

TOKAT TURİZMİNİN TARİHSEL SÜRECİ, SORUNLAR, BEKLENTİLER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



2.02.2025

Tokat turizminin kısa tarihsel seyri, karşılaşılan sorunları, beklenti ve çözüm önerilerini kapsamaktadır

Tokat turizminin tarihsel süreci hakkında sunulan kısa bilgilerin arkasından, turizm gelişiminin önündeki sorunlar ve bu sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerilerini kapsamaktadır. Rapor Tokat Turizm Tanıtma Derneği'nin (TUDER) 2010-2021 döneminde yaptığı çalışmalardan elde ettiği veriler ışığında hazırlanmıştır. Söz konusu rapor, turizm gelişimine yönelik çalışmalar yapmak isteyen kurum ve kuruluşlara rehberlik yapması amacını taşımaktadır. Raporla ilgili daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyen kurum/kuruluş ve STK'lara ayrıca bilgilendirme sunumu yapılabilir.

1

GİRİŞ

İş bu **Bilgilendirme Dosyasının** amacı; Tokat turizminin tarihsel süreci hakkında ilgilenenlere bilgi vererek turizm gelişiminin önündeki sorunları saptama, konuyu tüm yönleriyle ele alma, sorunların nasıl çözülebileceğine ilişkin öneriler sunma ve mümkünse uygulayıcılarda sorunların giderilmesine yönelik karar/kararlar alınmasını sağlamaktır.

Bu bilgilendirmenin diğer bir amacı da, Tokat turizminin tarihsel süreci hakkında ilgilileri bilgilendirerek, düzenlenen toplantılarda **kimi konuların tekraren gündeme** getirilmesini önlemektir.

Bu bilgilendirmenin amacı herhangi bir kişiyi, kişileri veya kurum ve kuruluşları eleştirmek değildir. Amacımız bizlere ya da sorumlulara acı da verse, “**öze ve hakikate**” varmaktır. Ne yazık ki, iyi niyetle yapılsa da, günü kurtarma çabaları, zihnimizi ve dolayısıyla geleceğimizi şekillendirme fırsatını kaçırmamıza neden oluyor

Tokat'ta yaşayan, Tokat'ı düşünen bizler şehrimizin gelişimi ile ilgili konulardaki sorunlarımızı, gerektiği gibi değil de bir “idare-i maslahat” tutumu takınarak günün şartlarına göre davranarak çözemeyeceğimizi düşünen insanlarız. Bunu eminim ki bu konulardan sorumlu olanlar da istemezler. Gerek siyasi otoritenin, gerekse kamunun geleneksel alışkanlıklarından veya STK'lara yönelik kimi hoşnutsuzluklarından ya da kopukluğundan sakınıp bugünün ve geleceğin boynumuza yüklediği atılımları yapmaktan kaçınamayız.

Tokat'ın turizm de dâhil tüm kalkınma alanlarında ilerleme kaydedilebilmesinin yolunun abartılı ya da bilgi temelsiz anlatımlardan değil, **bilgiden, doğru veriye dayalı gerçekçi hedefleri cesurca belirlemekten ve bunları belli bir yönetim aklıyla, ilgili tüm taraflarla istişare ve işbirliği içinde uygulamaktan** geçtiği yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu anlamda da resmi etiketli turizm yetkilileri başta olmak üzere konuya ilgi duyanların ya da turizm konusunda çalışanların, **Tokat turizminin gelişimi** için doğru konulara odaklanıp odaklanmadıkları konusunda kendilerini içtenlikle sorgulamaları gerektiğini düşünüyoruz. Biz de TUDER olarak bu konudaki yapıcı ve dayanakları olan her türlü eleştirilere açığız.

Çünkü başkaları nasıl görmektedirler bilemeyiz ama Tokat'ın turizm gelişimi ile ilgili olarak içinde bulunduğumuz tablo bizim pencereğimizden iç açıcı görünmemektedir.

Bizim gördüğümüz tablo, ivedi önlemleri alıp turizmde büyüme anlayışını değil, turizmle kalkınma ivedi bir seçenek değilmiş de gününü bekliyoruz hissini vermektedir.

Bu nedenle de şu ana kadar özellikle kamunun ve yerel yönetimlerin uyguladığı politikalarının yararlı olup olmadıklarını yorumlamaları ile turizm gelişim çalışmalarının eskiden alışa geldiğimiz şekilde yönetilmeye çalışılmasının sakıncalı olup olmadığına dikkat çekmeye çalışıyoruz.

Bu anlatımlarımızdan çıkarılmasını temenni ettiğimiz nokta şudur.

Bizler; paydaşlar (kamu-yerel yönetim-üniversite-meslek odaları-sivil toplum-ilgili sektör) birbirimizin rakibi değiliz, tam tersine ortağız.

Bu nedenle sayın valilerimiz dâhil olmak üzere, Tokat'ı yönetmek ve geliştirmekle sorumlu her kurum, her yönetici ve tüm paydaşlar artık, **çağdaş yerel yönetim anlayışının çok aktörlü, çok katmanlı, çok aşamalı, katılımcı bir yönetim modeli gerektirdiğini, bu şehrin kaderini, stratejik planlamanın aktörleri kabul edilen kent paydaşlarıyla tartışarak oluşturmaları gerektiğini anlamaları ve buna yararlı uygulamalarla daha sağlıklı kararlar almaları gerekiyor.**

Bu bilgilendirme dosyasının amacı, **turizm ilminin, yerleşmemize özgü çözüm ihtiyaçlarımızın ve yaşanan deneyimlerin ışığında**, ilgililere uygulanmakta olan politikaları sorgulamaya yöneltmek ve ardından hangi stratejilerin şehrimizi nereye ulaştıracağını ortaya koymaktır.

Bu bilgilendirme çalışmasında **“Ne yapılmalıdır?”** başlığında özetlenen projelerin ayrıntılı “proje metinlerine” Tokat Turizm Derneği'nden (TUDER) ulaşılabilir.

Saygılarımızla.

Kadir ÖZBİLGİN
Tokat Turizm Tanıtma Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

TOKAT TURİZMİNİN TARİHSEL SÜRECİ

2

TURİZM GELİŞİMİ İLE İLGİLİ TARİHSEL SÜRECİ ARAŞTIRMA İHTİYACI NEDEN DUYULMUŞTUR?

Yaklaşık 20-30 yıl Tokat dışında yaşadıkdan sonra 2002-2006 yılları arasında Tokat'a gelen birkaç Tokat sevdalısı, Tokat'taki çok zengin tarihi, kültürel, jeolojik mirasın, doğal güzelliklerin ve değerlerin farkına varmış, Tokat'ta bir turizm derneği kurularak bu potansiyelin koruma-kullanma dengesi gözetilerek ekonomik değer yaratan çıktılara dönüştürülüp dönüştürülemeyeceğinin araştırılmasına karar vermişlerdir.

Yapılan Araştırma sonucunda Tokat'ın bir turizm tanıtma derneğine ihtiyacı olduğu görülmüş ve 30 kişiden oluşan Tokat sevdalılarıyla 2010 yılında Tokat Turizm Tanıtma Derneği (TUDER) kurulmuştur.

3

TOKAT TURİZMİ İLE İLGİLİ İLK ÇALIŞMA

Yaptığımız araştırmalarda Tokat turizmi ile ilgili olarak geçmişte yapılan çalışmalarda ulaşılabildiğimiz ilk çalışma, 1993 yılında T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan «Tokat İli Turizm Envanteri ve Turizm Geliştirme Planı» dır. Söz konusu çalışma çok ayrıntılı ve turizm gelişimiyle ilgili kestirimleri (projeksiyonları) de içeren bir çalışmadır. Bu çalışmada «Tokat'ta turizm şart mı?» sorusunun yanıtı aranmış ve tarım sektörünün dışındaki kalkınma alanlarından en önemlisinin turizm sektörü olduğu öne çıkarılmıştır.

4

TOKAT TURİZM GELİŞİMİ İLE İLGİLİ TARİHSEL SÜREÇ

1993 yılında T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından yapılan bu çalışmadan sonraki 14 yıl boyunca turizm gelişimi adına **planlı** hiçbir çalışma yapılmamıştır.

Bu tarihten sonraki 14 yıl sonunda; 2007 yılı Ocak ayında Tokat İl Genel Meclisi Kültür ve Turizm Komisyonu tarafından “**Tokat Turizm Stratejisi Bilgilendirme Toplantısı**” düzenlenmiş ancak bu toplantı sonucunda da bir çalışma yapılmamıştır.

Bu süreçte en sevindirici gelişme 2002-2003' de yaşanmış ve dönemin Vakıflar Genel Müdürü Sayın Yusuf Beyazıt Tokat dâhil olmak üzere Türkiye'deki Vakıf eserlerini ayağa kaldırmıştır. Bu çalışmayla Tokat'ta turizmle ilgili bir hareketlenme yaşanması beklenirken, böyle bir hareketlenme yaşanmamıştır.

Ne yazık ki Türkiye'deki 15 şehir, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Kentsel Ölçekte Markalaşma Stratejisi kapsamında **kültürel ve tarihi geçmiş kıstas** alınarak “**marka kent**” ilan edilirken **Tokat'ın bu şehirlerin dışında kalması süreci de bu aralıkta yaşanmıştır.**

5

T.C. KÜLTÜR TURİZM BAKANLIĞI'NIN «MARKA ŞEHİRLERİ»

15 şehir; Edirne, Bursa, Kütahya, Manisa, Konya, Nevşehir, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Adıyaman, Mardin, Kars, Amasya, Sivas, Trabzon marka kent ilan edilmiştir.

●Bu kentlerin «**kültürel ve tarihi geçmiş kıstas alınarak**» marka kent ilan edilmeleri çalışmalarında Tokat'ın neden yer almadığı yanlışlığını bir yana bırakarak kısaca, marka şehir ilan edilmenin sağladığı yararlarından söz edelim.

●Örneğin **komşumuz Amasya'daki marka kent** çalışmaları Kültür Turizm Bakanlığı'nın himayelerinde sürdürülmüş, bu bakanlıktan aldığı gerek teknik, gerekse mali destek sayesinde önemli ölçüde yol almıştır.

●Yine Hatay marka kent çalışmalarında 7 komisyon (**kültür ve turizm, eğitim, tarım sanayi ve dış ticaret, alt yapı kamu hizmetleri, basın yayın tanıtım ve proje**) oluşturulmuş, bu komisyonlar tarafında hazırlanan **ve 190 adet projeyi** kapsayan **Marka Kent Eylem Planı** Kültür Turizm Bakanlığı'na sunulmuş, bakanlık **sunulan 190 adet projeden 84 adedini** uygun görmüştür.

●Bu başlıklar ve içerdikleri proje sayısı ise şöyle; Alt Yapı Fiziki Eksikliklerin Tespiti - 60 adet proje, Üst Yapı Varlıklarının Değerlendirilmesi -41 proje, Tanıtım – 63 proje, Eğitim – 26 proje şeklindedir

2006 da başlayan bu uygulama 15 kenti 'marka kent' projesi ile canlandırmıştır.

6

TÜRKİYE KÜLTÜR YOLU FESTİVALLERİ

Ne yazık ki, 2025 yılında da değişen bir şey yoktur.

Türkiye'nin uluslararası marka değerine katkıda bulunmak üzere, geçen sene 11 şehirde, bu senede 16 şehir de düzenlenecek olan «**Türkiye Kültür Yolu Festivalleri**» nde Tokat yine yoktur.

Umar ve dileriz ki, şehrin turizminin gelişiminden sorumlu olanlar bu konuyu takip eder ve 2028 yılında otuz beş şehirde gerçekleştirilecek olan Türkiye Kültür Yolu Festivali'nde Tokat'ın da yer alması sağlanır.

Türkiye'nin uluslararası marka değerine katkıda bulunmak üzere iki yıl önce Beyoğlu Kültür Yolu Festivali'yle başlayan Türkiye Kültür Yolu Festivalleri bu yıl Nevşehir, Trabzon, Erzurum, Çanakkale, Gaziantep, Ankara, Konya, Diyarbakır, İstanbul, İzmir ve Antalya olmak üzere 11 şehirde düzenlenmiştir / düzenlenecektir.



7

TURİZM GELİŞİM AŞAMALARI

TUDER' in kurulması ile birlikte, turizm gelişim aşamalarının neler olduğuna yönelik, turizmle gelişmiş ülkeler incelenmiş ve turizm gelişme aşamaları saptanmış, bu doğrultuda dernek eylem planı hazırlanmıştır.

Turizmle gelişmiş tüm ülkelerde **turizm gelişimi, dört aşamalı bir turizm geliştirme programının, bütüncül bir yaklaşımla ele alınması sonucu** gerçekleştirilmiştir.

Değerlendirme Aşaması: TUDER &TSO işbirliğinde düzenlenen kapsamlı **Turizm Çalıştayı** ile Turizm potansiyelimiz analiz edilmiş, çok zengin tarihi, kültürel, jeolojik mirasa, doğal güzelliklere ve değerlere sahip olduğumuz ortaya çıkarılmıştır.

Tokat'ın bugün var olan “müstesna değerleri” sayesinde yakın çevresindeki illeri çok rahat geçeceği, Türkiye’de ki çoğu önemli turizm şehirlerinin düzeylerine gelebileceğini ifade eden iddialı bir değerlendirme ortaya konulmuştur.

●**Planlama:** Tokat turizmini geliştirmeye yönelik bir yol haritası olan Tokat İli Turizm Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı TUDER & Tokat TSO işbirliğinde hazırlanmıştır.



●**Hazırlanma:** Ne yazık ki, Tokat TSO ve TUDER'in tüm çabalarına rağmen, **bir turizm yönetimi oluşturulamamış ve ileriki bölümlerde nasıl hazırlandığı anlatılan eylem planı uygulamaya alınamamıştır.** Var olan potansiyelimize değer katmak, bu potansiyeli koruma-kullanma dengesi içinde ekonomik değer yaratan çıktılara dönüştürmek yerine, **sadece ne kadar çok zenginliğimiz olduğuyla övünüp durma süreci ne yazık ki devam ede** gelmiştir. Alınan tüm kararların uygulanmasını çabuklaştıran, izleyen ve netice alan bir yapı olarak oluşturulması amacıyla Vali Cevdet Can tarafından kurulan Tokat Kurumsal Yönetim Birliği de, işlevsel kılınamamış ve Tokat turizminin gelişimine çare olamamıştır. «Tokat'ta turizm gelişirse toplumun ahlakı bozulur» diyen, kapalı kapılar arkasında hazırlanan Tokat Tanıtım filmine bir tarikatın zikir ayinini koyan zihniyet, paydaşların yer alacağı bu oluşumu engellemek için her yolu denemişlerdir. Türkiye Turizm Stratejisi'nde yer alan, taslakları hazırlanan ve Vali Sayın Şerif Yılmaz, Sayın Mustafa Taşkesen ve Sayın Cevdet Can'ın onay vermelerine karşın **“Tokat İl Turizm Konseyi”** kurulamamıştır.

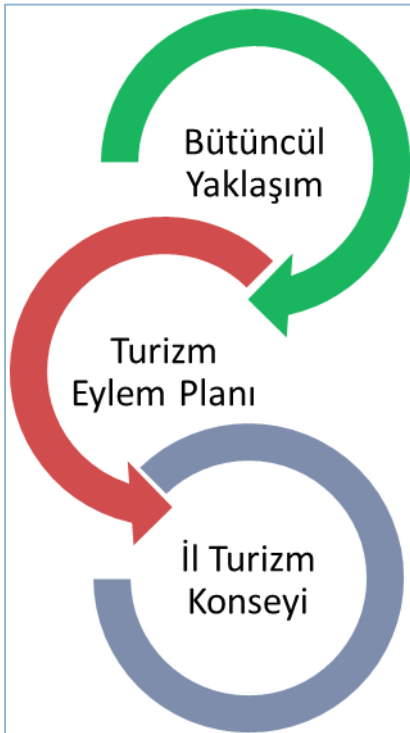
Pazarlama: Hazırlanma aşamaları tamamlanamadığı; turizm yönetim sistemi oluşturulamadığı için pazarlama aşamasına da geçilememiş, **turizm potansiyelimiz ekonomik değer yaratan çıktılara dönüştürülemediği.**

Turizm geliştirme aşamalarının ilk basamağı olan ve Tokat'ın tarihi, kültürel ve jeolojik mirasını, doğal güzellikleri, değerlerini ve özgün kimliğini ortaya koymak amacıyla bir Turizm Çalıştayı yapılmıştır.



Çalıştay Tokat Ticaret ve Sanayi Odası ve TUDER işbirliğinde düzenlenmiştir. Söz konusu çalıştayta, geleneksel çalıştay yönteminden farklı bir yöntem uygulanmış, Tokat merkez ve ilçelerden paydaşlar davet edilmiş, 3 etaptan oluşmuş, geniş kapsamlı, ortak aklın ve istişarenin öncelendiği bir çalışma yürütülmüş, tüm paydaşlarının görüşleri kayıt altına alınmış, tüm görüşler tasnif edilmiş, ortak görüşler birleştirilmiş ve bu nedenle de 3 ay sürmüştür.

Çalıştay sonrası **Çalıştay Sonuç Raporu** ortaya çıkarılmıştır. Söz konusu raporda çok sayıda sorun ve çözüm önerileri yer almakla birlikte **üç temel husus**;



① Turizm geliştirmede parçacı yaklaşımların terk edilip, **bütüncül yaklaşım** sergilenmesi,

② Tokat **Turizm Eylem Planının** hazırlanması,

③ Hazırlanacak bu eylem planının **kurulacak İl Turizm Konseyi** marifetiyle uygulamaya alınması

Öne çıkmıştır.

9

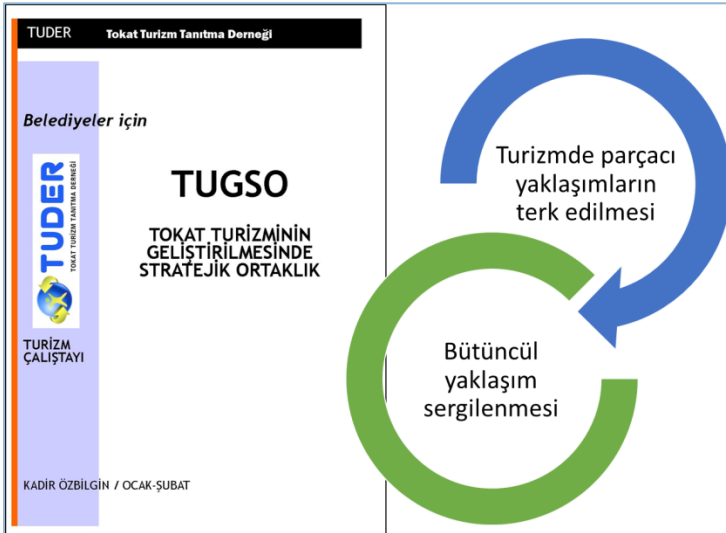
TURİZM ÇALIŞTAYI SONUÇ RAPORU SUNUM



Hazırlanan Turizm Çalıştayı Sonuç Raporu Tokat Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sayın Ahmet ARA ve TUDER Yönetim Kurulu Başkanı Kadir ÖZBİLGİN ve tarafından yapılan bir sunumla, yerel siyasi otoriteye ve paydaşlara anlatılmış ve onay almıştır.

10

TURİZM GELİŞİMİNDE STRATEJİK ORTAKLIK

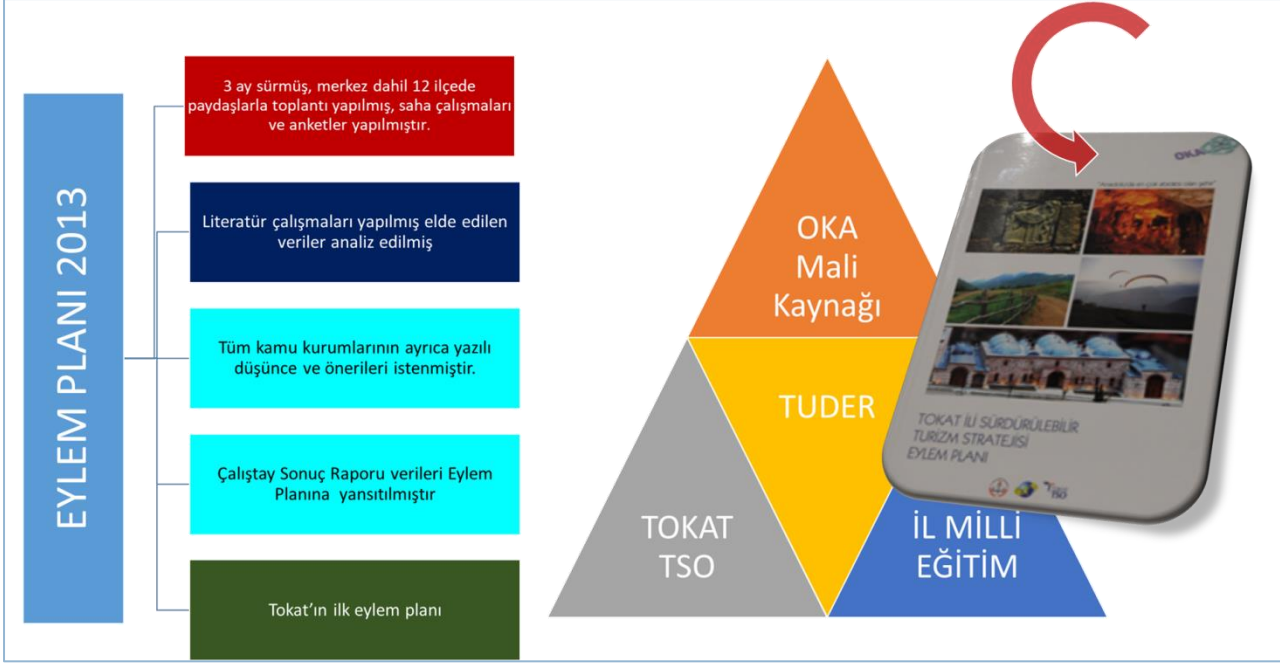


Hemen arkasından turizmde parçacı yaklaşımların terk edilip, bütüncül yaklaşım sergilenmesi ile ilgili bir çalışma TUDER Yönetim Kurulu Başkanı Kadir ÖZBİLGİN tarafından hazırlanarak, TSO Başkanı Sayın Ahmet Arat Bey'in düzenlediği yemekli toplantıda, belediye başkanlarına dağıtılmıştır.

Turizmde bütüncül yaklaşım sergilenmesinin sağlayacağı yararlar dönemin belediye başkanlarına anlatılmıştır.

11

TOKAT İLİ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM STRATEJİSİ EYLEM PLANI



Çalıştay sonucunda Vali Sayın Şerif Yılmaz'ın görevlendirmesiyle / isteğiyle Tokat TSO & TUDER ve İl Millî Eğitim Müdürlüğü işbirliğinde ve OKA mali desteği ile TUDER tarafından Tokat'ın ilk eylem planı olan **Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı ve Performans Programı** hazırlanmıştır.

Eylem Planının hazırlanması **3 ay sürmüştür, merkez dâhil 12 ilçede** paydaşlarla toplantılar, saha ve anket çalışmaları yapılmıştır. Literatür çalışmaları sonucu elde edilen veriler analiz edilmiş, ayrıca ilgili tüm kamu kurumlarının yazılı düşünceleri ve önerileri alınmıştır.

Çalıştay Sonuç Raporu verileri eylem planına yansıtılmıştır.

12

TOKAT İL TURİZM KONSEYİ'NİN KURULMASI ÇALIŞMALARI

TUDER tarafından, Çalıştay Sonuç Raporuyla öne çıkan ve üç husustan birisi olan **İl Turizm Konseyi** çalışmalarına geçilmiştir.

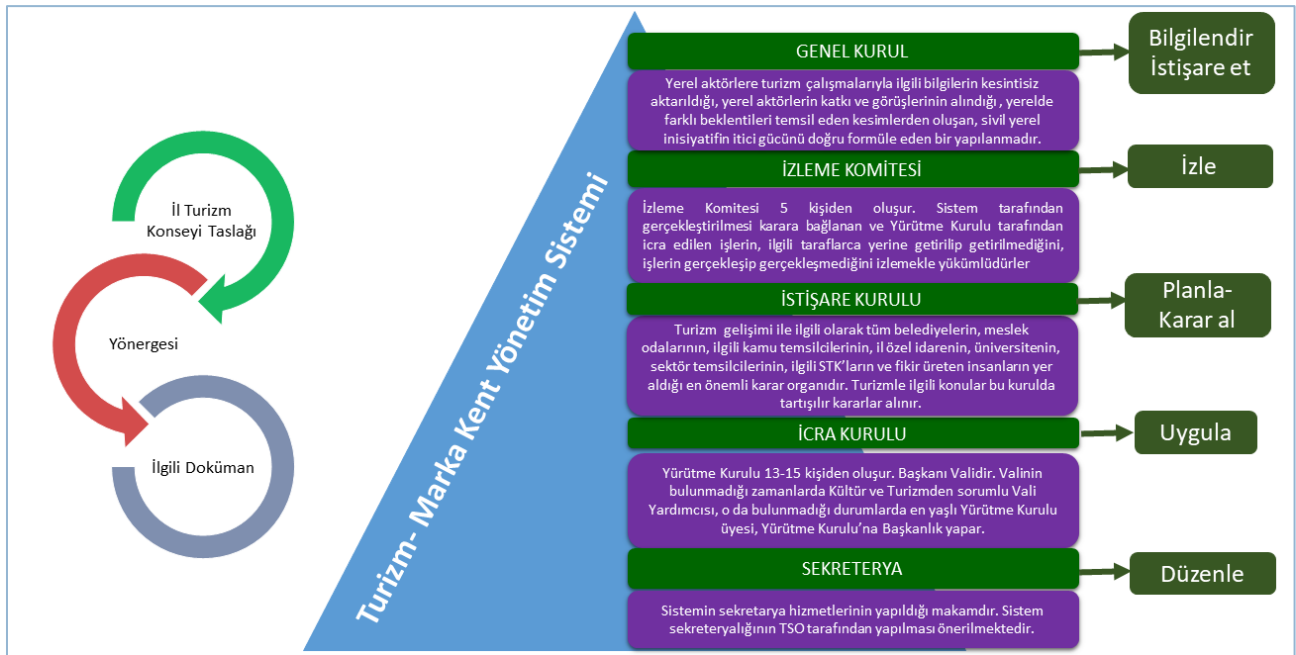
Dayanağımız; Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Madde 3.3. Örgütlenme "İyi Yönetişim İlkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK'ların karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi" saptaması olmuştur.

Buradaki amaç, turizm sektöründe karar verme süreçlerinde merkez-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve işbirliği içinde olmasının sağlandığı yönetim mekanizmalarının oluşturulması ve işler kılınmasıdır.

Bu kapsamda önce Türkiye’de İl Turizm Konseyi’ni kuran şehirler; **Kahramanmaraş (2007), Yozgat (2028), Ankara (2010), Muğla (2011), Antalya (2011), Kırşehir (2011), Bolu (2012), Çanakkale (2012) hatta noktasal bazda Salihli (2012)** İl Turizm Konseyleri incelenmiştir. Bu konseylerin kurulma şekilleri ve karşılaştıkları sorunlar öğrenilmiştir.

Daha sonra dünyada turizmde başarılı olmuş 10 ülkenin; **İspanya, Almanya, Avusturya, İsveç, Portekiz, Norveç, Hırvatistan, İtalya, İzlanda, Yunanistan** incelenmiş ve Yunanistan dışında kalan ülkelerin **turizm yönetimini turizm birlikleri, turizm konseyleri, yerel otorite, akademi ve turizm ofisleri gibi paydaşlardan oluşan kamu-yerel yönetim-meslek odaları-üniversite-STK ve özel sektör işbirliğinde yönettikleri** saptanmıştır.

Yine Tokat İl Kültür Turizm Müdürlüğü’nün 20 Ocak 2012 tarihli Değerlendirme Raporunda da, **“İl Turizm Konseyi’nin kurulması ve kentin gelişimim noktasal alınan kararlarla değil, kent ölçeğinde bütüncül yaklaşımla planlanmalıdır”** şeklindeki tespiti de dikkate alınmıştır.



İncelenen bu örneklerden ve öğrenilen deneyimlerden yola çıkılarak İl Turizm Konseyi taslağı, yönergesi ve ilgili dokümanlar hazırlanarak dönemin valisi Sayın Şerif Yılmaz’a teslim edilmiştir. Vali Sayın Şerif Yılmaz konseyin kurulması ile ilgili olarak konuyu İl Kültür Müdürlüğü’ne sevk etmiş ancak kimi nedenlerle konsey kurulamadan başka şehre ataması çıkmıştır.

Vali Sayın Şerif Yılmaz'dan sonra gelen valiler; Sayın Mustafa Taşkesen ve Cevdet Can'da bu konseyin kurulması için onay vermiş ancak gerekli yapı oluşturulamadan başka görevlere atanmışlardır. Bu dönemde bu yapının kurulmasına direnç gösteren ve ehil olmadıkları tarafımızdan dillendirilen zihniyet haklarında açılan başka davalar sonucu İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden uzaklaştırılmıştır.

Turizm geliştirme çalışmaları kapsamında, Vali Sayın Şerif Yılmaz döneminden başlamak üzere, Tokat turizminin gelişimine yönelik hedefler konulmuş, stratejiler belirlenmiştir. Ancak daha sonraki süreçte **konuyla ilgili kamu görevlilerinin planlama prensiplerini askıya alarak, kendi karar ve politikalarını uygulamaya sokma arzuları bu çalışmaları sürekli kesintiye uğratmış**, Tokat'ın sahip olduğu değerlere değer katmaya odaklanmaktan çok, bu değerleri anmakla zaman geçirilmiştir.

Kuşkusuz kimi çalışmalar da iyi niyetle yapılmıştır. Ancak iyi niyetle de yapılırsa, gel-geç hevesler içinde boğulan, derme çatma olan uygulamalardan vazgeçilmemiş, çalışmaların anlamsız ve boş çabalara dönüştürülmesine izin verilmiştir.(*Yavaş Moda Günleri, Gastronomi Festivali vb.*) Bu anlayışın turizmin gelişmişliğine çare olamayacağı açıkça görülmüştür.

●**Turizmde planlama**, işleyen neyse onu sürekli güçlendirme ve işlemeyeni terk etme, risk içeren kararları potansiyel etkilerini en iyi şekilde tartarak alma, hedefler belirleme, performans ve sonuçları sistematik geribildirimlerle değerlendirme ve değişen şartlar karşısında durmaksızın ayarlamalar yapma sürecidir.

Tokat'a atanan Sayın valilerimiz şehrimize geldiklerinde, belirlenen bir takvim dâhilinde ve paydaşlarca (tek düze bir anlayışla değil) brife edilmeli, başlatılan çalışmalarda devamlılık sağlanmalıdır. Bu valilerimizin de işini kolaylaştıracak ve ölçülebilir somut çıktılar elde etmelerini sağlayacaktır.

Bilindiği üzere bir şehir sahip olduğu denizi, kumu, dağı, taşı, müzesi ve mutfağıyla kendiliğinden marka olmaz. **Bir şehrin marka olması için o şehrin yöneticilerinin ve halkının aynı fikir etrafında birleşip bu fikre sahip çıkmaları, bu fikri her gün yaşatmaları gerekir.** Bu çaba ancak çok uzun süre, istikrarlı bir şekilde sürdürülürse bir şehir marka şehir oluyor.

Şehir hakkında söz sahibi olan vali, belediye başkanı, vakıflar, dernekler ve özel sektörün aynı fikre hizmet etmeleri gerekiyor. Bir şehri marka yapmak, dünyanın her yerinde uzun yıllar alıyor. En büyük engel, yöneticilerin ve kurumların egolarıdır; görüş ayrılıkları ve içsel rekabet genellikle işleri çıkmaza sokuyor. Şehirler bu engeli aşmadan başarıya ulaşamazlar.

Bu bağlamda kamu görevlilerinin tek yönlü bakış açısıyla, kendi karar ve politikalarını uygulamaya sokma arzularından vaz geçmeleri sağlanmalıdır.



Daha önce Tokat Kurumsal Yönetim Birliği gibi başarısızlıkla sonuçlanan deneyimler de göz önüne alınarak, İl Turizm Koordinasyon Kurulu, Marka Kent Çalışma Kurulu, Tarih Kültür Turizm Kurulu gibi parçalı yapılarla turizm yönetilmeye çalışılmamalıdır. Dünyada ki tüm başarılı örnekleri göstermiştir ki, **turizm yönetimi tek bir çatı altında yapılmalı**, kamu, **yerel yönetimler**, **üniversite**, **meslek odaları**, **sivil toplum**, **özel sektör ve fikir üreten grup bu çatının altında** toplanmalıdır.

Turizm geliştirme gibi ciddi ve iddialı bir konu üzerinde söz söyleme hakkı öncelikli olarak paydaşlara verilmelidir.

Tokatlıların, turizmle ilgili ortaklaşa karar almada ve uygulamada, ortak çıkarları dile getirmede, yükümlülükleri karşılama ve çatışma noktalarının çözümünde kullanacakları bir **yapının ortak akılla oluşturulması** gerekmektedir.

13

YEREL TURİZM PLATFORMU KURULMASI ÇALIŞMALARI

İl Turizm Konseyi'nin oluşturulamaması üzerine, Mart 2014 Yerel seçimlerden hemen sonra; 23.04.2014 tarihinde TUDER (*Başkan Kadir ÖZBİLGİN*) tarafından "**Turizm Acil Eylem Planı**" hazırlanmış ve "Söz konusu İl Turizm Konseyi Tokat Valiliğinin başkanlığında kurulamıyorsa, **yerel turizm platformu** olarak Tokat Belediyesi Başkanlığında da oluşturulabilir" önerisi getirilmiştir.

Bu saptamanın dayanağı; yerel seçimlerde Ak Parti'nin Merkez dâhil 12 ilçede merkez ve ilçe belediye başkanlıklarının tamamının kazanılmış olmasıydı. Aynı partiye bağlı belediye başkanlarının bu platformun çatısı altında toplanabileceği düşüncesi oluşmuştu. Dönemin Tokat Merkez Belediye Başkanı bu öneriye olumlu karşılama, ancak kimi nedenlerle (*rekabet duygusundan kaynaklanan içsel çekişme*) ve oluşan isteksizlikle belediyeleri böyle bir çatı altında gönüllü olarak toplamak mümkün olamamıştır.

23.04.2014 tarihinde gündeme getirdiğimiz bu önerinin, **bu günlerde Tokat Belediyesi şemsiyesi altında oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapıldığı** duyumu alınmıştır. Ancak aynı siyasal görüşe

sahip belediyelerin böyle bir çatı altında toplanamaması göz önüne alınarak, farklı siyasal görüşlere ve beklentilere sahip belediyelerin böyle bir çatı altında toplanmasının zorluğu da göz ardı edilmemelidir.

İl Turizm Konseyi'nin nasıl oluşturulmasına yönelik TUDER görüşü ileriki bölümlerde açıklanmıştır.

14

TURİZM YÖNETİM SİSTEMİNİN (İL TURİZM KONSEYİ) KURULAMAMASI NEDENİYLE...

İl Turizm Konseyi'nin kurulamaması nedeniyle 2006-2018 döneminde hazırlanan 8 plan uygulamaya alınamamıştır. Bunlar;

- ① Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi Bölgesel Gelişme Ana Planı 2006 (Devlet Planlama Müsteşarlığı)
- ② Turizm Çalıştayı Sonuç Raporu 2012 (Tokat Ticaret Odası & Tokat Turizm Tanıtma Derneği (TUDER))
- ③ Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı 2012-2013 2012 (Tokat Ticaret Odası & Tokat Turizm Tanıtma Derneği (TUDER))
- ④ Turizm Acil Eylem Planı 2014 (Tokat Turizm Tanıtma Derneği TUDER)
- ⑤ Tokat İli Doğa Turizm Master Planı 2013-2023 (Orman ve Su İşleri Bakanlığı)
- ⑥ Tokat İl Kültür Turizm Eylem Planı 2018-2023 (Tokat Valiliği & OKA)
- ⑦ Doğu Karadeniz Turizm Master Planı Kararları 2018 (DOKAP)
- ⑧ Doğu Karadeniz Turizm Master Planı Tokat İli Mevcut Durum Raporu 2018 (DOKAP)

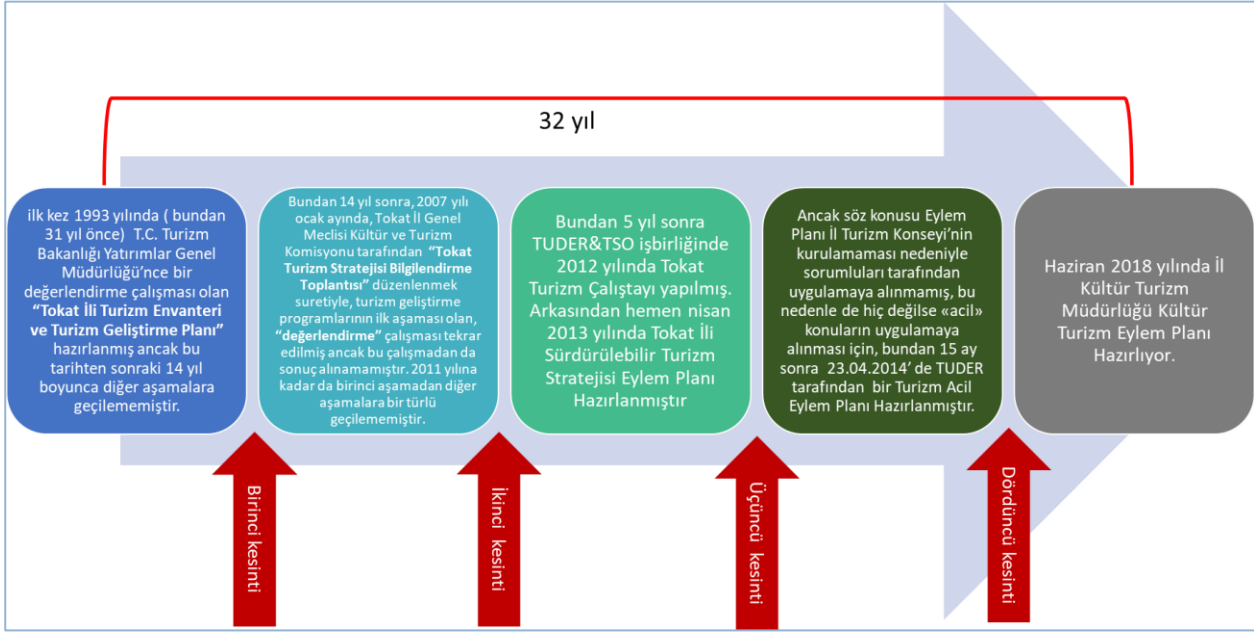
15

TARİHSEL SÜRECİN ÖZETİ

Birinci Kesinti: ilk kez 1993 yılında (bundan 31 yıl önce) T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü'nce bir değerlendirme çalışması olan **"Tokat İli Turizm Envanteri ve Turizm Geliştirme Planı"** hazırlanmış ancak bu tarihten sonraki 14 yıl boyunca diğer aşamalara geçilememiştir.

İkinci Kesinti: Bundan 14 yıl sonra, 2007 yılı ocak ayında, Tokat İl Genel Meclisi Kültür ve Turizm Komisyonu tarafından **"Tokat Turizm Stratejisi Bilgilendirme Toplantısı"** düzenlenmek suretiyle, turizm geliştirme programlarının ilk aşaması olan, "değerlendirme" çalışması tekrar edilmiş ancak bu çalışmadan da sonuç alınamamıştır. 2011 yılına kadar da birinci aşamadan diğer aşamalara bir türlü geçilememiştir.

Üçüncü Kesinti: Bundan 5 yıl sonra TUDER&TSO işbirliğinde 2012 yılında Tokat Turizm Çalıştayı yapılmış. Arkasından hemen Nisan 2013 yılında Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı hazırlanmıştır.



Dördüncü Kesinti: Ancak söz konusu Eylem Planı İl Turizm Konseyi'nin kurulamaması nedeniyle sorumluları tarafından uygulamaya alınmamış, bu nedenle de hiç değilse «acil» konuların uygulamaya alınması için, bundan 15 ay sonra 23.04.2014' de TUDER tarafından bir Turizm Acil Eylem Planı hazırlanmıştır.

Beşinci Kesinti: Haziran 2018 yılında İl Kültür Turizm Müdürlüğü Kültür Turizm Eylem Planı Hazırlanmıştır. Ancak bu eylem planı da uygulamaya alınmamıştır.

16

32 YILDA HIÇBİR ŞEY YAPILMADI MI?

Elbette yapılmıştır.

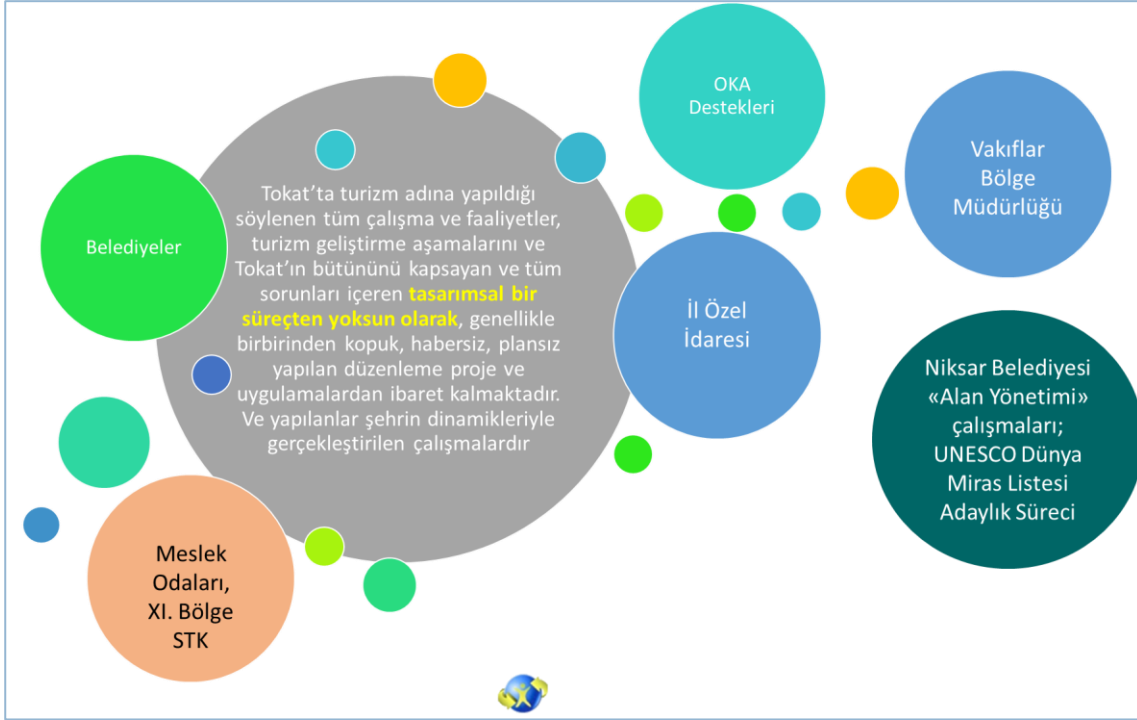
Örneğin OKA 2010 ve 2016 yıllarında turizm alt yapısına yönelik 9,6 milyonluk katkı sağlamıştır. Toplam bütçe büyüklüğü ise 16,6 milyon liradır.

Yine Zile-Pazar-Tokat (merkez)-Niksar destinasyonun hayata geçirilmesi yönünde en önemli çalışmalar Zile ve Niksar Belediyeleri tarafından yürütülmüştür.

2007-2011 arası Zile Kalesi, Niksar kalesi, Bey Sokak'ın restorasyonu, yine Tokat Kalesi'nin, Sulusokak, Yahudi Sokağı'nın restorasyonu, kazı çalışmaları gibi çalışmalar yapılmıştır.

Buradaki sorun, Tokat'ta turizm adına yapıldığı söylenen tüm çalışma ve faaliyetler, turizm geliştirme aşamalarını ve Tokat'ın bütünü kapsayan ve tüm sorunları içeren tasarımsal bir

süreçten yoksun olarak, genellikle birbirinden kopuk, habersiz, plansız yapılan düzenleme proje ve uygulamalardan ibaret kalmaktadır. Ve yapılanlar şehrin dinamikleriyle gerçekleştirilen çalışmalardır.



Dikkat edilirse yapılan çalışmaların önemli bir ağırlığı fiziki altyapı çalışmaları konusundadır.

Bu elbette önemlidir ancak bundan daha ağır sorun, **beşeri altyapıya önem** verilmemesidir.

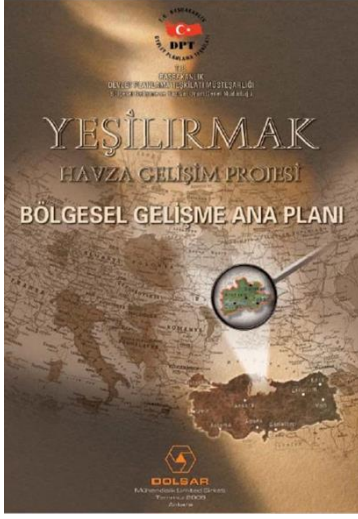
Sorun, Türkiye'nin 40 yılı bulan turizm hareketinde Tokat'ın turizm potansiyelinin bu 32 yılda devreye giremediğidir.

Önemli olduğu için tekrar etmek gerekiyor ki, Tokat'ın turizm de dâhil tüm kalkınma alanlarında ilerleme kaydedilebilmesinin yolunun dedikodudan, kuru hamasetten değil, **bilgiden, doğru veriye dayalı gerçekçi hedefleri cesurca belirlemekten ve bunları belli bir yönetim aklıyla, ilgili tüm taraflarla istişare ve işbirliği içinde ve planlama dahilinde uygulamaktan geçtiğini ve bu anlamda da özellikle turizmin gelişiminden sorumlu kamu görevlilerinin, turizm gelişimi için doğru konulara odaklanıp odaklanmadıkları** konusunda kendilerini samimiyetle sorgulamaları gerekmektedir.

Çarpıcı bir örnek; Bölgesel Gelişme Ana Planı...Plan Temmuz 2006'da yayınlanmıştır.

Aradan 19 yıl geçmiştir.

Ancak, söz konusu plandaki çoğu saptamanın aradan 19 yıl geçmesine karşın hala güncelliğini koruması ve Tokat ölçeğinde alınması önerilen tedbirlerin hala alınmamış olması çok şaşırtıcı ve Tokat'ın neden yeterli bir kalkınma sağlayamadığının da izahı gibidir.



Planın başında belirtilen ve ileriki bölümlerde de vizyon olarak açıklanan «Türkiye'nin Karadeniz'e açılan kapısı olmuş, yaşam kalitesini yükseltmiş, çevreye duyarlı, rekabetçi, hızla gelişen bölge» hedefi ne yazık ki Çorum, Amasya ve Samsun içi gerçekleştirilmiş olsa da, Tokat bu hedefin dışında kalmıştır.

Bu vizyona karşın Tokat halen Karadeniz'e açılan bir kapı olamamış, rekabetçi pazarlara açılmakta zorluk yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir.

18

YANITI MERAK EDİLEN BASİT SORULAR

Anlatılan süreç sonunda şu soruların samimi yanıtları verilebilmelidir.

- 1-Tokat turizm geliştirme çalışmalarında neredeyiz?
- 2-Tokat turizm çalışmaları sağlıklı, planlı ve sürdürülebilir bir şekilde yürütülüyor mu?
- 3-Yürütülüyorsa biz neden bir gelişme hissedemiyoruz?
- 4-Tokat turizminin gelişiminin önündeki sorunları biliyor muyuz?
- 5-Biliyorsak, bir yandan, turizm gelişimi ile ilgili mevcut sorunları çözerken, diğer yandan da yarınları planlıyor muyuz?
- 6-Bilmiyorsak, sorunları saptamak ve çözmek için neler yaptık, ne tür öneriler geliştirdik?
- 7-Turizmde işler yolunda gidiyor mu?

19

PEKİ NE YAPILMIŞTIR?

Turizm geliştirmede kritik öneme sahip stratejik planlama dikkate alınmamış, Turizm gelişimini uzun vadeli, amaç ve sonuç yönelimli stratejik planlama yerine, gündelik, dar kapsamlı, kısa vadeli, sürdürülebilirliği olmayan karar ve politikalarla yönetilmeye çalışılmıştır.

Sivil toplumda oluşan heyecanlı atılım dönemleri de dahil olmak üzere, “**planlı turizm prensipleri**” ni askıya alarak , toplumda turizm gelişiminin hafifsendiğine yönelik bir algı oluşturulmuştur.. Tokat’ın gerçek potansiyeli ve turizm değerleri şiddetle ihmal edilmiştir. Tokat sivil toplumunda gelişen turizme çağdaş bir düzen getirme arayışları tekdüze, benci bir anlayışa ve plansızlığa feda edilmiştir. Bu yüzden gelişimin önündeki sorunlar tanımlanamamış ve çözülememiştir.

Oysa **ülkeleri ve şehirleri gelişmiş yapan en büyük etken sorunları açıkça tanımlayıp** çözüme yetenekleridir.

Abartıl anlatımları (kuru hamaseti) bırakıp, bugünün ve geleceğin boynumuza yüklediği atılımları yapmalıyız. Bunun için günün adamı olmayı bırakıp, hakikatin adamı olmalıyız.

Bunun yolu ise bilgiye ve doğru veriye dayanan cesur ama gerçekçi hedefleri belirlemekten ve bunları belli bir yönetim aklıyla işbirliği içinde uygulamaktan geçer.

20

ÖNCE KARAR VERMELİYİZ



Markalaşma çalışmaları da dâhil tüm turizm geliştirme çalışmaları Planlı, toplum temelli ve sürdürülebilir olmalı mıdır olmamalı mıdır?

Eğer yanıtımız «**olmalıdır**» ise bu yanıtı uygun davranılmalıdır.

Çünkü çevrenin ve kültürün en hassas olduğu yerlerde yeşerebilen turizm kaynaklarının ve çalışmalarının tesadüfen toplum temelli ve sürdürülebilir olması mümkün değildir.

Bu nedenle de gel-geç hevesler içinde boğulan, derme çatma olan ve yarardan çok zarar getiren çalışmalardan artık vazgeçmeliyiz. Çünkü iyi niyetle yapılsa da bu çalışmalar anlamsız ve boş çabalara dönüşüyor.

Toplum temelli ve sürdürülebilir turizm kesinlikle, turizm kaynağında bulunan yerel kuruluşların, yerel halkın, hizmet ve ürün sunucularının bir araya gelerek oluşturacakları bir plan ve programın, bir yönetsel organizasyonla uygulamaya alınmasıyla sağlanabilir.

SORUNLAR

21

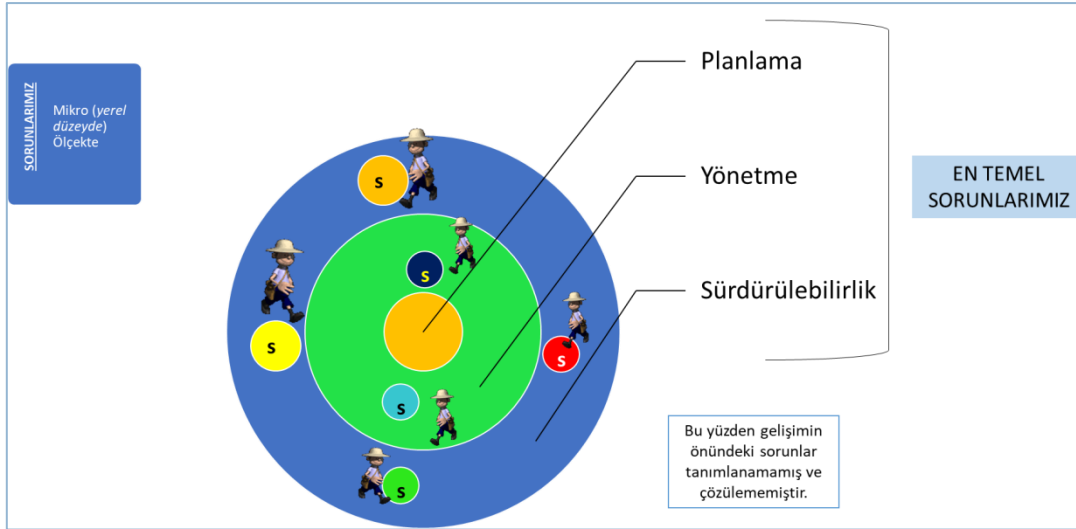
SORUNLARIMIZ



Sorunlarımız mikro (yerel düzeyde) ölçekte ve makro ölçektedir.

22

MİKRO ÖLÇEKTEKİ SORUNLARIMIZ



Üç temel konuda mikro sorunlarımız vardır.

Bunlar; **Planlama, Yönetme ve Sürdürülebilirlik**dir.

❶ **Planlı** gelişme prensipleri askıya alınmıştır.

- 2 Turizm **Yönetim Sistemi** kurulamamış, bu nedenle planlı-örgütlü-bütüncül turizm stratejik yönetimi devreye sokulamamıştır.
- 3 Turizmle ilgili konular **dar kapsamda ele** alınmaktadır.
- 4 Rekabet duygusundan kaynaklı **içsel çekişme** yaşanmaktadır.
- 5 Turizm bir yerel kalkınma politikası haline dönüşmemiştir.
- 6 Uygun kaynak ve fonlar sağlanamamış, ayrılan kaynaklar verimli ve etkin kullanılamamıştır.
- 7 Turizm yönetimi ve gelişimi “turizm nosyonuna” ya da bu konularda bilgi, birikim, donanım ve tecrübeye sahip olmayan kişilere verilmektedir.
- 8 Yerel kalkınmanın asıl unsurunun Tokatlılar olduğu gerçeği göz ardı edilmektedir.
- 9 Genel ve proje bazlı sorunlar bir türlü giderilememiştir.
- 10 “Tokat merkezden ibarettir “ anlayışı “Turizm bir destinasyon yönetimidir” anlayışının yerini almıştır. “

23

MAKRO ÖLÇEKTEKİ SORUNLARIMIZ



BEKLENTİLER

24

BEKLENTİLERİMİZ

Beklentilerimiz de mikro ve makro ölçekte dir.

25

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ -PLANLAMA

Planlı gelişme prensipleri askıya alınmamalı, kesintiye uğratılmamalıdır.

Turizm gelişiminin uzun vadeli, amaç ve sonuç yönelimli **stratejik planlama yerine, gündelik dar kapsamlı karar ve politikalarla yönetilmesinden** vaz geçilmelidir.

Turizm geliştirmede kritik öneme **sahip stratejik planlama önemle dikkate** alınmalıdır.

Özellikle resmi etiketli turizm yetkililerinin ve kamu otoritesinin turizmle ilgili sorunlara geçici çözümler bulmaya odaklanan mevcut yaklaşımlarını terk etmeye ikna edilmeleri gerekmektedir.

Turizm gelişimine yönelik tüm eylemler sistematik bir yöntemle yapılmalıdır.

Turizm geliştirmede kritik öneme sahip stratejik planlamanın dikkate alınmaması, hedefe ulaşmamamızdaki en büyük engellerden birisidir.

Çünkü bu şartlar altında çözümler geçici olmakta, sorunlarsa sürekli kalıcılaşımaktadır.

Turizmle ilgili çalışmalar iyi niyetle yapılsa da gel-geç hevesler içinde boğulmakta, derme çatma olmakta, anlamsız ve boş çabalara dönüşmekte, faydadan çok zarar getirmektedir.

Bu anlayışın turizmin gelişmemişliğine çare olamayacağı çok açıktır.

Bu nedenle kamu ve yerel yönetimler « ben yaptım oldu» anlayışını bir tarafa bırakarak, turizmde gelişme ilkesini içeren bir **planlama yaklaşımını ortaya** koymalıdır.

Turizmde planlama, işleyen neyse onu sürekli güçlendirme ve işlemeyeni terk etme, risk içeren kararları potansiyel etkilerini en iyi şekilde tartarak alma, hedefler belirleme, performans ve sonuçları sistematik geribildirimlerle değerlendirme ve değişen şartlar karşısında durmaksızın ayarlamalar yapma sürecidir.

Kopyalamayıp, özgün çözümler üretmeliyiz

Para, gerekli insan kaynağı, performans göstergeleri ve hatta yasal prosedürler her yerleşmede farklılık gösterdiğinden, her yerleşme için farklı çözümler geliştirilmesi gerekmektedir.

Turizm her ulus, bölge ve turizm merkezi için özel bir turizm politikası, stratejisi ve programına ihtiyaç duyar. Başka yerlerin turizm politikalarının ve stratejilerinin kopyalanması sürdürülebilir sonuçlar almak için yeterli olmayacaktır.

Yerel kalkınmanın asıl unsuru tokatlılardır: Valilik tarafından (Vali Sayın Cevdet Can) hazırlanan “Yapısal Dönüşümün Başlangıcında Tokat’ın Geleceği İçin Bir Önsöz” kitapçığında Sayın Valimiz, “İlimize dışarıdan gelen kişiler, bizlere rehberlik yapabilirler ama yerel kalkınmanın asıl unsurunun siz Tokatlılar olduğunu tekrar vurgulamak isterim” demektedir.

Gerçekten de öyledir. Turizm her ulus, bölge ve turizm merkezi için özel bir turizm politikası, stratejisi ve programına ihtiyaç duyar. Başka yerlerin turizm politikalarının ve stratejilerinin kopyalanması sürdürülebilir sonuçlar almak için yeterli olmayacaktır.

Ancak uygulamada, bu şehrin sorununu ve verimini bilmeyen kişi / kurum / kuruluşlardan medet umulmakta, kimi işler bu tanımdaki kişi / kurum / kuruluşlara hizmet alımı yoluyla ihale edilerek veya verilerek ölçülebilir ve somut çıktıları olmayan, sakıncalı veya amacına hizmet etmeyen işler yapılmaktadır.

Biz, turizmin evrensel kurallarını göz ardı etmeden, bize özgü stratejiler ve programlar geliştirmeli, bu şehrin sorununu ve verimini bilmeyenlerden, bize özgü çözümler üretmelerini beklememeliyiz, tüm planlamalarda bu hususu dikkate almalıyız.

26

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ -YÖNETİM

Turizm yönetimi için organize olmalıyız.

Yerel siyasi otorite, kamu ve sivil yerel inisiyatifin itici gücünü doğru formüle eden, fonksiyonel, üretken, verimli bir yapılanmanın hayata geçirilmesini gerçekleştirilmeliyiz.

Güçlü destinasyon markası yaratmanın en önemli koşullarından bir tanesi işbirliğidir. Tokat’ın marka kent olması, özel ve kamu sektör temsilcileri ile STK’ların katkıları ile halkımıza yapılan bildirimler ve onlardan gelecek destek, katkı / katılımlarla mümkündür.

Tüm çalışmalar, kamu ve sivil inisiyatif ortaklığı ile yürütülmelidir. Günümüze değin turizmle ilgili fonksiyonları tek başına yürüten kamu otoritesi, artık bu işleri sivil inisiyatifle ortaklaşa yürütecek bir zihinsel inovasyonu gerçekleştirmelidirler.

Sürdürülebilir bir geleceğin bugünle bağlantısını kurmak, gelecekte en iyi sonuçları doğuracak kararları alabilmek için tüm paydaşları ortak bir anlayış etrafında toplayabilmeliyiz.

Bunun için Tokat Valiliği bünyesinde sekretaryalığı Tokat Ticaret ve Sanayi Odası’nca yapılacak Tokat İl Turizm Konseyi’nin kurulmasını sağlamalıyız.

Sekretarya hizmetlerini neden TSO yürütmelidir?

Türkiye'deki ve dünyadaki başarılı örnekleri göstermektedir ki, özellikle, birbiriyle bağlantılı çok sayıda çalışmaları içeren turizm geliştirme ve marka şehir projeleri, genellikle şehirlerin Ticaret Odaları tarafından yürütülmektedir. Örneğin New York'taki markalaşma çalışmaları New York Ticaret Odası tarafından yürütülmüştür. İzmir Ticaret Odası öncülüğünde marka kent projesini devam ettirmektedir. Hatay Marka Kent Çalışmaları Sekretarya Hizmetleri Antakya Ticaret ve Sanayi Odası Tarafından yürütülmektedir

Nedeni şudur. Ticaret odaları yapıcı bir topluluktur. Kültür, iş gücü, eğlence ve dinlence yaratmak ve eşsiz kalitenin oluşturulabilmesi için yeni yollar ararlar. Kamunun geleneksel davranışlarına ve kimi sınırlamalarına karşın (*Görev anlayışı ve hiyerarşi*) her zaman inovatif düşünmeye çalışırlar. Bu sayede hedef pazar ve müşteri tabanı oluşturmayı umarlar. Tanıtıma ve pazarlamaya en yakın taraftır.

Ticaret ve sanayi odaları sivil toplumla daha sağlıklı iletişim zemini yaratırlar, protokol, particilik ilişkileri ve hiyerarşi arka planda kalmaktadır.

Turizm geliştirme çalışmaları, insan kaynağına ve mesai sınırlaması olmamasına ihtiyaç duyar. Ticaret ve Sanayi Odaları gerekli insan kaynağının temin edilmesi hususunda daha bağımsız hareket edebilirler.

Sekretarya hizmetleri Tokat TSO tarafından yürütmelidir. Turizm geliştirme çalışmaları ile ilgili oluşturulacak yürütme kurulunun, gönüllülerin ve yerel toplumun odada çalışmaları, bilgi edinmeleri sağlanarak sürece dâhil edilmeleri, etkin roller almaları sağlanabilir. Projeye start verilmesi için gerekli parasal ve mekânsal olanaklar, bu kurum tarafından daha çabuk sağlanabilmektedir. Yaratıcı sınıf bu sayede çalışmalara dâhil edilebilir. Ticaret odasının yanında Tokat'taki yaratıcı sınıfın varlığı da çok önemlidir. Yaratıcı sınıf denildiğinde anlaşılması gereken; fikir üreten guruptur. Genellikle kimi yerel düzenlemeler yaratıcı sınıfın fikirlerini gölgeler ve engeller. Zaman içinde görülmüştür ki, bu gibi engelleyici yerel düzenlemeleri en aza indirebilen yerlerde yaratıcı sınıf daha aktif çalışma imkânı bulmuştur.

Bir şehir sahip olduğu denizi, kumu, dağı, taşı, müzesi ve mutfağıyla kendiliğinden marka olmaz. Bir şehrin marka olması için o şehrin yöneticilerinin ve halkının aynı fikir etrafında birleşip bu fikre sahip çıkmaları, bu fikri her gün yaşatmaları gerekir. Bu çaba ancak çok uzun süre, istikrarlı bir şekilde sürdürülürse bir şehir marka şehir olur.

26.1

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ –BAŞARISIZ BİR YÖNETİM UYGULAMASI ÖRNEĞİ

Dönemin Valisi Sayın Cevdet CAN İl Turizm Konseyi'ne alternatif olarak **Tokat Kurumsal Yönetim Birliği** kurulması için samimiyetle ve özel bir çaba sarf etmiştir.

Bu amaçla hazırladığı “Yapısal Dönüşümün Başlangıcında Tokat’ın Geleceği İçin Bir Önsöz” çalışmasında; “Yapısal dönüşüm sürecinin ilk adımı olarak yeniden bir sistem oluşturmak gerekmektedir. Sistemin başarı olabilmesi için ise sürdürülebilirlik şarttır. Sürdürülebilirlik farkındalık ve iyi niyetle başlar kurumsal yönetim ile başarılır. Bugüne kadar ilimizde ekonomimizin temel taşları olan sektörler için yıllar yılı bir dizi olumlu sempozyum, çalıştay yapılmış, rapor hazırlanmış ve karar alınmış ama hayata geçirmede eksik kalınmıştır. **Tokat Kurumsal Yönetim Birliği**, alınan tüm kararların uygulanmasını çabuklaştıran, izleyen ve netice alan bir yapı olarak oluşturulacaktır. İlimize dışarıdan gelen kişiler, bizlere rehberlik yapabilirler ama yerel kalkınmanın asıl unsurunun siz Tokatlılar olduğunu tekrar vurgulamak isterim” demiştir.

Bu amaçla aşağıdaki tabloda görüleceği üzere Tokat Kurumsal Yönetim Birliği çalışması hazırlamıştır.



“Bir şehrin kaderi orada yaşayanların (oralı olanların) kapasite ve gayretine bağlıdır” diyen Sayın Cevdet CAN “gelişime katkı sağlayacak ve tamamlanması gereken alanlar” başlığında şunları sıralamıştır.

- Doğu Karadeniz’e açılan bir karayolu bağlantısı
- Demiryolu ulaşımında Organize Sanayi Bölgesi bağlantıları
- Katma değer yaratan - yenilikçi tarım uygulamaları
- Kapsamlı bir sanayi, tarım ve turizm envanteri

- Turizm potansiyelini ortaya çıkaracak altyapı
- Turizm destinasyonlarında ön plana çıkacak tanıtım faaliyetleri
- Yüksek kalitede hizmet sağlayabilecek konaklama tesisleri
- Sektörel ihtiyaçlara yönelik mesleki eğitim faaliyetleri
- Ülkemizdeki farklı sektörlerdeki yatırımcılara yönelik tanıtım çalışmaları
- İhtiyaç duyulan sektörlerinin mesleki eğitimi
- Ortak girişim kültürü
- Yeraltı kaynaklarının yeterince değerlendirilmemesi,
- OSB'lerde doğalgaz altyapıları
- İhracata kapı açacak ulaşım (hava yolu)altyapısı ve bölgesel fiziki altyapı
- Finansman kaynaklarına erişim
- Ülke nüfusu içindeki nitelikli iş gücü payımız
- Kamu yatırımı harcamalarının hızlandırılması
- Şehirleşme altyapısı

Ne yazık ki Sayın Valimiz bizce değerli olan söz konusu çalışmasını uygulama olanağı bulamamıştır.

Bunun üzerine, Sayın Vali Cevdet Can, dönemin belediye başkanı Sayın Eyüp Eroğlu, Dönemin İl Genel Meclis Başkanı Sayın Adem Dizer, dönemin Tokat Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ahmet Arat ve TUDER Başkanı Kadir Özbilgin'in hazır bulunduğu toplantıda "Kurumsal Yönetim Birliği'nin sonuca ulaştırılamadığını belirterek, Tokat İl Turizm Konseyi'nin kurulması ile ilgili çalışmaların kendisini getirilmesini istemiştir. Tokat İl Turizm Konseyi'nin kurulmasına yönelik taslak çalışmalar ve yönerge Tokat Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı ve TUDER Yönetim Kurulu Başkanı tarafından Vali Sayın Cevdet CAN'a teslim edilmiş ancak Sayın Valinin atamasının çıkmasıyla bu çalışma da kesintiye uğramıştır.

26.2

GELDİĞİMİZ NOKTA

Üzülerek ifade ediyoruz ki, kamu "bütünsel entegrasyonu sağlamak" yerine, "bugünü kurtarma kaygılarına" odaklanmış görüntüsü vermektedir. Bu bağlamda kamu otoritesi, yerel yönetim ve hatta belediyeler," bu şehrin kaderini, stratejik planlamanın aktörleri olarak kabul edilen kent paydaşlarıyla tartışarak oluşturmak ve turizm ve kentsel gelişmede en temel sorunlara odaklanmak yerine, aldıkları kararları paydaşlara dayatmakta sürdürülebilirliği olmayan işlerle uğraşmaktadırlar.

Özellikle resmi etiketli kamu yetkilileri turizmle ilgili konularda, STK'ların kendi bahçelerine girdikleri endişesine kapılıyor ve STK'ları rakibi olarak görüyor. Bu endişeden kaynaklı yaşadıkları içsel çekişme nedeniyle de, STK'ların raporlarını, öneri ve eleştirilerini dikkate almıyorlar bunun sonucunda hatalı ya da somut çıktıları olmayan ve ölçülemeyen işler yapıyorlar.

26.3

ORGANİZE OLMALIYIZ

Bilinir ki; turizm geliştirme hatta markalaşma, ortak irade ile bilimsel, uzun soluklu, profesyonelce ve değişik alanlardaki çalışmaları içeren bir süreçtir.

Başka bir deyişle, dayatmacı değil, dayanışmacı bir çabayla kentin geleceğini kurgulayan coşkulu bir yolculuktur.

Turizm geliştirme; kentin ekonomik, kültürel ve beşeri sermaye bakımından güçlenmesi ve çekicilik kazanmasının ötesinde, **toplumu bütünleştirici ve aidiyet duygusunu pekiştirici** bir işlevi yerine getirmektedir.

Bu nedenle her aşamada demokratik katılım, demokratik paylaşım, geri bildirim, gerektiğinde değişim ve her aşamada denetim ilkelerine uyularak sürdürülen bir turizm yönetimini gerçekleştirmeliyiz.

27

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Turizm çalışmalarıyla ilgili bileşenler birbirleriyle ilişkilendirilmelidir.

Toplum temelli olmalıdır.

Toplumsal sorumluluk (aidiyet) oluşturulmalıdır.

Turizm döngüsü oluşturulmalı, turizm çalışmaları kesintiye uğratılmamalıdır.

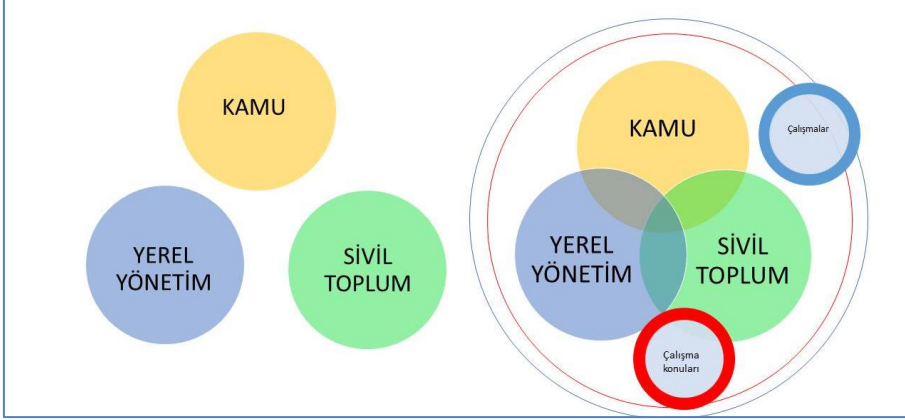
27.1

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI



27.2

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI-BİLEŞENLERİN (YAPILAN ÇALIŞMALARIN) İLİŞKİLENDİRİLMESİ



Turizmde sürdürülebilir kalkınma; Tokat Yöresi' nin sahip olduğu zenginliklerin sürdürülebilirliği ile yörede yaşayanların gereksinimleri arasında bir denge kurularak ekonomik, toplumsal ve çevresel boyutlarıyla, bugünden geleceğe uyumlu bir planlama yapılmasını amaçlayan bütünsel yaklaşımı ifade eder.

Burada anlatılmak istenilen, çeşitli kurum ve kuruluşların bütüncül davranmamaları, birbirlerinden bağımsız ve habersiz turizm çalışmaları yapmaları, zaman ve kaynak israfına neden olmalarıdır.

Bir örnek vermemiz gerekirse Tokat İl Kültür Turizm Müdürlüğü hazırlanan Kültür ve Turizm Eylem Planı'na "Bilgilendirme levhalarının oluşturulması ve Tokat'ın sahip olduğu tarihi ve doğal güzelliklere turistleri yönlendirici ve bilgilendirici levhaların modernize edilmesi" konusunu almış ve yer olarak da, Merkez, Niksar, Tokat, Pazar ilçelerini belirlemiştir.

Oysa marka elemanları kimliklendirme çalışmaları Tokat yöresi ölçeğinde tüm ilçeleri ve aşağıdaki hususları kapsayacak şekilde yapılmalıdır.

Bu konuda yapılacak tüm çalışmalar Tokat İli Turizm Stratejisi Eylem Planı'nda belirtildiği şekliyle birbirleriyle ilişkilendirilmez.

Bu kapsamda;

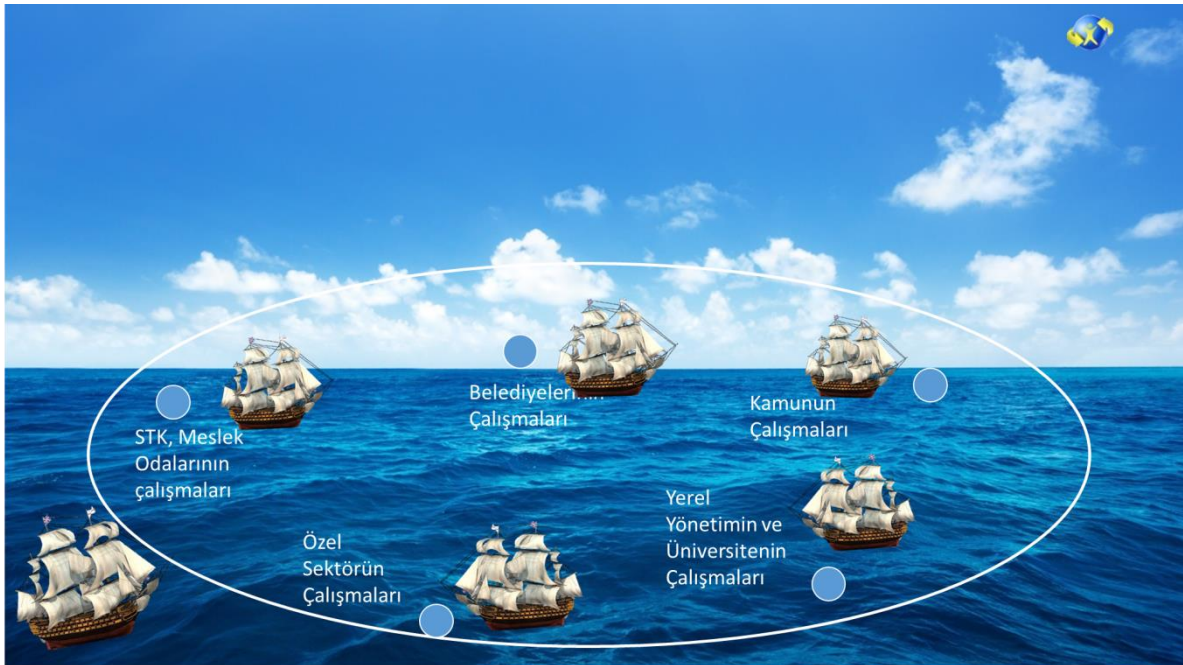
- ❶ Markalaşma Çalışmalarıyla ilişkilendirilmelidir.
- ❷ Tokat Logosu ve Sloganı belirlenmelidir.
- ❸ Yön, İşaret ve bilgilendirme tabelaları yeniden ve tek tip tasarlanmalıdır (Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı-Acil Eylem Planı)
- ❹ Çalışma Tokat merkezle sınırlı kalmamalı tüm yöreyi; ilçeleri de kapsamalıdır.

- 5 Tokat yöresindeki tüm yön levhalarının belirlenecek Tokat logosunu, ulaşım mesafesini, ulaşılacak noktanın adını, tanıtım levhalarının ise Tokat logosunu ve tanıtım bilgilerini Türkçe-İngilizce içerecek şekilde tek tip tasarlanmalıdır.
- 6 Bunun için öncelikle Tokat Yöresi için kullanılabilecek sembolün / logonun tüm yöreyi kapsayacak / kucaklayacak, iyi pazarlanabilmesi için yöreyi tanımlayabilecek, onu diğer yörelerden, coğrafi bölgelerden ayrıcalıklı kılan yönlerini ortaya çıkaracak, imaj ögesi olarak potansiyel turistlerde olumlu bir algılayma yaratacak şekilde ortaya konulması gerekmektedir.

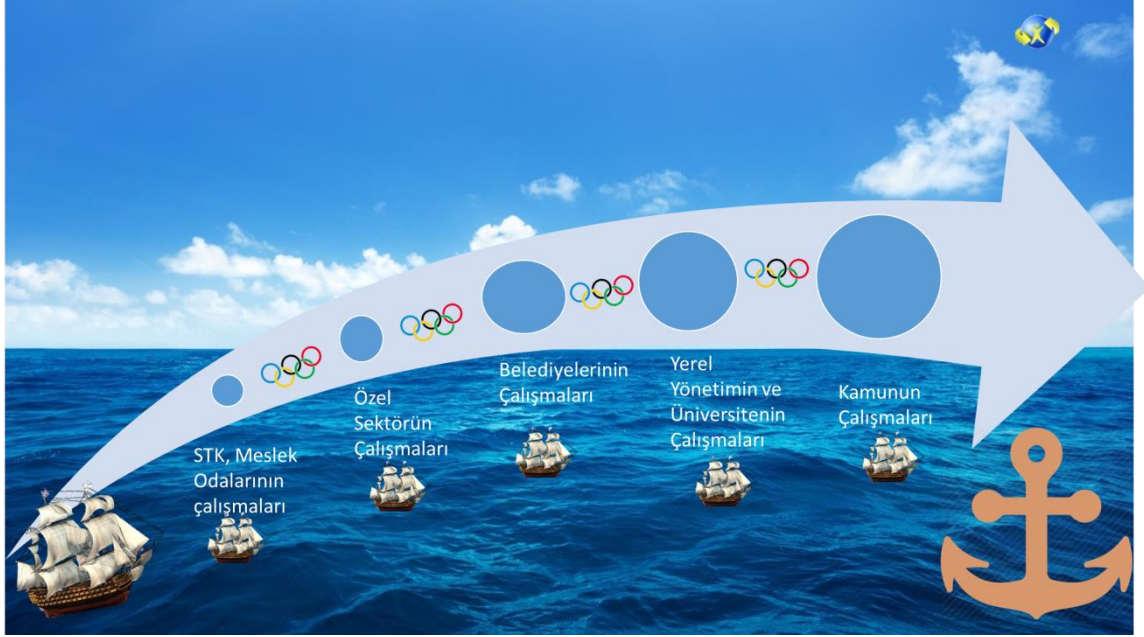


Örnek

Diğer taraftan turizm çalışmaları birbirleriyle ilişkilendirilmediği için derya deniz turizm alanında kısır bir döngüye neden olmakta, bir türlü hedefe ulaşamamaktadır.



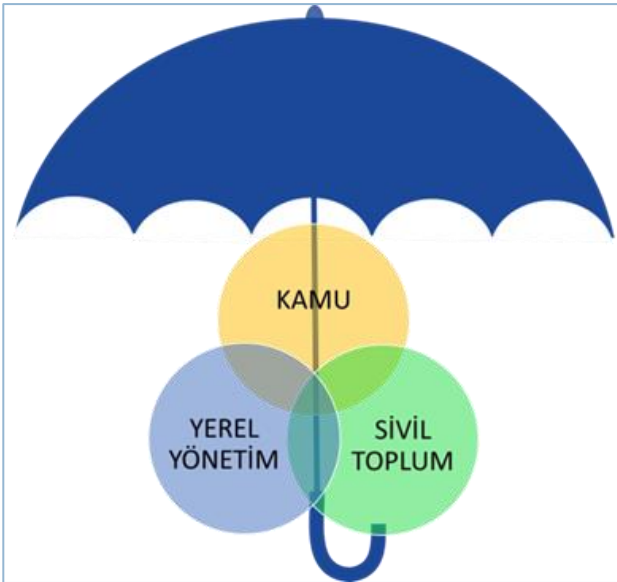
Oysa bu derya denizde hedefe ulaşabilmek için tüm kurum ve kuruluşlar çalışmalarını birbirleriyle ilişkilendirerek ve hedef belirleyerek istedikleri "turizm limanına" ulaşabilirler.



- Turizm söz konusu olduğunda, Tokat merkezden ibaret değildir.
- Çünkü turizm aynı zamanda bir destinasyon yönetimidir.
- Destinasyonda yer alan şehirlerin tüm çalışmaları birbirleriyle ilişkilendirilmelidir

27.3

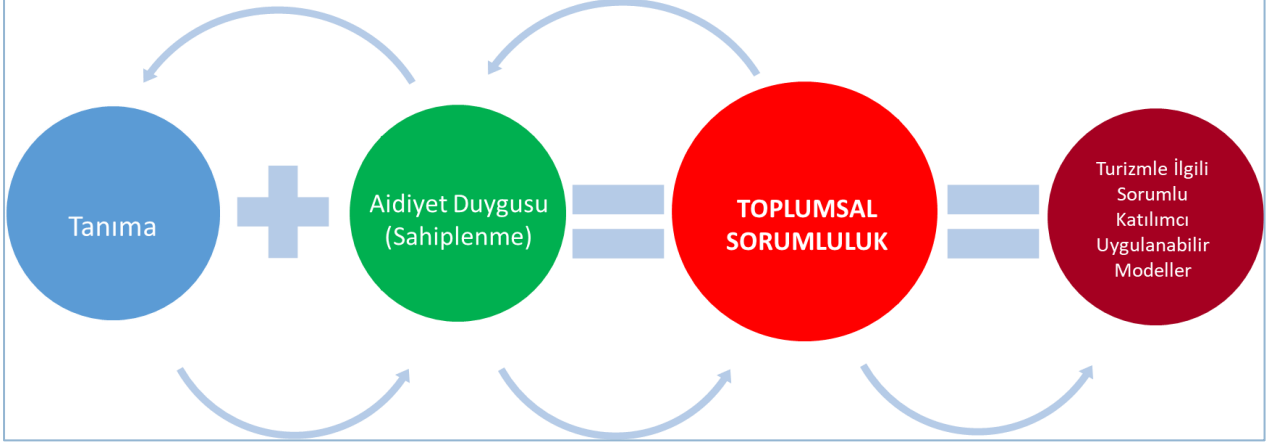
MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI-TOPLUMSAL SORUMLULUK



Toplumsal sorumluluk; Turizmde sürdürülebilir kalkınmanın ön koşuludur. Bir şemsiye bir anlayıştır.

Bu bağlamda, yapılacak tüm turizm geliştirme çalışmaları ancak bu şemsiye anlayışın çatısı altında yerini bulur.

27.4

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK-
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI-TOPLUMSAL SORUMLULUK-
AİDİYET DUYGUSU-BİLİNÇLENMENİN ÖNEMİ

Yeni ekonomide bir ülkenin kaç tane marka şehri olduğu hayati bir konu haline geldi. Bugün artık ülkelerin marka şehirleri yoksa yaratıcı sınıfı kendilerine çekemiyor. Richard Florida'ya göre, yaratıcı insanlar, farklı olana hoşgörü gösteren kentleri tercih ederler; çünkü farklılıklar yaratıcılığı besler, enerji ve dinamizmi yükseltir. Yeni ekonominin itici gücü yaratıcılık olduğu için, yaratıcı yeteneklerin tercih etmediği kentler gerilemeye mahkûm oluyor. Bugünün koşullarında ekonomik büyüme; teknoloji, yetenek ve hoşgörünün bir araya gelmesiyle gerçekleşiyor. Eğer biz Tokat'ın marka şehir olmasını istiyorsak, önce bakış açımızı buna göre şekillendirmeliyiz. Farklı ırktan, dinden, renkten, milletten gelen farklı hayat tercihleri olan insanlara kucak açmasını öğrenmeliyiz.

Öyle «burası Türk İslam Coğrafyasıdır» algısı yaratacak şekilde, farklı kültürleri, inançları, medeniyetleri yok sayan, bizim kültürümüzün parçası olmayan tarikat zikir ayinlerini, Mevlevilik, Bektaşilik gibi bizim en değerli kültürel mirasımızla aynı düzlemde sunan sözde tanıtım filmleri yaparak, ne yaratıcı turizmi geliştirebiliriz ne de bir öz bilinçlenme yapabiliriz.

Bu bağlamda, hepimiz çok iyi bilmeliyiz ki; dini inançlar ve milli duygularımız milletimizin birliğini, dirliğini sağlamakla birlikte, çok kültürlüğe, farkı inanç ve medeniyetlere yer veren turizm parkuruna izinsiz ve hoşgörüsüz girmemelidir.

Aidiyetsizlik turizm gelişiminde (kentsel gelişimde de öyledir) önemli bir sorundur

Çünkü insanlar tanımadıkları hiçbir şeyi sahiplenmiyorlar.

Sahiplenemedikleri için turizmle ilgili sorumlu ve katılımcı uygulanabilir modeller yaratamıyorlar, paydaşlar tarafından iyi niyetle yaratılan modeller içinde de yer almıyorlar.

Bu nedenle tartışma ve çabalarımızı, Tokat toplumunun Tokat turizminin sürdürülebilirliğine katkı vermelerini sağlayacak, toplumsal sorumluluk oluşturacak aidiyet çalışmaları üzerinde yoğunlaştırmamız gerekmektedir.

Toplumsal sorumluluğun oluşturulabilmesi için tartışma ve çabalarımızı, Tokat toplumunun Tokat turizminin sürdürülebilirliğine katkı vermelerini sağlayacak, toplumsal sorumluluk oluşturacak aidiyet çalışmaları üzerinde yoğunlaştırmamız gerekmektedir.

Öyle «Tokat Tarihine Yürüyor» adlı tanıtım turları ile Tokat'ı tanıtamayız. **Bilmek değil, fark etmek önemlidir.** Bu nedenle de Tokat'ı Tokatlılara tanıtmak istiyorsak buna, en az 3 yıl sürecek, okullarda gençlere, mahallerde yetişkinlere «**farkındalık**» eğitimleri vererek başlamalı, daha sonra bu eğitimlere, planlı gezileri entegre etmeliyiz.

Toplumsal sorumluluğun oluşturulabilmesi için öncelikle Tokat'ta ve şüphe yok ki Tokat dışında yaşayan Tokatlıların; aidiyet duygusuna sahip olmaları, Turizmle ilgili çalışmalara inanmaları ve sahiplenmeleri gerekmektedir.

27.5

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI-TOPLUMSAL SORUMLULUK- AİDİYETSİZLİK SORUNU GERÇEKTE VAR MI?

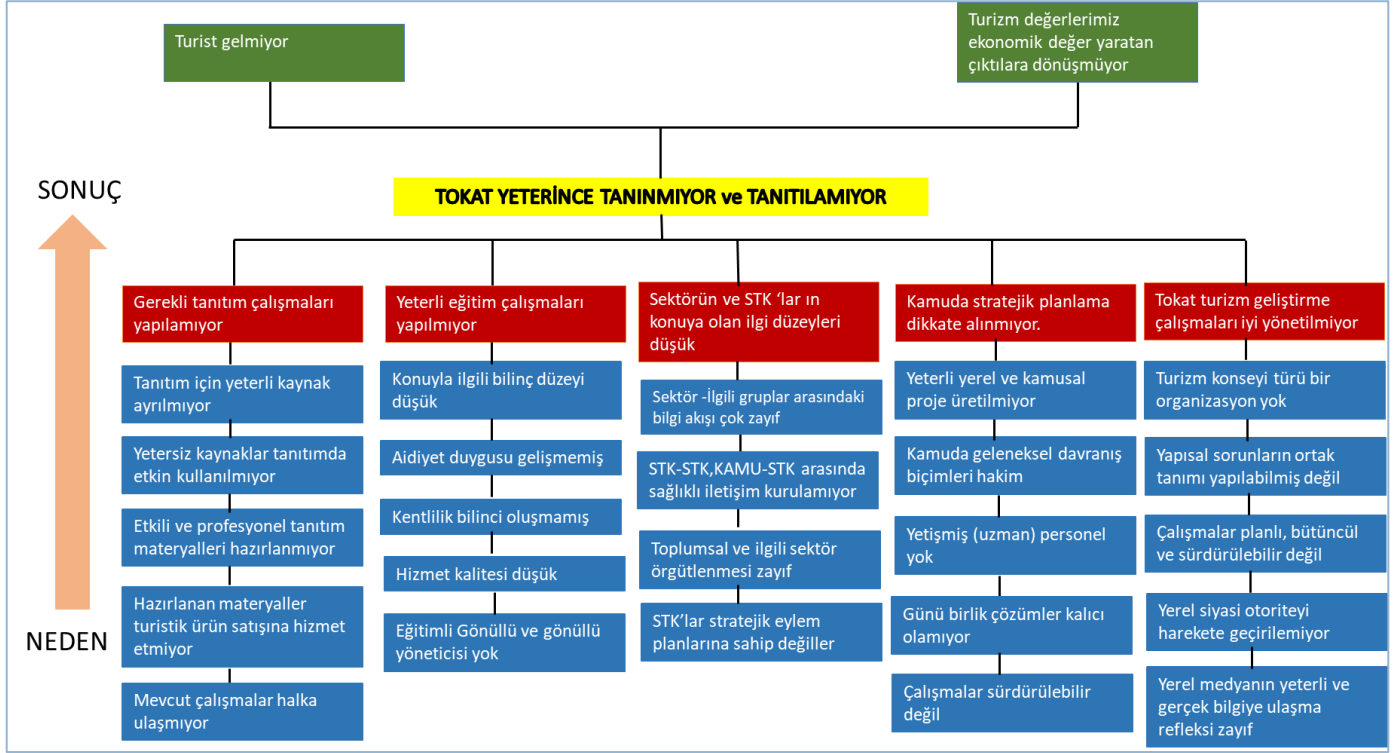
Tokat'ta aidiyetsizlik sorunu ne yazık vardır. Tokat yerel toplumunun Tokat'ı tanımadıkları sonucuna nasıl ulaştık?

- 1 Turizm Çalıştayı'ndan elde edilen veriler.
- 2 Turizm Stratejik Eylem Planı Saha Çalışmalarından elde edilen veriler.
- 3 OKA «Sivil Toplumun Geliştirilmesi Stratejisi Eylem Planı'na Yönelik Eğitim» (28-29 Kasım 2013)
- 4 14.08.2014 – 31.06.2016 saha çalışmalarında gerçekleştirilen anket çalışmalarından elde edilen veriler.

Önce mevcut durumu inceledik ve mevcut durumun fotoğrafını çektik. Elde ettiğimiz verilere dayanarak bir sorun analizi yaptık. Ana sorunu, bu ana sorunu ortaya çıkaran nedenleri ve sorunun yarattığı sonuçları belirledik. Bir sorunlar şeması çıkardık.

27.6

MİKRO ÖLÇEKTEKİ BEKLENTİLERİMİZ- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN İKİ ÖNEMLİ ŞARTI-TOPLUMSAL SORUMLULUK- SORUN ANALİZİ



27.7

TOKATLILARIN TOKAT'I TANIMADIKLARINA YÖNELİK ANKET SONUCU

TUDER Tokat'ın 4 mevsim fotoğraflanması çalışmaları kapsamında 1.200 kişi ile test etme amaçlı 6 soruluk basit bir mini anket gerçekleştirmiştir.

Bu minik ve basit ankete katılan 1.200 kişiye anket öncesi Tokatla ilgili sorular soracağımız uyarısında bulunarak ilk olarak "Tokat'ı tanıdığınızı düşünüyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

"Tokat'ı tanıdığını düşündüğünü belirten 230 kişiye 6 adet soru yöneltilmiştir.

Bu sorular;

- 1-Zileli Nakkaş Emin'in kim olduğunu biliyor musunuz?
- 2-Endüstrinin Başkenti neresidir?
- 3-İlk Tıp Medresesi nerededir?
- 4-Türkiye'nin ikinci büyük kalesi hangisidir?
- 5-Sarin ya da Kırklar Köyü'nü biliyor musunuz?

6-Balıca Mağarası'na gittiniz mi?

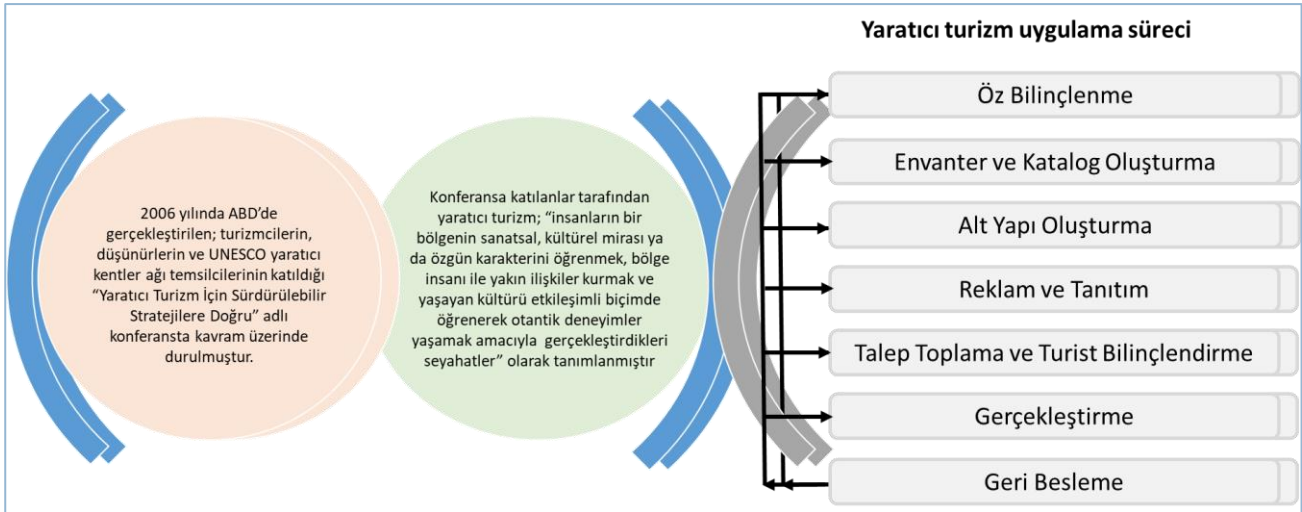
Bu 6 sorunun 3 'ünü bilenler "Tokat'ı tanıyor" sayılmıştır.

230 kişinin içinden bu 6 sorunun 3'ünü bilenlerin sayısı 47 kişi olmuştur. Bu 47 kişinin ortak yanıtladığı tek soru ise "Balıca Mağarası'na gittiniz mi?" sorusu olmuştur.

Bu sorunun katılımcılara sorulma nedeni, Balıca Mağarası'na gitmeyenler olup olmadığını öğrenmekti. Ve ne yazık ki, Balıca Mağarasına gitmediğini belirten katılımcılar olmuştur.

27.8

TOPLUMDA AİDİYET DUYGUSU-BİLİNÇLENMENİN ÖNEMİ-YARATICI TURİZM UYGULAMA SÜRECİ



1990'lı yılların ortalarında gerçekleştirilen EUROTTEXT Projesi kapsamında «**Yaratıcı Turizm**» kavramı ortaya atılıyor.

Yaratıcı Turizm; Yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, gittikleri tatil bölgesinin özelliklerini aktif katılımı öğrenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm şekli. (Richards, 2015)

2006 yılında ABD'de gerçekleştirilen; turizmcilerin, düşünürlerin ve UNESCO yaratıcı kentler ağı temsilcilerinin katıldığı "**Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru**" adlı konferansta kavram üzerinde durulmuştur.

Turist mekân, bölge halkı ve yaşayan kültür ile eğitsel, duygusal, sosyal ve katılımcı bir etkileşim içerisine giriyor. Kendilerini adeta yörenin birer vatandaşı gibi hissediyor. Yörenin kendine has özelliklerini deneyimleyerek öğrenme fırsatı buluyor.

Yaratıcı turizm olarak adlandırılan ve başlangıçta kültürel turizmin bir uzantısı olarak ortaya çıkan bu süreç, son yıllarda dikkat çeken ve üzerinde sıkça konuşulan konulardan biri olmuştur. Turizmdeki yeni uygulamalar "yaratıcılık" olarak adlandırılmakta, yerel halk ve turistlerin bir araya

geldiği, klasik turizm endüstrisinin doğrudan müdahalesi olmadan, yeni mekânların oluşmasını sağlamaktadır.

Bu turizmde yerel halk, yerel ürün, yerel misafirperverlik örüntüsü önem kazanmıştır. Maddi (somut) kültürden maddi olmayan (soyut) kültüre yönelik artan ilgi, tek yapı ölçeğinden alan ölçeğine kayan koruma çabaları, eski yapı ve anıtları ziyaret etmek yerine mekân odaklı turizm anlayışı, turizmi ve kültürel turizmi değiştirmeye başlamıştır.

2006 yılında gerçekleştirilen bu konferansta, Yaratıcı Turizm Uygulama Süreci ile ilgili yukarıda gösterilen bir tablo ortaya çıkarılıyor. Bu tablodaki sıralamanın başında yer alan “Öz Bilinçlenme” ve “Envanter Katalog Oluşturma” bir ve ikinci sırayı almaktadır. Bu da turizmde bilinçlenmenin ve toplumsal sorumluluk oluşturma ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Bu tabloyu açarsak;

1 Öz Bilinçlenme: Bu aşama, kamu yöneticilerinin, yerel yöneticilerin, akademisyenlerin, sektör üyelerinin ve yöre halkının yaratıcı turizm kavramı, felsefesi ve uygulaması ile ilgili bilinçlendiği aşamadır. Bu bilinçlenme sürecinde karar vericilerin kontrolünde eğitim programları özellikle yerel yöneticiler ve yaratıcı turizm uygulamasının gerçekleştirileceği yöre halkı üzerinde uygulanmalıdır. Bu süreçte kamu yöneticilerinin, yerel yöneticilerin, üniversitelerin ve yörede maddi gücü yüksek düzeyde olan insanların üzerine daha fazla yük düşmektedir. Çünkü bu süreç öncelikle ülkenin belli bir bilgi oluşturma yükü ve mali yük altına girmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, ülkemizin mevcut eğitim mekanizmaları (Halk Eğitim Merkezleri, TOGÜ SEM gibi) ciddi bir şekilde kullanılmadığıdır.

Yöre halkının olumlu tutumu ve katılımı, öncelikle yöneticilerin ve akademisyenlerin verdikleri eğitimlerde yaratıcı turizmin ekonomik katkısının vurgulanarak ikna edilmesi ile sağlanabilecektir. Tabii ki burada asıl olan kamu yöneticilerinin ve yerel yöneticilerin öncelikle kendilerinin bu katkıya inanmalarıdır.

2 Envanter Oluşturma: Bu aşama tüm Tokat’ın ilçe, belde, köy düzeylerinde yaratıcı turizme konu olabilecek sosyal, sanatsal, kültürel, ekonomik ve günlük faaliyetlerinin belirli kıstaslar göz önüne alınarak tespit edildiği aşamadır. Söz konusu kıstaslar turist odaklı bir bakış açısı ile ortaya konulur. Başka bir deyişle, esas olan; faaliyetlerin turistlere ilginç gelmesi ve onları seyahat için isteklendirmesidir. **Oysa bırakın bizim bir kültür turizm envanterine sahip olmayışımızı, gezginlerin incelemesine sunacağımız bir tanıtım web portalimiz bile yoktur.**

3 Altyapı Oluşturma: Bu aşama, gelen turistlerin sorunsuz bir şekilde yörenin günlük hayatına katılmasını sağlayacak unsurların gerçekleştirildiği bir aşamadır. Yani sadece fiziksel alt yapı değildir. Bu adımda öncelikli dikkat edilmesi gereken hususlar konaklama ve iletişim problemlerinin ortadan kaldırılmasıdır. Bu nedenle, bu aşamada özellikle konaklama açısından yerel yöneticilere ve dil problemlerinin aşılması açısından da üniversitelere ve kamu yönetimine ciddi görevler düşmektedir.

Yaratıcı turizmde, yöreye gelen turistlerin otel, motel, pansiyon v.b. gibi sahil turizmi öğelerinden daha çok, köy evi gibi turisti her yönü ile yörenin sosyal dokusunun içine katacak alt yapıyı kurmak gerekmektedir. Öte yandan alt yapı oluşturma sürecinin ikinci konusu olan iletişim konusunda ise iyi bir planlama yapma gereksinimi söz konusudur. Elbette turist ile yöre halkının beden dili ile anlaşması bir derece mümkün görülse de tam bir iletişim için bir rehberin (Tanıtım gönüllülerinin) gerekliliği ortadadır.

Ülkemize yaratıcı turizm kapsamında gelecek olan turist ile onun konuştuğu dili bilen yabancı dil eğitimi almış gençlerimizin planlı ve eşgüdümlü bir şekilde bir araya getirilmesi gerekmektedir.

Yabancı dil eğitimi alan birçok gencimizin de bu şekilde iş imkânları bulması bu sürecin önemli ekonomik ve sosyal katkılarında biri olarak görülebilir.

4 Geri Besleme: Geri besleme her sürecin sonunda önceden belirlenen kişi veya kurumların, önceden belirlenen kıstaslar doğrultusunda kontrol edilmesi ve gerekli düzeltmelerin yapılması aşamasıdır.

Önerilen modelde düşünülen kontrol tüm süreç bitiminde yapılan kontrol değil her sürecin paralelinde yapılan kontroldür.

Her bir adımdaki faaliyetler gerçekleştirilirken ve aynı zamanda adım sonunda sürekli bir denetim ve görülen hataların düzeltilmesi söz konusudur.

Ayrıca, bir uygulama sonunda tüm süreç ile ilgili denetlemeler yapılmalı ve ortaya çıkan sorunlar ile ilgili düzeltmeler sürecin aktörlerine iletilmelidir. Mesela; herhangi bir köyde görülen aksaklık neticesinde en başa dönerek yöre halkının bilinçlenmesi adımı yinelenmelidir. Hatalardan ders almanın yolları aranmalıdır.

27.9

TOPLUMDA AİDİYET DUYGUSU BİLİNÇLENME GELİŞTİĞİNDE...

Toplumda sahiplenme (aidiyet) duygusunun oluşabilmesi için Tokatlıların Tokat'ı tanımaları gerekmektedir. Tokat'ı tanımak bilmek değil fark etmektir. Farkındalık çalışmaları; Tokat'ın tarihi, kültürel, jeolojik mirası, doğal güzellikleri ve değerlerini bilmek değildir. Tokatlılar bunları dilerlerse internette de öğrenebilir. Farkındalık çalışmaları; Tokatlıların nasıl özel bir coğrafyada yaşadıklarının ve ne denli özel insanlar olduklarının farkına varmalarını sağlamaktır.

Bu bağlamda "Tokat'ta turizm farkındalığı var mı?" sorusu değerli bir sorudur. Tokatlıların turizme olan ilgisini kendi kendimize "muhteşem bir farkındalık var" diye yanıtlayamıyoruz. ? Biz hala fiziki ve sosyal altyapının birbirinden ayıramayacağı saptamasında bulunamadık. Turizmin halka dokunarak yapılacağını, bunun için bir konsey kurarak, her kademenin halka anlatılıp sahiplendirilmesini bir türlü gerçekleştiremedik. Diyelim turist geldi. Ona "mutlaka bir kez daha gelmeliyim" dedirtemez, başkalarına da tavsiye etmesini sağlayamazsanız olmaz. Bunu kim

sağlayacak sadece gerekli standartlara erişmek zorunda kalan işletmeler mi? Halkımızda da bu yönde bir farkındalık oluşturmamız gerekmektedir. Peki, bu yönde tek bir çalışmaya tanık olduk mu? Hayır!

Oysa Tokatlılar Tokat'ı tanır, farkında olmaya başlarsa...



27.10

TOPLUMDA AİDİYET DUYGUSU BİLİNÇLENME GELİŞMEDİĞİNDE...

Toplumda aidiyet duygusu / bilinçlenme gelişmediğinde turizm geliştirme çalışmaları kesintiye uğrayabiliyor. Nasıl mı?

Turizm geliştirme ve markalaşma çalışmaları soyuttur: Turizmi geliştirme ve markalaşma, soyut düşünceye ihtiyaç gösterir. Bu konulardaki soyut düşünme; zihinlerde bir gelecek kurmak demektir. Fakat gelecek algısal olarak anlaşılabilir. Bu haliyle turizmi geliştirme ve markalaşma zaten başlı başına zorlu bir süreçtir. *(Herhangi bir ürünün markalaşması işletmelerde yapılırken, şehirlerin markalaşması zihinlerde üretilir.)*

Uzun bir tedarik zinciri vardır: Turizm geliştirme çalışmalarına ucundan kıyısından, kenarından katılan ve tedarik zincirinde yer alan, çok sayıda ve farklılıkta aktörün; herkesin, her kurum ve kuruluşun, bu gelecek kurma hayaline, düşüncesine, katılıyor, gelecek kurma hayalini paylaşıyor olması ve buna inanması gerekmektedir.

Kolay bozulur: Uzun tedarik zincirinde yer alan aktörlerden (*simitçisinden, manavından, hediyelik eşya satanından, otelcisinden, restoranından, kurumsallaşmalarını henüz tamamlamamış kurum ve kuruluşlarından*) kimilerinin bu gelecek tasavvuruna inançsızlık göstermesi, çalışmaları ve projeleri sahiplenmemesi, turizm geliştirme çalışmalarını bir yerinden bozabilir. Ki bu konuda özellikle resmi etiketli turizm yetkilileri baş roledirler.

İyi tanımlanmamış kurumsal yapı eksikliği: Turizm geliştirme çalışmaların bozan diğer bir unsur da, gerek turizm sektöründe, gerek kamuda, gerekse yerel yönetimlerde ve gerekse toplumda bu çalışmalara hazır olmayan yönetim, kurumsallaşamamış yapılar ve ne yazık ki insanımızdır.

Sürekli şikayet ettiğimiz kent görgüsüzlüğünün arttığına yönelik şikayetler ne yazık ki, kent ve kentlilik bilinci yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

28

EN TEMEL SORUNLARIMIZ

Bu anlatımlar sonucunda bir özet yapmamız gerekirse, en temel genel sorunlarımız;

- 1 Turizm Yönetim Sisteminin Kurulamayışı (Organizasyon)
- 2 Planlı Turizm Prensiplerinin Askıya Alınması (Plansızlık)
- 3 Sorunların tanımlanamaması
- 4 Bileşenlerin ilişkilendirilememesi
- 5 Sürdürülebilirliktir.

Proje bazlı sorunlarımız ise;

- 6 Toplumsal Sorumluluğun olmaması (Aidiyetsizlik)
- 7 Performans Göstergelerimizin İyileştirilememesi

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

(NE YAPMALIYIZ?)

29.1

YEREL SİVİL İNİSİYATİFİN GÜCÜNÜ DOĞRU FORMÜLE EDEN YAPILANMAYI OLUŞTURMALIYIZ

İl Turizm Konseyi / Yerel Turizm Platformu'nu kuralıyız

Tokat turizminin yönetimini sağlamak, hazırlanan eylem planlarını uygulamaya almak, parçacı yaklaşımlara son vermek, bütüncül davranmak ve sürdürülebilir olmak için; yerel siyasi otorite, kamu ve sivil yerel inisiyatifin itici gücünü doğru formüle eden, fonksiyonel, üretken, verimli bir yapılanmanın hayata geçirilmesi zorunludur.

Güçlü destinasyon markası yaratmanın en önemli koşullarından bir tanesi işbirliğidir. Tokat'ın marka kent olması, özel ve kamu sektör temsilcileri ile STK'ların katkıları ile halkımıza yapılan bildirimler ve onlardan gelecek destek, katkı / katılımlarla mümkündür.

Tüm çalışmalar, kamu, yerel yönetimler, meslek odaları, üniversite, STK ve özel sektör işbirliğinde sivil inisiyatif ortaklığı ile yürütülmelidir. Günümüze değin turizmle ilgili fonksiyonları tek başına yürüten kamu otoritesi, artık bu işleri sivil inisiyatifle ortaklaşa yürütecek bir zihinsel inovasyonu gerçekleştirmelidirler.

Sürdürülebilir bir geleceğin bugünle bağlantısını kurmak, gelecekte en iyi sonuçları doğuracak kararları alabilmek için tüm paydaşları ortak bir anlayış etrafında toplayabilmeliyiz.

Parçacı yaklaşımları terk edip bütüncül davranmalıyız

Tüm paydaşlarla ortak sorumluluk ve yükümlülükler çerçevesinde işbirliği yaparak, her kesimin belirlediği politikalar geliştirme ve hayata geçirmek zorundayız.

Sürdürülebilirlik; bütün paydaşların katılımıyla, işbirliği, ortak hareket etme, etkileşim ve karar mekanizmalarında yer almalarıyla mümkündür.

Ortak aklı, bütüncül yaklaşımları, planlamayı ret eden, parçacı ve benci yaklaşımlara son verilmeli; aklın, emeğin, sorumluluk anlayışının heyecanlı ve bütüncül bir çalışma arzusu ile birleştirilmesi gerekmektedir.

Turizmle ilgili olarak bu şehrin kaderinin, stratejik planlamanın aktörleri kabul edilen kent paydaşlarıyla belirlenmesi gerekmektedir.

Bunun için, yerel siyasi otorite-kamu- yerel yönetimler-özel sektör-yerel STÖ temsilcilerinin işbirliği içerisinde hareket edeceği, planlamaların yapılabileceği ve yürürlüğe konulacağı, verimli, etkin ve güçlü bir turizm yönetim organizasyonunun ivedilikle oluşturulması sağlanmalıdır.

Turizm geliştirme çalışmalarını noktasal değil, yöresel ve bölgesel, emredici değil yönlendirici, statik değil dinamik bir çerçevede geliştirilmesini olanaklı kılmalıyız.

Kamu-Yerel-Sivil-Özel Sektör temsilcilerinin yöresel markalaşma, alt ve üst yapı faaliyetlerinin tamamlanması ve sahip olduğumuz turistik ürünlerin tanıtılıp pazarlanmasında işbirliği içerisinde hareket edeceği, verimli ve güçlü bir turizm yönetimini mümkün kılacak, turizm planlamalarının ortak akılla yürürlüğe konulmasını sağlayacak, bir yerel turizm konseyi ya da yerel turizm platformu, hazırlanan / hazırlanacak taslak çerçevesinde oluşturulmalıdır.

Turizm sektörünün gelişmesi için en önemli atımlardan birisi, turizm sektörünün kurumsal yapısını geliştirmek olmalıdır. Bu bağlamda; yerel yönetimler, kamu kesimi, özel kesim, üniversiteler, meslek odaları, toplum ya da belirli toplulukları (halk kesimlerini) temsil kabiliyeti olan akıl adamlar ve sivil toplum kuruluşları yan yana gelmeli ve sektörü geliştirmek için birlikte hareket edilmelidir.

Turizmde üretilen / bilinen bilgilerin, planların, hedef ve stratejilerin toplumun her kesimi ile paylaşılması, projelere yerel sahiplenmelerin en üst düzeyde olması için, özellikle yerel aktörlerle bilgi paylaşımı ve işbirliğinin yapılması önem arz etmektedir. Yerel aktörlere Tokat turizmine ilişkin planlamalar, çalışmalar, hedef ve stratejilere ilişkin bilgilendirmenin kesintisiz gerçekleşmesini temin etmek gerekmektedir. Yerel aktörlerin her aşamada görüş ve katkılarının alınarak, gerçekleştirilen faaliyetlerle ilgili onlara geri beslemede bulunulması ve bu faaliyetlerin kurumsallaştırılması sağlanmalıdır.

Tokat'ta, turizm değerlerimizin, özellikle tarihi ve doğal değerlerin korunup geliştirilerek sürdürülebilirliğinin sağlanması konusunda yerel ve ulusal aktörler arasında koordinasyon ve uygulama eksikliği bulunmaktadır.

Turizm potansiyeli taşıyan alanların çevre düzenlemelerinin yapılması, tesisleşmenin sağlanması ve diğer alt / üst yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi konusunda öngörme, planlama, finansman, uygulama ve işletme aşamasında bu koordinasyonun devam ettirilmesi gerekmektedir. Bu koordinasyona yerel yönetimlerin yanı sıra, üniversitemizin, sivil toplum örgütlerinin, kamu ve özel sektör temsilcilerinin ve turizmle ilgili görüşü olan toplumdaki akıl insanlarımız katılımlarının sağlanması önemlidir.

Tokat Turizminin geliştirilmesi için, kesinlikle bütüncül bir planlama yaklaşımına ihtiyaç bulunduğu hususu, Turizm Çalıştay Sonuç Raporu'nda yer aldığı gibi, alan çalışmaları sırasında sıklıkla dile getirilen en temel sorunlardan birisi olarak ortaya çıkmıştır.

Diğer taraftan turizm potansiyeli taşıyan alanların yatırım ihtiyaçları konusunda bir kaynak ve etkinlik sorunu olduğu ortaya çıkan diğer önemli bir konudur.

Turizmde gerçekleştirilmesi düşünülen kamu plan ve yatırımları bütüncül bir yaklaşımla önceden belirlenerek, ilgili bakanlık birimlerine ve yerel siyasi otoriteye yatırıma alınmak üzere bildirilmeli ve bu konularda bir kamu hassasiyeti oluşturulmalıdır.

Turizmde ulaşılması hedeflenen noktaya varılabilmesi, Tokat'ın genelindeki tüm turizm dinamiklerinin, belirli bir strateji çerçevesinde, hedefe dönük, uyumlu ve koordineli olarak harekete geçirilmesine bağlıdır.

Bu hedef doğrultusunda, gerek Tokat Turizm Çalıştay Sonuç Raporu'nda, gerekse Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı'nda yer aldığı şekliyle, **Tokat Valiliği Başkanlığında bir İl Turizm Konseyi oluşturulması** ve eylem planının uygulamaya alınmasında bu konseyin rol üstlenmesi sağlanmalıdır.

Amaç; Tokat'ın paydaşları olan, kamu kurum ve kuruluşları, belediye başkanlıkları, üniversite, yerel düzeyde meslek odaları, sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkı ortak bir strateji etrafında bir araya getirerek, hazırlanan eylem planları çevresinde, Tokat genelinde yapılması gerekli çalışmalarını bütüncül bir yaklaşımla gerçekleştirmektir.

Artık çağdaş yerel yönetim anlayışının çok aktörlü, çok katmanlı, çok aşamalı, katılımlı bir yönetim modeli gerektirdiğini herkes biliyor. Bu şehrin kaderini, stratejik planlamanın aktörleri kabul edilen kent paydaşlarıyla tartışarak oluşturmak gerekiyor.

Bu şehrin paydaşları, bu şehirde yaşayanlar ve bu şehre hizmet sunan kurum ve kuruluşlardır. Bir başka deyişle şehir yönetiminin başarı ya da başarısızlığından etkilenen herkes, bu şehrin paydaşıdır. Dolayısıyla belediye, sivil toplum kuruluşları, odalar ve üniversiteyi de yanına alarak, şehir paydaşları arasında sağlıklı ilişkilerin kurulması ve paydaşların ekonomik ve sosyal mutluluğunu esas almalıdır.

Tokatlıların ortaklaşa karar alma ve uygulamada, çıkarlarını dile getirmede, yükümlülüklerini karşılamada ve çatışma noktalarının çözümünde kullanacakları bir mekanizmaya ihtiyaçları ve toplumsal aktörler arasındaki ve toplumsal aktörlerle kamu yönetimi arasındaki karşılıklı etkileşiminin getireceği "birlikte yönetim" anlayışına ihtiyaçları var.

Bu değişimi kavramadan ve benimsemeden turizm geliştirmede başarılı olmak her geçen gün güçleşecektir. Bunun nedeni, halkın, paydaşların ve STK'ların; uyulması gerekli standartların ortaya konulmasında, kararlara dayanak olacak bilgilerin toplanıp yayılmasında, çözümler üretilmesinde ve en önemlisi katılımcı demokrasinin hayata geçirilmesinde hem zorlayıcı, hem de yardımcı olmalarında yatıyor.

Bu anlamda gelişen yurttaşlık bilincini, dikkate almak gerekiyor. Bu yurttaşlık bilinci kendi sorunlarına sahip çıkan, yüksek standartlar talep eden ama aynı zamanda bu standartların oluşumunda ve hayata geçirilmesinde aktif rol alan, bu yönde kendi içinden çözümler çıkaran ve bunun için yapılanmalar oluşturan yeni bir kimliği simgeliyor.

Turizm konseyinin etkili olabilmesi, gerekli kararları hızla alarak uygulamaya koyabilmesi ve işlevsel kılınabilmesi için üyelerin tüm paydaş katmanlarında, en üst makamdaki karar vericilerden oluşturulması fevkalade önem arz etmektedir.

Yerelde farklı beklentileri temsil eden kesimlerden / paydaşlardan oluşturulacak turizm konseyi; yerel yönetimin temel ilkeleri benimsemesi ve politikasında yer vermesini, durum değerlendirmelerinin katılımcı yöntemle hazırlanmasını, eylemler, kaynaklar ve zaman çizelgesi konularında görüş birliği içinde hareket edilmesini ve uygulamaya konulmasını, denetleme ve gözden geçirme imkânlarını sunması nedeniyle, Tokat'ın sahip olduğu potansiyellerinin en üst seviyede değerlendirmesini, sürdürülebilir kalkınma ve rekabet edebilir ekonomik hedeflere ulaşılmasını mümkün kılacaktır.

Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı'nın ya da Kültür Turizm Eylem Planı'nın uygulamaya alınması ve Tokat turizminin gelişmesine yönelik etkili ve verimli çalışmaların yapılabilmesi için, ilgili paydaşların çalışmaları izleyebileceği ve değerlendirebileceği bir mecranın oluşturulması kritik öneme sahiptir. Ancak bu tarz bir yaklaşımla sürdürülebilir turizmin önündeki temel sorunlar çözüme kavuşturulabilecek ve geleceğe yönelik bir bilgi alt yapısı oluşturularak, verimli çalışmalar yapılabilecektir.

İl Turizm Konseyini Kuralıyız

a) Turizm sektöründeki karar verme süreçlerinde merkezi-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve işbirliği içinde olmasının sağlandığı yönetim mekanizmalarının oluşturulması ve işler kılınması



29.2

STRATEJİK PLANLAMAYI DİKKATE ALMALIYIZ

Eylemlerin Sistematik Bir Yöntemle Yapılması

Turizm geliştirmede kritik öneme sahip stratejik planlamanın dikkate alınmaması, hedefe ulaşmamamızdaki en büyük engellerden birisidir.

Turizm gelişiminin uzun vadeli, amaç ve sonuç yönelimli stratejik planlama yerine, kısa vadeli, dar kapsamlı, gündelik karar ve politikalarla yönetiliyor olması, bunda ısrar edenlere kısa sürede popülerite kazandırsa da, somut ve tanımlı hedeflere ulaşmamızı ne yazık ki engellemektedir.

Özellikle resmi etiketli turizm yetkililerinin ve kamu otoritesinin, turizmle ilgili sorunlara geçici çözümler bulmaya odaklanan anlayışlarını terk etmeye ikna edilmeleri gerekmektedir.

Çünkü bu şartlar altında çözümler geçici olmakta, sorunlarsa sürekli kalıcılışmaktadır.

Turizmle ilgili çalışmalar gel-geç hevesler içinde boğulmakta, derme çatma olmakta, anlamsız ve boş çabalara dönüşmekte, faydadan çok zarar getirmektedir.

Bu anlayışın turizmin gelişmemişliğine çare olamayacağı çok açıktır.

Bu nedenle kamu ve yerel yönetimler « ben yaptım oldu» anlayışını bir tarafa bırakarak, turizmde gelişme ilkesini içeren bir planlama yaklaşımını ortaya koymalıdır.

Kopyalamayıp Özgün Çözümler Üretmeliyiz

Para, gerekli insan kaynağı, performans göstergeleri ve hatta yasal prosedürler her yerleşmede farklılık gösterdiğinden, her yerleşme için farkı çözümler geliştirilmesi gerekmektedir.

Turizm her ulus, bölge ve turizm merkezi için özel bir turizm politikası, stratejisi ve programına ihtiyaç duyar. Başka yerlerin turizm politikalarının ve stratejilerinin kopyalanması sürdürülebilir sonuçlar almak için yeterli olmayacaktır.

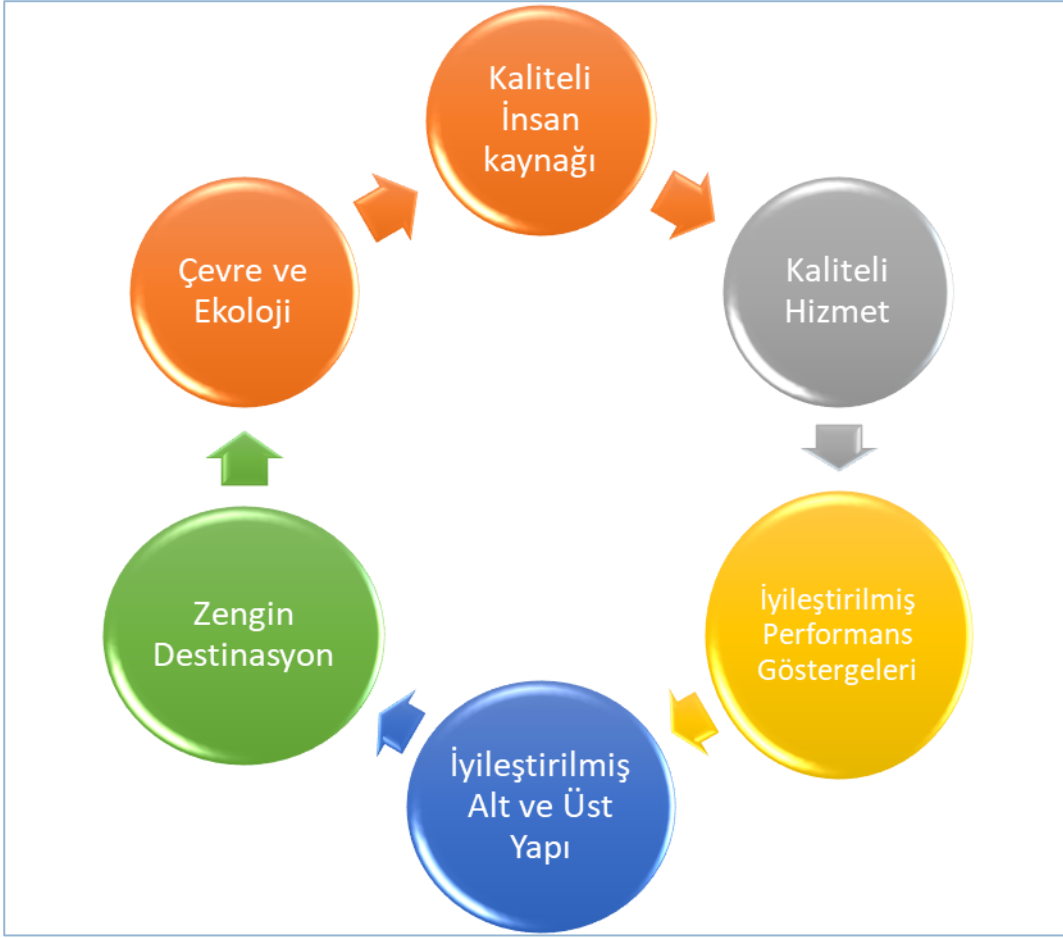
Biz, turizmin evrensel kurallarını göz ardı etmeden, bize özgü stratejiler ve programlar geliştirmeli, bu şehrin sorununu ve verimini bilmeyenlerden, bize özgü çözümler üretmelerini beklememeliyiz, tüm planlamalarda bu hususu dikkate almalıyız.

29.3

TURİZM DÖNGÜSÜ BİLEŞENLERİNİ TAMAMLAMALIYIZ

Turizm ve markalaşma uzun erimli çaba gerektiren ve ağır işleyen bir süreçtir.

Turizm geliştirmede ve markalaşmada hedeflere ulaşabilmek ve maksimum turist memnuniyetinin sağlanabilmesi için turizm döngüsü bileşenlerinin yerine getirilmesi gerekmektedir.



Şema olarak verilen turizm döngüsü “Bir turistin ilin ya da destinasyonun adını duyduğu andan itibaren ili araştırması, gelmesi, gezmesi, yemek yemesi, içmesi, eğlenmesi, hediyelik eşya satın alması ve dönmesi sürecinde hiç bir problem ile karşılaşmaması ve şehrine döndüğü zaman da bir ikinci kişiye tavsiye etmesi süreci” şeklinde tanımlanabilir.

Kısacası Tokat yöresinde yaşayan herkes, turizm sektörü ile ilişkisi olsun ya da olmasın, turizm sektöründe kaliteli bir hizmetin ortaya çıkıp çıkmamasından ve turistin memnun olup olmamasından doğrudan ya da dolaylı sorumludur.

Turizm Döngüsü Bileşenleri Ve Mutlu Gezginler

Daha açık bir ifadeyle, tatil amaçlı olarak Tokat’a gelen turiste hizmet sunulması aşamasında, Tokat’ın bütün ekonomik, coğrafi ve beşeri unsurlarının turistin tatmin edilebilmesi için gerekli kalite düzeyine yakalamış olması gerekmektedir.

Çünkü Tokat yöresine gelen bir turist sadece tek bir üründen yararlanmaz. Çok sayıda ekonomik, coğrafi ve beşeri unsurların toplamından oluşan bir üründen faydalanır. Turistin tatmin

edilebilmesi için söz konusu unsurlar arasında bir uyum sağlanması ve bunun sürdürülebilir olması gerekmektedir.

Turizm döngüsünün sağlıklı bir şekilde tamamlanabilmesi için performans göstergelerimizin iyileştirilmesine yönelik işlerin sıraya konulması ve adım adım gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

29.4

TURİZM DÖNGÜSÜ BİLEŞENLERİNİ TAMAMLAMALIYIZ-PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Markalaşma çalışmalarına başlamanın temel koşulu, bugüne kadar ki performans göstergelerinizin ne aşamada ve markalaşma çalışmalarıyla ne denli uyumlu olduğunu saptamaktır.

Şehrin görünüşü, kent insanlarının deneyimi, eğitimleri, turizme olan inançları, davranışları, özetle performans göstergeleri, markalaşma çabalarıyla uyumlu olmalıdır.

Uzman bir markalaşma ekibinin, Tokat'ın bugün, hangi noktada bulunduğunu saptamak için (ki bu onların markalaşma çalışmalarında başlangıç noktası olacaktır) soracağı ilk soru şöyle olacaktır. "Performans göstergelerinizden ne haber?"

PERFORMANS GÖSTERGELERİ TABLOSU 1

NO	PERFORMANS GÖSTERGESİ	SONUÇ
1	Yöresel ürünlerle ilgili yapılan markalaşma faaliyeti sayısı	
2	Patent alan ürün sayısı	
3	Alınan coğrafi işaret sayısı	
4	Organik tarımda alınan sertifika sayısı	
5	Yapılan AR-GE çalışması sayısı	
6	Yapılan inovasyon çalışmaları sayısı	
7	Turizm işletmelerin kapasitelerini artırmaya yönelik gerçekleştirilen faaliyet sayısı,	
8	Geliştirilen yeni ürün sayısı	
9	Yapılan kalite sertifikasyonu çalışmaları sayısı	
10	Yöresel ürünlerin tanıtımını gerçekleştiren e-tanıtım ve e-ticaret faaliyeti sayısı	

11	Modernize edilen işletme sayısı	
12	Hazırlanan tanıtım materyali sayısı ve kalitesi	
13	Hazırlanan kurumsal tanıtım web sayfası	
14	Gerçekleştirilen alternatif turizm faaliyeti sayısı	
15	İnsanlara yönelik yapılan sosyal ve eğitsel içerikli organizasyon sayısı	
16	Göç alan bölgelerde sosyal uyumu kolaylaştıracak sosyal tesis sayısı	
17	Dezavantajlı gruplara yönelik mesleki eğitim kursları	
18	Mesleki eğitim kurslarında eğitilen kişi sayısı	
19	Doğa turizmini canlandırmak adına yapılan tesis sayısı	
20	Turizm kümesi geliştirmeye dönük yapılan faaliyet sayısı	
21	Restorasyonu yapılan taşınmaz tescilli kültür varlığı sayısı	
22	Düzenlenen ya da rehabilite edilen turizm alanı yüzölçümü	
23	Tarihi ve turistik alanlara ulaşım için inşa edilen yol uzunluğu	
24	Yapılan kentsel tasarım faaliyeti sayısı	
25	Yapılan rekreasyon çalışması sayısı	
26	Yeni istihdam edilen kişi sayısı	

PERFORMANS GÖSTERGELERİ TABLOSU 2

Sürdürülebilir Destinasyonlar için...

NO	PERFORMANS GÖSTERGESİ	SONUÇ
1	Hangi yerel ürünlerin ve pazarların geliştirileceği ve yönetileceği belli mi?	
2	Potansiyel kültür turizmi gezginlerini hedef alan objektif bir pazarlama ve medya faaliyeti var mı?	

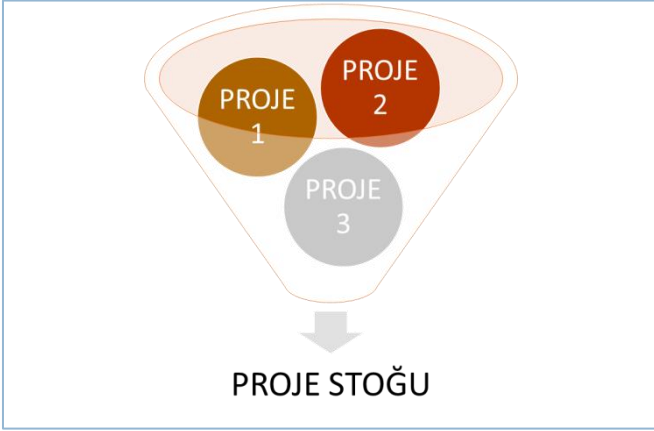
3	Duyarlı alanlara girişleri kısıtlamak, ziyaretçi yükünü zamana ve mekâna yaymak, kalış sürelerini uzatmak gibi kapasite ve talebi dengeleme amaçlı destinasyon yönetim teknikleri kullanılıyor mu?	
4	Mekânın kültürünü, tarihi mirasını ve farklılığını vurgulayan bir söylem var mı?	
5	Bisiklet ve yürüyüş güzergâhları ile toplu taşıma gibi çevreye duyarlı ulaşım teşvik ediliyor mu?	
6	Ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli hizmet, bilgilendirme, konfor, güvenlik sistemleri işliyor mu?	
7	Ziyaretçilerin gezilerini önceden planlamalarına olanak veren bilgilendirme kanalları mevcut mu?	
8	Yetkili kurumlar arasında resmi ya da gayri resmi ortaklıklar geliştiriliyor mu?	
9	Yerel toplumla diyalog için bir Turizm Forumu'ndan yararlanılıyor mu?	

Sürdürülebilir Ürünler Geliştirebilmek için...

NO	PERFORMANS GÖSTERGESİ	SONUÇ
1	Yörenin özelliklerine uygun ve ayırıcı özelliği pekiştiren çekici etkinliklere ve kimliğe odaklanılıyor mu?	
2	Yerel halk tarafından geliştirilen ürünlere öncelik veriliyor, doğrudan gelir sağlamalarına olanak yaratılıyor mu?	
3	Tarihi yapıları işlevlendirmek ve esnek kullanabilmek için turizmden yararlanılıyor mu?	
4	Yerel halka yarar sağlamak için yerel ürünler ve malzemelere destek veriliyor mu?	

29.5

PROJE BAZLI SORUNLARIN ÇÖZÜMÜ ÜZERİNDE YOĞUNLAŞMALIYIZ



Turizm geliştirme hedefleri doğrultusunda, stratejik atılım alanlarına (*buna sektörlere ve gruplara da diyebiliriz*) yönelik bir proje stoku (*havuzu*) oluşturulmalı, yazımı, zamanlaması ve finansmanı için ön hazırlıkların gerçekleştirilmesi ve daha sonra da olmazsa olmazlardan başlamak suretiyle önceliklendirilerek uygulamaya alınmalı ve etkinleştirilmelidir.

Proje uygulamalarının statik bir anlayıştan çok değişime ve ortaya çıkan gereksinimlere uyularak yürütülmesi, sürekli olarak ölçüm mekanizmaları ile varılan sonuçların dönemsel olarak ortaya çıkarılması ve ilan edilmesi ile turizm projelerinin, uygulamaya sokulması aşamasında, yerel hizmet sunucularının devreye sokulmasına özen gösterilmesi gerekmektedir.

SORUNLARIN GİDERİLMESİNE YÖNELİK ÖRNEK PROJE STOĞU



NOT. Örnek olarak verilmiştir.

29.6

TOKAT TANITIM PORTALININ / KÜLTÜR TURİZM ENVANTERİNİN HAZIRLANMASI PROJESİ



Bugün Tokat'ın tanıtımını yapabileceğimiz kurumsal bir tanıtım web sayfamız yoktur.

Oysa turizm döngüsü kısaca “Bir turistin ilin ya da destinasyonun adını duyduğu andan itibaren ili araştırması, gelmesi, gezmesi, yemek yemesi, içmesi, eğlenmesi, hediyelik eşya satın alması ve dönmesi sürecinde hiç bir problem ile karşılaşmaması ve şehrine döndüğü zaman da bir ikinci kişiye tavsiye etmesi sürecidir.

Ne yazık ki, bir gezginin ilimizin adını duyduğunda ilimizi ve destinasyonu araştıracağı bir tanıtım web sayfamız yoktur. Daha önce TUDER olarak tüm uyarılarımız karşın eyetokat adında bir web portalı yapılmış ancak birinci yılın sonunda bu site kapanmış, büyük bir kaynak israfı oluşmuştur.

Bu nedenle Tokat Yöresinin tüm değerlerini (tarihi, kültürel, doğal, jeolojik) başta yerel toplum olmak üzere, yerli ve yabancı yatırımcılara tanıtacak, yatırımcıları yatırım için, turistleri seyahat için, Tokatlıları da şehirlerine sahip çıkmaları için özendirilecek ve isteklendirecek, Tokat'ın tüm kültür turizm envanterini ortaya koyacak bir “**Tokat Dijital Kültür Turizm Envanteri Projesi**” nin acilen hazırlanmasına gerekmektedir.

Gereçesi

■ **Gereç 1:** Tokat ve ilçelerinde saptanmış ve kayıt altına alınmış yaklaşık 473 adet Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlığını kapsayan ve 516 sayfadan oluşan “Tokat Merkez ve İlçeleri Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri Kitabı” bulunmaktadır. Söz konusu Envanter belirli dönemlerde güncelleştirilerek kitap olarak basılmaktadır. Bu uygulama, hem gerekli güncelleştirmelerin zamanında yapılamamasına neden olmakta, hem de kitap olarak yeniden basılması zorunluğunu ortaya çıkarmakta ve zorunlu olarak yapılan her yeni güncelleştirme yeni bir harcama olarak ortaya çıkmaktadır.

Söz konusu “Tokat Merkez ve İlçeleri Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri Kitabı” hazırlanmasının maliyetli olması nedeniyle fazla sayıda basılamamakta ve kısıtlı sayıda okura / yararlanıcıya sunulabilmekte ve maliyet baskısı nedeniyle güncelleme sorunları yaşamaktadır.

■ **Gerekçe 2:** Diğer taraftan “Tokat Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri” Tokat’ın tüm tarihi, kültürel, doğal ve jeolojik değerlerini, başka bir ifadeyle, somut ve soyut kültürel mirasını (zenginliği), gastronomisini, tüm turizm potansiyelini, sosyo ekonomik yapısını, coğrafyasını, ulaşım-konaklama-enerji-haberleşme-Eğitim-Sağlık gibi olanaklarını gösteren kapsamlı bir doküman (envanter) değildir.

■ **Gerekçe 3:** Tokat yerel toplumunun Tokat’ın tüm tarihi, kültürel, doğal ve jeolojik değerlerini tanınması, tanıdıkça sahiplenmesi, bu değerleri koruması ve şehrini başkalarına da anlatması gerekmektedir.

Diğer taraftan turizm yatırımı yapmak isteyen yatırımcılar da Tokat’ın tüm kültür turizm potansiyelini dijital ortamda inceleme olanağına kavuşmalıdırlar.

Son olarak da, tarih, kültür ve doğa turizmi yapmak isteyen gezginlere Tokat’ı tanıtacak ve ihtiyaç duyacak bilgilerin sunulmasıdır.

Yukarıda belirtilen sorunları aşmak ve gerekçeleri karşılamak ve oluşacak olumlu sonuçlarından yararlanmak üzere Tokat’ın tüm kültür turizm potansiyelinin dijital ortamda, okura / yararlanıcılara bir site yaptırılarak sunulması, sürekli güncelleme olanağına kavuşması farklı ve yararlı bir uygulama olarak kayıt altına alınacaktır.

Gerekçe 4: Tokat ile ilgili çok sayıda ve farklı web sitelerinin bulunması, bu sitelerin sadece Türkçe olarak hazırlanması, kapsamlarının çok dar olması ve Tokat’ın değerlerinin (tarihi, kültürel, doğal ve jeolojik) farklı anlatımlarla sunulması kafa karışıklığına neden olmakta ve Tokat’ın tanıtımını olumsuz yönde etki etmektedir. Tokat’ın tüm potansiyeliyle tek bir kurumsal web sayfasından ve kapsamlı bir biçimde anlatımı Tokat’ın tanıtımına önemli yararlar sağlayacaktır.

Gerekçe 5: Hazırlanacak Web sayfası aynı zamanda Tokat’ın tanıtımına yönelik özellikle yerel topluma bir tür “eğitim” olanağı sağlayacak, onlardaki farkındalığı artıracaktır.

Projenin hedefi; Tokat’taki, tarihi, kültürel, doğal, jeolojik mirasın ve kentsel ve turistik değerlerin korunması, geliştirilmesi, değerlendirilmesi, yerel topluma, yatırımcılara ve muhtemel gezginlere tanıtılması, koruma-kullanma dengesi içinde ziyaretçilerin deneyimlemesine sunulması ve yaşantımızla bütünleştirilmesi hedefine dönük olmalıdır.

29.7

FARKINDALIK VE KENTLİLİK BİLİNCİ EĞİTİMLERİ PROJESİ

Tokat’ın tanıtımına yönelik «**tasarımsal bir süreç**» dâhilinde FARKINDALIK çalışmalarının yapılmasıdır.

Farkındalık çalışmaları; Tokat’ın tarihi, kültürel, jeolojik mirası, doğal güzellikleri ve değerlerini bilmek, anlatmak değildir. Tokatlılar bunları dilerlerse internetten de öğrenebilir. Farkındalık çalışmaları; Tokatlıların nasıl özel bir coğrafyada yaşadıklarının ve ne denli özel insanlar olduklarının farkına varmalarını sağlamaktır. Tokat’ın kimliklerinin farkına varmaktır.

İşte bu bağlamda yanıtı bizim için üzücü olan soru “Tokat’ta turizm farkındalığı var mı?” sorusudur. Tokatluların turizme olan ilgisini kendi kendimize “muhteşem bir farkındalık var” diye yanıtlayabiliyor muyuz? Hayır!



Biz hala fiziki ve sosyal altyapının birbirinden ayrılamayacağı saptamasında bulunamadık. Turizmin halka dokunarak yapılacağını, bunun için bir konsey kurarak, her kademenin halka anlatılıp sahiplendirilmesini bir türlü gerçekleştiremedik. Diyelim turist geldi. Ona “mutlaka bir kez daha gelmeliyim” dedirtemez, başkalarına da tavsiye etmesini sağlayamazsak olmaz. Bunu kim sağlayacak? Sadece gerekli standartlara erişmek zorunda kalan işletmeler mi?

Halkımızda da bu yönde bir farkındalık oluşturmamız gerekir.

Günü kurtarmak adına her yılın Nisan ayında yapılan, hiçbir somut ve ölçülebilir çıktıları olmayan sözde Turizm Haftası etkinlikleriyle Tokat turizmini geliştirmek bir hayaldir.

Tokat toplumunda “farkındalık” oluşturabilmek için kent ve kentlilik bilinci eğitimlerinin yanı sıra, ilkokul, ortaokul, lise ve yükseköğretimde öğrencilere, mahallelerde yetişkinlere, bir plan dâhilinde ve bir proje kapsamında farkındalık eğitimleri vermeliyiz.

29.8

TANITIM GÖNÜLLÜLERİ VE GÖNÜLLÜ YÖNETİCİLERİ EĞİTİMİ PROJESİ

Bu konudaki kötü alışkanlıklarımızdan birisi de, gönüllü oluşturma konusunda takındığımız olumsuz, bilgi temelinden yoksun yaklaşımlarımızdır.

Bugüne kadar yaşanmış deneyimleri de görmezden gelen tutumlar, sürdürülebilir bir gönüllü tabanı oluşturmayı zorlaştırmaktadır.

Zaman zaman “Turizm Elçileri” adıyla uygulamaya konulan projelerle oluşturulmaya çalışılan “gönüllü” tabanı hem yeterli hem de sürdürülebilir değildir.

Gönüllü profesyonel bir çalışan olmamakla birlikte, üstlendiği görev ne kadar basit olursa olsun, onu “PROFESYONELCE” yerine getirmelidir.



Gönüllülük amatörlük değildir. Tanıtım Gönüllülüğü birçok disiplin ile iç içe çalışmayı gerektiren iş alanıdır.

Gönüllüler STK'ların her türlü talebini taahhüt etmiş olan ücretsiz iş gücü gibi algılanmamalıdır. STK ya da kurumlar tarafından güdülecek böyle bir yaklaşım, gönüllünün kendisini mekanik bir araç olarak görmesine ve bir süre sonra STK'dan, kurumdan hatta benzer çalışmalardan uzaklaşmasına yol açabilir. Sürdürülebilir ve geniş bir gönüllü

tabanına sahip olabilmek için öncelikle çalıştığınız sorunsalı ve uğraş alanını doğru saptamış ve bunu topluma iyi anlatmış olmamız gerekir.

Diğer taraftan gönüllü yönetimi, hem gönüllüler, hem de STK ya da kamu açısından ilişkinin en verimli biçimde yürütülmesi amacıyla bir iletişim ve geri bildirim temeline oturtulmuş yönetim anlayışı ile yürütülen bir süreçtir.

Bu hususta dört temel sorunumuz vardır.

1-Tokat Yöresini Tokat'ta yaşayanlar dâhil, Tokat'a gelenlere ve sosyal medya kanalları veya oluşturulacak bir iletişim ağı kanalıyla Türkiye genelinde tanıtacak ve birbirleriyle işbirliği halinde olan, yeterli (zorunlu) eğitimleri almış, makul sayıda bir tanıtım gönüllüsü grubumuz yoktur.

2- Bir tur aracılığıyla ve kokartlı rehber eşliğinde Tokat Yöresini gezmeye gelen yerli ve yabancı gezginlere Tokat'ın en iyi şekilde tanıtılması sırasından kokartlı rehberlere eklenecek (eşlik edecek) gezginlere gezileri sırasında yardımcı olacak yetişmiş tanıtım gönüllülerimiz yoktur.

3-Genel turizm konusuyla ilişkisi bulunmayan ancak konu, daha özel olarak yerli ve yabancı gezginlere Tokat'ı anlatmak olan tümüyle gönüllülük temelinde kurulmuş, istenildiğinde eyleme geçen sağlıklı /sürdürülebilir bir yapılanmamız yoktur.

4-Bu hususlarda sergilenen ve iyi bir eğitim alt yapısı olmayan parçalı yaklaşımlar sürdürülebilir değildir. Bu durum Tokat'ın farklı ağızlardan farklı şekilde anlatılmasına neden olmaktadır.



Bu anlamda, oluşturulması planlanan “**TOKAT TANITIM GÖNÜLLÜLERİ VE GÖNÜLLÜ YÖNETİCİLERİ** ile “**KOKARTLI TURİST REHBERLERİNİ**” birbirlerine karıştırmamak gerekmektedir.

Tokat tanıtım gönüllüleri ve gönüllü yöneticileri ne yapacaktır?

Yaratıcı turizm sürecine katkıda bulunacaklardır: “Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri”, 2006 yılında ABD’de gerçekleştirilen; turizmcilerin, düşünürlerin ve UNESCO yaratıcı kentler ağı temsilcilerinin katıldığı “Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru” adlı konferansta geliştirdikleri ve konferansa katılanlar tarafından “insanların bir bölgenin sanatsal, kültürel mirası ya da özgün karakterini öğrenmek, bölge insanı ile yakın ilişkiler kurmak ve yaşayan kültürü etkileşimli biçimde öğrenerek otantik deneyimler yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler” olarak tanımladıkları yaratıcı turizm kavramı kapsamında geliştirdikleri “Yaratıcı turizm uygulama süreci” ne katkıda bulunmak üzere oluşturulacaktır.

Bilinçlendirme: Oluşturulacak Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri, “Yaratıcı Turizm Uygulama Süreci” kapsamında, aldıkları eğitimler sayesinde kamu yöneticilerinin, yerel yöneticilerin, akademisyenlerin, sektör üyelerinin ve yöre halkının yaratıcı turizm kavramı, felsefesi ve uygulaması ile ilgili bilinçlenmelerini sağlayacaklardır.

Gezgin yönelik envanter oluşturma: Yine, oluşturulacak Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri, aldıkları eğitimle, il ve yöre düzeyinde yaratıcı turizme konu olabilecek sosyal, sanatsal, kültürel, ekonomik ve günlük faaliyetleri belirli kriterleri göz önüne alarak, turist odaklı bir bakış açısı ile ortaya koyabilecekler ve faaliyetlerin, empati (turistin gözü ile bakabilmek) kullanımı göz ardı edilmeden, turistlere ilginç gelmesi ve onları seyahat için isteklendirmesine çalışacaklardır.

İletişim alt yapısı: Oluşturulacak Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü yöneticileri, Tokat’a gelecek (bireysel, grup, kitle turizmi yoluyla) olan gezginlerle yerel halkın arasındaki iletişim problemlerinin ortadan kaldırılmasına aracı olacak ve Tokat’a gelen gezginin yörenin günlük hayatına katılmasını sağlayacak unsurları gerçekleştirecektir. Bu nedenle bu aşamada dil problemlerinin aşılması için Tokat Tanıtım Gönüllüleri en az bir yabancı dil (İngilizce) eğitimi almış olacaklardır. Tokat Tanıtım Gönüllülerinin bu başlıktaki diğer bir görevi de, yöreye gelen gezgin için, gezgini yörenin sosyal dokusunun içine katacak alt yapıyı kurması olacaktır.

Reklam, Tanıtım ve Turist Bilinçlendirme: Tokat Yöresine gelen gezginlerin, yöre yaşantısına ilişkin deneyimleri, görüşleri, izinleri alınmak suretiyle, Tokat Tanıtım Gönüllüleri tarafından yazılı ve görsel araçlar yardımı ile sosyal medyada paylaşılacaktır. Bu aşama reklâm ve tanıtım aşamasıyla içi içe olduğu kadar devamı olarak da düşünülmelidir. Çünkü dış tanıtım, insanların ilgilerini bir ülkenin, bölgenin veya turistik istasyonun mal ve hizmetlerin üzerine çekmek olduğu kadar bu konuda bilgi vermek, eğitmek, bazı telkinlerde bulunarak hafızada bir imaj yaratmak, zihinlerinde bir inanç meydana getirmekle ilgili süreçlerin toplamından oluşmaktadır (Turanlı ve Güneren, 2003; 4)

Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri, bu süreci gerçekleştirebilmek için bize gerekli olan beşeri ve örgütsel kaynağı sağlayacaktır.

Geri Besleme: Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri, yaptıkları fiili çalışmalar sonucunda saptadıkları görüş ve önerilerini, edindikleri deneyimlerini, ilgili kurum ve kuruluşlara bildirerek, onlarla

paylaşarak, turizmle ilgili uygulamalarda gerekli düzeltmelerin, iyileştirmelerin yapılmasını ön ayak olacaklardır.

Böylelikle, her bir adımdaki faaliyetler gerçekleştirilirken ve aynı zamanda adım sonunda sürekli bir denetim ve görülen hataların düzeltilmesi söz konusu olacaktır. Bu sayede, bir uygulama sonunda tüm süreç ile ilgili ortaya çıkan sorunlar ile ilgili düzeltmeler sürecin aktörlerine iletilecektir.

Bireysel turistlere, Turlara ve Kokartlı Rehberlere Yardımda Bulunma: Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri bireysel turizm kapsamında Tokat'a gelecek gezginlerin Tokat'ı gezmeleri ve tanımaları, Tokat'ta konaklamaları sürecinde onlara yardımcı olacak, bireysel ihtiyaçlarının karşılanmasında yardımcı olacaktır.

Yine Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri, kitle turizmi yoluyla (turlarla) Tokat'a gelecek gezginlere refakat edecek olan kokartlı turizm rehberlerinin ihtiyaç duyması halinde onlara eklenilebilecek ve Tokat'la ilgili ihtiyaç duydukları konularda kokartlı rehberlere yardımcı olacaklardır.

Bu amaçla Tokat Tanıtım Gönüllüleri ve Gönüllü Yöneticileri Projesi'nin uygulamaya alınması gerekmektedir.

29.9

TOKAT VIP TANITIM KATALOĞLARININ HAZIRLANMASI PROJESİ

Tokat önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu halde, bu gizil öncelikle yerel halka; Tokatlılara, sonra da Tokat dışındaki potansiyel gezginlere tanıtılmamıştır.

Özellikle Tokatlılar, Tokat'ı yeteri kadar tanıyamayınca dışarıdan gelenlere de tanıtılmamaktadırlar.

Tokat'ı tanıtma araçlarından birisi de tanıtım materyalleridir.

Ne yazık ki, Tokat'ın tanıtımını yapmak amacıyla çeşitli tanıtım broşürleri bastırılmış ancak söz konusu tanıtım materyalleri gereken özellikleri ve özeni taşımadıkları için tanıtımda yeterli etkiyi yapamamışlardır.

Tanıttımda yeterli etkiyi sağlayabilmek için, tanıtım materyalleri Tokat İli Sürdürülebilir Turizm Stratejisi Eylem Planı'nda da belirtildiği gibi profesyonel bir yaklaşımla ve imaj yaratıcı şekilde hazırlanmalıdır.

Tanıttım materyallerinin hazırlanmasında profesyonel yaklaşım benimsenmeli, tanıtımda, turistik ürünlerin bütüncül, planlı ve zengin çeşitlilikte ve farklı amaçlarla bir arada hazırlanması (paket olarak) ve potansiyel gezginlere sunulması sağlanmalıdır.

Ne yapılmalıdır?

Tanıttım materyalleri fayda-maliyet ilkesi göz önüne alınarak, basit sayfa düzeni (mizanpaj) ilkelerine göre değil, tasarım ilkelerine göre, amaçlara uygun, uyandıracığı ilgi düzeyi yüksek düzeyde olacak şekilde düzenlenmelidir.

Tasarlanacak tanıtım materyallerinde, yüksek çözünürlükte, profesyonel çekim ürünü olan, herhangi bir yerde (tasarımda, sosyal medyada) kullanılmamış yeni görsel öğeler olabildiğince kullanılmalı, tipografinin de görsel tasarım öğesi olarak tasarımda kullanılması sağlanmalıdır.

Tanıtmada, her önemli ve zengin tanıtım olgusu gruplandırılarak, ayrı bir tasarım olarak hazırlanmalıdır.

Tanıtm materyallerine ilişkin metinler, ciddi bir editoryal denetimden geçirilmelidir. (*Anadolu'nun mayası Tokat cümlesi, Anadolu'daki Maya Uygarlığı şeklinde tercüme edilmemelidir*)

Tanıtm materyalleri hedef gezgin gruplarına ve amacına göre yalnızca Türkçe veya Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanacaktır.

Tanıtm materyalleri aşağıdaki başlıkları kapsamalıdır.

- 1-El Sanatları VIP Kataloğu (Türkçe-İngilizce)
- 2-Tokat Yazmaları VIP Kataloğu (Türkçe-İngilizce)
- 3-Tokat Sulu Sokak VIP Kataloğu (Türkçe-İngilizce)
- 4-Tokat Müze VIP Kataloğu
- 5-Tokat İğne Oyları VIP Kataloğu
- 6-Hubyar VIP Kataloğu
- 7-Tokat Mevlevihane VIP Kataloğu
- 8-Farkımız Kimliğimizdir VIP Kataloğu (*yalnızca Tokat'a bulunan turizm değerlerimizin-Özgün farklılıklarımızın yer aldığı katalog*)
- 9-Sivil Mimari Yapıları VIP Kataloğu (*Latifoğlu Konağı, Kültür Evi, Atatürk Müzesi, Taş Bina gibi*)
- 10-Voyvodo Han (Taşhan) VIP Kataloğu
- 11-Tokat VIP kataloğu (Tokat ve ilçelerindeki önemli turistik ürünler)
- 12-Alternatif Turizm VIP Kataloğu
- 13-Tokat Lezzet Yolu VIP Kataloğu (Gastronomi kataloğu)
- 14-Tokat' Tanıyalım Tanıtım Kitapçığı (Merkez'e ait)
- 15-Tokat'ı Hakkında Neyi Ne Kadar Biliyorsunuz Kitapçığı
- 16-Tokat Merkez Gezi Haritası (Türkçe-İngilizce)

29.10

KENT SEMBOLÜNÜN BELİRLENMESİ İLE YÖN VE İŞARET TABELALARININ YENİLENMESİ PROJESİ

Söz konusu proje çalışması **marka elamanları kimliklendirme çalışmasıdır.**

Tokat Yöresi 'nin iyi pazarlanabilmesi için, yöreyi tanımlayabilecek, onu diğerlerinden ayrıcalıklı kılan yönlerini ortaya çıkaracak ve sürdürülebilir kent markası yaratılmasını sağlayacak markalaşma çalışmalarının başlatılması gerekmektedir.

Bu bağlamda Tokat turizm markasının özelliklerini yansıtacak Tokat Logosu /sembölü/ sloganın belirlenerek, tüm faaliyetlerde kullanılması sağlanmalıdır. Örneğin Tokat yöresindeki tüm yön levhalarının belirlenecek Tokat logosunu, ulaşım mesafesini, ulaşılacak noktanın adını, doğru tanıtım bilgilerini içerecek şekilde yeniden ve tek tip tasarlanması sağlanmalı, tüm yazışmalar ve tanıtım kitapçıklarında belirlenen sembolün/logonun/ kullanılması gerçekleştirilmelidir.

Tokat Yöresi turizminin temel sorunlarından birisi, çok sayıda ve türde potansiyele sahip olunmasına rağmen **sistemik bir markalaşma sürecine girilememiş** olmasıdır.

Oysa tatil amaçlı olarak Tokat'a gelen turiste hizmet sunulması aşamasında, Tokat'ın bütün ekonomik, coğrafi ve beşeri unsurların turistlerin tatmin edilebilmesi için gerekli kalite düzeyini yakalamış olması gerekmektedir.

Tokat Yöresi turizminin pazarlanmasında ve potansiyel turistler üzerinde iyi bir imaj bırakılmasında önemli rol oynayan bir diğer husus, var olan turizm zenginliğinin nasıl tanıtıldığı ve turistler tarafından nasıl algılandığıdır.

İşte markalaşma adı verilen bu kavram turizm rekabetinde öne geçmek isteyen şehirler tarafından popüler bir pazarlama aracı haline gelmiştir.

Tokat Yöresi'nin turizm rekabetinde başarılı olabilmesi için, bir bütün olarak kendi özgün kimliklerini öne çıkararak, konaklamada, yiyecek içeceklerde, turistik ürünlerinde, coğrafi yerlerinde markalaşma kavramını başarıyla uygulaması, otelcisinden, restoranına, esnafına, valisine, kaymakamına, üniversitesine, pastanesine, hastanesine kadar yaratıcı olması gerekmektedir.

Markalaşmadaki temel varsayım; coğrafi yerlerden, ürünler ve insanlara kadar her şeyin markalaştırılabileceğidir.

Bunun için öncelikle Tokat Yöresi için kullanılabilecek isim ya da sembolleri / logoları ve sloganı ortaya koymak gerekmektedir.



Örnek

Tokat Yöresinin iyi pazarlanabilmesi için, yöreyi tanımlayabilecek, onu diğer yörelerden, coğrafi bölgelerden ayrıcalıklı kılan yönlerinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Bu nedenle de potansiyel turistlerde olumlu bir algılayma yaratacak imaj öğeleri iyi analiz edilmelidir.

Markalaşma sadece Tokat yöresine değil, turizm sektöründe faaliyet gösteren turizmcilere de yarar sağlayacaktır. Sektörde yıllarca uğraştıktan sonra kendi çabasıyla oluşturduğu imajdan ya da markadan daha fazlasına kavuşurlar.

Markalaşmış bir ürün, tüketicinin beklentilerinin ne olduğu araştırılmış bir üründür. Bu nedenle de piyasa algılaması ve güvenilirliği yüksek üründür.

Bir destinasyon markası oluşturulurken yapılması gereken ilk işlerden birisi, imajın sonrasında, bölge için, bir kimliğin oluşturulmasının gerekliliğidir. Destinasyon markası yaratmak; pozitif imaj oluşturma aşamasında tanımlanan ve ayırt edilen birtakım özelliklerin oluşturulması olarak tanımlanabilmektedir.

Marka, bir isim, logo, işaret, dizayn, sembol, slogan, kavram, paket veya bunların hepsi birden olabilmektedir. Turistik bölge için, bir marka oluşturmak, turistik bölgeyi diğer benzer turistik bölgelerden ayırt eden başlıca özellikleri ile ön plana çıkararak, bir kimlik oluşturma sürecidir.

Destinasyonu markalaştırırken, o bölge ile ilgili her şey tek bir marka çatısı altında toplanmalıdır. Bunlar; mal ve hizmetlerden tarıma, spordan sanata, yatırımdan teknolojiye, eğitimden turizme kadar yüzlerce özelliktir. Amaç, bölgenin varlığını bütünüyle ele geçirmek ve sembolik bir tarzda ziyaretçilere sunmaktır. Bunu yaparken de, her türlü özelliğin tek tek, ama bütünü temsil eder şekilde ele alınarak pazarlanması gerekir. Bu anlamda marka ticari olmaktan çıkıp “güvenilirlik markası” durumuna gelmektedir (Günlü, _çöz, 2004; 298)

Tokat'ın kimliğini ve turizm destinasyonu tanımlayan ve farklılaştıran sembol, logo ve slogan gibi grafik unsurlarının öncelikle oluşturulması ve logonun Tokat'ı kucaklayan bir sloganla bütünleştirilmesi ve tüm Tokat yöresi yön, işaret, tanıtım tabelalarında kullanılması gerekmektedir.

29.11

YEREL ETKİNLİK TAKVİMİ OLUŞTURULMASI PROJESİ

Tokat merkezden başlamak üzere, yörenin yerel etkinlik takviminin (*belde ve köyleri de kapsayacak şekilde*) çıkarılması ve günümüz gelişmelerine göre yenilenmesi gerekmektedir. Turizm açısından yörenin tanıtım ve pazarlaması ve markalaşmasını sağlamak için etkili ve ses getiren festivaller ve etkinliklerin yapılması önem arz etmektedir.

Tokat merkez dâhil olmak üzere, Tokat yöresinde düzenlenen etkinlikler turistik çekicilik olarak kullanılması bir yana, yerel halkın yararlanabileceği etkinlikler olmaktan da uzaktır. Yerel ölçekte düzenlenen etkinliklerin kapsamı dar yerel organizasyonlar olmaktan çıkarılarak, turizm açısından önemi artmış, turistik çekicilik yaratan, sosyal ve kültürel, yerel ve bölgesel organizasyonlar olarak düzenlenmesi sağlanmalıdır.

Bu festival ve etkinliklerin yüksek kalite ve profesyonellikte organize edilememesinden dolayı, gerek ziyaretçi, gerekse ilgi duyan medya sayısının istenilen ölçüde gerçekleşmediği ve dar bir çerçevede kaldığı görülmektedir.

Festival ve etkinliklerin seviye olarak üst bir noktaya çekilebilmesi için gerekli zihinsel inovasyonun gerçekleştirilmesi, yeterli zaman ve kaynağın ayrılması gerekmektedir.



Bu amaçla, kurulması önerilen turizm konseyi (ya da adı ne olursa) marifetiyle bölgenin en yüksek turizm getirisini elde edecek festivallerin hangileri olacağı konusunda çalışmalar yapılmalı ve tespit edilen festivallerin ya da yeni festivallerin profesyonelce devreye alınması sağlanmalıdır.

TUDER tarafından Tokat'ın marka değerini de öne çıkaracağı düşünülen festival örneklerinden bazıları şunlardır.

- Hubyar şenlikleri

- Nisan ayında düzenlenecek **Kısa Film Festivali**

- Mayıs-Haziran ayında düzenlenecek, Tokat, Almus, Niksar, Reşadiye yerleşimlerini kapsayan bir haftalık **“Su ve Doğa Festivali.”**

Bir haftalık festivalde bölgenin doğal güzelliklerine, su spor ve etkinliklerine; canlı ve bitki türlerine odaklanacaktır. Su sporları yarışmalarının yanında kuş gözlem turları, yayla gezileri, mağara turları, yaban hayatı gözlem turları, botanik ve yabani meyve turları, atlı turlar, jeo turlar, dağ ve kaya tırmanışı, dünyadan ve Türkiye’den ünlü sanatçıların ve sporcuların katılacağı program ve etkinlikler, sanat gösterileri ön planda olacaktır. Niksar Keltepe Yürüyüşü ve Oryantring yarışmaları bu festivalle bütünleştirilebilir.

- Temmuz-Eylül aylarında düzenlenecek **“Hasat ve Gastronomi Festivali”**(Tüm yörenin sunduğu sağlıklı, doğal ve özgün tarım ve gıda ürünleri ve yemekleriyle ön plana çıkacağı festivalde, ziyaretçilerin katılımıyla gerçekleşecek hasat ve kışa hazırlık etkinlikleri; unutulmuş yöresel yemeklerin yeniden hayat bulmasını sağlayacak yarışmalar, tarım ürünlerinin inovatif yöntemlerle işlenmesi, sunumu ve pazarlanmasına yönelik kurslar ve seminerler, Türkiye’den ve dünyadan ünlü tatbirlilerin (gurmelerin) katıldığı program ve etkinlikler; yöresel kültürün ve efsanelerin canlandırıldığı gösteriler yer alacaktır)

- Hava sporları etkinliği (**Ulusal Yamaç Paraşütü Etkinliği**)

Tokat / Turhal Mercimek Tepe, bu etkinliklerin düzenlenmesi için uygun bir mekân olup, burada mevcut olan tesislere işlerlik kazandırmak suretiyle bu etkinliklerin yapılması sağlanmalıdır. Etkinliğin düzenlenmesinde mevcut havacılık kulüplerinin desteği alınabilir. Ayrıca bölgenin, Tokat’ta ve Pazar’a da yakın olması da diğer alternatif turizm türlerinin gelişimine ön ayak olacaktır.

Yerel halkın festivallerde etkin şekilde yer almasını sağlayacak girişimler planlanmalı, festivallerin öncesinde, gerçekleştirilmeleri sırasında ve sonrasında medyada geniş yer bulması sağlanmalıdır.

Bunların dışında, halen bölgede yerel düzeyde düzenlenmekte olan festivallerin (**Geleneksel Topçam Şenlikleri, Çamiçi Şenlikleri vb.**) ulusal ve uluslararası düzeyde ses getirecek şekilde organize edilmesi sağlanmalıdır.

Bu amaçla, tüm bu festivallerin organizasyonu da profesyonel organizasyon firmaları ile yapılmalı, her biri için etkin yerli ve yabancı destekleyiciler (sponsorlar) bulunmalı ve kapsamlı tanıtım ve reklam kampanyaları yürütülmelidir. Ayrıca, festivallerin, sadece düzenledikleri il veya ilçeye sınırlı kalmayıp, bölgenin turizm vaat ve ürünlerinin tanıtılacağı ve sunulacağı bir fırsat olarak değerlendirilmesi önemlidir. Dolayısıyla, festivaller süresince bölge genelinde üretilen ürünlerin satışı, turizm ürünlerinin tanıtımı ve bölge genelinde yerel halkın aktif katılımının özendirilmesi sağlanmalıdır.

29.12

KÜLTÜR TURİZM ENDÜSTRİSİ OLUŞTURULMASI PROJESİ

Yörede ciddi anlamda bir kültürel ve sanatsal birikim söz konusudur. Bununla birlikte bu ürünlerin bugüne kadar markalaştırılmadığı görülecektir.

Bu nedenle uzman kreatörler (yaratımcılar) ve marka danışmanlarının öncülüğünde ürün markalaşma çalışmaları yürütülmelidir. Turistlerin özgünlük arayışı içinde el sanatçıların özgün ya da taklit (replika) üretimlere yönelmeleri teşvik edilmeli, bu konuda onlara öncülük yapılmalıdır.

Gençlerimize ve kadınlarımıza katma değeri yüksek, turistik el sanatı ürünlerin; seramik, cam, müze kopyacılığı, kaligrafi, ebru, taş kabartma, deri süsleme, heykel, mozaik, tezhip, sabun, türkari işleri (Türk tarzı minyatürler) ağaç oymacılığı üretimine yönelik, eğitimlerin, kursların verilerek hediyeelik eşya üretim –satış atölyelerin açılması sağlanmalıdır.

Söz konusu faaliyet, Tokat Belediyesi'nin Tokat Meslek Edindirme ve Girişimcilik Kursları projesi kapsamında gerçekleştirilebilecek bir eylemdir.

Sermaye hareketlerinin yatırıma dönüştürülememesi yeni kurulan firmaların ve mevcut firmaların kurumsallaşamaması, yeterli iş alanlarının olmayışı nedeniyle yetişmiş işgücünün göç etmesi ve bu durumun bölge ekonomisini olumsuz etkilemesi, girişimcilerin motivasyon eksikliği, mevcut el sanatlarına yönelik yenilikçi uygulama ve tasarımların yetersizliği, iş fikrinin fırsatlara dönüştürme bilgi ve beceri eksikliği, kadınların sosyo-ekonomik hayata katılımlarının oldukça sınırlı olması, Tokat'ta işsizliğin en büyük ekonomik sorun olması, birçok yöresel ürünümüzün (el baskı yazması, sandık, kaval, ev tekstili, kilim vb.) ülke çapında markalaşmayı sağlayacak bir sektörel altyapıya sahip olmaması başlıca sorunlardır.

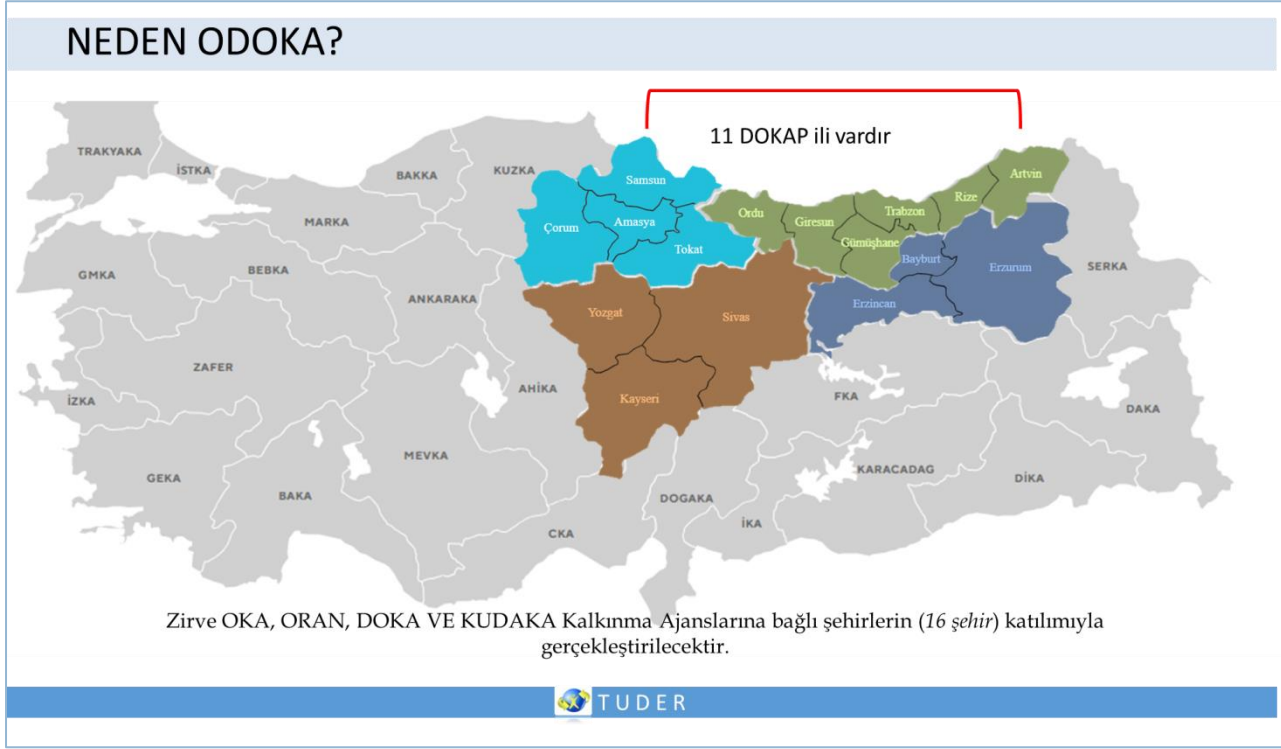
Bu nedenle, bir taraftan, ilimizde önemli bir ekonomik potansiyele sahip olan el sanatlarının araştırılıp geliştirilmesi sağlanırken, diğer taraftan ilimizin bu alanda istihdam yaratma alanında ilerlemesi gerçekleştirilmelidir. Böylelikle istihdam ve girişimcilik imkânlarının artırılması ile işsizliğin azaltılmasına ve bölge-aile ekonomilerine katkıda bulunulması, el sanatlarının farklı tasarımlarla üretim hacminin genişletilerek Tokat'ın bu alanda bölgede markalaşması amaçlanmalıdır.

29.13

ODOKA BÖLGESEL, ULUSAL VE ULUSLARARASI TURİZM ZİRVESİ PROJESİ

Söz konusu projenin amacı;

- 1 Bölgesel turizm gelişme kurgusuna Tokat'ın dahil edilmesini sağlamak, Tokat'ın hangi alanlara öncelikli olarak odaklanması gerektiğini tespit etmek, bunun için gerekli kurumsal kaynaklar konusunda hükümetin dikkatini çekerek, bu kaynakların tahsisi konusunda siyasi otorite nezdinde farkındalık oluşturmak,
- 2 Tokat kamu yönetimini, yerel yönetimleri, üniversiteyi, meslek odalarını, sektörü ve sivil toplumun ortak hedeflere yönlendirilmesi yönünde bir kültürün (bilincin) oluşmasını sağlamak,



- 3 Yerel yönetimlere ve kamu yönetimine turizm, yatırım, istihdam konularında önümüzdeki yıllarda kılavuzluk yapacak temel kararların ve geleceğe odaklı eylemlerin oluşturulmasını sağlamak,
- 4 Yakın coğrafyamızdaki 4 bölgenin turizm, yatırım ve istihdamla ilgili sorunları, fırsatları ve potansiyel gelişme alanlarının analiz edilmesi ve bu analizlerden yararlanılarak, Tokat'ta hangi alanlara, hangi öncelikli yatırımların yapılması gerektiğini ortaya çıkarmak ve bu alanlara yönelik projelendirme çalışmaları yapılması yönünde stratejik bir yol haritasını ortaya koymak ve Tokat'ın rekabet ve gelir düzeyinin artırılmasını sağlamak.
- 5 Tokat'ın etkin bir tanıtımının yapılarak, Tokat'taki turizm ve kültür varlıklarını turizm ekonomisine kazandırmak,
- 6 Tokat'ı hem turizm destinasyonu hem de lojistik anlamda Karadeniz'e bağlayacak olan Niksar-Akkuş-Ünye karayolu yatırımını siyasi otorite nezdinde gündeme alarak, önemini anlatmak, yatırımın Tokat için ne denli hayati olduğu konusunda, topyekûn (belediye, yerel siyasi otorite, meslek odaları, sivil toplum ve yerel medya) kulis faaliyeti yaparak, destek almaya çalışmak,

- 7 Bölge turizmin geliştirilebilmesi için, yakın coğrafyamızdaki şehirlerle işbirliği olanaklarını araştırmak, uygulamaya alınacak olanlarını ve ortak politikaları belirlemek ve daha da önemlisi, Tokat'ın bölge turizminden pay alması için gerekli saptamaları yapmak,
- 8 Zirveye katılan turizm sektörü temsilcilerinin Tokat'a yatırım olanaklarını gözlemlemek.
- 9 Ulusal medyanın ve tur operatörlerinin ilgisini Tokat'a çekmek
- 10 Zirve ayrıca, zirveyi düzenleyecek kurumun (belediyenin-yerel yönetimin) başında bulunan yöneticinin kariyer planlaması için de çok önemli bir araçtır.
- 11 Proje Tokat'ı turizmde, tarımda, yükseköğretimde ve kentsel gelişmede bir cazibe merkezi haline getirerek, girişim ve yatırım olanakları çıkarmayı, Tokat'ta yaşayan insanlarımızın gelir düzeyini ve yaşam kalitesini yükseltmeyi, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklılıklarını gidermeyi, önce yerel düzeyde, sonra da ulusal düzeyde ekonomik gelişme ve sosyal istikrar hedeflerine katkıda bulunmayı hedefleyen, bölgesel açılımları olan, bir yerel kalkınma projesidir.

29.14

FOTOĞRAF SERGİSİ VE TUR OPERATÖRLERİ İNFO PROJESİ

Gerekçe

Tokat önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu halde, bu gizil öncelikle yerel halka; Tokatlılara, sonra da Tokat dışındaki potansiyel gezginlere tanıtılmamıştır.

Tokat'ı tanıtmaya araçlarından birisi de Tokat'a ait fotoğrafların önemli ve insan yoğunluğunun olduğu mekânlarda yurttaşlarla buluşturulduğu "**fotoğraf sergileridir.**"

Diğer taraftan **turizmin geliştirilebilmesi için gerekli hususların özellikle seyahat acentelerinden bizzat öğrenilmesi ve turizme yönelik çalışmalarda nazarı dikkate** alınması büyük önem arz etmektedir.

Bu nedenle fotoğraf sergisinin açıldığı yerleşkelerde **seçilen turizm seyahat acentelerinin oluşturulacak bir ekiple ziyaret edilmesi ve Tokat'a tur düzenlemeleri için, onların bizden neler beklediklerinin öğrenilmesi** yararlı olacaktır.

Proje kapsamında neler yapılması önerilmektedir?

1-Ankara-İstanbul-İzmir (Bursa'da ilave edilebilir) şehirlerinde önemli AVM' lerde, (örneğin Ankara'da Ankamall'da) metroda (örneğin Ankara Metrosu Kızılay'da) ve bu şehirlerin hava limanlarında "**Fotoğraf Sergisi**" açılacaktır.

3-Açılan fotoğraf sergisinde Tokat'a ait profesyonel fotoğraflar sergilenecektir.

4-Fotoğraf sergisinin tanıtım adının, "**TOKAT;SU GİBİ**" olması önerilmektedir.

5-Fotoğraf sergisinin genel tanıtım adının "**OBJEKTİFİN GÖZÜNDEN TOKAT**" olması önerilmektedir.

5-Görünürlük ilkesi çerçevesinde, fotoğraf sergisinin düzenlenmesine mali kaynak sağlayan kurum ya da kuruluş için “Tokat Kültür Sanat 2016” tümcesini kapsayacak bir tasarım yapılarak fotoğraf sergisinin bulunduğu mekâna “display” veya “mega roll-up” larla konumlandırılacaktır.

7-Sergilenecek fotoğraf sayısı belirlenecektir. (Örneğin:100 fotoğraf)

8-Fotoğraf sergisinin de sergilenecek fotoğrafların ebatları 50 x70 cm olacaktır.

9- **Fotoğraf** sergisinde sergilenecek fotoğraflar;

a) Fotoğrafların dijital baskılarının çok kaliteli olmasına özel önem verilecektir. (örneğin; ekranında beğendiğimiz fotoğraflar, basıldığında bizleri hayal kırıklığına uğratabiliyor. Bunun sebebi ise kalibre edilebilir monitör kullanılmaması ve düzenli aralıklarla kalibre edilmemeleridir)

b) Gerek nakliye, gerekse sergilenme sırasında kenar ve uçlarından kırılmalarını önlemek için fotoğrafların sergileneceği fotoblokların çerçeveli olması sağlanacaktır.

c) Fotoğraf dijital baskılarının basılmadan önce, gerekli photoshop uygulamaları, baskı yerinde ya da belirlenen bir photoshop uzmanına yaptırılacaktır.

10-Fotoğraf sergisinin duyurusu ve reproduksiyon / haber çekimleri yaptırılacaktır.

11-Fotoğrafların sergilenmesi için 50 x 70 ebadındaki fotoğrafların sergilenmesini sağlayabilecek, hafif olmayan, 120 adet yüksek ve sıkıştırımlı şovale temin edilecektir.

12-Tüm malzemelerin fotoğraf sergi alanına nakliyesi sağlanacaktır.

13-Sergi de üçlü trionun yer alması sağlanacak ve trio Tokat türkülerini (sözsüz) seslendirecektir.

Fotoğraf Sergisinin Açılmasının Önerildiği Yerler



1-ANKARA:

- a) Ankamall
- b) Kızılay Metro su
- c) Esenboğa Havaalanı (

2-İSTANBUL

- a) Via Port
- b) Taksim Metro su
- c) Sabiha Gökçen Havaalanı



3-İZMİR

a) Mavi Bahçe AVM (Karşıyaka) Port

b) İzmir Konak Metroso

c) İzmir Havaalanı



29.15

TUREM (YENİ NESİL TOKAT TURİZM ENFORMASYON MERKEZİ) PROJESİ

Gerekçe

Bilindiği gibi Tokat'ta halen bir turizm enformasyon merkezi / ofisi yoktur.

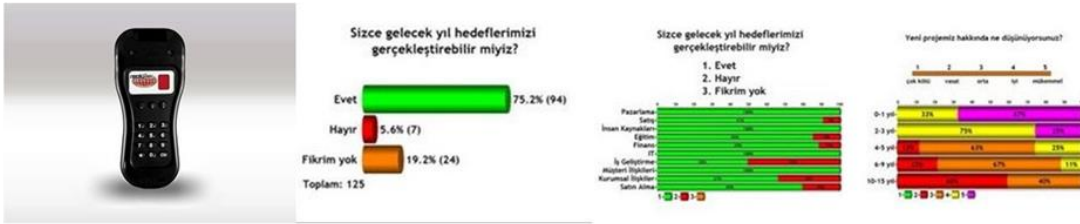
Herhangi bir şekilde Tokat'a gelenler, Tokatla ilgili tanıtım bilgisine ve bir yerel tanıtım gönüllüsüne ulaşamamakta ve Tokat'ı yeterince tanımadan şehirden ayrılmaktadırlar.

Bu sorunlara çözüm getirecek bir 'Yeni Nesil Turizm Enformasyon Merkezinin' kurulması Tokat'ın turizmde arzuladığı gelişmeye çok önemli bir katkı sunacak, Tokat'ı bu alanda ayrıcalıklı kılacaktır.

Amaç; Tokat'ın tanıtılmasını sağlayacak, Tokatlılarda aidiyet duygusu ile kent ve kentlilik bilinci oluşturacak, Tokat'a gelen gezginlerin yerel tanıtım gönüllüsü bulabilecekleri, Tokatla ilgili bilgilendirmeler alabileceği bir turizm enformasyon merkezin kurulmasını sağlayarak, Tokat turizminin gelişiminin önünü açmaktır.

Proje önerileri

- 1 Tokat turizm destinasyonun başlangıç noktası olan ve aynı zamanda gezginlerin soluklanabileceği, çay kahve içebileceği, yerel lezzetleri bulabileceği Tokat Sosyal Tesis'i'nin de bulunduğu alandaki "**Şeyh Meknun Zaviyesini** " **Tokat Turizm Enformasyon Merkezi** olarak kullanıma açmak.
- 2 Merkezin içini, ' kafe-enformasyon-eğitim' hizmeti verecek şekilde tasarlamak.
- 3 Merkezde PowerPoint sunumu yapılabilecek, tanıtım ve eğitim amaçlı videoların gösterimini sağlayacak, 2 adet büyük ekran LED TV (oturma mesafesine gör belirlenecek) bulundurmak.
- 4 Merkezi 7 gün açık tutmak.
- 5 Merkeze sürekli tanıtım gönüllüsü bulundurmak.
- 6 Merkezde, tanıtım gönüllüsünün kalabalık turist kabilelerinde tanıtım için sahada kullanacağı elektronik iletişim sistemini temin etmek.
- 7 Gerekli olan anket ve veri elde etme çalışmalarını hızla yapabilmek için KEYPAD sistemi bulundurmak



8 Merkezde; yamaç paraşütü, trekking, Oryantring, Outdoor sporlarıyla ilgili enformasyon ve eğitimlerin yapılmasına olanak sağlamak ve alternatif turizm ürünlerine ilişkin gerekli malzemeyi bulundurmak, gerektiğinde kiralamak,

8 Hazırlanmış harita, tanıtım broşürü, katalog bulundurmak.

9 Merkezin dışına, Şeyh Meknun Zaviyesinden ve Hıdırlık Köprüsünden başlamak üzere, GOP Bulvarındaki tarihi mekânları, Halit Sokak'tan girilerek Sulu Sokak, dönüşte Ali Paşa Hamamı ve sonrasındaki gezi destinasyonunu gösteren bir madeni harita yapmak,



29.16

TURİZM KALİTE İŞARETİ PROJESİ

Marka elemanları kimliklendirme çalışmaları kapsamında kalite işareti çalışması yapmak.

Markalamada ilk aşama kalitedir. Marka olmanın ön koşulu olan kalitenin sağlanması, markanın temellerinin sağlam atılmasını sağlayacaktır.

Destinasyon genelinde sunulan hizmetlerin belirli bir kaliteye sahip olması başarı ve sürekliliğin ön koşulunu oluşturmaktadır. Kalite sadece işletmelerin değil destinasyonun bir bütün olarak ele alınmasını gerektiren bir kavramdır.

Bu amaçla, kentte belirlenecek olan kalite standartlarında turistik ürün ve hizmet sunan kişi ve kuruluşların kullanmaları için belediye, ilgili meslek odaları (TSO&TESOB) işbirliğinde yöresel resmi kalite güvence sistemi kurulmalıdır.

Çalışma kapsamında öncelikle benzer turizm kalite güvence uygulamaları incelenmeli, konuya ilişkin uzman kurumlarla işbirliğine gidilerek standart için gerekli altyapı oluşturmalıdır.

Standartları sağlayan ürün ve hizmetler sunan kişi ve kuruluşlara, yöreye özel geliştirilecek olan **kalite işaretini kullanma yetkisi** verilmeli, kalite güvence sistemi ile turizm kalite işaretine sahip kuruluşlar, yöre turizm web portalı ve diğer basılı ve görsel medyada tanıtılmalıdır.



Sisteme katılan üretici ve işyeri sayısının sürekli olarak artırılması hedeflenerek, standartlara uyum için gerekli imkânlar sağlanmalıdır.

Kalite Güvence Sistemine geçmek isteyen sektör temsilcilerinin çalışmalarını fonlamaları için KOSGEB, OKA gibi kuruluşlar nezdinde girişimlerde bulunulmalı, gerekli teknik desteğe ulaşmaları ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanması sağlanmalıdır.

Projenin genel amacı; turizm sektörü açısından tesis, ürün ve işgücüne ilişkin kalite standartlarının korunmasını ve geliştirilmesini sağlamak, turistik ürün çeşitliliğinin artırılmasına ve kalitesinin sürekli olarak iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapmaktır.

29.17

SAĞLIKLI TURİZM İSTATİSTİKLERİ ELDE EDİLMESİ PROJESİ

Turizmde orta ve uzun vadede başarıya ulaşılabilmesi için, ortaya konulan somut ve ölçülebilir hedeflerin, yılsonunda ölçümlenebilmesi gerekir.

Yapılan çalışmaların ölçülmesi turizmin geliştirme stratejisinin en dinamik ve sorgulayıcı yanıdır. Bugüne kadar Tokat genelinde sağlıklı bir turizm istatistiği yapılabilmiş değildir.

Turizm istatistikleri otelde konaklayan her misafiri turist sınıfına sokan sağlıklı istatistikî verilerle ortaya konulmaktadır.

Turizmle ilgili istatistikî verilerin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi için konaklama sektörü temsilcileriyle işbirliği içerisinde bir veri tabanı (yazılım) oluşturulmalı, söz konusu veri tabanının konaklama işletmelerinin müşteri kayıt yazılım sistemine entegre edilmesi sağlanmalıdır. Turizm destinasyonunda yer alan ilçelerdeki konaklama işletmeleriyle de işbirliği içerisinde bu sistem oluşturulmalı, elde edilecek veriler, paydaşların bilgisine ve kullanımına sunulmalıdır



.Bu kapsamda, Tokat'a ve ilçelere gelmiş olan turistlere yönelik, profil, problem ve memnuniyet tespiti için anket çalışmaları yapılması sağlanabilecek, turizm hizmetinin kalitesini ölçmek ve takip etmek için ortak metot ve ölçü araçlarına karar verilecek ve bunların kullanımı yaygınlaştırılacaktır.

İnternet üzerinden veri toplama, ölçme ve değerlendirme imkânları çok ucuz ve hızlı olması sebebiyle, bu kanal da etkin bir şekilde kullanılabilir.

29.18

GASTRONOMİ PROJESİ

Bilindiği üzere "gastronomi turizmi", turistlere seyahatleri boyunca yöreye özgü yiyecek ve içecekleri tatma fırsatı sağlayarak başka bir yörede karşılaşılması zor olan yiyecek ve içecekleri deneyimleme imkânı sunan bir turizm çeşididir.

Tokat gastronomi turizminin gelişebilmesi için, en temel ve birinci konu, Tokat Mutfağı Yöresel Ürünlerinin lokanta/ restoran ve konaklama işletmelerinin menülerindeki kullanım düzeyinin hangi seviyede olduğunun saptanması ve bu saptamadan yola çıkarak gastronomi turizmine arz kaynağı oluşturabilecek ürünlerin belirlenmesi ve elde edilecek bulgular ışığında bir yol haritası çizilerek, yöresel lezzetlerimizin menülerdeki bulunma düzeyinin artırılmasıdır.

Bu amaçla öncelikle "Tokat Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel / Restoran / Konaklama İşletmelerinin Menülerinde Kullanım Düzeyi Anketi" ile "Tokatlı Olmayan Üniversite Öğrencilerinin En Çok Bildikleri Ve Tattıkları Tokat Yöresi Yemekleri Anketi" hazırlanarak, Tokat gastronomi turizmine arz kaynağı oluşturabilecek ürünlerin saptanması ve elde edilecek bulgular ışığında bir yol haritası belirlenmeye çalışılmalıdır.

Bu kapsamda, Tokat'ı diğer şehirlerden ayıracak olan ve Tokat'ın kimliğini öne çıkaracak, Tokat Narince üzümünden elde edilen Avrupa'dan Ödüllü Diren şarapları ile yalnızca Tokat'a özgü Mahlep Şarabının gezinlere sunulabileceği bir wine House oluşturulmalıdır.



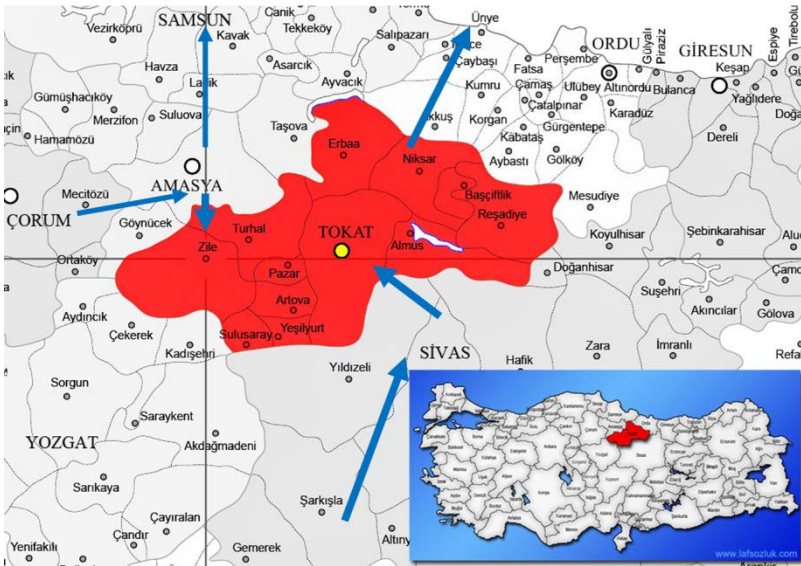
29.19

ULAŞIM AĞININ İYİLEŞTİRİLMESİ PROJESİ

Söz konusu projede yer alan ulaşım ağının iyileştirilmesi makro düzeyde çözüme kavuşturulabilecek yüksek bütçeli projelerdir.

BU yatırım projelerinin gerçekleştirilmesi konusunda yerel siyasi otorite ile STK'lar işbirliği yapabilmeli ve yerel siyasetin elini güçlendirmelidir.

Bu kapsamda gerek turizmin gelişimine (turların çoğalması), gerekse Tokat'ın rekabetçi pazarlara açılmasını teminen aşağıdaki ulaşım ağının tamamlanması / iyileştirilmesi gerekmektedir.



●Doğu Karadeniz ile Akdeniz'i birleştirecek 7 güzergâhtan biri olan "Ünye-Tokat-Adana" aksı üzerinde bulunan Ünye-Akkuş-Niksar-Tokat bölünmüş karayolunun hayata geçirilmesi; Tokat ilinin erişebilirlik imkânlarının artırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Söz konusu yolun yapılması halinde Amasya'ya gelen tüm turlar Tokat üzerinden Karadeniz'e çıkabilecektir.

●Yine Amasya-Zile-Pazar-Tokat bağlantı yolunun iyileştirilmesi önem arz etmektedir.

- Ürgüp-Sivas-Tokat aksından gelecek turları rahatlatacak Çamlıbel Tünelinin yapılması
- Tokat OSB-Turhal Demiryolunun en azından yük taşımacılığına uygun hale getirilerek rekabetçi pazarlara açılmasının sağlanması



- Hava ulaşımının salt Tokat-İstanbul aksında değil, Tokat-İzmir, Tokat-Antalya aksında da hizmete alınması sağlanmalıdır.



- Almus-Hubyar karayolunun iyileştirilerek, turizme kazandırılması sağlanmalıdır.



29.20

TOKAT KÜLTÜR , KONGRE VE FUAR MERKEZ PROJESİ

Tokat'ın toplumsal yaşamını zenginleştirecek ve çeşitlendirecek, kültürel, sanatsal ve hobi faaliyetlerinin yapılabildiği, tiyatro sahnesi, çalışma atölyeleri, sanat galerisinin bulunduğu, kentteki kültürel etkinliklerin, müzik, resim, heykel, tiyatro, dans, sinema, folklor vb. gibi kentsel yaşamı canlı ve ilginç hale getirilen çalışmaların sergilendiği, kentsel kültürü tanıtacak eğitim programı veya materyallerinin geliştirildiği,, kentin kültürel yaşamına en fazla katkıda bulunacak projelerin gerçekleştirildiği bir kültür merkezine / sarayını / bir Kültür, Kongre ve Fuar Merkezine acilen ihtiyaç vardır.





Ali Paşa Mah. GOP 28.Sok. No: 11 Kat: 1 Daire: 1 Merkez/ Tokat

tokattuder@hotmail.com

<https://www.facebook.com/TokatTuder>

<https://www.instagram.com/tokattuder/>

<https://www.facebook.com/tokatturistik/>

<https://www.facebook.com/tokatgelenekselelsanatlari/>

www.tokattuder.com