Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 47, Ağustos 2020, s. 289-294

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.45413>

Dr. Betül BULADI ÇUBUKCU

Atatürk Üniversitesi betul.cubukcu@atauni.edu.tr

TARİHİ TAŞ HAN ESNAFININ TURİZM DEĞERLENDİRMESİ

Özet

Günümüzde giderek genişleyen turizm sektörü önemli bir rekabet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik olarak önemli fırsatları barındıran turizm sektöründe alternatif turizm alanlarının değerlendirilmesi çok önemli hale gelmiştir. Son zamanlarda Türkiye turizm alanında ciddi ilerlemeler kaydederek dünya turizminin bir parçası haline gelmiştir. Türkiye'nin bu gelişmeyi sağlamasında turizm açısından çok çeşitli kaynaklara sahip olmasının büyük etkisi vardır. Özellikle alternatif turizm alanlarının çeşitliliği bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alternatif turizm alanlarından biride alışveriş turizmidir. Turizm içerisinde alışverişin hem ekonomik getiri hem kültürel iletişim açısından önemli bir yeri vardır. Çalışmamıza konu olan Taş Han çarşısı önemli bir kış turizm merkezi olan Erzurum'da bilinen en önemli tarihi ve turistik çarşı niteliğindedir. Bu kapsamda çarşı esnafının bölge turizmi ile ilgili değerlendirmesi ele alınmaya çalışılmıştır. Biçimsel mülakat yöntemi ile çarşı esnafından veriler toplanmış ve çarşı esnafının turizm değerlendirmesi ortaya konulmuştur. Sonuç olarak elde edilen verilere göre çarşı esnafının Taş Han'ı önemli bir turistik merkez olarak değerlendirdiği, fakat yabancı turist ziyaretlerinin beklenenin altında olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca çarşının tarihi olması önemli bir özellik olarak ortaya konulmuş, tanıtımın yetersiz olduğu konusunun altı çizilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Alışveriş, Taş Han

TOURISM EVALUATION OF HISTORICAL TAŞ HAN TRADESMAN

Abstract

The tourism sector, which is expanding day by day, is an important area of competition. The evaluation of alternative tourism areas has become very important in the tourism sector, which contains important economic opportunities. Turkey recently recording significant progress in the field of tourism has become a part of world tourism. In terms of the development of tourism in Turkey in providing a wide variety of sources that have a big impact. Especially, the diversity of alternative tourism areas is an advantage. One of these alternative tourism areas is shopping tourism. Shopping in tourism has an important place in terms of both economic returns and cultural communication. The Taş Han bazaar, which is the subject of our study, is the most important historical and touristic bazaar known in Erzurum, an important winter tourism center. In this context, the evaluation of the bazaar tradesman about the regional tourism has been tried to be discussed. With the formal interview method, data was collected from the shopkeepers and the tourism assessment of the shopkeepers was revealed. As a result of the data obtained, it has been revealed that the bazaar shopkeepers evaluate Taş Han as an important tourist center, but foreign tourist visits are below expected. In addition, the fact that the bazaar is historical has been put forward as an important feature and the issue of inadequate publicity has been underlined.

Keywords: Tourism, Shopping, Taş Han

GİRİŞ

Turizm ülkeler ve bölgeler için giderek önemli bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Öncelikle turizm bölgesel kalkınmada önemli yeri olan bir unsurdur. Bir ülkenin kırsal ya da az gelişmiş bir bölgesinde turizmin gelişmesi demek, o ülkenin gelişmiş ve az gelişmiş bölgeleri arasındaki ekonomik dengesizliklerin de azalması anlamına gelmektedir. Ülkenin az gelişmiş bölgesinde turizmin gelişimi ile birlikte, o bölge ekonomisine yeni kaynaklar akacak, yeni iş sahaları ve istihdam alanları oluşacak ve bölge ekonomisinin her sektörde/alanda sağlamış olduğu gelir de buna paralel olarak artacaktır (Bahar, 2007, s. 5). Bunun dışında özellikle kişilerin seyahat için daha fazla para harcama eğiliminde olması, uzaktan çalışma imkânlarının oluşması, sosyal medya sayesinde insanların farklı yerler hakkında daha fazla bilgi ve meraklarının oluşması gibi unsurlar turizmin giderek aratan bir faaliyet olarak karşımıza çıkmasını sağlamaktadır.

Ülkeler artan bu turizm talebi karşısında turistlere en iyi hizmeti sunmak zorundadırlar. Konaklama tesislerinin kalitesi, ulaşım imkânlarının çokluğu ve rahatlığı, rehberlik hizmetlerinin profesyonelliği, yeme-içme ve alışveriş imkânlarının çokluğu ve çeşitliliği sağlanması gereken temel unsurlardır. Özellikle alışveriş, turizmde oldukça önemli gelir getirici faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle yerel halka önemli katkı sağlamaktadır. Buna bağlı olarak yöneticilerin turizm planları yaparken alışveriş turizmini göz ardı etmemeleri gerekmektedir. Özellikle turistlerin yoğun ilgi gösterdiği geleneksel çarşılar bu kapsamda değerlendirilmelidir.

Turizme Erzurum özelinde baktığımızda önemli bir kış turizm merkezi olduğunu söyleyebiliriz. Bu merkez içerisinde; Erzurum (Hınıs) Boğazı, Konaklı ve Gez Yaylasından oluşan 3 adet kayak merkezi bulunmaktadır. Erzurum Boğazı, aynı zamanda Palandöken Kayak Merkezi adıyla anılmaktadır. Palandöken Kayak Merkezinde slalom ve büyük slalom yarışmaları için Uluslararası Kayak Federasyonu (FIS) tarafından tescilli iki pist bulunmaktadır. Kar yağışının Ekim-Kasım aylarında kendini gösterdiği Erzurum'da, kayak mevsimi Kasım ayından itibaren başlamakta ve Nisan ayının sonuna kadar sürmektedir. Palandöken, kaymaya olanak sağlayan "toz kar" özelliğini, ikliminden dolayı, bütün kayak sezonu boyunca sürdürmektedir (T.C.Turizm ve Kültür Bakanlığı). Erzurum'da ayrıca önemli tarihi mekanlar bulunmaktadır. Bu tarihi mekanlardan biri de Taş Han olarak bilinen Rüstem Paşa Kervansarayıdır. Çarşı hem tarihi yapısı hem de sunduğu el işçiliği özel oltu taşı hediyecek eşyalarla önemli bir turistik mekan niteliğindedir. Bu anlamda çarşı esnafının turizm faaliyetleri ile ilgili değerlendirmeleri önemli bulunmaktadır. Bu değerlendirmelerin çarşının il turizmi içerisindeki yerini artırma konusunda katkı sağlaması açısından olumlu olacağı düşünülmektedir. Bu amaçla çarşı esnafı ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve çalışmada bu değerlendirmeler verilerek sonuçlar ortaya konulmuştur.

1.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

1.1.Taş Han

Günümüzde, Taş Han olarak bilinen Rüstem Paşa Kervansarayı Menderes Caddesi üzerinde yer almaktadır. Han dikdörtgen bir avlu çevresinde odalardan oluşan iki katlı bir yapıdır. Batı giriş kapısı üzerinde bulunan kitabenin tarih kısmı kırıldığı için kitabedeki Rüstem Paşa ismine dayanılarak kervansarayın, Kanuni Sultan Süleyman'ın veziri olan Rüstem Paşa tarafından 1560 yılında inşa ettirilmiş olduğu tahmin edilmektedir (Cantay, 1988). Han hapisane, elektrik santrali gibi farklı amaçlarla kullanılmış son olarak 2007 yılında Erzurum Vakıflar Bölge Müdürlüğü tarafından restore edilmiştir (Köşklü, 2010, s. 121). Hanın en önemli özelliği kesme taş malzemeden yapılmasıdır. Günümüzde oltu taşı takı, teşbih ve süs eşyaları çarşısı olarak hizmet vermektedir. Çarşıda seksen dükkân faaliyetlerini sürdürmektedir. Erzurum'un en önemli tarihi ve turistik çarşılarından biridir.

Oltu taşı Erzurum'un Oltu ilçesinde üretilmektedir. Oltu Taşı yumuşak bir linyit çeşididir ve ağaçlardaki reçinelerin kil ve linyit maddeleriyle karışmasıyla meydana gelmektedir (Özav, 1996). Başlangıçta yumuşak olan taş havayla temas ettikçe katılaşır ve kullanıldıkça parlar. Erzurum'da çeşitli atölyelerde işlenen taş küpe, yüzük, bileklik, kolye, tesbih gibi ürünlere dönüştürülmektedir. Ürünler el işçiliği ile yapılan altın ve gümüş kullanılan kıymetli ürünlerdir.

1.2.Turizm ve Alışveriş

Turizm kişilerin yeni yerler görmek, gezmek, ticaret, eğitim ve alışveriş gibi nedenlerle bulundukları yerden uzaklaşarak, dönünceye kadar yeme-içme, konaklama, eğlence gibi faaliyetlerin tümüdür. Turizm özellikle ülkeler için önemli bir ekonomik alandır. Bileşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı World Tourism Barometer Ocak 2020 raporuna göre 2019 yılında dünyada turist sayısı % 4 büyüyerek 1.5 milyar seviyesine ulaşmıştır. 2019 yılında tüm bölgeler turist rakamlarında artış kaydetmiştir. Orta Doğu % 8, Asya Pasifik % 5, Avrupa ve Afrika % 4, Amerika % 2 artış kaydetmişlerdir. Uluslararası turizm geliri 2018 yılında toplam 1,462 milyar dolar olarak rapor edilmiştir (UNWTO, 2020).

Genel olarak alışveriş faaliyetini değerlendirdiğimizde, günümüzde alışveriş ana amacı dışında eğlenme, vakit geçirme, sosyalleşme gibi yan amaçları da bünyesinde barındırmaktadır. Alışveriş önemli bir ekonomik olay olmasının yanında sosyal bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyanın farklı yerlerinde farklı farklı alışveriş alışkanlıkları mevcuttur. Fakat günümüzde iletişim yöntemlerinin çoğalması, etkileşimin artması ile alışveriş alışkanlıkları birbirlerine yaklaşmıştır.

Turizm alanında alışveriş kavramına bakacak olursak, turistler alışverişle ilgili iki şekilde hareket etmektedir. Turizm ve alışveriş ilişkisi iki alt gruba ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi turistik seyahat nedeninin alışveriş olmasıdır. İkincisi ise alışverişin turistik gezi sırasında ikincil bir motivasyon olarak gerçekleştirilmesidir (Butler, 1991). Her iki durumda da ülkeye ve bölgeye ekonomik katkısı büyüktür. Ziyaretçiler tarafından New York'ta harcanan her bir doların 25 cent'inin alışveriş için harcandığı belirtilmiş, 2012 yılında, ziyaretçiler şehrin mağaza ve dükkânlarından 8 milyar dolar tutarını aşkın alışveriş yapmış ve satıştan elde edilen vergiler şehre ve eyalete 750 milyon dolarlık katkı sağlamıştır (TUROB).

2.METODOLOJİ

2.1.Çalışmanın Amacı

Erzurum'un tarihi ve turistik çarşısı olan Taş Han turizm açısından önemli bir alışveriş mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda çarşı esnafının turizme bakış açıları önem arz etmektedir. Bu çalışma ile çarşı esnafının turizme yönelik değerlendirmeleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

2.2.Çalışmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Taş Han çarşısındaki esnaflar oluşturmaktadır. Çarşıda 80 dükkân faaliyet göstermektedir. Tüm esnafla görüşme amaçlanmıştır. Fakat 21 kişi görüşmeyi kabul etmemiştir. Yapılan görüşmeler sonucu 43 görüşme değerlendirmeye alınmıştır.

2.3.Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmadaki veriler mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Mülakat yöntemi olarak biçimsel mülakat tercih edilmiştir. Standart bir soru formu hazırlanmış ve cevaplayıcılara yöneltilmiştir.

Veri toplamak için üç gün süre ile Taş Han çarşısına gidilmiş esnafla tek tek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan 59 görüşmenin 43 tanesi değerlendirmeye alınmıştır.

2.4.Araştırma Bulguları

Çalışma değerlendirildiğinde çalışmaya katılanların %18'i 18-28 yaş aralığında, %40'ı 29-39 yaş aralığında, %16'sı 40-50 yaş aralığında, %24'ü 51-61 yaş aralığında ve %2'si 62 yaş üstü olarak belirlenmiştir. Eğitim durumları incelendiğinde %18'nin ilkokul, %10'nun ortaokul, %54'ünün lise ve %18'nin üniversite mezunu olduğunu görüyoruz. Çalışma süreleri incelendiğinde %25'i 1-10 yıl arasında bu işi yapmakta, %40'ı 11-20 yıl arasında bu işi yapmakta, %25'i 21-30 yıl arasında bu işi yapmakta ve %10'u 30 yıl üstü bu işle uğraşmaktadır. Çalışma durumları incelendiğinde %82'si dükkân sahibiyken %18'i ücretli olarak çalışmaktadır.

Yaptığınız meslekten memnun musunuz sorusuna %98'i evet, sadece %2'si hayır cevabı vermiştir. Çalışmaya katılanların %93'ü yeterli gelir elde ettiğini düşünürken %7'si yeterli gelir

elde etmediğini dile getirmiştir. Çalışmaya katılanların %91'i tarihi bir çarşıda çalışmanın bir ayrıcalık olduğunu düşünürken %9'u böyle bir düşünceye sahip değildir. Çalışmaya katılanların %86'sı çalıştığı yeri turistik bir merkez olarak görürken %14'ü böyle görmemektedir. Çarşı esnafını ticari ahlak olarak değerlendirilmesi istendiğinde %44'ü esnafı ticari ahlak olarak iyi değerlendirmesi yaparken, %56'sı haksız rekabetin olduğunu düşünmektedir. Çarşı esnafının %25'i iyi derecede yabancı dil bilgisine, %21'i orta düzeyde yabancı dil bilgisine sahip olduğunu belirtmiş %54'ü ise yabancı dil bilmediğini söylemiştir. Çalışmaya katılanların %77'si Taş Han'ın Erzurum turizminde önemli bir yeri olduğunu düşünürken %19'u hak ettiği yerde olmadığını düşünmektedir. Çalışmaya katılanların %56'sı tarihi çarşının korunduğunu düşünürken %44'ü yeterince korunmadığını düşünmektedir. Çarşıya gelen turist türleri değerlendirildiğinde %80'nin yerli %20 sinin yabancı turist olduğu bildirilmiştir. Satış yüzdeleri değerlendirildiğinde %90 yerli turistlere %10 yabancı turistlere satış yapıldığı belirtilmiştir.

Tarihi Taş Han çarşısının güçlü ve zayıf yönleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çarşını güçlü yanları olarak tarihi bir çarşı olması, kültürel bir değer taşıması, esnafın işinin ehli olması, özel bir taş işlenmesi ve şehrin merkezinde olması ortaya çıkmıştır. Zayıf yönleri ise tanıtımın olmaması, kötü rekabet şartları, sahte ürünlerin satılması, yeterli turistin gelmemesi, esnafın iletişim sorunu, pazarlama yetersizliği, eğitimsizlik, yabancı dil bilmeme, e-ticareti yeterince kullanamama, çarşının bakımsız oluşu ve yeni tasarımların ortaya çıkmaması olarak ortaya konulmuştur.

Tarihi çarşının fırsatları ve tehditleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Fırsat olarak kültür bakanlığı desteği, ürünlerin el sanatı olması ve tanına bir yer olması görülmüştür. Tehdit olarak seyyar satıcılar, rus taşı satılması, AVMLer, taklit ürünlerin satılması, ürün çeşitliliğinin az olması, turistlerin otellerden çıkmaması, harnutculuk ve vakıfların gerekli ilgiyi göstermemesi olarak ortaya konulmuştur.

Genel olarak esnaftan önerileri istenmiş özellikle esnafın kalitesiz ve pahalı ürün satmamalı, devlet destekli atölyelerin açılması, daha fazla tanıtım yapılması, kuyumcular odasının turlar düzenlemesi, temel giderlerde devletin destek sağlaması ve sahte ürünlere devlet denetimi yapılması esnafın öneri ve istekleri olarak dile getirilmiştir.

SONUÇ

Çalışmaya katılanların çoğunluğunun yaptığı işten ve gelirinden memnun olduğunu belirtmesi önemli bir sonuçtur. Ayrıca çarşı esnafının çoğunluğu uzun zamandır bu işi yapmaktadır ve dükkân sahibi olarak işinin başında durmaktadır. Çalışmaya katılanların çoğunluğu kötü rekabet üzerinde durmuştur. Önemli bir eksiklik olarak çarşı esnafının yabancı dil bilmemesi ortaya konulmuştur. Çarşının korunması ile ilgili görüşler birbirine yakın bulunmuştur. Tarihi bir çarşı olması bu konuda daha fazla hassasiyet gösterilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle çarşığı ziyaret eden turistlerin oldukça büyük bir kısmı yerli turistler olarak ifade edilmiştir. Bölge bir kış turizm merkezi olarak yabancı turist ziyareti konusunda avantajlı olmasına rağmen bu çarşı ziyaretlerine yansımamaktadır. Yabancı turistlerin çarşığı ziyaret etmesi için bazı çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Esnafın değerlendirmesine göre çarşının güçlü yanları tarihi bir çarşı olması, kültürel bir değer taşıması, esnafın işinin ehli olması, özel bir taş işlenmesi ve şehrin merkezinde olmasıdır. Bu alanlar daha fazla geliştirilerek ön plana çıkarılmalıdır. Zayıf yönleri ise tanıtımın olmaması, kötü rekabet şartları, sahte ürünlerin satılması, yeterli turistin gelmemesi, esnafın iletişim

sorunu, pazarlama yetersizliği, eğitimsizlik, yabancı dil bilmeme, e-ticareti yeterince kullanamama, çarşının bakımsız oluşu ve yeni tasarımların ortaya çıkmaması olarak ortaya konulmuştur. Bu alanlarda ise kamu ve sivil toplum kuruluşlarının katkısıyla gelişmeler sağlanabilir. Özellikle çarşı esnafı turizm konusunda eğitilmelidir. Eğitim içeriğinde yabancı dil, iletişim ve e-ticaret eğitimleri konulmalıdır. Şehrin tanıtım çalışmalarında tarihi çarşıya yer verilmeli ve pazarlama ve tanıtım faaliyetleri resmi makamlar tarafından desteklenmelidir. Çarşı esnafı da yeniliklere açık olmalıdır. Özellikle tasarım konusunda uzman kişiler istihdam edilerek ürünlerin çeşitliliği artırılmalıdır. Devlet destekli atölyeler kurularak oltu taşı işlemeciliği geliştirilmelidir.

Tarihi çarşının fırsatları olarak kültür bakanlığı desteği, ürünlerin el sanatı olması ve tanınan bir yer olması görülmüştür. Tehdit olarak seyyar satıcılar, rus taşı satılması, AVMLer, taklit ürünlerin satılması, ürün çeşitliliğinin az olması, turistlerin otellerden çıkmaması, harnutculuk ve vakıfların gerekli ilgiyi göstermemesi olarak ortaya konulmuştur. Bu kapsamda çarşı düzenli olarak denetlenmeli taklit ürünlerin ve harnutculuğun önüne geçilmelidir. Özellikle yabancı turistlerin bu tarihi çarşığı ziyaretleri sağlanmalı otellerden turlar kapsamında çarşı ziyaretleri sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Bahar, O. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik açıdan Yeri ve Önemi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1-19.
- Butler, R. (1991). West Edmonton Mall As A Tourist Attraction. Canadian Geographer, 287-295.
- Cantay, G. (1988). Kervansaraylar.Mimarbaşı Koca Sinan: Yaşadığı Çağ ve Eserleri, 1. Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Köşklü, Z. (2010). Erzurum'da Osmanlı Dönemi Hanları. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 113-134.
- Özav, L. (1996). Oltu'nun Ekonomik ve Beşeri Coğrafyası. Erzurum: Taş Medrese Yayınları.
- T.C.Turizm ve Kültür Bakanlığı. (tarih yok). Temmuz 14, 2020 tarihinde Erzurum Turizm İl Müdürlüğü: <https://erzurum.ktb.gov.tr/TR-56072/kis-turizmi.html> adresinden alındı
- TUROB. (tarih yok). Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü Alışveriş Turizm Raporu. İstanbul.
- UNWTO. (2020). World Tourism Barometer.