bu sektörlerin, özellikle Antalya, Muğla ve İzmir sahil şeridinin hızla gelişimiyle yürürlükteki Yat Turizmi Yönetmeliği sektörün ihtiyaçlarına cevap veremeyecek hale geldiğinden Deniz Turizmi Sektörü, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile birlikte 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun Deniz Turizmi ile ilgili maddelerinde aşağıdaki değişiklikler 13.01.2007 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (<https://www.denizticaretodasi.org.tr/>). Buna göre:

1- Yat Turizmi olan sektörün adı Deniz Turizmi olarak değişmiş ve genişlemiştir.

2- Kurvaziyer Gemileri ve Kurvaziyer Limanları kanun kapsamına alınmıştır.

3- Günübirlik Gezi Tekneciliği Kanun kapsamına girmiştir.

4- Yabancı bayraklı yatların ve kurvaziyer gemilerin karasularımızda kalma süresi 2 yıldan 5 yıla çıkarılmıştır.

Deniz turizmi, ulaşım, gidilecek limanlar, barınma ve yemekler ve spor imkânlarından sosyal aktivitelere kadar pek çok unsurdan

oluşmaktadır ve bu unsurlar her şeyi kapsayan bir tatil paketi oluşturur. Bu kapsamda deniz turizmi; Taşımacılık Unsuru (Geminin kendisi), Güzergah Unsuru (limanlar), Konaklama Unsuru ve Ekstra hizmetler Unsuru olmak üzere 4 ana unsurdan oluşmaktadır (<https://dargeb.com/>).

DENİZ TURİZMİ	
DENİZ TURİZMİ TESİSLERİ	DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI
1. Kruvaziyer Liman İşletmeleri (A ve B Tipi) 2. Yat Limanları İşletmeleri 3. 4 ve 5 Çıpalı 3. Diğer Tesis İşletmeleri (Rıhtım, İskele Ve Çekme Yeri)	1. Kruvaziyer Gemi İşletmeleri 2. Yat Yatırım ve İşletmeleri a) Bare-boat İşletmeleri b) Ticari Yat İşletmeleri (Gulet v.b.) Mürettebatlı- Mürettebatsız c) Günübirlik Gezi Tekneleri İşletmeleri d) Yüzer Restaurant İşletmeleri e) Yüzer Otel İşletmeleri 3. Dalış Turizmi İşletmeleri 4. Su üstü aktiviteleri İşletmeleri 5. Diğer Deniz Turizmi Araç ve İşletmeleri

Şekil 1. Türkiye'de Deniz Turizmi'nin Yapısı (Deniz Ticareti, 2019: 3).

DENİZ TURİZMİ İSTATİSTİKLERİ

(31.12.2019 İTİBARIYLA)



Şekil 2. Türkiye Deniz Turizmi İstatistikleri (Nemlioğlu Koca; aktaran: <https://dargeb.com/deniz-turizminin-tanimi-ve-ana-unsurlari/>)

Şekil 2'de Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçlarına istatistiksel bilgiler ve Deniz Turizmi tesislerine ilişkin son veriler 31.1.2019 istatistiksel bilgileri yer almaktadır.

2. Deniz Turizmi Türleri

Deniz turizmi, genel olarak kıyı turizmi olarak düşünülse de, günümüzde kapsamı oldukça genişlemiştir ve yat turizmi, kurvaziyer turizmi, dalış turizmi, gulet turizmi, talassoterapi uygulamaları, günübirlik tur tekneleri, su sporları gibi pek çok etkinliklerden oluşmaktadır.

2.1. Kıyı ve Ada Turizmi

Deniz turizmi, genel olarak kıyı turizmi olarak düşünülse de, günümüzde kapsamı oldukça genişlemiştir ve yat turizmi, kurvaziyer turizmi, dalış turizmi, gulet turizmi, talassoterapi uygulamaları, günübirlik tur tekneleri, su sporları gibi pek çok etkinliklerden oluşmaktadır.

Kıyıları kara ile su arasında bir geçiş noktasıdır ve yalnızca kara ile deniz arasındaki bir sınır çizgisi değildir, kıyı kavramına her türlü su kütlesini çevreleyen kara parçası girmektedir. Kıyı alanların doğal sınırı; sahil şeridi: kıyı kenar çizgisinden itibaren kara yönünde yatay olarak en az 100 metre genişliğindeki alan olarak tanımlanmaktadır. Kıyıları hayvan ve bitki türleri için uygun habitatlar oluştururlar ve mikro iklimatik özellikleri nedeniyle tatil ve dinlenme olanakları sağlayan alanlardır (Çelik, 2015). Kıyı turizmi, denizdeki pek çok rekreatif aktiviteler için yararlanılan bir turizm türüdür. Kıyı turizminin gelişimi üzerinde kıyı jeomorfolojisi, iklim, bitki örtüsü gibi fiziki özellikler ve yerleşme etkilidir. Kıyı turizmi, iklime koşullarına bağlı yaz mevsiminde yoğunlaşmaktadır ve sezon süresini ise hava ve deniz suyu sıcaklıkları belirlemektedir (Doğaner, 2001; akt. Güçlü, 2010). Kıyı turizminde yüzme, güneş banyosu, dalış, su sporları, eğlence gibi çeşitli eğlencilerin etkinlikleri yer alır (Yılmaz, 2018).

Ada turizmi, etrafı su ile çevrili kara parçasında gerçekleştirilen bir turizm çeşididir. Adalar; sessiz, sakin, temiz ve bakir olması gibi özellikleri ile önemli turizm destinasyonlarıdır. Ada turizmine örnek verilecek en bilinen adalar; Kanarya adaları, Bahama adaları, Phuket adaları sayılabilir (Yazgan Pektaş, 2016; akt. Buyruk ve Kılıçhan, 2019).

2.1.1. Yat Turizmi

Yat turizmi, turistin yata ulaştıktan sonra belirlenmiş bir gezinin sonunda yatı terk etmesi arasında geçen zaman diliminde gerçekleştirdiği tüm turistik etkinlikleri kapsamaktadır (Altuntaş ve Arıkan, 2015: 115). Yat turizmi, birçok doğal ve beşeri faktörlerin bir araya gelmesiyle oluşan bir turizm türüdür ve deniz turizmini destekleyici sektörlerden birisidir. Yat turizmi üst gelir grubuna hitap ettiği için ekonomik açıdan da önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ayrıca yat turizmine katılan kişiler bakir koyları görmek ve rekreatif etkinliklere katılma olanağına sahip olmaktadır (Sezer, 2012: 105).

Yat turizmi kapsamında değerlendirilebilecek olan bir deniz turizmi türü de guletlerdir. Gulet, ahşap olarak üretilen, el yapımı, motorlu ve yelkenli teknelerdir. Guletler ilk başta balıkçıların ve sünger dalgıçlarının avlanma ve yakaladıklarını taşımaları için üretilmiştir. Bugün tatil de kullanılmak üzere dizayn edilen guletler, yat turizmi için kullanılmaktadır (Paker ve Özgezmez, 2014).

2.1.2. Kurvaziyer Turizmi

Kruvaziyer/cruise, kelime anlamı olarak: gezmek, dolanmak, deniz gezisi vb. anlamına gelmektedir. Kurvaziyer kelimesi, tatil amaçlı



Görsel 1. Yat Turizmi (<https://www.lojipport.com/>)



Görsel 2. Kurvaziyer Turizmi (<https://www.haberturk.com/>)

kullanılan, konaklamalı, boyutları ve konfor koşulları belirli standartlarda olan gemiler için kullanılmakta ve beş yıldızlı bir otel standardında konaklama, uluslararası seyahatlerin gerçekleştirilmesi ise kurvaziyer turizmi olarak ifade edilmektedir (Dilek vd., 2015). Kurvaziyer turizmi, deniz temelli bir turizm türüdür. Kurvaziyer turizmde sunulan hizmet, hem lüks donanıma sahip bir gemide hem de geminin uğradığı kentler ve limanlarda verilmektedir. Kurvaziyer turizmde katılanlar, beş yıldızlı yüzer bir otelde, konaklama, yeme-içme, rekreatif hizmetler alabilmekte, geminin uğradığı ülke, liman ve kentlerde geziler, alışveriş, festival ve kutlamalara katılabilmektedirler (Görgün, 2011). Günümüzde kruvaziyer endüstrisi kısa (3-4 gün), uzun (15 gün ve fazlası) kruvaziyer turlarıyla destinasyonlara seyahat gezme olanağı sağlamaktadır (<https://kocaeli.denizticaretodasi.org.tr>).

2.1.3. Dalış Turizmi

Dalış turizmi uzun yıllardır yapılmakta olup, 1950 ve 1960'lı yıllarda zıpkınla balık avlama ve batan gemilere bakma merakı ile ortaya çıkmıştır. Bugün ise daha çok su altı fotoğrafçılığı, doğal güzellikleri ve tarihi izleri görme merakı olarak karşımıza çıkmaktadır. Simon (2003), Avustralya'da yılda yaklaşık 700 bin kişi su altı dalışı yapmakta ve turist olarak gelen 55 bin kişi de dalış eğitimi aldığını belirtmektedir (Albayrak, 2013). Özellikle arkeolojik denizaltı değerlerinin fazla sayıda olması dalış turizminin önemini ortaya koymaktadır. Dalış turizmi ile ilgili izinli dalış bölgeleri her geçen gün artmakta ve sualtı parkları-müzeleri girişimlerine de başlanmaktadır (Deniz Ticareti, 2019). Simon (2003)'e göre su altı dalış ya da aletli dalış (scuba), suyun altında iken oksijen tüpü, regülatör, yüzerlik, kontrol cihazı vb. malzemeler yardımı ile nefes almak ve suyun altında uzun süre kalmaktır (Albayrak, 2013). Dalış turizmi kapsamında ele alınan Denizaltı Araştırma Gezileri, deniz altında yer alan batıklar, eserler ve resifleri görmek, flora ve faunayı keşfetmek ve aynı zamanda denizaltı güzelliklerin, manzaraların tadını çıkarmak için gerçekleştirilen gezilerdir. (<https://www.turizmebahis.com>).



Görsel 3-4. Dalış Turizmi, Günübirlık Tur Tekneleri
(<https://www.hurriyet.com.tr/dunya/egede-gulet-krizi-40607846>)

2.1.4. Thalassoterapi (Deniz Kürleri)

Thalassoterapi sözcüğü Antik Yunanca'da deniz kelimesinden türetilmiştir ve Thalassoterapi uygulamalarında deniz suyunun kullanılması esastır. Antik dönemlerden günümüze deniz suyu ve deniz ürünlerinin insan vücudu üzerinde olumlu etkileri olduğu bilinmektedir. Thalassoterapi uygulamalarında ısıtılmış deniz suyunun terapi amaçlı kullanımı antik çağlara kadar dayanmaktadır ve Talasoterapi Merkezleri, insan sağlığı için iyileştirici gücünü denizden almaktadır. Thalassoterapi; koruyucu ve tedavi edici ve/veya kür amaçlı olarak tıbbi gözetim ve denetim altında, deniz ve çevresine özgü tüm yararlı etkenlerin, deniz iklimi, deniz suyu, deniz çamurları, yosunlar, kum ve denizden elde edilen maddelerin kullanıldığı bir tedavidir. Talasoterapi merkezlerinin, deniz kıyısına en fazla 1000 m. uzaklıkta kurulması gereklidir ve denizden doğrudan kullanımı ya da deniz suyunun taşınması yoluyla kullanılabilir. Bu su 48 saatten uzun süre bekletilmemeli ve 500 derecenin üzerinde ısıtılmamalıdır (Timur, 2015; <https://yigm.ktb.gov.tr/>).

2.1.5. Günübirlık Tur Tekneleri

Denizde gerçekleştirilen rekreatif etkinliklerden olan tekne turları, genelde günübirlık olarak kiralanır ve günübirlık turlar kapsamında; deniz çevresini gözleme, tarihi eserleri denizden keşfetme, çeşitli aktiviteler ile birlikte yeme- içme olanağı da bulunmaktadır (<https://www.turizmebakis.com>).

2.1.6. Su Sporları Turizmi -Rekreatif Etkinlikler

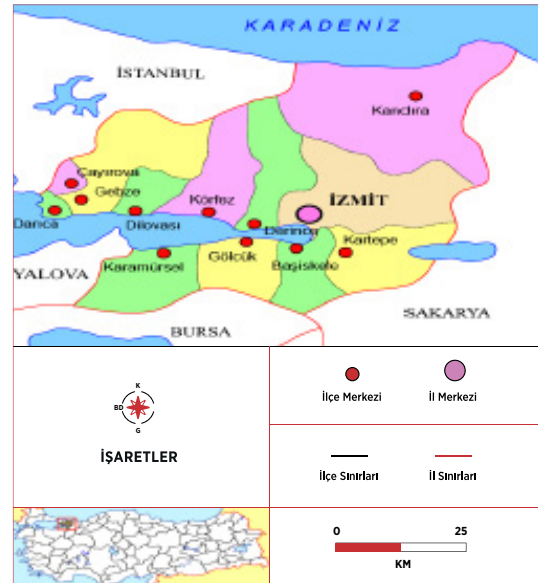
Suyun moleküler yapısı sebebiyle akışkanlık özelliğine sahiptir ve su üstü ve su altında mümkün olabilen su sporları faaliyetleri yapılmaktadır. Suda yüzmeye, atlama ve serbest dalma gibi bir araç olmadan yapılabilen sporlar ve rüzgar sörfü, su kayağı ve jet ski gibi bir araca bağlı yapılan veya su altında nefes almayı sağlayan ekipmanlara bağlı yapılan su sporları da bulunmaktadır (Özbek, 2014). Deniz turizmi kapsamında gerçekleştirilen su sporları ve rekreatif etkinlikler; Jet ski, su altı hokeyi, balıkçılık, yüzmeye çeşitleri, kürek, triatlon, su topu ve su altı rugby ile uçurma sörfü, deniz kayağı, deniz paraşütü ve deniz rafting'i vb. faaliyetlerin yer

aldığı uygulamalardır (<https://www.turizmebakis.com>).

Su Yogası, ayakta durulan geniş ve hafif bir sörf board benzeri yüzey üzerinde kürek çekerek yapılan bir spordur. Dünyada hızla popülerleşen sporlardan biri olan yoga, minimum ekipman ile dalmanın olmadığı her türlü deniz, okyanus ve gölde yapılabilir. Kocaeli ilimizde bu spor dalı için; Sapanca Gölü, İzmit Körfezi gibi alanlar uygundur (<https://bolge1.tarimorman.gov.tr/>).

3. Kocaeli Deniz Turizmi Potansiyeli

Kocaeli kenti, her ne kadar sanayi kenti olarak bilirse de hem Marmara denizine hem de Karadeniz'e kıyısı bulunan Marmara Bölgesinde bir sahil kentidir ve adını 1320 yılında İzmit çevresini fetheden Akça Koca'dan almaktadır. Kocaeli yüzölçümü bakımından Türkiye'nin en küçük altıncı kenti olmasına karşın, İstanbul, Ankara ve İzmir'den sonra gelişmiş dördüncü en büyük kentidir. Kocaeli 3.623 km²'lik alana sahiptir ve Büyükşehir belediyesi statüsünde olan 12 ilçesi bulunmaktadır. Kocaeli nüfusu 2022 sayımına göre 2.033.441 kişi olup, Türkiye'nin en kalabalık onuncu kentidir. Türkiye'nin en büyük sanayi ve ticaret kentlerinden biri olan Kocaeli, kara, demir, deniz ve hava yolu ulaşımını ile önemli geçiş noktalarından biridir. Kocaeli, hem sanayi sektöründeki üretim ve katma değer, hem de doğal güzellikleri ve tarihi ve kültürel eserleri ile ticaret, kültür ve turizm kentidir. Özellikle deniz turizmi kapsamında yapılan çalışmalar sonucunda 2019 yılında Kocaeli sahillerine Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı'nın belirttiği kriterler sağlanarak, Kocaeli'nde 6 turistik destinasyona Mavi Bayrak alınmıştır (<https://www.milliyet.com.tr>; <https://kocaeli.ktb.gov.tr>; <https://tr.wikipedia.org>; <http://koto.org.tr>).



Şekil 3. Kocaeli İl Haritası, (<https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/kocaeli-haritasi>).

Kocaeli kentinde deniz turizmini geliştirmek amacıyla Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ile Kültür ve Turizm Bakanlığı iş birliği ile Kocaeli Turizm Master Planı hazırlanmakta ve bu planda yapılacak yatırımlarla Kocaeli, Deniz Turizmi için önemli bir destinasyon kimliği kazanması hedeflenmektedir (Deniz Ticareti, 2019). Kocaeli deniz turizmi potansiyeli kapsamında Kocaeli deniz turizmi destinasyonları kısaca açıklanmıştır.

3.1. Kandıra ve Beldeleri

Kandıra ilçesi İstanbul sınırından başlayarak Sakarya sınırına kadar uzanan Karadeniz'e 53 km sahil şeridinde sahiptir. Kandıra, doğal güzellikleri, akarsu, göl, deniz, mesire alanı, ada, mağara, kayalıkları gibi turistik çekicilikleri olan denizle ormanı buluştuğu Kocaeli iline bağlı bir ilçedir. Kandıra 11 halk plajı ile çevre illerden deniz turizmine yönelik yoğun talep gelmekte ve tarihi limanları ile dikkat çekmektedir. Ayrıca Kandıra kıyıları, İstanbul gibi bir metropole gününbirlik ulaşım mesafesindedir (Kandıra Belediyesi, 2022; Uzun, 2017). Kandıra'da deniz turizmi kapsamında öne çıkan turistik destinasyonlar; Kefken ve Kefken Adası, Kerpe, Bağıranlı, Cebeci, Kovanağzı, Sarısu Pınarlı, Bağıranlı, Seyrek, Sarısu, Kumcağzı, Tuzağzı, Babalı, Dikili (Üzümcü, 2015; <https://www.kandira.bel.tr/>) gibi deniz turizmi destinasyonlara sahiptir.

3.1.1 Kefken

Antik ismi "Kalpe" olan Kerpe'nin geçmişi MÖ 5. yüzyıla kadar gitmektedir. Kerpe 150 metreye kadar sığ-ince kumlu bir denize sahip plajı ve doğu rüzgarlarını kesen bir koy olma özelliği ile dalgalardan etkilenmeyen bir Karadeniz sahil köyüdür. Kefken, Kandıra'ya bağlı kıyı yerleşimleri içinde en gelişmiş olanıdır. Kefken, Kandıra'ya 27 km uzaklıktaki mavi bayraklı Cebeci plajı, temiz denizi, kumsalı ve çam ormanları ile şirin bir tatil beldesidir. Cebeci Halk Plajı, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 ve 2019 yıllarında Mavi Bayraklı almıştır. Balıkçılıkla adını duyuran Kefken, denizi, kumsalı, çam ormanları ile göz doldurmaktadır. Kefken, Kovanağzı Plajı, Kapri Koyu, Kefken Limanı ve Pembe Kayalar önemli turistik çekicilikleridir. Pembe Kayaların olduğu antik liman arkeolojik ve doğal sit alanı kapsamında koruma altındadır. (<https://www.kandira.bel.tr/>; Deniz Ticareti, 2019).



Görsel 5. Kefken Adası (<https://kocaeli.ktb.gov.tr/>)



Görsel 6. Kefken Pembe Kayalar (<https://gezilmesigerekenyerler.com>)

Türkiye'nin Karadeniz kıyısında yer alan iki adadan biri Giresun Adası, birisi de Kefken Adası'dır. Kefken Adası Giresun Adası'ndan daha büyük olup, Karadeniz'de üzerinde insanın yaşadığı tek

adadır. Kefken adası, kıyıları 1,7 km uzunluğundadır, yüzölçümü 0,11 km² ve anakaraya olan uzaklığı 0,8 km'dir. Kefken adası, genellikle kayalık kıyılardan ve dar alanlı kumsallardan oluşan bir ada olup, 1. derece sit alanı olan ada tarihi özelliklerini korumaktadır. Surlar ve antik su kuyularının olduğu adada Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerinden kalma mimari kalıntılar bulunmaktadır. Maliye Bakanlığına ait 52 dönümlük Kefken adasında sadece Kıyı Emniyeti ve Gemi Kurtarma İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün deniz kontrol merkezi bulunma, faal durumda bir deniz feneri ve çeşitli hizmet binaları ve bir balıkçı limanı bulunmaktadır. Cebeci'den Kefken Adası'na tekne ile 8-10 dakika gidilebilmekte ve adada amatör sualtı avcuları levrek ve kefal avlamaktadır (Uzun, 2017, <http://www.tid.web.tr/>).

3.1.2. Kerpe

Kandıra'ya bağlı bir belde olan Kerpe; masmavi denizi, çam ormanları ile şirin bir Karadeniz köyüdür. Karadeniz dalgalarından etkilemeyen Kerpe, doğal koylara, 150 m'ye kadar sığ bir denize ve emsalsiz kumsallara sahiptir. Kerpe, zengin balık çeşitliliği, çam havası ve doğal plajlarıyla ünlüdür ve Kerpe Halk Plajı 2016, 2017, 2018 ve 2019 yıllarında Mavi Bayrak almıştır (Deniz Ticareti, 2019). Ayrıca Cenevizliler döneminden kalma tarihi Kerpe Limanının gün ışığına çıkarılma projesi bulunan Kerpe çok daha vazgeçilmez bir sahil şeridi olacaktır (<https://www.kandira.bel.tr/>). Gününbirlik olarak, İzmit, İstanbul ve Sakarya'dan gelenler olduğu gibi, tatilini otel ve pansiyonlarda geçirmek isteyenler de gelmektedir. Sahildeki gezilecek ve alışveriş yerleriyle Kerpe geceleri de bir başka güzeldir. Güneşin batışını ve ay ışığında yakamozu, Kerpe kayalıklarına oturup, gün batımındaki kızılıkların deniz üzerine düşüşünü izlemek görülmeye değerdir. Kerpe tüm



Görsel 7. Kerpe (<https://www.alkanyapi.com/>)

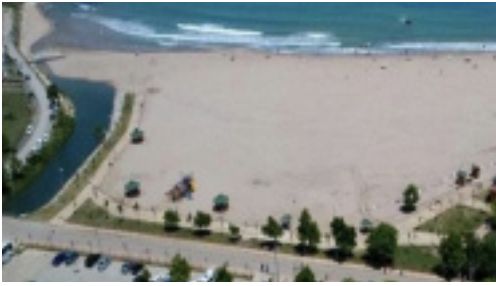


Görsel 8. Cebeci (<https://kocaeli.ktb.gov.tr/>)

yıl boyunca açık balıkçı restoranları, otel, motel ve pansiyonları ile deniz turizmi potansiyeline sahiptir. (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023).

3.1.3. Cebeci

Kandıra'ya 27 km uzaklıkta olan Cebeci, sahili ve ormanlarıyla ünlü mavi bayrak sahibi kumsalı ile ön plana çıkan bir turistik destinasyondur. Cebeci Kefken Adası'na açılan tek kapı sayılabilecek bir lokasyondadır. Karadeniz'de yerleşim yeri olarak kullanılan tek ada olması özelliğiyle tarihi öneme sahip olan Kefken Adası, Cebeci sahiline tekne ile 5 dakika uzaklıkta olup, doğayla iç içe olmak isteyenlerin tercih ettiği yerlerin başında gelir. Cebeci kamp turizmi ve kum midyeleriyle meşhurdur (<https://www.kandira.bel.tr/>). Cebeci batısında ve Babalı Köyü batısında geniş kumul alanları bulunmaktadır ve kıyı boyunca gelişen enine kumul sırtları yanında tipik barkan oluşumları görülmektedir. Burunların adeta dalgakıran görevi yapmaları yaz aylarında deniz turizmi amacıyla değerlendirilmektedir (Uzun, 2017).



Görsel 9. Bağıranlı (<http://www.kandira.net/>)



Görsel 10. Kumcağız (<https://www.neredekal.com/>)

3.1.4. Bağıranlı

Kandıra'ya 18 km uzaklığı bulunan Bağıranlı köyü kendine has kayalık kayalıtlardan oluşan kıyıları, plajı, doğası ve sakinliği ile ilgi çekmektedir. Bağıranlı, Kandıra'da Kefken'den sonra ikinci büyük sahil ve balıkçı köyüdür. Bağıranlı'da arazinin yapılaşmaya uygun olması, köyün daha ferah ve geniş bir alana yayılmasını sağlamış, modern ve lüks villaların yükseldiği alanların yanında inşası hala devam etmekte olan balıkçı barınağı ile balıkçılıkla adından söz ettirmektedir meşhurdur (<https://www.kandira.bel.tr/>). Bağıranlı'da turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmamakta, 2 adet Belediye belgeli pansiyon bulunmaktadır. Bağıranlı'ya İstanbul'dan 1 saat 45 dakikada ulaşmak mümkündür (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023: 126).

3.1.5. Kumcağız

Kefken'e varmadan Kumcağız Sahiline sahip güzel bir köy olan Kurtyeri, geniş bir kumsala ve tertemiz bir denize sahiptir. Bölgede bir kamu tesisi ile kamuya ait orman içi çadır kampı bulunmaktadır (<https://www.kandira.bel.tr/>).

3.1.6. Sarısu

Sarısu, Kandıra'ya 8 km uzaklıkta olan ve Babaköy sınırları içindeki Sarısu deresinin, Karadeniz'le birleştiği yerde kurulmuştur. Sarısu Deresi'nin denizle kavuştuğu noktada yer alan koyda kurulan Sarısu, bir kilometrelik kumsalı ile göz doldurmaktadır. Denize paralel olarak akan dere, belli zamanlarda su miktarının artması sonucu farklı noktalardan kumsalı yararak denizle birleşmektedir. Sarısu Deresi içinde barındırdığı sazan, levrek, kefal ve tatlı su balıkları ile olta balıkçılığında en çok tercih edilen dere olmasının yanında, kumsala ulaşmak için geçilmesi gereken bir engel olduğundan, dere sallar ile geçilmektedir. Çadır turizminin yaygın olduğu bölgede turistik konaklama yerleri de bulunmaktadır. Ancak henüz yapılaşmanın başlamadığı koy, bakir güzelliğini halen korumaktadır (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023:126, <https://www.kandira.bel.tr/>).

3.1.7. Babalı / Dikili

Babalı, açık deniz özelliği ile rüzgârlı havalarda sörf meraklılıklarına sörf yapma olanağı sunmaktadır. Uzun kum mevkiinden başlayan ve göz alabildiğine uzanan kumsalı ile Babalı, her sene 2-3 metre yürüyen kum dağları ile çöl manzarasının izlenebileceği doğal güzelliğe sahiptir. Ayrıca burada yer alan doğal göl de bölgeye ayrı bir güzellik katmaktadır. Babalı'da yer alan Babalı Mağarası, 1877-1878 Osmanlı Rus savaşlarında batan gemilerden kurtulanların sığındığı mağaradır ve her yıl binlerce kişi ziyarete gelerek ayınlar yapmaktadır. Babalı'da büyük sayılabilecek herhangi bir turizm işletme belgeli tesis olmamasına karşın, konaklama ihtiyacını karşılayacak motel ve pansiyonlar bulunmaktadır. Çadır, kamp olanakları açısından uygun olan belde, kandıra merkeze en uzak sahil olması ve ulaşımın zorluğu sebebiyle bakir yapısını korumaktadır (<https://www.kandira.bel.tr/>).

3.1.8. Sardala Koyu ve Malkara Adası

Sardala koyuna gidebilmek için, Kandıra'dan 25 km uzaklıktaki Pınarlı Köyü'ne ulaşmak gereklidir. Köyden çıktıktan yaklaşık 10 dakika sonra Sardala Koyuna ulaşılmaktadır. Koyun küçük bir bölümü denize girebilmek için uygunken büyük bir kısmı kayalık ve iri çakıllardan oluşmaktadır (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023: 134). Malkaya Adası ise kıyından yaklaşık 300 m. açıktadır. Sardala Koyu, yeşil ve mavi renklerin hâkimiyetindeki koyun batı ucunda bir pınar denizle birleşmektedir. Rivayete göre burada saklanan hazinelerden ismini alan Malkaya Adası, bir manastır kalıntısı olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından tescillenerek koruma altına alınmıştır (<https://www.kandira.bel.tr/>).

3.1.9. Miço Koyu

Kumcağız ile Kerpe arasında kalan ve halk arasında Miço Koyu olarak geçen Gizli Cennet Koyu'dur. Kerpe üzerinden Kartal Kayaları geçtikten sonra toprak yoldan ulaşabilir, Kerpe koyundan deniz yoluyla ya da Kumcağız'dan Kerpe'ye giden dar orman yolu ile çam ve meşe ağaçları arasından 10 dakika süren yürüyüşle Miço Koyu'na ulaşabilmektedir. Miço koyu ilginç kayalıklarla ünlü olup, kayalıkların arası havuzu andıran bir görselliğe sahiptir ve fotoğrafçileri için tercih edilmektedir. Miço koyu, orman içinde bol oksijen teneffüsü edilebilecek, sessiz bir ortamla buluşturan bu koy,

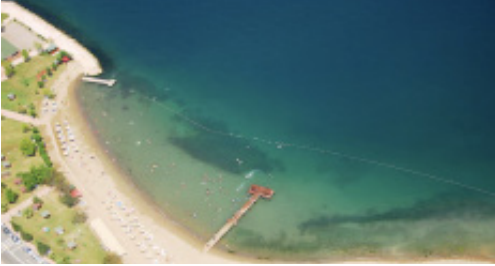
pek bilinmediğinden bakırlığını korumaktadır. Miço Koyu'nda taşlar ve kayalıklar farklı şekiller oluşturmuştur ve orada kayaların aşınmasından oluşan doğal havuzda yüzmek de mümkündür (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023).

3.1.10. Seyrek

Kandıra'ya 11 km. mesafedeki Seyrek, sahilin en şirin koylarından biridir. Seyrek, 300 metre kumsala sahip sakin bir dinlenme yeridir ve Seyrek deresi ayrı bir güzellik katmaktadır. Denize bağlantısı nedeniyle kefal gibi balıkların üreme alanı olan seyrek deresinde, dere balığı, sazın ve kefal avlanmakta, derede bulunan ve insanlara alışmış su kaplumbağaları beslenmektedir. Seyrek güzel bir koya sahip olmasına karşın, turizm işletme belgeli konaklama tesisi yapılmamıştır, yalnızca ev pansiyonculuğu yapılmaktadır ve denize sıfır tatil siteleri ile ünlüdür (Kandıra Turizm Master Planı, 2015-2023).

3.2. Karamürsel

Körfez şeridinde mavi bir inci gibi parlayan Karamürsel sahili; Mavi Bayraklı tertemiz sahilleri, billur gibi denizi ve plajlarıyla Kocaelililere deniz turizmi olanakları sunuyor. Karamürsel doğası, denizi, trekking parkurları ve kilometrelerce uzunluktaki sahil şeridiyle, huzurun adresi olarak tanımlanmaktadır (<https://karamursel.bel.tr>). Karamürsel Altinkemer Plajı, Kocaeli' de Kandıra Cebeci Plajı ile birlikte mavi bayrak sahibi olan iki plajdan biridir. Kocaeli'nin ilk mavi bayraklı plajı olan Altinkemer Plajı bu ödülü ilk olarak 2012 yaz sezonunda aldı. Sonrasında ise 2013-2019 yılları arasında yaz sezonlarında temizliğini koruyarak mavi, bayrak unvanını sürdürdü (Deniz Ticareti, 2019).



Görsel 11. Karamürsel Altinkemer Plajı (<https://sirtcantam.com.tr>),



Görsel 12. Ereğli Kumyalı Plajı (<https://kocaeli.ktb.gov.tr>)

Altinkemer Plajı, iskelesi, mini amfityatrosuyla eğlenme imkanı, plaj voleybolu sahası ve çocuk oyun alanı ile hafta sonları binlerce kişiyi ağırlamaktadır. Karamürsel'de yer alan Ereğli Kumyalı Plajı, 600 metrelik Dereköy sahili ile ilgi görmektedir. Ayrıca Karamürsel Sualtı Sporları Kulübü Derneği (KARSAD) Körfez'in

mavi sularında dalış yapmak isteyenleri, su altının büyüdü dünyasıyla tanıştırtıyor (<https://karamursel.bel.tr/>).

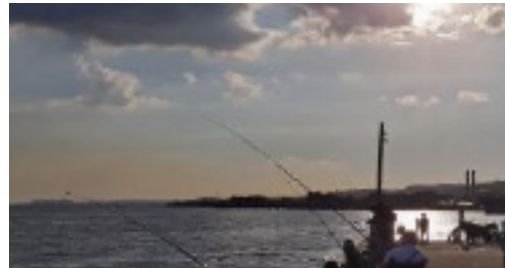
3.3. İzmit-Derince Başiskele-Kartepe

İzmit, İzmit Körfezi'nin doğu ucuna yakın bir kıyıda olup, Asya ile Avrupa arasındaki en önemli geçiş yollarının birinin üzerinde kurulmuş Kocaeli kentinin merkez ilçesidir. Deniz ulaşımı açısından ülkenin en yoğun merkezlerinden (<https://tr.wikipedia.org/>) biri olan İzmit, Astakos adıyla Megaralı denizciler tarafından yörede kurulduğu bilinen ilk yerleşmedir. Astakos (MÖ 712-711) İzmit'in güneyinde Başiskele mevkiinde Megaralılarca kurulmuş bir Helen kolonisidir. İzmit deniz ve kara ulaşımına uygun olduğundan bir liman kenti olarak gelişmiş olup, adını Yunanca'da Astakos kelimesi, İzmit Körfezinde çok avlanan istakoz anlamına gelmektedir (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/izmit/224>).

İzmit körfezi, yelken sporları için elverişli bir konuma sahiptir ve İzmit Körfezinde yelken ulaşım aracı olarak kullanılmış ve 1954 yılında İzmit Yelken Kulübü kurulmuştur. Önce 1925'li yıllarda Hereke'de, sonradan Karamürsel, 1940'lı yıllarda ise İzmit-Seka'da Yole ve Şarpi sınıfında yelkenin spora dönük olarak kullanıldığı görülmektedir. İzmit Körfezi'nde son 5 yıldır Uluslararası Yüzme Yarışları, Offshore Yarışları ve Balkan Yelken Şampiyonası gibi spor organizasyonları yapılmaktadır. İzmit Yelken Kulübü'nün sahip olduğu Yarış Tekneleri ve Ekipmanları; 1 Adet Yat Yarış Teknesi, 40 Adet Optimist Sınıfı Teknesi, 8 adet Laser Sınıfı Teknesi, 1 Adet 4.20 Sınıfı Teknesi, 7 Adet Pirat Sınıfı Teknesi ve 2 Adet Güvenlik Botu'dur (<https://izmityelkenkulubu.com.tr/hakkimizda.asp>).



Görsel 13. İzmit Körfezi (<https://izmityelkenkulubu.com.tr/>)



Görsel 14. İzmit Körfezi (<https://izmityelkenkulubu.com.tr/>)

Su Yogası, ayakta durulan geniş ve hafif bir sörf board benzeri yüzey üzerinde kürek çekerek yapılan bir spor olup, Kocaeli'nde su yogası için; Sapanca Gölü, İzmit Körfezi uygundur. Bir diğer rekreatif etkinlik ise, sportif olta balıkçılığıdır. Kartepe ilçesinde iç suların çok olması, balık çeşitliliği ve popülasyonunun fazla

olması sebebiyle amatör balıkçılık yaygın olarak yapılmaktadır. Sapanca Gölü, Akmeşe yolu üzerinde bulunan Şeytandere (Ketence, Kirazoğlu) Baraj Göletleri, Derbent deresi ve Samanlı Dağı'ndan akan derelerde, sazan, turna, yayın, tatlı su kefali, kızkılanat, gökkuşağı alabalığı ve tabii alabalık gibi birçok tür bulunmaktadır (<https://bolge1.tarimorman.gov.tr/>).

Palmye ağaçlarının yanında yürüyüş alanları, gözlem evi, çocuk oyun alanları, kafeterya ve plajdan oluşan Başiskele sahili, muhteşem bir İzmit Körfezi manzarasına sahiptir. Sahil kıyısında yeşil alanlar boyunca, yürüyüş ve koşu yolu yapılmıştır (<http://www.tid.web.tr/>). İzmit ilçesinde deniz turizmi yanında su üzerinde yapılan rekreatif etkinliklerde bulunmaktadır. Bunlardan biri olan Gökay Park, Türkiye'nin doğal gölet üzerine kurulu ilk kablolu su kayağı tesisi olup, aynı zamanda bir spor ve yaşam merkezidir. Gökay Park 2010 yılında uluslararası bir gençlik ve spor organizasyonuna ev sahipliği yapmış bir rekreasyon alanıdır (<http://www.izmit.gov.tr/golkay-park>).

Derince ilçesi sahilinde yer alan Harikalar Sahili, her yaşta insanı çeken bir rekreasyon merkezidir. Harikalar Sahili'nde; masal kahramanları heykelleri, büyük havuzlarda çarpışan botlar, uzaktan kumanda ile kontrol edilebilen yatların kullanılabileceği minik marina, şelaleler ve kafe ve restoranlar bulunmaktadır (<http://www.tid.web.tr/>).

3.4. Gölcük-Değirmendere

Gölcük, doğa güzellikleri ile birlikte tertemiz denizi ve plajları ile yerli turistler tarafından tercih edilen bir ilçedir. Gölcük ve çevresinde; Ulaşlı Plajı, Değirmendere Plajı, Halidere Mamba Plajı, Kumyalı ve Kumsal Plajları bulunmaktadır (<https://www.gezinomi.com/>). Ayrıca Gölcük de yer alan Kavaklı Sahilinde 81 dönüm arazi üzerine kurulu olan; Gölcük Kavaklı Sahili'nde amfi tiyatro, çocuk oyun alanı, lunapark, iki futbol sahası, iki tenis kortu, basketbol, voleybol sahaları, 800 kişilik iki tribün, süs havuzları, koşu yolu, balıkçı barınakları bulunmaktadır. Ayrıca Gölcük ilçesinde Roma ve Bizans Dönemi'nden kalma Yazlık Ilıcısı, tahalasso terpi uygulamaları için elverişli çamur havuzları bulunmaktadır.

1999 yılında yaşanan Gölcük depreminde denizin yuttuğu Değirmendere, su altında kalan bölümüyle açık hava müzesine dönüşmüştür. Derinliği 16-40 metre arasında değişen 4 dönüm alanda; çınar ağaçları, vapur iskelesi, otel, restoran, apartman, otomobil, iş makinesi vb. enkazın oluşturduğu Batık şehir dalğınların gözdesi olmuştur. Doğal resifler özellikle iskorpit, sinarit, kıkla, kırlangıç gibi balıklar ile şakayık, tüplü kurt, anemon gibi canlılara ev sahipliği yaparken, nesli tükenmekte olan denizatını görüntülemek isteyen sualtı fotoğrafçıları çekmektedir. Ayrıca Marmara Denizi'nde çok az gözlemlenen denizatı, deniztavşanı, denizkestanesi ve denizyıldızları Değirmendere sahilinde yaşam alanı bulmaktadır. Değirmendere'de Sualtı Spor Topluluğu (DESSAT), deprem sonucu oluşan resifin Değirmendere'yi dalış turizminde önemli bir noktaya taşıdığını ve Türkiye'nin en fazla balıkadamı yetiştiren dalış kulüplerinden biri olarak yılda 4 binin üzerinde dalış gerçekleştirildiğini ifade etmektedir.



Görsel 15. Eskihsar Kalesi (<https://www.kulturportali.gov.tr/>)



Görsel 16. Kefken Plajı (<https://otelleri.net/kocaeli-plajlari.htm>)

3.5. Gebze-Darıca

Darıca İstanbul' a 38 km uzaklıkta olup, kara, demir ve deniz yolları ile çok hızlı ulaşılan, Sabiha Gökçen Havaalanı'na da çok yakın Kocaeli'ne bağlı bir sahil kasabasıdır. Darıca, tarihi kalesi, tatil merkezi Bayramoğlu yarımadası, tertemiz sahili, uluslararası hayvanat bahçesi ve botanik parkı, tarihi evleri, çınar ağaçları ve deniz feneri (<https://www.darica.bel.tr/darica/5>) ile önemli bir turistik destinasyondur. Kocaeli konum olarak İstanbul'a yakın olması sebebiyle, İstanbul'da yaşayanlar Kocaeli kıyı alanlarını tercih etmektedir. Darıca ilçesi, deniz turizmi potansiyeli ve doğal manzarasıyla yaz aylarında yerli turist talebi önemli ölçüde artmaktadır. Darıca özellikle ikincil konut amaçlı tercih edilmektedir (Özyurt Gürses, 2020).



Görsel 17. Bayramoğlu Adası (<https://www.kulturportali.gov.tr/>)



Görsel 18. Bayramoğlu Halk Plajı (<https://www.kulturportali.gov.tr/>)

Tablo II. Kocaeli Deniz Turizmi Potansiyeli SWOT Analizi

GÜÇLÜ YANLARI	ZAYIF YANLARI
<ul style="list-style-type: none">• Kocaeli'nin sanayi ve endüstri bakımından gelişmiş önemli illerin başında yer alması,• İç ve dış pazar için lojistik avantajların bulunması,• Gerek kamu yönetimi gerekse yerel yönetimlerin deniz turizmini geliştirme planı,• Deniz turizmi için doğal kaynaklar ve doğal çevre,• Büyükşehir Belediyesi'nin turizm konusunda ilgili ve destekleyici yaklaşımı,• Dört mevsimin yaşanması ve kış sezonunda 15 derecenin altına inmeyen deniz sıcaklığı,• Temiz ve güvenli deniz alanları,• Mavi Bayraklı plaj sayısının artması,• Dağların denize dik inmesinden kaynaklanan girintili, çıkıntılı doğal korumalı koy-körfez,• Dalış Turizmi açısından arkeolojik eser kalıntıları ve gemi batığı,• Koyların yakınlarında otantik köyler ve konuksever halk, Havaalanı, hastane ve alışveriş merkezleri gibi yerlere kısa sürede ulaşım,• Çeşitli su üstü faaliyetlerinin anlamda yapılmasına uygun, bol rüzgarlı bölgeler,• Tehlikeli deniz canlılarının olmadığı güvenli sular,• Tsunami, kasırga gibi sahillerde tahribat yaratan, can ve mal güvenliğini, tehdit eden doğal olaylarının yaşanmadığı iklim,• Deniz turizmini destekleyecek tarih ve kültür turizmi potansiyeli ve deniz turizmi ile entegre olabilecek zengin gastronomik miras• Asya ve Avrupa'yı bağlayan yol kavşağında olması,• Deniz turizmi destinasyonlarının İstanbul'a yakınlığı,• Sabiha Gökçen Havalimanı'na yakın olması,• Zengin jeosit varlığı ve korunmuş coğrafi yapı,	<ul style="list-style-type: none">• Sanayi kenti algısının turizm imajını zedelemesi• Koylar/Kefken adasına yönelik günübirlik/hafta sonu gezmek isteyenler için gezi teknelerinin olmayışı,• Turistik ürün paketi oluşturmama, tanıtım ve pazarlama eksikliği• Mevsimsel talep dalgalanması• Nitelikli turistik işletme yetersizliği• Kalifiye personel yetersizliği• Tamamlayıcı hizmet işletmesi yetersizliği• Kocaeli deniz turizmi destinasyonlarında turistlere yönelik aktivite yetersizliği• Dar ve virajlı yolların bulunması• Turizm bilgilendirme ofislerinin bulunmaması• Hafta sonları yoğunluğunda taşıma kapasitesi sorunu• Gastronomik zenginliklerin deniz turizmi destinasyonlarında yeterince değerlendirilememesi• İmar ile ilgili sorunların çözülmemiş olması Nitelikli işgücü yetiştirecek eğitim kurumlarının deniz turizmi destinasyonu olarak öne çıkan• Kandıra, Karamürsel, Darıca vb. de bulunmaması• Paydaşlar arasında işbirliğinin yetersiz olması• Yat limanı-marinaların olmayışı• Denize elverişli olan alanların sanayileşmiş olması,• Deniz kıyılarında otopark yetersizliği,• Yöresel ürün satış yerlerinin yeterince değerlendirilememesi,• Deniz turizmi potansiyelinin ulusal ve uluslararası alanda kullanılamaması• Deniz turizmi ve/veya deniz turizmi türlerine ilişkin Kocaeli özelinde bilimsel toplantı ve akademik çalışma eksikliği• Zengin jeosit varlığın turizm amaçlı değerlendirilememesi• Plajlara yakın yerlerde; su sporları, su
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none">• İstanbul'a olan yakınlığı,• Bölgenin farklı turistik aktivitelere olanak vermesi,• Deniz turizmi ve deniz turizmi aktivitelerinin pandemiyle birlikte tekrar popüler olması,• Deniz turizmi potansiyeli olan bozulmamış doğal çevre ve kültürel miras,• Deniz Turizmine yönelik MARKA, Deniz Ticaret Odası,• Kocaeli Büyükşehir Belediyesi gibi birçok kurum tarafından yapılan projeler ve sağlanan teşvikler olması,• Yerel yönetimlerin deniz turizmi çalışmalarına yönelik ilgisi,• Tarihsel olarak farklı medeniyetlerin yaşadığı yer olması sebebiyle kültürel zenginliğe sahip olması,• Ulaşım olarak tren, karayolu, havayolu ve denizyolu gibi çeşitli seçeneklerinin mevcut olması,• İstanbul ve çevresi için tatil beldelerine sahip olması,• Kentte yapılan festival ve organizasyonların olması,• Nitelikli işgücü yetiştirecek lise ve üniversite düzeyinde eğitim kurumlarının varlığı,• Kentte uluslararası zincir otel/ restoranların olması,• Deniz turizminin geliştirilmesine yönelik akademik çalışmalar üretecek Denizcilik Fakültesi ve Turizm Fakültesinin olması,• Deniz turizmi konusunda sektör, üniversite ve kamu/yerel yönetimlerin işbirliğine hazır olmaları,• Kentin turizm master planlarında deniz turizminin yer alması,• Kente deniz turizmi için gelen turistlerin; göl ve derelerde kano, su altı dalışı, su altı arkeolojisi vb. turizm türlerinden yararlanabilme olanağı,• Kuzey Marmara Otoyolu yapılmamasıyla mavi bayraklı plajlara ulaşımın kolaylaşması, İstanbul'dan	<ul style="list-style-type: none">• Sanayi kenti algısının yaratmış olduğu önyargı,• Deniz turizminin kıyı turizminden ibaret olduğu ön yargısı,• Deniz turizmine hizmet veren kıyıların mevsimsellik sorunu,• Kent imajının ucuz ve günübirlik tatil yeri algısı,• Sahil kısımlarında, yaşanan atık sorunu ve çevre tahribatı,• Bilinçsiz yapılaşma,• Doğal çekiciliklere sahip alanlarda yapılan tahribat,• Benzer turistik ürünler sunan birçok farklı destinasyonun bulunması,• Deniz odaklı turizm anlayışının yerleşmiş olması,• Yoğun ev pansiyonculuğu faaliyetinin bulunması ancak üst gelir grubuna hitap edecek nitelikte tesislerin olmayışı,• Bu destinasyonlara yönelik günübirlik turlar dışında paket turların olmayışı,• Kocaeli'nin özellikle İzmit, Gölcük, Değirmendere destinasyonlarının birinci derece deprem kuşağında yer alması,• Deniz turizmi destinasyonlarında ikincil konutların ve kentsel yapılaşmanın fazla olması• Deniz turizmine hizmet verecek alt ve üst yapı tesislerinin yetersizliği• Deniz kıyılarının turizm amaçlı aşırı kullanılması sonucu; denizlerin kirlenmesi ve kıyılardaki yoğunlaşmayla betonlaşma• Deniz turizmi beldelerinde kafe, restoran, konaklama ve sosyal tesis yetersizliği,• Bulunan tesislerdeki nitelikli eleman yetersizliği, buna bağlı hizmet kalitesinin düşmesi ve Kocaeli'den olumsuz imaj algısı ile ayrılma tehdidi,• Plajlara ulaşım ile ilgili harita, konum, özellikler bakımından yeterli kadar tanıtımın yer aldığı medya platformu bulunmaması,• Plajlarda hafta içi/hafta sonu talep düzensizlikleri olması.

Tarihi geçmişe sahip olan Bayramoğlu Adasının eski adı Balyanoz'dur ve kuzeye bakan koyu Balyanoz Limanı olarak bilinir. Bayramoğlu, Marmara Denizi'ne uzanan küçük bir yarımada. İdari açıdan Kocaeli İli, Gebze İlçesi, Darıca Belediyesi'ne bağlıdır. Marmara Denizi'ne uzanan küçük bir yarımada olan Bayramoğlu 1950'lerin sonunda yerleşime açılmıştır. Yarımada olmasına rağmen halk arasında ada olarak anılan Bayramoğlu, Körfez şeridi üzerinde, üç burundan oluşan bir yarımada. Bayramoğlu, güneşi, denizi, kumsalı ve dinlenme tesisleriyle hem günübürlük hem de konaklamalı tatillerini geçirmek isteyenler için olanaklar sunmaktadır. Darıca sahilleri, 16 km'lik kıyı şeridi, sahil boyunca kafeterya, restoran ve rekreasyon alanları ile deniz turizmüne hizmet veren en güzel yerlerdendir. (<https://www.kulturportali.gov.tr/>; <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dar%C4%B1ca>).

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Kocaeli, her ne kadar kamuoyunda bir sanayi kenti olarak bilinse de, esasında Kocaeli hem Marmara denizine hem de Karadeniz'e kıyısı bulunan Marmara Bölgesinde bir sahil kentidir. Kocaeli; Kandıra, Karamürsel, Körfez, İzmit, Başiskele, Gölcük, Darıca ve Gebze ilçeleri ile deniz turizmi potansiyeline sahip olmasına karşın yeterince değerlendirilememektedir. Bu kapsamda araştırmada, Kocaeli kentinde yapılan/yapılabilecek deniz turizmi türlerinin ve deniz turizmi potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle, Kocaeli kenti deniz turizminin güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerini ortaya koymak üzere SWOT analizi yapılacaktır. Ayrıca Kocaeli'nin deniz turizmi destinasyonları ve deniz turizmi türlerine yönelik derinlemesine bilgi edinmek amacıyla bu konuda uzman kişiler ile yapılandırılmamış görüşme yöntemi yapılmış, elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Bu araştırma kapsamında, Kocaeli deniz turizmüne yönelik yapılan literatür taramasında Kocaeli deniz turizmi ve deniz turizmi türlerine yönelik yapılan araştırma sayısının sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, deniz turizmi ve deniz turizmi türlerine ilişkin alan yazın taraması yapılarak, Kocaeli kent deniz turizmi destinasyonları ve deniz turizmi türlerine yönelik bilgi verilecektir.

4.2. Kocaeli Deniz Turizmi Potansiyeli SWOT Analizi

Tablo 2'de Kocaeli kenti deniz turizmi potansiyeline ilişkin SWOT analizi yer almaktadır. Kocaeli'nin deniz turizmi destinasyonlarının güçlü ve zayıf yanları ile Kocaeli deniz turizminin sahip olduğu fırsatlar ve tehditler verilmektedir.

4.3. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Bu araştırma; Kocaeli ilinde 2022 yılı Nisan ayında, Kocaeli deniz Turizmi konusunda bilgi ve deneyim sahibi araştırmaya katılmayı kabul eden 5 uzman katılımcı ile yapılandırılmamış mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırma, amaçlı örnekleme yöntemi ile deniz turizmi konusunda uzman; Kocaeli Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, Kocaeli Deniz Ticaret Odası, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Yerel Yönetim ve Kültür Turizm İl Müdürlüğünden

uzmanlar ile yapılmıştır. Bu görüşmelerde 6 adet açık uçlu sorudan oluşan soru formu kullanılmıştır. Bu soru formu, araştırmaya katılan uzmanlar ile farklı zamanlarda yapılmıştır. Soru formunda uzmanlara yöneltilen sorular şunlardır:

1. Kocaeli'nde deniz turizmüne hizmet veren destinasyonlar hangileridir ve hangi deniz turizmi türüne yönelik yatırımlar bulunmaktadır? Sizce hangi türler geliştirilmelidir?
2. Kocaeli deniz turizmi destinasyonlarında deniz turizmüne bağlı olarak; konaklama işletmeciliği, yiyecek-icecek işletmeciliği, rekreasyon işletmeciliği hangi faaliyetler yapılmaktadır? Sizce bu faaliyetler yeterli midir? Yetersizse neler yapılmalıdır?
3. Sizce Kocaeli deniz turizminde ikincil konutların (yazlıklar) nasıl bir etkisi vardır?
4. Kocaeli deniz turizmi konusunda kimlere hangi sorumluluklar düşüyor ve bu paydaşlar neler yapabilir?
5. Kocaeli kenti deniz turizminde yaşanan sorunlar nelerdir ve neler yapılmalıdır?
6. Kocaeli deniz turizmüne yönelik eklemek istedikleriniz nelerdir?

4.4. Araştırma Bulguları ve Analizi

Araştırmaya katılanlara ait demografik veriler Tablo 3'de görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında %80'i erkek, %20'si kadındır. Yaşları incelendiğinde %80'ini 40-50 yaş aralığında ve %20'si 29-39 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılanların mesleklerine bakıldığında; bir katılımcı akademisyen (%20), 2 katılımcı memur (%40) ve 2 katılımcının da Belediye ve Deniz Ticaret Odasında İdareci oldukları anlaşılmaktadır. Araştırmaya

Tablo III. Uzmanlara Ait Demografik Veriler

V	n	%	Yaş	n	%
Kadın	1	20	29-39	1	20
Erkek	4	80	40-45	4	80
Toplam	5	100	Toplam	5	100

Eğitim	n	%	Meslek Ünvan	n	%
Üniversite	1	20	Üniversite	1	20
Yüksek Lisans	4	8	Yüksek Lisans	2	20
Doktora	2	40	Doktora	2	40
Toplam	5	100	Toplam	5	100

Deneyim	n	%
0-10	2	40
10-11	4	60
Toplam	5	100

katılanların eğitim düzeyine bakıldığında tamamının üniversite üstü bir eğitime sahip olduğu, % 80'nin de lisansüstü bir eğitime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların unvanlarına bakıldığında ise; 1 proje uzmanı, 1 Doç. Dr., 1 Deniz Ticaret Odası Kocaeli Meclis Başkanı, Turizm amaçlı Sosyal medya-tanıtım uzmanı, 1 Turizm ve Doğal Yaşam Alanları Şube Müdürü bulunmaktadır.

4.5. Verilerin Analizi

Araştırmada Kocaeli kenti deniz turizmi potansiyeline yönelik

uzmanların görüşlerini almak amacıyla yapılan literatür çalışması sonucunda altı tema oluşturulmuştur. Bu temalar çerçevesinde Kocaeli deniz turizmi potansiyeli konusunda uzman 5 katılımcı görüşülmüş, veriler toplanırken ve analiz edilirken katılımcı uzmanlar U1, U2...U5 şeklinde kodlanmıştır.

4.6. Mülakat Bulguları

Tema: Kocaeli'nde Deniz Turizmine Hizmet Veren Destinasyonlar ve Deniz Turizmi Türleri

I. Tema. Kocaeli'nde Deniz Turizmine Hizmet Veren Destinasyonlar ve Deniz Turizmi Türleri

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Kandıra	U1: "İlimiz özelinde deniz turizminin yapıldığı buna yönelik azda olsa tesisin bulunduğu ilçe Kandıra ilçemizdir. İlçemizde Kıyı turizmi, Dalış turizmi, Tekne turları, Olta balıkçılığı Turizmi yapılmaktadır. Şahsi kanaatim Kandıra sahil bölgesine kesinlikle 5 yıldız standardında otel gereklilidir. İstanbul gibi metropole yakın olup bu fırsatı kullanmamak bence yanlış bir eylem tarzıdır. Hali hazırda yaz döneminde hafta sonlarında İstanbul dahil çevre illerden bu kadar insan günübirlik tatil için ilçemizi seçerken biz turistin günlük olmasından kaynaklı sadece hizmetini görmekteyiz fakat kurulacak otel projeleri ile bölgemiz Ege ve Akdeniz bölgeleri gibi sureli kalan ve bölge ekonomisine katkıda bulunacak yerli ve yabancı turisti ağırlayabilecektir.
İstanbul'a yakınlık	İlçe ekonomisinin kalkınmasında asıl faktör ilçede kalacak çıkıp gezecek ve ilçeye katkısı olacak turistin ilçeye getirilebilmesidir"
Tesis yetersizliği	U2: "Deniz turizmi aşağıdaki alanlardaki faaliyetleri kapsamaktadır: Yat İşletmeciliği, Yat Limanı/Marina İşletmeciliği, Kurvaziyer ve Kurvaziyer Limanı İşletmeciliği, Günlük Gezi Tekneleri İşletmeciliği, Dalış Turizmi ve Su Sporları İşletmeciliği, Yat İmalat ve Çekek Yerleri İşletmeciliği, Yat Malzeme Satış Hizmetleri İşletmeciliği... Kocaeli ili İzmit Körfezi'nin iki kıyısında Marmara Denizi'nin doğusunda anakara içine derin bir şekilde sokulmuş olan körfez çevresinde yer alır. Marmara Denizi'ne 130 km., Karadeniz'e 49 km. ve Sapanca Gölü'ne 13 km. olmak üzere yaklaşık 200 km. kıyı uzunluğuna sahiptir... Kocaeli ili, kuzey ve güneyinde iki farklı kıyı bölgesine ve körfezde büyük korunaklı deniz alanına sahip olmasına, İstanbul gibi talep oluşturan büyük bir pazara yakınlığına rağmen deniz turizmi sektöründeki gelişimi sınırlıdır. Bu kapsamda Kocaeli'nde Turizm İşletme/Yatırım Belgeli Yat Limanı/Marina, Kurvaziyer Limanı bulunmadığından bu limanlara bağlı yat, kurvaziyer gemi ve günlük gezi teknesi de bulunmamaktadır. Süper yat sınıfı çekek yeri olarak ise Derince Safi Port limanı talep edildiğinde hizmet vermektedir. İldeki kayıtlı tekne ve deniz araçları deniz turizmi alanında kullanılmamakta olup, genelde liman başkanlığı ve belediyeye kayıtlı bağlama kütüğü ruhsatı verilen araçlardır. Bu araçlar, il genelindeki Karadeniz kıyısında 2 adet balıkçı barınağı, 1 adet barınma yeri ve 2 adet çekek yeri; Marmara Denizi kıyısında ise 5 adet balıkçı barınağı, 2 adet barınma yeri, 11 adet çekek yeri olmak üzere belediye ve il tarım ve orman müdürlüğüne bağlı balıkçılık yapılarında konuşlanmaktadır. Halk arasında "marina" olarak ifade edilen yapılar ise, deniz turizmi yönetmeliği ve bakanlık şartlarını sağlayan belgeli yapılar değildir. Yat limanı yatırım ve pazarlamasında en büyük dezavantaj, bölgede yatçılığa duyulan ilginin azlığı ve mevcut pazara İstanbul sınırında bulunan Tuzla ve Pendik yat limanı/marinalarının yeterli gelmesi görülmektedir".
Uzun süreli konaklama	
Deniz Turizmi kapsamı	U3: "Kandıra, Karamürsel, Başiskele, Hereke, İzmit, Gölcük, Darıca ve Körfez ilçeleridir, Dalış turizmi, su sporları, turistik olta balıkçılığı, yat turizmi faaliyetlerine hizmet vermektedir. Günübirlik tekne turizmi, su sporları, marina faaliyetleri geliştirilmelidir". U4: "Kocaeli'nde bilinen; Kandıra, Karamürsel, Değirmendere, Gölcük, Darıca, Gebze destinasyonları var. Kocaeli'nde birisi Karamürsel Altınkemer kumsal, diğerleri Kandıra'da olmak üzere toplam 7 adet mavi bayraklı plaj var.. Değirmendere'de bir dalış kulübü var. Karamürsel ve Kandıra'da şu anda bir çalışma var, sualtı müzesi planı var, Antik Kerpe limanı su altı kazısı çalışmaları var. Kocaeli müze mdr. İle il kültür turizm mdr. Kandıra taraflarında yat turizmi vb. var ama yapılan çalışma yok, Eskisihar tarafında bir yat limanı/marina var, İzmit te var. Deniz turizmi Kocaeli'nde kesinlikle geliştirilmeli..."
Kocaeli kıyı uzunluğu	
Marina/Liman yokluğu	U5: "Kandıra destinasyonu mevcutta; 6 adet mavi bayraklı plajı (kıyı turizmi), kıyı şeridinde 80 km boyunca uzanan yürüyüş ve bisiklet parkurları (Zambak Yolu, Kandıra Bisiklet Yolu) (doğa turizmi), Kerpe dalış okulu (dalış turizmi), ve Babalı sörf merkezi (su sporları) yatırımları ile Kocaeli'nin deniz turizmi potansiyeli en yüksek bölümü konumundadır... Sörf konusu 4 mevsim turizme hizmet ettiğinde mutlaka geliştirilmeli ve desteklenmelidir... Kandıra'nın yanı sıra coğrafi özellikleri itibarıyla doğal bir liman niteliğindeki İzmit körfezi, Gölkay Park (su sporları), Kartepe Sukay Park (su sporları) ve Karamürsel Altınkemer Plajı (kıyı turizmi) yatırımları da önemlidir. Kıyı bölgesindeki tarihi ve doğal güzellikler rekreatif açıdan geliştirilmeli ve gerekli altyapı hizmetleri sunulmalıdır.
Kapasite Yat limanı pazarlama ve tanıtım sorunu	
Deniz turizmi destinasyonları ve Faaliyetleri	
Mavi bayraklı plajlar çalışmaları var	

II. Tema. Kocaeli Deniz Turizmi Destinasyonlarında Yapılan Deniz Turizmi Faaliyetleri

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Kandıra	U1: "Aslında bir önceki sorunuzun devamı niteliğinde cevap verebilirim. Turizm için doğal kaynaklara sahipiz bu deniz bu plaj bu doğa olarak zaten elimizde bulunmakta müşteri ve turist olarak potansiyelimiz zaten mevcut çevre illerden gelen insan sayısı bunu kanıtlamakta yalnız konaklama için daha kaliteli yapılara ve bunlarla entegre yada çevresinde yer alan tesislere ihtiyacımız bulunmaktadır".
İstanbul'a yakınlık	U2: "Yukarıda da açıklandığı üzere Kocaeli deniz turizmi faaliyetleri ve destinasyonları sınırlıdır. Deniz turizmi ne hitap etmediği halde hizmet veren mevcut turizm işletmelerinin hizmet ve kalite açısından yeterli olduğu düşünülmektedir. Ancak gelecekte farklı deniz turizmi yatırımları yapıldığında özellikle sportif hizmetlere ve destekleyici diğer turizm işletmelerine (konaklama, yiyecek-içecek, rekreasyon vb.) talep artacağından bu alanların geliştirilmesi gerekmektedir".
Tesis yetersizliği	U3: "Kocaeli deniz turizmi destinasyonlarında deniz turizmüne bağlı olarak Kandıra sahillerinde su sporları, Gölcük ilçesinde amatör balıkçılık turnuvaları yapılmaktadır. Kocaeli ilinde yapılan faaliyetler yeterli olmamakta olup geliştirilmesi için Kocaeli büyükşehir belediyesi, turizm fakültesi, denizcilik fakültesi ve Ticaret odaları işbirliği ile Kocaeli deniz turizmi ihtiyaç analizi ve çözüm önerilerini konu alan bir çalıştay düzenlenmeli ve çıktıları ile ilgili aksiyon alınmalı".
Uzun süreli konaklama	U4: "Öncelikle belgelendirme olmadan ticari olarak deniz turizmi faaliyetleri yapılması yasak.. Kandıra tarafında pansiyonculuk var ancak konaklama tesisleri ile ilgili çalışmalar yapılması gerekli.. Ayrıca günübirlik turlar yapılmalı, özellikle Sardala koyu gibi, doğasıyla, olta balıkçılığı yapılıyor, sportif ya da turizm amaçlı yapılabilir, Kandıra daha uygun..".
Deniz Turizmi kapsamı	U5: "Deniz turizmi destinasyonlarında, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre yüksek oranda pansiyon türünde konaklama tesisleri yer almaktadır. Kerpe dalış okulu, Babalı sörf merkezi, Gökay Park ve Sukay Park gibi rekreasyon işletmeciliği faaliyetleri de yürütülse de bunların yetersiz olduğu görülmektedir... Kocaeli Turizm Master Planı'nda da yer alan; nitelikli konaklama tesisi açılmasının teşvik edilmesi, yeni mavi bayraklı plajlar oluşturulması için alan tespiti ve altyapı düzenlemesi çalışmaları, denizcilik, liman işletmeciliği ve deniz sporları
Kocaeli kıyı uzunluğu	konularında fuarlara ve show'lara ev sahipliği yapılması, uluslararası sportif müsabakalara ev sahipliği yapılması, turistik noktalarda eğlence amaçlı tekne turları hazırlanması, su sporları tesisleri kurulması, gibi faaliyetlerin Kocaeli deniz turizmüne ivme kazandıracağı görüşündeyim".
Marina/Liman yokluğu	
Kapasite Yat limanı pazarlama ve tanıtım sorunu	
Deniz turizmi destinasyonları ve Faaliyetleri	
Mavi bayraklı plajlar Çalışmalar var	

III. Tema. Kocaeli Deniz Turizminde İkincil Konutların Etkisi

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Nüfus kaydının alınmaması	U1: "Kandıra olarak bizim için aslında olumsuz yanları daha fazla olmaktadır bu tür konutlarda ikamet eden halkımız nüfus kaydını taşımadığı için aslında yerli olarak görülmemektedir. Doğal olarak getirilecek hizmetlerde nüfus en önemli faktör olduğu için kağıt üzerinde düşük nüfus için ödenek hizmet alımı olurken hizmet verme noktasında çok daha fazla bir nüfusa hizmet vermek gerekmektedir. Ayrıca insanların imar planlarına uygun hareket etmeyişi ve her şekilde yazlık olarak bir yapı ihtiyacı görmesi çarpık kentleşmeye neden olabilmekte sonrasında yıkım yapılması ilave milli kaynakların boş yere harcanması demektir".
Çarpık kentleşme	U2: "Geçmişte İstanbul'a yakınlığı nedeniyle bölgede Darıca, Karamürsel, Körfez ilçelerinde ikincil konutların olduğu ve bu konutların turizm amaçlı kullanıldığı bilinmektedir. Ancak özellikle 1970'li yıllardan itibaren körfez çevresinin sanayileşme nedeniyle imar ve çevresel şartlar olarak değişmesi konutların turizm amaçlı kullanımını azaltmış, bölgeye olan göçler nedeniyle de konutların el değiştirmesine ve daimi kullanımına yol açmıştır. Günümüzde ise Kandıra, Başiskele, Kartepe ve Karamürsel ilçelerinde yoğun olarak bulunan ikincil konutların deniz turizmüne yönelik kullanılmadığı ve yüksek bir etkisi bulunmadığı düşünülmektedir. Bununla birlikte özellikle Kandıra da ikincil konutları kullananların deniz turizmi faaliyetlerine yönlendirilmesi desteklenebilir".
Sanayileşmenin etkisi	U3: "Sadece Kandıra sahilinde pozitif etki gözlemlenmektedir".
İkincil konut kullanımını azaltmış	U4: "Ben olumsuz olarak bakmıyorum, olumlu olduğunu düşünüyorum. Yavaş yavaş yerleşimler de olmaya başladı. Marmara kıyılarında deniz turizmi ile ilgili gelişme yok. Kandıra da sadece Kerpe biliniyor, oysa pek çok yer var, gelişecek, büyüyecek... Babalı, Sarısu, Kumcağız, Cebeci... Dalga sörfü yapılıyor, Karadeniz de tek dalga sörfü yapılan yer burasıdır. İlk kadın milli sporcu dalga sörfünde bizden çıktı. Senede 1000'e yakın yabancı turist ağırlıyoruz... Hatta sörf okulu var...".
Deniz turizmi amaçlı kullanımının desteklenmesi	U5: "Bölgenin yazlık sahipleri tarafından aktif kullanılması ve kişilerin yakın çevreleri tarafından da kullanıldığı düşünüldüğünde olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Özellikle Kandıra'nın sahil yerleşimlerinde bulunan yazlık konutlar önemli yer kaplamakta olup bu yapıların sahipleri tarafından boş kalmamaları için paylaşma açılmasının, airbnb tarzı konaklama çeşitlerinin geliştirilerek artması önemlidir".
Olumlu etkisi Dalga sörfü	
Airbnb tarzı konaklama çeşitlerinin geliştirilmesi	

IV. Tema. Kocaeli Deniz Turizmi Paydaşları ve Sorumlulukları

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Paydaşlar arasında işbölümü ve Koordinasyon	U1: "Ulaşım ve koordinasyon altyapı belediye başkanlıklarında Tanıtım kurumlar arasında koordinasyon ve bakanlık belediye halk buluşması turizm müdürlükleri, Ar-ge tesis standartları coğrafi kullanım seçeneklerinin çeşitlendirilmesi ve bilimsel çalışmalar üniversiteler, Maddi imkan sağlanması il ticaret odaları sanayi odaları esnaf odaları koordinesinde olabilir ve hayat bulabilir".
Önceliklerin belirlenmesi	U2: "İlde deniz turizmi faaliyetlerinin geliştirilmesi önceliklerin doğru belirlenmesi, fayda/maliyet ve fizibilite analizleriyle uzun vadeli makro planlar halinde belirlenmesine bağlıdır. Öncelikle bu turizm alanına yönelik halkın farkındalığının artırılması, sosyo-kültürel olarak toplumda etkinin oluşturulması ve çekiciliklerin yaratılması gerekmektedir. Genel olarak Türkiye'de deniz sevgisi ve denizden yararlanma kültürü zayıf niteliktedir. Deniz turizmi denildiğinde akla sadece deniz kıyısında bulunma ve bireysel olarak yararlanma gelmektedir. Halktaki deniz ve denizcilik kültürü geliştirildiğinde ancak deniz turizm faaliyetleri de gelişecektir. Bu kapsamda Kocaeli ele alındığında yatırımlar ve makro planların uygulanmasında birinci derecede Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği; Gençlik ve Spor; Kültür ve Turizm; Ulaştırma ve Altyapı Bakanlıklarının, ikinci derecede İl Valiliği, Büyükşehir Belediyesi, Üniversite ve İlçe Belediyeleri doğrudan yetki sahibi konumundadır. Sosyo-kültürel etki ve deniz turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi alanlarında ise ilgili dernek ve kulüplere, Deniz Ticaret Odasına, dolaylı olarak basın-yayın kurumlarına görev ve sorumluluk düşmektedir.
Uzun vadeli makro planlar	U3: "Kocaeli büyükşehir belediyesi, turizm fakültesi, denizcilik fakültesi ve Ticaret odaları"
Halkın deniz kültürünün geliştirilmesi	U4: "Öncelikle belediyelere, büyükşehir başta olmak üzere, Kocaeli İl Kültür Turizm mdr., Deniz Ticaret Odası, üniversite, halk önemli. Konaklama tesisleri ve esnaflar çok önemli..".
Kurum ve kuruluşlar	U5: "Turizm Master Planı kapsamında kentten söz sahibi kurumlardan oluşan komisyon, ilçe belediyeler ve yeni kurulacak Turizm ve Fuarçılık şirketi ile birlikte tüm paydaşlarla işbirliği içerisinde çalışmalar yürütülmelidir".

V. Tema. Kocaeli Kenti Deniz Turizminde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Sanayileşme sorunu Ulaşım ve konaklama sorunu	U1: "Marmara denizinin sanayi tesisleri ile çevrili olması Karadeniz sahillerimiz için ise etkin ulaşım ve konaklama imkanlarının olmaması ilk ve en temel sorundur. turizm maksatlı ilimize gelen kişi konaklayacak iyi bir otel ve onunla bütünleşik ticari ve eğlence olanakları talep edecektir". U2: "Sorun yatırımların sadece fiziksel olarak algılanmasıdır. Yani altyapı ve üstyapı tesislerinin inşası yeterli değil, bu yapıların kullanımını ve dolayısıyla pazarın güçlendirilmesi sağlanmalıdır. Toplum geneline yayılacak deniz turizmi algısı ve etkisi fayda/maliyet oranını karşılayacaktır. Deniz turizmi alt dallarında etkili olacak belirli yaş, cinsiyet, gelir gurubu vb. yönelik faaliyetlerle Alt yapı ve üst yapı tesisleri yetersizliği Teşvikler yapılmalı farkındalığın artırılması sağlanmalıdır. Bu konuda kampanyalar (1 milyon denizci kampanyası), mali teşvik ve indirimler, gençlere burs, kredi, seyahat vb. alanlarda teşvikler uygulanmalıdır". U3: "Kocaeli'nde bulunan Marmara denizi ülkemizde en çok yük gemilerinin hareket ettiği bölgedir. Bu sebepten hareket alanı ve faaliyet alanı dardır. Ancak kıyıda yapılması mümkün sportif faaliyetler ve 3 çapalı bir marina Kocaeli'nin deniz turizminin gelişmesinde katkı sağlayacaktır". U4: "Sorunlar değil, eksikler var. 6-7 mavi bayraklı plajımız var, hala Kandıra'yı bilmeyen çevre iller var. Şile ve Ağva'yı bilen çok ancak bizde Kandıra tanıtım ile ilgili eksiklik var... özel plajlar, kafe restoranlar vb. yapılmalı...Özel sektör burada teşvik edilebilir...biraz gününbirlik genç kesim için iyi olabilir, özel beachlerde müzik dinlemek istemiyor...kalite, lüks isteyen selektif kesim için ortam yok.. bu da gerekli..".
Alt yapı ve üst yapı tesisleri yetersizliği Teşvikler yapılmalı	U5: "Kandıra'da özellikle hafta içi ve hafta sonu arasında ciddi talep farkı bulunmakta, sezon içinde de belirli dönemlerde bu farklılaşma görülmektedir. Benzer şekilde kış döneminde deniz turistin olmamasına sebebiyle boş dönemler için yerel etkinlik ve festivaller düzenlenebilir. Deniz turizmi ile ilgili konularda eğitimler artırılabilir. Deniz turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerde çalışan insan kaynağının geliştirilmesi için bu alanda daha etkin eğitimler düzenlenebilir. Kocaeli'nin konaklamalı deniz turizminden alacağı payın artması için nitelikli hizmet sunan tesislerin artması gerekmektedir. Buna yönelik olarak da Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi sınırlarında, teşvik olanaklarından da yararlanacak tesisler için yer açılması gerekmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan turizm işletme belgesi alacak tesislerin hem teşvik olanaklarından yararlanabileceği hem de nitelikli hizmet sunabileceği düşünülmektedir. Deniz turizmi potansiyeli bulunan yerlere ve tesislere erişimin kolaylaşması için altyapı yatırımları ve yönlendirme çalışmaları gerçekleştirilebilir. Kandıra başta olmak üzere deniz turizmi için uygun iki deniz ve bir göle sahip şehrimizde belirlenecek bir alanda yat limanı yapılması ile turizmde hareketlilik sağlanacağı ve imaj bakımından önemli bir mesaj verilecektir". alanlara ve tesislerin bulunduğu noktalara ulaşım altyapısının daha da geliştirilmesi ve özellikle yönlendirme levhalarının yapılması ve yönlendirme çalışmalarının belirli bir marka kimliği altında hazırlanması bütünlük oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. İki deniz ve bir göle sahip şehrimizde belirlenecek bir alanda yat limanı yapılması ile turizmde hareketlilik sağlanacağı ve imaj bakımından önemli bir mesaj verilecektir".

VI. Tema. Kocaeli Deniz Turizmine Hakkında Düşünceler

KODLAR	DOĞRUDAN ALINTILAR
Bakanlık seviyesinde kararlar gerekli	U1: “Muhteşem bir imkan elinde olan Kocaeli son yıllarda bunu harekete geçirmeye çalışmakta yeni kandıra yolu Kerpeye müze bağlantı noktası açılması Kerpe limanında sualtı dalış sporu için çalışmaların başlanması bunların hepsi çok güzel başlangıçlar ancak Kocaeli için daha yüksek düzeyde alınacak kararlar ve uygulamalar gerekmektedir gerekirse bakanlık seviyesinde konaklama için turizm bakanlığı devreye girmeli ve gelecek misafirler için uygun koşulların sağlandığı yüksek standart da mekanlar yapılmalı, yaptırılmalıdır. Akabinde çevresel gelişmeyi sağlayacak kalkınma bölgeye yayılacaktır”.
Yüksek standart Mekanlar	U2: “Genel değerlendirme yapıldığında Kocaeli farklı deniz alanlarına sahip olmasına rağmen oşinografik ve iklimatik şartları, şehirleşme/ sanayileşme ve imar yapısı, sosyo-kültürel etkinin yarattığı pazar şartları göz önüne alındığında deniz turizmi faaliyetleri ve destinasyonları içinde yer almamakta, yakın bir gelecekte de bu niteliklerde değişiklik olabileceği gözlemlenmemektedir. Yat ve Yat Limanı/ Marina İşletmeciliği, Kruvaziyer İşletmeciliği alanlarında yapılacak yatırımlarda düşük potansiyel bulunmakta ve amortisman/finans konusunda yüksek risk içermektedir. İldeki yüksek genç nüfus Dalış Turizmi ve Su Sporları alanında potansiyel oluşturmaktadır. Bu alan faaliyette olan kulüplerin desteklenmesiyle ve genç nüfusun bu spor alanlarına yönlendirilmesiyle geliştirilebilir. Ayrıca deniz alanının fiziksel ve hukuksal uygunluğu nedeniyle ilin Karadeniz kıyılarında amatör balıkçılık amaçlı turizm etkinliği geliştirilebilir. Sapanca Gölü kıyısında su sporları ve balıkçılık geliştirilebilir özelliklere sahiptir”.
Deniz turizmi destinasyonu bulunmamakta	U3: “...”
Marina-Liman potansiyeli düşük	U4: “Mavi Bayraklı Plaj sayısı arttırılmalı (Yakın zamanda açılacak) Özel beachler açılmalı, Kumsal ve kıyıya yakın bölgelerde aktivite turizmi çeşitlendirilmeli Kamp alanlarının nitelikleri ve sayısı arttırılmalı ve tematik seçenekler sunulmalıdır. (Glamping v.b) (Seyrekte yeni açılan Patagonya Kamp alanı Örnek) Eğlence mekanları arttırılmalı. Özellikle (Kerpe ve Cebeci) Yöresel gastronomi ve deniz ürünlerinin sunulduğu iyi mekanlara ihtiyaç bulunmaktadır. Tematik Tekne turları olmalıdır. Kıyı bandına yakın köylerde etkinlik turizmi ve butik ekotesislerin sayıları arttırılmalı.
Su sporları potansiyeli var	U5: “Bizim Kandıra denizi kıyas kabul etmez, kamp-karavan turizmi yapıyor. Kalite eksikliği var.. talep çok.. geliştirilebilir.. iyi olacağına inanıyorum.. biraz reklamını yaparsak, biraz da kalite katarsak iyi olacak... sadece halka hizmet gözüyle bakmak yeterli değil, kalite katarak, çıtayı yükseltirsek, daha farklı, üst gelir grubunun talebini de alırız. İmaj çalışması yapılırsa farklı bir yaklaşım olabilir. Acentaların da tur düzenlemesi yapılabilir, böyle bir çalışma yok... Kandıra dalga sörfü...”.

5. Tartışma ve Sonuç

Kocaeli, bir sanayi kenti olarak bilinse de, esasında Kocaeli hem Marmara denizine hem de Karadeniz'e kıyısı bulunann bir sahil kentidir. Denize kıyısı olan pek çok ilçesi olmasına karşın Kocaeli deniz turizmi ve türleri bakımından yeterince değerlendirilmemektedir. Deniz turizmi bakımından bu eksiklik akademik literatürde de görülmektedir ve Kocaeli deniz turizmine yönelik araştırma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu çalışmalardan biri Uzun (2017) tarafından hazırlanan Bir Açık Alan Dersliği: Kandıra Kıyıları isimli çalışmadır. Yazar bu çalışmasında, Kandıra kıyılarının zengin jeosit varlığına dikkat çekmek ve bu kıyıların eğitim turizmi yoluyla korunarak kullanılmasına katkı yapmayı amaçlamış, zengin jeosit varlığı ve korunmuş coğrafi özellikleri değerlendirmiş ve Kandıra kıyılarının coğrafya, jeoloji, biyoloji ve ekoloji gibi doğa bilimleri öğrencileri için bir uygulama alanı olabileceğini önermiştir (Uzun, 2017). Güngör (2018) ise, Kocaeli ve çevresinde, deniz güneş kum üçlüsünün 1960'lerden itibaren ortaya çıkan bir turizm hareketi olduğunu, 1970'lerin ortalarından sonra çevre sorunlarına bağlı olarak; İzmit körfezinde su kirliliği deniz turizmini 2000'li yılların başına kadar olumsuz etkileyerek bitirme noktasına getirdiğini ve son yıllarda İzmit Körfezini temizleme faaliyetlerinin olumlu sonuç vermesi sonucunda deniz turizmi adına plajların hizmet verdiğini belirtmiştir (Güngör, 2018).

Bu çalışmada, Kocaeli deniz turizmi potansiyeli ve deniz turizmi türleri değerlendirmek amacıyla SWOT analizi yapılmıştır. Bu analizde Kocaeli deniz turizminin güçlü yanları; Kocaeli kent yönetiminin deniz turizmi konusunda ilgili ve destekleyici yaklaşımı, deniz turizmi için doğal kaynaklar ve doğal çevreye sahip olma, Mavi Bayraklı plajların olması, dalış turizmi açısından arkeolojik eser kalıntıları ve gemi batığı, zengin jeosit varlığı ve korunmuş coğrafi yapı, güvenli sular, merkezi yerlere kısa sürede ulaşım, İstanbul'a olan yakınlık ve Sabiha Gökçen Havalimanı'na yakın olması sayılabilir. Zayıf yanları ise; Kocaeli'nin sanayi kenti algısının turizm imajını zedelemesi, koyalara yönelik günübürlük gezi teknelerinin olmayışı, turistik ürün paketi oluşturamama, tanıtım eksikliği, mevsimsel ve hafta sonları yoğunluğu ile buna bağlı taşıma kapasitesi sorunu, nitelikli turistik işletme ve kalifiye

personel yetersizliği, turistlere yönelik aktivite yetersizliği, imar ile ilgili sorunların çözülmemiş olması, marinaların olmayışı, deniz turizmi potansiyelinin yeterince kullanılamaması, zengin jeosit varlığının turizm amaçlı değerlendirilememesi, su altı ve su üstü potansiyelinin yeterince kullanılamamasıdır. Kocaeli deniz turizmine yönelik fırsatlar ise, kentin farklı turistik aktivitelere olanak vermesi, doğal çevre ve kültürel miras, birçok kurum tarafından yapılan projeler ve teşvikler olması, yerel yönetimlerin deniz turizmi çalışmalarına ilgisi, demiryolu, karayolu, havayolu ve denizyolu gibi çeşitli ulaşım seçeneklerinin olması, İstanbul ve çevresi için tatil beldelerine sahip olması, nitelikli personel yetiştirecek eğitim kurumlarının varlığı, sektör, üniversite ve kamu/yerel yönetimlerin işbirliğine hazır olmaları, turistlerin; göl ve dere-lerde kano, su altı dalışı, su altı arkeolojisi vb. turizm türlerinden

yararlanabilme olanağı, Kuzey Marmara Otoyolu yapılmamasıyla ulaşımın kolaylaşması ve gelir düzeyi yüksek turistleri çekilebilme olanağı olmasıdır. Tüm bu fırsatlara karşın deniz turizmine yönelik bazı tehditler bulunmaktadır. Bunlar; sanayi kenti önyargısı, deniz turizminin kıyı turizminden ibaret olduğu önyargısı, deniz turizminde mevsimsellik sorunu, kent imajının ucuz ve günübirlik tatil yeri algısı, sahillerde atık sorunu ve çevre tahribatı, bilinçsiz yapılaşma, benzer turistik ürünler sunan farklı destinasyonların olması, üst gelir grubuna hitap edecek nitelikte tesislerin olmayışı, Kocaeli'nin özellikle İzmit, Gölcük, Değirmendere destinasyonlarının birinci derece deprem kuşağında yer alması, ikincil konutların ve kentsel yapılaşmanın fazla olması, alt ve üst yapı tesislerinin yetersizliği, denizlerin kirlenmesi ve kıyılardaki yoğunlaşmayla betonlaşma, kafe, restoran, konaklama vb. tesis ve nitelikli personel yetersizliği ve plajlarda hafta içi/hafta sonu talep düzensizlikleri sayılabilmektedir.

Araştırma kapsamında Kocaeli deniz turizmi potansiyeline yönelik uzmanlar ile görüşmeler yapılmış, elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Bu araştırma sonucunda şu sonuçlar elde edilmiştir: Kocaeli'nde Deniz Turizmine Hizmet Veren Destinasyonlar ve Deniz Turizmi Türleri konusunda; Kandıra, Karamürsel, Başiskele, Hereke, İzmit, Gölcük, Darıca, Gebze ve Körfez ilçelerinin deniz turizmi destinasyonları olduğu, kıyı turizmi, dalış turizmi, tekne turları, olta balıkçılığı yapıldığı ancak özellikle Kandıra sahil bölgesinde 5 yıldız standardında otel gerektiği, İstanbul ve çevre illerden günübirlik geldiğini ancak kurulacak otel projeleri ile yerli ve yabancı turist ağırlanabileceği belirtilmiştir. Ayrıca deniz turizminin; Yat ve Marina İşletmeciliği, Kruvaziyer ve Kruvaziyer Limanı İşletmeciliği, Günlük Gezi Tekneleri İşletmeciliği, Dalış Turizmi ve Su Sporları İşletmeciliği gibi geniş bir kapsamı olduğu, Kocaeli'nin MarmaraDenizi'ne 130 km., Karadeniz'e 49 km. ve Sapanca Gölü'ne 13 km. olmak üzere yaklaşık 200 km. kıyı uzunluğuna, kuzey ve güneyinde iki farklı kıyı bölgesinde 7 adet mavi bayraklı plajı, dalış kulübü ve Körfezde büyük korunaklı deniz alanı, İstanbul gibi büyük bir pazara yakınlığı vurgulanmıştır. Deniz turizmi potansiyeli yanı sıra, Kandıra kıyı şeridinde 80 km boyunca uzanan yürüyüş ve bisiklet parkurları ile doğa turizmi, Kerpe dalış okulu ile dalış turizmi ve Babalı sörf merkezi- Gölkey Park ve Kartepe Sukay Park ile su sporları bakımından deniz turizmi türlerinin yapılabilirdiği bir destinasyondur. İlaveten Kocaeli'de Turizm İşletme Belgeli Marina/Kruvaziyer Limanı bulunmadığından, bu limanlara bağlı yat, kruvaziyer gemi ve günlük gezi teknesi de bulunmadığı, kentte kayıtlı tekne ve deniz araçlarının da deniz turizmi alanında kullanılmadığı, dalış turizmi, su sporları, turistik olta balıkçılığı, yat turizmi ve tekne turları ile marina işletmeciliği faaliyetlerinin geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Kocaeli Deniz Turizmi Destinasyonlarında Yapılan Deniz Turizmi Faaliyetlerine ilişkin uzmanlar; Kocaeli'nin deniz turizmi için doğal kaynaklara ve turist potansiyeline olduğunu ancak mevcut turistlerin çevre illerden gelen günübirlik ziyaretçiler olduğu, daha çok

pansiyon türünde konaklama imkanı olduğu ancak daha uzun süreli ve daha kaliteli tesislere ihtiyaç olduğu, ayrıca bu talebi sağlamak için de günübirlik turlar ve rekreatif aktivitelere ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Ayrıca Kocaeli deniz turizmi faaliyetleri ve destinasyonlarının sınırlı olduğu, gelecekte farklı deniz turizmi yatırımları yapıldığında özellikle sportif hizmetlere ve destekleyici diğer turizm işletmelerine (konaklama, yiyecek-İçecek, rekreasyon vb.) talep artacağından bu alanların geliştirilmesi, yeni mavi bayraklı plajlar oluşturulması için alan tespiti ve altyapı düzenlemesi çalışmaları, denizcilik, liman işletmeciliği ve deniz sporları konularında sportif müsabakalara, fuarlara ve şovlara ev sahipliği yapılması, su sporları tesisleri kurulması, amatör balıkçılık turnuvalarının geliştirilmesi için tüm paydaşların işbirliği yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Kocaeli Deniz Turizminde İkincil Konutların Etkisine ilişkin uzmanlar çeşitli görüşler belirtmiştir. Öncelikle ikincil konutların olumlu yanlarından, olumsuz yanlarının daha fazla olduğunu, bu tür konutlarda ikamet edenlerin nüfus kaydını ilçeye taşımadığı için yerel halk olarak görülmediği ve ilçeye getirilecek hizmetlerde nüfusun en önemli faktör olması sebebiyle ödeneklerin yetersiz kaldığı, ilaveten imar planlarına uygun hareket edilmemesinin, yazlık bir yapı ihtiyacı olarak görülmesinin çarpık kentleşmeye neden olabileceği belirtilmiştir. İstanbul'a yakınlığı nedeniyle bölgede Darıca, Karamürsel, Körfez ilçelerinde ikincil konutların olduğunu ve bu konutların turizm amaçlı kullanıldığı, 1970'li yıllardan itibaren körfez çevresinin sanayileşme nedeniyle konutların turizm amaçlı kullanımının azaldığı, bölgeye olan göçler nedeniyle konutların el değiştirdiği ve daimi kullanıldığı, bugünlerde ise Kandıra, Başiskele, Kartepe ve Karamürsel ilçelerinde bulunan ikincil konutların deniz turizmine yönelik kullanılmadığı ve Kandıra'da ise bu konutların deniz turizmi faaliyetlerine yönlendirilerek desteklenebileceği belirtilmiştir. Uzmanlardan biri bu konuda farklı bir görüş bildirerek, ikincil konutların deniz turizmine etkisinin olumlu olduğunu, çünkü ikincil konut sahiplerinin yavaş yavaş yerleşmeye başladığını, özellikle pandemi sonrası daha arttığını, bunun da destinasyonların gelişimini olumlu etkilediğini, hatta bu konutların sahipleri tarafından boş kalmamaları için paylaşımına açılmasının, airbnb tarzı konaklama çeşitlerinin geliştirilerek artmasının önemli olduğu ifade edilmiştir. Kılıçaslan (2006) İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi isimli çalışmasında, 1950'li yıllardan sonra ikinci konutların sayısının arttığını ve kıyılarda ikinci konutlarının sayısı her geçen gün arttığını, ikinci konutların turistik tesislere göre daha fazla arazi tükettiğini ve kıyı alanlarının olumsuz etkilenmesine, taşıma kapasitelerinin zorlanmasına ve kıyı alanlarında koruma-kullanma dengesinin bozulmasına neden olduğunu belirtmiştir.

Kocaeli Deniz Turizmi Paydaşları ve Sorumlulukları konusunda katılımcılar; ulaşım ve koordinasyon ile altyapının belediyelerde, tanıtımın kurumlar arasında koordinasyon ile belediye turizm müdürlükleri, Ar-ge tesis standartları coğrafi kullanım

seçeneklerinin çeşitlendirilmesi ve bilimsel çalışmaların üniversiteler, maddi imkan sağlanmasının il ticaret odaları, sanayi odaları ile esnaf odaları koordinesinde olabileceğini belirtmiştir. Bir uzman, ilde deniz turizmi faaliyetlerinin geliştirilmesinde önceliklerin doğru belirlenmesinin gerektiğini, fayda/maliyet ve fizibilite analizleriyle uzun vadeli makro planlar yapılmasının gerektiğini, deniz turizmi konusunda halkın farkındalığının artırılmasının gerektiğini belirtmiştir. Uzmanlar genel olarak Türkiye’de deniz turizmi denildiğinde akla sadece deniz kıyısında bulunma ve bireysel olarak yararlanma geldiğini, halkta deniz turizmi kültürü geliştirildiğinde ancak deniz turizm faaliyetlerinin gelişebileceğini, bu kapsamda yatırımlar ve makro planların uygulanmasında birinci derecede ilgili bakanlıkların, ikinci derecede Valilik ve Büyükşehir Belediyesi, Üniversite ve İlçe Belediyelerin, sosyo-kültürel etki ve deniz turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ise ilgili dernek ve kulüplere, Deniz Ticaret Odasına, dolaylı olarak basın-yayın kurumlarına görev ve sorumluluk düştüğünü, özellikle konaklama tesisleri, esnaflar ve yerel halkın çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Kocaeli Kenti Deniz Turizmde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri sorulduğunda uzmanlar; Marmara denizinin sanayi tesisleri ile çevrili olmasının, Karadeniz sahillerinin ise etkin ulaşım ve konaklama imkanlarının olmamasının ilk ve en temel sorun olduğunu, turistlerin konaklayacak iyi bir otel ve yeme-içme ve eğlence olanaklarını talep edeceğini vurgulamıştır. Ayrıca, sorunun yatırımların sadece fiziksel olarak algılanması olduğunu, yani altyapı ve üstyapı tesislerinin inşasının yeterli olmadığını, bu yapıların kullanımı ve dolayısıyla pazarın güçlendirilmesinin sağlanmasının gerektiğini, deniz turizmi alt dallarında etkili olacak faaliyetlerle farkındalığın artırılmasını gerektiğini, çeşitli kampanyalar, teşvik ve indirimler ile genç yaş gruplarına yönelik kredi, seyahat vb. uygulanması gerektiği belirtilmiştir.

İlaveten Marmara denizinin en çok yük gemilerinin hareket ettiği bölge olduğunu, bu sebeple faaliyet alanının dar olduğunu ancak kıyıda sportif faaliyetlerin yapılabileceğini ve bir marinanın Kocaeli deniz turizminin gelişmesinde katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Bir uzman farklı olarak, esasında sorunlar değil, eksiklerin olduğunu, 6-7 mavi bayraklı plaj olduğu halde, hala Kandıra’yı bilmeyen çevre iller olduğunu yani tanıtım ile ilgili eksiklikler olduğunu ve özel sektör teşvik edilerek özel plajlar, kafe restoranlar vb. yapılması gerektiğini, günübirlik turların gençler için iyi olabileceğini ve özellikle kalite, lüks isteyen selektif kesim için ortam oluşturulması gerektiğini vurgulamıştır. Bir başka uzman da, Kandıra’da özellikle hafta içi ve hafta sonu ve sezon içi-sezon sonu arasında ciddi talep farkı bulunduğunu, bu boş dönemler için yerel etkinlik ve festivaller düzenlenebileceğini, deniz turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerde çalışan insan kaynağının geliştirilmesi için bu alanda daha eğitimler düzenlenebilir. İlaveten deniz turizmi potansiyeli bulunan yerlere ve tesislere erişimin kolaylaşması için altyapı yatırımları ve yönlendirme çalışmaları yapılması, Kandıra

başta olmak üzere deniz turizmi için uygun alanlara ve tesislerin buldukları noktalara ulaşım altyapısının geliştirilmesi ve iki deniz ve bir göle sahip kentte belirlenecek bir alanda yat limanı yapılması ile turizmde hareketlilik sağlanacağı ve imaj bakımından önemli olacağı belirtilmiştir. Araştırmaya katılan uzmanlara Kocaeli Deniz Turizmde yönelik düşünceleri ve eklemek istedikleri sorulmuştur. Bu doğrultuda katılımcılar; yeni Kandıra yolu, Kerpe’ye müze açılması, Kerpe limanında sualtı dalış sporu için çalışmaların başlamasının güzel başlangıçlar olduğunu ancak Kocaeli için daha yüksek düzeyde alınacak kararlar ve uygulamaların gerektiğini, gerekirse konaklama için bakanlık seviyesinde devreye girilmesinin ve gelecek misafirler için uygun koşulların sağlandığı yüksek standartta tesisler yapılmasının gerektiğini, belirtmişlerdir. Bir uzman ise eleştirel yaklaşarak, Kocaeli’nin farklı deniz alanlarına sahip olmasına rağmen deniz turizmi faaliyetleri ve destinasyonları içinde yer almadığını, yakın bir gelecekte de bu niteliklerde değişiklik olabileceğini gözlemlenmediğini, Yat ve Marina İşletmeciliği, Kruvaziyer İşletmeciliği alanlarında yapılacak yatırımlarda düşük potansiyel bulunduğunu ve amortisman/finans konusunda yüksek risk içerdiğini, n altını çizmiştir. Yine de ildeki yüksek genç nüfusun Dalış Turizmi ve Su Sporları için potansiyel oluşturduğunu, bu alanlarda faaliyette olan kulüplerin desteklenmesiyle ve genç nüfusun bu spor alanlarına yönlendirilmesiyle deniz turizminin geliştirilebileceğinin, ayrıca ilin Karadeniz kıyılarında amatör balıkçılık amaçlı turizm etkinliklerinin geliştirilebileceğinin, Sapanca Gölü kıyısında ise hem su sporları hem de balıkçılığın geliştirilebileceğini vurgulamıştır.

Son olarak uzmanlara Kocaeli Deniz Turizmde Hakkında eklemek istedikleri sorulduğunda, Mavi Bayraklı Plaj sayısının artırılması, özel plajlar açılması, kumsal ve kıyıya yakın yerlerde aktivite için çeşitlendirilmesi, kamp alanlarının nitelikleri ve sayısının artırılması (Glamping vb.) ve tematik seçenekler sunulması, eğlence mekanlarının artırılması, özellikle Kerpe ve Cebeci’de yöresel gastronomi ve deniz ürünlerinin sunulduğu iyi mekanlara ihtiyaç olduğu, tematik tekne turları olması gerektiği, kıyı bandına yakın köylerde etkinlik turizmi ve butik ekotesislerin sayılarının artırılmasının gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca bir uzman Kandıra denizinin kıyas kabul etmeyecek güzellikte olduğunu, kampkaravan turizmi yapıldığını ancak kalite eksikliği olduğunu ve talebin fazla olduğunu ve kalitenin artırılabilmesini ve reklamının da yapıldığında iyi olacağını, çitayı yükselterek, daha farklı, üst gelir grubunun talebini de almak gerektiğini, bunun için de imaj çalışması yapılmasının, acentaların da tur düzenlemesinin iyi olabileceğini belirtmiştir. Son olarak kentte deniz turizminin geliştirilmesi için, sualtı müzesi, Antik Kerpe limanı su altı kazısı çalışmaları olduğu, yat turizmde yönelik çalışmalar olduğu ve deniz turizminin Kocaeli’nde kesinlikle geliştirilmesi vurgulanmıştır.

6. Kocaeli Deniz Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Kocaeli bir sanayi ve deprem kenti önyargısı aşarak bir turizm kenti olma çabasıdadır. Bu doğrultuda master planlar oluşturmaya çalışılıyor, çalıştaylar, şuralar yapılıyor ancak henüz bir turizmi kenti olunamadı. Çünkü kente gelecek turistler, konaklayacak nitelikli tesisler, yiyecek-içecek işletmeleri, enformasyon ofisleri, yönlendirme tabelaları, kent hakkında bilgi sahibi olabileceği müzeler, kentin sembolleri ve yöresel ürünlerini alabileceği dükkanlar, hatta bu yöresel ürünleri, coğrafi işaretli ürünleri tadabileceği restoranlar vb. beklemektedir. (<https://www.ozgurkocaeli.com.tr/>)

Her ne kadar Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, kentin turizmine katkı sağlamak amacıyla; Körfez kıyılarını düzenlemiş, yürüyüş alanları, dinlenme alanları, oturma alanları, yeşil alanlar oluşturmuş, plajları halkın kullanımı için düzenlemiş, Darıca sahili, Hereke sahili, Körfez sahili, İzmit Sekapark, Marina sahilleri, Başiskele sahili, Karamürsel sahillerini yenilemiş ve Karamürsel'de bir ve Kandıra'da 6 Mavi Bayraklı plaj olması için çaba sarf etmişse de bu plajların etraflarında turistin ilgisini çekecek oteller, eğlence alanları, nitelikli konaklama tesisleri yeterli sayıda ve kalitede bulunmamaktadır. Deniz turizmi açısından Akdeniz ve Ege Denizi kıyılarını aratmayacak güzellikte olan sahiller, yeterli tesislerden ve aktivitelerden yoksun olduğundan, günübirlik çevre iller dışında, ulusal ya da uluslararası turist gelmemektedir. Son yıllarda sınırlı sayıda sörf, dalış vb. amaçlı turist gelse de, turizm kenti olmak için yetersiz kalmaktadır. Ayrıca Kocaeli'nde ikincil konutların fazlalığı sebebiyle, deniz kıyılarının turizm amaçlı aşırı kullanılması sonucunda, denizlerin kirlenmesi ve kıyılarıdaki yoğunlaşmayla birlikte betonlaşma gibi doğayı bozan etkilerin ortaya çıkmıştır (Gümüş ve Kulakoğlu, 2016: 30). Bu bağlamda, Kocaeli deniz turizmi potansiyeli ve deniz turizmi türleri değerlendirmek amacıyla yapılan bu çalışmada, hem SWOT analizi hem araştırma sonucunda elde edilen uzman görüşleri hem de Kocaeli Turizm Master Planı kapsamında Deniz Turizmi masasında yer alan 18 uzman katılımcının görüşleri de değerlendirilerek, aşağıdaki öneriler getirilmiştir.

- Kocaeli kentinin deniz turizminin öne çıkması için mavi bayraklı plajlarıyla anılan bir kent olması için imaj çalışmalarının yapılması,
- Karadeniz sahilleri için dalış ve sörf merkezi olarak konumlandırılması ve bu sporlara ilgi duyan kişilerin yöreye çekilmesi, mutlaka geliştirilmesi ve desteklenmesi,
- Kandıra ilçesinde özellikle Kerpe, Kefken ve Cebeci, Sarısu ile Bağırğanlı gibi beldeelerde deniz kumunun nitelik bakımından iyi olduğu ve bu üstün özelliğin tanıtım faaliyetlerinde vurgulanması,
- Mavi bayraklı plajlar ile ilgili bir medya platformunda tanıtıcı bilgiler, tesis bilgileri, konum bilgileri gibi ziyaretçilerin kolaylıkla ulaşabilecekleri elektronik ortamların oluşturulması,
- İzmit Körfezi'nde yat limanı yapılması, olan yat turizmi pazarından pay alınabilmesi,
- Deniz turizminde gelir düzeyi yüksek üst segment ziyaretçilere odaklanarak konumlandırma ve tutundurma çalışmaları yapılması,
- Kandıra'da koylara günübirlik/hafta sonu tekne turlarının başlatılması,
- Su sporlarının canlandırılması ve plajlardaki turizm etkinliklerine yönelik düzenlemeler yapılması,
- Plajlarda hafta içi ve hafta sonu talep düzensizliklerinin dengelenebilmesi için, hafta içi günlerinde farklı etkinlikler, festivaller düzenlenmesi,
- Hereke koyları gibi su sporlarına uygun yerlerin kürek ve yelken sporları açısından tanıtımı ve değerlendirilmesi,
- Deniz turizmüne uygun alanlarda bisiklet gibi çevreci ulaşım araçlarına yönlendirici çalışmalar yapılması,
- Deniz turizmi destinasyonlarındaki turizm tesisleri personeline hizmet kalitesini artıracak eğitimler Deniz turizmi bölgelerinde Avrupa standartlarına uygun kamp ve karavan turizminin yapılabilmesi için gerekli güvenlik ve fiziksel ortamının sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılması,
- Dalış kulüplerinin izin süreçlerinin hızlandırılması için sürecin iyileştirilmesi çalışmaları yapılması,
- Kandıra'daki özel yazlıkların ziyaretçilerin kullanımına açılarak, Airbnb gibi konaklama hizmeti sunularak, ikincil konut sahiplerinin gönüllülüğüne yönelik çalışmalar yapılması,

- Yeni Kıyı Cazibe Merkezleri oluşturulması,
- Kandıra kıyılarının zengin jeosit varlığına dikkat çekmek ve bu kıyıların eğitim turizmi yoluyla korunarak kullanılmasına katkı yapmak,
- Rekreatif deniz aktivitelerinin; Su Parkları, Yüzer Fıskiyeler, Sualtı ve Su üstü aktivitelerin artırılması,
- Denizcilik Müzeleri, Akvaryum Proje Alanı, Kerpe Antik liman gibi çalışmaların tamamlanması,
- Plajların ziyaretçi kapasitesinin ve konaklama/yeme-içme gibi tesislerin karşılama oranının belirlenerek, ihtiyaç duyulan tesis kapasitesinin belirlenmesi, mevcut tesislerdeki hizmet kalitesinin düzeyi, gelen ziyaretçilerin konaklama gün sayısının artırılabilmesi için çalışmaların yapılması,
- Deniz turizmi faaliyetlerinin geliştirilmesinde önceliklerin doğru belirlenmesi, fayda/maliyet ve fizibilite analizleriyle uzun vadeli makro planlar yapılması
- Deniz turizmi konusunda halkta farkındalığının artırılmasının ve Türkiye’de deniz turizmi denildiğinde akla sadece deniz kıyısında bulunma ve bireysel olarak yararlanma geldiğini, halkta deniz turizmi kültürü geliştirildiğinde deniz turizm faaliyetlerinin gelişebileceğini,
- Deniz turizmi türlerine yönelik faaliyetlerle farkındalığın artırılmasını, çeşitli kampanyalar, teşvik ve indirimler ile genç yaş gruplarına yönelik kredi, seyahat vb. uygulanması,
- Plajlardaki tesislerde görev yapan elemanların eğitim ihtiyaçları tespit edilerek çalışmalar yapılması,
- Plajların her birinin özelliklerini, ulaşım şekli ve tesis imkanlarını kısaca tanımlayan bilgilerden oluşan bir elektronik ortam oluşturularak, erişilebilir bir ortamda paylaşımı yapılmalı ve tanıtım çalışmalarında bu platform adres gösterilmelidir.
- Kocaeli’ye gelen ziyaretçilerin diğer turizm çeşitlerine de yönlendirilmesi ve kentte kalış sürecini artırmaya yönelik seyahat acenteleriyle tur programları çalışması yapmak, belli bir platformda ortak bir iletişim halinde seyahat acenteleriyle oluşturulan tur paketlerini ziyaretçilere sunulmasını sağlamak,
- Plajlar, tarihi ve kültürel yerlerin özellikleri, ulaşım şekli, sosyal tesis alt yapısı gibi donanımları hakkındaki tanıtıcı bilgilerin yayımlandığı ortak bir bilgilendirme platformunun hazırlanması ve bu platformun mobil uygulama ile uyumlaştırılarak tüm tanıtım çalışmalarında kullanılması.



📍 Kartal Kayalıkları, Kerpe, Kandıra

Kaynakça:

- Akdemir N. (2019). Alternatif Turizm kitabı içerisinde 4. Bölüm,
 - Doğa Temelli Alternatif Turizm Türleri, Erzurum.:
 - Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
 - Albayrak A. (2013). Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altuntaş Ç. ve Arıkan İ. (2015). Turizm ulaştırması kitabı içerisinde 5. Bölüm, Yat Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arlı E. (2013). Deniz Turizm Sektöründe Algılanan Cinsiyet
 - Ayrımcılığı ve Cinsiyet Önyargısı: Karamürsel Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Çalışma ve Toplum, 3, 283-302.
 - Buyruk L. ve Kılıçhan R. (2019). Alternatif Turizm kitabı içerisinde 11. Bölüm Deniz Turizmi, 219-236, Detay Yayıncılık, Ankara.
 - Çelik, K. (2015). Kıyı Alanlarının Planlanmasında Kıyı Kenar Çizgisinin Önemi, Küresel Mühendislik Çalışmaları Dergisi, 2 (1), 36-43.
 - Dilek S.E., Kaygalak S., Türksoy S.S. ve Timur A. (2015) Kruvaziyer Turizmi: İzmir Merkez Liman Olabilir Mi?,
 - Batman Üniversitesi, Yaşam Bilimleri Dergisi; 5 (2), 33-56.
 - Görgün E. (2011). Geleceğin Turizm Anlayışında Kruvaziyer Turizm Uygulamaları, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Dönem Projesi, Tekirdağ.
 - Güçlü, Y. (2010). Ege Bölgesi kıyı kuşağında iklim konforu şartlarının kıyı turizmi yönünden incelenmesi, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7 (1), 794-823.
 - Güçlütürk Baran G. ve Özoğul G. (2016). Deniz/Kıyı Turizminin Gelişimi ve Etkileri: Fethiye İçin Bir Değerlendirme, Journal Of Marine Tourism, 1 (2), 1-14.
 - Gümüş M. ve Kulakoğlu N.D. (2016). Genel Turizm Bilgisi kitabı içerisinde 2. Bölüm: Turizm Hareketlerinin Sınıflandırılması ve Turizmin Gelişmesini Etkileyen Unsurlar, Editör. Prof. Dr. Oktay EMİR, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3270 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2133. Güngör Y. (2018). Kocaeli'nde Turizmi Çeşitlendirme ve Alternatif Turizmde Atılacak Adımlar, Uluslararası Turizm,
 - İşletme, Ekonomi Dergisi (IJTEBS), 2(2), 184-193.
 - Kan N. ve Kuleyin B. (2016). Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye'nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, UDTS Özel Sayı, 51-64.
 - Kandıra Belediye Başkanlığı (2022). Kandıra Sahillerinde Batık Turizmi Potansiyeli ve Yapılan Çalışmalar, Marka Bilgi Notu, Kocaeli.
 - Kaşlı M., İlban M.O. ve Ekici A. (2014). Kandıra Kıyı Bandı Kültür

Ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği Kandıra Turizm Master Planı 2015-2023, Me-Ka Ar-Ge Özel Eğitim Danışmanlık ve Yazılım Geliştirme Ltd. Şti., Kandıra.

- Kılıçaslan (2006). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, A(1), 147-156.
- Paker S. ve Özgezmez Ö. (2014). Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 6(2), 101-113.
- Özbek M. (2014). Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetler (2014). Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 6(2), 27-48.
- Özyurt Gürses, K. (2020). Darıca (Kocaeli) Sahil Şeridinin Peyzaj Mimarlığı Açısından İncelenmesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Sapmaz İ. ve Okuyucu M.F. (2014). Deniz Turizminin Dünü, Bugünü, Sürdürülebilirliği, 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir.
- Sel Z.G, Sancaktar C.L ve Aktaş G. (2016).
- Karikatüristler Gözüyle Deniz Turizmi: Turizm Karikatürlerinin Göstergebilim Yaklaşımı İle İncelenmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, UDTS Özel Sayı, 65-87.
- Sezer İ. (2012). Turistik Fonksiyonları Ve Yat Turizmine Etkileri Açısından Didim Yat Limanı (D-Marin Didim), Doğu Coğrafya Dergisi, 17 (28), 103-124.
- Timur B. (2015). Sağlık Turizmi kitabı içerisinde 8. Bölüm, SPA Hizmetleri ve Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara
- Üzümcü Polat T., Çelik A. Otar S. ve Hacıoğlu A. (2015). Kırsal Alanların Sürdürülebilir Kırsal Turizm Amaçlı Kullanılması Kocaeli-Kandıra Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5 (2), 92-102.
- Uzun A. (2017). Bir Açık Alan Dersliği: Kandıra Kıyıları (Kocaeli, Türkiye), Türkiye Jeoloji Bülteni, 60 (1), 117-127.
- Yılmaz A. (2018). Turizm Coğrafyası kitabı içinde 2. Bölüm, Coğrafya ve Turizm, Editör: Semra Günay Aktaş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3330 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2189.

İnternet Kaynakçası:

- Attri V.N. (2018). Delivered at the 3rd Tourism Experts Meeting for the Establishment of the IORA Core Group on Tourism 6-8 May, Durban, South Africa.
- <https://www.iora.int/media/23919/cios-prof-attri-presentati-on.pdf>; 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi.

- Deniz Ticareti Dergisi, (2019). 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.denizticaretodasi.org.tr/tr/yayinlarimiz/dergi/de-tay/2019/8?type=6>
- Deniz Ticaret Odası; 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi:
<https://www.denizticaretodasi.org.tr/tr/sayfalar/deniz-turiz-mi-calismagrubu#:~:text=Denizde%20deniz%20ara%C3%A7lar%C4%B1%20ile%20yap%C4%B1lan,y%C3%BCsek%20oldu%C4%9Fu%20turizm%20dallar%C4%B1ndan%20birisidir>
- DARGE B; <https://dargeb.com/deniz-turizminin-tanimi-ve-ana-unsurlari/>; 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı; 03 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
<https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı; 03 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11482/talassoterapi---deniz-kurle-ri.html>;
- 03 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- https://www.turizmebakis.com/deniz-turizmi/#Deniz_Turizmi_Nedir; 04 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/kocaeli-haritasi-kocaeli-ilceleri-nelerdir-kocaeli-ilinin-nufusu-kactir-kacilcesi-vardir-6310004> ; 04 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Kocaeli>; 05 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <http://koto.org.tr/turizm-kenti-kocaeli-cd-5c53470917bf8> ;
- 05 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.kandira.bel.tr/icerik/dogal-guzellikler>;
- 05 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://kocaeli.ktb.gov.tr/TR-69225/deniz-turizmi.html>; 06 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://karamursel.bel.tr/kesfetdetay/karamursel-plajlari-15>; 06 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <http://www.tid.web.tr/kurumlar/tid.web.tr/tid/%C4%B0darecinin%20Sesi/187/kocaeliozeldosya.pdf>;
- 06 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <http://www.izmit.gov.tr/golkay-park>; 06 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://bolge1.tarimorman.gov.tr/Documents/menudosyalar/Do%C4%9Fa%20Turizmi%20Master%20Planlar%C4%B1/Kocaeli%20TTMP.pdf>; 06 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=42329&start=30>;
- 07 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecek-yer/bayramoglu-ada>; 08 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.gezinomi.com/gezi-rehberi/golcuk-tatilne-gideccklere-plaj-rehberi.html>; 08 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.dunya.com/gundem/balik-adamin-yeni-gozdesi-degirmendere-haberi-196756>
- Kocaeli TTMP, 09 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://bolge1.tarimorman.gov.tr/Documents/menudosyalar/Do%C4%9Fa%20Turizmi%20Master%20Planlar%C4%B1/Kocaeli%20TTMP.pdf>
- <https://www.dunya.com/gundem/balik-adamin-yeni-gozdesi-degirmendere-haberi-196756>; 10 Nisan 2022'de erişildi.
- <https://kocaeli.denizticaretodasi.org.tr/media/SharedDocuments/sectorraporu/DenizcilikSektorRaporu2021.pdf>
- 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.lojiport.com/iste-dunyanin-en-buyuk-yolcu-ge-misi-106015h.htm> ; 02 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.haberturk.com/deniz-turizmi-tesisleri-ve-spor-fa-aliyetlerinde-alinacak-onlemler-belirlendi-2703463>;
- 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.ozgurkocaeli.com.tr/makale/9767366/cemalet-tin-ozturk/turizm-kenti-oluyoruz> ;
- <https://www.ozgurkocaeli.com.tr/makale/7367234/cemalet-tin-ozturk/kocaeli-50-yil-sonra-turizm-kenti-olur>
- 12 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/egede-gulet-krizi-40607846>;
- 12 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/kefken-ada-nerede-nasil-gidilir-bilgiler-kandira-kocaeli.html>
- 20 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.alkanyapi.com/blog-genc-tatilciler-icin-kerpe-bol-gesindeki-tatil-alternatifleri-146>
- 20 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <http://www.kandira.net/bagirganli-plaji-kandira.html>; 15 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://www.neredekal.com/kumcagiz-plaji-gezilecek-yer-detay/> 16 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- <https://seyyahdefteri.com/daricada-gezilecek-en-iyi-10-yer-darica-gezilecek-yerler-kocaeli/> 16 Nisan 2022'de erişildi.



Kocaeli'nin Doğa Temelli Turizmi

Nature-Based Tourism Of Kocaeli

Prof. Dr. Gökalp N. SELÇUK

Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Erzurum, Türkiye

e-posta: gokalpns@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5073-6046

Öz

Doğanın bize sunduğu yeraltı ve yer üstü kaynaklar insanoğlunun hayatını sürdürebilmesi için gerekenden fazlasını vermektedir. İnsanoğlu doğanın verdikleri sayesinde birincil ihtiyaçlarını karşılamanın yanında gezerek, görerek, hissederek, araştırarak dünyayı tanımaya çalışıyor. Günümüzde hızla artan kentsel yaşam, beraberinde yoğun biçimde stres yüklü insanları da beraberinde getiriyor. Kırsal yaşamı terk ederek kentsel yaşamı tercih etmeye başlayan insanoğlunun sosyal ve kültürel ihtiyaçları artarken; daha az çocuk yaptığından ailesi küçülüyor, geleneksel aile yapısı yerini çekirdek aileye bırakıyor. Tüm bunlar insanoğlu doğadan uzaklaştıkça yaşanıyor ve insanoğlu doğadan uzaklaştığını ona ihtiyaç duyunca anlıyor. Bununla birlikte teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler insanoğlunun merakını artırırken bir yandan da merak ettiği şeye ulaşmasını kolaylaştırıyor. Artık insanlar bir gruba, bir tura, bir rehber ihtiyacı duymadan dünyanın en uzak noktasına kendi başına seyahat edebiliyor. Bir yandan da turizm aktiviteleri giderek çeşitleniyor. Artık bizler deniz, kum, güneşten değil detoks turizminden, sınır turizminden, çiftlik turizminden bahseder olduk. Tüm bunlar günümüzde önemli bir eğilim haline gelmiş olan doğa turizmine yönelik talebin giderek artmasına neden oluyor.

Anahtar Kelimeler: Doğa, Doğal Kaynaklar, Turizm Çeşitleri, Doğa Temelli Turizm, Kocaeli.

Abstract

The above and belowground resources that nature offers are more than necessary for human beings to maintain their life. So, people are enabled to discover the world by observing, experiencing, exploring and researching while enjoying these resources. Although, more and more people move away from nature and rural places to urban areas nowadays, this rapid increase in urbanization causes heavily stressed people. While the social and cultural needs of people who prefer urban life increase, their family sizes decrease due to income and other related factors. Thus, the traditional extended family structure is being replaced by the nuclear family structure. On the other hand, rapid development of technology increases the curiosity of human beings while providing an easier access to their desires. For instance, now it is possible to travel to the farthest point of the world on your own, without a need of a group, a tour or a guide. Also, tourism activities are becoming more and more diversified recently, such as detox tourism, agrotourism and cross-border tourism. Therefore, all of these factors lead to an ever-increasing demand for nature tourism which has become an important trend today.

Keywords: Nature, Natural Resources, Types of Tourism, Nature-based Tourism, Kocaeli

Giriş

Sanayi devriminin başlamasından bu yana, artan kentsel nüfus, çevre kirliliği, trafik sorunu ve benzer sorunlarla boğuşmaktayız. Sanayinin insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkisi bilinmiş olsa da, bu durum sanayi devriminin başlamasından sonraki iki asır boyunca ihmal edilmiştir. Yirminci yüz yıl ortalarına gelindiğinde, İkinci Dünya Savaşının bitmiş olmasının da etkisiyle, insana verilen önem artmaya başlamıştır. Öyle ki 1950 sonrası hizmetler sektöründe, özellikle eğitim, sağlık ve turizm konularında, önemli gelişmeler yaşanmış ve dünya üretimi içerisinde hizmetler sektörünün payı artmaya başlamıştır. Günümüzde ise bu durum hizmet sektörü lehinedir. Turizm sektörü de hızla gelişen bir sektör olarak öne çıkmaya başlamış ve hatta en hızlı büyüyen sektörlerden bir olmuştur. Nitekim yirminci yüzyıl ortasında dünya turist sayısı 25 milyon kişi iken, yüzyıl sonunda bu sayı 700 milyon kişiye yaklaşmıştır. Milenyumun ilk çeyreğine yaklaşıırken de 1,5 milyar kişiye ulaşmıştır.

Bu özelliği, turizmi, ülkeler açısından, özel önem atfedilmesi gereken bir sektör haline getirmiştir. Planlı kalkınmayı tercih eden ekonomiler kalkınma planlarında turizme önemli ölçüde yer vermektedirler. Bu ülkelerden biri de Türkiye'dir. Ülkemizde 1963 yılında başlamış olan planlı kalkınma süreci, beş yıllık kalkınma planları ve yıllık programlarla kalkınma hedeflerine ulaşılacak istenmektedir. Kalkınma planlarında turizm ilk iki planda ihmal edilmiş olsa da üçüncü plandan sonra adından sıkça söz ettirmiştir.

Turizmin döviz getirici etkisi, gelir etkisi, devlet gelir ve harcamalarına olan etkisi gibi parasal etkilerinin yanında istihdam artırıcı, alt ve üst yapıyı geliştirmedeki önemi, bölgeler arası dengeli kalkınmayı sağlamadaki rolü gibi reel etkileri de bulunmaktadır. Hükümetler turizmin sağladığı bu avantajlardan yararlanmak için çaba sarf etmektedirler. Özellikle her hükümet için önemli olan istihdam artışı konusunda turizm önemli avantajlara sahiptir. İlk olarak bir kişiye istihdam yaratma maliyetleri diğer sektörlerle göre daha düşüktür. Örneğin, 2011 yılında Türkiye Ticaret Sanayi Odaları Birliğince yapılan bir araştırmada bir kişiye istihdam yaratabilmek için ham petrol üretiminde 241 milyon, kimyasal gübrede 92 milyon liralık yatırım yapmak gerekirken, turizm sektörü için bu rakam sadece 1,5 milyon liradır. Buna göre aynı miktar yatırımla ham petrol işleminde bir insan çalıştırılabilecekken, turizm sektöründe bu rakam 161 kişidir.

Turizm ülkeler için önemli ölçüde ekonomik katkılar sağlarken bir yandan da sosyal ve kültürel etkileşimlerin etkisi gözlemlenir. Turizm işi karşılıklı iletişime dayalıdır. Bu da onu sosyal açıdan farklı bir hale taşır. Turist, hizmeti bizzat ayağına kadar gelerek alır ve tüketir. Bu eş zamanlı gerçekleşen hem alım hem tüketim hareketleri turizmi farklılaştıran en önemli durumdur. O halde bir yöre sahip olduğu turizm potansiyelini arza çevirebilirse, turist gelip bunları tüketecektir. Turistik destinasyon olarak tanımladığımız bu yer bazen bir metropol bazen bir köy bazense hiç insanın yaşamadığı eşsiz bir doğa parçası olabilir. Bu nedenle de turizm çok çeşitlenmiştir. Alışverişten doğa yürüyüşüne, yamaç paraşütünden antik kentlere, golf turizminden kayak turizmine çok alternatifli bir dünyadır turizm.

Bu geniş alternatifler içerisinde insanın doğa ile etkileşiminden kaynaklanan birçok aktivite söz konudur. Bir dağda kamp kurmak, bir çiftlikte zaman geçirmek, zorlu parkurlarda bisiklet sürmek veya patikalarda yürümek gibi doğada yapılan birçok aktivite genel olarak doğa turizmi başlığı altında toplanabilir. Biz de bu bölümde doğa turizmin ne olduğunu ve bu yönde ülkemizde öne çıkmış bir il olan Kocaeli ilindeki doğa turizmini anlatmaya çalışacağız. Elbette ki çok ama çok büyük bir doğa turizmi potansiyeline sahip olan Kocaeli'ni bir kitap bölümünde anlatmak mümkün değildir. Burada sadece kavramsal olarak doğa turizmine değinilecek ve ildeki potansiyelin satılabilir duruma getirilmesi konusunda neler yapılacağı hakkında öneriler getirilecektir.

1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Yerleşim tarihi M.Ö. iki binli yıllara kadar uzanan ve Marmara denizinin ucunda Bitinya Kralı I. Nikomedes tarafından kurulmuş olan Kocaeli (Nikomedya), sahip olduğu turizm potansiyeli açısından eşsiz bir destinasyondur. Söz konusu potansiyel turizmin neredeyse tüm türlerini içerir. Bilinen bu gerçeğe rağmen

Kocaeli'nin bu büyük potansiyeli arzu edilir ölçüde turistik arza çevrilebilmiş değildir. Oysa lokasyon olarak büyük bir avantaja sahip olan ildeki bu potansiyeli satılabilir hale getirilebilmesi çok büyük kazançlar sağlayabilir. Zira turistik ürünün en önemli unsurlarından olan ulaşım konusunda il için büyük bir avantaj söz konusudur. Bunun yanı sıra turistik ürünün diğer unsurları olan

imaj, cazibe, etkinlikler ve turistik işletmelerin varlığı açısından da il büyük avantajlara sahiptir. Bu büyük avantajı bilindiğinden olsa gerek turizmi ilin lokomotif sektörü yapabilmek adına çok sayıda toplantı, seminer, sempozyum, çalıştay organize edilmiş, mastır planları yapılmıştır. Turizm türlerine her geçen gün yenilerinin eklenmesiyle dinamik bir yapıya bürünen sektöre uyum sağlamak ve yenilikleri takip edebilmek için bu tür toplantıların elbette ki önemi büyüktür. İşte bu noktadan hareketle çalışmamız turizm türlerinden biri olan doğa turizmi üzerine odaklanmıştır. Her ne kadar dünya üzerinde yapılan faaliyetler bir kara veya deniz parçası üzerinde yapılıyor olsa da yine de doğa turizminin sınırlarını belirlemekte fayda vardır. Çalışmanın amacı, okuyucuları önce doğa turizmi ve kapsamı ve sınırları konusunda bilgilendirmek ve Kocaeli ilindeki mevcut potansiyeli vurgulayarak, bu potansiyelin arza çevrilebilmesi konusunda öneriler sunmaktır.

Çalışmada yöntem olarak doküman incelemesi tercih edilmiştir. Daha önceki yapılan çalışmalar ve konuyla ilgili alandaki yazın taranarak bütüncül bir yapı ortaya konulması hedeflenmiştir.

2. Doğa Turizmi Kavramı

Doğa turizmi çevreye gereken özeni göstererek, doğal, tarihi, kültürel değerleri tanımak amaçlı ve şehir stresinden uzaktaki bir doğal ortamda yapılan gezilerdir. Bu gezilerin içeriğinde eğitim, macera ve rekreasyon unsurları bulunmaktadır.

Doğayı temel alan turizm, doğada deneyimler elde etmeyi sağlayan ve dış mekân aktivitelerini içeren bir turizm türüdür. Kısaca doğada yapılabilecek aktiviteleri ve bu aktiviteleri yapacak bireylerden oluşan bir turizm çeşididir. Bu turizm şekli günlük yaşamın stresini yoğun bir biçimde yaşayan günümüz insanı tarafından tercih edilmektedir. Bu faaliyetlerin gerçekleşmiş olduğu milli parklar, korunan alanlar, vahşi alanlar gibi yerler insanoğlunun stresini azaltmada önemli rol oynar.

Alan yazın incelendiğinde doğa turizmi ile ilgili farklı tanımlara rastlamak mümkündür.

Valentine, *doğada gerçekleştirilebilecek aktiviteleri doğaya dayanan, doğa tarafından geliştirilen ve doğada rastlantısal olarak oluşan aktiviteler şeklinde ifade etmiştir.*

Mckercher, *doğa temelli turizmi, ulusal parklar, milli parklar, hayvanat bahçeleri, yaban hayatın olduğu alanlar gibi doğal ortamda gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlamaktadır.*

Naidoo, tarafından yapılan tanımlamada ise *doğa turizmi kuş gözlemciliği, tırmanma, yıldız gözlemi, yürüyüş, kampçılık, balık tutma, kano ve park ziyaretleri gibi açık hava etkinlikleri açısından turistler için çekici olan destinasyonlara yapılan seyahatlerdir.*

Erdoğan'a göre *doğa temelli turizm, çevreci bir anlayış içerisinde yapılan, doğayı tanıma, anlama, doğadan zevk alma ve doğayı gözetme amacı ile gerçekleştirilen, kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkmış turizm faaliyetleridir.*

Priskin *doğa temelli turizmi, yerleşimden uzak ve doğal ortamlarda bulunan yerlere yapılan seyahatler* olarak tanımlar.

Tanımlar farklı yapılmış olsa da temelinde doğa bulunmaktadır ve hemen hepsinin ortak kanaati; doğaya dayalı turizm kapsamında gerçekleştirilebilecek aktivitelerin içeriğinde dağ, yayla, mağara turizmi, doğa yürüyüşü, tarım-çiftlik, kuş gözlemciliği, rafting, akarsu, kış, deniz, doğa olaylarını izleme, yaban hayatı gözlemciliği, atlı doğa yürüyüşü, bisiklet, sualtı dalış, macera- spor, balon, bungee jumping, termal, av, botanik yamaç paraşütünün olduğu yönündedir. Bu çeşitliliği bütünleştirerek, genel hale getirmek daha rasyonel bir yaklaşım olacaktır. Bu nedenle doğa temelli alternatif turizm türlerini *"dağ ve kış turizmi, deniz turizmi, mağara turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi, tarım turizmi ve çiftli turizmi"* başlıkları altında toplayabiliriz.

İnsanoğlunu Doğa temelli turizme yönelten dürtüler yine doğaya özgü birtakım olgulardır. Bu nedenle ziyaretçilerin çevreye ve doğal ortama zarar vermeden zaman geçirmeleri beklenmektedir.

Doğa temelli turizm özünde şu ilkeleri barındırmalıdır:

- Sürdürülebilir olmalı,
- Doğa, insan - çevre bağlamında yararlı olmalı,
- Çevreye duyarlı olmalı,
- Sosyal ve kültürel yapıya saygılı olmalı,
- Yerel girişimciyi destekleyici olmalı,
- Yerel ekonomiye katkı sağlamalı.

3. Doğa Temelli Alternatif Turizm Türleri

Doğa temelli alternatif turizm türleri, doğal alanların başlı başına turistik çekim unsuru olduğu yerlere yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Kentsel yaşamın sağladığı yüksek refah seviyesi, yüksek gelir, eğitim imkânları ve iş fırsatları gibi avantajları kırsaldan kente göçü hızlandırırken problemleri de beraberinde getirmiştir. Günümüz kentlerinin çarpık yapılaşması, hava kirliliği, trafik sorunu gibi problemleri doğa temelli turizme yönelik ilgiyi artırmıştır. Bununla birlikte teknolojiyle birlikte ulaşım, iletişim ve haberleşmede araçlarındaki hızlı gelişmeler, bilgi eksikliklerini giderirken, ulaşımı da kolay hale getirmiştir. Ayrıca aile yapısındaki değişiklikler, gelir ve boş zamanların artması da talep yönlü etkilerde bulunmuştur. Bu doğrultuda gelişen doğa turizmi içerisinde alternatif turizm türleri bulunmaktadır. Bunlar burada kısa bir anlatımla izah edilecek, ardından Kocaeli ili ile ilgili birtakım çıkarımlar ve önerilerde bulunulacaktır.

3.1. Dağ ve Kış Turizmi:

Neolitik dönemden bu yana insanoğlu verimli ovaları, engebesiz düz arazileri tarımsal faaliyetler için kullanırken, evlerini dağların yamaçlarına ya da eteklerine inşa etmişlerdir. Sonraları gelişen ticaret limanları gelişmesine insanların verimli düzlüklere yerleşmesine ve günümüz şehirlerinin doğmasına neden olmuştur.

Sanayileşmeye paralel büyüyen kentler ve buna bağlı zorlu yaşam şartları insanların temiz hava, spor, rahatlama, dinlenme ve benzeri ihtiyaçlarını giderme amacıyla dağlık alanlara seyahat etmelerine ve dağ turizmi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Richins, ve diğerleri, dağ turizmini *dağlık alanlarda sert ve yumuşak macera aktivitelerine katılma, doğa yürüyüşü, yaban hayatı gözleme, açık alan spor aktivitelerine katılma, termal su kaynaklarından yararlanma, yerli topluluklarla etkileşime girerek kültürel deneyimler edinme, doğaya uygun konaklama tesislerinde konaklama ve doğal alanlarda düzenlenen etkinlik ve festivallere katılma* biçiminde açıklamaktadırlar.

Zengin, dağ turizmini, *doğayla baş başa olma, yaban hayvanlarını gözleme, manzara seyretme ve kırsal alanlardaki ortamı yaşama, sportif, dinlenme, gezi ve kamp kurma amacıyla ikamet edilen yerden ayrılarak bu aktivitelerin gerçekleştirilebileceği dağlık alanlara seyahat edilmesi* şeklinde tanımlamıştır.

Zaman, ise dağ turizmini *dinlenme, tatil, dağ sporları yapma ve izleme vb. amaçlarla dağlık alanlara sezon mefhumu olmaksızın yapılan turistik seyahatler* şeklinde tanımlamaktadır.

Dağ turizmi, dağcılık sporları, kış sporları, yayla turizmi, klimatizm, avcılık gibi birçok faaliyeti kapsamaktadır. Dağ turizmi denince ilk akla gelen turizm türlerinden biri de kış turizmidir. Kış turizmi büyük ölçüde kayak, snowboard, helikopterli kayak, buzul yürüyüşleri ya da tırmanışları, yamaç paraşütü, kar motoru gibi spor aktivitelerine dayalı olarak gerçekleştirilmektedir.

Dağ ve kış turizmi iki başlık altında değerlendirilmektedir: alpinizm ve sportif. Alpinizm kavramı, zirveye ulaşmak gibi bir hedef doğrultusunda dağcılık tekniğini kullanarak yapılan kaya, buzul ve kar tırmanışlarını ifade eder. Sportif tırmanışta ise belirli bir yetkinliğe sahip bireylerin kaya veya yapay duvarlarda yaptıkları tırmanışlardır.



Görsel 1. Beşkayalar Tabiat Parkı (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

Dağ ve kış turizmi gerçekleştirildikleri alanlara önemli faydalar sağlar.

Bunlar:

- Turizmin mevsimlere yayılmasında etkin rol oynar,
- Mevsimsel iş gücüne iş imkânları yaratır,
- Ekonomik açıdan bölgeye canlılık katar,
- Alt ve üst yapının gelişmesini olumlu etkiler.
- Bölgeye yönelik yatırımların yapılmasını sağlar,
- Bölge halkına ilave gelirler sağlar,
- Bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.

Kocaeli ilinin başlıca dağları Samanlı Dağlar olup 130 km uzunluğunda ve 30 km genişliğindedir. İlin en yüksek noktası bu dağlar üzerinde bulunan Keltepe (Kartepe) (1606 m)'dir. Diğer dağlar ise Dikmendağı (1387 m), Naldöken Dağı (1125 m), Noydağı (917 m), Karatepe (530 m) ve Çene Dağı (646 m)'dir. İlde yüksek rakımlı dağlar olmamasına rağmen Kartepe kış turizmi merkezi ve doğa yürüyüşü (trekking) alanıdır. Kartepe, yoğun kar yağışı alan ve kar kalitesi standartların üzerinde olan bir merkezdir. En büyük avantajı ise ülkenin en büyük metropolü İstanbul'a sadece 114 km mesafede olmasıdır.



Görsel 2. Kartepe (<http://www.kartepe.gov.tr/kartepe-kayak-merkezi1>).

Kartepe, turizm merkezlerinin varlığının yanı sıra Serin Nüzhetiye Şelalesi, Ballıkayalar Kanyonu gibi jeolojik yapıların, varlığı-buzulmamış çevre, flora ve faunası, İstanbul'a çok yakın olması, ilin sahip olduğu dağlarda aynı anda yaz ve kış turizmi imkânlarının sunulabilmesi, tabii alanlar bakımından oldukça zengin olması ve bu alanların milli park, koruma alanları ve tabiat anıtları gibi bakanlıkça ilan edilmiş alan olarak korunuyor olması, ilin dağ ve kış turizmi açısından sahip olduğu avantajları olduğu söylenebilir.

Mevcut potansiyelin uluslararası turizm açısından değerlendiremiyor olması, kısa kayak sezonu, turizm işletmelerinin yetersizliği, tanıtım eksikliği, alt ve üst yapının eksikliği, etkinliklerin (festival ve organizasyon) eksiklikleri, flora turizmi kapsamında yürütülen turistik faaliyetlerin çok az olması gibi zayıf yanlarının olduğu ifade edilebilir.

Bununla birlikte il kış ve dağ turizmi açısından önemli fırsatlarla sahiptir. İlki dağlarda yapılan turizmin tüm yıla yayılabiliyor

nitelikte olmasıdır ki bu turizmin mevsimlere yayılması açısından oldukça önemlidir. Yürüyüş parkur sayısının çok olması, keşfedilmemiş alanların olması, tabiat parkları yapılması için uygun yeni alanların varlığı, mesire alanları için uygun lokasyonların bulunması, kış turizmine ilginin giderek artması, iç turizmin canlanması gibi etkenler ise diğer fırsatlar olarak söylenebilir.

İlde doğa turizmi alanında kurulmuş sivil toplum örgütlerinin sayıca yetersiz olması, bürokratik engeller, taş ocaklarının ve maden ocaklarının doğayı tahrip etmesi, iklim değişikliklerinin bitki örtüsüne zarar vermesi, sıkça görülmeye başlayan orman yangınları gibi etkenler ise dağ ve kış turizmi konusunda ili tehdit eden unsurlar olarak değerlendirilebilir.

3.2. Deniz Turizmi:

Deniz kıyıları, insanoğlunun yerleşik hayata geçişinden bugüne değin ticaret açısından oldukça önemli olmuştur. Bu önem kıyılarda önemli miktarda nüfusun birikmesine sebebiyet vermiştir. Artan nüfus ve ekonomik gelişmeler, kıyıları iç bölgelere nazaran daha cazip hale getirmiştir. Bu nedenle insanların ticaret yapmak ve yerleşmek için deniz kıyılarını tercih etmesinin yanında bir diğer tercih sebebi de turizm olmuştur. Deniz kıyılarının sahip olduğu cazibenin yanında gelişmiş olmanın avantajıyla turistlere sunulan turistik ürünlerin varlığı ve zenginliği söz konusudur. Bu da deniz turizmini ilk sıraya taşımıştır. Her ne kadar günümüzde turizm çeşitlenmekte ve yapı değiştirmekte ise de insanoğlu için deniz turizmi ilk sıradaki yerini muhafaza etmeyi başarmıştır.

Orams, deniz turizmini, *insanların sürekli yaşadıkları yerlerden denizin ev sahipliğini yaptığı, denizin içinde, üstünde, altında, kıyısında, ve odağında deniz çevresine ilişkin unsurların yer aldığı rekreasyonel faaliyetlerin gerçekleştirildiği alanlara yaptıkları seyahatler* olarak tanımlamaktadır.

Nulty tarafından yapılan tanımlamaya göre deniz turizmi, *turist ve ziyaretçilerin deniz ve kıyı alanlarında yaptıkları -serbest zaman aktivitelerine aktif veya pasif katılımlarını içeren- tatil veya seyahatlerini kapsayan faaliyetler bütünüdür.*

Tanımlamalardan anlaşılacağı üzere; denizin içinde, üstünde yanında yapılan aktivitelerin tümü deniz turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Yüzme, yat ve tekne gezileri, kurvaziyer seyahatleri, su sporları gibi su üstünde yapılan aktivitelerin yanı sıra, su altında yapılan dalış, zıpkınla avlanma gibi aktiviteler de söz konusudur. Deniz kıyısında ise güneşlenme, yürüyüş, kumsallarda yapılan off-road sürüşleri, yaban hayatını gözlemleme, oltu balıkçılığı gibi faaliyetler deniz turizmi kapsamındaki aktiviteler içerisinde değerlendirilebilir.

Dünya Turizm Örgütü tarafından yayınlanan istatistiki bilgilere göre; 2018 yılında uluslararası turizm hareketlerine katılan bireylerin %56'sının deniz ve kıyı alanlarına seyahat ettikleri görülmektedir. Deniz, kum, güneş üçlemesini iyi kullanan bir ülke olarak Türkiye değerlendirildiğinde, en fazla geceleme yapılan destinasyonların deniz kenarındaki iller (Antalya, İstanbul, Muğla,

Aydın, İzmir) olduğu görülmektedir.



Görsel 3. Pembekayalar (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

Kocaeli deniz turizmi açısından oldukça büyük bir potansiyele sahip olmakla birlikte, kıyı şeridinde gelişmiş sanayi tesisleri bu potansiyeli perdeler niteliktedir.

Halkın konukseverliği, ilin kendine has coğrafyası, İstanbul'a çok yakın olması ilin deniz turizmi açısından güçlü yanları olarak değerlendirilmektedir.

Kıyı şeridinde yoğunlaşan sanayi tesisleri, kıyı boyunca uzanan yerleşim ve oto yollar, tanıtım eksikliği, insanların büyük çoğunluğunun yabancı dil bilmemesi, paket turlarda deniz altı ve üstü aktivitelere fazla yer verilmemesi, farklı turizm türleri için tesis eksiklikleri, deniz turizmi amaçlı gelenlerin kalış sürelerinin kısalığı ve gelen ziyaretçilerin yarattığı çevre kirliliği gibi durumlar ise zayıf yanlar olarak görülmektedir.

Deniz turizminde on iki aya yayılabilecek etkinlikler, turizm merkezi olabilecek alanların varlığı, ülkede doğa turizmine yönelik artan ilgi, ulaşım kolaylığı, turizme yönelik finansal desteklerin artması, iç turizmin canlanması, üniversitelerin denize olan ilgisi gibi etkenler birer fırsat olarak değerlendirilebilir.

Tüm bunların yanı sıra, deniz turizminde uluslararası turistin azlığı, giderek artan sanayi tesisleri, sanayi tesislerini kontrol noktasındaki bürokratik zayıflıklar, ara eleman eksikliği gibi olumsuz beklentiler deniz turizmin tehdit eden durumlardır.



Görsel 4. Miço koyu kadınlar plajı (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

3.3. Mağara Turizmi:

Mağara Türk Dil Kurumu tarafından “*karst bölgelerinde kireç taşlarının erimesiyle oluşan, büyük, birbirine koridorlarla bağlı yer altı kavukları*” şeklinde tanımlanmaktadır.

Nazik tarafından yapılan tanımlamada ise mağara: “*sahip olduğu canlı ve cansız varlıklar ile bir ekosistem meydana getiren, yüzeye açılmaları olan ve en az bir insanın sürünerek de olsa girmesine olanak verecek genişlik ve yüksekliğe sahip olan yer altı boşluklarıdır*”.

Mağaralar insanoğlunun var oluşundan bugüne hep ilgisini çekmiştir. Bu merak dürtüsü, mağaralara yönelik turizm faaliyetlerinin ortaya çıkmasındaki en önemli etkenlerdendir. İnsanlar mağaraları sadece meraktan ziyaret etmez. Birçok mağaranın bir şifa kaynağı olduğu konusunda yaygın bir inanış da vardır. Mağaralar en çok da bilim adamlarının ilgisini çekmektedir. Yer bilimcilerden arkeologlara kadar birçok dalda bilim insanı mağaralar ilgi duymaktadır. Hatta mağara araştırmaları bir bilim dalı olan speleolojinin (mağara biliminin) doğmasına neden olmuştur.

Mağaralara duyulan bu büyük ilgi, mağara turizmini de önemli bir turizm çeşidi haline getirmiştir. Dünya üzerinde çok sayıda mağara bulunmaktadır. Keşfedilenlerin keşfedilmeyenlerden çok daha az olduğu ise bir gerçektir. Mağara turizminde önemli olan bu turizm çeşidinden ekonomik olarak faydalanabilmektir. Bunun olabilmesi için de potansiyelin arza çevrilmesi gerekir ancak bu oldukça meşakkatli bir iştir. Zira bir mağaranın keşfinden sonraki islah, koruma, dışının düzenlenmesi, yolların yapılması ve güvenliğin sağlanması gibi çalışmalar yüksek maliyetli işlerdir.

Türkiye’de kırk bin civarında mağara olduğu tahmin edilmektedir. Ancak mağaralara sahip olmak değil, onları birer turistik ürün haline getirerek misafirlerin hizmetine sunmak önemlidir. Bu nedenle bir mağaranın turizme açılabilmesi için bazı özellikleri bir arada taşıması gerekir. Ülkemizde Turizm Bakanlığı tarafından bir mağaranın ziyarete açılabilmesi için, Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğünün olurlarına ihtiyacı vardır. Bu da ancak şu asgari şartların sağlanması ile mümkündür:

- Can güvenliğini tehlikeye sokacak riskler taşımaması,
- Kullanımından kaynaklanacak yerel ve bölgesel kirlenmenin doğmaması,
- İlginç mağara içi şekil ve yapılara sahip olunması,
- Mağaranın fiziki yapısının insanların rahatlıkla gezmelerine olanak verecek boyutlarda olması,
- Mağara yakınında destek ünitelerin kurulabileceği veya çevre düzenlemesinin yapılabileceği yeterli arazinin bulunması,
- Mağaranın turizm açısından önem arz eden ve turizm hizmet veren yerleşim merkezlerine yakın olması,
- Mağaranın sahip olduğu morfolojik ve diğer oluşum özelliklerinin farklı ve ilgi çekici bir takım unsurları taşıması (kendi özelinde çekici bir özelliğe haiz olması),
- Doğal etkenlerle oluşan mağaraların yanı sıra insanların barınak, sığınak, ibadet yeri ve depolama gibi amaçlar için kazdıkları veya oydukları yapay mağaralar da bulunmaktadır. Bu özellikteki mağaraların arkeolojik ve kültürel değer taşıması,

- Mağaraya ulaşımın kolay ve rahat sağlanabilmesi,
- Mağaraya girişin ve çevresinin oraya gelen ziyaretçilere hizmet vermeye uygun düzenleme yapılmasına (otopark, kafeterya vb.) elverişli olması gerekmektedir.

Mağaraların turizme açılması konusunda ayrıca bir sınıflandırma yapılmaktadır. Mağaralar;

- Herkesin ziyaret edebileceği,
- Ekipmanlı normal ziyaretçilerin rehber eşliğinde ziyaret edebileceği,
- Ekipmanlı profesyonel ziyaretçilerin girebileceği mağaralar olarak sınıflandırılarak ziyarete açılabilir.



Görsel 5. Parsık Mağarası (<https://www.kultur.portal.gov.tr>).

Kocaeli’nin mağara turizmi açısından potansiyel taşıdığı söylenebilir, ancak daha öncede bahsedildiği üzere mağaraların korunması oldukça zor ve maliyetli olduğu için turizme açılması oldukça hassas bir konudur.

Mağara turizmi açısından ilin güçlü yanları değerlendirildiğinde, ulaşım kolaylığı ve metropol kentlere yakınlık öne çıkmaktadır. Diğer yandan, mağaralara en çok bilim insanları ilgi duymaktadır öyle ki il, üniversitelerin büyük çoğunluğunun bulunduğu Marmara bölgesindedir.

Mağara turizminin ulusal ve uluslararası alanda kullanılamaması, özellikle uluslararası pazarlarda mağara turizminin ürününün pazarlanmasında zorluklar yaşanması, mağara turizmiyle ilgili bilgiyi toplama ve yaymada yaşanan zorluklar, tanıtım eksikliği, alt ve üst yapı eksikliği, yöre halkının mağara turizmin önemini kavramamış olması durumları zayıf yanlar olarak değerlendirilebilir.

Tescil edilecek çok sayıda mağaranın varlığı, üniversitelerin mağara turizmi ile alakalı çalışmalar yapıyor olması ve mağara turizminin giderek ilgi uyandırıyor olması ildeki mağara turizminin gelişmesi noktasında sahip olabileceği fırsatlar olarak değerlendirilebilir.

Henüz turizme açılmayan mağaraların yeterince korunamaması, kirlenmesi ve doğal yapısının tahrip edilmesi gibi durumların da mağara turizmin tehdit ettiği söylenebilir.

3.4. Yayla Turizmi:

Türk Dil Kurumu sözlüğünde yayla terimi “dağlık, yüksek bölgelerde, kışın hayat şartları güç olduğu için boş bırakılan, yazın havası iyi ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri” şeklinde tanımlanmaktadır. İngilizce karşılığı *plateau tourism* olan bu turizm şekli yerleşik alanlara uzak noktalarda gerçekleştiriliyor olması nedeniyle farklı bir yapıya sahiptir.

Dağların yüksek kesimlerindeki düzlüklerde bulunan ve temelde hayvancılığa dayalı faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yaylalar, yazın hayvanların otlatıldığı yerleşimden uzaktaki yerlerdir. Bu yerler, ekonomik olarak şehre, ilçeye ve köye bağımlıdır, ancak uzaklık nedeniyle buralarda ikincil konutlar inşa edilmiştir. Bu ikincil konutlar turistik ürünün unsurlarından biri olan konaklama ihtiyacının giderilmesinde rol oynar. Buralarda turizm iki şekilde organize edilebilir; ilk olarak yaylalara meraklı kişilerce yapılmış ikincil konutların sahiplerince ziyaret edilmesidir. İkincisi ise, burada bulunan ikincil evlerin, turistlerin konaklama ihtiyacını karşılayabilecek şekilde sunulmasıdır.

Günümüzde bazı yaylalar oldukça popüler hale gelmiştir. Bu alanlar hem günübirlik hem de geceleyen çok sayıda ziyaretçiyi atrılamaktadır. Ülkemizde yayla kültürünün yaygınlığı bu alanları huzur bulmak, dinlenmek ve doğayla baş başa kalmak isteyen bireyler için vazgeçilmez yapmaktadır.

Yaylalara yönelik artan ilgi, bir yandan turistik aktiviteyi artırırken diğer yandan da turizm işletmelerinin açılmasına neden olmaktadır. Ancak bu durum kapasite ve sürdürülebilirlik gibi önemli sorunları beraberinde getirebilir. Aşırı kullanım doğaya zarar verebilir. Bu da gelecek nesillere iyi bir miras bırakmamıza engel olabilir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı yayla turizmini bir turizm türü olarak benimsemiş ve yayla turizminin geliştirilebileceği merkezlere ilişkin kriterler belirlemiştir. Bunlar:

- Doğal varlık potansiyelince zengin olmalı,
- Kendisine has bir sivil mimari karakterinin olması,
- Kent merkezine ulaşımın kolay olması,
- Yerel halkın sosyal yapısının turizme yakın olması,
- Aktivitelerin ekonomik açıdan sürdürülebilir olması,
- Diğer turizm çeşitleri ile bütünleşmeyi sağlayabilir olması gerekmektedir.

Belirlenen bu kriterler doğrultusunda yayla turizminin gelişimi açısından uygun görülen merkezler Şekil 1’de görülmektedir. Bakanlıkça desteklenen yayla turizmi ağırlıklı olarak Doğu Karadeniz Bölgesinde yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte Antalya ve Gaziantep illeri de öne çıkan diğer illerdir. Bu durum diğer illerde yaylacılık faaliyetlerini ve yayla turizminin olmadığı veya yapılmadığı anlamına gelmez. Söz konusu harita sadece bakanlıkça desteğe uygun görülen ve Bakanlar Kurulunca turizm merkezi ilan edilmiş destinasyonlardır.



Şekil 1. Yayla Turizmi Merkezleri (<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11538/yayla-turizm-merkezleri.html>).

İlde çok sayıda yaylanın bulunması, ulaşım kolaylığı, su kaynağının olması, yaylaların çok sayıda turizm çeşidine imkân veriyor olması, aktif yaylacılığın devam ediyor olması, yaylaların birçoğunda yürüyüş parkurunun bulunması ve yaylalarda kamp yapma olanaklarının mevcudiyeti yayla turizminin güçlü yanları olarak görülebilir.

Yaylacılık yapanların turizm konusundaki ilgisizliği, yaylacılığın azalma trendine girmesi, yaylalarda turistik işletmelerin (konaklama ve yiyecek-içecek) olmaması, tanıtımın eksikliği, bazı yaylalarda elektrik olmaması ise zayıf yanlar olarak değerlendirilebilir.

İlin yayla turizmi açısından fırsatları değerlendirildiğinde; yaylalarda konaklama için basit kampçılık imkânlarının varlığı, dağ ve yaylalara yönelik turizm imkânlarıyla kıyılara yönelik turizmin aynı destinasyonda birleştirilebilme imkânı, yerel halkın misafirperverliği ve turizme sıcak bakışları sayılabilir.

Bazı yaylalarda yaylacılık faaliyetlerinin ortadan kalkması, yaylacılık kültürünün yok olma riskinin varlığı, yaylalardaki yetersiz ve bakımsız yollar ve düzensiz yapılanma ilin yayla turizmini tehdit eden unsurlar olarak sıralanabilir.



Görsel 6. Aytepe yaylası (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

3.5. Akarsu Turizmi:

Türk Dil Kurumu akarsuyu “yeryüzünde, yer altında belirli bir yatak içinde, eğim boyunca sürekli veya zaman zaman akan su” olarak tanımlamaktadır. Tarih boyunca akarsular, insanların hayatının önemli bir parçasını oluşturmuştur. Akarsular birer tatlı su kaynaklarıdır. Tatlı su kaynağının insanların ihtiyacını karşılamaya daha elverişli olması nedeniyle akarsu kıyıları, her zaman tercih edilen yerleşim alanları arasında olmuştur. Eski çağlarda akarsular avlanma, seyahat ve tarımsal sulama gibi amaçlarla kullanılırken, sonrasında endüstriyel taşımacılığın önemli bir parçası haline gelmiştir.

Akarsular özelliklerine göre dere, çay ve nehir olarak sınıflandırılmaktadır. Bu su kaynaklarının turizm üzerinde doğrudan ve dolaylı çeşitli etkileri bulunmaktadır. Bir çekiciliğe sahip olmaları, ulaşım amaçlı kullanılabilmesi, geziler için alanlar sunması, su sporları, balıkçılık gibi sportif amaçlara hizmet etmesi ve içme suyu olarak kullanılabilmesi doğrudan etkilerdir. Dolaylı etkiler içerisinde ise, balık gibi besin kaynaklarının elde edilmesi, tarımsal alanların sulanması, atıkların imhasına yardımcı olması ve elektrik üretimine destek olması yer almaktadır.

Akarsu turizmi çok zaman su-temelli turizm içerisinde kabul edilerek açıklanmakta ve deniz turizminden farklı olarak akarsuların durağan olmayan tatlı sular olarak farklılaştığı görülmektedir. Akarsu turizminde öne çıkan daha ziyade sportif aktiviteler ile akarsuyun oluşturduğu kanyonlardaki gezilerdir. Bununla birlikte tekne gezintisi, kamp yapmak, balık tutmak gibi aktivitelerde akarsu turizmi içerisinde yer alır.



Görsel 7. Sıcakdere kanyonu (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

Akarsu turizmi yapısı itibarıyla önemli farklılıklar arz etmektedir. Bunlar:

- Büyük oranda genç yaşta kişilerce talep edilir,
- Doğal güzellikleri en çok öne çıkaran turizm türüdür,
- Macera tutkusunu öne çıkaran bir turizm türüdür,
- Çevre kirliliğine yol açmaz,
- Betonlaşmaya öncülük etmez,
- Bir doğal kaynaktan direkt gelir elde edilmesini sağlar.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, akarsu turizmini doğa turizminin bir dalı olarak kabul etmektedir ve de diğer doğa temelli alternatif turizm türleriyle bütünleşmiş biçimde geliştirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Çünkü doğa temelli bir turizm türü olarak akarsu turizmi konusunda Türkiye çok büyük bir potansiyele sahiptir.

Kocaeli ilinde bulunan akarsularda rafting, kano gibi alternatif sporların yapılabilir olması, suların temizliği, manzara açısından sahip oldukları güzellikler ve nehir statüsündeki akarsuların olta balıkçılığına uygun olması gibi durumlar ilin akarsu turizmi açısından sahip olduğu avantajlardır. Buna karşın, özellikle dere niteliğindeki akarsuların sulama amaçlı kullanılması, derelerin genelinenin sportif olta balıkçılığı için uygun olmaması ve günü birlik gelenlerin atıkları çevreye bırakıyor olması zayıflık olarak değerlendirilebilecek durumlardır.

Dere sayısının çokluğu ve çevre bilincinin gelişmesi fırsat olarak değerlendirilebilirken, sulama için derelerdeki suyun alınmaya devam etmesi, aşırı gübre ve su kullanımı, plansız sulu tarım, yüksek rakımlı yollarda problemler, mahallelere atık arıtma sistemleri henüz yapılmamış olması ise tehditler olarak sıralanabilir.

3.6. Tarım Turizmi (Agroturizm):

Tarım turizmi ile ilgili kaynaklarda çeşitli tanımlamalara rastlanmaktadır. Sharpley, tarım turizmini, *doğrudan tarımsal çevre, tarım ürünleri ve tarım alanlarındaki konaklamalardan oluşan turizm türü* olarak tanımlarken, Kizos *kırsal bölgelerde tarım alanında çalışan insanlar tarafından sürdürülen, küçük ölçekli, aile veya kooperatif kökenli turistik faaliyetleri bünyesinde barındıran turizm türü* olarak tanımlamaktadır.

Sonnino'ya göre ise tarım turizmi, *çiftçiler ve onların aile bireyleri tarafından tarımsal faaliyetlere bağlı olarak sürdürülen ve bu faaliyetleri tamamlayıcı nitelikte olan ağırlama hizmetleri* olarak tanımlanmaktadır.

Tarım turizminde, evlerde yapılan ürünlerin (peynir, yağ, konserve vb.) tadılması, satın alınması, gündelik tarımsal faaliyetlere katılım, yöresel kültürü görme faaliyetleri söz konusudur. Kırsal turizmin bir alt dalı olarak değerlendirilen tarım turizminin kapsamı ekili alan ve çiftçidir.

Tarım turizmi kavramı, kırsal turizm ve çiftlik turizmi kavramlarıyla sık sık karıştırılmaktadır. Tarım ve çiftlik turizminin gerçekleştiği yerlerin kırsal alanlar olması nedeniyle, kırsal turizm kavramının tarım turizmi ve çiftlik turizmi kavramlarını kapsadığını söylemek mümkündür. Ayrıca kırsal alanlarda sadece tarımsal üretim ve çiftlikler olmayacağı düşünüldüğünde bu alanlarda diğer birçok turizm türünün de hayata geçirilebileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Tarım turizmi ve çiftlik turizmi sıklıkla birbirleri yerine kullanılıyor olsa da, birbirinden farklı türlerdir. İlk farklılık olarak şu söylenebilir: tarım turizminde faaliyetlerinin bir çiftlikte gerçekleştirilmesi zorunluluğu yoktur. Çiftlik turizminde ise adından da anlaşılacağı üzere bir çiftlikte aktivitelerin gerçekleştirilmesi durumu söz konusudur. Bu iki tür arasındaki bir başka farklılık

ise; tarım turizminde birincil amaç çiftliklerde konaklamak değilken, çiftlik turizminde temel amaç çiftliklerde konaklamak ve çiftlik faaliyetlerinin içerisinde doğrudan yer almaktır.

Dünya genelinde yükselen bir eğilim olarak gösterilen tarım turizmi, daha çok gelişmiş ülkelerde talep görmektedir. ABD, Almanya, Avustralya gibi ülkelerde öne çıkan bir turizm türüdür. Son yıllarda Türkiye’de de tarım turizmi uygulamalarına rastlanmaktadır.

Kocaeli ilinin tarım turizmi konusunda büyük avantajlara sahip olduğu söylenebilir. Zira yöre halkının tarımla uğraşan kesiminin sıcakkanlılığı, turizme ve turiste sempatik bakış açıları ve ziyaretçilerin sadece üretim sürecine katılmaları değil aynı zamanda konaklamalarına da imkân verecek alanların varlığı söz konusudur.

Kocaeli’nin bozulmamış çevre ve flora ve faunası, kırsal yerleşimcilerinin konukseverliği, turistik tercihlerdeki değişimler, Türkiye’de sürdürülebilir turizm anlayışındaki olumlu gelişmeler, kırsal yörelerin dinlendirici atmosferi, ilin kendine has coğrafyası, ilin İstanbul’a yakın olması ve tarım turizmi için gelenlere sunulabilecek doğa turizmi alternatiflerinin zenginliği ilin tarım turizmi açısından güçlü yanlarını oluşturduğu söylenebilir.

İlin tarım turizmi potansiyelinin hem ulusal ve hem de uluslararası alanda yeterince kullanılamaması, tarım turizmi pazarlanmasındaki güçlükler, bu alandaki akademik çalışmaların yetersizliğinden kaynaklı bilgi eksikliği, kırsalda yaşayanlar ile doğa turizmine destek veren kamu ve özel kuruluşlar arasındaki koordinasyon eksikliği ve tanıtım eksikliği gibi zayıf yanlarının bulunduğu söylenebilir.

Yerel girişimcilik ruhunun gelişmesi, kadınların çalışma hayatındaki etkilerinin artması, iç turizmdeki hareketlenme ve tarım turisti sayısındaki artışlar il için fırsat olarak değerlendirilebilir.

Tarım turizmi konusunda iyi organize olmuş Avrupa ülkeleri ile rekabette geri kalmak, bölgede zaman zaman yaşanan orman yangınlarının yarattığı çekinceler, ilde doğa turizmini destekleyecek sivil toplum kuruluşlarının yetersizliği, ilde turizm konusunda faaliyette bulunan hiç bir kuruluşun Euro Gites (Avrupa Çevre Ajansı) üyesi olmaması gibi durumlar il için tehdit olarak görülmektedir.



Görsel 8. Kocaeli’nde tarım turizmi (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/news/haberler/3/buyuksehir-destekliyor-kocaelili-ciftciler-ur/36270>).

3.7. Çiftlik Turizmi:

Türk Dil Kurumu çiftlik kavramını “tarım yapılan hayvan yetiştirilen, çalışanların oturması için içinde evler bulunan toprak parçası” şeklinde tanımlanmaktadır. Bir alternatif turizm türü olarak ele alınması yakın zamanlara dayanan çiftlik turizmi, bünyesinde oldukça fazla çeşitte aktivite barındırdığından, tanımlanması güçlükler içeren bir kavramdır.

Murphy çiftlik turizmini; *bir çiftlikte, çiftliğin temel işlevlerinin dışında bazı turizm aktivitelerinin gerçekleştirilmesi ile vücut bulan turizm şekli* olarak tanımlamaktadır. Hoyland ise *bir çiftlikte geçici konaklama ve/veya rekreasyonel imkânlardan faydalanma durumu* biçiminde bir tanımlamada bulunmuştur.

Çiftlik turizminin sıklıkla kırsal turizmle karıştırılır. Çünkü ikisi de kırsal bölgelerde gerçekleştirilir. Ancak çiftliklerin temel amacı turizm faaliyetleri değildir. Ne zamanki turistler çiftliklerde gerçekleştirdikleri faaliyetlerin karşılığında bir değer öderse o zaman çiftlik turizminden söz edilebilir.

Ayrıca insanların eğitim düzeylerinin artması, doğal çevreye daha duyarlı hale gelmeleri ve beslenme anlamında eskiye oranla daha seçici davranıp doğala yöneliyor olmaları gibi birçok sebep, seyahat için şehir hayatından ve kalabalıktan uzak ve daha doğal bir yaşamı simgeleyen çiftlik turizmini daha çekici hale getirebilmektedir. Bu faktörleri, çiftlik turizminin gelişimine etki eden talep faktörleri olarak değerlendirmek mümkündür. Ayrıca çiftlik turizmi, arz açısından bakıldığında, kırsal bölgelerin kalkınmasına yardımcı olabilecek ve kaynak kullanımı açısından sürdürülebilir bir gelir kapısı olarak ele alınabilir. Özellikle kitle turizminin yaygın olduğu bölgelerde yerel halkın turizmden aldığı payın kısıtlı kalması bu tür turizm ürünlerinin önemini arttırmaktadır.

Çiftlik turizminin sınırlarını belirlemek adına, çiftliklerde yapılan faaliyetlerin neler olduğunun anlaşılması yerinde olacaktır. Bu anlamda aşağıdaki faaliyetler çiftlik turizmi kapsamında addedilir;

- Çiftliklerde tarımsal faaliyetlerde bulunma,
- Hayvancılık faaliyetlerine katılma,
- Üretilen tarımsal ürünlerin satılması,
- Ziyaretçilere konaklama imkânı sağlanması,
- Yeme-içme hizmetlerinin sunulması
- Açık hava faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi.

Çiftlik turizminin yapıldığı tatil çiftlikleri, tarımsal büyük çiftlikler, özel çiftlikler, tarihi yöre çiftlikleri, çalışma çiftlikleri, sportif ve rekreasyonel çiftlikler ve çiftlik orman işletmeleridir. Çiftlik turizmi, çiftçi ailelerine iş imkânı, kendilerini çiftlik turizmüne odaklamış olanlara da işletmecilik faaliyetleri sunar.

Çiftlik turizmüne yönelik olarak gelen ziyaretçiler için alternatif doğa turizmi çeşitliliğinin varlığı, metropol kentlere yakınlık (İstanbul, Bursa, İzmir), bozulmamış çevre, kırsal yerleşimcilerinin konukseverliği, sürdürülebilir turizm anlayışının kendini hissettiriyor olması, Kocaeli ilinin kendine has coğrafyası, Kocaeli çiftliklerinin üretim ve pazarlama yapılarının turist ağırlamaya imkan vermesi, destekleyici yaz turizmi imkânlarının

sunulabilmesi gibi durumların çiftlik turizmi açısından ilin öne çıkan güçlü yanları olduğu söylenebilir.

Çiftlik turizminin uluslararası alanda rekabet gücünün zayıflığı, yabancı turist getirebilme noktasındaki zayıflıklar, yerel ve ulusal düzeyde çiftlik turizmi ile ilgili bilgi eksikliği, çiftlik turizminin çok az sayıda kişi tarafından biliniyor olması, yöre halkının çiftlik turizminin sahip olduğu önem ve yapısı hakkında bilgi sahibi olmaması, kamu ve özel kuruluşların bilgi eksikliğini giderecek çabalar göstermemesi durumları ise ilin bu konudaki zayıf yönleri olarak değerlendirilebilir.

Yılın on iki ayına yayılmış üretim yapısına sahip çiftliklerin varlığı, şehirde yaşayan insanların doğal yaşam ve doğal beslenme ile ilgili bilinçlerinin artması, çiftlik turizmi konulu belgesel yapımlarındaki artış, genç ve dinamik bir nüfusun çiftlik turizmine ilgisi, bölgede fiziksel alt yapı sorununun azalmış olması, tarım üreticisinin ek gelir sağlama isteği, Arap yarımadasından gelen turistlerin artan talebi ve geleneksel kıyı turizminin egemenliğin sonuna gelinmesi gibi durumlar ilin fırsata evirebileceği durumlardır.

4. Sonuç ve Öneriler

Kocaeli elbette ki turizm anlamında çok büyük bir potansiyele sahiptir, ancak daha önce de zikredildiği gibi önemli olan bu potansiyeli arza çevirebilme kabiliyetidir. Bu noktada odaklanması gereken konu, ilin hangi alanda daha rekabetçi olduğudur. Her alana odaklanmak yerine rekabet avantajı olan alanlara odaklanmak, daha rasyonel bir yaklaşıma işaret eder.



Görsel 10. Nüzhetiye Şelalesi (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/buyuleyici-guzellikler/231>).

Kocaeli doğa turizmi anlamında çok önemli bir potansiyele sahiptir, ancak bunların birçoğu arzu edilir ölçüde satılabilir turizm ürünü haline getirilememiştir. Oysa ki, Kocaeli iç turizm açısından değerlendirildiğinde ve bulunduğu konum düşünüldüğünde, rekabette öne çıkan bir ilimizdir. Çünkü birçok büyük şehir yakın olduğu gibi, Türkiye'nin kara, demir ve deniz ana yolları Kocaeli ilinden geçer.

Tarım turizmi elbette yöre için bir takım tehditleri de barındırabilir. Tarımdan gelir elde eden halkın turizmden yüksek gelirler elde etmesi durumunda zirai üretim azalabilir veya üretim faktörleri tarımdan hizmetlere doğru yönelebilir. Ayrıca taşıma kapasitesi noktasında sınırlar aşılabılır.



Görsel 9. Çiftlik turizmi (<https://www.kocaeligazetesi.com.tr/haber/2808282/yabanci-turistler-ekolojik-tatilde>).

Doğaldır ki her mevcut turistik varlık, arza çevrilemez. Zira ilin bir taşıma kapasitesi vardır. Bu kapasitenin aşılması sürdürülebilirlik noktasında ile zarar verir. Hele ki konu doğa olursa, bu çok

daha acı sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle il için düşünülen turizm politikaları hassas ayarlanmalıdır. Çünkü gelecek nesillere bırakacağımız miras, şimdiki artması muhtemel kazançlardan çok daha önemlidir.

Bu vurgunun ardından Kocaeli ilinin doğa turizmine yönelik bir takım önerilerde bulunulabilir:

- İlin en büyük avantajı konumudur. Bu durumdan azami ölçüde faydalanılması gerektiği söylenebilir,
- İlin bulunduğu konum, dağ ve kış turizminin pazarlanmasında öne çıkarılabilir,
- Doğal turistik kaynaklara ulaşılması konusunda modern yollar bir kenara bırakılarak, coğrafya, arkeoloji ve sanat tarihi bilim insanları ile çalıştaylar yapıp, doğayı tahrip etmeyen yollar tasarlanabilir,
- İlde turistlerin kalış süresini artırmak, turizmden elden edilecek faydaları da artıracaktır. Bu nedenle gelen turistlere doğa yanında, kalışlarını uzatacak farklı turizm çeşitleriyle entegrasyon sağlanabilir,
- Doğa turizminde en büyük katkıyı hiç şüphesiz yerel halk sağlayacaktır. Yerel halkın yapabilecekleri noktasında ihtiyaç duyduğu bilgiler kamu ve özel kuruluşlarca sıkı işbirliği içerisinde sağlanabilir,

- Bölgede doğa turizminin gelişmesine katkı sağlayacak insan kaynağını yetiştirmek önemlidir. Bu amaçla, özellikle üniversitelerin konuyla ilgili doğa turizmi alanında uzmanlar yetiştirecek bölümleri açması önerilebilir,
- Doğa turizminde, özellikle taşıma kapasitesi düşünülerek, planlı hareket etme zorunluluğu vardır. Bu nedenle planlara bağlı kalınması gerektiği ve yeni gelişmeler ışığında planların güncellenmeleri gerektiği söylenebilir,
- İlin tanıtım faaliyetleri ile ilgili olarak alternatif stratejiler geliştirilebilir,
- Unutulmamalıdır ki iç turizm gelişmeden dış turizm de gelişmez. Bu nedenle önce yurt içinde yoğun tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilebilir,
- Yerli turistlerle deneyimlenen doğal turizm çeşitleri, hızla yurt dışı pazarlarda tanıtılabilir. Bu özellikle yakın coğrafya Balkanlar ve Arap yarımadasında gerçekleştirilebilir.
- Karavan turizmi doğa turizminde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle turistlerin karavanla gelerek kendi evlerini yanlarında getirmeleri teşvik edilebilir,
- Bazı alanlarda doğaya zarar vermeyecek biçimde karavan parkları yapılabilir,
- Doğa turizminin gelişimi için öğrenci, engelli ve dezavantajlı gruplar yönelik etkinlikler gerçekleştirilebilir,
- Dünya çapında doğa sporları organizasyonlarına sürekli biçimde talip olunabilir,
- Doğa turizmi faaliyetlerini yürütüldüğü bölgelerde altyapı ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesi, bölgeye gelen turistlerin temel ihtiyaçlarını karşılayacak tesislere ilişkin bilgi

lendirici yönlendirmeler, haritalar baskı ya da dijital ortamlarda erişilebilir bir şekilde sunulabilir,

- Yönlendirme tabelalarına tutulan cep telefonu, tablet ve benzeri cihazların kamera ekranlarının, doğa sporu yapan bir kişiye anında ihtiyaç duyduğu her tür bilgiyi sağlayacak teknolojiler uygulanabilir,
- Doğa sporlarını düzenleyen ve denetleyen kurumların varlığı, sportif amaçlı gelen turistlerin güvenini artıracaktır. Bu nedenle söz konusu kurumların eksiksiz olarak tesis ettirilmesinin gerektiği söylenebilir,
- İlde bulunan ulusal kokartlı rehber sayısının artırılması gerektiği söylenebilir,
- Köy işletmesi modelleri desteklenerek, sayıları artırılabilir,



Görsel 11. Kartalkayalar (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/bu-yuleyici-guzellikler/231>).

Kaynakça

- Akova, İ. (1995). Akarsu Turizmi. Türk Coğrafya Dergisi,
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın-Tükel Türk, Ş. & Yılmaz, İ. A. (2013). Ekoturizm. Şule Aydın Tükel Türk ve Mustafa Boz (Ed.) Turizmde Güncel Konu ve Eğilimleri içinde (3-29), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (2012). Ekoturizm Sektör Raporu.
- Beyhan, Ş. G. & Ünügür, S. M. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. İTÜ Dergisi/a, 4 (2), 79-87.
- Budowski, G. (1976). Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis?. Environmental Conservation, 3 (1), 27-31.
- Civelek, M., Dalgın, T. & Çeken, H. (2013). Agro-Turizm ve Sürdürülebilirlik İlişkisi: Muğla Yöresindeki TaTuTa Çiftliklerinde Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1 (3), 22-32.
- Cordell, H. K. (2008). The Latest on Trends in Nature Based Outdoor Recreation.
- Demir, C. & Çevirgen, A. (2006). Ekoturizm Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğa Temelli Alternatif Turizm Türleri Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi
- Dolnicar, S., Crouch, G. I. and Long, P. (2008). Environment-Friendly Tourists: What Do We Really Know About Them? Journal of Sustainable Tourism. 16(2), 197-210.
- Fredman, P., Reinius, S. W., & Lundberg, C. (2009). Turizm natur. Definitioner, omfattning, Statistik. ETOUR.
- Gartner, W. C. (2004). Rural tourism development in the USA, International Journal of Tourism Research, 6, s.151- 164.
- Haberal, H. (2015). Turizmde Alternatif "Ekolojik Turizm-Doğa Turizmi-Kırsal Turizm-Yayla Turizmi". Ankara: Detay Yayıncılık
- Hall, C. M. and Boyd, S.W. (2005). Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster? Clevedon: Channel View Publications.
- Hodur, N. M., Leistriz, F. L., & Wolfe, K. L. (2008). Developing The Nature-Based Tourism Sector in Southwestern North Dakota", Great Plains Research, 18 (1),
- İlban, M. O. & Kaşlı, M. (2011). Kış Turizmi.
- Kahraman, N. & Türkay, O. (2014). Turizm ve Çevre (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergâhlarının Belirleminde Örnek Bir Çalışma, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 4(2), 165-174.
- Köroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 1, 95- 10
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, Yayın No: 3085, Ankara. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lewis T.O. Cheung and Fok, L. (2014) The Motivations and Environmental Attitudes of Nature-Based Visitors to Protected Areas in Hong Kong, International Journal of Sustainable Development & World Ecology, 21(1), 28- 3
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C. and Henning, B. R. (1995). Evaluating Nature-Based Tourism Using the New Environmental Paradigm, Journal of Agricultural and Applied Economics, 27(2), 544-555
- MacKay, K. J., Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2002). Understanding Vacationing Motorist Niche Markets, Journal of Travel Research, 40, 356-363.
- Mehmetoglu, M. (2005). A Case Study of Nature-Based Tourists: Specialists Versus Generalists, Journal of Vacation Marketing, 11(4), 357-369.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., & Seegoolam, P. (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction with NatureBased Tourism Attractions, International Journal of Management and Marketing Research, 4(1), 87-98
- Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Ed.), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (2. Baskı) içinde (s. 319-342). Ankara: Nobel Yayın.
- Priskin, J. (2001). Assessment of Natural Resources for Naturebased Tourism: A Case of Central Coastal Region of Western Australia, Tourism Management, 22, 637-648
- TaTuTA (Tarım, Turizm, Takas) 18 Aralık 2017 tarihinde <http://www.tatuta.org> adresinden erişildi. 90
- Uyar Oğuz, H. JOTAGS, 2021, 9(4) 2773 The Use of Information and Communication Technologies in Nature-Based Tourism Activities in Bartın Province Hande UYAR OĞUZ Bartın University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Bartın /Turkey Extensive Summary
- Uyar, Oğuz. H., Karakaş, A., Bilgin, Y., & Aslan, A. (2020). Turistik talebin analizi ve destinasyon imajı (Turizm sektörü gelişmekte olan küçük illere yönelik bir projeksiyon: Bartın ili örneği), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Valentine, P. S. (1993). Ecotourism and Nature Conservation: A Definition with Some Recent Developments in Micronesia', Tourism Management, 14(2), s. 107-15.
- Work (2010). Life 2- Vernetztes Arbeiten in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Studie.



Kocaeli'nin İş Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Business Tourism Potential of Kocaeli

Doç. Dr. Bilsen BİLGİLİ

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kocaeli, Türkiye

e-posta: bilsen.bilgili@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8454-8318

Öz

Kocaeli ili yüzölçümü ve nüfusu açısından çok büyük bir il olmamasına karşın, Türkiye imalat sanayisinin öncül kentlerinden biridir. Gayri Safi Yurtiçi Hasıladada 2020 yılında kişi başına 96 bin 745 TL ile İstanbul'dan sonra ülkemizin ikinci sırasında yer alan bir kenttir. Son 10 yıllık süreçteki verilere göre Kocaeli, Türkiye imalat sanayisinin %13'lük kısmını gerçekleştirmektedir. İmalattaki öncü rolünün sonucu doğal olarak iş amaçlı turist sayısı da oldukça yüksektir. Doğa, tarih, kültür, sağlık turizmi gibi birçok açıdan yüksek potansiyele sahip olan Kocaeli ilinin, iş turizmi amaçlı aldığı ziyaretçilerinin, kentin diğer turizm etkinliklerine katılımının sağlanması, konaklama gün sayısının artırılmasının önemli bir fırsat olduğu açıktır. Yapılan araştırmalara göre, iş turizmi amaçlı gelen ziyaretçilerin kentin diğer turizm çeşitlerinden yararlandırılmasına yönelik önemli bir fırsat olmasına rağmen, bu konuda uzun vadeli stratejilerin belirlenmesi yönünde yapılan çalışmalar henüz temel düzeydedir. Dört mevsim turizm çeşitliliğine sahip Kocaeli ilinde kamu ve yerel yönetimler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılmış olan birçok çalışma bulunmaktadır. Alan araştırmalarının da yer aldığı bu çalışmaların sonuçlarının değerlendirilerek, Kocaeli'nin turizm kenti olarak markalaşması yönünde geliştirilecek stratejilerde iş turizmi potansiyelinin tartışılması önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Kocaeli ilinin turizm potansiyeline ilişkin yapılan araştırmalar, iş turizmi alanına yönelik yapılmış araştırmalar açısından ele alınmış, iş turizmi amaçlı ziyaretçilerin kentin diğer turizm çeşitlerine yönlendirilebilmesi, daha etkin ve verimli ziyaretçiler olarak değerlendirilebilmesine yönelik çeşitli strateji önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İş Turizmi, Fuar Turizmi, Kongre Turizmi, Sürdürülebilir Turizm, Kocaeli'nin Turizm Potansiyeli.

Abstract

Kocaeli is one of the most leading cities of manufacturing industry in Turkey, although it is not considered as a big city in terms of area and population. The city ranked as the second biggest city after Istanbul with 96 thousand 745 TL per capita in Gross Domestic Product in 2020. According to the data in last 10 years, Kocaeli fulfils 13% of manufacturing industry in Turkey. Due to its leading role in manufacturing, the number of tourists with business purposes is quite high. Moreover, Kocaeli has a high potential for nature, history, culture and health tourism, which is also an important opportunity to ensure the participation of these visitors in other tourism activities and increase the number of accommodation days in the city as well. Despite this great opportunity, the long-term strategies of rechanneling these visitors to various other types of tourism are still inadequate. In addition, Kocaeli has a four season tourism opportunity and there are many studies on this subject which were conducted by public and local administrations, universities and non-governmental organizations. Since, evaluating business tourism potential is surely important for developing strategies on branding of Kocaeli, in this study, the literature on business tourism potential of Kocaeli were reviewed to develop strategies on rechanneling the visitors with business purposes to other types of tourism and evaluate their visit to be more effective and efficient.

Keywords: Business Tourism, Expo Tourism, Congress Tourism, Sustainable Tourism, Tourism Potential of Kocaeli.

Giriş

İnsanlığın başlangıcından beri, doğa olayları nedeniyle bulunulan yerin koşullarındaki olumsuz değişimler, yerleşik hayata geçmek için yaşam kaynaklarının zengin olduğu uygun yerlerin keşfine yönelik arayış, ihtiyaçların karşılanması ve ekonomik kazanç elde etmeye yönelim, din, sağlık ve içsel merak gibi birçok faktörler nedeniyle bir yerden bir yere seyahat edilmektedir (McIntosh, 1980). Turizmin tanımındaki bir yerden bir yere seyahat etmek ve gidilen yerde konaklamak koşullarından hareketle, insanlığın başlangıcından beri turizm hareketliliğinin birçok nedenlerle gerçekleşerek günümüze kadar geldiğini söylemek mümkündür. Çağdaş anlamda turizm faaliyetlerinin 18. yüzyıldaki birinci sanayi devrimini ile birlikte başladığı (Burkart ve Medlik, 1988, s.3), bu hareketliliğin kaynağının sosyal ve psikolojik birçok nedene dayanmakla birlikte ticari ve ekonomik faaliyetlerin temel teşkil ettiği görülmektedir.

Dünyanın seri üretim ile tanıştığı 18. yüzyıldaki birinci sanayi devriminin dönüm noktası olan buhar gücü ile üretim teknolojisinin seyahat ve keşifler temelli buharlı gemilerin icadına dayanması, dünyada endüstrinin gelişiminin temelinde keşif amaçlı seyahatlerin önemini ortaya koyduğunu söylemek mümkündür. Özellikle, üretimde kullanılan kaynaklara yönelik keşifsel arayış ve seyahatler, daha sonra üretilen malların dünya pazarlarına ulaştırılması için yeni seyahatler için neden teşkil etmesi iş amaçlı turizmin hem turizm endüstrisi hem de genel olarak endüstriyel ve ekonomik gelişmeler açısından önemini göstermektedir. İş turizmi irdelendiğinde, hem üretim için kaynak arayışı açısından gerçekleştirilen turizm hareketleri hem de üretim sonrası mal ve hizmetler için pazar arayışı olmak üzere iki boyutlu bütünsel bir açıdan oldukça önemli bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde iş turizmi kapsamında, gerek kaynak arayışı gerekse pazar bulmaya yönelik iş amaçlı ziyaretlerde toplantı, kongre, fuar, sergi gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Diğer yandan, günümüzde bireylerin varoluş bilinç ve farkındalık düzeylerindeki artış, merak, haz, yaşam kalitesini önemsemeye yönelik bireysel gelişmeler, herhangi bir nedenle gerçekleştirilen seyahatlerde farklı turizm çeşitlerinden de yararlanarak, kaliteli seyahat, deneyim ve hazzaya yönelik tüketim davranışlarını da beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla, ekonomik gereklilikler nedeniyle gerçekleştirilen iş turizmi amaçlı seyahatlerin yoğun olduğu ve diğer turizm çeşitliliği potansiyeline sahip destinasyonlarda, iş turizmi ile birlikte diğer turizm potansiyelinin de birlikte değerlendirilmesi durumu bir fırsat olarak ortaya çıkmaktadır. Kocaeli ili Türkiye'nin imalat sanayisinin %13'ünü gerçekleştiren, dünya ticaretinin önemli kentlerinden biri olarak iş turizmi amaçlı ulusal ve uluslararası yoğun ziyaret bir kent olarak öne çıkmaktadır. Kocaeli doğası, tarihi, kültürü, sağlık turizmi gibi birçok varlığı açısından da dört mevsim turizm potansiyeline sahip bir kenttir. Dünyada iş turizmi açısından öne çıkan markalaşmış kentlerin turizm hareketliliğinde izlediği stratejiler dikkate alındığında, iş turizmi amaçlı ziyaretçilerin hem turizm endüstrisi açısından kongre ve fuar gibi faaliyetler ile etkinleştirmek hem de diğer turizm varlıklarına yönelik turizm hareketlerine de katılımlarını sağlamak üzere, Kocaeli için sürdürülebilir stratejiler geliştirmeye ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Buradan hareketle bu çalışmada, iş turizmine ilişkin teorik bilgilerin yer aldığı bir literatür taraması yapılmış, ikinci bölümde ise, Kocaeli ilinin turizm potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik yapılan bilimsel araştırmalar, saha araştırmaları, çalıştaylar gibi çalışma sonuçları içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Kocaeli ilinin iş turizminin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğine yönelik strateji önerileri sunulmuştur.

1. İş Turizmi Kavramı ve Kocaeli'nin İş Turizmi Potansiyeli

Bu bölümde, iş turizmi kavramı, önemi, tarihsel gelişim süreci, iş turizmi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler ele alınmıştır. Diğer yandan, Kocaeli ilinin iş turizmi potansiyeli ve bu turizm çeşidine yönelik gerçekleştirilen faaliyetler ele alınmıştır.

1.1. İş Turizmi Kavramının Gelişimi ve Önemi

Turizm sektörü temelinde insanların buldukları yerlerden başka yerlere doğru hareketlerini kapsamaktadır. Turizmin tarihsel geçmişi incelendiğinde, turizm amaçlı modern seyahatlerin

tarihinin M.Ö. 4000'li yıllarda tekerleği ve yazıyı bulan Sümerlere dayandığı ileri sürülmektedir (Kozak, vd., 2001, s.29; Goeldner ve Ritchie, 2009, s.37). Sümerler'in, ticareti başlatan ve parayı kullanan ilk toplum olduğu düşünüldüğünde (Barutçugil, 1981, s.28), Mezopotamya ile Anadolu arasında düzenlenen ilk ticari seferlerinde önemli rolü olduğu bilinmektedir. Turizmin tarihsel gelişim sürecinde, ilk turizm hareketliliğindeki seyahat amacının başında ticaret ve idari (askeri) nedenlerin geldiğini söylemek mümkündür. Bu dönemde, bakır ve demir yönünden zengin olan ve teknolojiye de ileri düzeyde olan Sümerler Anadolu'ya seferler gerçekleştirmişlerdir (Ahipaşaoglu ve Arıkan, 2003, s.2; Solmaz, 2019, s.871). Yüzyıllardır insan hayatında önemli bir yer tutan seyahat, turizm kavramı, dünyada yaşanan gelişmeler ile birlikte sürekli değişmiştir (Tekin ve Karaosmanoğlu, 1991, s.7). Turizm hareketliliğindeki ticaret, idari ve askeri nedenleri, sağlık, din, kültür gibi nedenler takip etmiştir. Ancak, tarihin ilk yıllarındaki ticari nedenler dünyanın tarihsel gelişimi boyunca turizm hareketliliğinin en önemli nedenleri arasındaki yerini korumuştur. 18. yüzyılda başlayan endüstri devrimlerinin dördüncüsünün yaşandığı günümüz dünyasında, üreticiler ürün ve hizmetlerine müşteri bulabilmek ve yoğun rekabet ortamında üstünlük sağlayabilmek için iş ve ticaret amaçlı turizm faaliyetlerini etkin bir şekilde sürdürmektedirler.

Tarihte bilinen en önemli turizm hareketliliklerinden biri olan, 1841 yılında İngiltere'de Leicester'a 12 mil mesafede bulunan Loughborough kentine bir festivale katılmak üzere Thomas Cook'un düzenlediği 570 kişiden oluşan bir grup ile yapılan seyahat, ticari amaçla yapılmış olup, bu seyahate katılımın sağlanması reklam yapılarak gerçekleştirilmiştir. Bu seyahat, toplu olarak ticari amaçla yapılan ilk tren seyahati olarak bilinmektedir. Thomas Cook'un, turizm endüstrisinde ilk turizm seyahat organizatörü olarak bilinmesi bu seyahatten kaynaklanmaktadır (McIntosh, 1980, s.20). Amerika'ya gerçekleştirilen ilk seyahatler, yerleşik hayata geçtikten sonra kaynak sıkıntısı yaşayan insanların tarih boyunca gerçekleştirdiği, ihtiyaç duydukları doğal kaynaklara ulaşmak amaçlarından kaynaklanmaktadır. Özellikle, Doğu'dan Batı'ya doğru gerçekleştirilen bu seyahatler ilk zamanlarda atlarla yapılırken, ilerleyen zamanda atlı arabalar ile gerçekleştirilmeye başlamıştır (Barutçugil, 1981). Çağdaş olarak başladığı kabul edilen turizm faaliyetlerinin tarihi, 18. yüzyılın sonlarında buharlı makinelerin icadı ile birlikte, bu makinelerin üretimde kullanılması ile başlayan birinci endüstri devrimine dayanmaktadır (Burkart ve Medlik, 1988, s.3). Seyahat etme ihtiyacı ve turizm hareketliliğinin temelinde kültür, din, merak, haz gibi sosyal ve psikolojik birçok neden olmakla birlikte, birinci endüstri devrimi ile ticari ve ekonomik faaliyetlerin turizm hareketliliğinin çıkış noktası ve temelini teşkil ettiği görülmektedir.

Dünyada 18. yüzyılda seri üretime geçiş ile birlikte gerçekleşen birinci sanayi devrimindeki üretim, buhar gücü ile yapılan mekanik üretime dayanmaktaydı. Buhar gücünün gelişimi, keşifler ve kaynak bulma amaçlı seyahat için icad edilen buharlı gemilerin teknolojisi olması da yine üretimin ve ticaretin gelişimi ile turizmin gelişimi arasındaki ilişkiyi açıklamak açısından dikkat çekicidir. Kyartalnov (2003)'ün de belirttiği gibi yeni ve

yakın çağda gerçekleşen turizm hareketleri incelendiğinde, yönetimde tek kişi hakimiyetine ve dinsel temellere dayanan ortaçağdaki fikirler yerini, "Rönesans" diğer bir ifadeyle "Yeniden Doğuş" fikrine bırakmıştır. Bu gelişmeler ile birlikte, sanatta, bilimde, yönetim biçimlerinde ve dinsel inanışa yönelik yeni arayışlar ortaya çıkmıştır. Büyük kaşifler Kristof Kolomb ve hemen ardından Magellan'ın dünya seyahatleri ve Amerika'ya ulaşan keşif yolculuklarının temelinde de bu gelişmeler bulunmaktadır. Bilinmeyen yerlerin bulunması arzusu, insanların görmek, tanımak, merak etmek gibi sosyal, psikolojik faktörlerden etkilenerek gerçekleştirdikleri seyahatler olmakla birlikte temelde yatan en önemli neden, insanın ihtiyaçlarını karşılayacak ve üretimde kullanılacak kaynakları keşfetmek olduğu bir gerçektir. İş ve ticaret amaçlı bu seyahatler hem üretimde kullanılacak kaynakların keşfi ve teminine yönelik olup hem de üretilen malların dünya pazarlarındaki yoğun rekabet ortamında hedef kitlelerini bularak ticaretinin gerçekleştirilmesine yöneliktir. İş turizmi bu yönüyle turizm hareketlerinin başlaması ve gelişmesinde oldukça önemli ve diğer turizm çeşitlerine yönelme noktasında kaldıraç etkisine sahip bir turizm çeşidi olarak değerlendirilmektedir. İş turizmi kapsamında, fuarlar, sergiler, kongreler gibi birçok faaliyet gerçekleştirilmekte olup, turizm endüstrisinde bu faaliyetler oldukça önemli bir yere sahiptir. İş amaçlı turizm hareketliliğine bu faaliyetler aracılığıyla katılan ziyaretçiler, aynı zamanda gittikleri destinasyona ait diğer turizm varlıklarından ve turizm hizmetlerinden yararlanma potansiyeline sahip olmaları ile turizm endüstrisi için önemli bir hedef kitle durumundadırlar. İş turizmi kapsamındaki en yaygın gerçekleştirilen faaliyetler fuarlar ve kongre faaliyetleridir.

1.2. İş Turizmi Kapsamındaki Faaliyetler

İşletmeler, mevcut durumlarını korumak, varlıklarını sürdürmek üzere ürettikleri ürün ve hizmetlerini satmak ve kar etmek zorundadır. Günümüz pazar koşulları teknolojik, sosyal ve ekonomik gelişmeler ile birlikte daha dinamik bir rekabetin olduğu, marka bolluğu ve bilgiye kolay erişen bilinçli tüketicilerin olduğu, işletmeler açısından rekabette öne çıkmanın oldukça güç olduğu bir duruma sahiptir. Bilgiye erişimin oldukça kolaylaştığı günümüzde, teknolojik yenilikler, ürün ve hizmetlerin fonksiyonel özellikleri ile öne çıkmak ve rekabet edebilmek, önemini kaybetmemektedir. Rekabette öne çıkmak ve üstünlük sağlayabilmek güçlü pazar araştırmaları, bu araştırmalardan elde edilen verilerin analizi ile hedef tüketici kitlelerine kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet geliştirmek, bu ürün ve hizmetlerin tüketicilere benimsenmesi, sadakatin oluşturulması yönünde izlenecek pazarlama iletişimi, tanıtım ve konumlandırma stratejilerindeki etkinlik ve başarıya bağlıdır. Hedef tüketicilerden pazar araştırma verilerinin toplanmasından, bu kitlelere satış yapabilmek için etkin bir biçimde iletişim kurmak, tanıtımını gerçekleştirmek ve böylece yurtiçi ve yurtdışı pazarlara ulaşmak gerekmektedir. Etkin pazarlama iletişimi, tanıtım ve konumlandırmada birçok faaliyet gerçekleştirilmekte olup, bunlardan turizm kapsamında en yaygın gerçekleştirilen faaliyetler fuarlar ve kongrelerdir.

Kongre ve fuar turizmi ile ilgili yapılan bir tanıtımda, benzer veya farklı mesleklerde olan kişi veya kuruluşların, belirli bir mesleki

alanda veya belirli konularda bilgi alışverişinde bulunmak ya da belirli bir ürünü tanıtmak ve hedef müşteri kitlesi bulmak üzere, belirli süreli, belirli bir program dahilinde gerçekleştirilen, seyahat ve konaklama ile ilgili faaliyet ve ilişkileri de kapsayan faaliyetler bütünü olarak ifade edilmiştir (Çakıcı, 2009, s.3). Benzer bir tanımda ise, bireylerin veya kurumların belirli bir konuda, mesleki alanlarıyla ilgili bilgi alışverişinde bulunmak veya ürettikleri ürün ve hizmetlerini hedef kitlelerine tanıtmak üzere sergileme imkanı buldukları bir mekanda gerçekleştirilen, bu etkinliğe katılım nedeniyle gerçekleşen seyahat ve konaklama faaliyetlerini de içeren bir bütündür (Karasu, 1990) olarak tanımlanmıştır.

1.2.1. Fuarlar ve İş Turizmindeki Önemi:

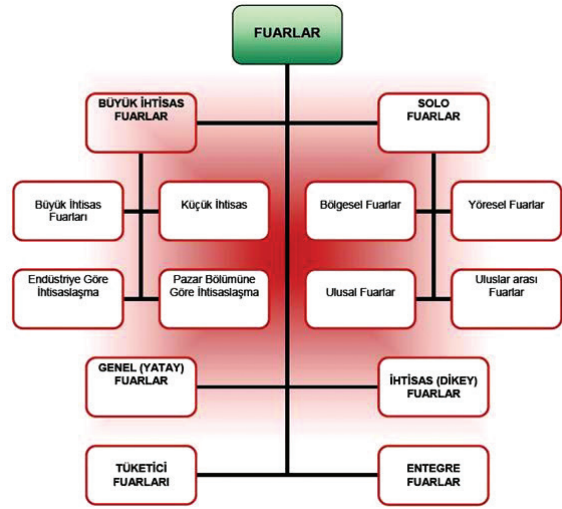
Üretici ve tüketicilerin belirli bir mekanda, belli bir zamanda bir araya geldikleri, katılımcılarına doğrudan ve etkili bir biçimde bilgi alışverişini sağlayan pazarlar olarak tanımlanan fuarlar, üreticilerin pazara ait bilgi toplamak, rakipleri izlemek, satış ve tanıtım amaçlarını gerçekleştirmeleri açısından birçok kazanım elde edilebilecekleri organizasyonlardır. Tüketiciler açısından fuarlar, birçok alternatif üreticinin ürünleri hakkında doğrudan bilgi toplayabilecekleri, alternatifler arasında karşılaştırma yapma ve doğru seçim yapma fırsatı bulabilecekleri ortamlardır.

Bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler ve dijitalleşme süreci ile birlikte, sanayileşme sürecindeki hızlı gelişim ürün ve hizmet arzının artmasına yol açmış, tüm endüstriler için fuarcılık faaliyetleri giderek daha çok önemli hale gelmiştir. Ulusal ve uluslararası ölçekte gerçekleştirilen fuarlar; çağın gerekliliklerine uygun, etkin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine uygun ortam fırsatı sağladığından hem bireysel katılımcılar hem de firmalar açısından pazarlama iletişiminin gerçekleştiği mükemmel organizasyonlardır. Fuar anlayışının yaygınlaşması ve benimsenmesi, zaman içerisinde tüm sektörlerde ulusal ve uluslararası düzeyde, endüstrilere hatta ürün kategorilerine, hedef kitlelere özgü özellikli binlerce fuar geleneksel olarak düzenlenmeye ve fuarlar organizasyon olarak markalaşmaya başlamıştır.

Fuarların tartışılmaz önemini, üç temel başlık altında toplamak mümkündür (MEGEP, 2008). İlk olarak, kitle iletişim aracı olarak oldukça büyük bir öneme sahip oldu görülmektedir. Hedef kitledeki tüketicilere firma ve firmanın ürünleri ile ilgili olarak tanıtım, tutundurma faaliyetleri açısından önemli katkı sağlamaktadır. İkinci olarak, düzenlendiği alanda sağlamış olduğu sosyo-kültürel etkileşime sunduğu katkı açısından taşıdığı önemidir. Fuarların düzenlendiği destinasyondaki halkın sosyal ve kültürel gelişimine ve etkileşimine katkı sağlamaktadır. Son olarak, pazarlama açısından büyük önem taşımaktadır. Bütünleşik pazarlama stratejisi izlenerek diğer pazarlama iletişim araçları ile birlikte değerlendirilmesi halinde fuarların pazarlamada önemli katkısı olabilecektir.

Fuarcılığın oldukça hızlı bir şekilde gelişimi, bu organizasyonların planlanması ve yapılması ile ilgili bir sektörün doğmasına yol açmıştır. Turizm endüstrisi içerisinde fuar turizmi

olarak ifade edilen bir turizm çeşidinin oluşmasına neden olmuştur. Dünyadaki pazarı oldukça büyük olan ve giderek daha da artan fuarcılık sektörü profesyonel olarak gerçekleştirilen organizasyonların planlanması ve gerçekleştirilmesi sürecindeki seyahat ve konaklama da dahil olmak üzere tüm faaliyetlerin bütünsel olarak gerçekleştirildiği sektör haline gelmiştir. Üretim süreçleri ve tanıtım imkanlarıyla oluşan büyük gelişmelere bağlı olarak ürün ve hizmetlerin tanıtımı, dağıtımı, konumlandırılması, pazarlanması için en önemli araçlardan biri olarak fuarlar da oldukça gelişmiştir. Bu gelişim sürecinde, fuarlar da farklı özelliklerine göre farklı gruplara ayrılmıştır. Bu gruplandırma Şekil.1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Fuarların sınıflandırılması (MEGEP, 2008).

Şekil 1.'den de görüldüğü üzere, fuarların ihtisas fuarları, solo fuarlar, genel, tüketici ve entegre fuarlar olmak üzere ana kategorilere ayrılmaktadır. İhtisas fuarları özellikle belli bir endüstri, ürün ve hizmet alanında uzmanlaşmış olarak düzenlenen fuarlar olup, büyük olanları endüstriyel işletmelere, daha küçük olanlar ise perakendeci düzeyindeki işletmeleri hedefleyen fuarlardır. Solo fuarlar bir ülkenin kendi adına düzenlediği fuarlar olup, bölgesel, yöresel, ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilebilmektedir. Genel fuarlar, halka açık olup, işletmelerin de katılabildiği bir ürün kategorisine yönelik düzenlenen fuarlardır. Tüketici fuarları ise, tüketim mallarının yer aldığı fuarlardır. Entegre fuarlar ise, bir ürün kategorisi üzerine düzenlenen ancak, o ürünü ilgilendiren diğer ürünlerin de birlikte yer aldığı fuarlardır. İngilizce "Expositions" kelimesinin kısaltılarak kullanıldığı EXPO sözcüğü, "Uluslararası Sergi" anlamında kullanılmaktadır. EXPO'lar evrensel sergiler olup, 3-5 yıllık aralıklarla düzenlenir ve en fazla 6 ay devam ederler. EXPO'lar, düzenlendiği ülke ve katılımcılarının ürün ve hizmetlerinin tanıtılmasına imkan sunan, özellikle teknolojik gelişmelerin gösteriminin yapıldığı, gelecek için vizyon sunan etkin bir iletişim ortamıdır.

Bunlarla birlikte, yalnızca turizm endüstrisine özel dünyada ve Avrupa'da düzenli olarak gerçekleştirilen fuarlar da bulunmaktadır.

Bunların en çok bilineni EMITT fuarı olup, her yıl düzenlenmektedir. Diğer en çok bilinen fuarları, ITB Berlin Turizm Fuarı, MITT Moskova Turizm Fuarı, Londra WTM Turizm Fuarı, Madrid FITUR Turizm Fuarı, BIT Milano Turizm Fuarı ve ATM Dubai Turizm Fuarı olarak sıralamak mümkündür. İş turizminin yoğun olduğu destinasyonlarda endüstrilere özgü fuar organizasyonlarının gerçekleştirilmesi, sosyal, kültürel ve ekonomik olarak oldukça önemli katkılar sağlayacak turizm faaliyetleridir.

1.2.2. Kongreler ve İş Turizmindeki Önemi:

Dünyada diğer ülkelerin arasında farklılaşabilmek ve yoğun rekabet ortamında üstünlük sağlayabilmek için kamuoyu ve lobi oluşturmak için çabalayan ülkeler, kongre ve fuar organizasyonu gerçekleştirmenin bu amaçlarına hizmet edecek önemli pazarlama iletişimi aracı olarak görmektedirler (Aksu, vd., 2013). Kongreler, fuarlardan farklı olarak toplantılardan oluşan bir organizasyon gibi algılanmaktadır. Oysa, kongrelere toplantılardan ibaret olan organizasyonlar olmayıp, kongre katılımcılarının kongre öncesi ve sonrasında kalış sürelerinin uzatılması ve bu süre boyunca buldukları destinasyondaki diğer turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanması bakımından diğer turizm çeşitleriyle ilişkili, özel bir turizm çeşidi olarak değerlendirilmektedir (Çizel, 1999).

Kongre turizmi, sürekli artış eğilimi gösteren bir turizm çeşidi olup, bunun en önemli nedeninin aynı ve birbirleriyle ilişkili meslek gruplarının giderek artan bilgi alışveriş ihtiyacı olduğu bilinmektedir. Kongre turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayırıcı önemli konulardan biri de kongre katılımcısı olarak turizm hareketliliğine katılan ziyaretçilerin, tatil amaçlı seyahat eden turistlere oranla 3 kat fazla harcama eğiliminde oldukları bilinmektedir (TÜRSAB, 2013, s.8). Turizm endüstrisinde nicel olarak turizm hareketliliği önemli olup, asıl önemli olanın turizm endüstrisinin gelirlerinden alınacak payın yüksek olmasıdır. Kongre katılımcılarının turizm harcamaları açısından yüksek potansiyele sahip olması, kongre turizmine daha fazla önem verilmesine neden olmuştur. Kongre katılımcılarının profili incelendiğinde genellikle, gelir düzeyi yüksek ve prestijli önemli meslek gruplarında bulunmalarıdır. Bu kitlenin lüks ürün ve hizmet tüketimi eğilimine sahip olmaları da gelir düzeylerinin doğal bir sonucudur. Toplantı ve kongrelere genellikle eş ve çocuklarıyla birlikte katılmayı tercih eden kongre katılımcıları, yoğun iş tempolarından sıyrılmak, iş toplantısını gerçekleştirirken aileleriyle birlikte daha önce görmedikleri bir ülke ya da kentte kaliteli zaman geçirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu nedenle, tanımak ve keşfetmek üzere buldukları yeri gezme ve görme arzuları, oraya özgü ürün ve hizmetleri satın almak isteğinden kaynaklı yüksek harcama eğilimleri bu kitleyi turizm endüstrisi aktörleri açısından değerli bir hedef kitle haline getirmektedir. Kongrelerin katılım ücreti ve bazı harcamaları ile ilgili olarak genellikle fonlandırılmış olan katılımcılar, bu durumun vermiş olduğu rahatlıkla farklı harcamalara yönelebilmektedirler. Erdoğan (2006)'nın yapmış olduğu çalışmasında vurguladığı üzere, kongre turizminin gerçekleştiği ülkenin imajının katılımcıların statüsünü belirleyici bir faktör olduğu, katılımcıların statüsü ve konumunun da kongrenin ekonomik etkileri üzerinde etkisi olduğu ifade edilmiştir.

Özellikle, ilkbahar ve sonbahar aylarında düzenlenen kongre etkinlikleri, turizmin durgunluk dönemlerinde konaklamadan ulaşım kadar birçok işletmenin gelir elde ederek, durağan dönemin olumsuz ekonomik yansımalarını azaltması bakımından önem taşımaktadır. Kongre turizmi, hem katılımcılar hem faaliyetin gerçekleştiği yerde yaşayan halk açısından sosyal ve kültürel etkileşimin de motivasyonu yüksek bir şekilde gerçekleşmesine imkan sağlayan faaliyet olarak ifade edilebilir.

1.3. Kocaeli'nin İş Turizmi Potansiyeli ve Mevcut Durumu

Türkiye imalat endüstrisinin %13'ünü bünyesinde bulunduran Kocaeli, ülkenin araç üretiminin yüzde 36,4'ünü; Kimya sanayisininin %27'sini; Metal sanayisininin %19'unu gerçekleştirmektedir. Ülkenin en büyük 500 sanayi kuruluşunun 75'i, bu firmaların ilk 10 içerisinde yer alan 3 firması da Kocaeli ilindedir. İlk 1000 büyük işletmenin 133'ü Kocaeli'de olup, Türkiye'nin 81 ili arasında en fazla yabancı sermayeli firmasına sahip olan bir kenttir (İTO, 2021). Otomotiv ana ve yan sanayi başta olmak üzere, makine imalatı, elektrikli makineler, demir-çelik, metal ürünler, kimya, plastik ve kauçuk gibi katma değeri yüksek sektörler öne çıkmaktadır. Türkiye sanayisininin merkezi konumunda olan Kocaeli, 35 adet limanı ile bir liman kenti konumunda olup, Ar-Ge ve inovasyon konusunda da bir üs statüsündedir. 2020 yılında 26,6 milyar dolar ihracat, 49,1 milyar dolar ithalat olmak üzere toplam 75,7 milyar dolarlık dış ticaret faaliyeti ile ülkemizin dış ticaretine %19,4 oranında bir katkı sağlamıştır. Ar-Ge merkezleri sayısı ile İstanbul'dan sonraki ikinci il olup, 2021 yılı itibarıyla Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından tescil edilmiş ülkemizdeki 1254 Ar-Ge merkezinden 132'si Kocaeli'dedir. Denizyolu, demiryolu, havayolu ve karayolu bağlantıları ile ülkemizin eşsiz kentlerinden biri konumundadır (www.kocaeli.gov.tr, 2022). Görüldüğü üzere, iş turizmi açısından oldukça önemli bir potansiyele sahip olan Kocaeli ili iş turizmi çerçevesindeki birçok faaliyetten kaynaklı olarak yılın her döneminde yoğun turist almaktadır. Kocaeli ilinin doğa, tarih, kültür turizmi çeşitliliği açısından zengin bir kent olması nedeniyle, ulusal ve özellikle uluslararası iş turizmi amaçlı kente gelen ziyaretçiler kentin turizm markası olarak geliştirilmesinde önemli bir hedef kitle durumundadır.

İş turizminin temel faaliyetlerinden olan fuarlar ve kongreler açısından Kocaeli kenti incelendiğinde, fuar ve kongreler merkezi İstanbul'a 100 km mesafede olmasının dezavantajlarının yaşandığı söylenebilir. Türkiye imalatının önemli bir bölümünü gerçekleştiren ve ticaret yolları üzerinde bulunan Kocaeli, fuar ve kongre turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen, belirtilen nedenden dolayı büyük fuarları henüz gerçekleştirememektedir. Bununla birlikte, Sanayi ve Ticaret Odalarının girişimleriyle solo ve birçok ihtisas fuarına ev sahipliği yapılmaktadır. 2014 yılında Kocaeli Sanayi Odası'nın Doğu Marmara Kalkınma Ajansı desteğiyle gerçekleştirdiği bir fizibilite çalışması ile Oda bünyesinde bir Expo Merkez kurulmuş, ulusal ve uluslararası düzeyde tedarikçi ve müşterileri bir araya getirecek fuar ve kongre organizasyonları düzenlenmektedir. Diğer yandan, Kocaeli'nin oldukça geniş kapasitesi olan uluslararası fuar merkezi yıl içinde farklı zamanlarda ulusal ve uluslararası fuar ve kongreler düzenlenmektedir.

Kocaeli Üniversitesi, Gebze Teknik Üniversitesi, Kocaeli Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi olmak üzere toplam üç üniversitenin bulunduğu kentte, üniversitelerin girişimleriyle sağlık, sosyal ve fen bilimleri alanlarında çeşitli kongreler düzenlenmektedir. Katılımcıların diğer turizm çeşitlerine katılımı konusundaki girişimler, kongreleri düzenleyen kurumlar tarafından planlanmakta, seyahat acenteleri tarafından geliştirilmiş sürdürülebilir uygulamaların olmadığı belirlenmiştir. Benzer durum, fuar ve iş toplantıları amaçlı gelen ziyaretçiler için de geçerli olup, bu ziyaretçilerin Kocaeli kentinde konaklamasının uzatılması, diğer turizm faaliyetlerine katılımının sağlanmasına yönelik sürdürülebilir turizm paketlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, kentin iş turizmi potansiyelinin etkin ve verimli bir şekilde değerlendirilebilmesi konusunun tartışılması bu araştırmanın amacının temeli teşkil eden bir problem olarak tespit edilmiştir. 2020-2022 yılları arasında Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen Turizm Master Plan çalışmaları (KBB, 2022) çerçevesinde tanımlayıcı temel stratejilerin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmış olup, eylem planı açısından bu araştırmanın sonuçlarının yol gösterici olması hedeflenmektedir.

2. Kocaeli İlinin İş Turizmi Potansiyeline Yönelik Alan Çalışmalarının İçerik Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, yöntemi, metodolojisi, ikincil kaynak verilerin değerlendirilmesi ve analizi, elde edilen sonuçların tartışmasına yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Yöntemi

Bu araştırma, iş turizmi açısından ülkemiz ve dünyanın önemli merkezlerinden olan Kocaeli'nin bu potansiyelinin belirlenmesi, mevcut durumunun analizi ve geleceğe dönük olarak strateji önerileri geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla, araştırmanın birinci bölümünde ikincil kaynak veriler taranarak iş turizminin turizm endüstrisindeki yeri ve önemi, gelişim süreci, iş turizmüne yönelik fuar ve kongre faaliyetlerinin kapsamı belirlenmeye çalışılmıştır. Kocaeli ilinin iş turizmi potansiyeli ortaya konularak, bu turizm çeşidi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetleri tanımlanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde, Kocaeli ilinin iş turizmi teorisi çerçevesinde ele alındığında önemli bir potansiyeli olduğu, diğer turizm çeşitliliğinin zenginliğine rağmen, iş turizmi amaçlı kente gelen ziyaretçilerin diğer turizm faaliyetlerine yönlendirilmesi ile ilgili sürdürülebilir stratejilerin henüz tam olarak oluşturulmadığı belirlenmiştir. 2020-2022 yılları arasında Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen Turizm Master Plan çalışmaları çerçevesinde stratejileri tanımlanmasına temel teşkil edecek çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Buradan hareketle, araştırmanın ikinci bölümünde Kocaeli ili özelinde gerçekleştirilen alan araştırmalarının sonuçlarına içerik analizi uygulanarak, iş turizminin geliştirilmesine yönelik strateji önerileri sunulması hedeflenmektedir.

Araştırma sonuçları, kentin Turizm Master Planında ele alınan turizm çeşitlerinden biri olan Kocaeli'nin iş turizminin potansiyelinin etkin ve verimli bir şekilde değerlendirilerek kentin markasına olumlu katkı sağlamasına yönelik stratejileri ile yol gösterici özelliğe sahiptir. Diğer yandan bu çalışma, kente yönelik

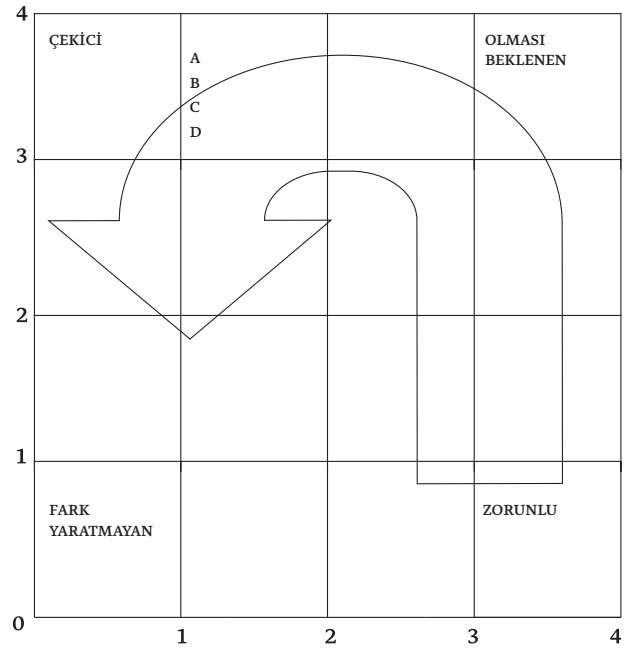
farklı kurumlar tarafından yapılmış olan alan araştırmalarının bir araya toplanarak, bütünsel analizinin yapılması da kaynakların verimli değerlendirilmesi ve strateji üretilmesi yönünde ayrı bir değer taşımaktadır.

2.2. Bulgular ve Analiz

Bu bölümde, Kocaeli ilinde iş turizmi ile ilişkilendirilebilecek kamu ve yerel kurum ve kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmiş ulaşılabilir proje ve çalıştay sonuçları ele alınarak içerik analizi yapılmıştır. Ulaşılabilen proje ve çalıştay raporları 2013-2022 yılları arasında olup, her birinde yer alan iş turizmi ile ilişkilendirilebilecek veriler değerlendirilerek tartışılmıştır.

2.2.1. Kocaeli İlinde Sanayi ve Turizmi Buluşturan Expo Merkez Fizibilite Projesi:

Kocaeli Sanayi Odası tarafından 2013 yılında Doğu Marmara Kalkınma Ajansı destekli proje kapsamında, Kocaeli ilinin iş turizmi potansiyelinden doğan ihtiyaca yönelik olarak bir expo merkez kurulması ihtiyacının tespiti ve fizibilitesine yönelik saha çalışması yapılmıştır (KSO, 2014). Proje kapsamında, expo bir fuar merkezinin kurulmasına yönelik tutumlarını belirlemek üzere 400 halk anketi uygulanmış ve bu expo merkezin tasarımının kriterlerini belirleyebilmek üzere 100 işletme ile anket çalışması yapılmıştır. Halk üzerine yapılan anket verilerinden elde edilen tutumların dağılımı Şekil.2'de gösterilmiştir.



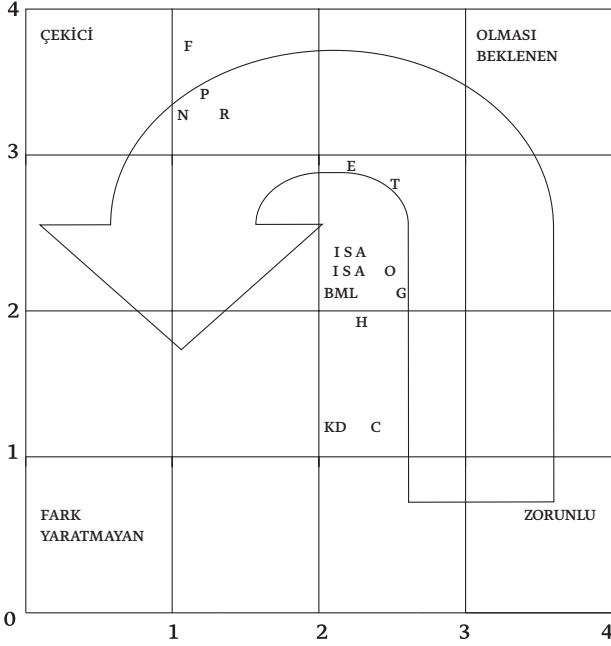
A	Yıl Boyu Aktif Expo Merkez
B	Sosyo-Kültürel Etkinlikler
C	Halkın Sosyo Kültürel Etkinliklere Katılım Eğilimi
D	Halkın İş Dünyasına Yönelik Aktivitelere Katılım Eğilimi

Şekil 2. Kocaeli ilinde yaşayan halkın Expo Merkez ve düzenlenecek organizasyonlara yönelik beklentilerinin dağılımı (KSO, 2014).

Şekil.2'de görüldüğü üzere, anket çalışması uygulanan Kocaeli ilinde yaşayan halkın, Kocaeli Sanayi Odası bünyesinde kurulması planlanan Expo Merkez ve bu merkez kapsamında düzenlenecek

organizasyonlara yönelik beklenti ve tutumlarının dağılımı incelenmiştir. Yıl boyu aktif bir expo merkezin olması, bu merkezde sosyo-kültürel etkinliklerin düzenlenmesi, halkın sosyo-kültürel etkinliklere katılım eğilimi ve halkın iş dünyasına yönelik aktivitelere katılım eğilimlerinin tamamı, Kano modele göre heyecan verici, çekici beklentiler içerisinde yer almıştır. Diğer bir ifadeyle, halk ulusal ve uluslararası fuar ve kongre hareketliliğinin yıl boyu olacağı bir merkezin hayata geçirilmesine yönelik olumlu, katma değerli tutuma sahiptir. Bu merkeze ilişkin halkın en çok ilgi duyduğu ve heyecanlandığı, en çekici beklenti yıl boyu aktif bir merkez olması ve düzenlenecek sosyal-kültürel etkinliklere katılım sağlayabilme imkanına yöneliktir.

Aynı araştırmanın 100 işletme üzerine yapılan anket çalışması sonucunda, işletmelerin expo fuar merkezinde ihtiyaç duyacağı donanım ile ilişkin beklentiler belirlenmiştir. Dağılım Şekil.3'de gösterilmiştir.



A	Toplantı Salonları
B	Özel Görüşme Odaları
C	Sergi Yeri
D	Güvenlik, Dış Aydınlatma
E	Tanımlı Mal Yükleme Güzergahı
F	Sade Dizayn
G	Sektörlere Göre Ayrıklık
H	Biletli Giriş
I	Sosyal İhtiyaçlar İçin Alanlar
K	Havalandırma, Aydınlatma
L	Uzman Danışma Birimi
M	Planlama Komitesi
N	Sektörlere Göre Düzenli Takvim

O	Kocaeli Sanayi Odası'nın Yetkisi
P	Panel, Seminer, Bilgilendirme Programları
R	Programların Gelenekselleşmesi
S	Halkın Katılımının Sağlanması
T	Özel Sosyal Etkinlikler

Şekil 3. Kocaeli İlindeki İşletmelerin Tutum ve Beklentilerinin Dağılımı (KSO, 2014).

Şekil incelendiğinde, işletmelerin sergi alanının geniş olması, havalandırma ve aydınlatma, güvenlik ve merkeze girişlerin biletli olması konularının olmazsa olmaz, kesinlikle uygulanması gereken konular olarak algılandıkları belirlenmiştir. Tanımlı mal yükleme güzergahı, sosyal ihtiyaçlar için alanların olması, özel sosyal etkinliklerin düzenlenmesi, halkın katılımının sağlanması, sektörlere göre ayrı ayrı organizasyonların düzenlenmesi, toplantı salonlarının olması, belirli bir planlama komitesinin olması, uzman bir danışma biriminin olması, özel görüşme odalarının olması konularını memnuniyet verici ve verimlilik yaratacak donanımlar şeklinde algılamışlardır. Bu merkezin sade bir dizayn ile tasarlanması, her takvim yılında sektörlere özel bir planlamanın yapılması, seminer, bilgilendirme toplantıları ve panellerin düzenlenmesi, bu programların gelenekselleştirilerek sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik beklentilerin işletmeler için oldukça yüksek memnuniyet oluşturacak faktörler olarak öne çıktığı görülmüştür. Bu araştırma sonuçları ve diğer teknik fizibilite sonuçlarına göre söz konusu expo merkezin yapımı tamamlanmış ve faaliyete geçmiştir.

Buradan hareketle, Kocaeli ilindeki iş turizmi potansiyeli dikkate alındığında, gelecekte uluslararası markalaşmış fuar organizasyonlarının Kocaeli'ne alınabilmesi için, fuar ve kongre merkezi ihtiyacına yönelik yatırımlar yapmak ihtiyacı söz konusu olabileceği görülmektedir. Bu tip yatırımlarda benzer araştırmalar yapılarak işletmelerin ihtiyaçlarının belirlenmesi, daha etkin ve verimli kullanılacak merkezlerin kurulmasının gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan, kentin iş turizmine yönelik etkinliklerine halkın da dahil edilebileceği organizasyonların planlanması, turizm hareketliliğinin halk tarafından da benimsenmesi açısından önem taşıdığı görülmektedir.

2.2.2. Restore Edilen Eski İzmit Evleri Konaklama İşletmesi Olarak Tarihe Can Veriyor Projesi:

Kocaeli Sanayi Odası tarafından 2017 yılında Doğu Marmara Kalkınma Ajansı destekli proje kapsamında, tarihi eski İzmit Evlerinden 3'ü restore edilerek, iş turizmi amaçlı ziyaretçileri özel bir atmosferde ağırlamak, kentin tarihi dokusunu bu ziyaretçilere yansıtmak ve yaşatmak amaçlanmıştır. Aynı zamanda, tarihi İzmit Evlerinin yaşatılmasına katkı sağlamak hedeflenmiştir (KSO, 2017). Projeye konu olan Eski İzmit Evlerinden kurulacak otelin konumlandırma stratejilerini belirlemek üzere, sektör temsilcileri ve yöneticileri ile odak grup görüşmesi ve anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonuçlarından hareketle, konumlandırma stratejilerine yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

İşletmelere yıllık iş turizmi için aldıkları ve konaklattıkları ziyaretçi sayısı sorulmuş Tablo.I'de görüleceği üzere her bir işletmenin

yıllık ortalama 46,51yatak satın aldıkları belirlenmiştir.

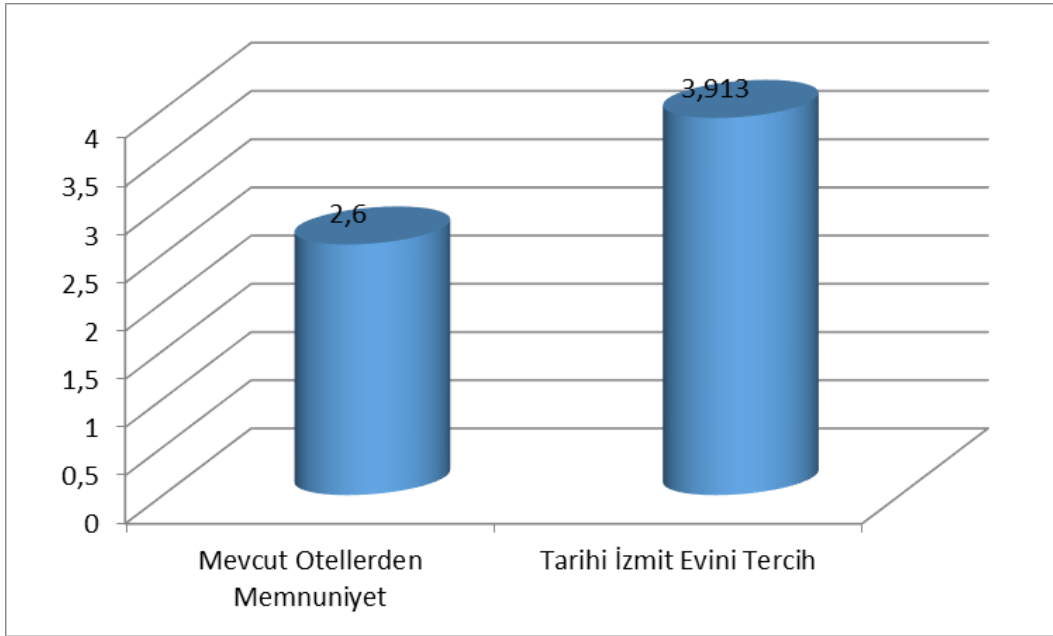
Tablo I. İşletmelerin Otel Hizmeti Satın Aldıkları Yıllık Ortalama Yatak Sayısı

ORTALAMA YILLIK YATAK SAYISI	SAYI	YÜZDE
1 ile 100 Yatak	98	87,5
101 ile 200 Yatak	9	8,0
201 ile 300 Yatak	3	2,7
301 ile 400 Yatak	2	1,7
401 ile 500 Yatak	3	2,6
Toplam	115	100

İşletmelerin Yıllık Ortalama Satın Aldıkları Yatak Sayısı: 46,51

Kocaeli ilindeki işletme sayısı dikkate alındığında, kentin konaklamalı iş turizmi ziyaretçi sayısının oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Kocaeli Sanayi Odası tarafından yaptırılan otelin işletmelerin beklentilerini karşılayabilme derecesi 5'li Likert tipi ölçek ile sorulmuş ve 3,9130 gibi yüksek bir ortalama ile beklentilerini

karşılacağı ve tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Kocaeli ilindeki diğer faaliyette olan otellerin iş turizmi amaçlı gelen ziyaretçilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamasına yönelik düzeyleri ise 2,6 ortalama ile düşük olduğu görülmüştür. Analiz sonuçları Şekil.4'de gösterilmiştir.



Şekil 4. İşletmelerin mevcut otel hizmetlerine yönelik memnuniyet düzeyleri ve yeni açılacak olan oteli tercih etme niyet ortalamaları (KSO, 2017).

İşletme yöneticileri ile yapılan derin görüşmeler ve odak grup toplantıları sonuçları da bu grafikteki durumu destekler nitelikte sonuçlar ile gerçekleşmiştir. İşletmelerin Kocaeli ilindeki otellerin iş turizmi amacıyla gelen ziyaretçilerinin beklentilerini karşılamada

nitelik açısından yeterli olmadığını, bu yüzden ziyaretçilerinin bir kısmını oldukça yakın mesafede bulunan İstanbul otellerinde ağırlamayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Aynı araştırmada, işletme sahiplerinin iş amaçlı firmalarını ziyaret eden konukları için otellerden beklentileri sorulmuş, analizler sonucunda beklentiler 6 faktör altında toplanmıştır. Sonuçlar Tablo.II'de gösterilmiştir.

Tablo II. İşletme Yöneticilerinin Otel Hizmetlerine Yönelik Beklenti Faktörleri

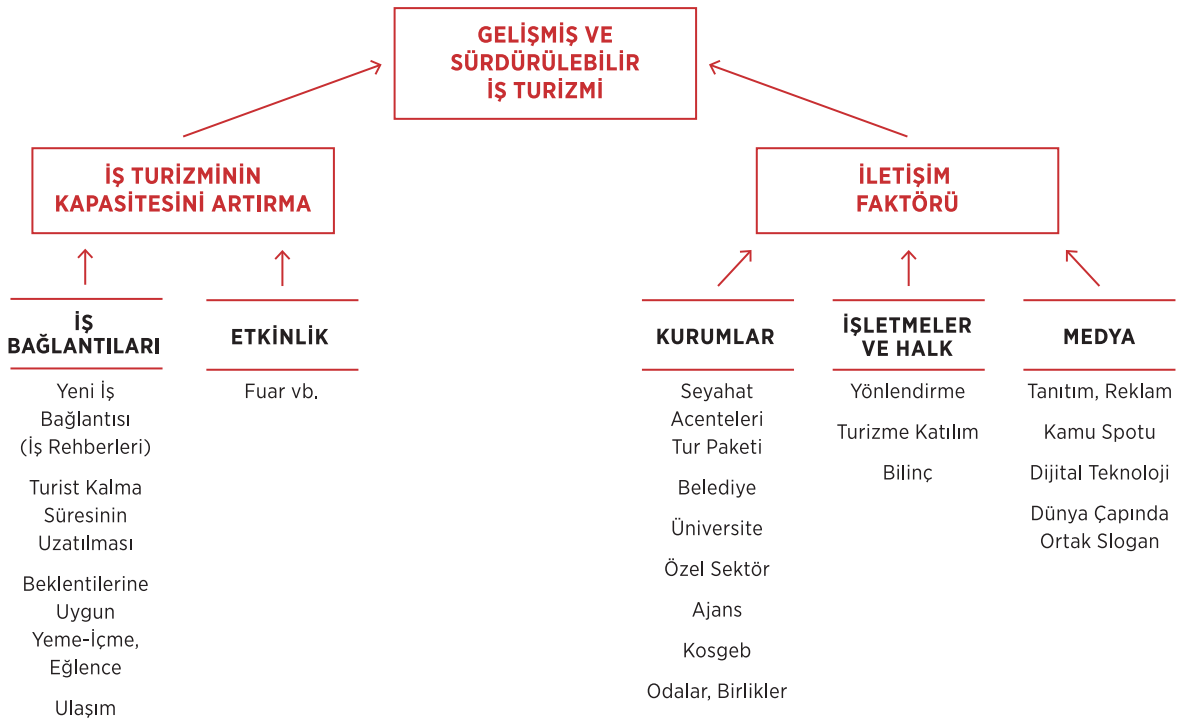
FAKTÖRLER	FAKTÖR YÜKLERİ	ÖZDEĞER	VARYANS YÜZDESİ
Faktör 1: Öz Hizmet Gereklilikleri		3,681	13,145
Servis Kalitesi	0,772		
Personelin Uzmanlığı	0,746		
Yiyecek ve İçecek Çeşidi	0,662		
Teknolojik Donanım (Otomasyon, İnternet vb)	0,635		
Yöresel Yemek Alternatifi	0,554		
Mobilya-Dekorasyon	0,541		
Faktör 2: Yönetimsel ve Temel Gereklilikler		3,553	12,688
Profesyonel Yönetilmesi	0,766		
7/24 Hizmet Sunumu	0,757		
Güvenilir Olması	0,712		
Temizlik ve Hijyen	0,663		
Faktör 3: Zenginleştirilmiş Hizmet		3,100	11,071
Misafirler İçin Özel Programların Olması (Müzik, Eğlence vb.)	0,736		
Tarihi ve Kültürel Değerleri Yansıtacak Özelliğinin Olması	0,720		
Misafirlere Farklı Deneyim Yaşatacak Konseptinin Olması	0,642		
Spa/Masaj Gibi Hizmetlerin Olması	0,600		
Faktör 4: İş Dünyasına Yönelik Hizmet		2,635	9,412
Toplantı Organizasyonu ve Yönetimi Hizmeti	0,654		
Fiyat	0,643		
İşletmeye Özel İndirim/Kampanya Gibi İmkanlar	0,602		
Toplantı Salonu Gibi İmkanlar	0,565		
Faktör 5: Ayrıcalıklı Hizmet Sunumu		2,230	7,965
Bilinen Bir Marka Olması (Zincir Otel Gibi)	0,703		
Grup İndirim ya da Yıllık Abonelik İmkânı Sunması	0,663		
VIP Misafir Ağrılamaya Uygun Oda ve Hizmetlerinin Olması	0,662		
Faktör 6: Kolaylaştırıcı Alternatifler		2,104	7,513
İşletmeye Yakınlık	0,764		
Şehir Merkezine Yakınlık	0,720		
Ulaşım Kolaylığı	0,558		
Farklı Yatak Sayısına Sahip Odaların Olması	0,545		
TOPLAM			61,795

Beklentilere yapılan faktör analizinde çıkan 6 faktör; otel hizmetlerine yönelik beklentiler; birincisi hizmetin öz gereklilikleri; ikincisi yönetsel gereklilikler, üçüncüsü zenginleştirilmiş hizmet, dördüncüsü iş turizmine yönelik özel hizmet sunumu, beşinci si ayrıcalıklı sunum ve altıncısı kolaylaştırıcı hizmetler olarak yer almıştır. Buradan hareketle, Kocaeli ilinin iş turizm potansiyelinin kentin içinde değerlendirilebilmesi ve konaklatılabilmek için mevcut otellerde yukarıdaki faktörler doğrultusunda iyileştirmelerin yapılması ve iş turizmi konseptli yeni otel yatırımlarına ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

2.2.3. Kocaeli Valiliği Turizm Çalıştayı:

2018 yılında Kocaeli ili Valiliği ve Kocaeli Üniversitesi işbirliği ile düzenlenen Turizm Çalıştayında yapılan sözlü sunumda yayınlanan

anket çalışması ve çalıştaydaki görüşmelere ilişkin sonuçlar Kocaeli ilinin iş turizminin diğer turizm çeşitleri içerisindeki yeri ilgili analiz sonuçları aşağıdaki gibidir (Kocaeli Valiliği, 2018). Ortalama bir ziyaretçinin kalma süresinin 1,5 gün olduğu ve iş amaçlı gelen turistlerin diğer turizm çeşitlerinden yararlanmadan kentten ayrıldığı belirlenmiştir. En önemli sorunlardan birinin iş amaçlı gelen turistlerin kalma sürelerinin uzatılması ve bu sürede diğer turizm çeşitlerinden yararlandırılması olarak ifade edilmiştir. Seyahat acentelerinin iş turizmi çerçevesinde işletmeler ile işbirliğinin olmayışı, bu ziyaretçilerin Kocaeli ilinin diğer turizm çeşitlerinden yararlanmaya yönlendirecek bir mekanizmanın bulunmaması, iş turizmi potansiyelinin değerlendirilememesine neden olmaktadır. Çalıştayda iş turizmine yönelik sorunlar ve çözümlerin yer aldığı yol haritası Şekil.5'te gösterilmiştir.

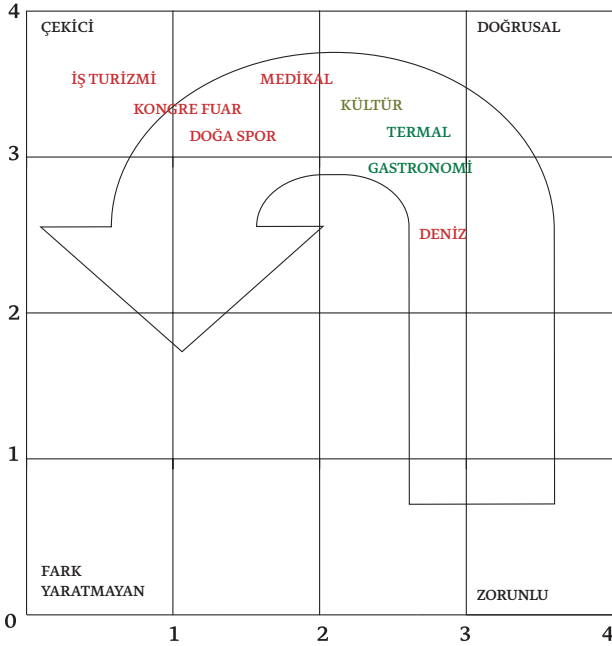


Şekil 5. Kocaeli İlinin İş Turizmine Yönelik Sorun ve Çözüm Haritası (Kocaeli Valiliği, 2018).

İş turizminin sorunları 2 temel başlık altında belirlenmiştir. Birincisi kapasite artırma ve bu kapasiteyi değerlendirme, ikincisi ise iletişim faktörüdür. İş turizminin kapasitesinin etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için, turist kalma sürelerinin uzatılması, iş rehberleri aracılığıyla yeni iş bağlantıları, özellikle yabancı ziyaretçilerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri restoranlar ve ulaşım sorunlarının çözülmesi olarak belirlenmiştir. İkinci olarak fuar, kongre ve sergi gibi büyük etkinliklerin Kocaeli'ne getirilmesidir. İletişim faktörü üç temel başlık altında belirlenmiştir. Kurumlar düzeyinde özellikle seyahat acentelerinin rolü yukarıda da belirtildiği gibi oldukça önemlidir. Özellikle, diğer turizm çeşitlerine yönlendirme ve

iş amaçlı ziyaretçilere alternatif tur seçeneklerinin sunulması kalma sürelerinin artırılması konusu öne çıkmıştır. İşletmeler ve halk düzeyinde bilgilendirme ve farkındalık çalışmalarına ağırlık verilmesi, bunun için tanıtım, reklam, kamu spotu gibi pazarlama iletişimi araçlarının etkin bir şekilde kullanılması önemli konular olarak öne çıkmıştır.

Şekil.6'da çekiciliklerine göre Kocaeli ilinin turizm çeşitlerinin dağılımları yer almaktadır. Sol üst bölgede yer alan çeşitler lokomotif çeşitler olup, sağ üstte yer alan turizm çeşitleri ise, çekiciliği olan çeşitler ile hizmet demeti yapılarak etkin kullanılabilir turizm çeşitleri olarak belirlenmiştir. En yüksek çekiciliğin iş turizminde olduğu ve diğer tüm turizm çeşitleri için kaldıraç etkisine sahip lokomotif bir rolü olduğu görülmektedir.



Şekil 6. Kocaeli Turizm Çeşitlerinin Çekicilik Dağılımı (Kocaeli Valiliği, 2018).

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, Kocaeli'nin zengin iş turizmi potansiyelinin kentin turizminin geliştirilmesinde değerlendirilmesine yönelik strateji ve politika önerilerin sunulması amaçlanmıştır. Bu amaçla, ikincil kaynak taraması yapılarak, çalışmanın birinci bölümünde iş turizmi hakkında teorik bilgilere yer verilmiş, ikinci bölümünde ise Kocaeli ilinde yapılan alan çalışmaları derlenerek içerik analizi yapılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar ve bu doğrultuda geliştirilen strateji önerileri aşağıda sunulmuştur.

Kocaeli ilindeki işletme başına iş amaçlı ziyaretçileri için yıllık ortalama satın aldıkları yatak sayısının 46,1 olduğu, ortalama geceleme miktarının 1,5 olduğu belirlenmiştir. Bu ziyaretçilerin

memnuniyetini sağlayacak nicel ve nitel yeteri kadar konaklama hizmeti kapasitesi olmadığı, bu nedenle işletmelerin konuklarını ağırlamak için yaklaşık 50-100 km mesafede İstanbul'u tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca, iş amaçlı ziyaretçiler için kentin diğer turizm çeşitlerinden yararlanılacak sistematik, düzenli uygulamaların olmadığı, seyahat acentelerinin bu yönde etkin çalışmalarının bulunmaması nedeniyle sözkonusu turizm hizmetlerine yönlendirilme durumunun gerçekleşmediği görülmüştür. Kentte, kamu, yerel ve sivil toplum kuruluşlarının birçok alan araştırması ve çeşitli yatırımlar yaptığı, bu potansiyelin farkında oldukları belirlenmiştir. Bu potansiyelin değerlendirilmesi yönünde sürdürülebilir stratejiler geliştirilmek üzere, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen turizm master plan çalışması çerçevesinde çalışmaların sürdürülmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu master plan çalışmalarında Kocaeli kentine gelen ziyaretçiler için belirlenen turist tiplerinden biri de iş turizmi amaçlı gelenler olarak tanımlanmıştır. Belirlenen bu kitlenin kentin diğer turizm çeşitlerine yönlendirilmesi, kentte kalma sürelerinin uzatılmasına yönelik çalışmaların yapılmasında seyahat acentelerinin katılımı ile tur paketlerinin düzenlenmesi ve iş dünyasının desteği ile bu kitlenin harekete geçirilmesi için çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Kocaeli ilinin turizm çeşitlerinin çekiciliklerine göre dağılımında en yüksek çekiciliğin iş turizmi olduğu belirlenmiş olup, iş turizminin diğer turizm çeşitleri ile birlikte değerlendirilebilecek bir kaldıraç etkisi olduğu söylenebilir. Kocaeli ilinin turizm varlıkları ile marka şehir olabilmesinde kullanılacak en önemli aracın iş turizmi olduğu, bu çeşidin diğer turizm çeşitlerinin etkinliğini artırabilme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Ancak, mevcut uygulamalarda iş turizminin bu kaldıraç etkisini kullanmaya yönelik sürdürülebilir bir programın Turizm Master Plan çalışması kapsamında henüz ele alınmış olduğu belirlenmiştir.

Kocaeli ilinin turizm çeşitliliği içerisinde iş turizminin yeri ve diğer turizm çeşitleriyle ilişkisi Tablo.III'te gösterilmiş ve bu kitlenin harekete geçirilmesi konusu yorumlanmıştır.

Tablo III. Kocaeli İlinin Bütünleşik Turizm Çeşidi Demetleri

İŞ TURİZMİ	DOĞA TURİZMİ	SAĞLIK TURİZMİ
Kongre/Fuar Turizmi	Spor Turizmi	Termal Turizm
Tarih, Kültür, İnanç ve Kültürel Miras Turizmi	Tarih, Kültür, İnanç ve Kültürel Miras Turizmi	Doğa Turizmi
Gastronomi Turizmi	Gastronomi Turizmi	Tarih, Kültür, İnanç ve Kültürel Miras Turizmi
Doğa Turizmi	Termal Turizm	Gastronomi Turizmi
Medikal/Termal Turizm	Medikal/Termal Turizm	

Tablodan da görüldüğü üzere, öncelikli, öne çıkan lokomotif turizm çeşidinin iş turizmi kapsamında toplantı, kongre ve fuar turizmi olduğu görülmektedir. İş amaçlı ziyarete gelen turistlerin tarih, kültür ve inanç turizmi, gastronomi turizmi, doğa turizmi ve sağlık turizminden yararlanabilmeleri için yönlendirme yapılacak turizm hizmet paketlerinin hazırlanması yararlı olacaktır.

İkinci sırada öne çıkan turizm çeşidinin doğa turizmi olduğu, bu amaçla kente ziyarete gelen turistlerin, kültür, inanç ve kültürel miras turizmi, gastronomi turizmi, termal turizm ve medikal turizmden yararlandırılabilecek hizmet paketlerinin planlanması gerekmektedir.

Üçüncü sırada sağlık turizmi yer almaktadır. Medikal turizm amaçlı kente gelen turistler için, doğa turizmi, kültür, inanç ve kültürel miras turizmi, gastronomi turizminden oluşan hizmet paketlerinin planlanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Ahıpaşaoğlu, H. S. ve Arıkan, İ. (2003). Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma sistemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksu, A., Yılmaz, G. ve Gümüş, F. (2013). Örneklerle Kongre ve Fuar Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Barutçugil, İ. (1981). Turizm İşletmeciliği. İstanbul: Beta Yayınları.
- Burkert, A. J. and Medlik, S. (1988). Tourism, Past, Present and Future. English Language Book Society.
- Çakıcı, A. C. (2009). Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çizel, B. (1999). Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, C. (2006). İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Goeldner, Charles R. and Ritchie, J. R. Brent (2009). Tourism, Principles, Practies and Philosophies. Eleventh Edition, John Wiley SONS. Inc.
- <http://www.kocaeli.gov.tr/kocaeli-ekonomisinde-sanayinin-yeri>; Erişim Tarihi: 20.03.2022.
- İSO (İstanbul Sanayi Odası), (2021). Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu; 2020, https://www.iso.org.tr/sites/1/upload/files/ISO_I_500_2020-10665.pdf; Erişim Tarihi: 25.03.2022.
- Karasu, T. (1990). Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler. Anatolia Dergisi, Ankara: Detay Yayıncılık, 1(6-7).
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (KBB), (2022). Kocaeli Turizm Master Planı, Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Kocaeli Sanayi Odası (KSO), (2014). Kocaeli İlinde Sanayi ve Turizmi Buluşturan Expo Merkez Fizibilite Projesi, Araştırmacı: Bilsen Bilgili, Kocaeli: Kocaeli Sanayi Odası Yayınları. <https://kocano.org.tr/wp-content/uploads/2013/06/expo.pdf>, Erişim Tarihi: 02.04.2022.
- Kocaeli Sanayi Odası (KSO), (2017). Restore Edilen Eski İzmit Evleri Konaklama İşletmesi Olarak Tarihe Can Veriyor Projesi, Araştırmacı: Bilsen Bilgili ve Emrah Özkul, Kocaeli: Kocaeli Sanayi Odası Yayınları.
- Kocaeli Valiliği, (2018). Kocaeli Turizm Çalıştayı. Kocaeli: Sözlü Sunum Olarak Yayınlanmış Raporu.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). Genel Turizm-İlkeler, Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kwartalnov, V. (2003). Turizm. Moskova: Olbis Matbaası.
- McIntosh, R., and Gupta, S. (1980). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Third Ed., USA: Grid İnc,
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2008). Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, Fuar/ Kongre Öncesi Hazırlıklar, Ankara.
- Solmaz, A. S. (2019). Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak Turizm Nasıl Ortaya Çıktı? Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 5(19), 867-882.
- Tekin, A. ve Karasmanoğlu, F. (1991). Turizm Hareketleri İçinde Seyahat Acentaları. Ankara: Adım Yayınları.
- TÜRSAB, (2013). Türkiye Kongre Turizmi Raporu. 1-13 https://test.tursab.org.tr/apps/OldFiles/dosya/12188/tursab-kongre-turizmiraporu_12188_5546141.pdf, Erişim Tarihi: 01.04.2022.



Kocaeli'nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir İnceleme

A Study on Kocaeli's Gastronomy Tourism Potential

Dr. Öğretim Üyesi Nihan AKDEMİR

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kocaeli, Türkiye

e-posta: nihan.akdemir@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1232-6636

Öz

Gastronomi, özgünlük arayışında olan tüketiciler için niş bir pazar sunması ve turiste kültürel deneyim sağlama açısından önem arz etmektedir. Farklılaşan turist ihtiyaç ve isteklerine cevap verirken tanıtım ve marka-laşma stratejilerinde özgünlüğü ve yerel kimliği vurgulamak gerekmektedir. Yöreye özgü yiyeceklerin yöredeki ürünler kullanılarak yapılması ve benzersiz olması turizm sektöründe ön plana çıkmaktadır. Yapılan araştırmalarda gastronomi turizminin bölgesel kalkınmaya olumlu katkı sağladığı ve ekonomik bağlamda diğer turizm türlerine göre daha fazla harcama yapıldığını göstermektedir. Bu sebeple yörenin tanıtımı yapılırken yöresel yiyeceklerinin kullanılmasının destinasyonun çekim gücünü arttırmaktadır. Kocaeli ilinin köklü bir geçmişe sahip olması ve farklı topluluklara ev sahipliği yapıyor olması dolayısıyla önemli bir gastronomi mirası söz konusudur. Bu bağlamda yöreye özgü yiyeceklerinin gastronomi turizmine kazandırılmasının gerekliliği amaçlayan bu çalışmada Kocaeli'nin Gastronomi Turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine yöneliktir. Bu amaç doğrultusunda Kurum ve kuruluşların araştırma ve süreli yayınları, web siteleri; akademik bildiri, makale ve yayınlanmış kitaplar; internet kaynakları, Bilge Şehir Kocaeli Yemekleri kitabı ve Kocaeli Büyükşehir öncülüğünde gerçekleştirilen Kocaeli Master Plan / Özet (2022) doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda zengin yöresel yiyecek envanterine sahip Kocaeli ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olduğu, gastronomi arzının talebe dönüştürülmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Gastronomi Turizmi, Potansiyel, Kocaeli.

Abstract

Gastronomy is important in terms of offering a niche market for consumers seeking authenticity and providing a cultural experience for tourists. While responding to the varying tourist demands and preferences, it is necessary to emphasize originality and local identity in promotion and branding strategies. In this context, local foods being prepared with unique local products ensures a leading role in tourism sector. Studies show that gastronomy tourism contributes positively to regional development while more expenditure is made in the economic context than other types of tourism. For this reason, promoting a region with local foods increases the attractiveness of the destination. Kocaeli province has an important gastronomic heritage due to a deep-rooted history which hosts different communities. Therefore, the necessity of bringing local foods in to the gastronomy tourism was examined to evaluate the Gastronomy Tourism potential of Kocaeli. For this purpose, researches and periodical publications of various institutions and organizations, internet resources, academic papers and books, including "Sophisticated City Kocaeli's Cuisine" book and "Kocaeli's Master Plan Summary" (2022) which was prepared under the leadership of Kocaeli Metropolitan were examined with document analysis method. Thus, the results indicate a rich local food inventory and high gastronomy tourism potential of Kocaeli, where supply should be transformed into demand.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Gastronomy Tourism, Tourism Potential, Kocaeli.

1. Giriş

Turizm sektörü son yıllarda farklılaşan tüketici ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda deniz, kum, güneş üçlüsünden çıkmış ve alternatif turizm türlerine yönelmiştir. Niş bir pazar olarak görülen gastronomi turizmi bunlardan birisi olup turistlerin harcama düzeyinde artış göstermesi ve destinasyona çekicilik sağlaması açısından önem arz etmektedir. UNWTO (2022), küresel turizm yükselirken ve destinasyonlar arasındaki rekabet artmakta, benzersiz yerel ve bölgesel somut olmayan kültürel miras, turistlerin çekiciliği için giderek daha belirleyici bir faktör haline geldiğini belirtmektedir.

Dünyada nüfus artışının etkisiyle birlikte sosyoekonomik yapıda değişimler meydana gelmekte ve tüketim boyutunda insanların ihtiyaç, alışkanlık ve isteklerinin yenilikler doğrultusunda farklılıklar oluşmaktadır. Tarım, gıda ve diğer temel ihtiyaçların üretiminde yeni teknoloji kullanılması, sosyal ve çevresel maliyetlerin değerlendirmede önemli olması sebebiyle geleneksel ve yöresel ürünlerin talebine dikkat çekmektedir (Orhan, 2010). Dünya Gurme Zirvesi, bir yerin benzersizliğini içeren bir portföyde yer alan ve gıdaya dayalı turizm ürünlerinin yalnızca başarılı olmakla kalmayıp, aynı zamanda bir yerin kalitesini ve konaklama endüstrisini vurgulayan yapısal bir kampanyaya prestijli bir imaj elde ettiği ve katkıda bulunduğunu göstermiştir (Chaney ve Ryan, 2012).

Yöresel yiyecekler sürdürülebilirlik açısından tarihsel değerlerin geleneksel doku içinde korunmasını sağlamasında önemlidir. Ayrıca bu ürünlerin turizm unsuru olarak kullanılması bölgesel kalkınmanın temel araçlarından biri olup yörede var olan kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Turistlerin yöresel yiyeceklerle erişim imkânı olduğunda hem tatilleyen deneyimleyebilecek hem de yerel pazarlardan satın alıp evine götürebilecektir (Akdemir, 2018b). Destinasyonda sürdürülebilir kalkınmaya yerel yiyeceklerin katkısı doğrudan ya da dolaylı olabilmektedir. Bunlar; çekicilik geliştirme, tarımsal faaliyet, marka kimliği, özgün kullanım, gurur kaynağı ve güçlendirme (iş olanağı, girişimcilik) olarak ifade edilmektedir (duRand, Heath ve Alberts, 2003).

Türkiye turizm sektöründe 2019 yılında 51 milyon turist sayısı ile dünyada en iyi ilk 10 ülke sıralamasında 6. sırada yer alarak dikkat çeken bir turizm ülkesi olmuştur. Ancak turizm gelirlerinde aynı başarıyı gösterememiştir (World Tourism Organization, 2021). Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 2021 yılı verilerinde 30 milyon civarı olup yaklaşık 25 milyon ziyaretçi yabancı geri kalanını yurt dışı ikametli vatandaşlarımız oluşturmaktadır. Ülkeye turizm geliri 25 milyon Dolar civarı, turist başına düşen ortalama harcama 834 Dolar 1,9 Milyon Dolar da turizm giderine sahiptir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). 2020 yılının Mart ayında başlayan COVID-19 Pandemisi tüm dünya turist hareketlerinde gerek politik (hastalığın yayılmasını önlemek) amaçlı gerekse hastalığa yakalanma korkusu (kişisel tercih) gibi nedenlerle sınırlılıklar olmuştur. Bu durum 2020 ve 2021 yılı turizm verilerinde düşüşe sebep olmuştur.

Bu çalışmanın amacı önemli bir turizm destinasyonu olan Kocaeli ilinin yöreye özgü yiyeceklerin gastronomi turizminde kazandırılmasının gerekliliğine vurgu yapmaktır. Bu bağlamda öncelikle gastronomi unsurlarının turizm unsuru olarak kullanılmasının yöreye ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerinden bahsedilmiş sonrasında Kocaeli ilinin turizm ve gastronomi arz kaynakları ortaya konularak potansiyelin neler olduğu ifade edilmektedir. Kocaeli ilinin sanayi şehri imajı doğrultusunda daha çok "İş Turizmi" ve Kartepe kayak merkezi dolayısıyla "Kış Turizmi"nin etkinliği söz konusu olsa da farklı turizm türlerinin destinasyonda geliştirilmesi bölgesel kalkınma açısından önem arz etmektedir.

1. Gastronomi Turizmi

Gastronomi genellikle sadece yemek pişirme ve iyi yemek yeme sanatı olarak anılır; ancak bu disiplinin yalnızca bir parçasıdır. Gastronominin kültür ve yemek arasındaki ilişkinin incelenmesi olduğunu öne sürenler olmuştur. Gastronomiye meraklı bir kişi yiyeceği tatma, hazırlama, deneyimleme, deneme, araştırma, keşfetme, anlama ve yazma ile ilgilenmektedir. Gastronomi içecekleri de kapsar ve bazen onlardan ayrılmaz. Buna ilaveten kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, tarım bilimi, antropoloji, müzik,

felsefe, psikoloji ve sosyoloji ile de bağlantılıdır. Bu nedenle gastronominin karmaşık, disiplinler arası bir faaliyet olduğu söylenebilir (Kivela ve Crotts, 2006).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, Turizm ve Rekabet Edebilirlik Komitesi (CTC), Gastronomi Turizmini, ziyaretçinin seyahat ederken gıda ve ilgili ürün ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimi ile karakterize edilen bir turizm faaliyeti türü olarak tanımlamaktadır. Gastronomi Turizmi, otantik, geleneksel ve/veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra yerel üreticileri ziyaret

etmek, yemek festivallerine katılmak ve yemek kurslarına katılmak gibi diğer ilgili faaliyetleri de içerebilmektedir (UNWTO, 2022).

Tarihsel süreçte insanlığın fiziksel zorunlu bir ihtiyacı olan yiyecek, sonraki dönemlerde ihtiyaçların farklılaşmasıyla talep unsuru oluşturmuş ve kültürün simgesi haline gelmiştir. Bir yöre nin / bölgenin / ulusun gastronomi kimliğini oluşturan yiyecek olgusu; sınıfsal, etnik, dinsel, ulusal ve bireysel sınırlarla toplumların yöresel mutfak kültürünü oluşturmaktadır (Akdemir, 2018a). Toplulukların kendine özgü, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre şekillenen bir mutfağı vardır. Yörede yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve saklanması yöntemleri, yapım sürecinde kullanılan malzeme ve teknik, yemek yeme adabı ile mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar mutfak kültürünü ortaya çıkmaktadır (Kesici, 2012, s.34).

Yiyecek-içecek ürünlerinin toplumlara göre farklılıklar göstermesi, yiyeceği turizm bakımından değerli kılan asıl nedenlerden biridir (Hornig ve Tsai, 2010). Yöresel mutfaklar, destinasyonların öz kültürü temsil etmekte ve tüketimi doğrultusunda turistler otantik bir kültürel deneyim kazanabilmektedir. Yiyecek göçmen nüfus arasında özgünlüğünü koruyan somut olmayan mirasın unsurlarından biridir (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007). Yöresel mutfaka talebin artması, yerel tarımın ve hayvancılığın gelişmesine olanak sunmaktadır. Aynı yiyeceği bir başka yerde tadımla imkânı ya hiç ya da aynı nitelikte olmaması destinasyon sadakatine de olumlu katkı yapmaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Son zamanlarda destinasyonların turistik ürün çeşitlendirmesine yönelik yaptıkları çalışmalarda yiyecek-içecek içerikli seyahat tarzı ön plana çıkmaktadır. Bu husus destinasyonların turizm gelirlerini artırmada ve sürdürülebilirliklerini sağlamada avantaj sağlamaktadır (Akdemir ve Selçuk, 2017). Yiyecek deneyiminin turizm ve yerel ekonomi üzerinde güçlü etkisini vardır bununla birlikte başlı başına da önemli bir ekonomik etkiye de sahip olabileceğini gösteren çeşitli araştırmalar mevcuttur (Richards, 2012). Dünya Yemek Seyahatleri Birliği (WFTA)'ne göre, yiyecek turizmi; yerel mutfak kültürleriyle ilgili topluluk bilincini ve gururunu arttırmada; daha sürdürülebilir, saygılı ve eğitilmiş ziyaretçilerin ilgisini çekmede ve çoğu destinasyonda ortalama %25 daha fazla ekonomik etki oluşturmaktadır (World Food Travel Association, 2022).

1.1. Kocaeli İli'nde Turizm

Kocaeli, Asya ile Avrupa kıtaları arasında kara ve demiryolu güzergâhlarının kesiştiği yerde kurulmuş, günümüzde Marmara Bölgesi ve Türkiye'nin en önemli endüstri ve sanayi yerleşimlerinden biri konumundadır. Tarihi eski çağlara uzanan Kocaeli ili, "İlk çağlarda, Bithynia adı verilen bölgede kurulan kentler, sırasıyla, Olbia, Astakos, Nicomedia, İznikmid, İzmit ve Kocaeli" isimlerini almıştır. Kocaeli Türk egemenliğine ilk olarak 11. yüzyılın sonlarında Selçuklular zamanında (1078) geçmiş, Osman Bey ve oğlu Orhan Bey'in uç beylerinden Akçakoca tarafından 1337 yılında da Osmanlı topraklarına katılmıştır. I. Dünya Savaşı sürecinde önemini bir süre yitiren ve ilk olarak İngilizler sonrasında Yunanlılar

tarafından işgal edilen Kocaeli, 28 Haziran 1921 de Türk Orduları tarafından işgalden kurtarılmıştır. Kocaeli, Marmara Bölgesi'nin Çatalca-Kocaeli Bölümü'nde yer almakta; Doğu ve güneydoğuda Sakarya, güneyde Bursa, batıda Yalova, İzmit Körfezi, Marmara Denizi ve İstanbul, kuzeyde de Karadeniz'le çevrilidir. İlin yüzölçümü 3.505 km² olup; Başiskele, Darıca, Dilovası, Çayırova, İzmit, Derince, Gebze, Gölcük, Karamürsel, Kandıra, Kartepe ve Körfez olmak üzere on iki ilçe vardır (Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, 2022). İlin nüfus sayısı 2021 yılı verilerine göre 2.033.441 kişidir (TÜİK, 2022). Şekil 1'de Kocaeli ve ilçelerini gösteren harita yer almaktadır.



Şekil 1. Kocaeli İl Haritası

Kaynak: Kocaeli Turizm Rehberi, 2021.

Kocaeli İstanbul'a yakın konumda olup Karadeniz ve Marmara Denizi'nde kıyılara sahiptir. Fuar, kayak merkezi, yaylaları, mesire alanları, gölü, olimpik buz pateni ve diğer çekicilikleriyle alternatif turizme olanak sağlayan bir destinasyondur. Kocaeli ilinin avantajları arasında stratejik konumu, güçlü ekonomisi, termal su kaynakları, ulaşım ağının kapsamlı olması, çeşitli doğal ve kültürel zenginlikleri sayılabilirken yeterli seyahat ve konaklama tesislerinin olmaması, çevre kirliliği, kentsel görüntü, yoğun göç alması gibi dezavantajları da bulunmaktadır (Zengin ve Özçelik Heper, 2013).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022) resmi istatistiklerine göre Kocaeli ilinde 2021 yılı verilerine göre toplam 197 adet konaklama tesisi arasında en fazla tesis sayısı "Belediye Belgeli" 103 tesis; 7.629 adet oda sayısı ve 16.070 adet yatak sayısı arasında "Turizm İşletme Belgeli" tesisler 4.835 oda sayısı ve 9.935 yatak sayısı ile ilk sırada yer almaktadır. İlde Turizm İşletme Belgeli tesislere geliş sayısı 511.683 turist ve Mahalli İdarelerce Belgeli tesislere geliş sayısı 333.118 turist toplamda 844.801 turisttir. İl genelinde konaklama tesislerinde geliş sayısında ilk sırada "İzmit" ikinci sırada "Gebze" ilçeleri yer almaktadır. Kocaeli ilinde Turizm İşletme Belgeli tesislerde ortalama kalış süresi 1,93; geceleme 986.867; ve doluluk oranı 33,59 ilaveten Mahalli

İdarelerce Belgeli tesislerde ortalama kalış süresi 2,11; geceleme 701 834; ve doluluk oranı 36,19'dur. Kocaeli ilinde 153 adet A Grubu ve 10 adet B Grubu seyahat acentası vardır. B Grubu seyahat acentası bulunmamaktadır. Seyahat acentaları il genelinde İzmit ilçesinde yoğunlaşmaktadır.

Kocaeli Turizm Master Planı / Özet (2022) kitapçığında 2026 Hedeflerinde "Turizm İşletme Belgeli" tesislere ait turistik yatak kapasitesinin 12.000 olması ve Turist Sayısı tesis geliş olarak 1.000.000 turist ve Yabancı Turist Sayısı tesis gelişinde ise 200.000 turist olması belirlenmiştir. Ayrıca ortalama kalış süresi 2,05 olarak hedeflenmiştir.

Doğu Marmara yeme içme tesislerinin sayısı Turizm Yatırım Belgeli 2 adet 710 kişi kapasite ve Turizm İşletme Belgeli 94 adet 28608 kişi kapasite olduğu görülmektedir. Türkiye geneline baktığımızda Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu ve Yalova illerini kapsayan Doğu Marmara bölgesinin yeme içme kapasitesinin yeterli olmadığı söylenebilir. Turizm Belgeli yeme içme tesislerinin türlerine bakıldığında 1. ve 2. Sınıf lokanta, özel tesis, günübirlik tesis, mola noktası ve gastronomi olduğu ve en fazla sayısında Turizm Yatırım Belgeli 1 adet ve Turizm İşletme Belgeli 49 adet 1. Sınıf lokantanın olduğu ifade edilebilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Tablo I. Kocaeli İli Turizm Unsurları ve Deneyimleme Alanları

TURİZM UNSURLARI	DENEYİMLEME ALANI
Müze ve Örenyerleri	Kocaeli Arkeoloji ve Etnografya Müzesi Kasrı Humayun-Saray Müze TCG Gayret Gemi Müzesi TCG Hızır Reis Müzesi Osman Hamdi Bey Evi ve Müzesi Atatürk ve Redif Müzesi Kocaeli Bilim Merkezi ve SEKA Kâğıt Müzesi
Kültür	Kocaeli Sabancı Kültür Merkezi
Kara Sporları (Avcılık, Atlı Doğa Yürüyüşü, Trekking, Dağcılık, Bisiklet, Binicilik)	Başdeğirmen Treking sahası
Su Sporları (Sualtı Dalışları, Su Kayağı, Parasailing, Olta Balıkçılığı, Yatçılık, Yelken)	Kandıra, Kerpe, Kumcağız, Kefken ve Seyrek Sukay, Gökay Park Sapanca Gölü İzmit Körfezi
Dağcılık	Ballıkayalar
Sağlık Turizmi	Yeniköy Yazlık Ilıcası Maşukiye Şifalı Suyu Soğuksu Şifalı Suyu
Deniz Turizmi	Kerpe Kefken Karamürsel Bayramoğlu Sahili Ereğli Kumyalı Sahili Bağıranlı Kovanağzı Sarısu
Kış Turizmi	Kartepe
Termal Turizm	Maşukiye Şifalı Suyu Yeniköy Yazlık Ilıcası Soğuksu Şifalı Suyu
Kongre Turizmi	5 yıldızlı oteller Sabancı Kültür Merkezi Süleyman Demirel Kültür Merkezi İnterteks Fuar Alanı
Yayla Turizmi	Kuzu Yaylası

Kamp ve Karavan Turizmi	Kartepe Karadeniz kıyı bandı orta ve batı kesimleri
Sualtı Dalış Turizmi	Kandıra Kerpe Kumcağız Kefken Seyrek
Doğa Yürüyüş Parkurları	Aytepe - Beşkayalar - Yucacık Barajı Aytepe - Bıçkıdere - Soğukdere - Aytepe Camidüzü - Yucacık Barajı Aytepe - Değirmendüzü - Yucacık Barajı Değirmendüzü - Aytepe - Değirmendüzü Hamzadağı Aytepe Menekşe Yaylası Aytepe İnönü Yaylası
Kuş Gözlemciliği	Sapanca Gölü Darıca-Bayramoğlu Kuş Cenneti ve Temalı Parkı
Bitki İnceleme	Beşkayalar Tabiat Parkı Ballıkayalar Vadisi Kartepe-Kuzuyayla Sapanca Gölü kuzey kıyı kısmı

Kaynak: Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022.

Tablo 1’de Kocaeli’nin ön plana çıkan turizm unsurları ve deneyim alanları görülmektedir. Turizm çeşitlerine baktığımızda Sağlık Turizmi, Deniz Turizmi, Kış Turizmi, Termal Turizmi, Yayla Turizmi, Kamp ve Karavan Turizmi, Sualtı Dalış Turizmi, Doğa Turizmi ve Kültür Turizminin önem arz ettiğini söylemek mümkündür.

İlin diğer turizm unsurları: 2020 yılı verisine göre Kocaeli’nde Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müze sayısı 4 olup, müze ziyaretçi sayısı 10.179 kişidir (TUİK, 2022). Kocaeli ilinde 7 adet mavi bayraklı plaj vardır. Kandıra ilçesinde; Bağıranlı Halk Plajı, Kumcağız Plajı, Miço Koyu kadınlar Plajı, Cebeci Halk Plajı, Kovanağzı Halk Plajı, Kerpe Halk Plajı ve Karamürsel ilçesinde Altınkemer Halk Plajı yer almaktadır (Mavi Bayrak Türkiye, 2022). Kocaeli Turizm Master Planı Özeti (2022) kitapçığında 2026 Hedeflerinde mavi bayraklı plaj sayısı 10 olarak hedeflenmiştir. İl genelindeki fuar ve alanları: Kocaeli Kongre Merkezi, Kocaeli Uluslararası Fuar Merkezi, Kocaeli Fuarı ve Kocaeli Kitap Fuarı’dır (Kocaeli Turizm Rehberi, 2021). Tüketici yorumlarının ön planda olduğu Tripadvisor sitesinde Kocaeli ili restoran sayısı 672 olup bunların çoğunluğunun konsepti Türk mutfağı üzerinedir (Tripadvisor, 2022).

Kocaeli Turizm Master Planı Özeti (2022)’nde mekânsal gelişim ve yatırım stratejileri 4 alt destinasyon (Samanlı Dağları Alt Destinasyonu, Gebze Alt Destinasyonu, İzmit Alt Destinasyonu ve Kandıra Alt Destinasyonu) için 7 farklı turizm teması (Doğa ve Ekoturizm, Kültür, Tarih ve İnanç Turizmi, Spor ve Kış Turizmi, Sağlık Turizmi, Fuar ve Kongre Turizmi, Gastronomi Turizmi ve Deniz Turizmi) belirlenmiştir. Yine aynı çalışmada Kocaeli İli broşüründe; **Doğa Turizmi Parkurları:** Ballıkayalar Vadisi,

Beşkayalar Vadisi, Serindere Kanyonu, Nüzhetiye Şelalesi, Zambak Yolu; **Ormanlar:** Samanlı Dağları, Kandıra Ormanları, Çınarlıdere Mesire Alanı, Eriklipe Tabiat Parkı, Ormanya Doğal Yaşam Parkı; **Sörf Merkezi:** Kerpe, Miço Koyu, Kumcağız, Kovanağzı, Cebeci, Bağıranlı, Babalı Sahili; **Kış Sporları Merkezi:** Kartepe Kayak Merkezi; Adrenalin Sporları: Su kayağı, Wakeboard, Rüzgâr sörfü, Tüplü dalış, Kano, Yamaç paraşütü, Kaya tırmanışı, Trekking, Hiking, Dağ bisikleti; **Tarihi ve Turistik Destinasyonları:** Kutluca Köprüsü, Sardala Koyu, Menekşe Yaylası, Sapanca Gölü, Suadiye Tabiat Parkı, İzmit -Tarihi Su Kemeri, Osman Hamdi Bey Müzesi, Cam Teras, Maşukiye, Kuzuyayla, Sekapark, Pertev Mehmet Paşa Camisi ve Külliyesi, Kapanca Sokak, Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Çoban Mustafa Paşa Külliyesi, Hannibal Anıt Mezarı, Hereke Kalesi, Kandıra; **Gastronomi:** İzmit Pişmaniyesi, İzmit Simidi, Mancarlı Pide, Kandıra Manda Yoğurdu ve Hindisi, Dartı, Değirmendere Fındığı, Eşme Ayvası ve Cezerye, Sütü Nuriye yer almaktadır (Kocaeli Broşür, 2022). Strateji ve Sözel Kimlik çalışmasında Kocaeli’nin İstanbul’a yakınlığı hem avantaj hemde dezavantajlı olduğu ve sahip olduğu doğal güzelliklerin henüz keşfedilmediğini göstermektedir. İlin güçlü sanayisi dolayısıyla anketlerde %70’den fazla katılımcı Kocaeli ile özdeşleşen sanayi olgusunun turizm potansiyelini negatif etkilediğini ifade etmektedir.

Ancak yeşil ve maviyi turistlere sunan il Türkiye’nin en uzun doğa turizmi parkurunu 2500 km işaretli yürüyüş rotasına sahiptir. Yapılan çalışmalar Kocaeli’nin doğa turizmi potansiyelini ön plana çıkarmıştır (Kocaeli Strateji ve Sözel Kimlik, 2022).

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı Kocaeli ilinin turizm arz ve talebini ortaya koyarak gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesidir. Çalışma kapsamında Kocaeli ilinin seçiminde ilin köklü bir yemek kültürüne sahip olması önem arz etmiştir. Çalışmada yer alan yazarın Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde öğretim üyesi olarak görev yapması ve ilin Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA)'nda kurul üyesi olması önemli kıstaslar arasındadır.

Araştırmanın veri toplama yöntemi doküman incelemesidir. Doküman incelemesi, araştırması hedeflenen olgu veya olgularla ilgili bilgi içeren yazılı materyallerin incelenmesidir. Nitel araştırmada doküman incelemesi tek başına bir veri toplama yöntemi olabilmesinin yanı sıra diğer veri toplama yöntemleriyle beraber kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bilgilerin doğruluğunun araştırılması önemli görüldüğünden erişilen kaynaklardaki belirli bilgiler farklı kaynaklardan teyit edilmiştir. Kurum ve kuruluşların araştırma ve süreli yayınları, web siteleri; akademik bildiri, makale ve yayınlanmış kitaplar; internet kaynakları, Bilge Şehir Kocaeli Yemekleri kitabı ve Kocaeli Büyükşehir öncülüğünde gerçekleştirilen Kocaeli Master Plan / Özet (2022) doküman analizinde önemli bilgiler sağlamıştır.

2.1. Kocaeli'nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Kocaeli'de Manavlar (yerleşik Türkmenler), Karadeniz Türkmenleri, Balkan ve Rumeli Türkmenleri (Muhacirler), Gürcüler, Abhazlar, Çerkesler, Lazlar, Kurmançlar, Romanlar, Arnavutlar, Yörükler, Boşnaklar, Hemşinliler, Pomaklar, Abdallar, Orta Anadolu Türkmenleri ve Tatarlar gibi zenginleşmiş kültür yapısına sahip bir yerleşim yeridir. Dolayısıyla, Kocaeli'ndeki farklı kültür gruplarının yapıları yemek kültürünün temel belirleyici özelliklerden biridir. Kocaeli mutfağı denildiğinde yemeğin yapımında kullanılan yöntemlerden yemeğin hikayesine kadar hepsini kapsar (Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, 2018). Kocaeli yöresinin kültürel çeşitliliği ve kozmopolit yapı dolayısıyla beslenme biçimlerinde farklılıklar mevcuttur. Tarım alanında çağdaş yöntemlerin kullanımı sayesinde ülke genelinin üstünde konuma sahip olan Kocaeli ilinde sebze üretimi yoğundur. Beslenme açısından Anadolu'da un temelli iken Kocaeli'nde sebze-meyve tüketimi öne plana çıkmaktadır. Karadeniz'den göçlerle, karalahana yaygınlaşmakta fakat ev konserveciliği (kurutma, turşu ve komposto gibi) giderek azalmaktadır. Yörenin adıyla özdeşleşmiş ürünlere "Yarımca kirazi, Değirmendere fındığı, Kandıra yoğurdu, hindi dolması ev peyniri, İzmit pışmaniyesi" örnek olarak verilebilmektedir. Yörenin yerlileri olan Manavlar yöresel yemek varlıklarını korumaktadır (Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

Tablo II. Kocaeli Yemekleri Envanteri

ÜRÜN KATEGORİSİ	ÜRÜN ADI
Çorbalar	Beyaz Kabak Çorbası, Bulgur Çorbası, Buruçlu Umac Çorbası, Çalça Çorbası, Çene Çarpan Çorbası, Çiğceli Tarhana, Dimbil Çorbası, Dügün Çorbası, Erik Aşı Çorbası, Erik Buruçlu Çorba, Erişteli Buruç Çorbası, Gelin Utandıran Çorbası, Göceli Tavuk Çorbası, Kesme Çorba, Keşli Darhane Çorbası, Sütlü Kesme Çorba, Sütlü Ovmaç Çorbası, Sütsüz Ovmaç Çorbası, Koca Ali'nin Göç Çorbası, Terbiyeli/ Çiğceli Hindi Çorbası, Kızılıcak Tarhanası Çorbası, Balık Çorbası, Sütlü Kabak Çorbası
Et Yemekleri ve Deniz Ürünleri	Dartlı Keşkek, Dartı Soslu Kuzu Etli Keşkek, Enginarlı Dartlı Keşkek, Ereğli Kebabı, Çiğceli Kavurma, Kıymalı Kabak Çiçeği Dolması, Çiğceli Etli Yaprak Sarma, Çiğceli Fırında Kaz, Tavşan Kapama, Hindili Keşkek, Hindi Tiridi, Keser Köftesi, Tavuklu Kabak Dolması, Tavuklu Tirit, Tavuklu Yığıma Yufka, Kuzu Dolması, Bağıranlı Fırın Buğulama, Ereğli Balık Köftesi, Halidere Peynirli Balığı, Yumurtalı Mezgit, Cevizli Palamut
Sebze Yemekleri	Karnıkaralı Ebegümeci, Kurkuk Dolması, Ilıştıra Yemeği, Efelek Yemeği, Çiğceli Ilıştıra Kavurması, Dartlı Ispanak Mancarı, Has Efelek, Çiğceli Kabak Çiçeği Dolması, Efelek Dolması, Efelekli Ebegümeci, Gazayaklı Mancar Köftesi, Karagöz (Bostan) Mancarı, Arpacık Soğanlı Kestane, Kızıl Pancar Yemeği, Lorlu Pazı Dolması, Mancar Dolması, Sirken Mancarı, Zeytinyağlı Ebegümeci, Zeytinyağlı Kereviz, Zeytinyağlı Soğan Dolması, Gabartlama, Yumurtalı Ilıştıra, Yumurta Dolması
Mantar Yemekleri	Çayırlı/Evlek/Karadomalan Mantarı, Yumurtalı Dilbran/Hacı Mantarı, Döbelen/Öreke Mantarı, Feslik/Kıkırdak/Porçini Mantarı, Geyik/Sığirdili Mantarı, Karakulak/Istiridy Mantarı, Yumurtalı Kuzugöbeği Mantarı, Sütlük Mantarı Kavurması, Yumurtalı Malkadın/Balkadın Mantarı

Pilavlar	Başayaklı Kaz Pilavı ve Kaz Bayramı, Ayvalı Çiğceli Kavurmalı Pilav, Çiğceli Pilav, Dartlı Haşlama Pilav
Makarnalar/Erişteler, Mantılar ve Malak	Süt Çiğli Döğük Makarnası, Dartlı Erişte, Çiğceli Ekmek Makarnası, Keşli Cevizli Kesme Makarna, Dartlı Mancarlı Kulak, Ekşimikli Gulak Makarnası, Dartlı Döğüklü Makarna, Buğday Malağı, Dartlı Malak, Dartlı Mantı, Gebze Mantısı, Kulak Mantı, Tavuklu Mantı
Pideler, Börekler ve Hamur İşleri	Mancarlı Pide, Bazlama, Cevizli Ekmek, Cızlama, Taşköprü Fırın Ekmeğı (Damat Bohçası), Gelin Bohçası, Yiğma Yuka, İzmit Simidi, Bazlamalı Börek, Bulgurlu Mantarlı Börek, Cevizli Lokum, Gazayaklı Gömme Börek, Kaymaz Böreğı, Kabaklı Örek/Kıvrım, Kocagörmez Böreğı, Pekmezli Kabak Böreğı, Evirli Böreğı, Kandıra Bayram Lokumu, Gazayaklı Gömme, Simit Dolması, Gelin Damat Çöreğı, Nazlı Keki (Nazlı)
Tatlılar	Pişmaniye, Ayvalı Baklava, Büzme Börek Tatlısı, Otur Fatma Tatlısı, Saraylı, Öre/Öğre Tatlısı, Höşmerim/Höşmeni/Höşmelim Tatlısı, Sütü Nuriye, Zerde, Kabaklı Kıvrıma, İncir Uyutma, Kabak Tatlısı, Sütü Kabak Tatlısı
Salatalar, Garnitürler ve Soslar	Çaşır Mancarı Salatası, Çiğceli Salata, Gazayaklı Salata, Ebegümeci Salatası, Su Mancarı Salatası, Dartı ve Çiğce
Diğer Yiyecek ve İçecekler	Kandıra Yoğurdu, Erik Burucu, Erik Burucu Ezmesi/Marmelatı, Üzüm Marmelatı, Döngel Turşusu, Kandıra Köy Peyniri, Manda Tereyağı, Gelincik Şerbeti, Kızılık Şerbeti, Kokulu Üzüm Suyu, Üzüm Kompostosu, Beziryağı

Kaynak: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (2018) “Bilge Şehir Kocaeli Yemekleri”.

Tablo II’de Kocaeli’ye özgü yöresel yiyecekler yer almaktadır. İl mutfağında çorbalar, sebze yemekleri, mantar yemekleri, pideler, börekler ve hamur işleri ile tatlıların çeşitliliğı görülmektedir. Ayrıca yöreye özgü süt ürünlerinden yapılan ürünler (dartı, çiğce, yoğurt, peynir vb.) Kocaeli mutfağında dikkat çekmektedir.

Kocaeli ilinin gastronomi kaynaklarının turizmde kullanılabilirliğinde yöreye özgü manda ürünlerinin önemli bir kaynak olduğu ancak tanıtım, üretim ve markalaştırılması yönünde stratejik adımlar atılması; ilin sahip olduğu çeşitli turizm varlıkları ile gastronomi varlıklarının bir bütünsellik içerisinde sunumu

gerçekleştirilmesi; ve gastronomi ürünleri ile talep oluşturulacak kitlenin gelir düzeyinin yüksek olduğu, bu ürünlerin seri bir üretiminden ziyade orjinaline bağlı kalarak özgün üretilmesi gerekmektedir (Kocaeli Turizm Çalıştayı, 2019). İlin 2021 yılında tahıllar ve diğer bitkisel ürünler üretim miktarı 465.976 tondur (TUİK 2022).

Kocaeli’nin Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri: İzmit Pişmaniyesi (Menşe adı/ 2002), İzmit Simidi (Mahreç işareti/ 2019), Kandıra Karpuzu (Mahreç işareti/2021) ve Gebze Bayram Çöreğı (Mahreç işareti/2021) dir (Coğrafi İşaretler Portalı, 2022). Şekil II’de Kocaeli’nin coğrafi işaretli gıda ürünlerinin görselleri yer almaktadır.

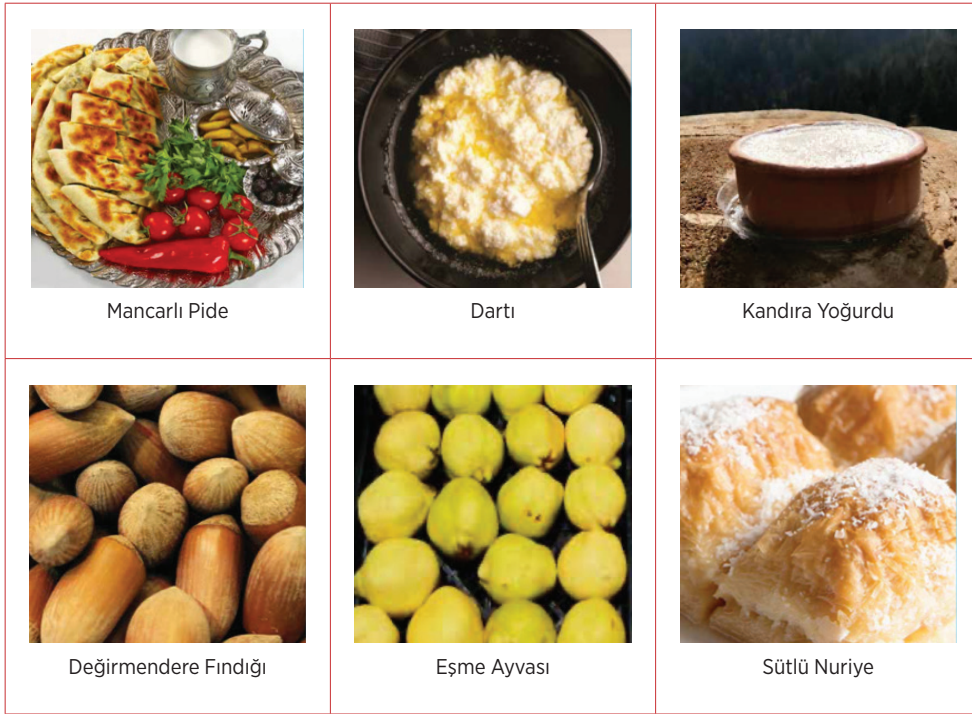


Şekil 2. Kocaeli’nin Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri (Coğrafi İşaretler Portalı (2022), Kocaeli Turizm Rehberi (2021) ve Kocaeli Broşür (2022)).

Coğrafi işaretlerin kültürel olması gastronomi turizmini ortaya çıkaran faktörlerden biridir. Bu sayede coğrafi işaretli ürünleri bölgede görme isteği bölgenin tanıtımına ve gelişmesine, farklı bölgeler arasındaki sosyal ve kültürel etkileşime büyük katkı sağlamaktadır. Bu süreç aynı zamanda bölgeye özgü kültürel ve tarihi değerlerin korunmasına da katkı sağlamaktadır (Bilge, Demirbaş & Artukoğlu, 2019: 130). Coğrafi işaret, yerel tarımsal faaliyetleri destekleyerek yöresel ürünlere değer katmakta ve coğrafi işaret alan bölgelerin tanıtımına katkı sağlamaktadır (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013: 17). Hall ve Mitchell (2002) çalışmalarında özgünlük ve yerel kimliği tanıtım ve markalaşma

stratejilerinde vurgulamak, örneğin; etiketteki menşenin yerini listelemenin, yiyecek ve turizm arasındaki bağlantının yerel ekonomik kalkınma stratejisine uyum sağlayabilmesi açısından önem arz ettiğine vurgu yapmaktadırlar.

Kocaeli'nde yöresel otlar ve çeşitli sebzeler yetiştirilmekte olup bunlardan çorbalar yapılmaktadır. Ayrıca yörede sebze yemekleri, et yemekleri ve hamur işi yiyecekler sıklıkla tüketilmektedir. Meyve çeşitliliğinde zengin olan ilde meyvelerden pekmez, marmelat, reçel, şerbet, şıra ve çeşitli tatlılar yapılmaktadır (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018). Şekil III'de Kocaeli'ye özgü yiyeceklerin görselleri yer almaktadır.



Şekil 3. Kocaeli'ye Özgü Yiyecekler (Kocaeli Turizm Rehberi, 2021).

Kocaeli ilinin markalaşması adına yapılan çalışmada broşürün kısmında yedi konsept arasında gastronomi yer almaktadır. Tarih öncesinden günümüze göç yolları, ticari yollar, tren hatları üzerinde bulunan Kocaeli'nin verimli topraklarının sunduğu yöreye özgü lezzetler olarak aşağıdaki şekildedir (Kocaeli Broşür, 2022).

İzmit Pişmaniyesi:

İlk olarak Kandıra'da üretildiği bilinmekte ve diğer adı da tel helvadır. Pişmaniye'nin tarihi 1400'lü yıllara uzanmakta ve öncelikle Kocaeli'nde meşhur olan ve zamanla Türkiye'de adını duyurmuştur.

- İzmit Pişmaniyesi
- İzmit Simidi
- Mancarlı Pide
- Kandıra Manda Yoğurdu ve Hindisi
- Dartı
- Değirmendere Fındığı
- Eşme Ayvası ve Cezerye
- Sütlü Nuriye

Tablo III. Web Sayfalarında Yer Alan Kocaeli'nin Yöresel Yiyecekleri

TÜRKİYE KÜLTÜR PORTALI - KOCAELİ GELENEKSEL MUTFAK	KOCAELİ İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ - YÖRESEL YEMEKLER	KOCAELİ GOTÜRKİYE - TAT
Nazlı (Otur Fatma Tatlısı)	Tarhana	Umaç Çorbası
Umaç Çorbası	Umaç	Mancarlı Pide
Pişmaniye	Bulamaç	Eşme Ayvası ve Cezeryesi
Cevizli Keşli Köy Makarnası	Yahni	İzmit Pişmaniyesi
Çiğceli Kavurma	Kavurma	İzmit Simidi
Kuymak	Tavuklu Keşkek	Simit Dolması
Hindili Keşkek	Çiğceli Kavurma	Kandıra Dartısı
Simit Dolması	Mantar Yemeği	Karamüsel Zeytin
Çalça Çorbası	Ebe Gümeci	Kandıra Manda Yoğurt
Fesleğenli Et Köftesi	Mancar Yemeği (Çiçekli Mancar)	Sütlü Nuriye Tatlısı
Tavuklu Keşkek	Ev Makarnası	Kiremitte Alabalık
Kandıra Yoğurdu	Cizleme (Akıtma)	Kuyu Kebabı
Pürelili Et Sarması	Lokum	Kandıra Karpuzu
Sadrazam Kavurma	Mantar Böreği	Yarımca Kirazı
Düğün Çorbası	Çiğceli Yumurta	İhsaniye Elması
Köfteli Mercimek Çorbası	Cevizli Börek	Değirmendere Fındığı
Cızlama (Akıtma)	Höşmerim (Peynir Tatlısı)	Çenesuyu
Poçuk Çorbası	Kuru Helva	
Mancar Yemeği (Çiçekli Mancar)	Nazlı (Otur Fatma Tatlısı)	
Kaçamak (Malak)	İrmik Helvası	
Etlili Yaprak Dolması	Kübe Tatlısı	
Kesme Çorbası (Bayram Çorbası)	Sarma	
Sebze Terbiyeli Buğday Çorbası	Dolma	
Çene Çarpan Çorbası	Yarımca Kirazı	
Karışık Dolma	İzmit Pişmaniyesi	
Yumurta Dolması	Değirmendere Fındığı	
	Kandıra Yoğurdu	
	Hindi dolması ev peyniri	

Kaynak: Türkiye Kültür Portalı 2022, Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2022 ve Kocaeli GoTürkiye 2022.

Tablo III'de Türkiye'deki resmi kurum web sayfalarında Kocaeli yöresel yemeklerinin hangilerinin yer aldığı görülmektedir. Analiz edilen web sayfalarında ortak olan ürünler: "Umaç Çorbası", "İzmit Pışmaniyesi" ve "Kandıra Yoğurdu" dur.

Yuvacık ve Maşukiye. Maşukiye'den Kartepe yolu üzerinde serpme kahvaltılık hizmeti sunan birçok yiyecek-içecek işletmesi mevcut olup bu işletmelerde doğal ürünlerin kullanılmakta alabalık, mantar ve güveçte köy peyniri menülerinde yer almaktadır (Kocaeli Turizm Rehberi, 2021). Kartepe ilçesindeki yöresel yiyecekler geleneksel Türk mutfağının hala keşfedilmemiş çok farklı yönlerinin olduğuna işaret etmiştir. Kartepe kayak merkezi olması dolayısıyla turistik çekim güzü oluşturmakta özellikle hafta sonları turist yoğunluğu yaşanmaktadır. Bu durum turistlerin yörede yemek yeme zorunluluğunu ve doğal güzelliklerden yararlandığını göstermektedir. Kartepe'de Karadeniz mutfağına ait yemeklerin sunulduğu restoranlar olmasının yanı sıra alabalık yetiştiriciliği olduğundan alabalık restoranları da bulunmaktadır (Alyakut ve Küçükkömürler, 2017). Ağaçağal köyü ve çevresindeki köylere yönelik turizm projeleri üretilerek, restorasyon işlemleri başlatılmalıdır. Köy evlerinde ev pansiyonculuğu yapılmalı ve organik ürünler üretilmeli, yöresel yemekler sunularak satışı teşvik edilmelidir. Yöredeki gençlerin ve kadınların üretime katılması sağlanmalı ve tarımsal ürünler (Manda yoğurdu, darta, peynir, meyve-sebze, köy ekmeği) üretilmelidir (Çetin, Polat Üzümcü ve İçöz, 2017). Kırsal turizm işletmeleri bünyesinde yöresel el sanatlarının ve ürünlerinin satışına ve tanıtımına dair stantlar kurularak yöre halkına destek verilebilir (Aslan ve Sü Eröz, 2018).

Kocaeli Turizm Çalıştay (2019) çıktı raporunda "Gastronomi Turizmi" ne yönelik aşağıdaki öneriler yer almaktadır.

- Kocaeli yöresine özgü yiyecek çeşitliliğinin yüksek olduğu ancak bilinirliğinin ve tanıtımının düşük olduğu,
- İzmit simidi, asma pidesi, göbelek mantarı, mancarlı pide, darta ürünleri, çiğce, kaldirik bitkisi, mantar, kestane, ayva gibi ürünlerin yörede başlıca gastronomi unsuru olduğu tanıtımın yapılması gerekliliği,
- Yöresel yiyecek-içecek sunan işletme sayısının yeterli olmadığı, ayrıca hizmet kalitesinin iyileştirilmesi,
- Halkın yöreye özgü gastronomi ürünleri hakkında bilinçlendirilmesi gerektiği,
- Yöreye özgü unutulmaya yüz tutmuş gastronomi unsurlarının envanterinin oluşturulması,
- Yörenin manda ürünlerinin ülke genelinde öncü özelliğine sahip olup tanıtım, üretim ve markalaştırılmasının gerekliliği,
- Gastronomi ürünlerini talep eden turist kitlesinin yüksek gelire sahip olması ve bu ürünlerde seri üretimden ziyade özgün üretimin gerekliliği vurgulanmaktadır.

Kocaeli Turizm Master Planı / Özet (2022)'nde mekânsal gelişim ve yatırım stratejileri ilin "Gastronomi Turizmi" üzerine yapılan çalışmalarda aşağıdaki hususlar ön plana çıkmaktadır.

- Başiskele kahvaltısı markasının oluşturulması,
- Gebze ilçesinde gastronomi konusunda yatırım alanlarının belirlenmesi
- Osmangazi Köprüsü'nün turistik bir çekim noktası olarak Dişiskelesi, Tavşancıl ve Muallimköy'ün gastronomi odağı olması,
- Sapanca gölü kıyısında gastronominin işletmelerin rotasını da olması,
- Körfez-Derince-İzmit ilçelerinin kuzey kesimlerinde gastronomi konularında yatırım alanlarının belirlenmesi,
- Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi,
- Sosyal medya üzerinden Osmangazi Köprüsü manzaralı yiyecek-içecek tesisleri, yöresel yiyecek-içecekler ile destekleyici turistik aktiviteleri tanıtan içeriklerin yayınlanması,
- Kent merkezinde yöresel yemeklerin yapılacağı yerel kültüre özgü atmosferi olacak "Kocaeli Gastronomi Evi" kurulması,
- Aşçılara, öğrencilere, yerel halka eğitim ve atölye düzenlenmesi,
- İzmit-Kandıra yolunun Gastronomi Rotası olarak geliştirilmesi,
- İzmit-Kandıra yolu üzerindeki yiyecek-içecek işletmelerinin artması için yerel girişimcilere danışmanlık ve teknik destek verilmesi. Rotanın devamında Kerpe, Kefken ve Cebeci yörelerinin deniz ürünlerinin odak haline gelmesi için nitelikli tesisleşmenin desteklenmesi sağlanacaktır.

3. Sonuç

Turizm sektöründe kamunun desteklenmesi ve sürekli alt-yapı çalışmalarının olması önemlidir. İl genelinde turist geliş sayılarına bakıldığında ilk sırada İzmit ve Gebze ilçeleri gelmekte bu destinasyonlarda daha çok iş turizmi görülmektedir. Köklü bir mutfak kültürüne sahip, çeşitli topluluklara ev sahipliği yapan Kocaeli ilinin gastronomi unsurlarının ön plana çıkarılması gerekmektedir. Özellikle İstanbul'a yakınlığı olan ilde turizm ürünlerinin çeşitli olması destinasyon çekiciliğini arttıracaktır. Gastronomi turizmi kültürü de içerdiğinden İstanbul'a gelen kültür turistinin Kocaeli iline gelmesi sağlanmalıdır. Bu bağlamda ildeki seyahat acentalarının çoğunluğunun A grubu olması uluslararası turiste gastronomi paket turu planlamasına olanak sunmaktadır. İldeki konaklama tesislerinin artması önemlidir, özellikle gastronomi ürünleri ünlü Kandıra ilçesi ile doğa ve kış turizmi merkezi Kartepe'de

konaklama tesislerinin sayısının arttırılması gerekmektedir. Son birkaç yıldır Kocaeli için yapılan turizm çalışmalarında gastronomi turizmi ön plana çıkmış ve çeşitli planlar yapılmaya başlanmıştır. Kocaeli Turizm Çalıştayı (2019)'nda dokuz çalışma grubunda biri olan gastronomi turizminin bilinirlik düzeyi, potansiyel ve temel sorunlar, gastronomi kaynaklarının turizmde kullanılabilirliği ve markalaşma için öneriler getirilmiştir. Bir kapsamlı çalışma olan Kocaeli Turizm Master Planı / Özet (2022)'nde ise gastronomi turizmi için öncelikli yapılması gereken stratejiler belirlenmiş ve gastronom rotaları oluşturulmuştur. Sonuç olarak Kocaeli ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olduğu, gastronomi arzının talebe dönüştürülmesi için yapılan çalışmaların devamlılığının sağlanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Akdemir, N. ve Selçuk, G. N. (2017). "Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: taraklı ölçeğinde bir araştırma", 1st International Sustainable Tourism Congress, 23-25 Kasım, Kastamonu, 793-801.
- Akdemir, N. (2018a). Gastronomi ve yiyecek tarihi. Atilla Akbaba ve Neslihan Çetinkaya (Ed.), *Etnik Restoranlar* (ss. 450-465), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdemir, N. (2018b). Yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanımı ve bölgesel kalkınmaya katkısı, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Alyakut, Ö. ve Küçükkömürlü (2017). Geleneksel kartepe mutfak kültürü ve bu tür mutfak kültürü araştırmalarının kırsal ve gastronomi turizmine katkısı. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7 (1): 83-90.
- Alyakut, Ö. ve Küçükkömürlü (2018). Kocaeli gastronomi potansiyelinin yaratıcı şehirler ağı kapsamında değerlendirilmesi. Uluslararası Orhan Gazi ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu-V, 9 - 11 Mart 2018 içinde (ss.1779-1804), Kocaeli, Türkiye.
- Aslan, E. ve Sü Eröz, S. (2018). Kırsal turizmde yenilik ve kırsal turizm işletmecilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin çeşitli değişkenler (katılımcılara ve işletmelere ilişkin) açısından incelenmesi: kocaeli/kartepe örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (2), 537-562.
- Bilge, B., Demirbaş, N. & Artukoğlu, M. (2019). Türkiye'de coğrafi işaretli gıda ürünlerinin gurme turizmi açısından önemi, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25 (1), 127-132.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 309-318.
- Coğrafi İşaretler Portalı (2022). Kocaeli'nin Coğrafi İşaretleri. Coğrafi İşaretler Portalı web sitesinden 1 Şubat 2022 tarihinde erişildi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/coğrafi-isaretler/liste?il=41>
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special issue 1, 100-115.
- Çetin, İ., Polat Üzümcü, T ve İçöz, O. (2017). Kırsal alanlarda sürdürülebilir kırsal turizm ve kocaeli-kandıra kırsal turizm gelişimi modeli. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 137-156.
- DuRand, G., E., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: a south african situation analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 14, 97-112.
- Durlu-Özkaya F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Hall, M. ve Mitchell R. (2002). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in australia and new zealand: from fusion cuisine to food networks. Anne-Mette Hjalager ve Greg Richards (Ed.). *Tourism and Gastronomy*. (ss.186-206). Taylor ve Francis e-Library 2003.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme yönelik olan yöresel talepte yiyecek ve içecek kültürünün rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kivela, J. ve Crotts, J. (2006). "Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- Kocaeli Broşürü (2022). Kocaeli Markalaşiyor web sitesinden 16 Nisan 2022 tarihinde erişildi: https://kocaelimarkalasiyor.com/gorseller/pdf/Kocaeli_Sehir-Rehberi.pdf
- Kocaeli GoTürkiye (2022). Tat Kocaeli. Kocaeli GoTürkiye web sitesinden 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://gokocaeliturkiye.com/tr/tat>
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (2018). Bilge Şehir Kocaeli Yemekleri. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı Yayınları-41.
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (2022). Kocaeli ve Turizm. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi web sitesinden 15 Mart 2022 tarihinde erişildi: <https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/kocaeli-ve-turizm/4>
- Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). Yöresel Yemekler. Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sitesinden 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://kocaeli.ktb.gov.tr/TR-69203/yoresel-yemekler.html>
- Kocaeli Strateji ve Sözel Kimlik (2022). Kocaeli Markalaşiyor web sitesinden 16 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://kocaelimarkalasiyor.com/projeler/strateji-ve-sozel-kimlik/>
- Kocaeli Turizm Master Planı / Özet (2022). Kocaeli Markalaşiyor web sitesinden 16 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://kocaelimarkalasiyor.com>
- Kocaeli Turizm Çalıştayı (2019). Çalıştay Çıktı Raporu. (08-09 Ekim 2019) Başiskele, Kocaeli. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/kocaeli-turizm-calistayi-dosyasi.pdf>
- Kocaeli Turizm Rehberi (2021). Kocaeli Büyükşehir Belediyesi web sitesinden 16 Nisan 2022 tarihinde erişildi: https://www.kocaeli.bel.tr/webfiles/userfiles/files/birimler/kultur-ve-sosyal-isler-dairesi-baskanligi/Turizm%20Sube/kocaeli_turkce_site.pdf
- Mavi Bayrak Türkiye (2022). Plajlar. Mavi Bayrak Türkiye web sitesinden 12 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx>
- Okumuş, B., Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey, *Tourism Management*, 28, 253-261.
- Richards, G. (2012). An overview of food and tourism trends and policies. in *Food and the Tourism Experience*. 13-46, OECD Studies on Tourism.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). Resmi Turizm İstatistikleri. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesinden 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://www.ktb.gov.tr/>
- Tripadvisor (2022). Kocaeli İli Restoranları. Tripadvisor web sitesinden 16 Mart 2022 tarihinde erişildi: https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurants-g788070-Kocaeli_Province.html
- TUİK (2022). Eğitim, Kültür, Spor ve Turizm. TUİK web sitesinden 15 Mart 2022 tarihinde erişildi: (<https://biruni.tuik.gov.tr/il-gosterge/?locale=tr>)
- Türkiye Kültür Portalı (2022). Kocaeli Geleneksel Mutfak. Türkiye Kültür Portalı web sitesinden 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/neyenir?ilId=41&keyword=&etiket=&hariciEtiket=&kategori=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=12>
- UNWTO (2022). Gastronomy and Wine Tourism. UNWTO web sitesinden 15 Mart 2022 tarihinde erişildi: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
- World Food Travel Association (2022). What is Food Tourism. World Food Travel Association. web sitesinden 15 Mart 2022 tarihinde erişildi: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>.
- World Tourism Organization (2021). International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456>.
- Zengin, B. ve Özçelik Heper, F. (2013). Kocaeli ili'nin alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. Turizm ve Araştırma Dergisi, 2 (1), 46-68.



Kocaeli İlinin Sağlık Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi

Determining the Health Tourism Potential Of Kocaeli Province

Prof. Dr. Erkan SAĞLIK

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sivas, Türkiye
esaglik@cumhuriyet.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2700-658X

Dr. Öğr. Üyesi Fatma HASTAOĞLU

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Sivas, Türkiye
fhastaoglu@cumhuriyet.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8929-2860

Öz

Tüm dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler, doğumdan beklenen yaşam süresinin artması kişilerin daha kaliteli yaşam sürme isteklerini artırmaktadır. Demografik değişim olarak da isimlendirilebilecek olan, yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranına göre yükselmesi de yine, sağlık alanında farklı arayışlara ve yaşam doyumunu artırıcı faaliyetlere yönelmeye sebep olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'ne göre sağlık tanımlamasında, kişilerin biyopsikososyal yönden tam bir iyilik halinde olmalarının önemi vurgulanmıştır. Sağlık Turizmi ise; kişilerin seyahat ederek, ikamet ettiği/yaşadığı bölgenin dışına çıkarak sağlığın korunması ve geliştirilmesini sağlamayı hedefledikleri turizm şeklidir. Buna göre, sağlık turizmi faaliyetlerinin sağlığın korunması ve geliştirilmesi üzerine etkisi oldukça fazladır. Kocaeli ili ise, pek çok şehire yakınlığı, ulaşımı ve turizm olanakları ile sağlık turizmi konusunda adından söz ettirmeye başlayan şehirlerimizden birisidir. Bu çalışmada, Sağlık turizmi tanımlamalarının yanı sıra Kocaeli ilinin mevcut sağlık turizm olanakları, geliştirilmesi gereken yönleri ele alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca Kocaeli sağlık turizmi faaliyetlerini geliştirmeye yönelik öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Termal Turizm, Geriatri Turizmi

Abstract

Technological developments all over the world and the increase in human life expectancy have also increased people's desire to live a better quality of life. The rise in the elderly population, which can also be named as demographic change, has also led to different searches in the field of health and activities that increase life satisfaction. According to the World Health Organization (WHO) when the definition of health was mentioned, the importance of being in a complete biopsychosocial well-being has been emphasized. Health Tourism is a form of tourism for people who aim to protect and improve their health by traveling outside of the region they reside/live. Accordingly, the impact of health tourism activities on protection and development of health is quite high. Kocaeli province, on the other hand has started to make a name for itself in health tourism with its proximity to many cities, transportation and tourism opportunities. In this study, besides the definitions of health tourism, Kocaeli's current health tourism opportunities and aspects that need to be developed were discussed as well as suggestions for improving Kocaeli's health tourism activities were presented.

Keywords: Health Tourism, Medical Tourism, Thermal Tourism, Geriatric Tourism

1. Giriş

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün tanımına göre sağlık; "sadece hastalık veya sakatlığın olmaması değil, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hali" olarak ifade edilmektedir (WHO, 2019). Turizm ise, bireylerin dinlenme, bir ülkeyi tanıma, diğer ülkeleri görme ve bu yerlerde geçici olarak konaklayıp tekrar ikamet ettikleri yere dönme olayı şeklinde yorumlanmaktadır (Edinsel ve Adıgüzel, 2014).

Gelişen ve değişen dünya şartlarında, teknolojik atılımlar, hava kirliliği, stresli yaşam, hazır tüketim, salgın hastalıklar gibi pek çok faktör de hayatımızı etkilemeye başlamıştır. Olumsuz çevresel faktörlerin etkilerinin bulunduğu bu noktada 'Sağlık Turizmi' devreye girmektedir. Sağlık turizmi, sağlıklı bireylerin mevcut sağlıklarını korumak, geliştirmek, hasta bireylerin tedavi edilmesi arzularından en az birisini karşılamak amacıyla sürekli ikamet ettikleri yerden başka bir yere seyahat etmesi şeklinde tanımlanabilir (Aydın ve Eren, 2019). Sağlık nedenleriyle seyahat, yeni bir şey değildir ve uzun zamandır kaplıcalara ve kıyı bölgelerine gelen ziyaretçilerin itici gücü olarak kaydedilmiştir (Baltacı, 2015).

Sağlık Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu'nda (2013) sağlık turizmi tanımı, kişinin sağlığının korunması, daha iyi hale gelmesi ve hastalığının tedavi edilmesi amacı ile yaşadığı yerden ayrılarak başka bir yere seyahat etmesi ve gittiği yerde 24 saatten az olmama şartı ile bulunması, bulunduğu yerde her türlü sağlık ve turizm imkânlarından faydalanması şeklinde tanımlanmaktadır.

Sağlık turizmini tanımlamanın zorluklarından biri, tarihsel olarak Amerika'dan çok Avrupa ile ilişkilendirilen bir terim olmasıdır (Gülen ve Demirci, 2012). Sağlık turizmi, terim olarak medikal turizm kavramıyla birlikte uluslararası alanda daha yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Baltacı, 2015). Buna karşılık, tıp ve sağlık çalışmaları literatüründe, medikal turizm genellikle "tıbbi tedavi aramak amacıyla yurtdışı seyahati" anlamına gelen daha genel bir terim olarak anlaşılmaktadır (Yirik ve ark. 2015). Medikal ve sağlık turizmi, hem turizm hem de sağlık araştırmalarında en hızlı büyüyen akademik araştırma alanlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Buna rağmen, sağlık ve medikal turizmin nasıl rapor edildiği ve anlaşıldığı konusunda niteliksel ve niceliksel bir farklılık olduğu açıktır.

2. Sağlık Turizmi

Sağlık için yapılan turizm hareketlerinin geçmişi yakın değildir. Antik Romalılar, konaklama alanlarını termal kaplıcalarla birlikte inşa etmişlerdir. Bu yüzden, termal turizmin ortaya çıkışı hakkında bilgi sahibi olabilmek için ilk çağlara gitmek gerekecektir. Önceki zamanlarda kişiler, kendi şehir ya da ülkelerinde yapılmayan tedaviler veya daha nitelikli sağlık hizmeti alabilmek amacıyla tıbbi açıdan gelişmiş ülkelere yolculuk ederlerdi. Fakat şimdilerde durumun tam tersine bireyler, ülkelerin sağlık sigortalarının ucuz olmaması, bazı tedavi hizmetlerinin sigorta kapsamına girmemesi, bazı tedavilerin uzun süren bekleme süreçleri ve alternatif tedavi yöntemleri olan ülkelere gidebilmek amacıyla tıbbi bakım yönünden gelişmekte olanın yanı sıra, aynı zamanda alternatif bir tatil seçeneği sunan yerleşkeleri tercih etmeye başlamışlardır (Yirik ve ark. 2015).

Günümüzde bireyler değişen şartlarla beraber yeni ve farklı tatil deneyimleri yaşamak istemektedir. Son zamanlarda seyahat itici güçlerinden biri de en önemlisi sağlıktır. İnsanlar sağlık

problemlerine çözüm ararken, sadece kendi yakın destinasyonları değil, en uygun fiyatlı çözümcül seçenekleri de değerlendirmeye başlamışlardır.

Sağlık turizmi, insanların sağlığına kavuşmak amacıyla bulunduğu destinasyondan başka bir destinasyona çeşitli sebeplerle tedavi maksatlı gitmesi diye tanımlanıyor olsa da yalnızca hastanelerde tedavi maksatlı gerçekleştirilen bir turizm türü olarak ifade etmek çok doğru değildir. Sağlık turizmi kavramı, bozulan sağlıklarını yeniden kazanmak için ya da var olan sağlıklarını koruyarak yaşam kalitesini yükseltebilmek için fiziksel ve ruhsal sağlığını önemseyen kişilerin gerçekleştirdikleri seyahatler sonucu oluşmuştur.

Sağlık turizmi, seyahat yapmak suretiyle ikamet ettiği/yaşadığı yerleşimin bölgenin dışına çıkarak sağlığını korunması ve geliştirilmesini sağlamayı hedefleyen kişilerin deneyimlediği turizm şeklidir. Bununla birlikte, konaklayarak sağlığını korumayı veya yeniden kazanmayı amaçlayan insanların gerçekleştirdiği turizm çeşididir

(Şahbaz, 2012). Tedavi için bekleme sürelerinin uzaması, ücretler, sağlık sigortası kapsamı gibi pek çok faktör tıbbi hizmet alımını yurtdışında yaptırmaya nedenleri arasında sayılabilir. Bu durum, yaşanan bölgedeki sağlık hizmetlerinin olası fırsatları sunmadığında farklı kaynaklara yönelmenin artmasına sebep olarak sağlık turizminin kavramının gelişmesine sebep olmuştur. Tüm bu gelişmelerle dünyada sağlık turizmi son 10 yılda büyük bir gelişim göstermiştir. Sağlık turizmi dünyada ve ülkemizde son zamanların popüler ve önemli bir alternatif turizm fırsatıdır.

Sağlık turizmi seçenekleri değerlendirilirken, hangi maddi imkanlara sahip olunduğu, talep edilen sağlık hizmetinin maliyetinin ne olduğu ve beklenen teknolojik altyapının mutlaka iyi değerlendirilmesi gerekir. Sağlık turizmine olan talebin artmasına neden olan faktörleri birkaç başlık altında toplamak gerekirse;

- Kişilerin kendi ülkelerinde gelişmiş teknolojik alt yapıya sahip sağlık hizmetleri uygulamalarının ve bu alanda çalışan deneyimli sağlık profesyonellerinin az olması ya da hiç olmaması,
- Kişilerin tedavi olurken aynı zamanda da tatil ihtiyaçlarını sağlamalarına olanak sağlayacak hizmetler sunulması,
- Alacağı sağlık hizmetinin bulunduğu ülkede daha maliyetli olması,
- Daha kaliteli ve konforlu hizmet gereksinimi,
- Kişisel mahremiyet sebepleri (ameliyatının çevresindeki insanlarca bilinmesini istememesi),
- Yaşadığı ülkedeki coğrafi ve iklimsel şartların tatil yapmaya müsait olmaması,
- Alternatif turizm olanaklarının çok olduğu yerlerde tatil yapmayı istemesi,
- Kırılgan grupların (hastalar, yaşlı ve engelliler) ortam değişikliği yapma istekleri,
- Madde bağımlılığı olan bireylerin değişik ve uygun mekanlarda olma arzuları,
- Hayattan beklentiler ve yaşam doyumu gibi faktörler olarak sıralanabilir.

Önemli turizm çeşitlerinden birisi olarak sağlık turizminin özellikleri şu şekilde açıklanmaktadır (Yalçın, 2006);

- ✓ Sağlık turizmi, iş gücü ve teknik altyapı gerektiren bir turizm çeşididir.
- ✓ Sağlık turizmi sektöründe hizmet alınan sağlık kuruluşunun mutlaka uluslararası standartlara uygunluğunun belirlenmiş olması gerekir.
- ✓ Söz konusu sağlık kuruluşunun mutlaka ortak yabancı dil bilgisine sahip personel çalıştırması,
- ✓ Hastalar ve yakınlarına uygun çeşitli turizm türlerini bir arada bulunduran, önemli bir turizm çeşididir.
- ✓ Uygun görülen hedef kitleye çeşitli dillerde yapılan pazarlama çalışmaları devlet destekli biçimde yapılmalıdır.
- ✓ Söz konusu bu çalışmalarda ilk olarak hastaların yurtdışında hizmet almasını destekleyecek sigorta türleri ve sağlık kurumları belirlenmelidir.

Özetle açıklamak gerekirse, sağlık turizmi, tedavi amaçlı gerçekleştirilen seyahatlerle hastaların fiziksel rehabilitasyon gereksinimini sağlamanın yanı sıra, uluslararası hasta popülasyonunu kullanarak sağlık kurumlarının gelişmesini sağlamaktadır.

2.1. Sağlık Turizmi Çeşitleri

Sağlık turizmi, fiziksel sağlık, güzellik veya uzun ömür arayışını topluluk, doğa veya farklı mekanlarla birleştiren bir seyahat şeklidir. Sağlıklı yaşam ürünlerine, uygun altyapılara, tesislere ve doğal ve sağlıklı yaşam kaynaklarına sahip destinasyonlarda bir dizi turizm deneyimini kapsar. Sağlık turizminin çeşitleri Şekil 1'de verilmiştir.

Sağlık turizminin pek çok tanımı ve gruplandırması yapılmış olmasına karşı, literatürdeki sınıflandırması;

- Medikal turizm
- Termal ve spa-wellness turizmi
- İleri yaş ve engelli turizmi şeklinde üç gruba ayrılmıştır.

WELLNESS/MEDİKAL	SAĞLIK TURİZM TESİSLERİ
<ul style="list-style-type: none"> • Holistik • Eğlence Rekreasyon • Medikal Wellness • Medikal (Tedavi Amaçlı) • Medikal (Cerrahi) • Ruhsal • Güzellik Tedavileri • Tedavi Amaçlı Rekreasyon • Rehabilitasyon • Estetik Cerrahi • Yoga Meditasyon • Spor Fitness • Şifa İyileşme • Dış Hekimliği • Yeni Akım • Şımartma • Mesleki Wellness • Ameliyatlara • Beslenme-Detoks 	<ul style="list-style-type: none"> • İnzivaya Çekilme • Termal Tesisler • Hastane Klinikler • Meditasyon ve Dinlenme • Otel ve Tatil Köyleri • Festivaller • Turistik Gemi Seyahati

Şekil 1. Sağlık Turizmi Çeşitleri (Smith ve Puczk, 2009).

Sağlık turizmi, en basit tabirle, kişinin kendi ülkesinden başka bir ülkeye çeşitli sebeplerle (tedavi süresinin uzamada ya da tedavinin maliyetli olması ya da daha kaliteli bir tedavi yapıldığına inanması vb.) tedavi maksatlı gitmesidir.

Türkiye'de alt boyutlarıyla değerlendirildiğinde, sağlık turizmi içerisinde yer alan ancak kullanımı çok daha eskiye dayanan turizm çeşitlerinden birisi termal turizmdir.

2.1.1. Medikal Turizm

Medikal turizm, sağlık turizminin çeşitlerinden biri olmakla birlikte, literatürde bu konuyla ilgili genel bir yanılı olarak sağlık turizminin diğer adı şeklinde kullanılabilir. Oysaki medikal turizm, sağlık turizminden farklı olarak, belirli bir hastalık tanısı almış kişilere hitap etmektedir. Hastalık tanısı almış,

tedavi olmak isteyen turistlere, 2 ve 3. basamak sağlık hizmetleri kapsamında doktorlar tarafından uygulanan müdahaleler olarak tanımlanabilir. Başka bir tanıma göre ise, medikal turizm bütün tüm uygulamaları içine alan bir sağlık turizmi dalıdır (Reisman, 2010; Yalçın, 2013).

Tüm bu bilgiler ışığında, şunu söyleyebiliriz ki, medikal turizm tıbbi tedavi içerikli yapılan seyahatlerdir. (Yirik, Ekici ve Baltacı, 2015: 24). Turistler, bu seyahatler için farklı ülkeleri tercih edebilmektedir. Söz konusu tercih ise, ülkelerin sağlık hizmetlerinin daha kaliteli sunabiliyor olması, daha ekonomik olanaklar sunması, daha donanımlı hizmetlerle turistik faaliyetleri tedavi hizmetleriyle entegre sunabilmesi gibi faktörlere bağlı değişkenlik gösterebilir. Medikal turistlerin tercih ettikleri ilk on ülke, Hindistan, Tayland, Singapur, Meksika, Brezilya, Malezya, Kosta Rika, Güney Kore, Tayvan ve Türkiye'dir. Bu ülkelerin tercih edilme nedeni ise sağlık hizmetlerini daha uygun fiyata ve yüksek kalitede sunmaları ve ülkelerinde sağlık hizmetlerini turistik faaliyetlerle birleştirmeleridir (Bookman, 2007).

2.1.2. Termal Spa (Wellnes) Turizm

Termal Turizm, Turizm Bakanlığı'nın 1993 yılında yayınlamış olduğu çalışmaya göre mineralize termal sular ile çamurları, kaynağın etrafındaki çevre ve iklim değişkenleri ile birleştirilerek, insanların sağlıklarına pozitif katkı vermek için, uzman doktorların denetimi ve programları çerçevesinde, fizik tedavi, rehabilitasyon, psikoterapi, diyet ve egzersiz gibi ilave desteklerle uyumlu bir program oluşturularak yapılan turizm faaliyeti olarak tanımlanmıştır. (Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı, 2013). Bir diğer ifadeyle termal turizm, mineral içeren termal sular ile çamurların insanların sağlıklarına olumlu etkilerinin uzman doktor gözetiminde farklı aktivitelerle sürdürüldüğü yerlere yapılan seyahattir (Ergüven, 2010). Termal turizm, turizmin teorik olarak sınıflandırıldığı zaman "amaçlarına göre turizm tipleri" sınıfının alt başlığı şeklinde "sağlık turizmi" ile birlikte ifade edilir. Bunun yanı sıra, iş turizmi, spor turizmi, kültür turizmi veya din turizmi ile birlikte de kullanılabilir ve birebir ilişkilendirilebilir.

Termal turizmin faydalarına bakılacak olursa;

- Turizmin her mevsim gerçekleştirilebilmesini sağlar,
- Turizm alanında istihdamı artırır, turizm tesislerindeki doluluk oranını artırır,
- Farklı turizm türleri ile birlikte, turizm faaliyetlerinin çeşitliliğini sağlar,
- Termal turizm işletmeleri maliyet açısından iyi kazanan karlı işletmelerdir.

Sıralanan bu faydalar, termal turizmin ülkesel kalkınma, ekonomik ve sosyal huzur için oldukça önemli bir konumda olduğunu göstermektedir.

Yerli ve yabancı literatürde spa turizmi termal turizmden ayrı olarak ele alınmamaktadır. Spa turizmi, kaplıca turizmi şeklinde de kendine yer bulabilmektedir. Oysa spa turizminin termal turizmden ayrımının yapılması gerekir. Spa turizmi sadece termal

sulardan ve masaj uygulamalarından ibaret değildir.

Uluslararası Spa Birliği (ISPA), edinilen spa tecrübesinde yer alması gereken temel faktörleri;

- ✓ Rahatlama (stres yönetimi vb.)
- ✓ Derin düşünce (meditasyon vb.)
- ✓ Yenilenme (enerji kazanma, gençleşme)
- ✓ Keyif (mutluluk, vb.)

şeklinde sıralanmıştır (Tengilimoğlu, 2013).

Son yıllarda değişen hayat şartları ve artan yaşlı nüfus ile yaşam standartlarının yükseltilmeye çalışıldığı grup olan engelli grup, turizm sektörünün de ilgi odağı haline gelmiştir.

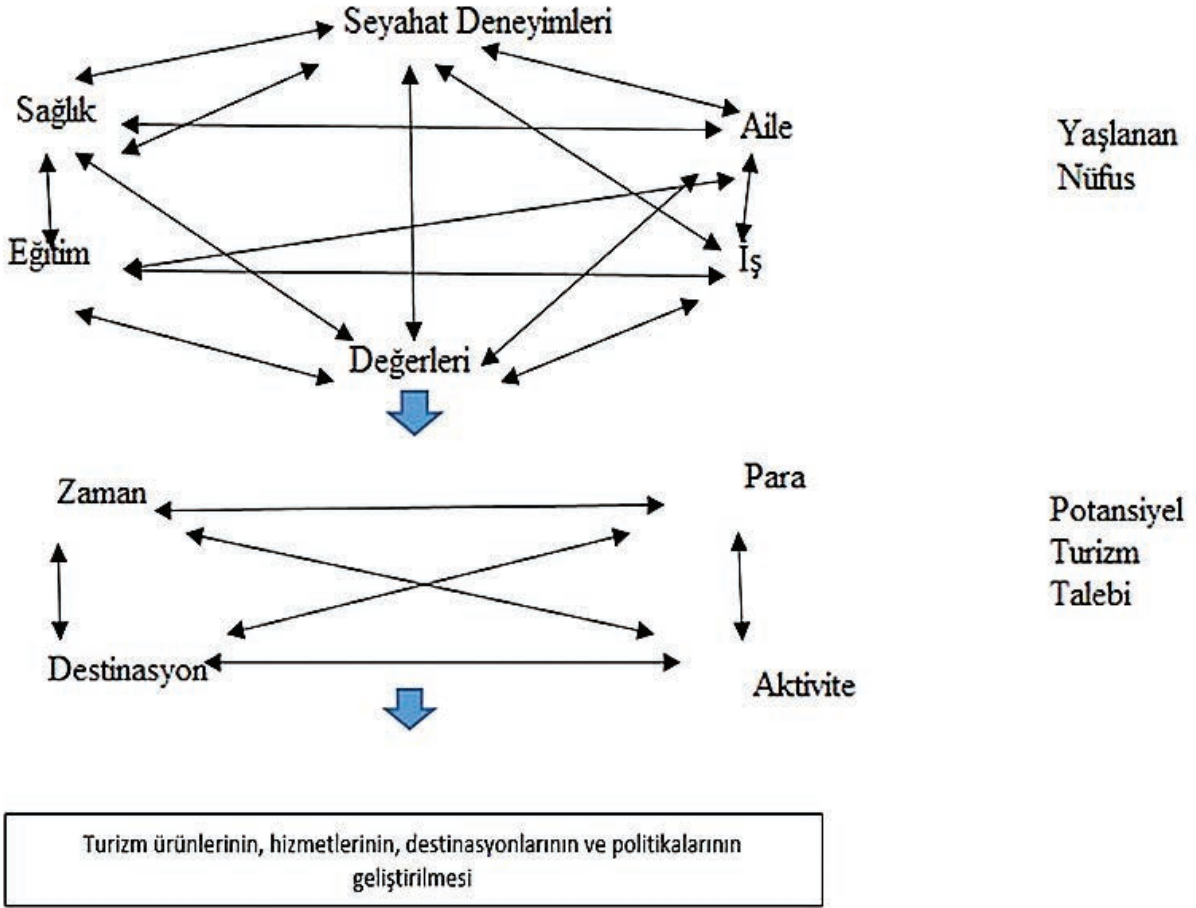
2.1.3. İleri Yaş ve Engelli Turizmi

Gelişen teknoloji ve tıbbi olanaklar doğuştan beklenen yaşam süresini uzatmış, kişilerin daha uzun süre yaşayabilmelerine olanak sağlamıştır. Bu sebeple yaşlı nüfus ciddi oranda artmıştır. Artan yaşlı nüfusun yanı sıra, yaşam kalitesinin yükseltilmeye çalışıldığı engelli grup da turizm sektörünün ilgisini çekmiştir. Bu konuyla ilgili Dünya Turizm Örgütü, 13. Genel Kurul Toplantısı'nda "Turizm faaliyeti insan haklarının özellikle de çocuk, yaşlı, engelli ve etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır" ve "Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm insanlara açıktır." şeklinde maddelere yer vermiştir. Bu maddeler, ileri yaş ve engelli bireylerin turizm faaliyetlerinde ne kadar önemsedığının bir göstergesidir. (World Tourism Organisation, 2019). Yaşlanan nüfusun turizm talebi ile turizm ürünleri arasındaki ilişki şekil 2'de verilmiştir.

Turizmin temelde iki şartının olduğu ve bunların 'para ve zaman' olduğu söylenmektedir. Buna göre, yaşlılar her ikisine de sahiptir (Jang ve Wu 2006). İleri yaş grubu sahip oldukları Pazar ve artma eğiliminde olan popülasyonuyla hayli önemli bir gruptur. Bunun yanı sıra daha uzun seyahat edebilme olanakları ve daha geniş bir gezi programı yapabilmeleri dolayısıyla turizmin önemli bir pazarı haline gelmişlerdir (Tengilimoğlu, 2013).

Engellilik ise, kişinin yapabildiği işlerdeki yapma becerisinin herhangi bir sebeple azalması durumudur (Fordyce, 1995). Bu kavramın içine görme engeli, konuşma engeli, işitme engeli, ortopedik ya da zihinsel engel türlerini dahil etmek mümkündür. Hangi engel türü için olursa olsun engelliler için turizmi ulaşılabilir hale getirmek oldukça önemlidir. Çünkü engellilerin seyahat etmelerini zorlaştırabilecek pek çok faktör sayılabilir. Bu faktörler arasında ekonomik faktörlerin yanı sıra, uygun konaklama ve ulaşım yetersizlikleri, bilgiye ulaşmada yetersizlikler ya da gidecekleri yerde teknolojik yetersizlikler sayılabilir.

Ülkemizde yaşayan engellilerin seyahat alışkanlıklarına ait literatürde sınırlı bilgi bulunmaktadır. Ancak pek çok ili kapsayan bir araştırmaya göre Türkiye'de oteller engelliler için odalarını sadece %1'lik kısmını rezerve etmektedir. Bu durum engellilerin konaklamada yaşayabilecekleri sıkıntıyı göstermektedir (Bulgan, 2015).



Şekil 2. Yaşlanan nüfusun turizm talebi ile turizm ürünleri arasındaki ilişki (Glover ve Priedux, 2008).

2.2. Dünya'da Sağlık Turizmi

Sağlık hizmetlerinde maliyetin düşüklüğü, seyahat, ulaşım ve konaklama olanakları ve teknolojik gelişmeler sağlık turizminin pazarını büyük oranda büyümüşür. Kitle iletişim araçlarının kullanımının artması, ulaşılabilirlik, internet ve medya etkisiyle insanlar farklı ülkelerde verilen sağlık hizmetlerini, kalite ve maliyet araştırmalarını yapabilmekte ve alternatif seçeneklere karar verebilmek için detaylı bilgi edinebilmektedir (Ergüven, 2010).

Sağlık turizmi, dünyada 100 milyar dolarlık bir hacimle önde gelen alternatif turizm türlerinden biridir. Dünyada sağlık turizmi kavramının bu kadar hızlı gelişmesinin temel sebebinin, devletlerin ekonomik krizden etkilenmemek ya da etkilerinden kurtulmak için kendilerine gelir getirme yolu olarak bu turizm şeklini benimsemeleri olabilir. Dünyada bunun ilk örneğini Küba'da görebiliriz. Küba, devlet politikasıyla desteklediği hastaların getirilmesini sağlamış ülkelerin öncülüğünü yapmıştır. Elde edilebilecek gelir düşünüldüğünde, sağlık turizmi ekonomik bir çözüm olarak görülmüş ve daha sonra Küba gibi diğer ülkelerde takip etmiştir (Tengilimoğlu, 2013).

Dünyada termal turizm alanında pek çok ülke ön plana çıkabilmektedir. Bu ülkeler arasında Almanya, Macaristan, Rusya, Fransa, İsviçre, İspanya ve Japonya gibi ülkeler sayılabilir. Medikal turizm açısından değerlendirildiğinde ise, genel cerrahi, kanserler, kök hücre ya da medikal estetik amaçlı farklı ülkelere seyahat gerçekleştirilebilmektedir. Asya'da yer alan ülkeler kardiyoloji ve ortopedi alanında ön plana çıkarken, Hindistan, Singapur ya da Tayland'da modern tıbbi olanakları ve iyi eğitilmiş doktorların hizmetlerini düşük maliyetle sunarak pek çok hastayı ülkelerine çekmektedir (Fiona, 2017).

2.3. Ülkemizde Sağlık Turizmi

Demografik yapılar da yaşlı nüfus oranının hızla yukarıya tırmanması, tüketici davranışlarının değişmesi, güneş, deniz ve kum turizmi gibi mevsimsel olmayıp yıl boyunca uygulanabilmesi sağlık turizmine olan ilginin giderek artmasına sebep olmaktadır. Dünyadaki sağlık turizmi anlayışı çeşitlenirken (medikal turizm, yaşlı turizmi, engelli turizmi vb.), ülkemizde uzun yıllar termal turizm ile sınırlı kalmıştır. Ancak son yıllarda medikal turizm alanında da gelişmeler yaşanmaya başlamıştır (Yalçın, 2006).

Türkiye jeopolitik konumu düşünüldüğünde, sağlık turizmi yönünden oldukça önemli ve iyi bir konuma sahiptir. Bu sebeple de sağlık alanında ciddi yatırımlar yapılmış olması ve sağlık kurumlarının kalitesi, turistlerin sağlık amaçlı ziyaretlerde Türkiye'yi tercih etmesine sebep olmuştur (Tengilimoğlu, 2013). Ülkemiz Dünya Sağlık Turizmi Konseyi'nin açıklamalarına göre dünyada sağlık turizminde ilk 5 ülke arasında, termal turizm alanında Dünya sıralamasında yedinci ve Avrupa'da birinci sıradadır. İleri düzey teknolojilerle donatılmış tam donanımlı hastaneleri, kültürel zenginliği, tarihi mirası ve doğal güzellikleriyle sağlık turizmi sektöründe en büyük payı almayı hak eden ülkeler arasındadır. Türkiye'ye farklı ülkelerden hastalar gelebilmektedir.

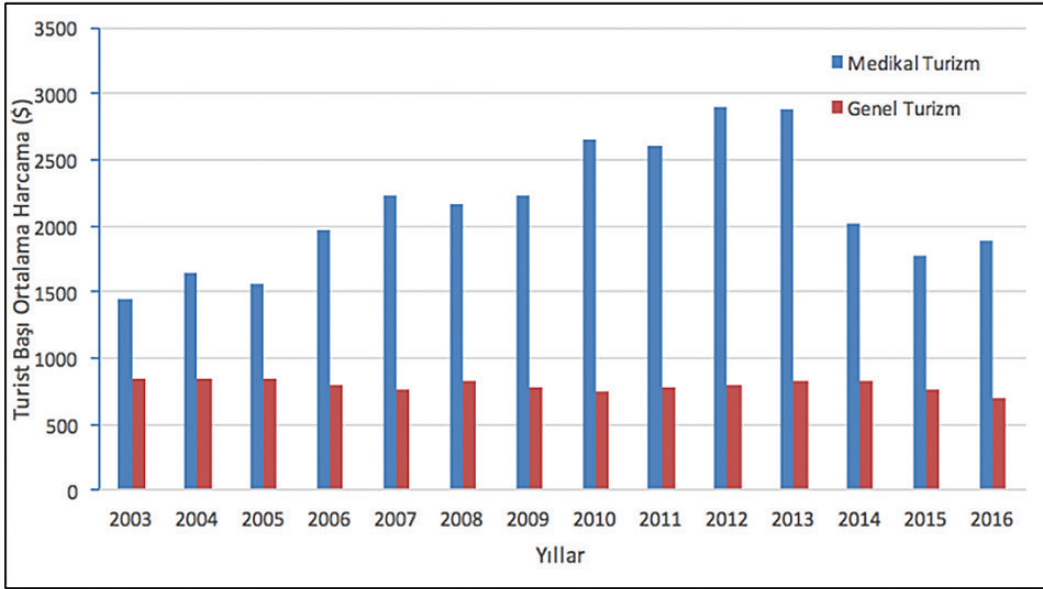
Bu ülkeler gruplanacak olursa;

- Türk nüfusu yoğun olan ülkeler (Hollanda, Almanya, Fransa vb.),
- Sağlık hizmeti yönünden eksik yönleri olan gelişmekte olan ülkeler (Orta Asya Türk Cumhuriyetleri, Balkan Ülkeleri vb.),
- Gelişmiş ancak sağlık hizmetlerinin pahalı verildiği ya da sigorta poliçelerine dahil olmayan bir hizmet almak isteyen hastaların yaşadığı ülkeler (İngiltere, Amerika, Almanya vb.),

- Uzun hasta bekleme süresine sahip ülkeler (Hollanda, İngiltere ve Kanada gibi),
- Türkiye ile ikili anlaşmaları olduğu için ücretsiz hasta transferi yapılan ülkeler (Yemen, Afganistan, Sudan vb.) (T.C. Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2011) şeklinde sıralanabilir.

Sağlık turizmi amacıyla turistlerin ülkemizi tercih etmesinin avantajlarına bakılacak olursa;

- Teknolojik alt yapısı güçlü sağlık tesislerinin var olması,
- Ekonomik açıdan uygunluk - Alanında uzman doktor ve yardımcı personelinin varlığı
- Tüm yolculuk ve konaklama boyunca ek hizmetler sunulması (özel oda, tercüman vs.)
- Yabancı dil bilgisine sahip personel varlığı,
- Türkiye'nin önde gelen sağlık ve turizm noktaları arasında olması,
- Gerek sağlık için, gerekse iş seyahati için koordine hizmet alabilme kolaylığı şeklinde sıralanabilir. Türkiye'de medikal turizm ile genel turizm turist başı harcama düzeyleri Şekil 3'te verilmiştir.



Şekil 3. Türkiye'de Medikal Turizm ile Genel Turizm Turist Başı Harcama Düzeyi (TUİK, 2016).

3. Kocaeli İlinin Sağlık Turizmi Potansiyeli

Farklı bölgelerin çeşitli turizm olanaklarını belirleyeme yönelik olarak farklı zamanlarda çok çeşitli araştırmalar planlanmış ve uygulanmıştır. Cemali Sarı'nın "Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları, Planlama Yaklaşımları ve Önerileri" isimli çalışmasında, turistlerin turizm seçeneklerini değerlendirirken, doğal ortamlar, stresten uzak temiz çevre ve tabiatla iç içe kendilerini dinleyebilecekleri ortamları tercih ettiklerini belirlemiştir. Buna

göre de 1980'li yıllar itibarıyla klasik turizm anlayışının yanı sıra diğer turizm türlerinin de çekici hale gelmeye başladığı söylenebilir. Doğal bitki örtüleri, dağlar, nehir kenarları, sulak alanlar, termal kaplıcalar, yaylalar ve ormanlar büyük oranda turizm sektörüne dahil olmuştur (BAKA Sağlık Turizmi Sektör Planı).

Sağlık turizminin gelişmesi sadece dünyada ve ülkemizde değil, son yıllarda Kocaeli ilinde de oldukça ön plana çıkmış ve sanayi şehri olarak bilinen Kocaeli, sağlık turizmi alanında da ismi geçer hale gelmiştir. İlin, pek çok büyük şehre oldukça yakın mesafede olması (İstanbul, Ankara, Bursa gibi) her türlü ulaşım imkânının kolaylığı, sağlıklı yaşam merkezlerinin bulunması, ileri teknolojik alt yapıya sahip kamu ve özel hastanelerin varlığı, doğal ve kültürel çekicilikleri bulunan mekanları ve kaplıcaları gibi olanaklarıyla yüksek sağlık turizmi potansiyeli vardır (Üzümcü ve Çimen 2019).

Medikal tur firmalarını kullanarak sağlık hizmeti almak isteyen turistleri, firmalar anlaşmalı olunan otel ve hastanelere yönlendirirler. Firmaların anlaşmalı oldukları kurumları belirleyebilmek için önem verdikleri husus ise uluslararası sağlık hizmetlerini akredite eden kurum tarafından onaylanmış olmasıdır. Türkiye’de 2019 yılı Eylül ayı itibariyle, sağlık turizmi belgesi almaya yetkili olan 105 kamu sağlık kurumu, 23 kamu üniversitesi sağlık kurumu, 21 vakıf üniversitesi sağlık kurumu ve 560 özel sağlık kurumu bulunmaktadır. Bunlara ek 73 işletme de aracılık

hizmeti yapmaktadır. Kocaeli’nde ise kamu ve özel toplamında “Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi” almaya hak kazanmış 15 hastane vardır ve bu işletmeler şehrin uluslararası nitelikte hizmet verebilmesine imkan vermektedir. 2022 güncel verilerine göre Kocaeli ilinde “Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi” almaya hak kazanan sağlık tesisi sayısı 25’e yükselirken, bu tesislerin 16’sını özel hastaneler, 3’ünü kamu hastaneleri, 5’ini Özel Dış Poliklinikleri ve birini de muayenehane oluşturmaktadır (<https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/>).

Kocaeli’nin İstanbul’a yakın bir sanayi kenti olması bir avantaj doğururken, buna karşın dezavantaj da yaşatabilmektedir. İstanbul’a yakınlığı, günübirlik ziyaret yapmak isteyen İstanbulluların kalabalık ve yoğun ortamdan uzaklaşabilmelerine olanak sağlarken, yine yakın ortamdan kaynaklı olarak gece konaklamalı ziyaretler yerine günübirlik gezilere sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra İstanbul’a yakınlığı bir başka dezavantaj olarak, kongre ve sağlık turizmi için Kocaeli’nin değil İstanbul’un tercih edilmesine sebep olmaktadır.

Kocaeli ilinin SWOT analizi Şekil 4’te verilmiştir.

GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIF YANLAR
<p>Kültürel ve tarihi zenginlik</p> <p>En fazla yolcu ve uçuş destinasyonu olan İstanbul’a yakınlığı (90km)</p> <p>Kaliteli oteller ve yetişmiş turizm çalışanı varlığı</p> <p>Akredite olmuş, kaliteli, yeni tıbbi yöntemlerle hizmet veren kamu ve özel hastanelerin varlığı</p> <p>Ankara ve İstanbul arasında otoyol üzerinde olması ve her türlü ulaşım ağına sahip olması ve SAW yakınlığı</p> <p>Yabancı uyruklu sağlık personelinin çalışmak için tercih edilebileceği bir il olması</p> <p>Türkiye sanayisinin kalbi oluşu nedeniyle kişi başı GSMH en yüksek olduğu gelişmiş kent yapısı</p>	<p>Sanayi kenti algısı</p> <p>Modern ve büyük otellerin az olması</p> <p>Tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerin gösterebileceği kültür turlarının yeterince yapılmıyor olması</p> <p>Planlanan yeni turizm bölgelerinin yatırıma açılmaması ve iyi pazarlanamaması</p> <p>Alternatif turizm potansiyeli olmasına rağmen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği</p> <p>Cengiz Topel havaalanının aktif kullanılamaması nedeniyle, uçuşların İstanbul üzerinden yapılması (aktarma sorunu)</p> <p>Profesyonel sağlık turizmine hizmet veren acente yokluğu</p> <p>Hastanelerin web sayfalarında kullanılan İngilizcenin yetersizliği</p> <p>Hastanelerde sağlık turizm amacıyla gelmek isteyen hastaların ihtiyacına yönelik doğru hekim/kişiyi bulmakta yaşanan etik sorunlar</p> <p>Tedavi görülen tesis dışında alınan hizmetlerin yetersiz oluşu</p>
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<p>Yatırım konusunda fiziki şartların gelişmeye uygun olması</p> <p>Sağlık turizmi yatırımlarına ulaşım kolaylığı</p> <p>Yerel yönetim ve yerel STK’ların ve yatırımcıların sağlık turizminin farkına varmış olmaları</p> <p>Kocaeli Üniversitesinin sağlık turizmin hizmet verecek nitelikli sağlık ve turizm personeli yetiştirmesi</p> <p>Türkiye’nin gün geçtikçe sağlık ve turizm alanında dünyada önem kazanması</p> <p>Son yıllarda gelen medikal turistlerin sayısının artması, özellikle Ortadoğu pazarının ilgisi İran, Irak, Kafkas ülkeleri gibi potansiyel pazar ülkelere yakınlık ve ulaşım kolaylığı</p>	<p>Sağlık ve rehabilitasyon tesisleri, çok sayıda kamu ve özel hastane olanaklarına sahip İstanbul, Ankara gibi metropollerin ortasında olması nedeniyle bu kentler dururken Kocaeli’ne sağlık yatırımlarının az yapılması/yapılmaması</p> <p>Sağlık turizmin yatırım açısından Kocaeli’nde ciddi boyutta farkındalığın olmaması</p> <p>Türkiye’de Sağlık turizmi açısından Kocaeli benzeri potansiyelle sahip bir çok yer olduğu; bunların sosyal, ekonomik ve tanıtım açısından daha çok desteklenmesi (Yalova, Bolu, Sakarya vb.)</p> <p>Kocaeli turizminin büyük oranda Arap ve Türkiye pazarına dayalı oluşu, Avrupa ve Uzak Doğu pazarına açılmaması</p> <p>1.dereceden deprem bölgelerinden biri olması</p> <p>Sanayi kenti algısı nedeniyle işletmecilerde oluşan «turist gelmez» inancı</p>

Şekil 4. Kocaeli ilinin Swot Analizi (Üzümcü ve Çimen 2019).

4. Sonuç ve Öneriler

Kocaeli gerek üniversite hastanesi gerekse kamu ve özel hastaneleri ile pek çok sağlık problemine uluslararası nitelikte çözüm üretebilecek donanımlı hekimlere ve fiziki alt yapıya sahiptir.

Sağlık turizmi talepleri göz önüne alındığında, talep oranı en yüksek iller arasında bulunmaktadır. Buna karşın, Kocaeli’nde profesyonel bağlantılar kurabilecek seyahat acentesi sayısı oldukça kısıtlıdır.

Bu bağlantıları kurmak için acentelerin dışında aracı şirketler kurulmaya başlanmıştır.

Tedavi /bakım hizmeti alacak turistlerin beraberinde gelen, ona refakat eden kişi/kişilerin konaklamaları için yeterli işletmenin bulunmaması, bu durum hastaların kentte kalma sürelerini kısaltmaktadır (Kocaeli Turizm Çalıştayı, 2019).

Bahsedilen bu faktörler, Kocaeli ilinin Sağlık Turizminin geliştirilebilmesi ve hedefleri belirlerken bu kriterlere dikkat edilmesi gerektiği söylenebilir. Şehirde sağlık turizminin geliştirilmesinde yeterli kaynağa sahip olduğu ifade edilebilir.

Kaynakça

- Ataman H.,Esen M.F,Vatan A.(2017).Medikal Turizm Kapsamında Sunulan Sağlık Hizmetlerinde Kalite ve Hasta Güvenliği.Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi 3(1) ISSN: 2149-6161
- Aydın, Ş., & Eren, D. (2019). Alternatif Turizm. Detay Yayıncılık.
- Aydın, G., & Aydın, B. (2015). Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi Pazarlama Uygulamaları ve Karşılaştırmalı Durum Analizi.Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 16 , 1-21.
- BAKA (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı) (2013).Sağlık Turizmi Sektör Raporu, <http://www.baka.org.tr/uploads/48947588121518SAGLIK-KA-TALOG-TURKCE-16MAYIS-3.pdf>, E.T: 01.08.2019
- Baltacı, F. (2015). Türkiyede ve Dünyada Sağlık Turizmi(Medikal Turizm) . Detay Yayıncılık.
- Bookman M.Z.,Bookman,K.R.(2007).Medical Tourism in Developing Countries, New York: Palgrave Macmillan.
- Bulgan G.(2015). Dünyada ve Türkiye’de Engelli Turizmi ile İlgili Yapılan Çalışmalar,Akademik Bakış Dergisi, 50,102-125.
- Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (2019). Kocaeli Turizm Çalıştayı Çıktı Raporu. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/kocaeli-turizm-calistayi-sonuc-raporu.pdf>
- Doruk T. (2019). Bir Sağlık Turizmi Örneği Olarak Termal Turizm: Türk Sağlık Turizmi İçindeki Yerinin Çeşitli Boyutlarıyla İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Edinsel, S., & Adıgüzel, O. (2014). Türkiye’nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri. Çankırı Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 2., s. 167-190.
- Erdoğan M. (2018). Kamu Sağlık Politikalarında Yeni Bir Açılım Sağlık Turizmi: SDÜ Hastanelerinde Çalışan Hekimlerin Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Ergüven M.H (2010). Wellness, Medical Wellness ve Turizm, Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi, 2 (2), 87-95.
- Fiona, S. (2017). Medical Geography: Therapeutic Places, Spaces and Networks, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1191/0309132505ph562pr> (25.12.2017).
- Glover, P & Prideaux, B. (2008). Implications of Population Ageing for the Development of Tourism Products and Destination. Journal of Vacation Marketing, 15 (1): 25-27
- Gülen , K., & Demirci, S. (2012). Türkiye’de Sağlık Turizmi Sektörü . İstanbul Ticaret Odası
- Hasanov, A. (2018). Sağlık Turizmi Kapsamındaki Medikal Turizmin Mevcut Durumu, Potansiyeli Ve Geleceği: Türkiye’nin Medikal Turizm Değerlendirmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Jang, S, Wu, M, (2006). Seniors2 Travel Motivation and Influential Factors: An examination of Taiwanese Seniors. Tourism Management, 27 (2): 306-316.
- Koç, A. (2021). Kayseri ve Nevşehir İllerinin Sağlık Turizmi Potansiyelinin Tespiti ve Sağlık Turizmi Potansiyelini Artırabilmek İçin Yapılabilecekler. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köksal, A. (1994). Türkiye Turizm Coğrafyası. Gazi Büro Kitabevi.
- Reisman, D. (2010). Health Tourism. Social Welfare through International Trade. Cheltenham, Glos, UK: Edward Elgar.
- SATURK (Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu) (2019). Sağlık Turizmi Nedir?, <http://www.satürk.gov.tr/images/pdf/tyst/02.pdf>, Erişim: 20.08.2019
- Smith M. and Puczko L. (2013). Health and Wellness Tourism, “Spectrum of Health Tourism” Routledge Taylor and Francis Group, London and New York.
- Şahbaz, P., Akdu, U., & Akdu, S. (2012). Türkiye’de Medikal Turizm Uygulamaları: İstanbul ve Ankara Örneği. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 15, Sayı 27 , 267-296.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/> E.T: 10.06.2019
- Tengilimoğlu, D (2013). Sağlık Turizmi, Siyasal Kitabevi. Ankara
- Tengilimoğlu, D (2016). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Siyasal Kitabevi. Ankara.
- Türkiye Kalkınma Ajansı (2012). Trakya Bölgesi Turizm Potansiyeli Araştırması. https://www.trakyaka.org.tr/upload/Node/33096/xfiles/trakya_bolgesi_turizm_potansiyeli_arastirma.pdf
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). İstatistik göstergeler içinde Uluslararası Endeksler, Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi).
- Üzümcü, T & Çimen, S. (2019). International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences, Kocaeli Sağlık Turizmine Yönelik Nitel bir Araştırma. 3(2): 97-116 E-ISSN: 2602-4411
- Yalçın, P. (2006). Türkiye’de Sağlık Turizminde Alt Yapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Yalçın, B. (2013). Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yirik, Ş., Ekici, R. ve Baltacı, Ş. (2015). Türkiye ve Dünyada Sağlık Turizmi (Medikal Turizm), Detay Yayıncılık: Ankara
- WHO (2019), World Health Organization, (Çevrimiçi), <https://www.who.int/about/mission/en/>, 24 Ocak 2019.



Doğası ile Mutlu Eden Şehir: Kocaeli

A City That Makes You Happy With its Nature: Kocaeli

Dr. İsmet Cem KABA

Kocaeli Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Kocaeli, Türkiye

cem.kaba@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0499-1601

Öz

Kocaeli coğrafi konumu itibari ile hem İstanbul gibi büyük bir metropolün yanı başında olması, hem de Samanlı dağları, Karadeniz ve Marmara Denizi'ne uzanan kıyıları, vadileri, kayak merkezi, kanyon ve milli parklara sahip olması dolayısı ile açık hava rekreasyonu ve doğa turizmi açısından dikkat çekici kaynaklara sahip olduğu bilinmektedir. Bir sanayi şehri olan Kocaeli'nin açık hava rekreasyonu etkinliklerinden ve doğa turizminden daha fazla faydalanabilmesi için turizm politikalarının bilimsel araştırmalar ile desteklenmesinin olumlu katkıları olacaktır. Bu doğrultuda, derleme tarzındaki bu çalışmanın amacı, alan yazında Kocaeli ve açık hava rekreasyonu ve doğa turizmi ile ilgili makale, bildiri ve tezleri analiz ederek mevcut durumu ortaya koymak, oluşturulacak politikalara destek vermek ve gelecek çalışmalara katkı sağlamaktır. Bu bağlamda DergiPark, Ulusal Tez Merkezi, Google Scholar, ScienceDirect veri tabanlarında "kocaeli doğa turizmi" kelimesi taranmış, toplam 20 çalışmaya ulaşılmıştır. Ulaşılan kaynakların içerikleri incelenmiş, 8 araştırma analiz sürecine dahil edilmiş ve tablolar halinde açıklanmıştır. Araştırmanın sınırlılıkları, analiz edilen kaynakların internet ortamında olması, internet ortamında olmayan tez, kitap, bildiri ve makalelere ulaşılamaması olasılığı oluşturmaktadır. Kocaeli'de doğa turizmi ile ilgili akademik çalışma sayısının istenen düzeyde olmadığı, konuya master planlarda yer verilse de yapılan planların uzman görüşü alınarak daha detaylı hale getirilmesi, konu ile ilgili tanıtımların çeşitlendirilmesi, doğal kaynakların korunarak sürdürülebilir bir politika güdülmesi yapılan taramada ulaşılan sonuçlardır.

Anahtar Kelimeler: Kocaeli, Doğa Turizmi, Doğa Sporları, Turizm, Macera Turizm

Abstract

Kocaeli is placed right next to a big metropolis Istanbul. Due to its geographical position and coasts extending to the Black Sea, the Marmara Sea and the Samanlı Mountains, valleys, ski resorts, canyons and national parks, it is known to have remarkable natural resources in terms of outdoor recreation and nature tourism. The industrial city Kocaeli may benefit from tourism policies supported with scientific researches which could have positive contributions to outdoor recreation activities and nature tourism. In this study, articles and thesis related to outdoor recreation and nature tourism of Kocaeli were reviewed to analyze the current situation, support future policies and contribute to further studies. In this context, "kocaeli nature tourism" subject was searched in DergiPark, National Thesis Center, Google Scholar, and ScienceDirect databases and a total of 20 studies were found. After content examination of the accessed papers, 8 studies were decided to be included in the analysis process and explained in tables. The limitations of this research are the analyzed thesis, books, papers and articles were being solely and exculisevely from the internet and the possibility of other resources that could not be reached online. The number of the academic studies on nature tourism in Kocaeli is not at a desired level. Although, the subject is included in master plans, expert opinion is needed to make these plans more detailed, diversify marketing and pursue a sustainable policy on protecting natural resources.

Keywords: Kocaeli, Outdoor Tourism, Outdoor Recreation, Tourism, Adventure Tourism

Giriş

Günümüzün modern sanayi şehri Kocaeli, eskinin Yunan kolonisi Megaralı'ların bugünkü Başiskele'de kurdukları ve Astakos adını verdikleri bir koloni devleti olarak, M.Ö.712 yılında tarih sahnesine çıkmıştır. Bölge Bithynia olarak isimlendirilirken bugünkü İzmit'e yerleşim M.Ö.262 yıllarına denk gelmektedir. O dönemde şehir, Nicomedia adını Büyük İskenderin komutanı Nikomedes'in eşinden almıştır (KBB, 2020). İzmit sırasıyla Hellenistik dönem, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde de önemli kentlerden biri olmaya devam etmiştir (Çalık Ross, 2007). Şehir, geçiş yolları üzerinde bulunması itibarıyla Cumhuriyet döneminde özellikle sanayileşme konusunda çok hızlı gelişmiştir. 1934 yılında ilk kâğıt fabrikası, İzmit Kağıt Fabrikası'nın açılması ile başlayan sanayileşme (KBB, 2020) günümüzde Türkiye imalat sanayisinin yüzde 13'ünü karşılayan il, 13 organize sanayi bölgesi, 3 serbest bölge, 3 teknoparkın ev sahipliği yaptığı 315'i yabancı yatırım olmak üzere 3250 firmaya sahiptir. Dünyaca ünlü markaların üretim tesisleri Kocaeli ili sınırları içinde bulunmaktadır (KOSANO, 2020). Türkiye'nin araç üretiminin %36,4'ü, kimya sanayinin %27'si, metal sanayinin %29'u Kocaeli'deki sanayi kuruluşları karşılamaktadır (KV, 2020). Tüm bu veriler Kocaeli'nin bir sanayi ve üretim şehri olduğu iddiasını doğrulamaktadır.

Kocaeli nüfusu 2021 yılı verilerine göre 2.033.441 kişidir (TUIK, 2022). Yine aynı yılın İş Gücü Piyasası Araştırması'nda 20+ istihdamlı işletmelerde çalışanların toplam sayısı 357.519 olarak tespit edilmiştir (TİK, 2021). Verilerin bize gösterdiği gibi Kocaeli hem ülke üretiminde hem istihdamda önemli bir sanayi şehri olarak önemini korumaktadır.

Sanayi devrimi ile ortaya çıkan gelişmelerden biri de serbest zaman ve rekreasyon kavramlarının ön plana çıkmasıdır. Dünya Serbest Zaman ve Rekreasyon Birliği'nin tanımına göre yaratıcılık, seçme şansı, hoşnutluk ve memnuniyet içeren, kişisel doyum arttıran eğlence ve etkinlikleri içeren, insanın hayatındaki özel zamanlar serbest zaman olarak nitelendirilmektedir (İ.

C. Kaba, 2009). Rekreasyon kavramı ise kısaca serbest zamanları değerlendirme etkinlikleri olarak ifade edilebilir. İnsanın yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı, olumsuz etkilenen ruh ve beden sağlığını tekrar elde etmek, muhafaza etmek ve devam ettirebilmek, bununla birlikte zevk ve haz almak amacıyla, kişisel doyum sağlayacak, tamamen çalışma ve zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan serbest zamanlarda isteğe bağlı ve gönüllü olarak ferdi ve grup içinde yaptığı etkinlikler bütününe rekreasyon denir (Karaküçük, 2014).

Rekreasyonun şekillenmesine katkıda bulunan endüstri devrimi sonrasında üretim tarafında ortaya çıkan çalışma koşullarının zorlaşması, stresin artması, üretim sistemlerinin devam zorunluluğu, rutin hayat tarzı gibi faktörler kentleşme ile birleşince ruh ve beden sağlığı, sosyal hayat bu faktörlerden olumsuz etkilenmiştir.

Bu gelişmeler günümüz sanayi toplumlarında birçok insanın bedensel ve ruhsal olarak rekreasyonel etkinliklere işlerinden daha fazla önem vermeleri ve serbest zaman etkinliklerine yoğunlaşmaları sonucunu doğurmuştur. Yeni bir sağlık bilincinin oluşması, ruhsal, bedensel ve sosyal açıdan elde edilen sağlığın farkına varılması, sosyal ve ekonomik ilişkilerin oluşmasında önemli bir rolü olması gibi sebepler ile rekreasyon hizmetleri sadece "dinlenme" tanımından daha karmaşık bir anlam ifade etmektedir (Karaküçük, 2014). Sanayileşme ve teknolojik gelişmeler ile artış gösteren serbest zamanlar da yapılan rekreasyon etkinlikleri, ekipman çeşitliliği ve ulaşımın teknolojinin olumlu etkisi ile ilerlemesi sayesinde farklı etkinlikler, farklı bölgeler ve kültürler ile zenginleşmiştir. Rekreasyon endüstrisi hizmetin çeşitlenmesi sonucunda okullar rekreasyonu askeri rekreasyon hizmetleri, ticari rekreasyon, kamu rekreasyonu, terapötik rekreasyon ve Açık hava (outdoor) rekreasyonu gibi alt sektörlerde on yıllardır uzmanlaşmaktadır. Açık hava rekreasyonu özellikle doğada yapılan etkinlikler ile dikkat çekmektedir. Bu alanda rekreasyon liderleri, mihmandarlar ve konaklama hizmetleri sayesinde hem yerel halka hem turistlere hizmet verilmektedir. Açık hava da yapılan bu tür etkinlikler alternatif turizme de hizmet ederek Doğa veya macera turizmi olarak da adlandırılmaktadır.

Macera turizmi kavramı turizm çeşitleri içinde gelişen alternatif turizm türlerinden birini oluşturur (Çetinkaya, 2004). Turizm insanların serbest zamanlarını değerlendirmek için faydalandıkları en önemli sektörlerden biridir. Zira, sürekli çalışan ve serbest zamanı olmayan bir insanın iş haricinde başka bir şeye zaman ayırması mümkün değildir. Crossley ve diğerlerinin tanımına göre turizm, kişilerin yaşadıkları çevre dışındaki bölgelere serbest zamanı değerlendirme, ticaret, ya da başka amaçlar ile seyahat etmeleri ve konaklamaları anlamına gelmektedir (I. C. Kaba, 2016).

Pandemi döneminde insanlar kapalı ve kalabalık alanlar kullanıma kapatılınca açık alanlara yönelmişler ve özellikle parklar güvenli alanlar olarak ön plana çıkmıştır (SARP et al., 2021). Kent parkları, tabiat alanları, doğal koruma alanları, millî parklar, mesire yerleri vb. gibi alanlar açık hava rekreasyonu uygulama alanlarına dahildir. Kaba (2016)'nın Garda (2010)'dan aktardığı üzere, yeni turizm nişlerinden olan doğa ve macera turizmi, doğal ve kültürel zenginlik temelli alternatif ürünler ile turizm potansiyelinin tam kapasite ile kullanılmasına olanak sağlayabilir (I. C. Kaba, 2016).

Bu bağlamda, Kocaeli bir sanayi şehri olarak anılsa da tabiat güzellikleri bakımından zengin, kültür ve turizm açısından birçok imkana sahiptir. Karadeniz ve Marmara denizine olan sahilleri, Beşkayalar tabiat parkı, Kartepe, Kuzuyayla, Sapanca gölü kıyıları, Eğrelti düzü, Aytepe, Ballı kayalar, Kazandere vb. gibi rezervleri ile yerli ve yabancı turistler için rekabet gücü yüksek doğa ve macera turizmi ürünleri oluşturularak pazarlanabilir (Akay & Zengin, 2012; Çoban, 2015).

Bu çalışmanın amacı, alanyazında "Kocaeli" ve "açık hava rekreasyonu" ve "doğa turizmi" ile ilgili yayınlanmış makale, bildiri ve tezlerin kapsamı ve içeriklerini analiz ederek mevcut durumu ortaya koymak, yapılacak çıkarımlar ile oluşturulacak politikalara ve gelecekte yapılacak araştırmalara veri altyapısı sağlamaktır.

1. Çalışmanın Yöntemi

Araştırma Kocaeli'de açık hava rekreasyonu çerçevesinde gerçekleştirilen doğa sporları ve doğa turizmi ile ilgili makale, bildiri ve tezleri analiz ederek mevcut durum üzerine bir derleme çalışmasıdır. Sistematik derleme yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada, önceden belirlenmiş kriterlere göre sistematik olarak yürütülen bir alan yazın taraması yapılmıştır. Tarama öncesi odak konu ile ilgili yapılan gözden geçirmeler ışığında, uzman görüşleri alınarak kriterler belirlenir, bu kriterler ışığında detaylı tarama yapılır, ulaşılan bulgular analiz edilir ve sonuçlar karşılatırmalı olarak ortaya konur. Araştırma da, Kocaeli'nin tanıtımları sırasında öne çıkarılan konulardan biri olan doğa turizmi veya doğa sporları konusunda akademik anlamda bir durum tespiti yapılmak istenmektedir. Kocaeli'deki turizm faaliyetlerinin analizini daha spesifik hale getirmek ve turizm faaliyeti olarak outdoor rekreasyon kavramını irdelemek amacıyla "Kocaeli doğa sporları",

"Kocaeli doğa turizmi", "Kocaeli açık hava rekreasyonu", "Kocaeli

macera turizmi", "Kocaeli açık alan rekreasyonu" anahtar kelimeleri uzman görüşleri alınarak belirlenmiştir. Bu bağlamda DergiPark, Ulusal Tez Merkezi, Google Scholar, ScienceDirect veri tabanlarında taramalar yapılmış ve ulaşılan makale ve yayınlar analiz edilmiştir. Taramalar 2002-2022 tarihleri arasında kapsamaktadır. Anahtar kelimelerden "Kocaeli doğa turizmi" kelimesi ile yapılan taramada 20 yayına ulaşılmıştır. "Kocaeli Doğa sporları", "Kocaeli açık alan rekreasyonu", "Kocaeli açık hava rekreasyonu" ve "Kocaeli macera turizmi" anahtar kelimeleri ile yapılan taramalarda herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmaya dahil edilen 8 yayından 6 tanesi makale, 2 tanesi yüksek lisans tezi türündedir. Her çalışmanın yılı, yazarı, yayın yeri, türü tablolar ile belirtilmiş ve ayrı ayrı içerik incelemesi yapılarak bilgi verilmiştir. Taramanın elektronik ortamda yapılması, yani analiz edilen kaynakların internet ortamında olması araştırmanın sınırlılığı iken, internet ortamında olmayan tez, kitap, bildiri ve makalelere ulaşılamaması ihtimalini arttırmaktadır.

2. Kocaeli Doğa Turizmine İlişkin Literatür Taraması Bulguları

Araştırmanın tasarım aşamasında sistematik tarama aşamalarından arama kriterleri belirlenmiş ve alınan uzman görüşleri alınarak Tablo 1 de gösterilen kriterler belirlenmiştir.

Tablo I. Sistematik Derleme Arama Kriterleri

ARAMA KRİTERİ	UYGULAMA
1. Kriter: Veri tabanları	DergiPark, Ulusal Tez merkezi, ScienceDirect, GoogleAkademik
2. Kriter: Anahtar kelimeler	Kocaeli doğa sporları, Kocaeli doğa turizmi, Kocaeli açık hava rekreasyonu, Kocaeli macera turizmi, Kocaeli açık alan rekreasyonu
3. Kriter: Araştırma alanı	Turizm
4. Kriter: Yayın türü	Tez, derleme, araştırma makalesi
5. Kriter: yayın dili	Türkçe

Belirlenen veri tabanlarında anahtar kelimeler ile yapılan taramalar sonunda Kocaeli, turizm, doğa ve spor ile ilgili yayınlar listelenmiş ve gözden geçirilerek kriterlere göre büyük bölümü elenmiştir.

Son tahlil de Tablo 2 de görülen 20 yayın konuyla ilişkili olarak listelenmiştir. Listelenen son 20 yayın içerisinde yapılan karşılaştırmalar sonucunda Tablo 3'te görülen 8 çalışma analizler için belirlenmiştir.

Tablo II. Veri Tabanı Taramasında Ulaşılan Yayın Listesi

YAZARIN ADI	YILI	ARAŞTIRMA ADI	YAYIN YERİ	TÜRÜ
Mustafa Şeref Akın	2021	Doğa Sporlarının ve Doğa Kulüplerinin Üyelere Katkısı	Spor Eğitim Dergisi	Makale
Hanife Akyüz	2020	Kocaeli İli'nin Bir İnanç Turizmi Destinasyonu Olarak Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Bakış Açısı	Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D	Yüksek lisans
Levent Atalı, Betül Beyazıt, Eray Atalı	2018	"Spor Temalı İlçe" Kartepe Örneği	Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi	Makale
Ezgi Aslan, Sibel Sü Eröz	2018	Kırsal Turizmde Yenilik ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara ve İşletmelere İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği	MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi	Makale
Murat Zencirkıran, Esmâ Eraslan, Sena Çetiner, Ayşegül Görür,	2017	Ballıkayalar ve Beşkayalar (Kocaeli) Tabiat Parkları Peyzaj ve Rekreasyon Değerleri Üzerine Bir Araştırma	Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi	Makale
Duygu Tanrıverdi, B. Hümevra Çelik				
Adem Yavaş, Erkan Taşkıran, Ömür Alyakut, Emrah Özkul, Tülay Üzümcü	2017	Kartepe'de Doğa Sporlarının Alternatif Turizm Amaçlı Kullanımı ve Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri	Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi	Makale

Fuat Orkun Tapşın, Levent Atalı	2017	Kocaeli İli Belediyelerinin Stratejik Planlarının Spor Boyutu ile İncelenmesi	Uluslararası Spor Bilimleri Derneği	Makale
Ömür Alyakut, Saime Küçükkömürler	2017	Geleneksel Kartepe Mutfak Kültürü ve Bu Tür Mutfak Kültürü Araştırmalarının Kırsal ve Gastronomi Turizmine Katkısı	Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi	Makale
İbrahim Çetin, Tülay Polat Üzümcü, Orhan İçöz	2017	Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra Kırsal Turizm Gelişimi Modeli	Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Makale
İbrahim Çetin, Tülay Polat Üzümcü, Orhan İçöz	2017	Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra Kırsal Turizm Gelişimi Modeli	Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Makale
Kadir Küçükaydın	2017	Kocaeli'ndeki Turizm Sektörü Paydaşlarının Destinasyon Pazarlamasına Katkılarına Yönelik Nitel Bir Araştırma	Kocaeli Üniversitesi, İşletme A.B.D	Yüksek lisans
Zehra Çoban	2015	Kocaeli İli'nin Turizm Potansiyeli Ve Karşılaşılan Sorunlar	Kocaeli Üniversitesi, İşletme A.B.D	Yüksek lisans
Murat Uzun	2015	Kocaeli İli Karadeniz Kıyılarının Jeomorforturizm Özellikleri ve Kıyı Kullanımına Etkisi Açısından Değerlendirilmesi	Marmara Coğrafya Dergisi, 339-366, 0(32)	Makale
Tülay Polat Üzümcü, Aysun Çelik, Serenad Otar, Ayşegül Hacıoğlu	2015	Kırsal Alanların Sürdürülebilir Kırsal Turizm Amaçlı Kullanılması Kocaeli-Kandıra Örneği	Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi	Makale
Aysun Çelik	2013	Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Açık Alan Kullanımı: Kocaeli Örneği	Atatürk University Journal of Agricultural Faculty	Makale
Burhanettin Zengin, Fatma Özçelik Heper	2013	Kocaeli İli'nin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi	Turizm ve Araştırma Dergisi	Makale
Fehmi Çalık, Arslan Başer, N. Emir Ekinci, Tayfun Kara	2013	Tabiat Parklarının Sportif Rekreasyon Potansiyeli Modellemesi (Balıkkayalar Tabiat Parkı Örneği)	Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi	Makale
Bayram Akay, Burhanettin Zengin	2012	Ekoturizm Kaynaklarının Geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi Örneği	KMU Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi	Makale
Ayşe Çelik Ross	2007	Nikomedia (İzmit) Arkeoloji Çalışmaları Ve Kentin Vizyonu	ICANAS Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı	Bildiri
Mustafa Arslan Başar	2006	Türkiye'deki tabiat parklarının açık hava sportif rekreasyon aktiviteleri açısından mevcut potansiyellerinin belirlenmesi (Kocaeli Balıkkayalar vadisi tabiat parkı örneği)	Sakarya Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği A.B.D.	Yüksek lisans

Tablo III. Araştırma kapsamında analiz edilen yayın listesi

YAZARIN ADI	YILI	ARAŞTIRMA ADI	YAYIN YERİ	TÜRÜ
Mustafa Şeref Akın	2021	Doğa Sporlarının ve Doğa Kulüplerinin Üyelere Katkısı	Spor Eğitim Dergisi	Makale
Levent Atalı, Betül Beyazıt, Eray Atalı	2018	“Spor Temalı İlçe” Kartepe Örneği	Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi	Makale
Âdem Yavaş, Erkan Taşkıran, Ömür Alyakut, Emrah Özkul, Tülay Üzümcü	2017	Kartepe’de Doğa Sporlarının Alternatif Turizm Amaçlı Kullanımı ve Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri	Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi	Makale
Murat Zencirkıran, Esmâ Eraslan, Sena Çetiner, Ayşegül Görür, Duygu Tanrıverdi, B. Hümeysra Çelik	2017	Ballıkayalar ve Beşkayalar (Kocaeli) Tabiat Parkları Peyzaj ve Rekreasyon Değerleri Üzerine Bir Araştırma	Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi	Makale
Zehra Çoban	2015	Kocaeli İli’nin Turizm Potansiyeli ve Karşılaşılan Sorunlar	Kocaeli Üniversitesi, İşletme A.B.D	Yüksek lisans
Fehmi Çalık, Arslan Başer, N. Emir Ekinci, Tayfun Kara	2013	Tabiat Parklarının Sportif Rekreasyon Potansiyeli Modellemesi (Ballıkayalar Tabiat Parkı Örneği)	Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi	Makale
Burhanettin Zengin, Fatma Özçelik Heper	2013	Kocaeli İli’nin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi	Turizm ve Araştırma Dergisi	Makale
Mustafa Arslan Başar	2006	Türkiye’deki tabiat parklarının açık hava sportif rekreasyon aktiviteleri açısından mevcut potansiyellerinin belirlenmesi (Kocaeli Ballıkayalar vadisi tabiat parkı örneği)	Sakarya Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği A.B.D.	Yüksek lisans

→ **Akın, M. (2021), Doğa Sporlarının ve Doğa Kulüplerinin Üyelere Katkısı:** Kocaeli’de doğa sporları etkinliklerine katılan bireyler üzerine yapılan bir çalışma olduğu için araştırmaya dahil edilmiştir. Anahtar kelimelerinden biri doğa sporları olup örnekleme Kocaeli’de yaşayan ve doğal alanlardan faydalanan katılımcılardan oluşmaktadır. Çalışma doğa sporlarının ve doğa kulüplerinin bireylere olan katkısını incelemiştir. Etnografik araştırma yöntemi kullanılmıştır. Etnografik çalışma, amaç ile ilgili soruları direkt katılımcıya yönelmekten ziyade yaşanan deneyim algılarını iç görüler yoluyla kavramsallaştırmak yöntemini takip eder (Akın, 2021). Elde edilen veriler doğa sporlarının yedi katkısı, doğa kulüplerinin beş katkısı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışma da Kocaeli’nin doğal güzellikleri ile doğa sporları açısından potansiyelinin yüksek olduğuna atıfta bulunulmuştur.

→ **Atalı, L., Beyazıt B., Atalı, E. (2018), “Spor Temalı İlçe” Kartepe Örneği:** Araştırma Kocaeli’nin merkez ilçelerinden biri olan Kartepe’nin spor imkanlarını ve potansiyelini belirlemek amacıyla taşınmaktadır. Spor turizmi anahtar kelimesini barındıran çalışmada doğa sporları turizmine de defalarca atıfta bulunulmaktadır. Sapanca gölü, kayak merkezi, yaylaları, milli parkları ile doğal kaynaklar açısından oldukça zengin olan ilçede doğa sporları parkurları bulunmakta ve hali hazırda yabancı turistlere de hizmet sunmaktadır. Çalışma nitel çalışma yöntemlerinden belge incelemesi modelinde yürütülmüştür. Araştırma Kartepe’nin spor potansiyeli açısından birçok unsura sahip olduğunu ve yapılan etkinliklerin daha da geliştirilebileceği sonucuna ulaşmıştır (Atalı et al., 2018).

- **Yavaş, A., Taşkiran, E., Alyakut, Ö., Özkul, E., Üzümcü, T. (2017), Kartepe’de Doğa Sporlarının Alternatif Turizm Amaçlı Kullanımı ve Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri:** Açık hava sporları anahtar kelimesini barındıran makalede doğa turizmi ve doğa sporları kavramlarına defalarca atıfta bulunmaktadır. Bu kavramların açıklamaları ve Kartepe ilçesi ile bağlantıları ortaya konulmaktadır. Çalışmanın amacını Kartepe ilçesi sınırları içerisinde açık hava sporlarının yapılabilirliğini araştırmak ve öneriler sunmak oluşturmaktadır. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi ile toplanmıştır. Çalışmanın sonuçları Kartepe’de sürdürülebilir kalkınma için açık hava sporlarının temel bileşenlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Açık hava sporları doğa sporları ve turizmini de kapsamaktadır (Yavaş et al., 2017).
- **Zencir Kıran ve ark., (2017), Ballıkayalar ve Beşkayalar (Kocaeli) Tabiat Parkları Peyzaj ve Rekreasyon Değerleri Üzerine Bir Araştırma:** Kocaeli’nin en önemli doğal zenginliği 8 tabiat parkından ikisinin peyzaj ve rekreasyon değerleri açısından incelendiği bir araştırmadır. Buldukları bölgelere potansiyel katkıları değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda bahsi geçen parkların peyzaj değeri olarak sundukları ekosistem çeşitliliği, rekreasyon kaynak değeri olarak sunduğu kamp, doğa yürüyüşü, günübirlik kullanım gibi rekreasyon faaliyetleri oldukça önemlidir. Peyzaj değerleri için parkların kapasite üstü aşırı kullanımı, bilinçsiz rekreasyon etkinlikleri, yerleşim yerlerinin baskısı, kaçak ormancılık, endüstrileşme, su kaynaklarının kirlenmesi önemli olumsuz etkiler olarak ortaya çıkmaktadır. Parkların büyük illerin kesişim noktasında olması dolayısıyla avantajları bulunmaktadır. Bununla birlikte gelecekte artacak olan ziyaretçi baskısı ile ilgili önlemler hazırlanmalı ve planlara dahil edilmelidir (Zencirkiran et al., 2017).
- **Çoban, Z. (2015), Kocaeli İli’nin Turizm Potansiyeli ve Karşılaşılan Sorunlar:** Yüksek lisans tezinin amacını Kocaeli’nin turizm değerlerini ortaya koymak, ilde bulunan turizm kaynaklarının nasıl kullanılacağına dair öneriler getirmek oluşturmaktadır. Araştırma literatür taraması ve alanda mülakat yöntemi ile karma metod kullanılarak yapılmıştır. Mülakatlar yarı yapılandırılmış sorular ildeki konu ile ilgili yöneticilere yöneltilmiştir. Araştırmada taranan dokümanlar büyükşehir ve ilçe belediyelerinin doğa sporları turizmüne master planlarda yer verdiklerini göstermektedir. Bununla birlikte, turizm envanterinin çıkartılması, turizm alt yapı çalışmalarının yapılması, tüm ilgili kurumların ve halkın turizm kaynaklarına sahip çıkması gerektiği araştırmanın sonucunu oluşturmaktadır (Çoban, 2015).
- **Çalık, F., Başer, A., Ekinci, N. E., Kara, T., (2013), Tabiat Parklarının Sportif Rekreasyon Potansiyeli Modellemesi (Ballıkayalar Tabiat Parkı Örneği):** Bu araştırmada kaya tırmanışı, kampçılık ve doğa yürüyüşü vb. gibi açık hava rekreasyon aktivitelerinin Kocaeli’nin Gebze ilçesi sınırları içinde yer alan Ballıkayalar Vadisi’nde yapılabilirliği üzerine çalışılmıştır. Vadinin sahip olduğu doğal kaynak değerleri açısından açık hava rekreasyonu potansiyelini tespit etmek amaçlanmıştır. Bir yerin orman içi rekreasyon potansiyelinin belirlenmesi konusunda bir yöntem geliştiren Gülez’in çalışmasında bazı değişiklikler yapılarak tabiat parkına uygun bir form araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Ballıkayalar Vadisi’nin açık hava sportif rekreasyon etkinlikleri açısından %75’lik bir potansiyele sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çalık et al., 2013).
- **Zengin, B., Heper, Ö. Ç., (2013), Kocaeli İli’nin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi:** Çalışmanın amacı Kocaeli’nin turizm değerlerini ortaya çıkarmak ve bunlardan fayda sağlamaya yönelik öneriler getirmektir. Araştırma Kocaeli’nin coğrafi konumu üzerinden İstanbul’a olan yakınlığı, her iki denize olan kıyıları, fuar, kayak merkezi, yaylaları, mesire alanları, sapanca gölü, olimpiik buz pateni ve diğer güzellikleri ile alternatif turizm çeşitlerine uygunluğunu ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilerek nitel bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda Kocaeli’nin özellikler açık hava rekreasyonu ve doğa sporları temelli turizm etkinliklerini kapsayan alternatif turizm potansiyelinin çok fazla olduğu, yapılan çalışmaların geliştirilebileceği, tanıtım eksikliğinin en büyük sorun olduğu, alt yapıdan, tanıtıma kadar ciddi planlamalara ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır (Zengin & Özçelik Heper, 2013).
- **Başar, M. A., (2006), Türkiye’deki tabiat parklarının açık hava sportif rekreasyon aktiviteleri açısından mevcut potansiyellerinin belirlenmesi (Kocaeli Ballıkayalar vadisi tabiat parkı örneği):** Yüksek lisans tezi olarak hazırlanan bu çalışma da araştırmacı orman içi açık hava sportif rekreasyon potansiyelini belirlemeyi amaçlamıştır. 2013 yılında makale haline getirilecek tezde kaya tırmanışı, kampçılık ve doğa yürüyüşü en çok potansiyele sahip etkinlikler olarak önerilmektedir (Başar, 2006).

3. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sürecinde ulaşılan yayınlarda "Kocaeli Doğa sporları", "Kocaeli açık alan rekreasyonu", "Kocaeli açık hava rekreasyonu", "Kocaeli macera turizmi" kelimelerine çalışmaların anahtar kelime bölümlerinde rastlanmasa da genel bilgiler, bulgular ve sonuç kısımlarındaki içeriklerde rastlanmıştır. Serbest zaman, Rekreasyon, açık alan veya diğer kullanımı ile Açık hava rekreasyonu kavramları açıklanmış ve atıflar yapılmıştır. Araştırmaya dahil edilip taranan yayınlarda karşımıza çıkan en önemli sonuçlardan biri her ne kadar sanayi şehri olsa da Kocaeli'nin doğal güzelliklere sahip olduğu ve bu potansiyelin değerlendirilmesi gerektiğidir. Akın'ın (2021) yaptığı araştırmada bu sonucu destekler niteliktedir: Özellikle Kocaeli gibi yoğun sanayi kentinin muhteşem doğa güzelliklerini ön plana çıkabilecek potansiyelin değerlendirilmesi gerekmektedir. Sanayi kentinin makine yoğun hayatında bir nefes alabilmenin yolu organizasyonların sayısını çoğaltmaktan geçmektedir (Akın, 2021). Yine inanç turizmi üzerine yapılan bir tez çalışmasında (Akyüz, 2020), Kocaeli'nin sanayi kenti imajının nasıl değiştirilebileceği ile ilgili bir görüşme sorusuna sektör

profesyonellerinin verdikleri cevaplardan biri; "Kocaeli'nin doğal güzellikleri açısından kış ve doğa sporları turizmine hitap edebilecek potansiyelinin mevcut olduğunu" ifade etmişlerdir. Kocaeli, turizm ve spor üzerine yapılan çalışmalarda doğa turizmi ve doğa sporları turizmi kavramlarına sıklıkla rastlanmaktadır. Bu iki kavram çerçevesinde planlamalar yapılması, yapılan planların geliştirilmesi, sürdürülebilirlik açısından uzun vadeli, temel planlar arasına konulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Merkez ilçelerden Kartepe üzerine yapılan bir araştırma da belediyenin hazırladığı turizm master planında dağ ve göl (Sapanca) yönetim planı şeklinde iki yaklaşımdan bahsedilmektedir. Bu planlar incelendiğinde doğa sporları turizmi etrafında şekillendiği görülmektedir (Atalı et al., 2018). Bununla birlikte Samanlı Dağları'nın Kocaeli'nin doğa turizminde önemi yadsınamayacağı ortadadır. Samanlı dağlarının koruma planlarının yapılması, doğa turizmi için gerekli alt yapının oluşturulması ve kullanım kapasitesi üzerine çalışmaların yapılması önem arz etmektedir. Yavaş ve arkadaşlarının (2017) yaptığı çalışmanın sonuçları

da bunu destekler niteliktedir; Samanlı Dağları'nın hem kış turizmi hem de doğa sporları için büyük bir potansiyele sahip olduğunu belirtmektedir (Yavaş et al., 2017). Alan yazın taramasında sıklıkla karşımıza çıkan kavramlardan anlaşıldığı üzere Kocaeli turizminde doğa sporlarının önemli bir yeri olacağıdır. Kocaeli'nin turizm potansiyeli üzerine yüksek lisans tezi yazan Çoban (2015)'in ulaştığı sonuçlardan biri ilin turizm stratejisinin önemli bir ayağının doğa sporları turizmi olduğudur (Çoban, 2015; Zengin & Özçelik Heper, 2013). Kocaeli de açık hava rekreasyonu ve doğa turizminde ön plana çıkan bir diğer etkinlik kaya tırmanışıdır. Çalık ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada kaya tırmanışı için önemli bir doğal kaynak Gebze Ballıkayalar Vadisi'dir. Özellikle kaya tırmanıcıları tarafından yoğun ilgi gören bölgeyi konu alan çalışmada açık hava sportif rekreasyon etkinliklerine büyük oranda uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kaya tırmanışı yanında doğa yürüyüşü ve kampçılığa uygun olduğu da ortaya konulmuştur (Başar, 2006; Çalık et al., 2013). Bu çalışmada Kocaeli'de açık hava rekreasyonu çerçevesinde gerçekleştirilen doğa sporları ve doğa turizmi ile ilgili, sistematik derleme metodu ile seçilen yedi adet yayının incelenmiş, çalışmaların amaçları, içerikleri, yöntemleri, bulguları ve sonuçları hakkında bilgiler toplanmıştır. Gelecek çalışmalarda;

- Açık hava rekreasyon etkinlikleri, doğa sporları programlarının içerikleri, macera turizmi gibi alternatif turizm alanlarında çalışmaların sayısının artırılması Kocaeli'nin turizm politikalarına önemli katkı sağlayacaktır.
- Doğa sporları etkinlikleri ve yerel halka katkıları üzerine yapılacak araştırmalar alan yazındaki çalışmaları zenginleştirecektir.
- Kocaeli'deki doğa sporları ve doğa turizmi ile ilgili nitel ve nicel metotlar uygulanan çalışmalar yapılabilir.
- Yapılacak çalışmalarda geçerlilik ve güvenilirliği ispatlanmış ölçeklerin kullanılması araştırmaların güvenilirliğini artıracaktır.

Kaynakça

- Akay, B., & Zengin, B. (2012). Ekoturizm Kaynaklarının Geliştirilmesi:Doğu Marmara Bölgesi Örneği. KMU Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(23), 115-122.
- Akın, M. Ş. (2021). Doğa Sporlarının ve Doğa Kulüplerinin Üyelere Katkısı. Spor Eğitim Dergisi, 5(3), 1-13. <https://dergipark.org.tr/en/pub/seder/issue/65261/950316>.
- Akyüz, H. (2020). Kocaeli İli'nin Bir İnanç Turizmi Destinasyonu Olarak Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Bakış Açısı [Yüksek lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Atalı, L., Bayazit, B., & Atalı, E. (2018). "Spor Temalı İlçe" Kartepe Örneği. Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi, 2(2), 528-533. www.kartepe.bel.tr
- Başar, M. A. (2006). Türkiye'deki tabiat parklarının açık hava sportif rekreasyon aktiviteleri açısından mevcut potansiyellerinin belirlenmesi (Kocaeli Ballıkayalar vadisi tabiat parkı örneği) [Yüksek lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Çalık, F., Başer, A., Ekinci, N. E., & Kara, T. (2013). Tabiat Parklarının Sportif Rekreasyon Potansiyeli Modellemesi (Ballıkayalar Tabiat Parkı Örneği). Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, 8(2), 35-51.
- Çetinkaya, G. (2004). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporunu ve Antalya- Geyikbayırının Potansiyeli. Eastern Geographical Review, 19(31), 83-100.
- Çoban, Z. (2015). Kocaeli İli'nin Turizm Potansiyeli Ve Karşılaşılan Sorunlar [Yüksek lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Kaba, İ. C. (2009). Türkiye'deki Üniversitelerde Kampüs Rekreasyonu'nun Mevcut Durumu ve Kampüs Rekreasyon Modellemesi [Yüksek lisans]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kaba, İ. C. (2016). Türkiye'de Ticari Rekreasyon Faaliyeti Olarak Macera Turizminin Gelişim Potansiyeli Hakkında Sektör Yöneticilerinin Algılarının Değerlendirilmesi [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Karaküçük, S. (2014). Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme. Gazi Kitabevi. KBB. (2020, April 20). Kocaeli Tarihçe. <https://www.kocaeli.bel.tr/Tr/Main/Pages/Tarihce/16>.
- KOSANO, kosano. gov. tr. (2020, April 20). Rakamlarla Kocaeli. <https://Kosano.Org.Tr/Rakamlarla-Kocaeli/>.
- KV, K. V. (2020, April 20). Kocaeli ekonomisinde sanayinin yeri. <http://www.kocaeli.gov.tr/Kocaeli-Ekonomisinde-Sanayinin-Yeri>.
- Sarp, A., Yücedağ, C., & Kaya, L. G. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde Parklar Üzerine Kullanıcıların Görüşleri: Antalya-Konyaaltı Örneği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi. <https://doi.org/10.29048/makufebed.877511>
- TİK, T. İ. K. (2021). İşgücü Piyasası Araştırması Kocaeli İli 2021 Yılı Sonuç Raporu. TUIK. (2022, April 20). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları 2021. <https://Data.Tuik.Gov.Tr/Bulten/Index?P=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuculari-2021-45500>.
- Yavaş, A., Taşkiran, E., Alyakut, Ö., Özkul, E., & Üzümcü, T. (2017). Kartepe'de Doğa Sporlarının Alternatif Turizm Amaçlı Kullanımı ve Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri. Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi, 1(2), 01-12. www.kartepe-bel.tr
- Zencirkiran, M., Eraslan, E., Çetiner, S., Görür, A., Tanrıverdi O., D., & Çelik, B. H. (2017).
- Ballıkayalar ve Beşkayalar (Kocaeli) Tabiat Parkları Peyzaj ve Rekreasyon Değerleri Üzerine Bir Araştırma. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 31(2), 157-175.
- Zengin, B., & Özçelik Heper, F. (2013). Kocaeli İli'nin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Turizm ve Araştırma Dergisi, 2(1), 46-68. <https://dergipark.org.tr/en/pub/turar/issue/39641/469084>.

ŞURA
AKADEMİ

ŞURA KENT POLİTİKALARI VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ

Kozluk Mahallesi Mehmet Ali Kağıtçı Sokak no:71 İzmit/KOCAELİ

+90 262 270 01 00 | bilgi@suraakademi.org.tr

www.suraakademi.org.tr

  /suraakademi