



## ERZİNCAN İLİ TURİZM SEKTÖRÜ HEDEF PAZAR ARAŞTIRMA RAPORU VE PAZARLAMA STRATEJİSİ



ERZİNCAN YATIRIM DESTEK OFİSİ  
Her hakkı saklıdır.  
Aralık, 2021.

## İÇİNDEKİLER

<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. TURİZM SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU</b> .....	<b>2</b>
1.1. Dünyada Turizm Sektörünün Mevcut Durumu .....	2
1.2. Türkiye’de Turizm Sektörünün Mevcut Durumu .....	5
<b>2. ERZİNCAN İLİ’NDE TURİZM SEKTÖRÜ</b> .....	<b>11</b>
2.1. Erzincan İlinde Turizm Sektörünün Mevcut Durumu .....	11
2.2. Erzincan İlindeki Turizm Çeşitleri .....	17
2.2.1. Ekoturizm .....	17
2.2.2. Doğa Turizmi.....	18
2.2.3. Termal Turizm .....	27
2.2.4. Tarih ve Kültür Turizmi .....	28
2.2.5. Spor Turizmi .....	30
2.2.6. Alternatif Turizm .....	32
2.3. Erzincan İlinin Turizm Sektörü Ziyaretçi Profili .....	33
2.4. Erzincan İli Turizm Sektörü GZFT (SWOT) Analizi.....	34
<b>3. TURİZM SEKTÖRÜNDE ÜST ÖLÇEKLİ POLİTİKA BELGELERİ</b> .....	<b>36</b>
3.1. Türkiye Turizm Stratejisi (2023).....	36
3.2. Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023).....	37
3.3. TRA1 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı (2014-2023).....	38
3.4. Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İDTSEP (2012-2023).....	39
<b>4. TURİZM PAZARLAMASI</b> .....	<b>40</b>
4.1. Turizm Pazarlamasına İlişkin Temel Kavramlar.....	40
4.2. Turizm Sektöründe Pazar Bölümlendirme Türleri.....	42
4.3. Turizm Pazarlamasında Temel Yaklaşımlar.....	42

4.4. Turizmde Hedef Pazar Seçim Stratejileri.....	46
4.5. Turizm Pazarlaması Bağlamında Kullanılabilecek Pazarlama Teknikleri.....	46
<b>5. ERZİNCAN İLİ TURİZM SEKTÖRÜ BAĞLAMINDA HEDEF PAZARLAR.....</b>	<b>48</b>
<b>6. ERZİNCAN İLİ TURİZM PAZARLAMA STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI.....</b>	<b>52</b>
<b>7. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....</b>	<b>61</b>

## TABLULAR

<b>Tablo 1.</b> Dünya Ölçeğinde Turizm Sektörü Verileri .....	3
<b>Tablo 2.</b> Turizm Sektöründe Lider Ülkeler .....	3
<b>Tablo 3.</b> Türkiye’de Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı .....	6
<b>Tablo 4.</b> Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı .....	7
<b>Tablo 5.</b> Yıllara Göre Türkiye’ye Gelen Yabancı Turist Sayısı .....	8
<b>Tablo 6.</b> Türkiye’deki Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri .....	9
<b>Tablo 7.</b> Türkiye’deki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri.....	9
<b>Tablo 8.</b> Yabancı Ziyaretçilerin Türkiye’ye Geliş Sebepleri .....	11
<b>Tablo 9.</b> Erzincan İlindeki Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri.....	14
<b>Tablo 10.</b> Erzincan İli’ndeki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri .....	15
<b>Tablo 11.</b> Erzincan İli’ndeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine İlişkin Veriler.....	16
<b>Tablo 12.</b> Erzincan İli’ndeki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine İlişkin Veriler ....	16
<b>Tablo 13.</b> Erzincan İli Turizm Sektörü Bağlamında Hedef Pazarlar.....	49

## GRAFİKLER

<b>Grafik 1.</b> Uluslararası Turizm Faaliyetlerinin Sıralaması.....	5
--	---

## ŞEKİLLER

<b>Şekil 1.</b> Erzincan'ın İlçeleri.....	13
---	----

## FOTOĞRAFLAR

<b>Fotoğraf 1.</b> Girlevik Şelalesi.....	17
<b>Fotoğraf 2.</b> Otlukbeli - Kırmızı Göl.....	17
<b>Fotoğraf 3.</b> Refahiye - Dumanlı Yaylası .....	18
<b>Fotoğraf 4.</b> Ergan Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi Merkezi.....	19
<b>Fotoğraf 5.</b> Kemaliye - Karasu Nehri .....	20
<b>Fotoğraf 6.</b> Kemaliye - Karanlık Kanyon .....	21
<b>Fotoğraf 7.</b> Munzur Dağı .....	23
<b>Fotoğraf 8.</b> Kemaliye - Karanlık Kanyon.....	23
<b>Fotoğraf 9.</b> Erzincan'da Atlı Cirit Sporları .....	24
<b>Fotoğraf 10.</b> Kemaliye - Karanlık Kanyon .....	25
<b>Fotoğraf 11.</b> Kemaliye - Karanlık Kanyon .....	26
<b>Fotoğraf 12.</b> Ekşisu .....	27
<b>Fotoğraf 13.</b> Altıntepe Ören Yeri.....	28
<b>Fotoğraf 14.</b> Kemah - Melikgazi Türbesi .....	28
<b>Fotoğraf 15.</b> Kemah Kalesi .....	28
<b>Fotoğraf 16.</b> Tercan - Mama Hatun Türbesi.....	28
<b>Fotoğraf 17.</b> Kemaliye - Eğin Evleri .....	29
<b>Fotoğraf 18.</b> Terzibaba Türbesi .....	31
<b>Fotoğraf 19.</b> Kemaliye - Karanlık Kanyon .....	31
<b>Fotoğraf 20.</b> Erzincan'ın Yöresel Ürünleri .....	32

## GİRİŞ

Turizm; gelir getirici faaliyetlerin çeşitlendirilmesinde, gelir düzeyinin yükseltilmesinde, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde ve bölgesel ölçekli sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmada önemli rol oynayan bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Turizm sektörü, Türkiye’de ve Dünyada hızla gelişmekte olan bir sektördür. Bu gelişim süreci kapsamında inşa edilen üstyapı tesisleri, daha fazla istihdam ve daha fazla yapı malzemesi kullanımı anlamına geldiğinden yatırım harcamalarında bir artış ortaya çıkarmakta ve ilk andan itibaren ekonomiye yayılarak yoğun bir gelir akımı doğurmaktadır.

Turizm sektörünü *“Dünyanın en büyük endüstrisi, refah ve istihdam oluşturan en büyük işvereni”* olarak tanımlayan Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) tarafından gerçekleştirilen bir hesaplama göre, turizm sektörü her üç saniyede bir iş olanağı oluşturmaktadır.

Turizm sektöründe, insan kaynakları önemli bir yer tutmaktadır. Teknolojik yeniliklerin uygulanması, faaliyetlerin büyük bir kısmının insan eliyle yapılmasına engel olamamaktadır. Bu sebeptendir ki, turizm sektörü, emek yoğun bir sektör olarak istihdam oluşturmada diğer sektörlere kıyasla daha etkilidir. Turistler tarafından gerçekleştirilen harcamalar, turizm sektöründe oluşan doğrudan ve dolaylı istihdamın kaynağını teşkil etmektedir.

Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine sağladığı katkıları sürdürülebilir hâle getirmek için günümüzün rekabet koşullarında pazarda süreklilik gösterebilmek önemlidir. Pazarda süreklilik gösterebilmek için, müşteri kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerini odağa koyarak, bu istek ve beklentilere uygun ürün ve hizmetlerin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Müşteri kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerini ön plana çıkarmadan önce mevcut pazarların ve potansiyel hedef pazarların tespit edilmesi ise, hem rakipleri görmek hem de mevcut pazarlarda ve hedef pazarlarda kârlılığı sağlamak açısından büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışma, *“TRA1 Düzey 2 Bölgesi’nde Turizmin Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı”* kapsamında *“Erzincan ili için turizm sektöründe hedef pazar araştırması yapmak ve pazarlama stratejisini belirlemek”* amacıyla T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanmıştır.

## 1. TURİZM SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU

### 1.1. Dünyada Turizm Sektörünün Mevcut Durumu

Dünyada turizm sektörü, küreselleşme ile birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. Sektörün hızla büyümesinde ve sektördeki rekabetin artmasında, uluslararası alanda küreselleşmenin başlangıcı sayılan mali liberalleşme akımlarının yanı sıra seyahat özgürlüğü önündeki kısıtlayıcı engellerin kalkması gibi ekonomik ve politik değişiklikler belirleyici etkiye sahiptir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası süreçte küresel anlamda en hızlı gelişim gösteren sektörlerden biri turizm olmuştur. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, 1950'li yıllarda Dünya genelinde yaklaşık 25 milyon uluslararası seyahat gerçekleştirilirken bu sayı yıllar içerisinde istikrarlı biçimde büyüme göstermiştir. 1990'lı yıllara gelindiğinde 500 milyonu aşan uluslararası seyahat sayısı, 2011 yılında 1 milyar sınırını geride bırakmış, 2019 yılı itibarı ile yaklaşık 3,5 milyar olarak gerçekleşmiştir.

Turizmde uluslararası rekabet, 1980 ve 1990'lı yıllarda artış göstermiş, özellikle 1990'lı yıllar, dünya turizminin istikrarlı olarak büyümeye devam ettiği; ancak rekabetin giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. 1990'lı yılların sonuna gelindiğinde, hizmetler sektörü içerisinde birinci sırayı alan turizm faaliyetlerinin, 1980-2005 döneminde Dünyadaki yıllık ortalama büyüme hızı %6,8 oranında olmuştur.

Dünya hizmetler sektörü ihracatının %30'unu, küresel ticaretin ise %6'sını oluşturan turizm endüstrisi, ihracat sıralamasında petrol, kimya ve otomotiv sektörlerinden sonra 4. sırada yer almaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) tarafından açıklanan verilere göre, turizm sektörünün Dünya ekonomisine toplam katkısı 8,9 trilyon dolar seviyesindedir. WTTC değerlendirmesine göre, turizm sektörü Dünya genelindeki istihdamın %10'unu oluşturmakta ve 330 milyon kişiye iş olanağı sağlamaktadır. Tüm bu veriler turizm sektörünün tarihte ulaştığı en yüksek seviyeleri işaret etmekteyken, 2020 yılında tüm Dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisiyle birlikte bu yükseliş eğilimi büyük ölçüde tersine dönmüştür.

Salgının başladığı 2020 yılının Aralık ayından itibaren, seyahat hareketleri aşama aşama durdurulmuştur. İlk etapta salgının etkilediği ülkelerde seyahat hareketlerine kısıtlama getirilirken salgının yayılmasıyla birlikte uluslararası uçuşların tamamına yakını askıya alınmıştır. TÜRSAB tarafından yayımlanan *"COVID-19 Sürecinde Türkiye ve Dünya Turizmi"*

isimli raporda yer alan bilgilere göre, COVID-19'un turizm sektörüne verdiği zarar 2009 yılındaki küresel ekonomik krizin turizm sektörüne verdiği zararın 8 katı değerindedir.

**Tablo 1.** Dünya Ölçeğinde Turizm Sektörü Verileri

Yıl	Uluslararası Toplam Seyahat Sayısı	Toplam Turizm Harcaması (1.000 \$)
2015	3.457.575.252	2.491.886.000
2016	3.571.105.276	2.539.824.000
2017	3.733.292.392	2.748.013.000
2018	3.862.443.636	2.970.321.000
2019	3.423.509.300	2.954.427.000

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

(2019 yılından sonraki verilere ulaşılamamıştır.)

2019 yılı verileri esas alınarak yayımlanan son UNWTO Turizm Sektörü Raporu'na göre, 2019 yılında yaklaşık 1,5 milyar kişi turist olarak seyahat etmiş ve bu seyahatler GSMH'ya toplam 8,9 trilyon dolarlık katkı sağlanmıştır. Tablo 1'de uluslararası toplam seyahat sayısına ve toplam turizm harcamasına ilişkin son 5 yıllık veriler yer almaktadır. Tablo 1'de yer alan Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün verilerine göre, 2019 yılında tüm Dünyada gerçekleştirilen seyahat sayısı yaklaşık olarak 3,5 milyar seyahat ve aynı yıl gerçekleşen turizm harcaması ise yaklaşık 2,95 trilyon dolardır.

**Tablo 2.** Turizm Sektöründe Lider Ülkeler

En Çok Turist Ağırlayan Ülkeler	(Milyon Kişi)	En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler	(Milyar \$)	En Çok Turizm Harcaması Yapan Ülkeler	(Milyar \$)
Fransa	89	ABD	241	Çin	277
İspanya	83	İspanya	74	ABD	144
ABD	80	Fransa	67	Almanya	94



<b>Çin</b>	63	<b>Tayland</b>	63	<b>İngiltere</b>	76
<b>İtalya</b>	62	<b>İngiltere</b>	52	<b>Fransa</b>	48
<b>Türkiye</b>	46	<b>İtalya</b>	49	<b>Avustralya</b>	37
<b>Meksika</b>	41	<b>Avustralya</b>	45	<b>Rusya</b>	35
<b>Almanya</b>	39	<b>Almanya</b>	43	<b>Kanada</b>	33
<b>Tayland</b>	38	<b>Japonya</b>	41	<b>Güney Kore</b>	32
<b>İngiltere</b>	36	<b>Çin</b>	40	<b>İtalya</b>	30

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

(2019 yılından sonraki verilere ulaşılamamıştır.)

2019 yılı verilerine göre Dünyada en çok turist çeken ülkeler sıralamasında; 89 milyon turistle Fransa birinci, 83 milyon turistle İspanya ikinci ve 80 milyon turistle ABD üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye, 46 milyon turistle en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında Dünyada 6. sırada yer almaktadır. TÜİK ve TÜRSAB tarafından düzenli olarak yayımlanan istatistiki raporlardan ve literatürde mevcut çalışmalarda yer alan verilerden/tespitlerden hareketle bu durumun Türkiye'ye dair "turizmde hesaplı ülke" imajından kaynaklandığı ifade edilebilir.

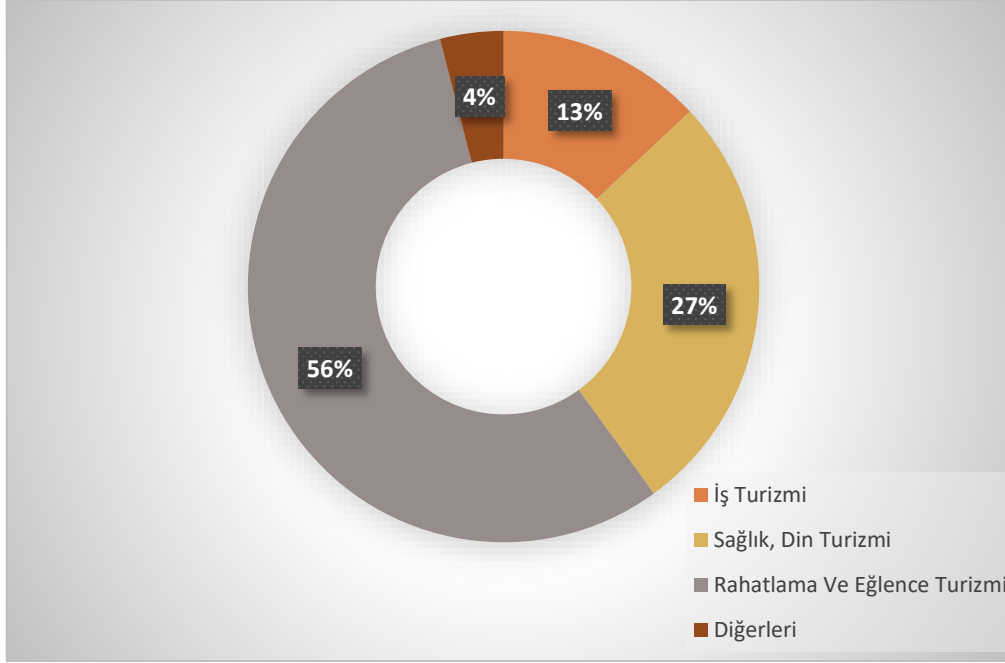
Dünya turizm hareketlerinin en önemli göstergelerinden birisi ülkelerin turizmden elde ettiği gelirdir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre; 2019 yılında en çok turist ağırlayan ülke olarak Fransa açık ara önde iken, ağırladığı turistlerden en çok gelir elde eden ülke ise Amerika Birleşik Devletleri'dir. Tablo 2'de yer alan veriler incelendiğinde, 2019 yılı içerisinde ABD'nin 241 milyar dolar ile en çok turizm geliri elde eden ülke olduğu görülmektedir. ABD'yi 74 milyar dolar ile İspanya, 67 milyar dolar ile Fransa takip etmektedir. ABD, Çin, Avustralya ve Meksika gibi ülkelerin geçmiş yıllar ile kıyaslandığında önemli gelir artışları kaydettiği görülmektedir.

Aynı şekilde, Tablo 2 incelendiğinde; Çin, ABD, Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerin hem en çok turizm geliri elde eden, hem de en çok turizm harcaması yapan ülkeler olduğu görülmektedir. En çok harcama yapan ülkeler arasında Çin son dönemde öne çıkmaktadır. En çok turizm harcaması yapan ülkeler aynı zamanda en çok turist gönderen ülkeler olduklarından, turizm sektörü hedef pazar çalışmaları kapsamında söz konusu ülkelerin



dikkatle ele alınması ve turizm faaliyetleri bağlamında bu ülkelerden gelecek turist sayısını arttıracak faaliyetler yürütülmesi büyük önem taşımaktadır.

**Grafik 1.** Uluslararası Turizm Faaliyetlerinin Sıralaması



**Kaynak:** UNWTO, 2020.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nden alınan veriler doğrultusunda, uluslararası turizm faaliyetleri incelendiğinde, uluslararası turizm hareketlerine katılan ziyaretçilerin %56'sının tatil ve eğlence amacıyla seyahat etmekte olduğu görülmektedir. Bu veriler, turistlerin yarısının tatil yapma, dinlenme ve eğlenme amacıyla seyahat ettiklerini göstermektedir. Diğer tatil sebepleri ise din, sağlık, arkadaş-akraba ziyareti temelli olmuştur. Aynı veriler doğrultusunda, turistlerin sadece %13'ünün ise iş sebebiyle seyahat etmekte olduğunu söylemek mümkündür.

## 1.2. Türkiye'de Turizm Sektörünün Mevcut Durumu

Ekonomik gelişmenin itici ve sürükleyici bir unsuru olan turizm, mal ve hizmetlerin tüketimini de arttırmaktadır. Bu yönüyle turizm, söz konusu mal ve hizmetleri üreten işletmeler için de önemli bir gelir kaynağını ifade etmektedir. Turizm sektörünün; başta gıda, ulaştırma, enerji, tekstil ve inşaat olmak üzere 54 alt sektörü doğrudan etkilediği bilinmektedir. Turist sayısındaki artışla birlikte kişilerin ihtiyaçlarının da sayıca artması, daha çok mal ve hizmet üretme zorunluluğunu ve buna bağlı olarak da yatırımları, üretimi ve gelirleri arttırmıştır.

Otomasyona geçme imkânları sınırlı olan turizm endüstrisi, geniş kitlelere iş imkânı sağladığından, istihdamın en fazla olduğu emek yoğun sektörlerden birisidir. Turizm, oluşturduğu uyarıcı etkilerle dolaylı olarak diğer sektörlerde de istihdamı ve gelir düzeyini arttırmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'ndan alınan verilere göre, turizm sektörü, Türkiye'de ihracat girdisinin %20,1'ini toplam istihdamın ise yaklaşık %5'ini oluşturmaktadır. Yine aynı veriler doğrultusunda, 2019 yılında turizm sektörünün GSMH'ye doğrudan katkısının %4,6 düzeyinde gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Dolaylı ve uyarılmış tüketim etkileri de dâhil edildiğinde bu oran yaklaşık %14'e ulaşmaktadır.

**Tablo 3.** Türkiye'de Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı

Yıl	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$/Yıl)	Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı (%)
2015	31.464.777	756	3,7
2016	22.107.440	705	2,6
2017	26.283.656	681	3,1
2018	29.512.926	647	3,8
2019	34.520.332	666	4,6
2020	12.059.320	762	2,4

**Kaynak:** TÜİK, 2021.

Turizm gelirleri, Türkiye için önemli bir gelir kalemi oluşturmaktadır. Tablo 3'te, yıllar itibariyle Türkiye'nin elde ettiği turizm gelirleri, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin ortalama turizm harcamaları ve turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payına ilişkin son 5 yıllık TÜİK verileri yer almaktadır. Tablo 3'e göre; Türkiye'de 2015 yılında uluslararası turizm gelirlerinden elde edilen pay 31 milyar dolar civarındayken, bu pay 2019 yılında 34 milyar dolara yükselmiş olup, 2020 yılında 12 milyar dolara düşmüştür. 2020 yılında gerçekleşen düşüşün temel sebebi olarak Çin'in Wuhan şehrinde başlayarak kısa sürede tüm Dünyaya yayılan ve küresel bir salgın hâline gelerek turizm sektörünü önemli derecede etkileyen COVID-19 pandemisi gösterilebilir.

Tablo 3'te yer alan verilere göre, 2019 yılı, Türkiye'de en yüksek turizm gelirinin elde edildiği yıl olmuştur. Aynı veriler incelendiğinde, 2019 yılında Türkiye'nin elde ettiği turizm gelirinin bir önceki yıla göre %17 artarak, 34,5 milyar dolara yükseldiği görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'ndan alınan verilere göre, Türkiye'nin 2019 yılında turizm gideri, 4,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu veriler doğrultusunda, Türkiye'nin 2019 yılında elde ettiği net turizm gelirinin 30,1 milyar dolar seviyesinde olduğu ifade edilebilir. 2019 yılında Türkiye'nin dış ticaret açığı 31 milyar 174 milyon dolar olarak gerçekleşmiş, böylelikle turizm sektöründen elde edilen net girdi, dış ticaret açığının %96,6'sını karşılamıştır.

Türkiye'ye gelen turist sayısında özellikle son yıllarda artışlar olmasına karşın, Ülkemize gelen turistlerin harcama miktarları giderek düşmektedir. Pandemi süreci ile başlayan küresel ölçekli ekonomik sıkıntıların yanı sıra, Türkiye'ye gelen turistlerin harcama kapasitelerinin düşüklüğü sözü edilen durumun başlıca sebepleri olarak ifade edilebilir.

Tablo 3 incelendiğinde, yabancı turist başına düşen harcama tutarının, 2015 yılından 2020 yılına kadar gerileme gösterdiği görülmektedir. Yabancı ziyaretçi başına ortalama harcama miktarı; 2015 yılında 756 dolar civarında iken, 2019 yılında 666 dolara kadar gerilemiş olup 2020 yılında ise 762 dolara yükselmiştir.

Tablo 3'teki verilerden hareketle; Türkiye'nin turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payının 2015 yılında %3,7 olduğu, bu oranın 2019 yılında %4,6'ya yükseldiği görülmektedir.

**Tablo 4.** Türkiye'de Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı

Yıllar	İhracat Tutarı (1000 \$)	Turizm Geliri (1000 \$)	Turizm Gelirinin İhracata Oranı (%)
2015	143.934.900	31.464.000	21,9
2016	143.606.200	22.107.400	15,5
2017	156.992.900	26.283.600	16,7
2018	167.967.200	29.512.900	17,5
2019	171.531.000	34.520.300	20,1

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

(2019 yılından sonraki verilere ulaşılamamıştır.)

Dış turizm gelirleri, önemli bir ihracat kalemi olarak Türkiye açısından son derece önemlidir. Tablo 4'te, Türkiye'de son 5 yıl içerisinde gerçekleşen ihracat rakamları, turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin ihracata oranına ilişkin verilere yer verilmiştir. Söz konusu veriler incelendiğinde, 2015 yılında 143 milyar dolar olan ihracatın 2019 yılında 171 milyar dolar olarak gerçekleştiği görülmektedir. Turizm gelirleri ise, 2015 yılında yaklaşık 31,5 milyar dolar iken 2019 yılında 34,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Tablo 4'te yer alan verilerden hareketle; Türkiye'de turizm gelirlerinin ihracata katkı oranının ortalama %15-%20 civarında olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 5.** Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı

Yıl	Turist Sayısı
2010	28.362.204
2011	31.456.076
2012	31.782.832
2013	34.910.098
2014	36.837.900
2015	36.244.632
2016	25.352.213
2017	32.410.034
2018	39.566.327
2019	45.058.286
2020	11.200.892

**Kaynak:** TÜİK, 2021.

Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı, 2010 yılında 28 milyon 362 bin iken 2019 yılında 45 milyon 58 bin kişiye ulaşmıştır. Türkiye, bu veriler ile, Dünyadaki turizm pastasından büyük bir pay elde etmekte ve en çok turist çeken ilk on ülke arasında yer almaktadır (Tablo 5'teki rakamlara yurt dışında ikâmet eden ve tatillerini Türkiye'de geçiren Türk vatandaşları dâhil edilmemiştir). 2020 yılında Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısına bakıldığında, 11 milyon 200 bin

kişinin Türkiye'yi ziyaret ettiği görülmektedir (Tablo 5). 2019 yılı ile kıyaslandığında turist sayısındaki düşüşün temel sebebi, Çin'in Wuhan şehrinde başlayarak kısa sürede tüm Dünyaya yayılan ve küresel bir salgın hâline gelerek turizm sektörünü önemli derecede etkileyen COVID-19 pandemisidir. Pandemi koşullarının geçici olacağı öngörüsünden hareketle, turist sayısı bakımından 2020 yılı içerisinde gerçekleşen düşüşün projeksiyon çalışmaları bağlamında göz ardı edilebileceği ifade edilebilir.

**Tablo 6.** Türkiye'deki Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri

Yıl	İşletme Belgeli			Yatırım Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2017	3.771	446.228	935.286	1.051	122.228	263.033
2018	3.925	464.927	974.574	981	104.910	225.421
2019	4.038	473.609	992.341	723	84.172	180.852
2020	4.198	485.791	1.017.825	654	78.480	169.322

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

Tablo 6'da Türkiye'deki turizm işletme belgeli ve yatırım belgeli konaklama tesislerine ilişkin verilere yer verilmiştir. Bu veriler incelendiğinde, Türkiye'nin nitelikli konaklama tesisleri bakımından önemli bir gelişme gösterdiği görülmektedir. 1982 tarihli Turizmi Teşvik Yasası'ndan önce 56 bin olan nitelikli yatak sayısı 2020 yılı itibariyle yaklaşık 1 milyona yükselmiştir. Bu rakama yatırım belgeli tesisler de dâhil edildiğinde, Türkiye'deki turistik işletme belgeli ve yatırım belgeli yatak sayısının 1 milyon 187 bine yükseldiği görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin sahip olduğu belediye işletme belgeli yatak sayısı 2016 yılında 345.267 iken 2020 yılı itibariyle 575.315'e ulaşmıştır (Tablo 7).

**Tablo 7.** Türkiye'deki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

Yıl	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2016	5.206	159.159	345.267
2017	7.607	230.219	506.934
2018	7.671	231.001	511.076

2019	8.104	237.516	545.669
2020	8.602	253.268	575.315

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

Dış turizm pazarları açısından değerlendirildiğinde, güncel verilerden hareketle Türkiye'nin büyük ölçüde Avrupa pazarlarından beslendiği ifade edilebilir. Türkiye'ye gelen turistlerin ortalama %50-55'i Avrupa'dan gelmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün Avrupa bölge tanımında yer alan Rusya Federasyonu ve Türk Cumhuriyetleri de dikkate alındığında; 2018 yılında Ülkemize gelen 40 milyona yakın turistin 30 milyonu, yani %75'i Avrupa'dan gelmiştir. Aynı yıla ilişkin verilere göre, Türkiye'ye gelen turistlerin %10'u Ortadoğu'dan (4 milyon), %9'u Asya'dan (3,6 milyon), %2'si Amerika kıtasından (874 bin), %2'si ise Afrika'dan (819 bin) gelmiştir. Bu mevcut durumdan hareketle, Ülkemizde turizm sektörü bağlamında Avrupa pazarı odaklı çalışmaların önemli olduğu, Avrupa pazarı haricindeki bölgeler bakımından ise değerlendirilmemiş fırsatların bulunduğu ifade edilebilir.

Geliş sebepleri açısından incelendiğinde, Türkiye'ye gelen turistlerin %55-60'nın Ülkemize eğlence ve dinlenme amaçlı olarak geldiği görülmektedir (Tablo 8). Türkiye'nin çoğunlukla Avrupalı turistleri ağırladığı ve söz konusu turistlerin Ülkemizi deniz tatili için tercih ettikleri bilinmektedir. Bununla birlikte, TÜİK tarafından yapılan sınıflandırma, hem deniz tatillerini hem de kültürel gezileri tek başlık altında topladığından, %55-60'lık oran içerisinde, kültür turlarına ve sportif faaliyetlere katılmak için Ülkemize gelen turistlerin tam olarak ayrımını yapmak mümkün olmamaktadır.

Turistlerin Ülkemizi ziyaret sebepleri incelendiğinde, %12-23'lik bir oran ile akraba ve arkadaş ziyaretleri ikinci sıradaki sebep olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, küreselleşme ve internetin gelişimi, insanlar için erişimin sınırlarını kaldırmış ve milletlerarası arkadaşlıklarının kurulmasına olanak sağlamıştır.

Tablo 8'de dikkat çeken önemli bir unsur, Ülkemize iş amaçlı olarak gelenlerin oranının %3,6-4 ile sınırlı olmasıdır. Uluslararası iş birlikleri ile sınırları aşan Türkiye'de, iş amaçlı ziyaretler açısından önemli bir potansiyel bulunmaktadır. Tablo 8'e göre, sağlık ve tıbbi nedenlerle Ülkemizi ziyaret edenlerin oranı ise %1-2 ile sınırlı kalmaktadır.

**Tablo 8.** Yabancı Ziyaretçilerin Türkiye'ye Geliş Sebepleri

Yıl	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Toplam	38.951.902	51.680.042	15.826.266	Toplama Oranı	Toplama Oranı	Toplama Oranı
Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler	23.567.646	29.965.670	8.244.388	60,5	57,9	52,1
Akraba ve Arkadaş Ziyareti	4.688.850	8.712.806	3.687.887	12,0	16,9	23,4
Eğitim-Staj (1 Yıldan Az)	100.424	135.390	36.370	0,3	0,3	0,2
Sağlık ve Tıbbi Nedenler (1 Yıldan Az)	437.925	662.087	388.150	1,1	1,3	2,4
Dini Sebepler	26.597	80.643	11.412	0,1	0,2	0,1
Alışveriş	1.389.328	1.632.818	763.999	3,6	3,2	4,8
Transit	55.154	94.272	17.180	0,1	0,2	0,1
İş Amaçlı (Konferans, Toplantı, Görev vb.)	1.681.825	1.850.208	625.979	4,3	3,6	3,9
Diğer Sebepler	1.215.270	1.074.452	129.207	3,1	2,1	0,8
Beraberinde Giden	5.788.884	7.651.157	1.741.494	14,9	14,8	11,0

**Kaynak:** TÜİK, 2021.

## 2. ERZİNCAN İLİNDE TURİZM SEKTÖRÜ

### 2.1. Erzincan İlinde Turizm Sektörünün Mevcut Durumu

Erzincan, Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nin kuzeybatı bölümünde, Yukarı Fırat Havzası'nda 39° 02' - 40° 05' kuzey enlemleri ile 38° 16' - 40° 45' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Doğuda Erzurum, batıda Sivas, güneyde Tunceli, güneydoğuda Bingöl, güneybatıda Elazığ ve Malatya, kuzeyde Gümüşhane, Bayburt ve kuzeybatıda Giresun illeri ile çevrilidir. Yüzölçümü 11.903 km<sup>2</sup> olup, il merkezinin denizden yüksekliği 1.185 metredir.

Erzincan birinci derece deprem kuşağı üzerindedir ve ilk defa 1939 yılında yaşadığı deprem sonrasında şimdiki şehir merkezinde yeniden kurulmuştur ve ilde yaşanan son büyük deprem 13 Mart 1992 tarihinde rihter ölçeğine göre 6,8 şiddetinde meydana gelmiştir. Söz konusu deprem sonrasında yeniden yapılanan şehir, düzenli yollara, kavşaklara ve yatay mimariye sahiptir.



Erzincan ili genellikle dağlar ve platolarla kaplıdır. Dağlar çeşitli yönlerde belirli bir sıra içerisinde uzanmaktadır. Güneybatısında Munzur, kuzeybatısında Refahiye Dağları il sınırlarına girmektedir. Doğudan Erzurum'dan gelerek batıya doğru uzanan Karasu Irmağı ve Kop Dağları il alanını aralarında geniş düzlükler bırakacak şekilde derinlemesine bölmektedir. İl coğrafi yapısı itibariyle genel olarak kış sporları, su sporları ve doğal güzellikleri olan mesire alanları ile turizm için çok yönlü özellikler taşımaktadır.

Dağlar, il topraklarının yaklaşık %60'ını kaplamaktadır. Esence (Keşiş) Dağları, ilin en yüksek noktasını (3.549 m) oluşturmaktadır. Köhnem Dağı 3.045 m, Sipikör Dağı 3.010 m, Mayram Dağı 2.669 m, Kop Dağı 2.963 m, Mülpet Dağı 3.065 m, Munzur Dağları 3.258 m, Kazankaya Dağı 2.531 m, Ergan Dağı 3.276 m, Dumanlı Dağları 2.618 m ve Coşan Dağı 3.276 m'dir.

Erzincan ilinde, ovalar, doğu-batı ve kuzey-güney doğrultusunda uzanan dağ sıraları arasındaki çöküntü alanlarında yer alır. Ovalar birbirine boğazlarla bağlanmıştır. Erzincan Ovası doğu-batı yönünde uzanır. Denizden yüksekliği 1.218 m olan ovanın uzunluğu 40 km, toplam alanı ise 500 km<sup>2</sup>'dir. Kuzeyinde doğu-batı yönünde uzanan bir fay hattı vardır. Kalın bir alüvyon tabakasıyla kaplı olan ovada sulu tarım yapılmaktadır.

Fırat Vadisi'nin iki yanında Sansa Boğazı'na dek olan alandaki çok sayıda düzlük Tercan Ovalarını oluşturmaktadır. Bunlardan en geniş 180 km<sup>2</sup> alana sahip Çadırkaya (Pekeriç) Ovası'dır. Denizden yüksekliği 1.450 m ile 1.500 m arasında olan bu ova, kalın bir alüvyon tabakası ile örtülmüştür.

Erzincan'ın ilçeleri; Merkez, Çayırlı, İliç, Kemah, Kemaliye, Otlukbeli, Refahiye, Tercan ve Üzümlü'dür. Kalkınmada öncelikli iller arasında yer alan Erzincan, Kuzeydoğu Anadolu (TRA1 Düzey 2) Bölgesi illeri arasında yer almaktadır.

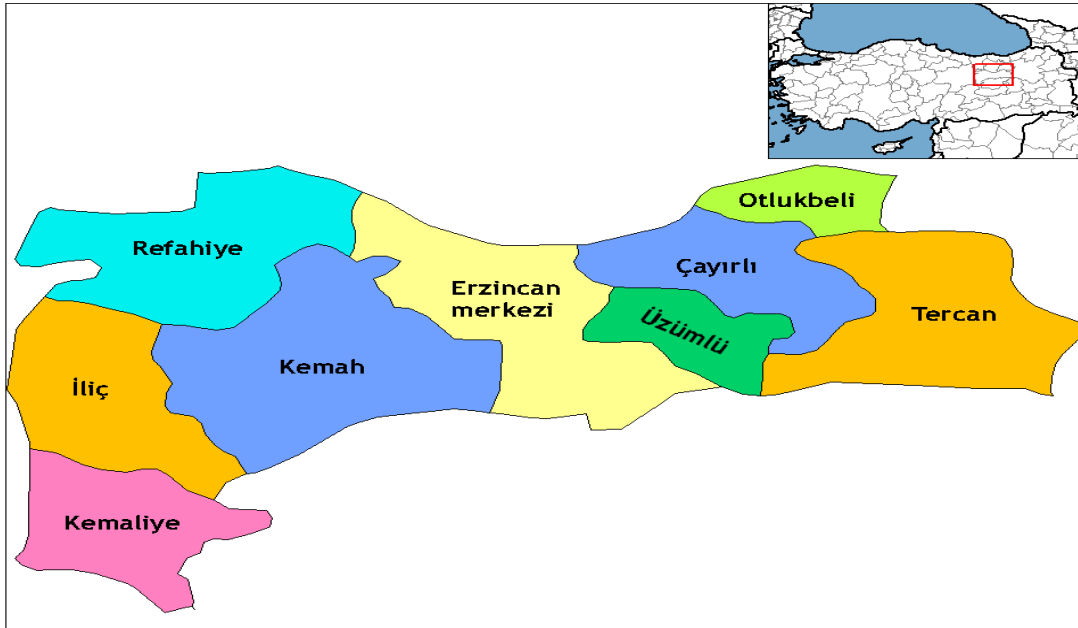
Erzincan Merkez'de, Erzincan'daki diğer ilçelere göre sanayi gelişmiştir. Erzincan Merkez'de bulunan Organize Sanayi Bölgesi'nin sanayi gelişimine katkısı oldukça yüksektir. İl nüfusu yaşam koşullarının elverişli olması nedeniyle Merkez ilçede yoğunlaşmıştır.

Refahiye, il merkezine 71 km uzaklıktadır. Ormanlık alanlar, zengin su kaynakları ve kış sporları imkânı bulunan ilçede tarım ve hayvancılık yapılmaktadır. Refahiye; krom, linyit ve manyezit rezervlerine sahiptir. E-80 karayolu üzerinde bulunması, ilçeye büyük bir avantaj

sağlamaktadır. Otlukbeli, il merkezine 142 km mesafededir ve doğal göller ile sit alanlarına sahiptir. Kemah, il merkezine 52 km mesafededir. Sahip olduğu tarihi ve doğal güzelliklerle yüksek miktarda turist çekmektedir. Üzümlü, il merkezine 23 km mesafededir. Üzümlü'nün ekonomisine en büyük katkı, sahip olduğu üzüm bağları ile sağlanmaktadır. Tercan, il merkezine 98 km mesafededir ve E-80 karayolu üzerindedir. İlçede tarihi-kültürel değerlerin yanı sıra, yüksek bir tarım-hayvancılık potansiyeli bulunmaktadır.

İliç, il merkezine 116 km mesafededir. Türkiye'nin ikinci en büyük altın rezervi bu ilçededir. İlçede küçükbaş hayvancılık, süt ve yöreye özgü tulum peyniri üretimi yapılmaktadır. Kemaliye, il merkezine 155 km uzaklıktadır. İlçede özellikle arıcılık faaliyetleri yürütülmektedir. İlçede bulunan Türkiye'nin sayılı kanyonlarından biri olan Karanlık Kanyon özellikle ilkbahar aylarında yüksek miktarda turisti ilçeye çekmektedir. Çayırlı, il merkezine 114 km mesafededir. Madencilik faaliyetlerinin yürütüldüğü ilçede krom, manganez ve manyezit rezervleri bulunmaktadır.

**Şekil 1.** Erzincan'ın İlçeleri



**Kaynak:** Vikipedi, 2021.

Erzincan, kış turizmi için uygun iklim özelliklerine sahiptir. Erzincan'da, dağ sporları için uygun bir ortam sunan 3.500 m yüksekliğinde dağlar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, Erzincan Baraj Gölü ile Tercan Baraj Gölü'nde su sporları yapılmaktadır. Ergen Dağı'nda kayak, Karasu Nehri'nde rafting, Küçük Çakırman Köyü'nde yamaç paraşütü, Esence Yedi Göller'de doğa

yürüyüşü ve çeşitli merkezlerde dağ bisikleti, kaya tırmanışı, doğa kampları, şelale-buz tırmanışı, atlı cirit ve camel trophy diğer turizm aktivitelerini oluşturmaktadır.

Erzincan, turizm alt sektörleri bakımından zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Girlevik Şelalesi, Bayırbağ-Değirmenönü, Pahnik Çayı ve çevresi, Karakaya-Çermik, Ekşisu, Beytahtı, Mecidiye, Tercan ve Erzincan Baraj Gölü çevresi ile Kemah Soğuksular gibi mesire alanları, ildeki doğal güzellikleri oluşturmaktadır.

Tarihi eserlerden; Tercan Mama Hatun Kervansarayı ve Türbesi, Kemah Kalesi, Abrenk Kilisesi, Gülabibey Camii, Sultan Melik Türbesi, Altıntepe Ören Yeri, Erzincan Kalesi ve ildeki tarihi hamamlar önem taşımaktadır.

Erzincan, Doğu Anadolu Bölgesi'nde tarihi ipek yolu üzerinde kurulmuş önemli bir yerleşim yeridir. Erzincan'da turizm konusunda, doğal güzellikler ön plana çıkmakta ve önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Erzincan gölleri, akarsuları, dağları, yaylaları ve vadileriyle Türkiye genelinde az bilinen doğa sporlarına ev sahipliği yapmaktadır.

Erzincan'ın mevcut konaklama durumuna bakıldığında; ildeki turizm işletme belgeli ve yatırım belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi 1.170 iken, belediye işletme belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi yaklaşık 1.543'tür. Şehir merkezinde bulunan oteller, ticari firmaların satış-pazarlama temsilcileri başta olmak üzere, transit geçişlerde konaklama ihtiyacı duyan yolculara ve Erzincan'a iş ve turizm amaçlı olarak gelen diğer ziyaretçilere hizmet vermektedir.

**Tablo 9.** Erzincan İlindeki Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri

Yıl	İşletme Belgeli			Yatırım Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2016	11	513	990	3	87	141
2017	12	546	1.056	2	54	108
2018	12	546	1.056	3	62	135
2019	12	546	1.056	1	8	27
2020	14	607	1.170	-	-	-

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

**Tablo 10.** Erzincan İlindeki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

Yıl	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2016	30	595	1.191
2017	30	746	1.373
2018	31	755	1.460
2019	32	795	1.559
2020	31	770	1.543

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

Tablo 11’de, 2019 yılında, Erzincan ilinde turizm işletme belgeli konaklama tesislerine; Tablo 12’de ise, Erzincan ilinde belediye işletme belgeli konaklama tesislerine ilişkin ilçe bazlı verilere yer verilmiştir. Tablo 11 ve Tablo 12 incelendiğinde, turizm işletme belgeli konaklama tesislerine gelen kişi sayısı ile belediye işletme belgeli konaklama tesislerine gelen kişi sayısının yaklaşık 100 bin olduğu görülmektedir. Bu kapsamda; geceleme sayısı 280 bin, ortalama kalış süresi 1,51 gün, doluluk oranı ise %30,8’dir. Tesislerdeki doluluk oranlarının düşük olması, büyük ölçüde, Türkiye turizm pazarının mevsimsel değişkenliği ile yakından ilgilidir. Ancak, şehir otellerinde de doluluk oranlarının bu seviyelerde kaldığı düşünüldüğünde, il için, yeni tesisler yapmak yerine mevcut kapasiteyi daha verimli kullanmayı sağlayacak ürün-hizmet çeşitlendirme, fiyat farklılaştırma, kalite artırma, markalaşma gibi stratejilerin izlenmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

**Tablo 11.** Erzincan İlindeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine İlişkin Veriler (2019)

İlçe	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi (Gün)			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Merkez	5.829	80.144	85.973	8.089	99.482	107.571	1,39	1,24	1,25	2,40	29,52	31,92
Refahiye	140	2.229	2.369	184	3.542	3.726	1,31	1,59	1,57	1,31	25,23	26,54
Üzümlü	-	926	926	-	3.529	3.529	0,00	3,81	3,81	0,00	39,21	39,21

Erzincan İli Turizm Sektörü Hedef Pazar Araştırma Raporu ve Pazarlama Stratejisi

Kemah	-	480	480	-	961	961	0,00	2,00	2,00	0,00	53,39	53,39
İliç	23	1.132	1.155	58	2.926	2.984	2,52	2,58	2,58	0,37	18,47	18,84
<b>Toplam</b>	<b>5.992</b>	<b>84.911</b>	<b>90.903</b>	<b>8.331</b>	<b>110.440</b>	<b>118.771</b>	<b>1,39</b>	<b>1,30</b>	<b>1,31</b>	<b>2,21</b>	<b>29,24</b>	<b>31,45</b>

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.  
(2019 yılından sonraki verilere ulaşılamamıştır.)

**Tablo 12.** Erzincan İlindeki Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine İlişkin Veriler (2019)

İlçe	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Kemaliye	39	7.212	7.251	42	12.968	13.010	1,08	1,80	1,79	0,08	24,70	24,78
Merkez	2.366	82.166	84.532	3.103	122.050	125.153	1,31	1,49	1,48	0,70	27,36	28,05
Refahiye	11	2.402	2.413	12	11.627	11.639	1,09	4,84	4,82	0,08	80,74	80,83
Tercan	2	1.709	1.711	2	4.672	4.674	1,00	2,73	2,73	0,01	21,63	21,64
Üzümlü	-	992	992	-	5.786	5.786	0,00	5,83	5,83	0,00	66,97	66,97
Kemah	2	1.072	1.074	2	6.851	6.853	1,00	6,39	6,38	0,02	61,39	61,41
<b>Toplam</b>	<b>2.420</b>	<b>95.553</b>	<b>97.973</b>	<b>3.161</b>	<b>163.954</b>	<b>167.115</b>	<b>1,31</b>	<b>1,72</b>	<b>1,71</b>	<b>0,57</b>	<b>29,57</b>	<b>30,14</b>

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.  
(2019 yılından sonraki verilere ulaşılamamıştır.)

## 2.2. Erzincan İlindeki Turizm Çeşitleri

### 2.2.1. Ekoturizm

Erzincan'da Esence Dağı'ndaki Yedigöller ve çevresi ile Girlevik Şelalesi doğa gezileri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Erzincan'ın 30 km güneydoğusunda, Çağlayan Beldesi'nde bulunan şelale, doğal güzellikleri ve dinlenme yerleri ile ilgi çekmektedir. Suyun kışın donmasıyla oluşan sarkıtlarda tırmanma, yazın ise şelalenin soğuk sularında serinleme imkânı sunan Girlevik Şelalesi, ekoturizm açısından Erzincan'ın başlıca noktasıdır.



**Fotoğraf 1.** Girlevik Şelalesi



**Fotoğraf 2.** Otlukbeli - Kırmızı Göl

Erzincan, doğal göller bakımından oldukça zengin bir ildir. Ardıçlı Gölü, krater gölü olma özelliği taşıyan Aygır Gölü ve maden sularının oluşturduğu traverten set gölü olma özelliği taşıyan Otlukbeli Gölü, turizm açısından önemli potansiyeline sahiptir. Otlukbeli Gölü'nün hemen önünde, fay kırıklarından çıkan sıcak suyun oluşturduğu traverten yükselmektedir. Traverten seti ile oluşan göl, Dünyada nadir görülen türler arasında yer almaktadır. Yer altından çıkan kaynak suyunun kükürt ve demir yönünden oldukça zengin olması travertenlerin renginin kızıl olmasını sağlamaktadır.

Mağara turizmi açısından Erzincan'da görülmeye değer pek çok mağara bulunmaktadır. İlde tespit edilen mağara sayısı 25 civarında olup, Kemah'taki Buz Mağaraları, Tercan'daki Üçpınar Mağarası ve Çadırkaya Mağarası turistik açıdan önemlidir.

Erzincan, aynı zamanda, yaylaları ve ormanları ile de ekoturizm potansiyeline sahiptir. Özellikle, Refahiye ilçe merkezinin hemen üzerinden başlayıp, güneye doğru uzanan bir alan içerisinde, çam ormanlarıyla kaplı olan Dumanlı Yaylası; doğal güzelliği, temiz havası, zengin

soğuk su kaynakları, av hayvanları ve kamp imkânları ile yaz ve kış turizmine açıktır. 2017 yılında tabiat parkı olarak ilan edilmesinin ardından, Dumanlı Yaylası'nda pek çok altyapı ve üstyapı yatırımı yapılmıştır. Yaylada; idari bina, konferans salonu, çadırli kamp alanı, camii, tuvaletler, duş yerleri ve çamaşır yıkama ünitesi ile mutfak inşa edilmiştir. İki kattan oluşan kır lokantası da bulunan tabiat parkında, ziyaretçilerin ateş yakıp piknik yapabilmeleri için mangal üniteleri ve bulaşık yıkama çeşmeleri bulunmaktadır. Ayrıca idare ve konuk evinin de bulunduğu Dumanlı Tabiat Parkı'nda, her biri 80 metrekareden oluşan, bir ailenin doğa ile iç içe rahatlıkla kalabileceği iki kattan oluşan 15 adet bungalov ev hizmet vermektedir.

Erzincan ilinde, Dumanlı Yaylası'nın yanı sıra; Esence Yedigöller ve Ergan Dağı üzerinde Melenkoç Yaylası, Bayırbağ, Çamlık ve Soğanlı Yaylaları bulunmaktadır.



**Fotoğraf 3.** Refahiye - Dumanlı Yaylası

### 2.2.2. Doğa Turizmi

#### Kayak

Munzur Sıra Dağlarının eteklerinde bulunan, 3 bin 256 metre yüksekliğindeki Ergan Dağı, uygun özelliklere sahip çok sayıda dikey pisti ile kış turizminde önemli bir merkez hâline gelmiştir. Ergan Dağı, eşsiz doğası ve aydınlatmalı pistleri ile; snowboard, snowkite, snowpark, gece kayağı, kar motosikleti, kızak, buz tırmanışı gibi birçok kış sporu faaliyetine de ev sahipliği



yapmaktadır. Ergan Dağı'nın bir diğer önemli avantajı ise havalimanına yaklaşık 10 dakika mesafede olmasıdır. Ergan Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi Merkezi'ne çift şeritli, refüj aydınlatmalı ve bitümlü sıcak kaplama yol ile ulaşım sağlanmaktadır. 2021 yılında uygulamasına başlanan Yamaç Evler Projesi ve sosyal tesis iyileştirme çalışmaları ile hizmet sunum kapasitesi ve kalitesi büyük ölçüde güçlendirilecek olan söz konusu merkez, toplamda 12 km'lik pistleri ve aynı anda dört yüz elli kişiyi taşıyabilecek kapasitedeki yeni teknoloji telesiyaj sistemi ile Doğu Anadolu'nun önemli kayak merkezlerinden birisi olma yolunda hızla ilerlemektedir.



**Fotoğraf 4.** Ergan Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi Merkezi

### **Rafting, Kano ve Su Kayağı**

Değişken fakat her mevsim yeterli debisi ve farklı rapitleri ile Fırat Nehri, rafting ve kano için son derece uygun özelliklere sahiptir. Söz konusu spor faaliyetleri bağlamında Avrupa'nın en zor parkurlarından birini oluşturan Fırat Nehri, doğa ile mücadele zevkini en yüksek düzeyde yaşamayı tercih edenler için özellikle nisan ve mayıs aylarında eşsiz imkânlar sunmaktadır.

Karasu Nehri, Kemaliye ilçe merkezinin hemen doğusundan geçmektedir. Kemaliye, rafting için gelen misafirleri ağırlamak için gerekli altyapısını oluşturmuş bir ilçedir. Hâlen ilçe merkezinde 3 büyük otel ile aslına uygun bir şekilde restore edilerek konukevine dönüştürülen birçok Kemaliye Evi bulunmaktadır.



**Fotoğraf 5.** Kemaliye - Karasu Nehri

Karasu Nehri üzerinde, rafting, daha çok Yollarüstü-Mutu (Sansa Boğazı) arasındaki parkurda yapılmaktadır. Parkurun uzunluğu 40 km'yi bulmaktadır. 15 Mayıs 1999 yılında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da katkısıyla yaklaşık, 100 kişilik bir sporcu gurubunun katıldığı Erzincan 2000 Rafting Festivali söz konusu parkurda gerçekleştirilmiştir.

Erzincan'daki nehirlerde, özellikle mayıs aylarında, 6'lık ve 5'lik rapitler oldukça fazladır. Mayıs ayından sonra suların azalmasıyla Sansa-Bağlar mevkiinden (Erzincan-Erzurum karayolu 55 km.) Mutu'ya kadar 26 km'lik bir parkur vardır. Parkurun önemli bir özelliği de Erzincan-Erzurum kara ve demiryolunu takip etmesidir.

Zorlu rapitlerin bulunduğu Karasu Nehri, su sporları için oldukça uygun olduğundan, bu durum kano yapmak isteyen turistler için de önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Kano, nehrin hemen her kesiminde yapılabilmeyle birlikte, Beytahtı ile İliç ilçesi arası, bu spor için en uygun parkuru oluşturmaktadır. Bu spor, Fırat Nehri'nde her mevsimde; Mercan Deresi, Kömür Çayı ve Tuzla Çayı gibi derelerde ise debinin yüksek olduğu bahar aylarında yapılmaktadır. Durgun su kanosu ise, Mertekli Regülatörü, Tercan Baraj Gölü, Erzincan Baraj Gölü ve Kemaliye Keban Baraj Gölü'nde yapılmaktadır.

Su kayağı açısından da Doğu Anadolu'nun en uygun glleri Erzincan'da bulunmaktadır. Karasü Nehri üzerinde bulunan Gyne Baraj Gölü ve Tercan Baraj Gölü ile Kemaliye'deki Fırat Baraj Gölü amatör ve profesyonel sporcular için ideal durgun su ortamı sunmaktadır. İlde, su kayağı sporu bakımından uygun olan diğer parkurlar ise, almışla (1.200 m), Tuzla (3.750 m), Mertekli (1.550 m) ve Kemaliye Keban Barajı (2.500 m-3.000 m) parkurlarıdır.

2009 yılında Türkiye Rafting Şampiyonası ve 1993 yılında Dünya Rafting Şampiyonası Erzincan'da düzenlenmiştir.

### **Yamaç Paraşütü**

Erzincan'da, Őehrin doğal ve tarihi güzelliklerini uçma heyecanıyla birleştiren yamaç paraşütü için son derece uygun alanlar bulunmaktadır. akırman Bölgesi ile Munzur ve Kesiş Dağları, farklı rüzgâr yönlerine göre 3.500 metreye varan yüksek atlayışlar için hem yamaç paraşütü, hem de paramotorlu uçuşlar için elverişlidir. Her yıl düzenlenen Uluslararası Yamaç Paraşütü Festivali ile Erzincan, yamaç paraşütü sporu açısından ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmaya başlamıştır.



**Fotoğraf 6.** Kemaliye - Karanlık Kanyon



Yamaç paraşütü sporu, uygun irtifa ve rüzgâr koşullarına bağlı olarak yapılmaktadır. İldeki termiklerin (yamaç paraşütçülerinin kullanarak yukarı ve ileri gitmelerini sağlayan hava akımlarının) oldukça fazla olması ve coğrafi şartların mükemmelliği, Türkiye’de yamaç paraşütü yapılan bölgeler arasında bu spor için Erzincan’ı birinci sıraya oturtmuştur.

Erzincan’da, 1997 yılında başlayan yamaç paraşütü sporu, her geçen yıl gelişerek varlığını devam ettirmektedir. Bu kapsamda, ilde yerli ve yabancı sporculara yönelik yamaç paraşütü eğitimleri verilmekte ve düzenli olarak yamaç paraşütü etkinlikleri gerçekleştirilmektedir. Kesiş Dağı (3.549 m) ve Munzur Dağı (3.258 m) sahip oldukları yükseklik irtifaları sayesinde, yamaç paraşütü sporunun yapılması için ideal bir ortam sunmaktadır.

2011 yılı Dünya Yamaç Paraşütü Şampiyonası Erzincan’da düzenlenmiştir.

### **Dağcılık**

Dağcılık, dağlık alanlarda doğa yürüyüşü (trekking, hiking), kamp kurma ve tırmanmayı kapsayan bir doğa sporudur. Dağ turizmi ise, doğayla baş başa kalmak, dağların temiz havasından yararlanmak ve doğayı tanımak, keşfetmek amacıyla dağlara yönelik olarak yapılan alternatif bir turizm biçimidir.

Doğa yürüyüşü olarak tanımlanan trekking, sırt çantalı ya da çantasız, gününbirlik veya daha uzun süreli olarak yapılan bir yürüyüş etkinliği olarak ifade edilebilir. Trekking, doğal engellerle dolu bir arazide gerçekleştirilen uzun ve yorucu yürüyüştür. Hiking ise, orman içerisinde yapılan ve yorucu olmayan gününbirlik doğa yürüyüşüdür.

Her yıl Dünyanın çeşitli yerlerinden çok sayıda turist, dağ tırmanışı ve dağ/orman yürüyüşü için Türkiye’yi ziyaret etmektedir. Türkiye, zengin jeomorfolojik ve tektonik yapıdaki, çok çeşitli yaban hayatı, flora ve fauna özellikleri olan, farklı yükseltilerdeki dağlarıyla hem kış turizmi hem de dağ yürüyüşü ve tırmanışları için dağcılık sporunu sevenlere cazip alternatifler sunmaktadır.

Erzincan ilinde, doğa yürüyüşü yapmayı ve kamp kurmayı da içeren dağcılık faaliyetleri için son derece elverişli Esence, Dumanlı, Ağbaba, Coşan, Munzur ve Ergen zirveleri bulunmaktadır.



**Fotoğraf 7.** Munzur Dağı

### **Kaya Tırmanışı**

Doğa sporlarının en popüler dallarından biri olan kaya tırmanışı, insan gücüyle doğa arasındaki mücadelenin en somut örneklerinden birisini ifade eder.



**Fotoğraf 8.** Kemaliye - Karanlık Kanyon

Munzur Dağı'nın Erzincan'a bakan yamaçlarında ve özellikle Kemaliye'deki Karanlık Kanyon'un sarp kayalıklarında, kaya tırmanışına uygun rotalar bulunmaktadır. Erzincan'daki Karanlık Kanyon, Dünyanın ikinci büyük kanyonu olma özelliğine sahiptir. Kanyon, ekoturizm için sunduğu fırsatların yanı sıra, su sporları ve kaya tırmanışları için uygun özelliklere sahiptir. Aynı zamanda Karanlık Kanyon; gökdelen, köprü, kule, vadi gibi yüksek yerlerden serbest atlayış yapmaya dayanan atlama sporu için uygun doğal ortamı sunmaktadır. Bu sebeptir ki, Karanlık Kanyon yakınlarında, Türkiye Dağcılık Federasyonu tarafından her yıl düzenli olarak 300'e yakın sporcuya dağcılık temel eğitimi ve arama-kurtarma eğitimleri verilmektedir.

### **Atlı Cirit**

Biniciliği geliştirmek amacıyla oynanan cirit, eşit sayıdaki atlı iki takımın mücadelesidir. Her bir oyuncunun elinde bulunan cirit, kabuğu soyulmuş, düzeltilmiş, kurutulmuş hurma, meşe ya da kavak dalından yapılır. 70 ila 100 cm uzunluğunda olan ciridin kalınlığı ise 2-3 cm'dir. Atlar bu oyun için özel olarak yetiştirilir.



**Fotoğraf 9.** Erzincan'da Atlı Cirit Sporu

Erzincan'da atlı cirit sporu yapan birçok kulüp bulunmaktadır. İlde; nizami ölçülerde, kum ve toprak karışımı ve tribünlü 3 adet cirit sahası (50 kişilik) bulunmaktadır. Bu sahalardan; iki



tanesi Terzibaba mevkiinde, (Erzincan-Çağlayan yolu üzeri 5. km) bir tanesi de Şehir merkezinde bulunmaktadır.

### **Off-Road**

Erzincan, 28 Mart 1998 tarihinde Tũrkiye Camel Trophy Yarışması'na Kemaliye ilçesi ile ev sahipliği yapmıştır. İlçede Sakaltutan, Bũyũk Gelengeç, Maçur, Konarlı ve Girlevik gibi noktalarda yũksek ve orta zorlukta birçok off-road rotası bulunmaktadır. Erzincan, ilde bulunan off-road kulũbũnũn ũncũlũđũnde, çeşitli dŕnemlerde ulusal ve uluslararası katılımlı birçok off-road yarışmasına ev sahipliği yapmıştır.



**Fotoğraf 10.** Kemaliye - Karanlık Kanyon

### **Bungee Jumping - Base Jumping**

Bungee jumping, sporcuların esnek ve sağlam halatlarla belirli yũksekliklerden kendilerini aŐađı bırakması olarak tanımlanmaktadır. Sŕz konusu halatlar serbest dũŐũŐũn ardından hızın yavaşlamasını sağlamaktadır. Ardından sporcular yeniden yukarı doğru çıkmaya başlamaktadır. Bungee jumping, bu özelliğiyle yũksekte ip ile atlama olarak açıklanabilir. Erzincan'ın Kemaliye ilçesinde yer alan Karanlık Kanyon, heyecan verici bir spor tũrũ olan bungee jumping için elverişli niteliklere sahiptir.





**Fotoğraf 11.** Kemaliye - Karanlık Kanyon

### **Dağ Bisikleti**

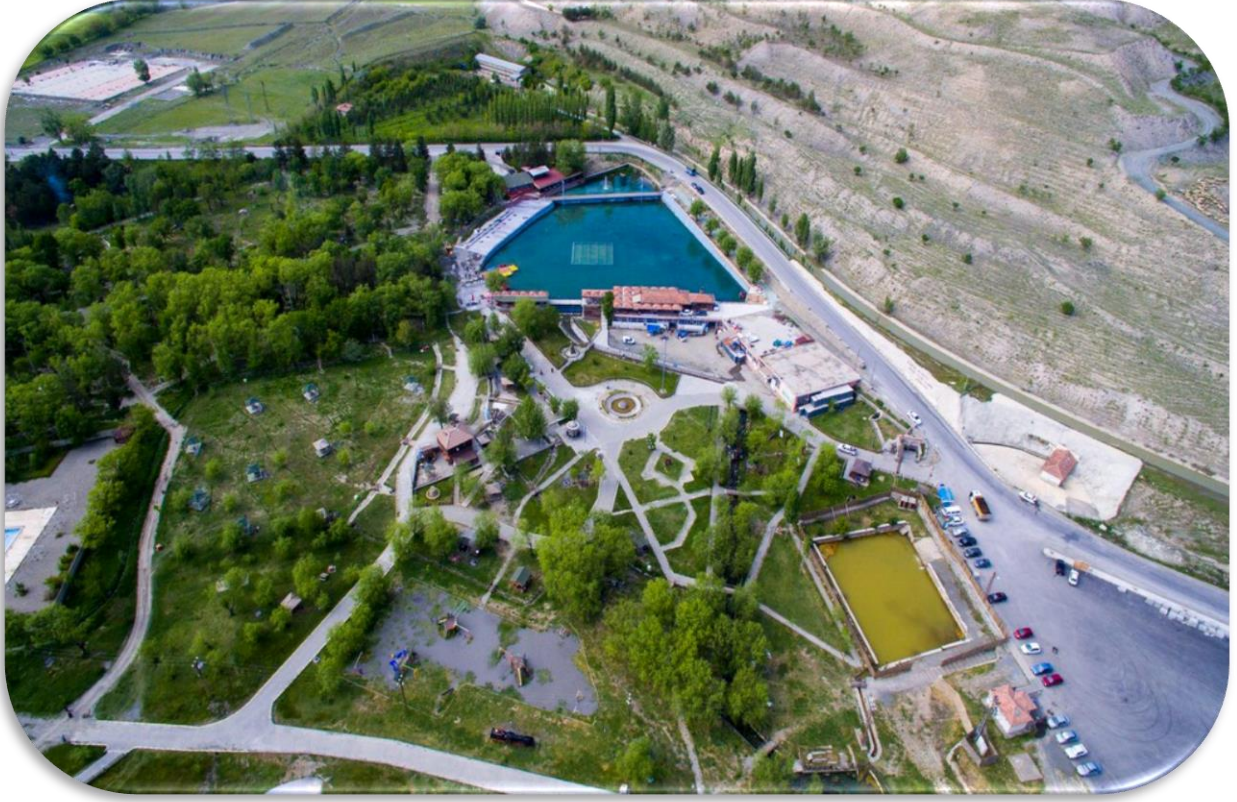
Erzincan, dağ bisikletçileri için elverişli yer zemini, doğal engeller ve doyumsuz manzaralar sunmaktadır. Kemaliye’de her yıl gerçekleştirilen doğa sporları şenliğine çok sayıda dağ bisikletçisi katılmaktadır. Erzincan’da dağ bisikleti branşında faaliyet gösteren 5 adet tescilli spor kulübü ve bu kulüplerde çok sayıda lisanslı sporcu bulunmaktadır.

### **Buz/Şelale Tırmanışı**

Erzincan; gölleri, akarsuları, kaplıca suları, dağları, yaylaları ve vadileriyle Türkiye genelinde az bilinen doğa sporlarına kaynak teşkil etmektedir. Erzincan’dan Ağrı Dağı’na kadar olan bölüm içerisindeki en yüksek zirve konumunda olan Esence Zirvesi ve etrafında yer alan buzul gölleriyle kaplı yöre, buz tırmanışı için önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca, Fırat Nehri’nin kollarında yer alan şelalelerin ve Girlevik Şelalesi’nin kış aylarında donmasıyla, zorlu tırmanışlara olanak sağlayan rotalarda buz tırmanışı yapmak mümkündür.

### 2.2.3. Termal Turizm

Maden suyu; karaciğer, mide, bağırsak, anemi ve safra yolları hastalıklarına iyi gelmekte olan alternatif bir tedavi çeşididir. Erzincan merkezine yaklaşık 11 km mesafede bulunan ve ekşisu ismi verilen Böğer Maden Suyu'nun, sağlık yönünden çeşitli faydaları bulunmaktadır. Ekşisu Böğer Maden Suyu'nun yakınında bir kaplıca tesisi ve doğal jakuzi havuzu bulunmaktadır.



**Fotoğraf 12.** Ekşisu

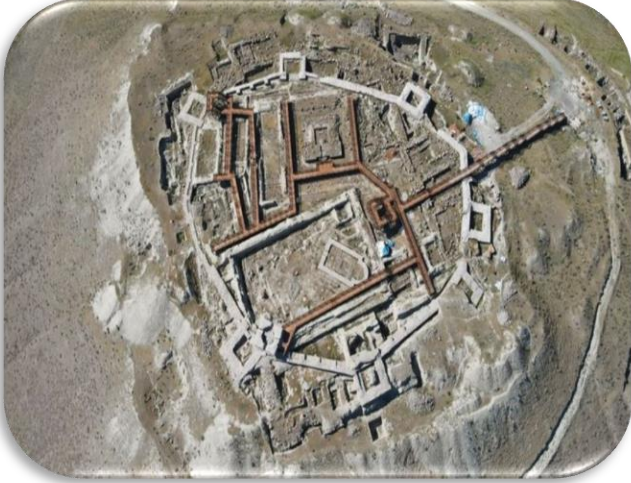
Ekşisu kaynağına yakın mesafede yer alan Horhor isimli şifalı havuz, büyük bir oluktan akmaktadır. Magnezyum, sodyum, kalsiyum ve hidrokarbonat iyonları içeren şifalı su, Ekşisu'ya göre daha zengin mineraller içermekte olup, karaciğer, mide, safra yolları ve diyabet hastalıklarının yanı sıra iştahsızlığa ve cilt hastalıklarına iyi gelmektedir. Söz konusu su, yüksek miktarda kükürt içermektedir.

Ekşisu yakınındaki Erzincan İlıcası, 33 derecelik ısıya sahiptir. Su banyosu şeklinde kullanılan kaplıca suyu, damar sertliği, kalp hastalıkları, cilt ve romatizmaya iyi gelmektedir. İlıca tesisleri 12 adet kapalı havuzu ile hizmet vermeye devam etmektedir.



#### 2.2.4. Tarih ve Kültür Turizmi

Erzincan'da var olan çok sayıdaki tarihi ve kültürel değer, turizm açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Altıntepe, Urartular'a serhat şehirligi yapmış olan bir yerleşim yeri olup içerisinde Tunç Devri'ne tarihlenen arkeolojik kalıntıların bulunduğu bir bölgedir. Altıntepe'de Urartularca inşa edilen 12 m kalınlığında güney kapısı oymalı taştan sur bulunmaktadır. Sur içerisinde ise tarihi açıdan önemli saray, ambar ve mezar kalıntıları bulunmaktadır.



**Fotoğraf 13.** Üzümlü - Altıntepe Ören Yeri



**Fotoğraf 14.** Kemah - Melikgazi Türbesi

Kemah Kalesi, Melik Gazi Türbesi, Bahattin Paşa Abidesi, Mama Hatun Türbesi, Mama Hatun Kervansarayı, Turan Hatun Türbesi, Abrenk Kilisesi ve Kadıköy Kilisesi ise Erzincan ilinde kültür turizmi kapsamında öne çıkan diğer eserlerdir.



**Fotoğraf 15.** Kemah - Kemah Kalesi



**Fotoğraf 16.** Tercan - Mama Hatun Türbesi



**Fotoğraf 17.** Kemaliye - Eğin Evleri

### **Erzincan Kalesi**

Ne zaman yapıldığı bilinmeyen Erzincan Kalesi, Mengücekliler ve İlhanlılar tarafından kullanılmıştır. Anadolu Selçuklu Sultanı Alâeddin Keykubad Dönemi'nde ve Osmanlı hâkimiyeti zamanında çeşitli onarımlar geçiren kale, 1939 depreminde ciddi hasar almıştır. Kalenin günümüze ulaşan kısımları; yontma taştan yapılmış giriş kapısı, erzak deposu ve birkaç duvar kalıntısıdır.

### **Çadırcı Hamamı**

Şeyh Ahmed bin Mahmud tarafından 1548 yılında yaptırılan hamam, Erzincan'da ayakta kalan en sağlam klasik Osmanlı yapılarından birisidir. Dört eyvanlı ve köşe hücreli bu yapıya doğu tarafında bulunan iki farklı kapıdan girilmektedir. Soyunma, soğukluk ve sıcaklık gibi 3 bölümden oluşan hamam pandantif kubbelerle örtülüdür.



### **Taşçı Hamamı**

Taşçı Hamamı, 19. yüzyıl Osmanlı mimarisine uygun bir şekilde dikdörtgen planlı olarak tasarlanmıştır. Ancak 1939 depreminden sonra kullanılmamıştır. Ilıklığı, dört eyvanlı sıcaklığı ve külhan bölümleri mevcuttur. Yapının mimari özelliklerini en iyi kuzey cephesi yansıtırken, güney cephesi hamamın en fazla değişikliğe uğramış bölümüdür. Hamamın restorasyonu, 2011 yılında tamamlanmıştır.

### **İzzet Paşa Hamamı**

Müşir İzzet Paşa tarafından 1869 yılında yaptırılmış bir Osmanlı hamamıdır. Hamam dikdörtgen bir alan üzerine moloz taş kullanılarak inşa edilmiştir. Soğukluk, ılıkılık, sıcaklık ve külhan bölümlerinden oluşur. Soğukluk, üç kubbeye örtülü ılıkılık ve hamamın doğu cephesinde içeriği aydınlatan iki pencere bölümleri bulunmaktadır. Tavanda ve hamamın çeşitli yerlerinde ise hamamı güzelleştiren süslemeler mevcuttur.

### **Kızlar Kalesi**

Altın-tepe Ören Yeri yakınlarındadır. Urartu döneminden kalma seramik parçalara da rastlanan kale, kayaların oyulmasıyla oluşturulmuştur. Kuzeybatısında, yaklaşık 3 metre aralıklarla bulunan iki sarnıca kaya basamaklarla inilmektedir. Kalenin sarnıçları yaklaşık 2 metre yüksekliğinde ve 2 metre genişliğindedir.

### **Terzibaba Türbesi**

Asıl adı Muhammed Vehbi olan tasavvuf ehli Terzibaba, mesleği terzilik olduğundan halk arasında "Terzibaba" adıyla anılmaktadır. Erzincan'ın en büyük mezarlığı olan Kaledibi Mezarlığı, 1848 yılında Terzibaba'nın vefat edip buraya defnedilmesiyle, Terzibaba Mezarlığı adını almıştır. Türbeye dört basamaklı merdivenle çıkılmaktadır. Yapının giriş bölümünde iki sütunlu ve üzeri kurşun kaplı, yağmurluk çıkması bulunmaktadır. Türbenin içi, sade, sekizgen planlı düz bir örtüden oluşmaktadır. Türbenin kapısı ve pencerelerinde çapraz demir kafesler vardır. Bir yangın sonucu harap olan türbe, 1980'li yıllarda betonarme olarak tekrar yaptırılmıştır. Mezarlık, Osmanlı mimarisinde kesme taştan inşa edilmiştir.



**Fotoğraf 18.** Terzibaba Türbesi

### 2.2.5. Spor Turizmi

Erzincan ili, sahip olduğu yüksek rakımdan ve yaz mevsimi iklim koşullarından ötürü sporcu kampları ve kongreler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Konfor açısından son derece uygun özellikler taşıyan Erzincan ili iklimi, yazın aşırı sıcaklık baskısına neden olmadığı için performansa dayalı sporların ve dış mekânda gerçekleştirilecek aktivitelerin rahatlıkla yapılabilmesine olanak sağlamaktadır.



**Fotoğraf 19.** Kemaliye - Karanlık Kanyon

Ekoturizm başlığı altında anlatılan Dumanlı Yaylası, temiz havası, soğuk su kaynakları ve kamp imkânları ile yaz ve kış turizmi için önemli potansiyele sahiptir. Erzincan'da Ardıçlı Gölü mevkiinde yürüyüş, kaya tırmanışı ve tüm izcilik faaliyetleri yapılmaktadır.

### 2.2.6. Alternatif Turizm

Erzincan, el sanatlarıyla ünlü illerimiz arasındadır. Erzincan'da bakırcılık, halıcılık ve demircilik alanında faaliyet gösteren birçok atölye bulunmaktadır. Söz konusu atölyelerde günümüzde genellikle semaver, tepsi, biblo, tabak, kaşık, şekerlik, sigara, kupa, vazo gibi hatıra ve süs eşyaları üretimi yapılmaktadır.



**Fotoğraf 20.** Erzincan'ın Yöresel Ürünleri

Bununla birlikte Erzincan başta "Erzincan Tulum Peyniri" ve "Refahiye Balı" olmak üzere coğrafi işaretli ürünleri ve diğer birçok yöresel lezzeti ile, gastronomi amaçlı seyahat eden turistler için önemli alternatifler sunmaktadır.



### 2.3. Erzincan İlinin Turizm Sektörü Ziyaretçi Profili

Altıntepe, Terzibaba Türbesi, Kemah Kalesi, Gülabibey Camii, Melik Gazi Türbesi, Kızlar Kalesi, Mama Hatun Kervansarayı ve Türbesi, Kemaliye Evleri, Taşdibi Camii gibi kültürel değerler; Ergan Dağı, Ekşisu, Girlevik Çağlayanı, Otlukbeli Gölü, Aygır Gölü, Dumanlı Yaylası, Erzincan İlçesi ve Fırat Karasu çevresi gibi doğal güzellikleri ile Erzincan birçok yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmektedir. Bu kapsamda, Erzincan ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin profilini belirlemek üzere T.C. Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

T.C. Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde, Erzincan ilini ziyaret eden yerli turist profili ile ilgili net bilgilere ulaşılamamıştır. Milliyetlerine göre Erzincan ilini ziyaret eden yabancı turistlerin net sayısına ilişkin verilere ulaşılamamakla birlikte, yabancı turistlerin ülkeleri hakkındaki bilgilere ulaşılmıştır.

T.C. Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden elde edilen bilgilere göre, Erzincan ilini son üç yıl içerisinde İtalya, Almanya, İrlanda, Rusya, İran, İspanya, Kıbrıs, Belçika, Avustralya, Fransa, Gürcistan, İsveç, Özbekistan, İsviçre, Avusturya, Azerbaycan, Tacikistan, İngiltere, ABD, Yeni Zelanda, Romanya, Hollanda, Suudi Arabistan, Ukrayna, Polonya, Mısır, Kuzey Kore, Slovenya, Katar, Finlandiya, Kanada, Cezayir, Türkmenistan, Ermenistan, Güney Afrika Cumhuriyeti gibi ülkelerden gelen turistlerin ziyaret ettiği tespit edilmiştir.

İlin sahip olduğu doğal güzelliklerin ve tarihi zenginliklerin, hem yerli ve hem de yabancı turistlerin Erzincan'ı tercih etmesinde başlıca etkenler olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda, doğal güzellikler ve macera sporları bakımından zengin bir potansiyele sahip olan Kemaliye, Kemah ve İliç ilçelerinin; Merkez ilçeden sonra yerli ve yabancı turistler tarafından en fazla ilgi duyulan cazibe merkezleri olduğunu söylemek mümkündür.



## 2.4. Erzincan İli GZFT (SWOT) Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzincan'ın turizm açısından albenisi yüksek, özgün bir doğaya sahip olması (dağlar, yaylalar, nehirler, göller vb.),</li> <li>• Erzincan'da turistik değere sahip çok sayıda tarihi ve kültürel değer var olması,</li> <li>• Erzincan'da profesyonel spor etkinlikleri bağlamında kullanılabilir kış, spor, doğa ve macera turizmi altyapısının var olması,</li> <li>• Erzincan'da sağlık turizmi bağlamında yararlanılmaya müsait doğal kaynakların ve tesislerin var olması,</li> <li>• Erzincan'da fuar ve kongre turizmi bağlamında kullanılabilir tesislerin bulunması,</li> <li>• Erzincan'daki nüfusun genç ve dinamik bir yapıda olması ve bu durumun ilde uygun iş gücü oluşturması,</li> <li>• Erzincan'da gastronomi turizmi bakımından son derece değerli birçok yöresel ürünün var olması,</li> <li>• Erzincan'da uluslararası seferlere açık bir havalimanının bulunması,</li> <li>• Türkiye'nin birçok hedef pazar ülkesi bağlamında vize muafiyeti uygulaması.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzincan'ın birinci derecede deprem bölgesinde bulunması,</li> <li>• Erzincan'daki şehir ve çevre estetiğinin istenen düzeyde olmaması,</li> <li>• Erzincan'ın turizm sektöründeki imajının yeterince güçlü olmaması,</li> <li>• Erzincan'daki yerel halkın turizm konusundaki farkındalığının ve iş birliği yapma iradesinin istenen düzeyde olmaması,</li> <li>• Erzincan'da turizm sektörü bağlamında kümelenmenin olmaması,</li> <li>• Erzincan'da turizm sektörü bağlamında markalaşma ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması,</li> <li>• Erzincan'daki konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinin nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olması,</li> <li>• Erzincan'da turizm sektörü bağlamında özel sektör yatırımlarının yetersiz olması,</li> <li>• Erzincan'daki turizm sektöründe var olan beşeri sermayenin yeterince güçlü olmaması,</li> <li>• Erzincan'da turizm sektöründeki girişimcilik ve yenilikçiliğin istenen düzeyde olmaması,</li> <li>• Erzincan'da turizm sektöründeki paydaşlar arasında koordinasyon ve eşgüdüm bakımından eksikliklerin var olması,</li> <li>• Erzincan'a direkt uçuşların sadece İstanbul ve Ankara'dan olması.</li> </ul>

FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzincan'ın Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında "kış turizmi koridoru"na dâhil edilmiş olması,</li> <li>• Türkiye'de ve Dünyada turizm sektörüne yönelik destek ve teşvik mekanizmaların giderek güçlenmekte ve yaygınlaşmakta olması,</li> <li>• Erzincan'da yerel düzeyde sürdürülebilir kalkınma bağlamında turizm sektörünü gelişme eksenini olarak sahiplenen politik iradenin var olması,</li> <li>• Yakın zamanda tamamlanması öngörülen "Ankara-Sivas-Erzincan Hızlı Tren Projesi"nin ilin erişilebilirliğini büyük ölçüde arttıracak olması,</li> <li>• Erzincan'da mevcut tarihi ve kültürel mirasın güçlendirilerek korunmasına ve sürdürülebilir olarak turizme kazandırılmasına yönelik projelerin uygulanmakta olması,</li> <li>• Erzincan'da açık hava rekreasyon imkânlarının çeşitli olması,</li> <li>• Erzincan'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısının Türkiye'deki ve Dünyadaki turizm hareketliliği ile paralel bir şekilde artması,</li> <li>• Türkiye'de ve Dünyada doğa ve macera turizmi ile gastronomi turizmine yönelik ilginin giderek artmakta olması ve Erzincan'ın söz konusu alanlarda yüksek bir potansiyel taşıması,</li> <li>• Türkiye'de ve Dünyada markalaşma ve tanıtım faaliyetlerini büyük ölçüde kolaylaştıran iletişim teknolojisi araçlarının her geçen gün yaygınlaşması.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İklim değişikliğinin başta kış turizmi olmak üzere turizm sektörüne yönelik olumsuz etkilerinin olması,</li> <li>• Pandemi ve küresel finans krizi gibi nedenlerin turizm sektörüne yönelik olumsuz etkilerinin olması,</li> <li>• Erzincan'ın Türkiye'deki ana turizm destinasyonlarına uzak olması,</li> <li>• Erzincan'ın Dünyada öne çıkan turizm pazarlarına uzak olması,</li> <li>• Erzincan'da turizm bakımından önem arz eden altyapı ve üstyapı projelerinin çeşitli sebeplerden ötürü faaliyet takvimine uygun bir şekilde yürütülememesi (özellikle restorasyon projeleri bağlamında gecikmelerin yaşanması),</li> <li>• Erzincan'da turizm sektöründe önemli birer paydaş olabilecek kişilerin daha büyük şehirlere göç etmesi.</li> </ul>

### 3. TURİZM SEKTÖRÜNDE ÜST ÖLÇEKLİ POLİTİKA BELGELERİ

Erzincan ilinin turizm pazarlama stratejisinin belirlenmesinden önce, söz konusu stratejiyi ilgilendiren ulusal ve bölgesel ölçekli politika belgelerinde yer alan ve Ülkemiz ile birlikte Erzincan ilinin de 2023 yılı turizm vizyonunu somut olarak ortaya koyan amaçlara, stratejilere tedbirlere ve hedeflere aşağıdaki başlıklar çerçevesinde maddeler hâlinde kısaca değinilmiştir.

#### 3.1. Türkiye Turizm Stratejisi (2023)

*“Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka hâline getirilmesinin sağlanması”* vizyonu ile hazırlanan *“Türkiye Turizm Stratejisi (2023)”* kapsamında belirlenen ve çalışmamızı doğrudan ilgilendiren stratejiler ve hedefler şu şekildedir:

<b>Strateji 1.</b> İç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması
<b>Hedef 1.1.</b> Türkiye’de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır.
<b>Hedef 1.2.</b> İç turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yurda yayılması ana politikası çerçevesinde kültür turizmine önem verilecek ve marka kentlerin oluşturulmasına çalışılacaktır.
<b>Strateji 2.</b> Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması
<b>Hedef 2.1.</b> Tanıtım faaliyetlerinde süreçler belirlenerek, pazar ülkelerde; pazarın özellikleri, müşteri gruplarının eğilim ve istekleri, demografik yapı ve rakip ülkelerin durumu araştırılması, geçerli ve güvenilir bilgiler toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması çalışma yöntemi izlenecektir.
<b>Hedef 2.2.</b> Yeni tanıtım stratejilerinde halkla ilişkiler (PR) faaliyetlerine ağırlık verilecektir.

**Strateji 3.** Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi

**Hedef 3.1.** Ülkemizde ekoturizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısı geliştirilecek ve nitelik arttırılacaktır.

**Hedef 3.2.** Varış noktası olabilecek şekilde belirlenen kış turizm bölgeleri ile termal turizm, kültür ve kongre turizmi, dağ ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türleri birlikte değerlendirilecek ve geliştirilecektir.

### 3.2. Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023)

“Sosyo-ekonomik ve mekânsal olarak bütünleşmiş, rekabet gücü ve refah düzeyi yüksek bölgeleriyle daha dengeli ve topyekûn kalkınmış bir Türkiye” vizyonu ile hazırlanan “Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023)” kapsamında belirlenen ve çalışmamızı doğrudan ilgilendiren amaçlar ve stratejiler şu şekildedir:

#### Amaç 1. Kentsel ekonomilerin geliştirilmesi

**Strateji 1.1.** Ülke genelinde turizmin coğrafi ve tür bakımından çeşitlendirilmesinde bölgesel çekim merkezlerinin doğal ve kültürel özellikleri temel alınarak, bu şehirlerde kültür, inanç, gastronomi, doğa ve kış turizmi gibi turizm çeşitleri geliştirilecektir.

**Strateji 1.2.** Öncü sektörler ve bunları destekleyen sektörlerdeki firmaların rekabet gücünü yükseltici, girişimciliği artırıcı tedbirler uygulamaya konulacaktır.

#### Amaç 2. Kentsel ve kırsal altyapının iyileştirilmesi, çevre standartlarının geliştirilmesi ve kent imajının güçlendirilmesi

**Strateji 2.1.** Çevrelerinde yoğun turizm ve tarım potansiyeli bulunan yerleşmelerde sınai ve kentsel gelişme, bu alanlardaki gelişmeleri tehdit etmeyecek şekilde planlanacaktır.

**Strateji 2.2.** Kültür ve sanat faaliyetleri desteklenecek, kente özgü tarihi ve kültürel değerler geliştirilecek; şehirlerin, yerel kültürün, yerele özgü ürün ve hizmetlerin tanıtımı ülke içinde ve dışında etkili bir şekilde yapılacaktır.

#### Amaç 3. Turizm Potansiyelinin Yerel ve Bölgesel Kalkınma İçin Etkili Kullanımı

**Strateji 3.1.** Turizm sektöründe sunulan hizmetlerde nitelik bakımından standartlaşmanın sağlanması, sektörde marka bilincinin geliştirilmesi, bölgelerin turistik potansiyelinin ve varlıklarının (tarihi kişilikler, kültürel mekânlar) koordineli bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması sağlanacaktır.

**Strateji 3.2.** Bölgesel bazda destinasyonlar ve turizm türleri arası bağlantıların kurulmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

### 3.3. TRA1 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı (2014-2023)

“Üreten, Kazanan ve Yaşanan Bölge” vizyonu ile hazırlanan “TRA1 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı (2014-2023)” kapsamında belirlenen ve çalışmamızı doğrudan ilgilendiren öncelikler ve tedbirler şu şekildedir:

**Öncelik 1.** TRA1 Düzey 2 Bölgesi’nde mevcut turizm potansiyelinin harekete geçirilerek değer zincirindeki tüm sektörlerle beraber mümkün olan en yüksek sosyo-ekonomik faydanın sağlanması

**Tedbir 1.1.** Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi ve Eylem Planı’nın (2012-2023) 2012 yılında başlayan uygulamasının devam ettirilmesi.

**Tedbir 1.2.** Çevre düzey 2 bölgeleri ile tematik turizm koridorlarının oluşturulması ve ortak tanıtım yapılması.

**Öncelik 2.** Hizmetler sektöründe sosyal altyapının geliştirilmesi

**Tedbir 2.1.** Bölgede yerli halk ve bölge dışından çalışmak için gelen yerleşikler, üniversite öğrencileri ve turistler için doğrudan temas hâlinde olan hizmetler sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin insan kaynaklarının geliştirilmesi.

**Tedbir 2.2.** Hizmetler sektöründeki işletmelerin ortak iş yapma bilincinin oluşturulması ve becerilerinin geliştirilmesi sektörde sivil toplum örgütlenmesinin sağlanması.

**Öncelik 3.** Hizmetler sektöründe teknik altyapının geliştirilmesi

**Tedbir 3.1.** Bölgede yerli halk ve bölge dışından çalışmak için gelen yerleşikler, üniversite öğrencileri ve turistler ile doğrudan temas hâlinde olan hizmetler sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin fiziki altyapısının geliştirilmesi.

**Tedbir 3.2.** Bölgenin tersine göçü hızlandıracak cazibeye kavuşması.



**3.4. Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi-Eylem Planı (2012-2023)**

“Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi, Cumhuriyet’in 100. yılında rekabetçi turizm sektörü sayesinde Dünyanın en önemli destinasyonlarından biri hâline gelecek; inovatif sektör uygulamalarının sonuçlarıyla bölgesel kalkınmada bir başarı öyküsü hâlini alacaktır” vizyonu ile hazırlanan “Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2023)” kapsamında belirlenen ve çalışmamızı doğrudan ilgilendiren stratejik ve özel amaçlar ile stratejik atılım alanları şu şekildedir:

<b>Stratejik Amaç 1.</b> Farklılaşan ve değer oluşturan turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve sunulması
<b>Özel Amaç 1.1.</b> Bölgenin, inovatif ürünleri sayesinde, hedef pazarlar için en çekici “dört mevsim turizm” destinasyonlarının başında gelmesi.
<b>Özel Amaç 1.2.</b> Turizm ürün çeşitliliğini ve kalitesini sürekli artıran bir destinasyon olarak ziyaretçilerin ilgi odağında bulunması.
<b>Stratejik Amaç 2.</b> Turizm değer zincirindeki özel sektörün ve girişimcilerin sayısının, niteliğinin artırılması ve yeni yatırımlar için cazibe merkezi hâlini alması
<b>Özel Amaç 2.1.</b> Turizm değer zincirini oluşturan kuruluşlar içerisinde eksik halkaların tamamlanması ve mevcutların kapasite ve rekabetçiliğinin artırılması.
<b>Özel Amaç 2.2.</b> Turizm kümelenmesinin gelişiminin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması.
<b>Stratejik Amaç 3.</b> Bölge turizminin, toplum ve turizm entegrasyonu ve topluma dayalı turizm faaliyetleriyle ön plana çıkması
<b>Özel Amaç 1.</b> Bölge halkında turizm farkındalığının ve turist dostu yaklaşımın üst düzeye çıkarılması.
<b>Özel Amaç 2.</b> Yerel halkın günlük hayatına sektörü desteleyen ve sahip çıkan bir kültür ve anlayışı entegre etmesi.
<b>Bu kapsamda belirlenen stratejik atılım alanları ise şu şekildedir:</b>
<b>(1)</b> Öncelikli turizm alanlarında farklılaşan ve değer oluşturan turizm ürünlerinin geliştirilmesi; pazarlama ve sunuma hazır hâle getirilmesi,
<b>(2)</b> Turizm ürünlerinin yurt içi ve dışında etkin şekilde tanıtımı, pazarlanması ve destinasyon markalaşmasının sağlanması,
<b>(3)</b> Turizm değer zincirinde özel sektörün, girişimciliğin ve insan kaynaklarının geliştirilmesi,

**(4)** Toplumun turizmi içselleştirmesinin sağlanması ve sektörün gelişimini hızlandıracak sosyal ve kültürel ortamına güçlendirilmesi.

#### 4. TURİZM PAZARLAMASI

Erzincan ili turizm pazarlama stratejisinin belirlenmesi bağlamında ilin mevcut durumuna ilişkin genel bir bilgilendirme yapılmasının ardından, turizm sektörüne ilişkin pazarlama stratejisi çalışmalarını ilgilendiren; temel kavramlara, pazarlama sürecine etki eden faktörlere, pazarlamanın temel aşamalarına, pazarlamada kullanılan temel yöntemlere ve başlıca pazarlama tekniklerine aşağıdaki başlıklar çerçevesinde kısaca değinilmiştir.

##### 4.1. Turizm Pazarlamasına İlişkin Temel Kavramlar

**Destinasyon;** aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, müşterilere sunulabilecek bölgeye özgü aktiviteler geliştirmiş, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim olanaklarına sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan, belirli bir marka ve imajı bulunan coğrafik alandır.

**İmaj;** turistlerin tercihlerini birinci derecede etkileyen, turizm işletmelerine ve destinasyonlarına yönelik inanç ve fikirlerdir.

**Kitle Turizmi;** Dünyada 1960'lı yılların başından itibaren işçi ve orta gelir sınıfı insanların öncülük ettiği bir turizm türü olarak ortaya çıkmış olan; endüstri devrimiyle gelir düzeyindeki ve boş zamanlardaki artışın yanı sıra hava taşımacılığının toplum kullanımına sunulması ve maliyetlerin azalması ile kitlelerin seyahat etmesinin kolaylaşması sonucu kendine özgü bir organizasyon ve pazar oluşturan turizm türüdür.

**Marka;** bir ürünü diğer bir üründen ayıran, ona değer katan, genellikle bir isim, işaret, sembol veya dizaynı ifade eden öz niteliktir.

**Pazar Bölümlendirme;** işletmelerin sunduğu hizmetlere farklı düzeyde gereksinim duyan veya sunulan hizmetlerle ilgilenmeyen insanların oluşturduğu bir pazar alanını belirtmek için kullanılan; destinasyon ya da işletmenin asıl müşterilerinin kim olduğu, bu müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin ortak ve farklı yönlerinin neler olduğu, müşteriler arasında en yoğun veya en az grubun kim olduğu gibi sorulara cevap veren faaliyetin adıdır.

**Pazarlama Karması (Marketing Mix);** bir destinasyon veya işletmenin ürün talebini belirleyen ve “ürün”, “yer”, “fiyat”, “tanıtım”, “insanlar”, “fiziksel olanaklar” ile “yönetim süreci”nden oluşan bileşenler bütünüdür.

**Pazarlama;** müşteri ihtiyaçlarını tanımlayan, önceden sezen ve kârlı bir şekilde tatmin eden bir yönetim sürecidir. Diğer bir tanımı ile ise; hedef piyasasının istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek arzu edilen talepleri/tatminleri rakiplerden daha etkin bir şekilde temin etme faaliyetidir.

**Turist;** bir ülkeyi ya da bölgeyi gezmek, görmek, eğlenmek, spor yapmak, kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ikâmet ettiği yerden belirli bir süre ayrı kalan ve gittiği yerde maddi harcamalar yapan kişidir.

**Turizm;** insanların normalde yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki yerlere geçici, kısa süreli hareketleri ve seyahatleri ile söz konusu yerlerde kalırken gerçekleştirdikleri faaliyetler bütünüdür.

**Turizm Pazarlaması;** bir turistik destinasyonun ya da turizm işletmesinin en yüksek kazanç elde etme hedefine uygun olarak, turizm ürününün pazarda iyi bir yer almasını sağlamak amacıyla turizm talebinin özellikleri dikkate alınarak turistik ürün ile ilgili araştırma, tahmin ve seçim yapmayı hedefleyen ve bu konularda alınacak kararlarla ilgili bir yönetim felsefesidir.



#### 4.2. Turizm Sektöründe Pazar Bölümlendirme Türleri

**Coğrafi Bölümlendirme:** Dünyadaki farklı bölgeler veya ülkeler, aynı ülkedeki farklı bölgeler, şehirler veya metropoller, nüfus yoğunluğu ve iklim gibi faktörleri odağa koyarak gerçekleştirilen hedef pazar belirleme faaliyetidir.

**Demografik Bölümlendirme:** Yaş, cinsiyet, meslek, eğitim, din ve milliyet gibi faktörlerden hareketle gerçekleştirilen hedef pazar belirleme faaliyetidir.

**Psikografik Bölümlendirme:** Sosyal sınıf, yaşam tarzı ve kişilik özellikleri gibi olguları merkeze koymak suretiyle gerçekleştirilen hedef pazar belirleme faaliyetidir.

**Alıcı Davranışlarına Göre Bölümlendirme:** Özel günler, faydalar, kullanıcı statüsü, kullanıcı oranı, hazır olma durumu ve ürüne karşı tutum gibi değişkenleri temel alan hedef pazar belirleme faaliyetidir.



#### 4.3. Turizm Pazarlamasında Temel Yaklaşımlar

**Ağızdan Ağıza Pazarlama:** Tüketicilerin ihtiyaç duydukları bir ürün veya hizmet hakkındaki bilgileri görsel ve basılı medya, internet, vb. ortamlardan öğrenmek yerine tanıdıkları, güvendikleri ve paylaşımında buldukları çevredeki insanlardan öğrenmeleri işletmelerin inandırıcılığını ve işletmeye duyulan tüketici güveninin artmasını sağlamaktadır. Tüketiciler bu

süreçte işletmenin birer “satış elemanı” şeklinde hizmet verebilmektedirler. Ağızdan ağza pazarlama, tüketicilerin hem hedef kitle hem de bu tarz bir iletişim ağı içerisinde yer aldıkları pazarlama anlayışıdır.

**Yeşil Pazarlama:** Çevre dostu, geri dönüştürülebilir, atmosfere zarar vermeyen ve geleceği düşünen pazarlama anlayışıdır.

**Veri Tabanlı Pazarlama:** Fiili ve potansiyel müşterilerin verilerinin saklanması, değişikliklerin takip edilmesi, gerekli güncellemelerin zamanında yapılabilmesi ve müşterilerin alışkanlıklarına ve konumlarına uygun pazarlama planlarının yapılmasına ve uygulanmasına yönelik pazarlama anlayışıdır.



**İzne Dayalı Pazarlama:** İşletmelerin pazarlama ve satış faaliyetlerini yürütürken tüketicilerden izin ve onay aldığı pazarlama anlayışıdır.

**Saldırgan Pazarlama:** İşletmelerin; tüketicilere günün her anında ve her mecradan farklı reklam ve pazarlama araçları ile ulaşmaya çalıştığı, gazetelerde, dergilerde, telefon mesajlarında, billboardlarda, apartman girişlerinde, elektronik postaların spam kutularında, asansörlerde ve hatta çöp konteynirlerinde yani insanların sık kullanıp ziyaret ettikleri tüm alanlarda tüketiciler ile iletişim kurma çabasında olduğu, tüketicilerin herhangi bir izni veya onayı alınmadan yapılan saldırgan pazarlama anlayışıdır.



**İlişkisel Pazarlama:** Pazarlamaya taraf olan işletmeler ile tüketiciler, araçlar ve diğer unsurlar arasında uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesinin ve müşteri sadakatinin oluşturulmasının amaçlandığı; işletmelerin tüketiciyi elde tutmaya, ürünün faydalarına, uzun vadeli ilişkilerin oluşturulmasına, müşteri hizmetlerinin kalitesine, müşteri ilişkisinin ve müşteri sadakatinin oluşturulmasına ve kaliteyi işletmenin bütününe yaymaya odaklandığı pazarlama anlayışıdır.

**Nöro-Pazarlama:** Teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin satın alma davranışı öncesinde neler düşündüğünü anlamak, tüketicilerin bilinçaltından geçenleri gün yüzüne çıkarmak ve ürün veya hizmetle ilgili bir mesaj geldiğinde tepkilerinin ne olacağını izleyen ve bunu pazarlamaya birleştiren pazarlama anlayışıdır.

**Radikal Pazarlama:** Çok fazla pazar araştırması ve pazarlama bütçesi gerektirmeyen, pahalı yöntem ve tekniklere başvurulmadan yapılabilen, sadece belirli bir tüketici grubuna odaklanan ve tüketicilerle uzun dönemli ilişkilerin geliştirilmesini esas alan pazarlama anlayışıdır.

**Mobil Pazarlama:** Mobil iletişim araçları (tablet, akıllı telefon vb.) vasıtasıyla tüketicilerle iletişim kurulmasına dayanan pazarlama anlayışıdır. Kısa mesaj, 4G, 4,5G teknolojileri, geniş bant yayınlar, içerik uygulamaları ve işletmelerin akıllı cihazlar için hazırladıkları sanal uygulamalar bu pazarlama anlayışında sıkça kullanılmaktadır.



**İletilebilen-Bulaşabilen Pazarlama:** İnternet teknolojilerinden de yararlanılarak beğenilen ve tavsiye edilen bir mesajın bağlantılı tüm tüketiciler arasında “virüs” misali hızla yayılmasını ifade eden pazarlama anlayışıdır. Özellikle son yıllarda sosyal medya olanakları sayesinde tüketiciler farkında olarak ya da olmayarak bu pazarlama anlayışının gelişimine büyük ölçüde katkı sağlamaktadırlar.

**Gerilla Pazarlama:** Küçük bütçelerle ve düşük maliyetlerle işletmenin pazar hedeflerinin gerçekleştirilmeye çalışıldığı, çok sıra dışı taktikler yerine daha farklı ve dikkat çekici uygulamalar ile tüketicide ürüne karşı merak uyandırılmasının amaçlandığı pazarlama anlayışıdır.

**Gedik Pazarlama:** İhtiyacı olan tüketicilerin var olduğu ancak bu ihtiyacı karşılayacak üretimin olmadığı pazarlara odaklanılan, bir pazarın belirli kriterler dikkate alınarak alt bölümlere ayrılmasıyla ortaya çıkan bölümünün niş-gedik pazar olarak isimlendirildiği, bu bölümlerde yer alan tüketicilerin benzer isteklere ve ihtiyaçlara sahip olduğu, işletmelerin daha önce bu pazar bölümlerini ya fark edememiş ya da bu bölümler için üretim yapmayı yeteri kadar kâr elde edemeyeceklerini düşünerek gerekli görmemiş olduğu pazarlama anlayışıdır.



**Nostalji Pazarlama:** Geçmişle bağ kurmak isteyen tüketicilere odaklanılan, tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde; ailesinin, geçmişe ait bir fotoğraflarının, dönemsel bir televizyon filminin veya geçmişteki bir anısının etkisinin olduğu, tüketicileri geçmişe taşımanın ve geçmişle bağlantı kurmalarını sağlamanın en ucuz ve uygun yolu olarak tercih edilen pazarlama anlayışıdır.

#### 4.4. Turizmde Hedef Pazar Seçim Stratejileri

Turizmde hedef pazar seçimi bağlamında farklı stratejiler bulunmakla birlikte öne çıkan 3 temel strateji vardır. Söz konusu stratejilere aşağıda kısaca değinilmektedir.

##### **Farklılaştırılmamış Pazarlama Stratejisi**

Tüm pazarın tek birim veya bir kitle olarak ele alındığı, pazarı oluşturan parçalardaki farklılıkların görmezden gelindiği veya söz konusu farklılıkların birbirinin benzeri olduğu varsayılarak hareket edilen, pazar bölümlendirmesinin yapılmadığı, en somut ifadesiyle hedef pazarın herkes olduğu pazarlama stratejisidir.

##### **Farklılaştırılmış Pazarlama Stratejisi**

Homojen olmayan pazarın küçük homojen pazar bölümlerine ayrıldığı, her pazar bölümüne farklı ürün ve pazarlama programı uygulanan, böylece birkaç farklı pazar bölümünde farklı fiyatlandırma, dağıtım ve iletişim yöntemleriyle hizmet etme olanağı sağlayan ve satış fiyatların her pazar bölümünün fiyat duyarlılığına göre oluşturulduğu pazarlama stratejisidir.

##### **Yoğunlaştırılmış Pazarlama Stratejisi**

Tüm pazar içerisinde belirlenen bölümlerden sadece birinin pazar olarak seçildiği ve tüm pazarlama çabalarının tek bir pazarlama karması ile bu bölüme yöneltildiği, gücün çeşitli yerlere dağıtılmasındansa odak alanlara yoğunlaştırıldığı pazarlama stratejisidir.

#### 4.5. Turizm Pazarlaması Bağlamında Kullanılabilecek Pazarlama Teknikleri

Turizm pazarlaması bağlamında kullanılabilecek farklı teknikler bulunmakla birlikte öne çıkan 3 temel teknik vardır. Söz konusu tekniklere aşağıda kısaca değinilmektedir.

### **Düşük Fiyat Liderliği**

Rakiplerine karşı fiyat kırarak güce sahip olan işletmelerin tüketicileri çekmek için izlediği, ancak maliyet indirimi ile başarılı sonuçlar veren, büyük işletmelerin ölçek ekonomisinden faydalanabildiği, bununla birlikte büyük işletmelerin daha da büyümeye başladığında yönetimin güçleşmesinden ötürü olumsuz ölçek ekonomilerine de katlanacağı pazarlama tekniğidir.

### **Ürün Farklılaştırma**

Ürün odaklı olan geleneksel turizm pazarlamacılığında, bir ürünü diğerinden ayırt edecek faydaları üretmeye odaklanan, işletmelerin özel fiyatlar sunmak, güvenilirliğe vurgu yapmak gibi pek çok yolla ürünlerini farklılaştırmaya çalıştığı, stilin, ürünlerin fiziksel özelliklerinin ve imajın merkeze koyulduğu pazarlama tekniğidir.

### **Pazara Odaklanma**

İşletmenin hedef kitleye göre bir veya birden fazla pazara yoğunlaştığı, bu yolla seçilen pazardaki tüketicilerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayacak ürünlerin/hizmetlerin özelleştirerek sunulduğu, söz konusu pazarlarda fiyat liderliği veya ürün farklılaştırma politikalarının güçlü bir şekilde uygulanabildiği pazarlama tekniğidir.



## 5. ERZİNCAN İLİ TURİZM SEKTÖRÜ BAĞLAMINDA HEDEF PAZARLAR

Erzincan İli için turizm sektöründe hedef pazarların belirlenmesi çalışmaları kapsamında öncelikle bütün yönleriyle literatür taraması gerçekleştirilmiştir.

Literatür taraması sonucunda ulaşılan veriler ve bilgiler, çalışma konusu bakımından dayanak ve altlık teşkil eden bölgesel ve ulusal ölçekli politika belgeleri olan “Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi (2012-2023)”, “TRA1 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı (2014-2023)”, “Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (2014-2023)” ve “Türkiye Turizm Stratejisi (2023)” isimli strateji belgelerinde yer alan mevcut durum analizleri, politikalar, tedbirler, öneriler ve eylemler ile birlikte değerlendirilmiştir.



Söz konusu teorik çalışmalar; Erzincan ilinde turizm sektöründeki paydaşlarımız olan kamu kurumları (T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, T.C. Erzincan Belediyesi vb.) sivil toplum kuruluşları (Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, TURSAB Doğu Anadolu Bölge Temsil Kurulu vb.) ve özel sektör temsilcileri (konaklama işletmeleri, günübirlik yeme-içme hizmeti sunan işletmeler, turizm acentesi işletmeleri vb.) ile gerçekleştirilen görüşmelerde ele alınmış, saha pratiğiyle teyit edilmiş ve olgunlaştırılmıştır. Tüm bu çalışmaların sonucunda, Erzincan İli için turizm sektöründeki hedef pazarlar aşağıdaki tabloya gerekçeleri ile birlikte işlenmiştir.



Tablo 13. Erzincan İli Turizm Sektörü Bağlamında Hedef Pazarlar

Hedef Pazar	Gerekçe
Körfez Ülkeleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Katar, Suudi Arabistan, Kuveyt başta olmak üzere, bölge ülkelerinin özellikle son yıllarda turizm odaklı ziyaretlerinde Türkiye'yi tercih etmesi,</li> <li>• Erzincan ilinin; Körfez Ülkelerinden Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin Ülkemizi tercih etme sebeplerinden olan yayla turizmi (Dumanlı Tabiat Parkı, Esence Dağı, Ergan Dağı, Yedigöller vb.), termal turizm (Ekşisu/Horhor) ve kış turizmi (Ergan Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi Merkezi) bakımından güçlü bir altyapıya sahip olması,</li> <li>• Körfez Ülkelerinden Türkiye'yi tercih eden turistlerin; ziyaretlerini geniş aileler şeklinde gerçekleştirmesi, ziyaret ettikleri noktalarda/lokasyonlarda uzun süreli konaklaması ve turizmdeki diğer hedef gruplara kıyasla daha yüksek miktarda tüketim harcaması yapması,</li> <li>• Erzincan ilinin; yayla turizmi ve deniz turizmi açısından Körfez Ülkelerinin Türkiye'deki en önemli ziyaret odaklarından olan Doğu Karadeniz Bölgesi'nin yakın hinterlandında yer alması,</li> <li>• Katar ve Kuveyt vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye'ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>
Rusya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021 yılı verilerine göre Türkiye'ye en çok turist gönderen Ülke'nin Rusya olması,</li> <li>• Erzincan ilinin; Rusya'dan Ülkemizi ziyaret eden turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebeplerinden birisi olan kış ve spor turizmi bakımından altyapısı önemli ölçüde tamamlanmış tesislere sahip bir il olması,</li> <li>• Erzincan ilinin; Rus turistler tarafından özellikle kayak sezonunda yoğun bir şekilde ziyaret edilen Erzurum iline 190 km uzaklıkta</li> </ul>

	<p>bulunması,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rusya vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye'ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>
<p>İran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021 yılı verilerine göre Türkiye'ye en çok turist gönderen ikinci ülkenin İran olması,</li> <li>• Erzincan ilinin; Türkiye'yi ziyaret eden ve karayolu ulaşımını tercih eden İranlı turistlerin Ülkemizde öne çıkan turizm destinasyonlarına seyahatleri bağlamında son derece önemli bir geçiş noktası üzerinde yer alması,</li> <li>• Erzincan ilinin; İranlı turistlerin Türkiye'yi yoğun olarak ziyaret ettiği dönem olan 21 Mart ve öncesindeki-sonrasındaki tarihlerde ziyaretçilerine turizm bağlamında (kış sporları da dâhil olmak üzere) sunabilecek çok sayıda alternatife sahip olması,</li> <li>• İran pazarı ile (özellikle Tebriz, Urumiye gibi Azerbaycan Türklerinin yaşadığı bölgelerde) turizm amaçlı somut iş bağlantıları olan Erzincanlı turizm işletmelerinin var olması,</li> <li>• İran vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye'ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>
<p>Azerbaycan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Azerbaycan'ın en çok turist gönderdiği ülkenin Türkiye olması,</li> <li>• Türkiye ve Azerbaycan arasındaki sosyo-kültürel bağların ve ikili ticari ilişkilerin son derece güçlü olması,</li> <li>• 2021 yılında Türkiye ve Azerbaycan arasındaki turizm hacminin arttırılmasına yönelik stratejik iş birliği anlaşması imzalanmış olması),</li> <li>• Erzincan ilinin; Azerbaycanlı turistler tarafından kültür turizmi kapsamında ziyaret edilen Bayburt iline 120 km uzaklıkta bulunması ve büyük ölçüde aynı turizm destinasyonu bölgesinde yer alması,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzincan ilinin; Türkiye’yi ziyaret eden ve karayolu ulaşımını tercih eden Azerbaycanlı turistlerin Ülkemizde öne çıkan turizm destinasyonlarına seyahatleri bağlamında son derece önemli bir geçiş noktası üzerinde yer alması,</li> <li>• Azerbaycan vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye’ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>
Polonya-Ukrayna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzincan ilinin; Polonya ve Ukrayna ile Türkiye arasında kış ve spor turizmi odağında kurulmuş olan güçlü ikili ilişkilerin odağını teşkil eden Erzurum ile aynı turizm destinasyonunda yer alması,</li> <li>• Polonya ve Ukrayna’nın 2021 yılı verilerine göre Türkiye’ye en çok turist gönderen ülkelerden olması,</li> <li>• Polonya ve Ukrayna vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye’ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>
Almanya-Fransa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almanya ve Fransa’nın 2021 yılı verilerine göre Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk 10 ülke içerisinde yer alması,</li> <li>• Almanya ve Fransa’nın; yurt dışında yaşayan Erzincanlıların en çok ikâmet ettiği ülkelerden olması ve bu ülkelerde bulunan Erzincanlılar aracılığıyla söz konusu ülke vatandaşlarının turizm sektöründeki ilgilerinin Erzincan iline çekilmesinin mümkün olması,</li> <li>• Erzincan ilinin; Almanya ve Fransa’da özellikle belirli bir yaşın üzerinde olan turistlerin Türkiye’ye yaptıkları turistik ziyaretlerin odağında yer alan ekoturizm ve geriatri turizmi bakımından güçlü bir potansiyele sahip olması,</li> <li>• Almanya ve Fransa vatandaşlarından umuma mahsus pasaport taşıyanlara Türkiye’ye girişte vize muafiyeti sağlanması.</li> </ul>

## 6. ERZİNCAN İLİ TURİZM PAZARLAMA STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI

Yukarıda sistematik bir şekilde oluşturulan altlık doğrultusunda, “ekonomik sürdürülebilirlik”, “yerel refah”, “istihdam kalitesi”, “sosyal eşitlik”, “ziyaretçi memnuniyeti”, “yerel kontrol”, “toplumsal iyileşme”, “kültürel zenginlik”, “fiziksel bütünlük”, “biyolojik çeşitlilik”, “kaynak verimliliği” ve “çevresel temizlik” ilkelerini merkeze yerleştirmek suretiyle Erzincan ili için turizm sektörü bağlamında belirlenmiş olan vizyon, amaç ve pazarlama stratejileri ile bu kapsamdaki uygulanabilir ve sürdürülebilir eylemler aşağıda belirtilmiştir.

### VİZYON

Tarihi ve kültürel mirası ile özgün ve el değmemiş doğasını çevreyle uyumlu bir şekilde birleştirerek, Erzincan’ı turizm sektöründe Türkiye’nin önde gelen destinasyonlarından birisi hâline getirmek.

### AMAÇ

Erzincan ilindeki turizm mirasını güçlendirerek korumak, turizm ürünlerini nitelikli olarak çeşitlendirmek ve sektörün kazanımlarını tabana yayarak sürdürülebilir ekonomik katma değere dönüştürmek.

<b>STRATEJİ 1</b>
Erzincan ilinde mevcut turizm değerlerinin (tarihi ve kültürel miras, yaylalar, kanyonlar, göller, nehirler gibi yeryüzü şekilleri ile yöresel ürünler) güncel durumunun tespit edilmesi.
<b>EYLEM 1.1.</b>
Erzincan ilinin turizm değerlerinin güncel durumunu somut olarak ortaya koyabilmek amacıyla saha ve paydaş ziyaretleri gerçekleştirilecektir.
<b>KAPSADIğI DÖNEM</b>
01.01.2022-30.04.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (Erzincan Yatırım Destek Ofisi)
<b>EYLEM 1.2.</b>
Saha ve paydaş ziyaretleri sonucunda elde edilen bilgiler ile sektörü ilgilendiren literatürde ve istatistiki veri setlerinde yer alan veriler doğrultusunda, Erzincan ilinin turizm değerleri envanteri çıkarılacaktır.
<b>KAPSADIğI DÖNEM</b>
01.05.2022-15.06.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (Erzincan Yatırım Destek Ofisi)



<b>STRATEJİ 2</b>
Erzincan ilindeki turizm altyapısının iyileştirilmesi/güçlendirilmesi.
<b>EYLEM 2.1.</b>
İlde turizm sektörü ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olan yatırım ve ürün/hizmet sunumu ortamı, fiziksel altyapı yatırımlarının yanı sıra restorasyon ve rekreasyon çalışmalarıyla iyileştirilecek ve güçlendirilecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzurum Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü.
<b>EYLEM 2.2.</b>
İlde turizm sektöründe ürün ve hizmet sunumu gerçekleştiren, sektörde nitelikli veya ara eleman olarak yer alan, sektörün ileri ve geri yönlü olarak bağlantılı olduğu yardımcı sektörlerde faaliyet gösteren ve yerel düzeyde sektörde denetleyici/düzenleyici olarak görev yapan kişilere yönelik eğitimler düzenlenecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
Eylem Planı uygulama dönemi boyunca en az 3 farklı tarihte düzenlenecektir.
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı.

<b>STRATEJİ 3</b>
Erzincan iline özgü turizm ürünlerinin ve hizmetlerinin nitelikli olarak çeşitlendirilmesi.
<b>EYLEM 3.1.</b>
İlde turizm sektöründe öne çıkmış olan veya yüksek potansiyel taşıyan ürünlerden (tulum peyniri, dut-üzüm, bakır, leblebi, bal, tuz vb.), turistik değeri olan yüksek katma değerli türev ürünler üretilmesi teşvik edilecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.
<b>EYLEM 3.2.</b>
İlde turizm sektöründe öne çıkan alt sektörler olan tarih-kültür turizmi, kış sporları turizmi, yayla turizmi ve doğa-macera turizmini kapsayan bütünleşik turistik aktivite paketleri oluşturulacaktır.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
TÜRSAB Kuzeydoğu Anadolu Bölge Temsil Kurulu, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

<b>STRATEJİ 4</b>
Erzincan ilinde turizm sektörüne ilişkin ortak marka değerinin oluşturulması.
<b>EYLEM 4.1.</b>
Erzincan turizm sektörü için ilde öne çıkan değerler, ürünler ve hizmetler odağında çatı marka belirlenecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-31.12.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.
<b>EYLEM 4.2.</b>
İlde turizm alt sektörleri bağlamında ortak işaretler ve bütüncül bir marka değeri algısı oluşturulacaktır.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-31.12.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

<b>STRATEJİ 5</b>
Erzincan ilinde turizm sektörü bağlamında sürdürülebilir kümelerin oluşturulması.
<b>EYLEM 5.1.</b>
Turizm sektöründe birbirini tamamlayıcı nitelikte olan ürünler ve hizmetler, paydaşların katkı ve katılımı ile tespit edilecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.07.2022-31.12.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.
<b>EYLEM 5.2.</b>
Birbirini tamamlayacak nitelik arz eden alt sektörlerde iş birliği-güç birliği protokolleri yapılarak işlevsel kümeler oluşturulacaktır.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.01.2023-31.05.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

## STRATEJİ 6

Erzincan ili turizm sektörü için hedef pazarların belirlenmesi.

### EYLEM 6.1.

Erzincan ili turizm sektörünün ürün ve hizmet sunabileceği/ihraç edebileceği pazarlara yönelik pazar bölümlendirme faaliyeti gerçekleştirilecektir.

### KAPSADIĞI DÖNEM

01.01.2022-31.05.2022

### SORUMLU PAYDAŞLAR

T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

### EYLEM 6.2.

Pazar bölümlendirme faaliyeti sonucunda belirlenen hedef pazarlar bağlamında, kullanılması gereken pazarlama yöntemleri tayin edilecektir.

### KAPSADIĞI DÖNEM

01.06.2022-30.06.2022

### SORUMLU PAYDAŞLAR

T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.



<b>STRATEJİ 7</b>
Erzincan iline ait turizm değerlerinin ulusal ve uluslararası farkındalığının ve bilinirliğinin arttırılması.
<b>EYLEM 7.1.</b>
Farkındalık oluşturmaya yönelik reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.
<b>KAPSADIğI DÖNEM</b>
01.01.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.
<b>EYLEM 7.2.</b>
Turizmde marka ve destinasyon temelli algıyı ve bilinirliği güçlendirecek reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütülecektir.
<b>KAPSADIğI DÖNEM</b>
01.01.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

<b>STRATEJİ 8</b>
Erzincan ilinde turizm sektörü kapsamında üretilen ürünlerin ve sunulan hizmetlerin kalite ve standardizasyonunun sağlanması.
<b>EYLEM 8.1.</b>
İlde turizm sektörünü ilgilendiren kalite standartları, uluslararası ölçütler doğrultusunda paydaşların katılımıyla belirlenecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.01.2022-31.05.2022
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.
<b>EYLEM 8.2.</b>
İlde turizm sektörü için belirlenmiş olan kalite standartlarına uygunluk, içsel ve dışsal mekanizmalar aracılığıyla düzenli ve önleyici/yapıcı olarak denetlenecektir.
<b>KAPSADIĞI DÖNEM</b>
01.01.2022-29.10.2023
<b>SORUMLU PAYDAŞLAR</b>
T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, Erzincan İlçe Kaymakamlıkları, Erzincan İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları.

## 6. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

“Erzincan İli Turizm Sektörü Hedef Pazar Araştırma Raporu ve Pazarlama Stratejisi” çalışması kapsamındaki tespitlere ve önerilere yukarıda ayrıntılı olarak ele alınan başlıklardan hareketle aşağıda maddeler hâlinde yer verilmiştir. Şöyle ki;

(1) Dünyada turizm sektörü, küreselleşme ile birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. Dünya hizmetler sektörü ihracatının %30'unu, küresel ticaretin ise %6'sını oluşturan turizm endüstrisi, ihracat sıralamasında petrol, kimya ve otomotiv sektörlerinden sonra 4. sırada yer almaktadır. 2019 yılı verileri esas alınarak yayımlanan Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nun Turizm Sektörü Raporu'na göre, 2019 yılında yaklaşık 1,5 milyar kişi turist olarak seyahat etmiş ve bu seyahatler GSMH'ye toplam 8,9 trilyon dolarlık katkı sağlanmıştır. Uluslararası turizm hareketlerine katılan ziyaretçilerin %56'sı tatil ve eğlence amacıyla seyahat etmiştir. Diğer tatil sebepleri ise din, sağlık, arkadaş-akraba ziyareti temelli olmuştur. Aynı veriler doğrultusunda, turistlerin sadece %13'ünün ise iş sebebiyle seyahat etmekte olduğunu söylemek mümkündür.

(2) TÜİK verilerine göre, Türkiye'de turizm sektörü, ihracat girdisinin %20,1'ini toplam istihdamın ise yaklaşık %5'ini oluşturmaktadır. 2019 yılı en yüksek turizm gelirinin elde edildiği yıl olmuştur. 2015 yılında uluslararası turizm gelirlerinden elde edilen rakam 31 milyar dolar civarındayken, bu rakam 2019 yılında 34 milyar dolara yükselmiş olup, 2020 yılında 12 milyar dolara düşmüştür. 2019 yılında kişi başı turizm geliri ise bir önceki yıla göre yaklaşık %3 oranında artarak 647 dolardan 666 dolara çıkmıştır. Türkiye'ye gelen turist sayısına ilişkin veriler değerlendirildiğinde ise 2010 yılında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı, 28 milyon 362 bindir. 2010 yılında 28 milyon 362 bin olan turist sayısı, 2019 yılında 45 milyon 200 bin kişiye ulaşmıştır. Bu rakamlarla, Türkiye Dünyadaki turizm pastasından büyük bir pay elde etmekte ve en çok turist çeken ilk on ülke arasında yer almaktadır.

(3) Erzincan'ın mevcut konaklama durumuna bakıldığında, Erzincan ilindeki turizm işletme belgeli ve yatırım belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi 1.170 iken, belediye işletme belgeli tesislerin toplam yatak kapasitesi yaklaşık 1.543'tür. Şehir merkezinde bulunan oteller ise; ticari firmaların satış-pazarlama temsilcileri başta olmak üzere, transit geçişlerde konaklama

ihtiyacı duyan yolculara ve Erzincan'a iş ve turizm amaçlı gelen ziyaretçilere hizmet vermektedir. Turizm işletme belgeli konaklama tesislerine geliş sayısı ve belediye işletme belgeli konaklama tesislerine gelen kişi sayısı yaklaşık 100 bindir. Bu kapsamda; geceleme sayısı 280 bin, ortalama kalış süresi 1,51 gün, doluluk oranı ise %30,8'dir.

**(4)** Erzincan ilinin turizm sektörü GZFT (SWOT) analizi incelendiğinde; Erzincan'ın turizm açısından albenisi yüksek, özgün bir doğaya sahip olması (dağlar, yaylalar, nehirler, göller vb.), Erzincan'da turistik değere sahip çok sayıda tarihi ve kültürel değer var olması, Erzincan'da profesyonel spor etkinlikleri bağlamında kullanılabilir kış, spor, doğa ve macera turizmi altyapısının var olması, Erzincan'da sağlık turizmi bağlamında yararlanılmaya müsait doğal kaynakların ve tesislerin var olması, Erzincan'da fuar ve kongre turizmi bağlamında kullanılabilir tesislerin bulunması, Erzincan'daki nüfusun genç ve dinamik bir yapıda olması ve bu durumun ilde ucuz iş gücü oluşturması, Erzincan'da gastronomi turizmi bakımından son derece değerli birçok yöresel ürünün var olması, Erzincan'da uluslararası seferlere açık bir havalimanının bulunması ve Türkiye'nin birçok hedef pazar ülkesi bağlamında vize muafiyeti uygulaması ilin güçlü yönleridir. İlin zayıf yönleri ise; Erzincan'ın birinci derecede deprem bölgesinde bulunması, Erzincan'daki şehir ve çevre estetiğinin istenen düzeyde olmaması, Erzincan'ın turizm sektöründeki imajının yeterince güçlü olmaması, Erzincan'daki yerel halkın turizm konusundaki farkındalığının ve iş birliği yapma iradesinin istenen düzeyde olmaması, Erzincan'da turizm sektörü bağlamında kümelenmenin olmaması, Erzincan'da turizm sektörü bağlamında markalaşma ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması, Erzincan'daki konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinin nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olması, Erzincan'da turizm sektörü bağlamında özel sektör yatırımlarının yetersiz olması, Erzincan'daki turizm sektöründe var olan beşeri sermayenin yeterince güçlü olmaması, Erzincan'da turizm sektöründeki girişimcilik ve yenilikçiliğin istenen düzeyde olmaması, Erzincan'da turizm sektöründeki paydaşlar arasında koordinasyon ve eşgüdüm bakımından eksikliklerin var olması ve Erzincan'a direkt uçuşların sadece İstanbul ve Ankara'dan olmasıdır.

**(5)** Erzincan ilinin turizm sektörü GZFT (SWOT) analizi incelendiğinde; Erzincan'ın Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında "kış turizmi koridoru"na dâhil edilmiş olması, Türkiye'de ve Dünyada turizm sektörüne yönelik destek ve teşvik mekanizmaların giderek güçlenmekte ve

yaygınlaşmakta olması, Erzincan'da yerel düzeyde sürdürülebilir kalkınma bağlamında turizm sektörünü gelişme eksenini olarak sahiplenen politik iradenin var olması, yakın zamanda tamamlanması öngörülen "Ankara-Sivas-Erzincan Hızlı Tren Projesi"nin ilin erişilebilirliğini büyük ölçüde arttıracak olması, Erzincan'da mevcut tarihi ve kültürel mirasın güçlendirilerek korunmasına ve sürdürülebilir olarak turizme kazandırılmasına yönelik projelerin uygulanmakta olması, Erzincan'da açık hava rekreasyon imkânlarının çeşitli olması, Erzincan'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısının Türkiye'deki ve Dünyadaki turizm hareketliliği ile paralel bir şekilde artması, Türkiye'de ve Dünyada doğa ve macera turizmi ile gastronomi turizmine yönelik ilginin giderek artmakta olması ve Erzincan'ın söz konusu alanlarda yüksek bir potansiyel taşıması ve Türkiye'de ve Dünyada markalaşma ve tanıtım faaliyetlerini büyük ölçüde kolaylaştıran iletişim teknolojisi araçlarının her geçen gün yaygınlaşması ilin sahip olduğu fırsatlardır. İle yönelik tehditler ise; iklim değişikliğinin başta kış turizmi olmak üzere turizm sektörüne yönelik olumsuz etkilerinin olması, pandemi ve küresel finans krizi gibi nedenlerin turizm sektörüne yönelik olumsuz etkilerinin olması, Erzincan'ın Türkiye'deki ana turizm destinasyonlarına uzak olması, Erzincan'ın Dünyada öne çıkan turizm pazarlarına uzak olması, Erzincan'da turizm bakımından önem arz eden altyapı ve üstyapı projelerinin çeşitli sebeplerden ötürü faaliyet takvimine uygun bir şekilde yürütülememesi (özellikle restorasyon projeleri bağlamında gecikmelerin yaşanması) ve Erzincan'da turizm sektöründe önemli birer paydaş olabilecek kişilerin daha büyük şehirlere göç etmesidir.

**(6)** Erzincan, coğrafi yapısı itibariyle genel olarak kış sporları, su sporları ve doğal güzellikleri olan mesire alanları ile turizm için çok yönlü özellikler taşımaktadır. Erzincan Baraj Gölü ve Tercan Baraj Gölü'nde su sporları yapılmaktadır. Karasu Nehri'nde rafting, Küçük Çakırman Köyü'nde yamaç paraşütü, Esence Yedi Göller'de doğa yürüyüşü ve çeşitli merkezlerde dağ bisikleti, kaya tırmanışı, kayak, dağ kampları, şelale buz tırmanışı, atlı cirit ve camel trophy gibi diğer turizm aktiviteleri gerçekleştirilmektedir. Girlevik Şelalesi, Bayırbağ-Değirmenönü, Pahnik Çayı ve çevresi, Karakaya-Çermik, Ekşisu, Beytahtı, Mecidiye, Tercan ve Erzincan Baraj Gölü çevresi, Kemah Soğuksular gibi mesire alanları ilin doğal güzelliklerini oluşturmaktadır. Tarihi-kültürel eserlerden ise; Tercan Mama Hatun Kervansarayı ve Türbesi, Kemah Kalesi ve Sultan Melik Türbesi, Altıntepe Ören Yeri, Erzincan Kalesi ve ildeki tarihi hamamlar turizm açısından önem taşımaktadır.



**(7)** Erzincan ili, turizm alternatifleri bağlamında zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Kış turizmi, tarih ve kültür turizmi, yayla turizmi, gastronomi turizmi, doğa-macera turizmi (dağcılık, dağ bisikleti, off-road, bungee jumping/base jumping, kaya tırmanışı, yamaç paraşütü, şelale tırmanışı, rafting, kano, su kayağı vb.), ekoturizm ve termal turizm, Erzincan ilinde öne çıkan - yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken- turizm çeşitleridir.

**(8)** T.C. Erzincan Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden alınan bilgiye göre, Erzincan ilini son üç yıl içerisinde; İtalya, Almanya, İrlanda, Rusya, İran, İspanya, Kıbrıs, Belçika, Avustralya, Fransa, Gürcistan, İsveç, Özbekistan, İsviçre, Avusturya, Azerbaycan, Tacikistan, İngiltere, ABD, Yeni Zelanda, Romanya, Hollanda, Suudi Arabistan, Ukrayna, Polonya, Mısır, Kuzey Kore, Slovenya, Katar, Finlandiya, Kanada, Cezayir, Türkmenistan, Ermenistan, Güney Afrika Cumhuriyeti gibi ülkelerden gelen turistlerin ziyaret ettiği tespit edilmiştir.

**(9)** Erzincan ilinde turizm sektörünün mevcut sorun alanlarına -literatür ve saha verileri ışığında- aşağıda kısaca yer verilmiştir. Şöyle ki;

- İldeki turizm sektöründe paydaşlarca belirlenmiş bir hedef pazar bulunmamaktadır.
- İldeki turizm sektöründe, pazarlama stratejisi olarak daha sürdürülebilir ve güçlü çıktılar sağlayan farklılaştırılmış veya yoğunlaştırılmış pazarlama stratejilerinden ziyade, turizm sektöründeki hedef grupların farklı isteklerini/ihtiyaçlarını dikkate almayan ve yalnızca hedef grupların ilgisini çekmeye yönelik farklılaştırılmamış bir pazarlama stratejisi uygulanmaktadır.
- İlde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmı aile işletmesi niteliğinde olup istenen düzeyde kurumsallaşmamıştır. Somutlaştırmak gerekirse, ilde sektörde faaliyet gösteren paydaşların %95'inde müstakil bir pazarlama departmanı bulunmamaktadır.
- İlde turizm sektörde faaliyet gösteren işletmelerin işletme sermayeleri istenen düzeyde değildir. Bu sebeptendir ki, sektördeki işletmeler, ulusal ve uluslararası düzeyde müşteri farkındalığını arttırmaya yönelik reklam ve tanıtım faaliyetlerine odaklanamamaktadır.
- İlde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasında pazarlama ve üst ölçekli varış noktası planlamalarına dâhil olma konusunda güçlü bir iş birliği ve dolayısıyla bir kümelenme bulunmamaktadır.
- İlde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesini arttırmaya yönelik öncelikli ihtiyacı olan uzmanlaşmış nitelikli ve ara elemanların istihdamında büyük güçlükler

yaşamaktadır. Bu durum, özede hizmetten yararlanan kişiler ve gruplar nezdinde memnuniyetsizliklere genelde ise (özellikle sosyal medya platformlarında olumlu ve olumsuz tespitlerin/görüşlerin çok hızlı bir şekilde ilgili herkese ulaşmasından ötürü) sektördeki hedef grupların Erzincan'a yönelik algılarını ve tercihlerini olumsuz etkilemektedir.

- İlde turizm sektöründe faaliyet göstermekte olan işletmeler büyük ölçüde geleneksel araçları ve yöntemleri kullanarak ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirmektedir. Dönüşen piyasası koşullarını ve gelişen teknolojiyi göz ardı eden bu durum, İlin turizm sektöründeki rekabet edebilirliğine engel olmaktadır.

- İlde turizm sektöründe faaliyet göstermekte olan işletmeler büyümeye ve yeni pazarlara girmeye yönelik riskleri almaktan yapısal nedenlerle kaçınmaktadır.

- İlde turizm sektöründe faaliyet göstermekte olan işletmelerin hedef pazarı olabilecek noktalarda özellikle tarih ve kültür turizmi bakımından öne çıkan güçlü rakiplerin dominasyonu söz konusu işletmelerin pazara girişini önemli ölçüde zorlaştırmaktadır.

**(10)** Literatür taraması, paydaşlar arası müzakereler ve sektöre ilişkin verilerden hareketle, "erişilebilirlik", "turist eğilimleri" ve "Erzincan ilinin turizm sektörüne ilişkin GZFT analizi" de dikkate alındığında, turizm sektörü bağlamında Erzincan için belirlenmiş olan hedef pazarlar; Katar, Suudi Arabistan, Kuveyt başta olmak üzere Körfez Ülkeleri, Rusya, İran, Azerbaycan, Polonya, Ukrayna, Almanya ve Fransa'dır.

**(11)** Çalışma kapsamında ortaya konulan vizyon ve amaç doğrultusunda belirlenmiş olan 8 strateji ve 16 eylemden oluşan Eylem Planının uygulama döneminde il düzeyinde iş birliği yapacak olan paydaşlar; T.C. Erzincan Valiliği, T.C. Erzincan Belediye Başkanlığı, İlçe Kaymakamlıkları, İlçe Belediyeleri, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, sektördeki Sivil Toplum Kuruluşları ve sektörde faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişilerdir.

(12) Çalışma kapsamındaki literatür taramaları ve okumalar ile iyi uygulama örneği incelemeleri ve paydaş ziyaretleri sonucunda, Erzincan ili turizm sektörü kapsamındaki pazarlama önerilerine aşağıda yer verilmektedir. Şöyle ki;

- Objektif kriterler doğrultusunda belirlenen hedef pazarları odağa yerleştiren coğrafi, demografik, psikografik ve alıcı davranışı temelli pazar bölümlendirmesi yapılmalıdır.
- Turizm pazarlamasında yeni yaklaşımlar olarak öne çıkan “veri tabanlı”, “mobil”, “nöro”, “ilişkisel” ve “iletilebilen-bulaşabilen” pazarlama yaklaşımları sektöre kalıcı olarak yerleştirilmelidir.
- Hedef pazarlarda, ilk aşamada “faklılaştırılmış”, ikinci aşamada ise “yoğunlaştırılmış” pazarlama stratejisi izlenmelidir.
- Hedef pazarlarda, önemli pazarlama tekniklerinden “ürün-hizmet farklılaştırma” tekniğinden güçlü bir şekilde yararlanılmalıdır.
- 2022/1-2023/4 dönemlerini kapsayan eylem planına sadık kalınmalı ve ilerlemeler paydaşlarca periyodik aralıklarla değerlendirilmelidir.



**T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı**

Adres: Cumhuriyet Caddesi No:3 Yakutiye/ERZURUM

Telefon: +90 (442) 235 61 11 Fax: +90 (442) 235 61 14

E-Posta: info@kudaka.gov.tr

**Erzincan Yatırım Destek Ofisi**

Adres: Gülabibey Mh. Şehit Polis Kenan Ardıç Cd. No: 42 Kat: 1

Merkez/ERZİNCAN

Telefon: +90 (446) 223 50 05 Fax: +90 (446) 223 50 04

E-Posta: erzincanydo@kudaka.gov.tr

**Kalkınma Ajansları yayınları bedelsizdir, satılmaz.**