

**Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması**

**Projenin Sahibi** \_\_\_\_\_ : Fatsa Sanayi ve Ticaret Odası

**Hazırlayan** \_\_\_\_\_ : Özden Sırımsı

[ozdensir@gmail.com](mailto:ozdensir@gmail.com)

**Yüklenici Firma** \_\_\_\_\_ : NYLA Uluslararası Danışmanlık ve Yatırım Hizmetleri

Ordu- Fatsa

**Mali Destekleyici Kuruluş** \_\_\_\_\_ : Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA)

Tel: (0462) 321 36 52 (doka@doka.org.tr )

“Bu Çalışma Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı’nın desteklediği *Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması* projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk NYLA Uluslararası Danışmanlık ve Yatırım Hizmetleri’ne aittir ve Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı’nın görüşlerini yansıtmaz.”

**İÇİNDEKİLER**

<b>1.</b>	<b>Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması Metodolojisi .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1</b>	<b>Çalışmanın Amacı.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2</b>	<b>Çalışmanın Tarihi .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3</b>	<b>Raporun Hazırlanmasında Yararlanılan Yöntemler .....</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>Fatsa'ya Genel Bakış .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1</b>	<b>Konum.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2</b>	<b>Nüfus .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3</b>	<b>İklim .....</b>	<b>9</b>
<b>2.4</b>	<b>Bitki Örtüsü ve Toprak Yapısı .....</b>	<b>10</b>
<b>2.5</b>	<b>Ekonomik Yapı .....</b>	<b>10</b>
	<b>Hayvancılık, .....</b>	<b>11</b>
	<b>Sanayi, .....</b>	<b>12</b>
	<b>Çizelge 3. Fatsa ve Komşu İlçelerin Maden Varlığı (1997).....</b>	<b>13</b>
<b>2.6</b>	<b>Ulaşım .....</b>	<b>14</b>
<b>2.7</b>	<b>Tarih.....</b>	<b>15</b>
<b>3.</b>	<b>Turizm Sektörüne Genel Bakış .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1</b>	<b>Turizm Sektörünün Dünyadaki Yeri ve Önemi.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2</b>	<b>Turizmin Oluşturduğu İstihdam Alanları.....</b>	<b>19</b>
<b>3.3</b>	<b>Turizm Sektörünün Türkiye'deki Yeri ve Önemi .....</b>	<b>21</b>
<b>3.4</b>	<b>Turizmin Türkiye'de Oluşturduğu İstihdam .....</b>	<b>23</b>
<b>4.</b>	<b>Marka Değerler Oluşturmada Temel Unsurlar .....</b>	<b>24</b>
<b>4.1</b>	<b>Marka Değer Oluşturmanın Önemi.....</b>	<b>24</b>
<b>4.2</b>	<b>Marka Değer Algısı Oluşturma .....</b>	<b>25</b>
<b>4.3</b>	<b>Hedef Gruplar Ekseninde Strateji Geliştirme .....</b>	<b>26</b>
<b>4.4</b>	<b>Hedef Grup Belirleme .....</b>	<b>26</b>
<b>5.</b>	<b>Fatsa ve Marka Değerleri.....</b>	<b>27</b>
<b>5.1</b>	<b>Haznedaroğlu Konağı.....</b>	<b>27</b>
<b>5.2</b>	<b>Gaga Gölü .....</b>	<b>29</b>
<b>5.3</b>	<b>Cıngırt Mağarası (Kalesi) .....</b>	<b>31</b>
<b>5.4</b>	<b>Kabakdağı Köyü .....</b>	<b>33</b>
<b>5.5</b>	<b>Hatıpli Şelalesi.....</b>	<b>35</b>
<b>5.6</b>	<b>Sarmaşık Kaplıcaları.....</b>	<b>35</b>
<b>5.7</b>	<b>Asırlık Çınar Ağaçları.....</b>	<b>37</b>
<b>5.8</b>	<b>Fatsa Adası .....</b>	<b>38</b>
<b>5.9</b>	<b>Hacı Hulusi Baba Camii.....</b>	<b>39</b>
<b>5.10</b>	<b>Çamlık Mesire Alanı.....</b>	<b>41</b>

**SONUÇ**..... **42**



Merhaba,

“Fatsa Ticaret ve Sanayi Odası olarak marka şehir Fatsa’yı hayata geçirmek için uzun süredir çalışmalar yapmaktayız. Yaptığımız çalışmalar neticesinde iki bölüm halinde düşündüğümüz uygulama çalışmalarının ilkini başlatmak amacıyla bundan yaklaşık 4 ay önce Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı’na (DOKA) proje başvurumuzu gerçekleştirdik. Hazırladığımız projemiz destek almaya hak kazandı.

Proje, 2015 yılı DFD programı kapsamında hazırlanacak olan tanıtım filmi ve markalaşma çalışmasının ön hazırlığı ve Karadeniz Bölgesi’nde başlatılan turizm kaynaklı kalkınma projesini destekleyici niteliktedir.

Projenin tamamlanmasıyla, [Fatsa](#)’da markalaşma potansiyeli olan turizm değerleri tespit edilecek ve tespit edilen marka değerlerinin ulusal ve uluslararası alanda tanıtılması için strateji geliştirilmesi çalışmalarına başlanacaktır. Hazırlanan stratejilerin uygulanmasıyla birlikte, 2015 yılı itibariyle değerlerin markalaşmasını sağlanacaktır.

Saygılarımla

TAYFUN KARATAŞ

FatsaTSO Yönetim Kurulu Başkanı

## **1. Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması Metodolojisi**

### **1.1 Çalışmanın Amacı**

Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması genelde Doğu Karadeniz bölgesinde yerelde ise Fatsa'da sosyo-ekonomik gelişmeyi hızlandırabilecek önemli fırsatların değerlendirilmesine, sosyo-ekonomik gelişme önündeki dar boğazların giderilmesine ve bölgenin yatırım ortamının iyileştirilmesine katkı sağlayacak stratejik çalışmaların başlangıcını oluşturmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığının Türkiye Turizm Stratejisi (2023)'ne paralel olarak hazırlanmış olan projenin genel amaçları aşağıdaki gibidir;

- Fatsa'da bölgenin kalkınmasını ve rekabet gücüne katkısını sağlayacak değerleri ortaya çıkarmak,
- Fatsa'da turizm alanında beşeri sermayeyi yükseltmek, sosyal yaşamı geliştirmek,
- Turizm alanında yapılacak çalışmalarda çevresel sürdürülebilirliği sağlamak,
- Stratejik bir plan çerçevesinde tüm kamu ve özel sektör temsilcilerinin (kurumlar, kişiler, işletmeler), STK'ların turizm paydaşlarının ortak plan-politika ve projelerle hareket etmelerini sağlayarak Fatsa'yı Karadeniz'in önemli destinasyonlarından biri haline getirmek.

### **1.2 Çalışmanın Tarihi**

- Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması projesi ön hazırlık çalışmaları 2014 yılının Ocak ayında başlamıştır.
- İlk aşamada Fatsa markasının ortaya çıkarılması ve tanıtımının yapılabilmesi ekseninde Ticaret Odası bünyesinde strateji toplantıları yapılmıştır. Oluşturulan stratejilerin uygulamaya geçirilebilmesi için alternatif tanıtım faaliyetleri konusunda fikir çalışmaları yapılmıştır.
- İlin ve İlçenin marka değerleri konusunda yetkililerle görüşülüp alternatifler konusunda bilgi edinilmiş, muhtemel marka değerleri belirlenmeye çalışılmıştır.
- Yapılan görüşmeler neticesinde Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması projesi hazırlanıp DOKA'ya sunulmuştur.



### 1.3 Raporun Hazırlanmasında Yararlanılan Yöntemler

Yapılan toplantılarla bölgede turizm açısından çalışmaya yön verebilecek turizm profesyonelleri, mülki amirler, kanaat önderleri ve turizm çalışanları ile birebir görüşmeler yapılmıştır. Birebir görüşmeler kapsamında elde edilen bilgiler ışığında turizmin geliştirilmesi yönünde yetkililerin ortaya koyduğu fikir ve talepleri, kişisel proje önerileri ve fikirlerine raporda yer verilmiştir. Bu durum raporun oldukça geniş katılımlı bir çalışma olmasını sağlamış, tek ve sübjektif bir bakış açısı oluşmasını engellemiştir.

Birebir görüşmelerde görüşme yapılan kişinin ilgi ve mesleklerine göre soru-cevap teknikleri işletilmiş ve alınabilecek maksimum öneri ve fikir üretimi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında, turizm türlerinin ve Fatsa'nın sahip olduğu değerlerin, literatür taraması yoluyla da, derlenmesine çalışılmıştır.



## 2.1 Konum

Orta Karadeniz bölgesinde yer alan, Ordu ilinin bir ilçesidir. Konumu itibarıyla, Ordu il merkezinin 40,2 km batısında, Samsun ilinin ise 110 km doğusunda yer almaktadır. Fatsa 41 ' kuzey paraleli ile 37 - 38 ' doğu meridyenleri üzerinde yer almaktadır. Doğusunda Perşembe , Batısında Ünye , Güneyinde Korgan, Çamaş, Çatalpınar ve Kumru İlçeleri Kuzeyinde ise KaraDeniz yer almaktadır.

## 2.2 Nüfus

2013 TÜİK verilerine göre ilçenin nüfusu 105.960'tır.

1918 yılında yapılan nüfus sayımında Fatsa'nın toplam nüfusu 43.980'dü. Bu nüfusun 39.046' sı Müslüman halktan oluşmaktaydı. 1927 yılı nüfus sayımında nüfusun düşmesini tetikleyen bazı nedenler vardı. Bunların başlıcaları; Gayrimüslim nüfusun çeşitli nedenlerle göç etmesi ve uzun süren I.Dünya Savaşı ile Kurtuluş Savaşı sırasında çok sayıda yurttaşın hayatını kaybetmesidir. Buna rağmen fazla nüfus kaybı olmamıştır. Bu nedeni sağlayan ise, yüksek doğum oranıdır.

1990 yılına kadar köy nüfusunun, kent nüfusuna göre fazla olduğu görülmektedir. 1990 yılından sonra ise köy nüfusu ile kent nüfusu denkleşmeye başlamıştır. 1960'ta köy nüfusunun azalmasının nedeni ise, Kumru ve Korgan ilçelerinin kurulup Fatsa'dan ayrılmasıdır. 1990 yılındada belirgin olarak, köy nüfusunun azaldığı görülmektedir. Bunu nedeni de köylerden şehir merkezine yapılan göçtür. Genel olarak; köydeki geçim sıkıntıları, nüfusun artması, üretimin azalıp tüketimin artması, öğretim amaçlı yer değiştirmeler zorlamıştır. 1927 yılında, % 90 oranı geçen köy nüfusu 1997 yılında, % 50 oranına düşmüştür.<sup>[9]</sup>

### Yıllara göre ilçe nüfus verileri

Yıllar	Merkez	Köyler	Toplam
2013	71.753	34.207	105960
2011	69.141	32.555	101.696
2007	68.917	27.218	96.135

<b>2000</b>	63.721	57.053	120.774
<b>1997</b>	53.993	54.127	108.120
<b>1990</b>	39.467	55.322	94.789
<b>1985</b>	29.811	88.332	118.143
<b>1980</b>	22.405	90.094	112.499
<b>1975</b>	19.758	83.747	103.505
<b>1970</b>	14.266	79.064	93.330
<b>1965</b>	9.738	71.238	80.976
<b>1960</b>	6.841	62.358	69.199

### 2.3 İklim

Fatsa'da tipik Karadeniz iklimi hakimdir.

Genel özellikleri şunlardır:

- Her mevsim yağışlıdır.
- En fazla yağış sonbaharda, en az yağış ilkbaharda düşer. Yıllık yağış miktarı 2000-2500 mm'dir..
- Kar yağışlı günlerin ortalaması 18 gündür.
- Yıllık ortalama sıcaklık 13-15 °C'dir.
- Ocak ayı ortalama sıcaklığı 6-7 °C'dir.
- Temmuz ayı ortalama sıcaklığı 21-23 °C'dir.
- Yıllık sıcaklık farkı 13-15 °C'dir.

## 2.4 Bitki Örtüsü ve Toprak Yapısı

Arazi dağlık ve engebelidir. Rakım 10 metreden 550 metreye kadar çıkmaktadır. Kuzeyde denize paralel olarak uzanan Canik Dağları sahile kadar kademeli bir şekilde alçalmaktadır. İlçenin iki önemli akarsuyu olan Bolaman ve Elekçi Derelerinin sahile yakın civarlarında düz araziler bulunmaktadır. İlçe kısmen sahildeki Alüvyon üzerinde kısmen gerideki yamaçta yerleşmiş bulunmaktadır.

Çevrede yapılan inşaat hafriyatlarından edinilen bilgiye göre yamaçtaki iskan bölgelerinde yer altı suyu mevcut değildir.

İlçenin düzlük kısımları ince kum ve killi zeminden teşekkül etmiş olup, yer altı suyu ihtiva etmektedir. Yamaçlarda ise üst tabaka 1,5 - 2 metreye kadar kil ve nebati örtü, taban ise çatlaklı mavi kalkerdir.

Dere ve Dere yatakları çevresinde oluşan taban arazileri vasıflı ( I ve III. Sınıf Toprak ) ve vasıfsız tarım alanları mevcuttur. Tarıma elverişli arazilerin % 80 ' ninde Fındık Tarımı yapılmaktadır. Daha yüksek yamaçlarda ise Orman Alanları ortaya çıkmaktadır. Topoğrafyanın kıyının gerisinde hemen yükselmesinden ve meyilinin fazla olmasından dolayı ormanların yok edilerek Tarım Arazisine dönüştürülmesi olayına pek rastlanmamaktadır.

## 2.5 Ekonomik Yapı

Fatsa'nın 180.202 dönümlük arazisi tarladır. Başlıca yetiştirilen ürünler; mısır, fındık, çavdar, pirinç, fasulye, patates, kivi, alaf, şiar, bakla ve siyaz' dır. Mısır, Karadeniz insanının temel gıda maddesi olmasının yanında 1901 tarihli *Trabzon Vilayet salnamesinde* ilin zirai kazançları arasında sayılır. Fatsa kazasında 1878 yılında 280.000 kilo olan mısır üretimi, 1879 yılında ise 234.930 kiloya düşmüştür. Mısır, fındıçılığın ortaya çıkmasıyla beraber, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren değerini kaybetmeye başlamıştır. Fındıktan sonra, 1348 hektarlık alanıyla en çok yetiştirilen üründür.

Fındık bölgenin en önemli tarım ürünüdür. 21.663 hektarlık arazide halkın %80'i fındık tarımı ile geçimini sağlamaktadır. Dünyada fındığın en çok üretimi yapıldığı bölge Fatsa'dır. Hatta, Fiskobirlik'in merkez binasının buraya kurulması düşünülmüştür. Fakat, çıkan bazı problemler sonrası, Giresun'a kurulması kararlaştırılmıştır. Üretilen fındığın % 98'i pazarlanmaktadır.

Özellikle son yıllarda, üretilen fındığın bir kısmı *Ordu Soya Sanayisinde* yağlık olarak kullanılmakta, kalanı ihraç edilmektedir. Fındık genellikle, fındık kırma fabrikalarında, iç fındık haline getirilerek ihraç edilmektedir.

Fındık üretimi, tarım sektörü içinde önemli bir yere sahip olmasının ötesinde fındığa bağlı sanayi kollarının da gelişmesini sağladığından önemli ölçüde istihdam yaratmakta ve kent ekonomisi içinde ciddi bir pay teşkil etmektedir. Çikolata sanayi ve fındık kırma sanayi, başlıca fındığa bağlı sanayi kolları olarak öne çıkmaktadır. İhraç edilen fındık yurtdışında daha çok çikolata sanayinde kullanıldığından, belli cins ve fiyat aralığındaki fındıklar tercih edilmekte bu durumda tersinden sanayi sektörünün tarım sektörüne etkisi olarak değerlendirilmektedir. Fındığın, ilçenin ekonomisinde önemli bir yer alması, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarına dayanmaktadır.

20 hektarlık arazide patates ekimi yapılmakta olup son yıllarda kivi yetiştiriciliği de hızla artmaktadır. 1990 yılından sonra Fatsa İlçe Müdürlüğü'nün desteği ile kivi yetiştiriciliği; arazi yapısının işlemeli tarıma uygun olmadığı ilçede, değişen fındık politikaları ile birlikte fındığa alternatif ürün olarak düşünülmüş ve yörenin çiftçileri tarafından da kabul görmüştür. 32 hektarlık alanda sera tipi kivi bahçesi tesis edilmiş olup 2010 yılı üretiminin 152 ton olacağı tahmin edilmektedir. Ancak üretilen kivin pazarlama süresini uzatmak ve fiyat miktarı sağlayabilmek açısından, ilçede soğuk hava deposuna gereksinim duyulmaktadır.

Sahil kısmı bataklık olan Fatsa'da pirinç üretimi de yaygındır. 1901 tarihli *Trabzon Vilayet Salnamesine* göre pirincin en fazla yetiştiği yerler Terme ve Fatsa'dır. 1878'de, kazanın pirinç üretimi rekoltesi 31.654 kilo'dur. Bataklıkların kurutulmaya başlanmasıyla Pirinç üretimi süresiz olarak askıya alınmıştır.<sup>[8]</sup>

### **Hayvancılık,**

Hayvancılık, genellikle aile işletmeciliği olarak yapılmakta olup; 8517 adet büyükbaş, 2820 adet küçükbaş hayvan mevcudu vardır. Toplam sığır varlığının %11'i yerli, %80'i kültür melezi, %9'u ise saf kültür ırkıdır.

İlçede daha çok süt sığırı yetiştiriciliği tercih edilmekle beraber, besicilikte de gelişmeler olmuştur. Ancak 10 baş ve üzeri 144 adet besi ahırından 21 adeti faal durumdadır.

İlçede arıcılık da, bölge ve ülke ekonomisi açısından önemli bir potansiyel teşkil etmektedir. İlçe genelinde 19331 adet arı kovanından 483 ton bal üretilmektedir. İlçede 8 adet yumurta tavukçuluğu işletmesi mevcut olup bu çiftliklerde günlük 35-40 bin civarında yumurta üretilmektedir.

### **Balıkçılık,**

İlçenin 2. önemli geçim kaynağıdır. 4 adet üretim tesisinde alabalık üretimi yapılmakta olup, üretilen balık ilçede oldukça yüksek seviyede tüketilmektedir. İlçenin ekonomik yapısında balıkçılığında önemli bir yeri vardır. Özellikle sahilde yaşayan halkın önemli bir kısmı direk veya dolaylı olarak bu sektörün içinde yer almaktadır. Balığın denizde avlanmasından tüketimine kadar geçen süreçte pek çok kişiye iş imkânı sağlanmaktadır. İlçede kaynak sularının değerlendirilip ekonomiye kazandırılması için 3 adet alabalık çiftliği, 1 adet sazan balığı çiftliği kurulmuştur. En çok rağbet gören balık türü ise hamsidir.

### **Sanayi,**

İlçede faaliyet gösteren tekstil, su ürünleri, gıda, hayvancılık, şekerleme, madencilik ve inşaat gibi büyük ölçekli 30 işletmede 2936 kişi istihdam edilmektedir. Daha çok; taşıt, doğrama ve parça üzerine hizmet vermekte olan büyük ve küçük iki adet sanayi sitesi bulunmaktadır. Büyük sanayi sitesinde 262, küçük sanayi sitesi 120 esnaf ve sanatkar faaliyet göstermektedir. Altyapısı tamamlanmış ve 500.000 metrekarelik alan üzerinde kurulan *Organize Sanayi Bölgesi*, gıda, ağaç, tekstil, metal gibi iş kollarında faaliyet göstermektedir. An itibarıyla alt yapı ve üst yapı eksiklikleri giderilmiş olup, 24 (yirmidört) faal , 6 (altı) inşaat halinde toplam 30 (otuz) firma faaliyetlerini sürdürmektedir., Organize Sanayi Bölgesinin doluluk oranı %100 oranına ulaşmıştır. Yaklaşık 2800 kişi istihdam edilmektedir. Fatsa Organize Sanayi Bölgesi Karadeniz'in tüm ilçeler arasında en çok istihdam sağlayan ilçe OSB'si konumunda olup, Karadeniz'deki birçok il OSB'sinden de daha fazla istihdam sağlamaktadır.

Düz bir arazi üzerinde kurulması, limana yakınlığı (4 km), karayoluna yakınlığı (1,5 km), havalanana yakınlığı (40 km), bölge içinde her parsel sınırında su, elektrik (trafo binalarında modüler hücre kabinleri mevcuttur), pis su hattı, yağmur suyu bacaları ve telefon ile destek hizmetlerinin bulunması ayrıca her parselde fiberoptik kablo bağlantı bacaları bulunması bölgeyi yeni yatırımlar açısından tercih edilir kılmaktadır.

### Madencilik

Fatsa ve Kumru sınırları içerisinde altın, bakır, kurşun, çinko, kükürt ve bentonit, rezervleri bulunmaktadır. Yöre, özellikle Fatsa, bentonit bakımından zengin yataklara sahiptir. Fatsa'da bulunan toplam bentonit cevheri rezervi 2.565.000 tondur. Endüstriyel bir hammadde olan ve değişik kullanım alanları bulunan bentonit yatakları işletilmektedir.

Yörede herhangi bir cevher zenginleştirme tesisi bulunmadığından üretilen bentonit olduğu gibi piyasaya verilmekte veya ihraç edilmektedir. Böylece cevher zenginleştirme yoluyla bentonitten elde edilebilecek katma değer yöre dışına aktarılmış olmaktadır.

Yörenin sahip olduğu maden potansiyeli ile ilgili bilgiler Çizelge 'de verilmiştir.

**Çizelge 3.** Fatsa ve Komşu İlçelerin Maden Varlığı (1997)

Madenin Cinsi	Bulunduğu Yer	Tenör ve Kalite	Rezerv (Ton)	Açıklamalar
<b>METALİK MADENLER</b>				
Bakır-Kurşun-Çinko	Fatsa-Zavi	% 0,32 bakır	1.926.000	Mümkün
Bakır-Kurşun-Çinko	Kumru-Gümüşdere	% 24,5 Çinko	36.000	Görünür
		% 7,9 Kurşun	100.000	Mümkün
		% 0,95 Bakır		
Kükürt	Fatsa-Akkaya		16.464	Görünür
		% 15,9	223.204	Görünür + Muhtemel
			75.056	Mümkün
<b>ENDÜSTRİYEL HAMMADDELER</b>				
Bentonit	Ünye-Fatsa	-	743.000	Mümkün (Yatak

	(Kavaklar)			işletilmektedir.)
Bentonit	Ünye-Fatsa (Keşköy)	-	460.000	Mümkün (Yatak işletilmektedir.)
Bentonit	Ünye-Fatsa (Emineli)	-	421.800	Mümkün (Yatak işletilmektedir.)
Bentonit	Ünye-Fatsa (Ahizetli)	-	128.000	Mümkün (Yatak işletilmektedir.)
Bentonit	Ünye-Fatsa (Tavkutlu)	-	812.000	Mümkün

Kaynak: Türkiye'nin Doğal Kaynakları Rehberi, 1997, ITO

## 2.6 Ulaşım

Ordu her ne kadar Karadeniz'i Anadolu topraklarından ayıran yüksek sıradağların arkasında kalmış olsa da başta Karadeniz Sahil Yolu olmak üzere Türkiye'nin hava, deniz ve kara ulaşım ağlarından istifade edebilmektedir.

Ordu il sınırları dahilinde 284'ü devlet yolu olmak üzere toplamda 867 km asfalt yol bulunmaktadır<sup>1</sup>. Kilometrekareye yaklaşık 7,5 km asfaltlanmış yol ile gerek il merkezi gerekse de ilçelerle bağlantı bu bakımdan sorunsuz görünen bir konumdadır.

Türkiye'nin diğer noktalarıyla ilişkisi de büyük ulaşım ağları sayesinde sağlanmaktadır. 3778 metre ile Türkiye'nin en uzun tüneli olan Nefise Akçelik Tüneli'nin de üzerinde bulunduğu karadeniz sahil yolu Ordu'yu dünyaya bağlayan ağların başında gelmektedir. 324 km'lik Ordu-Sivas karayolu ve 325 km'lik Ordu-Erzincan karayolu Ordu'nun Doğu Anadoluyla olan karayolu bağıni kurmaktadır.

22 Temmuz 2011 tarihinde temeli atılan ve yapımı hızla süren Ordu-Giresun Havalimanının yanı sıra bölgede yer alan Trabzon havalimanı ve Samsun Çarşamba havalimanı günümüze kadar Ordu'nun havayolu ihtiyacını karşılamışlardır. Ayrıca Çarşamba havalimanından Ordu ve Fatsa'ya düzenli olarak Havaş'ın servisleri kalkmaktadır.

Ordu, deniz kenarında bulunması sebebiyle birçok barınağa ev sahipliği yapmaktadır. Yapımına 1990 yılında balıkçı barınağı olarak başlanan ancak zamanla doğan ihtiyaç doğrultusunda liman haline getirilen Ünye Limanı da bu barınaklardan en önemlisidir. Son yıllarda limandan yapılan ithalat ve ihracat gibi ticari etkinliklerde gözle görülür bir artış sağlansa da yolcu taşımacılığı adına kullanılamamaktadır. 2015 Yatırım Planına alınması beklenen Büyük Fatsa Limanı Projesi sayesinde Fatsa ilçesinin gelecekte Türkiye'nin önemli Lojistik Merkezlerinden biri olması oldukça muhtemeldir .

## 2.7 Tarih

Şehrin ilk çağ tarihi ile ilgili bilgiler yeteri kadar bulunmamaktadır. Tarihi eserlerinin tahribi, o dönemlere ait kaynak yetersizliği, arkeolojik araştırmalara yeteri kadar önem verilmemesi, şehir hakkında az bilgilere ulaşılmasına neden olmuştur.<sup>[4]</sup>

M.Ö. 400 yılında Fatsa ve çevresinde Kolhlar, Driller, Halipler, Mossinoikler ve Tibarenler gibi Yunan asıllı olmayan yerli kabileler yaşamıştır. Döneme ait önemli buluntulara Yapraklı köyü mevkinde Çingirt Kaya ve çevresinde rastlanmıştır.<sup>[4]</sup>

M.Ö. 675 yılından itibaren sırası ile Kimmerler, Persler, M.Ö. 547 yılında, Makedonyalı imparator Büyük İskender, M.Ö. 334 yılında, komutanları ise M.Ö. 312 - 208 yılları arasında, Fatsa ve çevresine hakim olmuştur. Fatsa'da ilk çağ dönemlerinden en dikkat çekenini ise Pontus devridir. Pontus, M.Ö. 280 - M.S. 263 yılları arasında Fatsa'da egemen olmuştur. Pont hakimiyeti dönemi, *Side* olarak anılan yörenin daha da güçlenmesine neden olmuştur.<sup>[4]</sup>

Fatsa'nın tarih sahnesinde önemli bir yer alması M.S. 1. yüzyıl'da başlamıştır. *Mitridatın* ölümünden sonra *II. Farnak*, M.Ö. 65-42 yılları arasında Roma'ya bağlı bir krallık olan *Pont Devleti*'nin başına geçmiştir. II.Farnak, bugünkü Fatsa'nın bulunduğu yerde hükümdarlığını sürdürürken, Roma'nın iç karışıklıklarından faydalanarak hem bağımsızlığını kazanmak hem de idaresini genişletmek için çalışmış fakat başarılı olamamıştır. II.Farnak, Fatsa'nın eski hükümet

binasının bulunduğu alandır. kızı *Fanizan* adına bir şato inşa ettirmiştir. Bu şatodan dolayı kasabaya Fanizan adı verilmiştir. Sonraki yüzyıllarda *Fanise*, *Phadsane*, *Pytane* ve *Faça* adları ile anılan kasaba son olarak Fatsa adını almıştır.<sup>[4]</sup>

Pont Devletinin sınırları içerisinde Fatsa yer almaktaydı. Kasaba, Şarl Teksiye'de, *Fatizan şatosu*, vilayet yıllıklarında ise Vadisane olarak adlandırılmaktadır. II.Farnak'tan sonra bölgeye ayrı bir sülaleden gelen *Polemen* hükümdarlık yapmıştır. M.S. 63 yılında Pont devri , Roma İmparatorluğu tarafından ortadan kaldırılmış, M.S. 395 yılında ise bu topraklar Roma İmparatorluğu tarafından, Bizans İmparatorluğu'na devredilmiştir.M.S. 391 yılından itibaren Anadolu'ya giren Peçenek ve Kuman Türklerinin akınları sonucu, Fatsa'ya ilk Türkler giriş yapmıştır.<sup>[4]</sup>

Türklerin Fatsa yöresine kesin olarak yerleşmeleri, 1071 Malazgirt Savaşı sonrası meydana gelen akınlar sonucu sağlamıştır. Danişmend Gazi'nin beylerinden *Sevli Bey*, Ladik yöresinden harekete geçerek kısa sürede; Samsun, Ünye, Fatsa ve Giresun bölgelerini fethedip, Trabzon'a kadar ilerlemeyi başarmıştır. Bu olaylardan sonra yerleşen oymaklar sayesinde Türkleşme ve İslamlaşma süreci başlamıştır. Bu oymaklardan en önemlisi Çepni'lerdir. Çepniler bu alt yapıyı sağladıktan sonra 1380 yılında *Hacı Emiroğulları* adlı bir Türk Beyliğinin hakimiyet dönemi başlamıştır. 1427-1428 yılları arasında Yörgüç Paşa'nın *Canik seferi* ile Fatsa, Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırları içerisinde dahil edilmiştir. Hacı Emiroğulları dönemi Fatsa'daki Türk nüfusunun temelini oluşturmuştur.<sup>[4]</sup>

13. ve 14. yüzyıllarda, kıyı kesiminde Ceneviz kolonilerinin etkileri görülmekteydi. Sahildeki tabya, Cenevizliler tarafından depo olarak kullanılmıştır. Bu zaman dilimi içerisinde Fatsa, Karadeniz'in önemli ticaret merkezlerinden biri olmuştur. Cenevizlilerin Karadeniz hakimiyetleri, II. Mehmet döneminde sona erdiği için Fatsa'yı bu dönem içerisinde terk etmişlerdir. Fatsa'da Türk hakimiyeti dönemi 1380 yılında Hacı Emiroğulları beyliği ile, Osmanlı İmparatorluğu döneminde ise 1427-1428 yılları arasında başlamıştır.

### **3. Turizm Sektörüne Genel Bakış**

#### **3.1 Turizm Sektörünün Dünyadaki Yeri ve Önemi**

Turizm başlangıçta insanların gezme ve başka yerler görme merakından doğmuş, özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişmiş, daha geniş kitlelere ve uzak mesafelere yayılmıştır. Günümüzde parasal ve toplumsal bir olay haline gelen turizmin yarattığı ekonomik ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Turizm bugün dünya ekonomisi içerisinde gelir sağlayıcı faktörlerin başında yer almakta, büyük oranda yatırım yapılan ve gelişen bir sektör haline gelmektedir.

Dünya Turizm Örgütünün 2012 yılı verilerine göre dünya turizm hacminin 1.2 trilyon dolar olması, turizmin artık ülke ekonomilerinde çok önemli bir role sahip olduğunu da göstergesidir.

Yapılan araştırmalar turizmin gelişmesinde rol oynayan başlıca faktörlerin, dünya ekonomik refahındaki artış, ulaştırma araç ve imkânlarındaki artış, ileri sanayi toplumlarında ücretli izin sürelerinin uzaması, iletişim teknolojisindeki gelişme, sanayileşmenin getirdiği yeni toplumsal örgütlenme ve aile yapısındaki değişme, teknolojik yaşamın yarattığı stres, olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu faktörlerdeki gelişme ile turizmdeki gelişme arasında paralellik görülmektedir.

Turizm sektörünün küresel ekonomideki önemli konumu, ülke yönetimlerinin dikkatini bu alana çekmeyi zorunlu kılmaktadır. Ancak ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre turizmde ulaşmak istediği hedefler farklılık gösterebilmektedir. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün gelir etkisinden yararlanmaya çalışırken, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler ise, bu sektörün döviz kazandırıcı ve yeni istihdam olanakları üretebilme gücünden yararlanmak istemektedirler. Turizm, her şeyden önce ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan, görünmeyen bir dışsattım kalemidir ve büyük sermaye ve ağır altyapı yatırımları bekleyen gelişmekte olan ülkeler için Turizm yatırımı zorunlu görünmektedir.

Turizmin, bir hizmet sektörü olması, sektörde makineleşme ve otonom bilgisayar sistemlerinin kullanımı dışında teknolojik yeniliklerin kullanım alanını oldukça sınırlamaktadır. Dolayısıyla bu sınırlılık teknolojik ilerlemelerin emek tasarruf ettirici etkisini de ciddi şekilde

azaltmakta ve sektörü emek yoğun üretim yapan bir hale getirmektedir. Bu bağlamda turizmden kaynaklı istihdamın diğer sektörlere göre çok daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. Ancak oluşan bu istihdam uygun stratejilerle desteklenmediği zaman, olumsuz etkilere de sebep olabilmektedir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde turizm sektörü genel olarak KOBİ'ler üzerinden yürümektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak da istihdamın yerel vasıfsız kaynaklardan, aile emeğinden ya da emekli, ikinci iş gibi zaten işsizlik yelpazesi dışında olan kişiler tarafından karşılanması hem ülke bazında istihdam politikalarını olumsuz etkilemekte hem de turistik ürünlerin geliştirilmesi için gerekli olan büyük sermaye yatırımlarını engellemektedir. Keza büyük sermaye yatırımlarının turizmde önemli olduğu Tablo 1'de açıkça görülmektedir.

**Tablo 1 Dünya Turizminde İlk On Ülkeye ait Gelirleri (\*Milyon dolar cinsinden)\***

Sıra	Ülkeler	2000	2009	2010	2011
1	A.B.D.	82,9	94,2	103,5	116,3
2	İspanya	30,0	53,2	52,5	59,9
3	Fransa	33,0	49,5	46,6	53,8
4	Ç.H.C.	16,2	39,7	45,8	48,5
5	İtalya	27,5	40,2	38,8	43
6	Almanya	18,7	34,6	34,7	38,8
7	Birleşik Krallık	21,9	30,1	32,4	35,9
8	Avustralya	9,3	25,4	29,6	31,4
9	Macao (Ç.H.C.)	3,2	18,1	27,8	27,2
10	Hong Kong (Ç.H.C.)	5,9	16,4	22,2	26,3
11	Türkiye	7,6	21,3	20,8	23
	<b>Dünya Geneli</b>	475	852	926	1200

*\*Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Barometer Volume 10 January 2012)*

Turizm gelirlerinin ülkelere göre dağılımının verildiği tablonun, üst sıralarında sanayileşmiş ülkelerin olması tesadüf değildir. Turizm sektörünü, diğer hizmet sektörlerinden farklı kılan bir diğer özellikte, sektörün bağımsız birçok alt alanda salkımlanmış olmasıdır.

Dünyanın en güçlü ekonomilerinin dünya turizm pastasından da büyük paylar almalarının sebebi, alt sektörlerle beraber bir bütün olarak turizm endüstrisine yapılan büyük ölçekli yatırımlardır.

### 3.2 Turizmin Oluşturduğu İstihdam Alanları

Yatırımın büyüklüğü ve turizmin sermaye çevrim hızının diğer sektörlerle göre iki misli olması makroekonomik göstergeleri iyileştirdiği gibi, yerel ekonomileri de tahminlerin ötesinde etkilemektedir. Tablo 2’de görülen turizmin istihdam ürettiği diğer alanlar, sektörün gücünü gözler önüne sermektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere gelişmişliğin temel ölçütlerinden olan sanayileşme turizmin gelişmesine engel değil, aksine gerekli yatırımların gerçekleştirilmesine ekonomik destektir. Önemli olan bir yörenin değerlerini tam olarak tespit edebilmek ve orayı doğru stratejilerle turizm merkezi haline dönüştürebilmektir. Bu da ticari zekâ ve kabiliyeti doğru yatırımlara kanalize edebilmekle orantılıdır.

**Tablo 2 Turizm Harcamalarının İstihdam Oluşturduğu Alanlar**

<b>Turistlerin Yaptıkları Yerler</b>	<b>Harcama</b>	<b>Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar</b>	<b>Harcamalardan En Son Yararlananlar</b>
1. Konaklama		- Maaşlar ve ücretler	- Bahçıvanlar
2. Yiyecek		- Bahşişler, ikramiyeler	- Hediyelik eşya dükkânları
3. İçecek		- Yerel vergiler, gelir vergileri	- Yönetim: Eğitim, sağlık, demir-
4. Uluslararası Ulaşım		- Komisyonlar	deniz ve karayolları, toplu
5. Gezi ve turlar		- Müzik ve eğlence	hizmetler vb.
6. Eğlence		-Yönetimsel ve genel harcamalar	- Finansmançılar, emlakçılar
		- Yasal ve mesleki hizmetler	- İthalatçılar, yöneticiler
		- Yiyecek, içecek vb. satın alınması	- Sigorta şirketleri
		- Malzeme ve üretim	- Çamaşırhaneler, lokantalar
			- Medya, yayınevleri, matbaa, dizgiciler
			- Gece kulüpleri, barlar,

7. Hatıra ve Hediyelik eşya	maddeleri alımı - Tamir, bakım, onarım,	diskolar - Araç-gereç satıcıları, musluk tamir-bakımcıları
8. Fotoğraf ve bant	koruma - Reklam, tanıtım, yayın	- Ressamlar -Kapıcılar, bekçiler, oda
9. Kişisel bakım, ilaç ve kozmetik	iyileştirme çalışmaları - Toplu hizmetler: Su, gaz, elektrik, çevre vb.	hizmetçileri - Gayrimenkul yapıcı ve satıcıları
10. Giyim	- Ulaştırma - Lisanslar: izin belgeleri	-Danışmanlar, yardımına başvuru alanlar
11. Değişik	- Sigorta primleri - Gayrimenkul ve araç-gereç kiralama - Mobilya ve demirbaş eşyalar - Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri - Gelir, kurumlar ve diğer vergiler - Amortisman - Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kar payı ve iştirak hissesi olarak)	- Hissedarlar - Boyacılar - Ulaştırma, seyahat acenteleri - Yöneticiler - Sendikalar

**Kaynak:** <sup>2</sup>

<sup>2</sup> Yıldız,Z,(2011). *Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerine Etkileri*, Süleyman Demirel Üniv. Vizyoner Dergisi, C:3, S:5 ss:54-71

### 3.3 Turizm Sektörünün Türkiye'deki Yeri ve Önemi

Türkiye gibi ekonomisi genellikle kriz üreten bir ülke için turizm, doğanın ve tarihin kendisine sunduğu bir nimettir. Bulunduğu coğrafya yüzünden çoğu zaman başı ağrıyan Türkiye'nin yine aynı coğrafyada mevcut doğal ve kültürel zenginlikleri, kendisine önemli bir gelir getiren hazinedir.

Son yirmi yılda yetersiz de olsa değerlendirdiği bu zenginlikler bugün bölge ekonomileri içinde Türkiye'ye hiç de küçümsenmeyecek bir rahatlama sağlamaktadır. Bunun farkında olan hükümetler ise beş yıllık kalkınma planlarında turizme ayrı bir yer ayırmakta, sağlanan gelirin arttırılması için stratejiler geliştirmektedir.

Türkiye 1980 dönüşümünden sonra, turizm sektöründe önemli atılımlar gerçekleştirmiştir. 1980'den sonra turizm Türkiye ekonomisinde en gözde alt sektörlerden biri haline gelirken; bu gelişmenin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri önemli boyutlara ulaşmıştır.

Bu konuda Tablo 1'de verilen bilgiler ilgili dönemde elde edilen gelişmeyi açıkça ortaya koymaktadır ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr)).

**Tablo 1. Türkiye'nin 1983-2010 Yılları Arası Turizm Gelirleri ve Türkiye'ye**

#### Gelen Turist Sayıları

YILLAR	TURİST SAYISI (Bin Kişi)	TURİZM GELİRİ Milyon Dolar
1983	1625	411
1985	2614	1482
1990	5389	2705
1993	653	959
1996	8614	565

1999	7464	5193
2000	10412	7636
2003	16 302	850
2005	24 124	842
2007	27 214	770
2009	32 006	783
2010	33 027	755

1983 yılı, Türk turizmi için canlanma döneminin başlangıcı olarak kabul edilebilir. O yıldan günümüze kadar geçen süre içerisinde, ülkemizde turizm; hem turist sayısı hem de turizm gelirleri yönünden önemli sayılabilecek artışlar göstermiştir. Türkiye'de turizm geliştirilebilecek bir yapıdadır.

Turizmin Türkiye ekonomisine doğrudan katkısı bakımından en önemli göstergelerden biri olan dış ticaret açığını kapatma oranı, turizm gelirlerini daha da anlamlı hale getirmektedir. Bu oranın giderek artması yatırımların nicelik ve nitelik bakımından artmasıyla paralel gelişme göstermektedir. Şüphesiz yatırımların artması da yatırımcıya cezbedici bir ortam sağlanmasıyla oluşmaktadır.

Türkiye 2023 Turizm Strateji Belgesi ve TR90 Bölge Planı içinde de belirtildiği üzere ülkenin ve bölgenin de öncelikleri içinde turizmin çeşitlendirilmesi, gelir düzeyi yüksek turistlere yönelik hizmetlerin artırılması, turizmin dört mevsime yayılması yer almaktadır.

Buna göre;

- Türkiye turizminin varış noktası odaklı ve çok fonksiyonlu olarak geliştirilmesi;
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması;
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko turizm, kırsal turizm ve agro turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi;
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlamanın etkin kılınması;

- Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunu sağlayarak çeşitli turizm İmkânlarını sağlık, eğitim vb. farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen alternatif turizm odaklı (sağlık, termal, golf, kış sporları, doğa turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulması gibi ilkeler benimsenmiştir (Türkiye Turizm 2023 Strateji Belgesi).

### 3.4 Turizmin Türkiye’de Oluşturduğu İstihdam

Turizmin Türkiye için bir başka önemiye istihdam alanını genişletmesidir. Turizm giderek Türkiye ekonomisinde lokomotif sektör haline gelmektedir. Yapılan yatırımların iyileşmesi kayıtsız işçi çalıştırma oranını hızla düşürmekte ve yeni iş sahaları üretmektedir. 2001-2007 verilerine göre Türkiye’de sanayi sektörü istihdamıyla turizm sektörü istihdamı karşılaştırıldığında turizmin açık ara önde olduğu görülmektedir. Oransal olarak hızla artan bir tempoya sahip turizm sektörünün bu olumlu yönlerinin bahsettiğimiz dünya ekonomik konjonktürü, turizm yatırımlarının büyüklüğü ve kalitesi, genel ekonomik ve siyasal ortamın iyimserliğiyle beraber değerlendirilmesi önemlidir.

**Tablo 3 İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşunda Ve Konaklama Tesislerinde Çalışanların Sayısı<sup>3</sup>**

	500 Büyük Sanayi Kuruluşu*		Konaklama Tesisleri**	
	Çalışan Toplam Kişi	Değişim (%)	Çalışan Toplam Kişi	Değişim (%)
<b>2001</b>	526.314	-5,7	243.5	4,9
<b>2002</b>	504.796	-4,1	255.6	9,6
<b>2003</b>	518.532	2,7	280.1	6,2
<b>2004</b>	530.770	2,4	297.6	3,9
<b>2005</b>	514.642	-3	309.2	2,9
<b>2006</b>	533.395	3,6	318.4	3,2
<b>2007</b>	552.758	3,6	328.7	3,9

<b>2008</b>	543.857	-1,6	341.5	0,26
<b>2009</b>	516.305	-5,1	351.4	

\*Yıllık Ortalamalar \*\* Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesisler

#### **4. Marka Değerler Oluşturmada Temel Unsurlar**

##### **4.1 Marka Değer Oluşturmanın Önemi**

Son yıllarda turizmin gelişmesiyle birlikte ülkeler, turizmden elde ettikleri gelirleri üst noktalara taşıyabilmek için birbirleriyle kıyasıya rekabet etmektedir. Ülke yöneticileri de bir ülkenin tamamını değil, ülkenin sahip olduğu her yörenin birer destinasyon olarak pazarlanması kavramına ağırlık vermeye başlamışlardır. Bu noktadan hareketle ülkeler sahip oldukları şehirleri turistik açıdan pazarlamaktadır. Yarışan Turizm pazarında markalaşan şehirler öne çıkmaktadır.

Marka yaratılırken müşteri ile marka arasında kurulacak bağ önemlidir. Markadan yararlanılması hedeflenen kitle iyi tespit edilmelidir. Mercer Management Consulting, tüketicilerin markaya bağlılığının oluturulmasında “ ‘özgün müteri tiplerine’, ‘fiyatı düürmeye değil, değer yaratmaya’, ‘sadakati ina etmeye’, ‘daha karlı olacak ve sadık kalmak isteyecek müterileri tatmin etmeye’ odaklanılmasını” önermektedir. (Duboff ve Spaeth, 2001:156-159)

Bir kentin markalaşmasının en önemli nedeni ekonomik büyümeyi teşvik etmektir. Sağladığı diğer artı değerler ise; iç ve dış bileşenlerden doğan zayıf imajdan yakınan kent algısını değiştirmek, toplumun geleceği ve potansiyeli ile ilgili olarak genel bir vizyon yaratmak, kentin tutarlı sunumunu sağlamak, yerel, bölgesel ve/ veya küresel farkındalığını ve duruşunu geliştirmek, kentle ilgili stereotiplerden arındırmak ve daha cazip hale getirmek, kendi ürünlerini pazara sunmak ve imaj transferi yoluyla ekonomik girdi sağlamaktır.

Markalaşma kentlerin enformasyon çokluğunda kendisini anlatması ve dikkatleri çekmesi için araçtır. Ancak kent markalaşması; ürün markalaşması süreci gibi basitçe iletişim stratejileri, reklam, görsel kimlik veya logo bir araya getirilme süresi gibi algılanmamalıdır. Kent markalaşma çalışması; sosyal, politik, kültürel ve ekonomik amaç üzerine inşa edilmeli, kentteki tüm paydaşlar dahil edilmelidir. Çalışmalara başlanmadan önce hedef kitle belirlenmeli, daha

sonra kentin hedef kitle tarafından nasıl algılandığına ilişkin olarak ölçüm yapılmalıdır. Çıkacak sonucun, kentin ulaşmayı hedeflediği kent imajı ile arasındaki farka bakılarak marka konumlandırılmalıdır.

#### 4.2 Marka Değer Algısı Oluşturma

Ordu ili ve ilçelerine dair istatistikler incelendiğinde Ordu'nun Doğu Karadeniz'e yönelik turlarda ya tercih edilmediği ya da kısa süreli uğranan destinasyonlar arasında yer aldığı görülmektedir. Kısa süreli destinasyonların birçok sıkıntısı olmaktadır. Ekonomik girdinin sezonluk olması, dönemlik personel istihdamı nedeniyle kalifikasyonların ve hizmet standartlarının düşmesi, ürün çeşitliliğinin azalması, kârlılığın düşük olması nedeniyle işletmelerin uzun süreli hayatta kalamaması bunlardan bazılarıdır. Bu tür destinasyonların markalaşması da güç olmaktadır.

Ordu Valiliği'nin sıklıkla dile getirdiği “**Geçilecek Değil Kalınacak Şehir**” algısının oluşturulması için turizm hizmetleri noktasında sahip olunan marka değerlerini iyi tanıtması gerekmektedir. Zaman içerisinde turistlerin zihninde arkadaşlarıyla veya aileleriyle gelebilecekleri, farklı aktivitelere katılabilecekleri, eğlenebilecekleri bir destinasyon imajı oluşturacaktır. Bu imaj kent genelindeki tüm faaliyetlere bir bütün olarak yansıtılabilir. Mevcut turizm tesislerinin yanı sıra, yatırımları devam eden turizm tesislerinin, marka takımlarının organizasyonu ile sisteme dâhil olmaları sağlanmalıdır.

Turizmde tesisleşme büyük kaynaklar gerektirmektedir. Bu yatırımların geri dönüşleri de zaman ve emek alan bir süreçtir. Bu nedenle uzun süreli tatil algısının geliştirilmesinde pazarlamanın ve marka algısı oluşturmanın önemi büyüktür.

Genel bir yaklaşımla kent imajı; ziyaretçinin kentle ilgili bilgi edinmesi ve buna ilişkin oluşturduğu tutumdur. Bu nedenle; kent olanakları, mevcut imajı ile ulaşılması hedeflenen kitlenin özelliklerinin analiz edilmesi, hedef kent imajının tasarlanması ve bu sürecin yönetilmesi gerekmektedir. Kent imajının yönetilebilmesi için, kentin öncelikle temel bir takım niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bu nitelikler arasından en önemlilerden biri kent sakinlerinin ve yöneticilerinin gerçekten bu değişimi yapmaya kararlı ve açık olmasıdır. Ancak bu faktörler

beraber işletilebilirse; markalaşma süreci doğru yönetilebilir ve markalaşma süreci tamamlanabilir.

### 4.3 Hedef Gruplar Ekseninde Strateji Geliştirme

Bu çalışmanın geliştirilmesinde temel neden günümüz turizm pazarında turistlerin isteklerinin çeşitlenmesi ve giderek artan kişi odaklı turizm hizmeti talebidir. Turistler artık kendilerine özgün bir hizmetin verilmesini, kişisel ve sosyo-ekonomik durumları göz önüne alınarak ona göre bir hizmet sunulmasını beklemektedir. Örneğin Fatsa'da Yalçın Resort Otelini tercih eden bir turist, yemek yemeyi istediğinde özel bir sunum ve kaliteli bir ambiyansı olan Hünkar Restorant'ı görmek istemektedir. Bu hizmet bütünlüğü ancak konsept yaklaşımında hedef alınan turist grubunun (hedef kitle) analizinin iyi bir şekilde yapılması ve destinasyonda yer alan tüm yerel halk ve hizmet sunum noktaları tarafından bu durumun özümsemesi ile yakalanabilir.

Bu hizmetler turistlerin yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, sosyo-ekonomik seviyesi gibi demografik özelliklerine, tatile çıkma durumuna (kişisel, arkadaşlarıyla veya ailesiyle), zevk aldığı turizm türlerine, genel satın alma alışkanlıklarına gibi birçok farklı değişkene bağlı olarak çeşitlendirilerek sunulabilir.

Kişilerin eğitim durumları, teknolojiyi kullanma alışkanlıkları bile turizmden beklentilerini değiştirmektedir. Örneğin interneti yoğun bir şekilde kullanan bir kişi tatil destinasyonunu seçerken [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), [www.otelpuan.com](http://www.otelpuan.com) gibi tavsiye ve ölçümleme sayfalarını incelemekte ve burada yazılan yorumları dikkate almaktadır. Bu durum müşteri memnuniyeti odaklı bir turizm hizmetinin gerekliliğini bir kez daha vurgulamaktadır

### 4.4 Hedef Grup Belirleme

Hedef pazarlarda yaşayan potansiyel turistler üzerinde yapılacak araştırmalarda bugüne kadar Fatsa'yı görüp görmedikleri, görmemişlerse nedeninin ne olduğu, hangi durumlarda Fatsa'yı bir turizm destinasyonu olarak tercih edecekleri, Fatsa'nın bilinirliği, algısı/imajı ve turizm potansiyeli, genel tatil alışkanlıkları gibi sorular yöneltilebilir. Araştırmaya katılan turistlerin (deneklerin) izinleri alınarak Data Toplama Merkezine iletilebilir ve çeşitli kampanyaların duyurulmasında değerlendirilebilir.

Potansiyel turistler araştırması kendi içerisinde de kategorize edilebilir. Turizm çeşitlerine göre ayrıştırılacak bu araştırmalarda her bir turizm çeşidi için raporlama yapılması da mümkündür. Örneğin gençlik turizmi, dağcılık-tırmanma, motor, oryantiring gibi doğa sporları turizmi, su altı dalış, kano, rafting gibi su sporları turizmleri için 18 yaş üzeri olup sadece bu sporlarla ilgilenen kitlelerle görüşülebilir. Üniversite kulüpleri büyük bir potansiyeli içermesi bakımından ayrı bir araştırma konusu olabilir. Kabakdağ Köyünde ev pansiyonculuğu geliştikçe bu çalışmanın turistler nezdindeki yansımaları görmek amacıyla da bu turistlerle görüşmeler yapılabilir.

Araştırmalar bütçe, zaman gibi kısıtlar göz önüne alınarak yüzyüze, telefonla, online gibi tekniklerle uygulanabilir. Önemli olan hedef kitleye uygun bir tekniğin uygulanmasıdır. Örneğin batıdaki büyük şehirler başta olmak üzere Türkiye genelinde uygulanacak üniversite kulüpleri araştırmasının, ilk iletişim süreçleri telefonla sağlandıktan sonra, online yapılması hem katılımı arttıracak hem de zamanı ve kısmen de maliyetleri azaltacaktır.

Araştırma sonuçları Fatsa'da turizmin geliştirilmesinde önemli bilgi kaynakları olarak değerlendirilebilir. Yapılan pazar araştırmaları ve anketlerin belirli sürelerde tekrarlanması ve zaman içerisindeki değişimlerin ölçülmesi hem ürün geliştirme hem de tanıtma faaliyetlerinin planlanması açısından oldukça önemlidir. Marka takımları tarafından detaylıca incelenmesi gereken bu araştırmalar her bir turizmin geliştirilmesinde farklı veriler sağlayacaktır. Müşteri beklentilerini bilerek şekillenme, turizm pazarlanmasının önemli bir unsurudur. Bu tür araştırmalar mevcut hizmetlerin şekillenmesinde yararlı olduğu gibi gelecek trendlerin belirlenmesinde de faydalıdır.

## **5. Fatsa ve Marka Değerleri**

### **5.1 Haznedaroğlu Konağı**

1764 yılında Haznedaroğlu Ahmet Bey tarafından yaptırılmış ve halen onun adıyla anılmakta olan Haznedaroğlu Konağı, Bolaman belde sınırları içerisinde, Bolaman, Ordu ili Fatsa ilçesinin 6 km.kadar ilerisinde, küçük bir koyun kenarına kurulmuş şirin bir beldedir. Bu küçük belde, taş bir kale duvarı üzerine kurulmuş ahşap bir konağın merkezinde genişleyerek oluşmuştur. Yapı, denize çıkıntı yapan bir burunda, başka konaklarla da devam etmektedir. Hemen arkasında bulunan görkemli ahşap beyaz ev de Haznedaroğlu konağıdır. Yaklaşık olarak

500 yıldan bu yana burada yaşamakta olan Haznedaroğlu ailesi, konakların sahibidir.



Oldukça özel bir yapı olan Haznedaroğlu Konağı 1811 Yılında Çarşamba'lı Süleymanzade Haznedaroğlu tarafından yaptırılmıştır. Süleymanzade Haznedaroğlunun kale duvarı ile şapel arasına misafirhane olarak kullanılmak üzere ahşap bir konak olarak yaptırdığı bina zaman içinde ailenin yaşadığı bir ikametgah olmuş. Girişte bulunan holden yukarı kata çakıldığında yine bir holün çevresinde konumlandırılmış 4 ayrı oda "Sultan Salonu, Sadrazam Salonu, Vezir Salonu ve Paşa Salonu" gibi odalardan oluşan konak, zamanının en önemli yapıları arasındadır. Paşa salonu olarak adlandırılan kısmı orjinal halinde içinde sedirler de bulunan ikinci mutfagıymış.

Tarihi özelliği nedeni ile Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ) temlikine geçmiş olan konak, üniversitenin gereken ilgiyi göstermemesi üzerine uzun yıllar atıl kalmıştır. Ordu Üniversitesinin kurulmasından sonra ODÜ temliğine verilmiş olan Haznedaroğlu Konağı, restorasyon çalışmaları ile tarihi özellikleri ve şekli korunarak restore edilmiştir. Restorasyon sırasında konağın orijinalliğinin bozulmamasına özen gösterilmiş. İç dekorasyonu da konağa yakışır

malzemelerle yapılmış. Altın varaklı, oymalı eşyalar, görkemli vazolar ve bir konağa yakışır diğer objeler gözü yormayacak şekilde kullanılmışlar.

Restore edildikten sonra yöresel yemekler sunan bir restoran olarak hizmet vermeye başlayan konağın dış kapı girişinde ki açıklama yazısında, konağın yörenin en belirgin eseri olduğu, yöre ile ilgili tanıtım fotoğraflarında da en fazla burasının kullanıldığı belirtiliyor. Ayrıca kapıların üzerinde ki talik yazılardan birinde '**Lütfü hakkın gösterişinin cevabıdır bu**', diğerinde ise '**El Fettah**' yazılmıştır. Yine bu tanıtım yazılarında, konağın Haznedaroğlu ailesinden Mehmet Bey tarafından inşa edildiği ve en az 200 yıllık olduğu da ilave edilmiş. Haznedaroğlu Konağı yörenin tanıtımında en sık kullanılan yöredeki kibrit kutularına varana kadar fotoğrafları kullanılan bir yapıdır. Haznedaroğlu Konağı, büyük iskelesi ile hırçın Karadeniz'in dingin bir koyunda, yeşille mavinin kesiştiği bir çizgide bulunuyor. Deniz kenarında ve karayoluna oldukça yakın olması sebebiyle, Fatsa turizminin ivme kazanmasında ki en önemli eser olacaktır.



## 5.2 Gaga Gölü

Ordu'nun Fatsa ilçesinde, Fatsa-Aybastı karayolunun 8. kilometresinde bulunan Meşebükü, köyü sınırları içinde yer alan Karadeniz Bölgesi'ndeki ender doğal göllerinden biridir. Aslında birkaç küçük gölden oluşan Gaga Gölü, diğer göllerin sivrisinekle mücadele ve tarım alanı açmak amacıyla kurutulmuş olmasından dolayı tek kalmıştır.

Meşebükü Yassıtaş köyleri sınırında bulunan gölün kapladığı alana göre oldukça derin olmasıyla ünlü olan gölde birkaç adımda 4,5 metre derinliğine inilebilmektedir. 1500 m<sup>2</sup> lik bir alanda

kaplı olan gölü asıl ilginç kılan gölün ortasında küçük bir adanın varlığıdır. Öyle ki, burada bir kilisenin olduğu söylenmekte ve halk tarafından bu göl bu şekilde anılmaktadır. Fakat bu durum söylentiden ileri gitmemiştir. .

Göle akan akarsu olmamakla beraber küçük bir kanal ile Bolaman Irmağı'na bir çıkarı olan gölde kerevit,sazan ve yerel balıklar bulunmaktadır.



Gaga Gölü ve ortasında ki ada ile ilgili olarak bir çok söylenti vardır. Bilge esas olarak Rumların yaşadıkları yer olarak bilinmektedir. Çok uzun yıllar önce, gölün bulunduğu arazi üzerinde Rumların köyü bulunduğu ve doğal felaketler sonucunda köyün sular altında kaldığı, bölgede yaşayan Rumların, sular altında kalan eşyalarını da bırakıp gittikleri öokca dillendirilen vir rivayettir. Ayrılan köy sakinlerinin değerli eşyalarını yanlarına alamadıkları, Altın vb. ganimet eşyalarını köyün ortasında bulunan kiliseye, “**sular çekilince alırsız**” diye bıraktıkları halen konuşulmaktadır. Bölgede yaşayanların anlattıklarına göre “kurak bir yaz ayında gaga gölünün suları epeyce çekilmiş ve ortada bulunan kilisenin hutbesi gözükmüş, hutbe tamamen altınmış. Bir başka rivayete göre, yakın bir zamanda, yaşlıca bir amca gölün kenarında balık tutarken balığın içerisinde altın çıkmış. O amca hayatta değil ama olaya şahit olduğunu söyleyen bir kaç kişi daha göl çevresinde altın bulduklarını anlatırlar.

Hikayeler ne kadar doğrudur bilinmez ama gaga gölünün altında bir yerleşim alanı olduğu kesin bir şekilde tespit edilmiştir. Kara yolu kalışmaları nedeniyle su gider ayağı küçülen Gaga Gölünde eski tarihli bir çok mezar tespit edilmiş ama yol yapıldıktan sonra bu mezarlarda yine su altında kalmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığının Gaga Gölünde başlattığı çalışmalar sayesinde, bu efsanelerin gerçekliği yakın zamanda ortaya çıkacaktır.

Gölün Ortasında yüksek bir yapıtın olduğunu aşağıdaki resimden daha iyi anlaşılmaktadır.



Gaga Gölü, *Kültür ve Tabiat Varlıkları Yüksek Kurulunca* sit alanı olarak ilan edilmiştir.

Gölün çevresinde bulunan özel şahıslara ait gayrimenkuller kamulaştırılarak, turistik tesislerin yapılması planlanmaktadır.

### 5.3 Çingirt Mağarası (Kalesi)

Ünye Fatsa sınırında Kavaklar deresinin doğusundaki tepenin üzerinde kalan yapıtın kalıntılara Çingirt Kalesi denilmektedir. Bu kalıntılardan Kavaklar Deresi'ne 45 derecelik eğimle inen 120 basamaklı bir tünelin Fatsa'nın 1,5 mil kuzeyinde deniziz içerisinde yer alan adaya gittiği söylenmekte ama yapılan kazılarda bu bağlantı tam olarak tespit edilememiştir.

Çingirt Kalesi Pontus Kralı 6. Mithridates (Mitridat) tan ileri geliyor. Pontus Devleti M.Ö. 298- M.S. 63 yılları arasında var olmuştur. VI. Mitridat- Sinop ile Odessa arasına 74 adet kale yaptırmıştır. Bu kalelerin en önemlilerinden biri **CINGIRT KALE**'si dir. VI. Mitridat bu kalenin komutanıdır. (Sonraları Truvadan tanıdığımız Hektor'un da bu kalede komutanlık yaptığı

söylenmektedir.) Mitridat kaleleri zamanın en güçlü imparatorluğu olan Roma İmparatorluğuna karşı yaptırmıştır. Karadeniz'de Üç Roma İmparatorunu yenerek, emperyal güçlere karşı ilk zaferi kazanan komutandır. Ayrıca bayrağı' da Ay Yıldız'dır.

Gazi Üniversitesi Arkeoloji Bölümü Arkeologları tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları Müzeler Genel Müdürlüğü'nün izniyle Müze Müdürlüğü yönetiminde Yrd. Doç. Dr. Ayşe Fatma Erol ve 9 arkeolog tarafından Cıngırt Kayalıkları'nda kazı çalışmaları başlanılmış ve arkeolojik kazılar bir noktaya kadar getirilmiştir. Kazılar sonucunda Helenistik dönem kapsamında Pontus Kralı 6. Mitridat dönemine rastlanan veriler elde edildiği, 55 adet sikke, aynı döneme ait çeşitli formlarda pişmiş toprak seramik parçaları, duvar kalıntıları bulunmuştur.

Cıngırt'ta ortaya çıkarılacak olan mimarı yapıdan ve çeşitli eserlerden daha önemlisi; tepeden 45 derecelik eğimle aşağıya doğru inen tüp geçittir. Bu geçidin çıkış noktası bulunursa turizm açısından çok önemli bir destinasyon olacaktır. Şu anda yalnızca tepede başlatılan çalışmalara ek olarak tepenin doğu yönündeki vadinin dibindeki kaya mezarların ve merdiven şeklinde insan eliyle yapılmış basamakların da kapsama alınması çok önemlidir.

Cıngırt'ta kazı çalışması yapan ekibin başkanı tarafından yapılan açıklamada; Cıngırt Kalesinin askeri bir garnizon olduğu, Kral Mitridat'ın Evpator'dan sonra bölgeyi ele geçiren Roma İmparatorluğu'nun da bu kaleyi aynı amaçla kullandığı ve kalede yer altına merdivenlerle inen dehlizin, suya ulaşmak amacıyla açılmış olduğunun düşünüldüğü belirtilmiştir.



Yapılan kazı çalışmaları çerçevesinde, dehliz çevresinde 4 adet 10x10 metrelik açmalar hazırlanarak, 5x5 metrelik sektörlerde çalışmalar yürütüldü.

## 5.4 Kabakdağı Köyü

Kabakdağ, Fatsa'ya 8 kilometre, Ordu'ya ise 46 kilometre uzaklıkta bir Gürcü köyüdür. Köyün adıyla ilgili bir takım söylentiler vardır. Bunlardan ilki köyün kurulduğu yıllarda dağın üst kısmının çıplak, bal kabağına benzer bir görünümü olduğu, diğeri ise köyün çalı çırpıyla kaplı kaba görünüşlü bir yer olduğu, önceleri Kabadağ olarak adlandırıldığı, daha sonraysa bu adın Kabakdağ'a dönüştüğü biçimindedir.

Kabakdağı köyü, 93 Harbi olarak bilinen ve 1877 yılında olan Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında o dönemde Osmanlı tebaası olan halkın Batum'dan Fatsa'ya göçleri sonrasında kurulmuştur. Önceleri dört direk üzerinin kızılota ile örtüldüğü ve Patsha adı verilen kulübeler yapılmış, daha sonra "esteri adı verilen barakalar inşa edilmiştir.

Takip eden yıllarda ise bugün bölgenin en iyi korunmuş geleneksel evleri imece usulü ile yapılmıştır. Kabakdağı'nda Gürcü gelenek ve görenekleri tüm canlılığıyla yaşamaya devam etmektedir.



Kabakdağı'nın önemi bu bölgede organik tarımı başlatan ilk köy olmasıdır. Bunun yanında köydeki tüm tarihi yapılar, köy halkı tarafından, tescil ettirilmiş ve restorasyon çalışmaları başlamıştır. Köy bir açık müze görünümündedir ve bir müze kurulması çabaları devam etmektedir. Köyün tümüyle kültür turizmine açılması için bir kooperatif oluşturulmuş, zengin Gürcü Mutfağı'nın örneklerinin, köy seyirlik oyunlarının sunulduğu turistik programlar başlatılmıştır.



Kabakdağı Köyü tüm bölgeye örnek olabilecek bir yapılanmanın içerisinde. Ordu’lu iş adamlarından başlayarak birçok önemli bürokrat ve medya mensuplarını ağırlamış olan Kabakdağı köyü ve Çoruh Deresi denilen mevki de görsel bir şölen altında bir anlamda oksijen terapisi de olan yürüyüşler yapılmaktadır. Kabakdağı’nda köy konaklaması ile birlikte “Köy Şifası Konsepti” çerçevesinde yaşam koçluğu hizmetleri verilen bir sağlıklı yaşam köyü olmaya adaydır ve bu yolda hızla ilerlemektedir. Köydeki uygulamalar geliştirilerek gelen misafirlerin tam anlamıyla köy yaşamını tecrübe etmesi, bahçede çalışması, meyve sebze toplaması ve sohbet yürüyüşleri –trekkingler– düzenlenmekte ve yalnızca Fatsa’nın değil, bölgenin önemli turizm merkezlerinden biri haline gelmek üzeredir.



## 5.5 Hatipli Şelalesi

Hatipli Şelalesi : Fatsa İlçesi Hatipli Belde Belediyesi sınırları içerisinde bulunan doğal şelaledir. Gezi amaçlı olarak patika yolla ulaşım sağlanmaktadır.

Şelalenin uzaklığı Fatsa Merkeze 20 km'dir.



## 5.6 Sarmaşık Kaplıcaları

Fatsa Şehir Merkezinden 13 km'lik asfalt ve düzgün bir karayoluyla ulaşılan ve Ilıca Beldesi'nde bulunan Sarmaşık Kaplıcaları Karadeniz Bölgesinin önemli termal kaynakları arasında sayılmaktadır. Kaplıca bir vadinin içinde ırmak yatağı içinde yer alır.

Sarmaşık Kaplıcasının tarihi itibariyle çok eskilere dayanan bir mazisi bulunmaktadır ve rivayetlere göre Cenevizliler zamanına uzanmaktadır. Zamanın hükümdarı, kaplıcada rahatsızlığından kurtulan kızının anısına o zaman ki şartlarda bir bina inşa eder ve bir süre kullanılır, ancak sonraları çeşitli nedenlerden dolayı insanların bölgeden ayrılması ile kaplıca alanı harabe haline gelip, sarmaşık örtüleri arasında kaybolmuştur.

Daha sonraları insanların bölgeyi keşif edip tekrar bölgeye yerleşmeye başlamaları ile yerleşim alanı oluşturmaya başlamış, zaman içinde kaplıcanın bulunması geç keşif edilmiştir. Rivayete göre sürülerini otlatan bir çoban zaman zaman sürüsünün kaybolup tekrar ortaya çıkmalarına bir anlam veremez. Sürüyü takibe alıp ve sürünün sarmaşıklar arasına girip bir süre otladıklarını ve

otladıkları yerin alt kısımlarında buhar çıktığını fark eder. Sarmaşık örtüsünü temizleyip baktığında içinde sıcak su akan bir barakanın olduğunu fark eder. Daha sonra bu bölgeyi temizleyip **Ilıca Sarmaşık Kaplıcası** meydana çıkmış olur ve o günden günümüze insanlara şifa dağıtmaya devam eder.

Su kalitesi açısından dünyanın sayılı kaplıcaları arasında olabilecek durumdaki Sarmaşık Kaplıcaları maalesef hak ettiği yere gelememiştir. Taşıdığı özellikler açısından Almanya'da bulunan Kissinger kaplıcasıyla aynı niteliklere sahip olan kaplıcalar da ki 47°C sıcaklıkta olan suyun romatizmal hastalıklara iyi geldiği saptanmıştır. Sağlık ve Sosyal Yardım bakanlığı, Refik Saydam Merkez Hıfzısıhha Enstitüsü Kimya Tahlil Laboratuvarı ve Ankara Üniversitesi Fizik Tedavi Kürsüsü tarafından yapılan su analizlerine ve raporlarına göre kaplıcanın suyu; potasyum, sodyum, kalsiyum, magnezyum, demir, lityum, manganez mineralleri ve nitrat içermektedir. Sodyum sülfatlı ve klorürlü su grubuna girmektedir. Litresinde 1 gram mineral bulunan acı su olarak tanımlanmaktadır. Suyun sıcaklığı 48 derecedir, pH değeri ise 9.2'dir. Kaplıca suyu banyo olarak ve içme olarak kullanılır. Banyo olarak; Artroz, artrit ve benzeri romatizmal hastalıklar, nevralji ve nefritler ve kadın hastalıklarında yararlıdır. Su başka su ile karıştırılmadan kullanılmayı gerektirir. Faydalanma süresi 21 gün olarak belirlenmiştir. İçme olarak da mide-bağırsak ve idrar yolu rahatsızlıkları ve böbrek taşları tedavisinde kullanılmaktadır. İçinde bulunan magnezyum sülfat nedeniyle Almanya Kissinger Kaplıcaları'nda olduğu gibi toz, draje olarak da kullanılabilir. Sarmaşık Kaplıcaları'ndan yararlanacak olan ve kalp rahatsızlığı bulunan hastaların doktor gözetiminde ve dikkatle yararlanması önerilmektedir.

Çevresi ormanlarla kaplı olan kaplıcanın kubbeli kısmı Bizans Dönemi'nden kalmıştır. Kubbeli kısım altında kalan havuz, Bolaman Beyleri tarafından üçe bölünmüş 5-10 ve 15 kişilik havuzlar oluşturulmuştur. Bugün kadın ve erkeklere hizmet veren 10 ve 15 kişilik havuzlar mevcuttur.

Sarmaşık Kaplıcaları daha önce İl Özel İdaresi tarafından bir müddet işletilmiş olup 1989'dan 2006 yılının sonuna kadar kiralama yöntemi ile şahıslar tarafından işletilmiştir. Şahıs işletmesi olarak verimli işletilemeyen ve potansiyeline erişemeyen Sarmaşık Kaplıcaları, 22.02.2007 tarihinde açık artırma sureti ile tekrar ihaleye çıkarılmıştır. İhale sonucu, Ilıcalı girişimcilerin bir araya gelerek oluşturdukları şirket tarafından kazanılmış ve tesis o tarihten itibaren Ilıcalı girişimciler tarafından işletilmeye başlanmıştır.

Sağlık turizmi açısından bölgenin en önemli değerlerinden biri olan Sarmaşık Kaplıcaları, işletme yetersizlikleri nedeni ile halen istenilen düzeyde değildir. Kaplıca suyu seviyesinin de azalması, tesisin bir çok açıdan bakımsız hale gelmesi nedeniyle bu önemli tursitik değerden maalesef yeterli düzeyde faydalanılamamaktadır.

### 5.7 Asırlık Çınar Ağaçları

Ordu ili, Fatsa ilçesi, Mustafa Paşa Mahallesi, Hükümet Caddesi 3 ada 1 parselde yer alan 3 adet çınar ağacı Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 30.04.1993 gün ve 1571 sayılı kararıyla tabiat varlığı olarak tescil edilmiştir.

Fatsa çarşısının tam ortasında bulunan üç yüz yıllık bir geçmişe sahip çınar ağacı için ilçe genelinde pek çok rivayetler vardır. Yaygın olan rivayetlerden bir tanesi Çınar ağacının altında çok zengin bir hazinenin bulunduğudür.Fatsa'nın asırlık çınarları hakkında bir diğer rivayet ise eski zamanlarda bu ağaçların idam sehvası olarak kullanıldığıdır.



Fatsalı ünlü halk şairi **Dursun Ali AKINET** tarafından çınar ağaçlarına yazılan şiir de bu rivayeti konu almaktadır.

Bir yemiş mi verdin kavlan ağacı ?  
Rüzgara gem vurup durduruyorsun  
Nedir senin derdin kavlan ağacı ?  
  
Yüzün gülsün bari güneş doğarken  
Gocunursun bulutlara değerken



Çıplak dallarına karlar yağarken  
üşüdün ürperdin kavlan ağacı.

Bir sevda uğruna tutuşup yansam  
Düşlerime girsen öyle uyansam  
Ne zaman gurbetten sılayı ansam  
Aklımdan geçerdin kavlan ağacı.

İdam sehпасıydın kırk'lardan önce  
Asılıp can vermek kolay mı sence ?  
İnfazın ardından hüznün çökünce  
Tir tir titrerdin kavlan ağacı.

Gördüğün ağalar paşalar kimdi ?  
Lokman dedikleri hangi hekimdi ?  
En büyük gün yirmi dokuz ekimdi  
Ata'yı severdin kavlan ağacı.

Felekten bir gece çalmak isterdim  
Seninle beraber olmak isterdim  
Her zaman yanında kalmak İsterdim sen neler isterdin  
kavlan ağacı ?...

Asırlardır burada duruyorsun ?



## 5.8 Fatsa Adası

Fatsa sahiline 1.5 deniz mili uzaklıktadır. Adının yaklaşık bir dönüm büyüklüğünde olan adayla ilgili olarak birçok söylence vardır. Bunlardan ilki, bir zamanlar bu adaya karayoluyla ulaşılabilirdi biçimindedir. Diğer ise adanın altında bir yer altı şehri olduğu ve geçmiş zaman imparatorlarının hazinelerini bu yer altı şehirde sakladıkları biçimindedir. Bir diğer söylenceye

göreysel Fatsa'dan adaya dek ulaşan bir tünelin olduğudur ve tünelin diğel ucunun Cıngırt Kalesi'ne çıktığıdır.

2001 yılında adadaki doğal yaşam ve fok balıkları konusunda ada çevresinde bir çalışma yapılmıştır. Karadeniz Bölgesinde ki Turizm kalkınma çalışmaları içerisinde ki alternatif turizm destinasyonlarından biri haline getirebilmek amacıyla ada üstünde tesis yapılması ve adaya gidiş geliş yapılabilir hale getirlmesi planlanmaktadır.



### 5.9 Hacı Hulusi Baba Camii

Ordu'nun Fatsa ilçesindeki ata caddesi üzerinde yer alan ve yaklaşık 1 asırlık bir yapı olan Hacı Hulusi Baba Camisi Turizm Bakanlığının koruma altına aldığı yapılarıdır. 1920 yılında yapılan cami, koruma kapsamına alındıktan sonra restorana tabi tutulmuş ve onarım çalışmalarının ardından yeni bir çehreye kavuşmuştur. Dışı da ışıklandırılan caminin son hali ile Fatsa'nın önemli turizm destinasyonlarından biri olmuştur.

Hacı Hulusi Baba Camii ismini '**Tekkesi**'sinden almıştır. Hacı Hulusü Baba Tekkesinin hikayesi de eskiye dayanmaktadır. Bir asır kadar önce Fatsa'ya Hacı Hulusi isimli bir zat gelir. Bu insan aslen Hemşinli, Arabistan'da tahsil yapmış ve zamanın islam alemini karış karış gezmiş ve

Fatsa'ya gelmiştir. Bu insanı Fatsalılar çok sevmişler ve illa Fatsa'da kal diye ısrar etmişler. ben burada ne yaparım diye terettüt etmiş.

Fatsalılar Hacı Hulusi Baba yı ikna edebilmesi için Hacı Kibar ağa'ya gitmişler, siz isterseniz bu insanı Fatsada yerleştirebilirsiniz demişler. Hacıkibar ağa 'Bana getirin' demiş. Hacıhulusiyi görünce Hacıkibar da çok beğenmiş ve " torunum sen burada kal demiş." Hacı Hulusi Baba da Fatsa müftüsü olarak Fatsa'ya yerleşmiş.

O zaman da Dervişler İslam alemini karış karış geziyorlar, seyyah olarak buraya uğruyorlar ve gittikleri yerde barınıp, topluca ibadet ederlermiş. Fatsa'da İslam Alimlerinin kalabilmesi için bir yer yapılması fikri ortaya çıkınca "**Hacıkibar**" uygun bir arsa belirleyip **Hacı Hulusi Babaya** bir tekke yapmasını tembih etmiş. Hacı Hulusi Baba da bir tekke yaptırmış. Cumhuriyetin ilanıyla tekkeler ve zaviyeler kapatılınca burasıda tekge ismiyle camiye çevrilmiş ve adıda "**Hacıhulusi baba tekge camii olmuş**"



Hacı Hulusi Baba zamanının en büyük alimlerinden ve kanaat önderlerindendir ve Kurutluş savaşı sırasında önemli hizmetler yapmıştır. Atatürk'ün Bandırma Vapuru ile Samsun'a çıktığında onu karşılayanlardan biri olduğu da bilinmektedir.

Hacı Hulusi Baba Camii Mihrabın üzerindeki kitabeden caminin 127 sene önce yapıldığı anlaşılmıştır.



### 5.10 Çamlık Mesire Alanı

Ünye İlçesi yolu üzerinde Fatsa'ya 2 kilometre uzaklıkta denize sıfır, çam ağaçları ile kaplı alanda piknik yapabilir, gün boyu denize girebilirsiniz.



Fatsa Belediyesine ait olan alanda, Dolunay Motel gibi bölgenin en köklü işletmelesi, ve Çamlık Restorant vardır. Şahıslar tarafından işletilen bu tesislerde yöresel yemekler ağırsunulmaktadır ve yerel de rağbet edilen ve özellikle yaz döneminde sıkça ziyaret edilen piknik alanı ve tesisler Fatsanın en önemli Turizm destinasyonudur.

Karadenizin en önemli spor klübü olan Trabzonspor deplasman müsabakalarından sonra Dolunay Motelde duraklayıp. Takım halinde yemek yemeyi yıllardır süren bir alışkanlık haline getirmiştir. Bu da bölgenin ve Dolunay tesisinin bilinilirliği açısından ciddi bir ipucu vermektedir.



## SONUÇ

Türkiye’de pek çok kent potansiyelinin farkına varamadığından, değerlerini duyuramamakta ve turizm pastasından pay alamamaktadır. “**Fatsa Marka Değerleri Fizibilite Çalışması** ile turizm açısından Fatsanın ihtiyaç duyduğu markalaşma kavramı incelenmiş ve Fatsa’da markalaşma potansiyeli olan değerler belirlenmiştir.

Şehirler, doğru konumlandırılmış bir çalışma ile kendilerine bölgesel, ulusal ve küresel marka olma hedefleri koyabilir. Bu hedefler sayesinde de ekonomik, sosyal, kültürel kalkınma sağlayabilirler. Fatsa doğal, tarihi ve kültürel özellikleri ve konumu bakımından marka olma potansiyeli taşımaktadır. Kısa vadede bölgesel marka olma hedefi koymasına gereken kent, süreç sonunda hem kent içinde hem de komşuları için ekonomik ve sosyal kalkınma ivmesi yakalayacaktır. Ancak söz konusu uygulamalar yerel yöneticilerin ve en önemlisi de kent sakinlerinin çalışmaları uygulamaya kararlı ve istekli olması ile başarıya ulaşabilir. Dönüşüm ve fayda ancak bu şekilde gerçekleşebilir.

Trendleri takip ederek, turizm pazarında bulunan boşluklara seslenebildiği, kendine yeni alanlar açabildiği ve bu konuda da insanların duygularına, zihinlerine seslenerek marka olduğu takdirde, Türkiye turizm pastasından Fatsa payına düşen en büyük dilimi alabilir. Bu coğrafyanın potansiyeli turizm de oluşan yeni ve eski beklentileri fazlasıyla karşılayabilecek yeterliliktedir.

Fatsa turizmin bir çok alanına hizmet sunabilecek çeşitliliğe sahiptir. Ancak turizm pazarından daha büyük pay alması isteniyorsa, her alanda markalaşma hedefi koyulmalıdır.

**Kaynakça**

Kültür ve Turizm Bakanlığı, İç Turizm Sunumu, 2007

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006

Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması ( 2010) İbrahim Giritliođlu

Marka Kent Olmanın Turizmde Önemi ( 2008) Gözde Yaman

Bilecik Marka Kent Stratejik Kalkınma Planı, 2011

Doğu Karadeniz Turizm Master Planı (Giresun-Gümüşhane-Ordu-Rize-Trabzon)

Ordu Gezi Rehberi, T.C.Ordu Valiliği İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü

Ordu İl Stratejik Planı, 2013

Akılın Yolu Birdir Projesi Ordu Rehberi, 2013

TÜİK,(2001) Turizm İstatistikleri, Ankara: TÜİK Matbaası

**İnternet Kaynakları**

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Fatsa>

<http://ortab.org/calismaprogrami.aspü>

<http://www.aklinyolubirdir.com>

<http://www.ordukulturturizm.gov.tr/>

<http://www.fatsatso.tobb.org.tr/fatsa/?sayfa=cografya>

<http://fatsatso.tobb.org.tr/>

<http://www.kultur.gov.tr/>

[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)

<http://www.dolunayotel.net/>

<http://www.fatsa.bel.tr/tr/default.aspx>

<http://sarmasikkaplica.com/>

<http://ordu.name.tr/sanal-tur/haznedaroglu-konagi-sanal-tur/>

