



KAVRAMSAL MAKALE

Turistik Bir Ürün Olarak Çiçekdağı

Dr. Öğr. Üyesi Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Çiçekdağı Meslek Yüksekokulu, Kırşehir, e-posta: filyozum@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2509-8011>

Öz

Turistlerin ziyaretlerine açılan destinasyonlarda, destinasyonun sahip olduğu turizm ürünleri birbiri ile bütün halde ve uyumlu bir şekilde sunulacak şekilde bir tatil deneyimi yaratılmaya çalışılmaktadır. Bir yerin turistik bir destinasyon olabilmesi için, kişilerde ziyaret etme güdüsü taşıyan *çekicilikler*; destinasyona ya da turizm işletmelerine *ulaşılabilirlik*; karnaval, festival, fuar, kongre, gibi *etkinlikler*; kişilerin turizm faaliyetlerini kolaylıkla gerçekleştirebilmeleri için ihtiyaç duyacakları konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, ulaştırma işletmeleri gibi *turizm işletmeleri*; destinasyonun ve turizm işletmelerinin kişilerin algılarında oluşturduğu ve kişilerin destinasyonu ziyaret etme niyetlerini büyük ölçüde etkileyen öğelerden biri olan *imaja* sahip olması gerekir. Bir destinasyonun turistik bir ürün olarak değerlendirilebilmesi için bu beş unsura sahip olması gerektiği göz önünde bulundurularak çalışmada Çiçekdağı destinasyonunun turizm ürününü oluşturan unsurlar açısından ele alınıp turistik bir ürün olarak değerlendirilmesi amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Çalışma sonunda Çiçekdağı'nın turistik ürün unsurlarını ne derecede taşıdığı ortaya konulmuş ve destinasyonun turistik ürün unsurlarını karşılama derecesine göre çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

* Bu çalışma 24-26 Kasım 2022 tarihleri arasında Her Yönüyle Çiçekdağı Sempozyumu'nda tam metin bildiri olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çiçekdağı, Turistik Ürün Unsurları, Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 16.01.2024

Makale Kabul Tarihi: 03.03.2024

Önerilen Atıf:

Çetinkaya, F. Ö. (2024). Turistik Bir Ürün Olarak Çiçekdağı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(3): 236-250.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2024, 7(3): 236-250. DOI: [10.26677/TR1010.2024.1374](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1374)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Çiçekdağı as a Touristic Product

Assistant Prof. Dr. Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran University, Çiçekdağı Vocational School, Kırşehir, e-mail: filyozum@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2509-8011>

Abstract

In destinations that are opened to tourists, tourism products of the destination are presented as a whole and in harmony with each other to create a holiday experience. In order for a place to be a touristic destination, it must have attractions that motivate people to visit; accessibility to the destination or tourism enterprises; events such as carnivals, festivals, fairs, congresses, ...; tourism enterprises such as accommodation enterprises, food and beverage enterprises, transport enterprises that people will need in order to easily carry out their tourism activities; the image of the destination and tourism enterprises, which is one of the elements that are formed in the perceptions of people and which greatly affect people's intention to visit the destination. Considering that a destination should have these five elements in order to be considered as a touristic product, a literature review was conducted in order to evaluate Çiçekdağı destination as a touristic product in terms of the elements that make up the tourism product. At the end of the study, it was revealed to what extent Çiçekdağı carries the elements of touristic product and various suggestions were made according to the degree to which the destination meets the elements of touristic product.

Keywords: Çiçekdağı, Touristic Product Elements, Tourism.

Received: 16.01.2024

Accepted: 03.03.2024

Suggested Citation:

Çetinkaya, F. Ö. (2024). Çiçekdağı as a Touristic Product, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7(3): 236-250.

GİRİŞ

Çiçekdağı, 1845'te Yozgat'a bağlı Boyalık adında bir köyken, Sultan Mecit saltanatının son dönemlerinde Yozgat'a bağlı Mecidiye adıyla bucak olmuştur. 1855'ten itibaren farklı isimlerle ilçe ve bucak sıfatına sahip olduktan sonra, 1930 yılında ilçe olarak Çiçekdağı adını almıştır (Kırşehir Valiliği, 2022a). İç Anadolu Bölgesi'nin Kırşehir iline bağlı bir ilçesi olan Çiçekdağı, Yozgat'ın Yerköy ilçesi ile de sınır komşusudur.

Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanan ilçede, sulama imkânının bulunmadığı yerlerde genelde kuru tarım yapılmaktadır. Karasal iklime sahip olması nedeniyle tarlalarda büyük oranda arpa, buğday ve çavdar gibi tahıllar yetiştirilmektedir. Ayrıca sulama imkânına sahip yerlerde ayçiçeği ve şekerpancarı ekilmektedir. Çiçekdağı'nın doğal bitki örtüsü bozkır olduğundan daha çok küçükbaş hayvancılık yapılmakla birlikte büyükbaş hayvan sayısı nazaran azdır (Çiçekdağı Kaymakamlığı, 2022).

Jeotermal kaynağa sahip olmasından dolayı Termal Turizm Master Planı 2007-2023'e göre Çiçekdağı'nın, Bulamaçlı ve Mahmutlu Kaplıcaları ile termal destinasyon planlama kriterlerine uygun olarak geliştirilmesi öngörülmüştür. İlgili plan kapsamında gününbirlik mesafe kriteri dikkate alınarak Kırşehir yöresindeki termal turizm merkezlerinin diğer turizm türleri ile entegrasyonu sağlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Ancak planda Çiçekdağı destinasyonunun diğer turizm türleri ile entegrasyonu yapılmamıştır. Bu durumda plana göre Çiçekdağı'nın termal çekiciliklerinin dışında başka bir turistik ürününün olmadığı yorumu yapılabilir. Bu çalışma ile Çiçekdağı'nın termal çekiciliğinin yanı sıra diğer çekicilikleri de ortaya konarak turistik bir ürün olarak değerlendirilmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

Günümüze dek turistik bir değeri olmadığı düşünülen Çiçekdağı hakkında yapılan bu araştırma, Çiçekdağı'nın turistik bir ürün olma özelliği taşıyabileceğini gözler önüne sermektedir. Orman ve Su İşleri Bakanlığının (2016:42, 49, 50, 65-67) 2016-2019 yılları için hazırladığı Kırşehir İli Tabiat Turizmi Uygulama Eylem Planı'na göre turizm türleri ve yerleri aşağıda belirtilmiştir:

Tablo 1. Kırşehir İli Tabiat Turizmi Uygulama Eylem Planı'na Göre Çiçekdağı'nda Yapılabilecek Turizm Türleri

| | |
|--|--|
| Av turizmi | <i>Acıköy Genel Avlağı:</i> Bu avlakta başta yaban domuzu olmakla birlikte, bildircin, kınalı keklik, üveyik ve yaban tavşanı avı yapılmaktadır. |
| | <i>Kırdök Genel Avlağı:</i> Bu avlakta başta yaban domuzu olmakla birlikte, bildircin, yaban tavşanı, üveyik, kınalı keklik, tahtalı ve kaya güvercini avı yapılmaktadır. |
| | <i>Mahmutlu Genel Avlağı:</i> Başta yaban domuzu olmakla birlikte bu avlakta bildircin, yaban tavşanı, üveyik, kınalı keklik, tahtalı ve kaya güvercini avı yapılmaktadır. |
| Dağcılık turizmi (kaya tırmanışı) | <i>Merkeztepesi sırakayaları (Alımpınar Köyü)</i> |
| | <i>Çiçekdağı</i> |
| Macera turizmi | <i>Çiçekdağı ormanları</i> |

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı (2016:42-67).

Kırşehir İli Tabiat ve Turizm Uygulama Çalıştayı sonucunda 2017-2019 yıllarında Çiçekdağı ilçesi için faaliyete geçirilmesi gereken turizm çeşitlendirmesi sonucu yapılması planlanan eylemlerin henüz gerçekleştirilmediği görülmektedir. Ancak yukarıdaki tablodan Çiçekdağı'nın av turizmi, dağcılık turizmi ve macera turizm türleri için bir potansiyel taşıdığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bunlardan farklı olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel

Müdürlüğü tarafından ilan edilen tarihi ve arkeolojik sit alanları ile tescilli eserlerin bulunduğu tabloya (Tablo 2) bakıldığında Çiçekdağı ilçesinde toplam tescilli eser sayısının 25 olduğu görülmektedir.

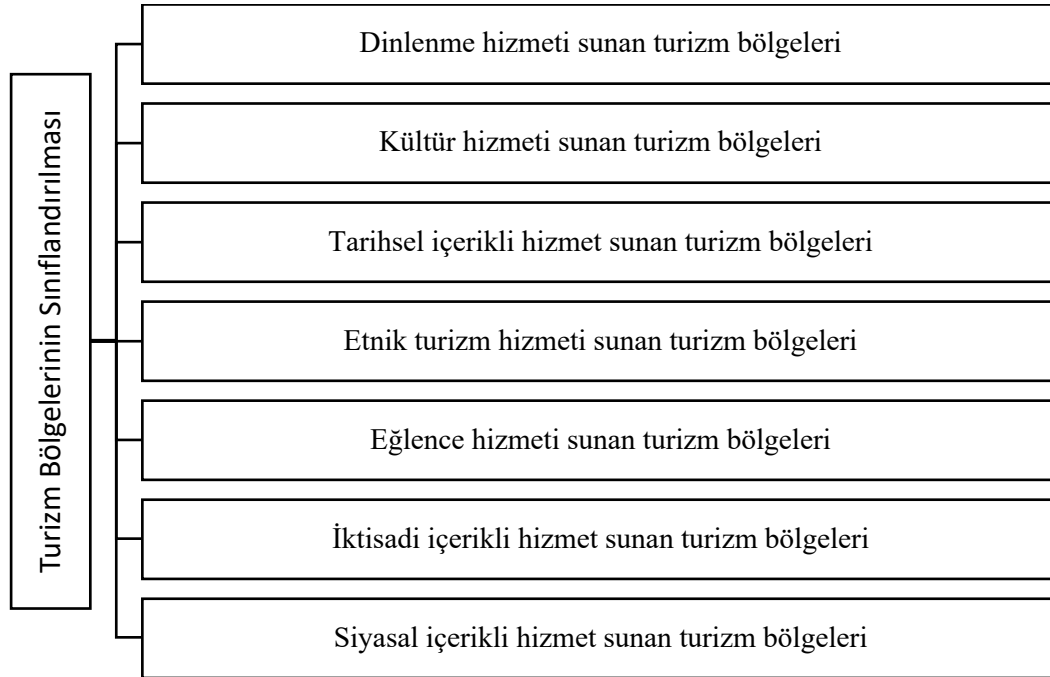
Tablo 2. Çiçekdağı'nın Tarihi ve Arkeolojik Sit Alanları

| | |
|---------------------|----|
| Arkeolojik sit | 3 |
| Arkeolojik yerleşme | 1 |
| Camii | 1 |
| Höyük | 17 |
| Tümülüs | 2 |
| Yerleşim alanı | 1 |

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (2018:107).

Çoğunlukla Hitit ve Roma dönemine ait kalıntıların bulunduğu Çiçekdağı ilçesinin Tablo 2'ye göre tarihi ve arkeolojik açıdan değerlendirilmesi gereken turizm potansiyeline sahip bir destinasyon olduğu görülmektedir.

Turizm potansiyeli taşıyan destinasyonlar, bir arz unsuru oluşturup tüketiciyle buluştuğu noktada turizm bölgesi niteliği taşıyabilecektir. Buna göre Kozak (2019:143-145) turizm bölgelerine ilişkin bir sınıflandırma yapmıştır. Bu sınıflandırmaya göre:



Şekil 1. Kozak (2019:145).

- *Dinlenme hizmeti sunan turizm bölgeleri:* Dinlenmeye yönelik hizmet sunulan bu bölgelerde genel olarak deniz-kum-güneş, termal ve dağ turizmüne yönelik ürünler sunulmaktadır (Kozak 2019:143).
- *Kültür hizmeti sunan turizm bölgeleri:* Seyahat motivasyonu kültürel beklentilerin karşılanması olan turistlerin tercih ettikleri bu bölgelerde çoğunlukla fuarlar, sanat galerileri, sinema salonları, tiyatrolar, müzeler, vb. yer almaktadır (Kozak, 2019:143). Bunun yanında destinasyonun sahip olduğu coğrafi, sosyal, toplumsal ve kültürel gibi değerleri yansıtan festivaller, ritüeller, lezzetler, vb. de sayılabilir.

- *Tarihsel içerikli hizmet sunan turizm bölgeleri:* Tarihi nitelikteki binalar, anıtlar, kentler, ibadet yerleri ve ören yerleri ile öne çıkan turizm bölgeleridir (Kozak, 2019:144).
- *Etnik turizm hizmeti sunan turizm bölgeleri:* Farklı kültürlerin uyumlu bir şekilde bir arada yaşadıkları turizm bölgeleridir (Kozak, 2019:144).
- *Eğlence hizmeti sunan turizm bölgeleri:* Eğlenme güdüsüyle seyahat eden turistlerin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik hizmet sunan turizm bölgeleridir (Kozak, 2019:144).
- *İktisadi içerikli hizmet sunan turizm bölgeleri:* Çoğunlukla büyük ve üst derece konaklama hizmeti sunan işletmelerin, kongre salonlarının, nitelikli lokantaların bulunduğu; özellikle iş amaçlı seyahat edilen turizm bölgeleridir (Kozak, 2019:144).
- *Siyasal içerikli hizmet sunan turizm bölgeleri:* Siyasi ağırlıklı toplantıların yapıldığı Davos, birçok uluslararası siyasi örgüt merkezinin bulunduğu New York gibi siyasi yönden önem taşıyan kentlerden oluşan turizm bölgeleridir (Kozak, 2019:144).

Kozak'ın yaptığı bu sınıflandırmaya göre Çiçekdağı destinasyonu sahip olduğu Bulamaçlı Kaplıcası ile termal ve Merkeztepesi sıradağları ve Çiçekdağı ile dağ turizmüne yönelik ürünleriyle birlikte *dinlenme hizmeti sunan*; Abdallık kültürü, Bulgur Festivali ve Gençlik Festivali ile *kültür hizmeti sunan*; Büyükteflek köyündeki kazılar sonucu ortaya çıkan tarihi yapılar, tescilli tarihi ve arkeolojik sit alanları ve birçok türbesi ile *tarihsel içerikli hizmet sunan* bir turizm bölgesi olarak değerlendirilebilir.

Çiçekdağı destinasyonunun, turizm ürününü oluşturan unsurlar açısından ele alınarak turistik bir ürün olarak değerlendirilmesi amaçlanan bu çalışmada, elde edilen bulgular, literatür taramasının yanı sıra Çiçekdağı Belediyesi ve yörede yaşayanlardan edinilen bilgiler ve araştırmacının gözlemleri sonucunda elde edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Literatürde *turistik ürün* (turizm ürünü) ile ilgili (MacKay ve Campbell, 2004; Sırakaya, Petrick ve Choi, 2004; Sanchez, Callarisa, Rodriguez ve Moliner, 2006; Mitchell, Charters ve Albrecht, 2012; Acharya ve Halpenny, 2013; Yıldırğan ve Zengin, 2014; Benur ve Bramwell, 2015; Akgöz, Göral ve Tengilimoğlu, 2016; Pyke, Hartwell, Blake ve Hemingway, 2016; Şengül ve Genç, 2016; Nebioğlu, 2017; Çetinkaya ve Yıldız, 2018; Uyar, 2021) ve *Çiçekdağı*'nı konu alan bazı çalışmaların (Vural, Karavelioğulları ve Polat, 1997; Salur ve Özsera, 2004; Karavelioğulları, Vural ve Polat, 2005; Akbulut, 2012; Gülyüz vd., 2013; Temiz ve Gökten, 2015; Yıldız, Gökpınar, Sürsal ve Değirmenci, 2017) olduğu görülmektedir. Ancak Çiçekdağı turizmini ele alan bir çalışmaya rastlanmamış olması, bu çalışmanın Çiçekdağı turizmüne yönelik ilk çalışma niteliği taşıması ve de Çiçekdağı'nın turistik bir ürün olarak ele alınması dolayısıyla bu çalışma önem taşımaktadır.

Turistik Bir Ürün Olarak Çiçekdağı

Turistlerin tatillerini geçirmek istedikleri destinasyonlar stratejik bir bakış açısıyla ve turistik bir ürün olarak ele alınmalıdır (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2017: 6). Turistik ürün (turizm ürünü); “çağdaş insanın çok boyutlu gereksinimlerini karşılamak üzere turizm işletmelerinde ve turizm bölgelerinde bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasi ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık bir mal ve hizmetler bütünüdür” (Kozak, 2019: 125). Tek başına bir mal veya hizmet turistik bir ürün olabileceği gibi, birbiri ile entegre edilmiş deneyimleri turistlere sunan ve turizm ürünlerinin karışımından oluşan destinasyonlar (Buhalis, 2000: 97) da turistik ürün olarak ifade edilebilir.

Bir yerin turistik bir destinasyon olarak değerlendirilebilmesi için; *çekicilikler, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri ve imaj*'dan oluşan bu beş turizm ürünü unsuruna sahip olması

gerekmektedir (Kozak, 2019: 127). Bu açıdan bakıldığında turizm ürününü oluşturan her bir unsur için Çiçekdağı'nın turistik ürün değeri aşağıda ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çekicilik

Çekicilik, turist tarafından seyahat edilmek istenen bir yerin diğer yerlere tercih edilmesinde etkili olan; başka bir ifadeyle bir turizm ürününün dikkate alınabilmesinde etkili olan bir unsur olarak ifade edilmektedir (Kozak, 2019: 127). Destinasyonların sahip olduğu çekicilikler, turistik ürünü oluşturan bileşenlerden en önemlisi ve boş zaman turizmi için de temel motivasyon aracıdır (Göral ve Tuna, 2018: 2).

Destinasyonların sahip olduğu çekicilikler, turistik destinasyonun tercih edilmesinde ön plana çıkmaktadır (Yamaç ve Zengin, 2015:57). Daha çok doğal çekicilik unsurlarının yer aldığı Çiçekdağı'nın tercih edilmesi noktasında etkili olabilecek, sahip olduğu çekicilikler şunlardır:

Bulamaçlı Kaplıcası: Çiçekdağı'na 4 km uzaklıkta bulunan, 38°C sıcaklığı olan kaplıcada, romatizma, kadın hastalıkları, nevraljin, nevrit gibi rahatsızlıklarda fayda sağlanmaktadır (Kırşehir Valiliği, 2022b). Kaplıca alanında 20 adet pansiyon yapısı, 7 adet apart otel yapısı ve 20 yataktan oluşan moteli bulunmaktadır. Bunun yanında kullanılmayacak, yıpranmış durumda olan diğer pansiyon yapıları mevcuttur. Stabilize yol ile ulaşılabilen kaplıcanın çevre düzenlemesi yapılmış olmakla birlikte bu alanda kantin, tuvalet, otopark, çocuk oyun alanı ve termal su havuzunun da olduğu bir yapı yer almaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, 2018:155). Yıllar boyunca ziyaretçilere hizmet veren kaplıca, ulusal ve uluslararası turistler için sağlık ve termal turizm merkezi olma yolunda daha modern tesislerin yapılması amacıyla tadilata girmiştir (Yerköy Haber Gazetesi, 2022).

Mahmutlu Kaplıcası: Çevresinde hamamı ve konaklama tesisi bulunmayan kaplıcanın suyu seracılıkta kullanılmaktadır (Kırşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

Büyükteflek Arkeolojik Kazı Çalışması: Çiçekdağı'na 7 km mesafede, Büyükteflek köyünün 2 km güneyinde yer alan; çalışmaları 2012-2014 yılları arasında Kırşehir Müzesi Müdürlüğü'nce yapılan kazı alanına, dere içinden giden patika yoldan ya da tarla yolundan ulaşılabilir. Bu çalışmalarda M.S. 2. yüzyıla tarihlenen, şehrin en görkemli yapıları olarak bilinen ve içinde sauna, güzellik salonu, spor salonu, konferans salonu gibi üniteleri barındıran Roma dönemi hamam yapısı ortaya çıkarılmıştır. Günümüze kadar ulaşmayı başaran Roma hamamı yapılarının, Hristiyanlıkla birlikte M.S. 4. ve 5. yüzyıllarda hamamların önemini kaybetmesiyle, kilise ve mezarlık olarak da kullanıldığına dair bulgulara ulaşılmıştır (<https://omtsa.ahievran.edu.tr>)

100. Yıl Atatürk Çamlıktepe Piknik Alanı: Çiçekdağı halkının piknik yapmak amacıyla sıklıkla gittikleri yer olan çamlıkta Çiçekdağı Belediyesi tarafından işletilen restoran ziyaretçilerin hizmetine açılmıştır. Ayrıca burada *Hoca Ahmet Veli Hazretleri Türbesi* de ziyaretçilerin uğrak yerlerinden birisidir.

Gastronomik Lezzetleri: Yöresel yiyecekler turistler açısından cazibe unsuru olarak görülmekte (Benli ve Yenipınar, 2018: 660) ve bunlara olan ilgi son zamanlarda artış göstermektedir (Zepeda ve Deal, 2009: 607). Yörede hüküm süren iklim, o bölgede yetiştirilen ürün türlerini etkilemektedir. Ayrıca her yörenin mutfak kültürü birbirinden farklı özellik göstermektedir. Ülkemizin tahıl ambarı olarak görülen İç Anadolu Bölgesi tahıl yönünden zengin olması nedeniyle bu yörede yapılan yemekler tahıl ağırlıklıdır. Buna rağmen iller arasında hatta ilçeler ve köyler arasında bile yapılan yemekler farklılık gösterebilmektedir. Bu bölgede neredeyse her ilde bulgur pilavı yapılmasına rağmen, Çiçekdağı, Çiçekdağı bulguru ve tereyağı ile yapılan Kürt

Pilavı, bulgur pilavı üzerine kırmızı et haşlama veya kavurma ile servis edilen Pehli ile bilinmektedir. Bunun yanında diğer yörelerde yufka ekmeği olarak isimlendirilen ancak Çiçekdağı'nda mayalı olarak yapılan Kürt Ekmeği (nan), ve yine buraya ait gabul, besmeç, arabaşı, tarhana, erişte, madımak, sirarun, hasıda, tırşık, oğmaç, dönderme, kesmeaşı, topalak, üzümlü (yemeği ve tatlısı), ... gibi İç Anadolu Bölgesi'nde yaygın olarak bulunan lezzetler de dikkat çekicidir.

Ağaç Oymacılığı: Yurt içinde ve başta Kuzey Afrika olmak üzere yurt dışında Osmanlı dönemine ait konak, köşk ve sarayların restorasyon çalışmalarında görev yapan ahşap ustası Ahmet Ay'ın emekli olduktan sonra evinin bahçesinde kurduğu atölye Çiçekdağı için bir çekicilik unsuru taşımaktadır. Farklı ağaç türlerini kullanarak Osmanlı mimarisini yansıtan köşk ve konak maketleri, padişahların kullandığı baston, sandık, rahle gibi birçok eşya üreten usta, Bozok Üniversitesi öğretim üyeleri ve öğrencilerine ahşap oyma, rahle ve maket yapımı ile minyatür el sanatları kursları vermektedir (Yıldız, 2019).

Belediyenin yakın zamanda hayata geçirilmesi planlanan "Çepni Mesire Alanı ve Evcil Hayvanlar Parkı" ile ailelerin vakit geçirebileceği bir sosyal tesis, çocuklar ve yetişkinler için binek atlar ve yöreye özgü hayvanları içeren projesi ilçe için bir çekicilik unsurudur. Ayrıca belediye bünyesinde kurulan kadın kooperatifi üyesi kadınların el emeklerini ve yöresel ürünleri tanıtıp satacakları, tarihi taşhan şeklinde ilçe meydanında yapılması düşünülen kapalı çarşı projesi de ilçeyi cazip hale getirecektir.

Bunlardan başka Çiçekdağı'nda inanç turizmi açısından potansiyeli olan ve insanların şifa bulmak amacıyla ziyaret ettikleri türbelerden bazıları şunlardır: Yediler Türbesi, Hoca Ahmet Veli Hazretleri Türbesi, Elvan Çelebi Türbesi, Mahsenli Ali Efendi Türbesi (1991'de Akçakent'e bağlanmıştır). Kapadokya bölgesine yakınlığı dolayısıyla da çekiciliğe sahip olan Çiçekdağı, Yozgat'ın Yerköy ilçesiyle iç içe durumdadır. Bu yönüyle Yerköy'ün sahip olduğu çekiciliklere kolaylıkla ulaşılabilir olması Çiçekdağı'na olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

Ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik, kara, hava, deniz ya da tren yolu ile turizm bölgelerine ve turistik işletmelere kolaylıkla ulaşılabilmeyi sağlayan altyapı olanaklarını ifade etmektedir (Göral ve Tuna, 2018:7). Ulaşılabilirlik, turistik destinasyona ulaşmak kadar, destinasyon içinde bir yerden diğer bir yere ulaşmak için gerekli ulaşım kolaylıklarının sağlanması açısından da değerlendirilmelidir. Destinasyonların sahip oldukları çekiciliklerin, turizm arzı oluşturabilmesi için ulaşılabilirlik, kilit rol oynamaktadır.

İpar ve Doğan'ın (2013) çalışmasına göre destinasyona ulaşılabilir olma özelliği; fiyat, konaklama işletmesinin sunduğu sağlık hizmetleri, havuz ve aquapark gibi alanların temizliği unsurlarının yanında, destinasyon yönetimi ve paydaşların dikkat etmeleri gereken ve yerli turist açısından oldukça önemli görülen bir unsurdur. Fernandez vd.,'nin (2020) uluslararası düzeyde en çok ziyaret edilen 80 ülkeyi ele aldıkları çalışmalarında turizmin rekabet gücünü belirleyen faktörler arasında bilgi iletişim teknolojisi gelişme düzeyi, kültürel ve doğal kaynaklar ve ülkenin açıklık derecesi (turist girişine yönelik engellerin olmaması) yanında ulaşım ve konaklama altyapısı da bulunmaktadır. Destinasyon her ne kadar büyük çekicilik unsurlarına sahip olsa da turizm merkezlerine uzaklığı ya da destinasyona ulaşım için altyapı olanaklarının yeterli olmaması, destinasyonun turistik bir ürün olarak pazarlanmasını zorlaştırıcı bir unsur olarak görülmektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2012:125). Ayrıca ulaşılabilirlik, destinasyon imajını açıklayan bir alt faktör olarak da karşımıza çıkmaktadır (Benli ve Yenipınar, 2018:670).

Çiçekdağı destinasyonu ulaşılabilirlik açısından değerlendirildiğinde; ilçeye karayolu ve tren yolu ile ulaşım yapılabilmektedir. Yerköy'e olan yakınlığı dolayısıyla (yaklaşık 6 km) Yozgat'a giden birçok otobüs firmasıyla da kolaylıkla ulaşılabilen Çiçekdağı, Kırşehir merkeze yaklaşık 70 km'lik mesafededir. Karayolu ulaşım açısından oldukça iyi durumdadır ve özel araçla ulaşım kolaylıkla sağlanmaktadır. Ankara-Sivas yüksek hızlı tren hattının tamamlanması ve Yerköy'de durağının bulunması, Çiçekdağı'na ulaşım kolaylığını büyük oranda etkileyecektir.

Turizm İşletmeleri

Turizm işletmelerinin buldukları destinasyonda ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılama özelliğinin yanında, bölge ekonomisine ve istihdama da etkisi bulunmaktadır (Güngör, 2018:523). Turizm endüstrisi, turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri içine alan bir sektör olması dolayısıyla; turizme temel olan ulaşım, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinden ayrı düşünülemez (Kozak, 2019:129).

Turizm olayı, bir yerden diğer bir yere hareketle başladığından turizm işletmeleri arasında ilk sırada *ulaştırma işletmeleri*; turistik bir destinasyona varduktan sonra barınma ve güvenlik gibi ihtiyaçları karşılamak amacıyla ikinci sırada *konaklama işletmeleri*; destinasyonda geçirilen süre boyunca gıda ihtiyacını karşılamak amacıyla da üçüncü sırada *yeme-içme işletmeleri* yer almaktadır (Kozak, 2019:129; TÜRSAB Akademi, 2020:2). Bunlardan başka turizm işletmeleri arasında; tur operatörleri, seyahat acenteleri, fuar ve kongre hizmeti sunan işletmeler, hediyelik eşya üreten ve satışı yapan işletmeler gibi çok sayıda işletme de sayılabilir (Kozak, 2019:129).

Çiçekdağı'nda bir otogar olmaması nedeniyle, ulaştırma hizmetleri diğer illerden, Yozgat-Yerköy veya Kırşehir işletmeleri tarafından karşılanmaktadır. Yozgat veya Kırşehir'den ise tek bir firma ile ulaşım sağlanmaktadır. Özel konaklama işletmelerinin bulunmadığı ilçe merkezinde ziyaretçilerin konaklayabileceği tek yer 6 oda kapasiteli öğretmenevidir. Bundan başka Bulamaçlı Kaplıcası'nın 20 yatak kapasiteli motel kısmı da konaklama işletmesi olarak sayılabilir. Yeme-içme işletmeleri açısından bakıldığında ilçe merkezinde Zahidem Parkı içinde belediye tarafından işletilen kafe dışında fast-food hizmeti veren sınırlı sayıda işletme bulunmaktadır. Ayrıca 100. Yıl Atatürk Çamlıktepe Piknik Alanı'nda yine belediye tarafından işletilen bir restoran bulunmaktadır.

Etkinlikler

Turistik ürünü oluşturan unsurlardan biri olan ve turizm talebi yaratmada etkili olan etkinlikler arasında; fuar, kongre, bayram, şenlik, karnaval, spor organizasyonu, festival vb. sayılabilir (Kozak 2019:129). Çiçekdağı'nda belediye tarafından en son 5.si düzenlenen (29-30 Eylül 2023) Geleneksel *Bulgur Festivali* birçok sanatçı konseri eşliğinde ilçe halkı ve yakın yerlerden gelen ziyaretçilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. 30 Eylül-1 Ekim 2022'de 4.sü düzenlenen festivalde ise katılanlara bulgur pilavı ikram edilmiş, çocuklar için pamuk şeker, Osmanlı macunu ve şerbeti, patlamış mısır ikramı yapılmıştır. Sihirbaz gösterilerinin de yer aldığı festival, ünlü sanatçıların konserleri ve çeşitli eğlencelerle kutlanmıştır. Yine Çiçekdağı Belediyesi tarafından ilçe gençlerinin ve üniversite öğrencilerinin güzel vakit geçirmesi ve eğlenmesine yönelik, konserlerin yer aldığı *Gençlik Festivali* de 2022'de haziranın ilk haftasında gerçekleştirilmiştir. Gelenekselleştirilmesi düşünülen bu festival ile de ilçe, gençler açısından bir cazibe unsuru haline getirilmeye çalışılmaktadır.

Festivaller, destinasyon üzerinde tanıtıcı etkisinin yanında, gelen turist sayısını artırıcı, bölge için ekonomik, sosyal ve kültürel fayda sağlayan ve destinasyonun imajının güçlenmesinde büyük

rolü olan etkinliklerdir (Çetinkaya, 2018:448). Literatürde yapılan kimi çalışmalar da (Prentice ve Andersen, 2003; Kim vd., 2007; Boyle vd., 2012; Tayfun ve Arslan, 2013) festivallerin turizm üzerinde çeşitli etkileri olduğunu göstermektedir.

İmaj

Turizm ürünlerinin soyut ve sahip olduğu özelliklerin birbirine benzer olması dolayısıyla, birbirleriyle rekabet noktasında destinasyon imajı kilit rol oynamaktadır (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2017: 7). Kurum, kişi ya da olayların insanların zihninde, anlayışında ya da inancında yarattığı iz olarak tanımlanan imaj (Argan ve Katırcı, 2002:315), turizm arzı içerisinde değerlendirilen unsurlardan birisidir (Özdemir ve Kervankıran, 2012: 124).

Kişilerin bir destinasyona dair inanç, düşünce ve izlenimlerinin bütününden oluşan destinasyon imajı (Crompton, 1979: 18), bir destinasyon hakkında hedef pazara yönelik istenilen mesajların iletilmesi; ürün, hizmet ya da destinasyonların tanıtımı ve konumlandırılmasında (Göker, 2011:10) olduğu gibi destinasyona gerçekleştirilen ziyaretler ile tekrar ziyaret etme isteği ve olumlu destinasyon imajının oluşturulmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Gün ve Kılıç, 2022:517).

Destinasyon imajı, kişilerin destinasyonla ilgili algı ve beklentilerinin yansıması (Buhalis, 2000:101) olmakla birlikte turistlerin destinasyona karşı tutumlarında ve satın alma kararlarında doğrudan etkilidir (Pike, 2015:201). Yapılan araştırmalara göre (Chon, 1990; Baloğlu ve McClearly, 1999; Gallarza, Gil Saura ve Calderon Garcia, 2002) destinasyon imajı, bir destinasyonun pazarlanmasında ve turistlerin karar verme aşamasında büyük önem taşımaktadır.

Benli ve Yenipınar'ın (2018) çalışmasında turistlerin destinasyon imajı algılarında önemli gördükleri hususlar arasında; “doğal ve tarihi zenginlikler, yerel mutfak kültürü zenginliği ve alışveriş olanaklarının çeşitliliği” yer almaktadır. Çiçekdağı'nın turistik bir ürün olarak sunulmasında, halen devam eden ve henüz turizme açılmamış olan Büyüktefle'kte yapılan arkeolojik kazı çalışmasında bulunan Roma dönemine ait hamam ve birçok yapının bulunduğu tarihi bölge, Çiçekdağı için bir turizm potansiyeli taşımaktadır. Bunun yanında yöreye özgü lezzetler de destinasyon imajının oluşturulmasında etkili olarak görülebilir. Ancak bu lezzetlerin tadılması noktasında, ilçede, menüsünde yöresel lezzetler içeren işletme henüz bulunmamaktadır.

Çiçekdağı denince ilk akla gelen isim, Abdallık kültürünün temsilcisi, Türk halk ozanı Neşet Ertaş'tır. 1938'de Çiçekdağı'nın Kırtıllar köyünde (günümüzde Akpınar ilçesine bağlıdır) dünyaya gelen, *Bozkır'ın Tezenesi* olarak da bilinen Ertaş, 2009 yılında UNESCO'nun *Yaşayan İnsan Hazinesi* envanterine girmiştir (Vikipedi, 2022). Çiçekdağı'nın akıllara gelmesini sağlayan ünlü sanatçıya dair kültür ve sanat etkinliklerinin (konser, festival vb.) düzenlenmesinin, yapıların oluşturulmasının (anıt, müze vb.) destinasyonun imajını kuvvetlendireceği düşünülmektedir. Nitekim 2023 yılında ilçede gerçekleştirilen imar ve ihya çalışmaları kapsamında, Çiçekdağı Kent Meydanı'na Neşet Ertaş'ın elinde sazının olduğu bir heykeli dikilerek, ilçenin Neşet Ertaş ile olan imajı güçlendirilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu çalışmada Çiçekdağı, bir yerin turistik bir destinasyon olarak nitelendirilmesinde gerekli olan unsurlar (çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, etkinlikler ve imaj) açısından ele alınmıştır.

Çiçekdağı turizminin ilk kez ele alınması dolayısıyla alana katkı sağlayacağı düşünülen bu çalışmada ulaşılan sonuçlar ve önerilere bu bölümde yer verilmeye çalışılmıştır.

“Kırşehir İli Mekansal Öngörüler Eylem Planı”nda *Bulamaçlı Kaplıcası* için belirlenen plan çerçevesinde 2018-2019 yılları için kaplıcanın su bütçesinin oluşturulması, kaplıca kenti oluşturulmasına dair projelerin geliştirilmesi, imar planı ve kentsel tasarım çalışmalarının yapılması ve tesisin eksikliklerin belirlenmesi kararları; 2020-2021 yılları için çevre düzenleme çalışmalarının yapılması, yol ve otopark alanlarının iyileştirilmesi ve tanıtım faaliyetlerinin yapılması kararları; 2021-2023 yılları için ise tesisin altyapı ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesi, tanıtım faaliyetlerinin sürdürülmesi, tur operatörleri ile görüşmelerin yapılması ve tesislerin bakım-onarımının yapılması kararları alınmıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, 2018:372). Belediye’den alınan bilgiler doğrultusunda bu eylem planına yönelik faaliyetlerin henüz gerçekleştirilmediği görülmektedir. Bu planın dışında Bulamaçlı Kaplıcası ile ilgili belediye tarafından teknik kısımları tamamlanan, modern bir kaplıca tesisi projesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliği ile hayata geçirilmesi planlanmaktadır.

Kırşehir İli Tabiat Turizmi çalıştay sonuç bildirisinde; “alanlarda ev pansiyonculuğu konusunun gündeme getirilmesi”, “yöresel ürünlerin sergilenip satışının yapılmasına uygun yapılar yapılması” gibi hususlar yer almaktadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2016:83). Buna göre Çiçekdağı’nın turistik bir ürün olması için gerekli olan unsurlardan konaklama işletmeleri noktasında eksikliğinin olduğu göz önüne alındığında ev pansiyonculuğu hususunda çalışmalar yapılabilir. Bunun yanında yörede üretilen yöresel ürünlerin ziyaretçilerle buluşmasında da ilçe merkezinde kolaylıkla erişilebilir bir konumda yapılara yer verilmesi hususu da önem taşımaktadır. Zira alıcıyla buluşmayan bir ürünün turistik bir değer taşıması da imkânsızlaşmaktadır. Bunun yanında destinasyonun turistik ürün olarak ziyaretçileriyle buluşma noktasında öncelikle alt ve üst yapı sorunlarına eğilmeli ve daha önce de belirtildiği üzere ziyaretçilerin temel ihtiyaçları olan yeme-içme ve bunun yanında konaklama sorununun da Çiçekdağı özelinde çözülmesi elzem görülmektedir.

Küresel pazarda ziyaretçilerle, turistik destinasyonların pazarlanması ve markalaşmasında önemi giderek artan yöreye ait kültürel çekicilikler bir araya getirilerek bir turizm deneyimi yaratılmaktadır (Göral ve Tuna, 2018:3). Çiçekdağı açısından bakıldığında Çiçekdağı, Abdallık kültürü, düğünleri, yemekleri, bozlakları, el sanatları gibi unsurlarıyla yerel kültürel çekiciliklere sahiptir. Bu çekiciliklerle ziyaretçilerin bir araya getirilmesi noktasında henüz turistik bir değeri olmayan Çiçekdağı’nın halkı, bölgede bulunan işletmeler ve yerel yöneticilerin ortak paydasında bu potansiyeli gerçekleştirecek güce sahip olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda Çiçekdağı denildiğinde ilk akla gelen isimlerden biri olan Neşet Ertaş’ın adı kullanılarak bir kültür, sanat ve turizm merkezi yapılabilir. Bu merkezin çatısı altında her bir salona Neşet Ertaş’ın meşhur türkülerinin isimleri verilerek merkez içinde; yöresel lezzet evi, kafeler, kütüphane, konaklama tesisi; Neşet Ertaş’a ait özel eşyalar ve fotoların sergilendiği, hayatına dair kesitlerin olduğu video gösterimlerinin yapıldığı, arka planda türkülerinin çalındığı, balmumu heykelinin yer aldığı bir müze evi oluşturularak, müzenin bir kısmı sanat evi haline getirilip alanında uzman kişilerin, abdallık kültürüne temel olan enstrümanların (saz, bağlama, keman, vb.) eğitimini vermeleri ve sanatlarını icra ederek tüketicilerle buluşması sağlanabilir.

Destinasyonlar rekabetçi küresel pazarda farklılaşma aracı olarak, o bölgeye ait kültürü temsil eden yemekleri araç olarak kullanabilirler (Lee ve Arcodia, 2011: 4). Sürdürülebilir turizmde önemli bir rolü olan yöresel mutfakları oluşturan yerel yiyecek ve içecekler, turistlerin buldukları destinasyonda karşılaştıkları manzaralarla bağlantı kurularak, destinasyonun imajının geliştirilmesinde etkili olmaktadır (Sims, 2009: 333). Çiçekdağı, tarımsal arazilerin çoğunlukla bulunduğu ve hayvancılığın yapıldığı bir yöredir. Bu nedenle Çiçekdağı’na

gelindiğinde, tarım arazileri ve mandıralarla karşılaşmak mümkündür. Tarımsal ve hayvansal ürünler, yeme içme kültürünü de etkilemiştir. Çevre illerinde olduğu gibi Çiçekdağı'nda da tahıl, sofraların baş tacıdır. Çiçekdağı mutfağı denince *Kürt Pilavı* ve *Kürt Ekmeği* ilk akla gelenlerdir. Turistik bir ürün olarak Çiçekdağı ele alındığında, destinasyon imajının geliştirilmesinde kendine özgü bu gastronomik lezzetleri ön plana çıkarılabilir.

Lee ve Arcodia'nın (2011) çalışmasında destinasyonda gerçekleştirilen yiyecek festivallerinin destinasyona yönelik imaj algılarını olumlu bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Royo-Vela'nın (2009) çalışmasında da destinasyon imajının oluşmasındaki temel değişkenler arasında yöresel yiyeceklerin yer aldığı ifade edilmiştir. Bu çalışmalar doğrultusunda *Çiçekdağı Geleneksel Bulgur Festivali* bu kapsamda değerlendirilse de Çiçekdağı'nın turistik bir ürün olmasını sağlamak amacıyla, Çiçekdağı'nın yerel lezzetlerini ön plana çıkaracak yiyecek festivallerinin yanı sıra kültürünü tanıtmaya yönelik etkinlikler de düzenlenebilir.

Çiçekdağı'nda Roma dönemine ait izler sürülmektedir. Akçakent'e bağlı Hacı Fakılı Köyü'nün yakınlarında bulunan antik kentte, üzerinde bir Roma askerinin Avrupa ülkelerinde ve Anadolu'daki mesleki hayatından kısaca bahsedilen yazıt, Kırşehir Arkeoloji Müzesi'ne getirilmiştir. Bunun yanında Roma ve erken Bizans dönemine ait çok sayıdaki mezar steli, yazıt ve mimari kalıntı; Roma dönemine ait, mermerden yapılmış insan, kartal ve aslan heykelleri ve mezar stelleri de müzeye getirilen eserler arasındadır (Göktürk, 2008:14; akt. Ünsal, 2014:67-68). Kırşehir Arkeolojik Müzesi ziyaret edilerek görülme imkânı tanınan bu eserlerden başka Büyükteflekle arkeolojik kazı çalışmasında ortaya çıkarılan Roma dönemine ait yapıların ziyaretçilerle buluşabilmesi için turizme açılması, Çiçekdağı'nın kültür beşiği olgusuna vurgu yapılarak kazı alanının tanıtımının yapılmasına yönelik planlamalar yapılması önem taşımaktadır.

Kırşehir yöresi Abdalları'nın Çiçekdağı ilçesine bağlı Çepni Köyü'ndeki Elvan Çelebi Türbesi'ni çocuk sahibi olabilmek için ziyaret ettikleri bilinmektedir. Ziyaret sonrası çocuğu olanların ise doğan çocuklarına türbeye adını veren *Elvan* adının konduğu görülmektedir (Ayata, 2006:101). Görüşülen kişilerden alınan bilgilere göre, bu ad o yörede yaygın olmakla birlikte, köyün dışından gelen insanlar da çocuk sahibi olduktan sonra çocuklarına kız veya erkek farketmeksizin Elvan adını vermekte ve kurban adamaktadırlar. Çiçekdağı'na bağlı köylerde bulunan türbelerin hangi dertlere deva olduğu etraflıca araştırılarak belediyenin sayfasında ve sosyal medya ortamlarında paylaşılması, Çiçekdağı için bir inanç turizmi potansiyeli oluşturabileceği düşünülmektedir.

Turistik çekicilik üzerinde etkisi olan efsaneler, turist rehberleri tarafından kullanılmakta olup, tanıtım için bir pazarlama aracı olarak görülmektedir (Aktaş ve Batman, 2010:367). Çiçekdağı'nın bazı köylerinde efsaneleşmiş hikâyelere de rastlanmaktadır. Örneğin; Çepni Köyü'ndeki Ak Kız tepesinde üç kardeşe ait olan ağaçlardan birinin kesilmesi sonucu, kesen kişi ve öküzünün öldüğü, ağaçtan da kan akmaya başladığı söylenir. Başka bir hikâyeye göre de yine Çepni Köyü'nün At tepesinde tarlası bulunan kişinin tarlasını öküzü ile sürmeye gittiğinde bir geyiğin yanına gelmesi ve köylünün öküzün yanı sıra geyiği de tarlaya sürdüğü, ancak geyiğin yorulduğu bir gün dinlendiği esnada köylünün çok az kalmış tarlanın işi için geyiği yattığı yerden kaldırarak tarlayı sürdürmesi üzerine geyiğin bir daha gelmediği rivayet edilir (Çiçekdağı Kaymakamlığı, 2022). Yörede bilinen bu ve benzeri hikâyeler, efsane turizmi açısından bir potansiyele sahiptir. İlçede turizm amaçlı faaliyetlerde buna ilişkin bir planlama yapılması ve rehberler aracılığıyla bu efsanelerin kullanılarak destinasyonun pazarlanmasında kullanılması önerilebilir.

Türkiye'nin resmi tanıtım sayfası GoTürkiye'nin Kırşehir sayfasında tadılması gereken lezzetler arasında, Çiçekdağı'nın meşhur lezzetleri de yerini almıştır. Bunun yanında, ilgili sayfada

Kırşehir'in cazibeleri arasında Bulamaçlı Kaplıcası'na da yer verilmiştir. Sayfada Kırşehir için çizilen gezilecek rotalar arasında termal tesislerinin de olduğu görülmekle birlikte, detaylı bilgi verilmemiştir. Abdal geleneğinin temsilcilerinin yaşadığı, Ozanlar diyarı Çiçekdağı, müzik kültürüyle de bir yelpaze sunmaktadır. Urfa'yla özdeşleşen sıra geceleri geleneğinde olduğu gibi Çiçekdağı'yla özdeşleşen Abdallık kültürü geleneğinin de ön plana çıkarılmasına yönelik sıra gecelerine benzer etkinliklerin destinasyonda düzenlenmesi ve GoTürkiye-Kırşehir sayfasında buna yer verilmesi için yerel yönetimlere ve işletmelere bu yönde girişimlerde bulunmaları önerilmektedir. Ayrıca bir kültürün tanıtılmasında önemli bir yeri olan medya unsurlarının dizi, film veya belgeselleri araç olarak kullanarak Çiçekdağı'ndaki Abdallık kültürünün daha geniş kitlelere duyurulması ve ilgi çekici hale getirilmesi sağlanabilir.

Ülkelerin ekonomilerinin gelişmesinde turizmin büyük etkisinin olduğu göz önüne alındığında (Liu vd., 2019; Higgins-Desbiolles, 2020) Çiçekdağı'nın sahip olduğu turizm potansiyelinin değerlendirilmesi, turistik ürün özelliği taşıyan unsurların belirlenerek tüketiciyle buluşmasının sağlanması, bu ürünlerin tanıtım ve pazarlamasının yapılması önem taşımaktadır. Bu noktada başta yerel yöneticiler olmak üzere bütün paydaşların birlikte hareket etmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, Çiçekdağı turistik ürün olma özelliğini büyük oranda taşımasına rağmen, ilçede turizm işletmeleri açısından oldukça büyük bir eksiklik olduğu görülmektedir. Bunun yanında etkinlik sayılarının artırılması, yöresel ürünlerin ziyaretçilerle buluşacağı pazarların açılması, konaklama için farklı alternatiflerin sunulması, destinasyona yönelik tanıtım faaliyetlerinin artırılmasının destinasyona yapılacak turistik amaçlı ziyaretleri artıracacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Acharya, B. P. and Halpenny, E. A. (2013). Homestays as an Alternative Tourism Product for Sustainable Community Development: A Case Study of Women-Managed Tourism Product in Rural Nepal, *Tourism Planning & Development*, 10 (4): 367-387.

Akbulut, A. (2012). Techno-Economic Analysis of Electricity and Heat Generation from Farm-Scale Biogas Plant: Çiçekdağı Case Study, *Energy*, 44(1): 381-390.

Akgöz, E., Göral, R. ve Tengilimoğlu, E. (2016). Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Sürdürülebilir Destinasyonları Açısından Önemi, *Akademik Bakış Dergisi*, 55: 397-407.

Aktaş, S. ve Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma, *Social Sciences*, 5 (4): 367-395.

Argan, M. ve Katırcı, H. (2002). *Spor Pazarlaması*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Ayata, S. (2006). *Kırşehir Yöresi Abdallarının Dini İnançları Üzerine Bir İnceleme*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Baloğlu, Ş. and McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation, *Annals of Tourism Research*, 26 (4): 868-897.

Benli, S. ve Yenipınar, U. (2018). Yerel Yiyecek Deneyiminin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Mersin'i Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Bir Araştırma, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (82): 658-685.

Benur, A. and Bramwell, M. B. (2015). Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations, *Tourism Management*, 20: 213-224.

Boyle, S., Joham, C. and Abdullah, A. (2012). The Hong Kong Arts Festival and Cultural Activity Choices, *International Review of Business Research Papers*, 8 (4): 131-143.

- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21(1): 97–116.
- Chon, K. S. (1990). The Role of Destination Image in Tourism: A Review and Discussion, *The Tourist Review*, 45 (2): 2-9.
- Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image, *Journal of Travel Research*, 17 (4): 18-23.
- Çetinkaya, N. ve Yıldız, S. (2018). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Erzurum Lavaş (Acem) Ekmeğinin Turistik Ürüne Dönüştürülmesine Yönelik Bir Çalışma, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (Ek.1): 430-452.
- Çiçekdağı Kaymakamlığı (2022) *Tarihçe*. [Online] <http://www.cicekdagi.gov.tr/tarihce> [Erişim Tarihi: 07.10.2022].
- Fernandez, J. A. S., Azevedo, P. S., Martin, J. M. M. and Martin, J. A. R. (2020). Determinants of Tourism Destination Competitiveness in the Countries Most Visited by International Tourists: Proposal of a Synthetic Index, *Tourism Management Perspectives*, 33: 1-13.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. and Garcia, H. C. (2002). Destination Image: Towards a Conceptual Framework, *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 56-78.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Göktürk, M. (2008). *Tarihi ve Anıtları Işığında Kırşehir Mezar Taşları, Mezardaki Hayatlar*, Ankara: Kırşehir Belediyesi.
- Göral, R. ve Tuna, M. (2018). Kültürel Çekiciliklerin Turizm Sektörü Rekabetçiliği Açısından Önemi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1: 1-12.
- Gülyüz, E., Kaymakci, N., Meijers, M. J., Van Hinsbergen, D. J., Lefebvre, C., Vissers, R. L. M., Hendriks, B. W. H. and Peynircioğlu, A. A. (2013). Late Eocene Evolution of the Çiçekdağı Basin (central Turkey): Syn-Sedimentary Compression During Microcontinent–Continent Collision in Central Anatolia, *Tectonophysics*, 602: 286-299.
- Gün, S., Kılıç, G. D. (2022). Destinasyon İmajı, Bütüncül İmaj ve Kişisel Normatif İnançların Yeniden Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Siirt İli Örneği, *BMIJ*, 10 (2): 515-529.
- Güngör, Ş. (2018). İç Anadolu Bölgesi'nin Turizm Coğrafyası, (Editörler) Duran, E. ve Sertkaya Doğan, Ö.) *Türkiye Turizm Coğrafyası* içinde (ss.501-542). İstanbul: Paradigma Akademi.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising Tourism for Social and Ecological Justice After Covid-19, *Tourism Geographies*, 22(3): 610-623.
- https://omtsa.ahievran.edu.tr/kullanicidosya/files/kirsehir_gezi_rehberi050116%20%28%29.pdf [Erişim Tarihi: 19.09.2022].
- İpar, M. S. ve Doğan, M. (2013). Destinasyonun Turist Açısından Önem-Memnuniyet Modeli ile Değerlendirilmesi: Edremit Üzerine Bir Uygulama, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (13): 129-154.
- Karavelioğulları, F. A., Vural, M. ve Polat, H. (2005). Çiçekdağı (Kırşehir) Florası, *Ot Sistematik Botanik Dergisi*, 12(2): 63-102.
- Kırşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Mahmutlu Kaplıca*. [Online] <https://kirsehir.ktb.gov.tr/TR-196431/mahmutlu-kaplica.html> [Erişim Tarihi: 03.10.2022].

- Kırşehir Valiliği (2022). *Çiçekdağı*. [Online], <http://www.kirsehir.gov.tr/cicekdaği> [Erişim Tarihi: 01.09.2022a]
- Kırşehir Valiliği (2022). *Kaplıcalar ve Şifalı Sularımız*. [Online] <http://www.kirsehir.gov.tr/kaplıcalar-ve-sifali-sularımız> [Erişim Tarihi: 16.09.2022b].
- Kim, H., Cheng, C. K. and O'Leary, J. T. (2007). Understanding Participation Patterns and Trends in Tourism Cultural Attractions, *Tourism Management*, 28: 1366-1371.
- Kozak, N. (2019). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). *Termal Turizm Master Planı 2007-2023*. [Online] <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/21666,ttmp.pdf?0> [Erişim Tarihi: 03.10.2022].
- Lee, I. and Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding, *International Journal of Tourism Research*, 13: 355-367.
- Liu, H., Liu, Y., Wang, Y. and Pan, C. (2019). Hot Topics and Emerging Trends in Tourism Forecasting Research: A Scientometric Review, *Tourism Economics*, 25(3): 448-468.
- MacKay, K. J. and Campbell, J. M. (2004). An Examination of Residents' Support for Hunting as a Tourism Product, *Tourism Management*, 25: 443-452.
- Mitchell, R., Charters, S. and Albrecht, J. N. (2012). Cultural Systems and The Wine Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, 39 (1): 311-335.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik Kimlik ve Gastronomik Turizm Ürünlerinin Sınıflandırılması Üzerine Nitel Bir Araştırma: Alanya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 39-60.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı (2016). *Kırşehir İli Tabiat Turizmi Uygulama Eylem Planı, 2016-2019*, Kırşehir.
- Özaltaş Serçek, G. ve Serçek, S. (2017). X, Y ve Z Kuşaklarındaki Turistlerin Destinasyon İmaj Algılarının Karşılaştırılması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (1): 6-19.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2012). Afyonkarahisar İlinin Turizm Gelişimi ve Çekicilikleri, *Sosyal Bilimler Dergisi*, XIV (1): 123-142.
- Pike, S. (2015). *Destination Marketing: Essentials*. NY: Routledge.
- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A. and Hemingway, A. (2016). Exploring Well-Being as a Tourism Product Resource, *Tourism Management*, 55: 94-105.
- Prentice, R. and Andersen, V. (2003). Festival as Creative Destination, *Annals of Tourism Research*, 30: 7-30.
- Royo-Vela, M. (2009). Rural-Cultural Excursion Conceptualization: A Local Tourism Marketing Management Model Based on Tourist Destination Image Measurement, *Tourism Management*, 30: 419-428.
- Salur, A. ve Özaraç, Ö. (2004). Additional Notes on the Odonata Fauna of Çiçekdağı (Kırşehir), Turkey, *Gazi University Journal of Science*, 17(1): 11-19.
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (2018). *KOP Bölgesi Entegre Turizm Master Planı-Nihai Plan ve Plan Raporu*, Ankara: BELDA Ltd.
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M. and Moliner, M. A. (2006). Perceived Value of The Purchase of a Tourism Product, *Tourism Management*, 27: 394-409.

- Sırakaya, E., Petrick, J. and Choi, H. S. (2004). The Role of Mood on Tourism Product Evaluations, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 517-539.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience, *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3): 321–336.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23: 79-89.
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2): 192-206.
- Temiz, U. ve Gökten, Y. E. (2015). Hacıdurakh-Cicekdagi (Kirsehir) Earthquake (Mw= 5.0); Implications About Related Structures and Tectonic Environment, Central Anatolia-Turkey, *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 59(2): 155-166.
- TÜRSAB Akademi (2020). *Turizm Ürün ve Hizmetleri*, <https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/turizm-urun-ve-hizmetleri.pdf>
- Uyar, M. (2021). Turistik Ürün Olarak Yerel Mutfağın Turist Tiplerinin Seyahat Motivasyonu ve Seyahat Deneyimlerine Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1): 236-252.
- Ünsal, V. (2014). Kırşehir (Siyasi Tarihi ve Kırşehir Tarihi Bibliyografyası), (Editör) Özüçetin, Y.: *Eskiçağda Kırşehir içinde* (ss.9-89) Ankara: Gökçe Ofset Matbaacılık.
- Vikipedi (2022). *Neşet Ertaş*, [online] https://tr.wikipedia.org/wiki/Ne%C5%9Fet_Erta%C5%9F [Erişim Tarihi: 03.10.2022].
- Vural, M, Karavelioğulları, F. A. ve Polat, H. (1997). Çiçekdağı (Kırşehir) ve Çevresinin Etnobotanik Özellikleri, *Ot Sistemik Botanik Dergisi*, 4(1): 117-124.
- Yamaç, Z. ve Zengin, B. (2015). Sakarya Destinasyonunun İmaj Algısına Yönelik Bir Araştırma, *İşletme Bilimi Dergisi*, 3(2): 55-75.
- Yerköy Haber Gazetesi (2022). *Çiçekdağı Değerleriyle Büyüyüp, Gelişecek* [Online] <https://yerkoyhabergazetesi.com/cicekdagi-degerleriyle-buyuyup-gelisecek/> [Erişim Tarihi: 19.09.2022].
- Yıldırgan, R ve Zengin, B. (2014-Kış). Turizm Ürünlerinin Pazarlanmasında Fiziksel Kanıt Stratejileri, *Bilgi*, 29: 69-83.
- Yıldız, A. (2019). *Osmanlı Sanatını Ahsap Eserlerde Yaşatıyor* [Online] <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/osmanli-sanatini-ahsap-eserlerde-yasatiyor-/1382257> [Erişim Tarihi:19.10.2022].
- Yıldız, K., Gökpınar, S., Sürsal, N. ve Değirmenci, R. (2017). Kırşehir İli Çiçekdağı İlçesi'nde Yetiştirilen Süt İneklerinde Neospora caninum'un Seroprevalansı, *Türkiye Parazitol Derg*, 41: 135-138.
- Zepeda, L. and Deal, D. (2009). Organic and Local Food Consumer Behaviour: Alphabet Theory, *International Journal of Consumer Studies*, 33 (6): 697-705.