

Yozgat Turizminde Doğa ve Teknolojinin Uyumu: Hazine Avı¹

Güntekin ŐİMŐEK²

Öz

Günümüzde küresel konumlama sistemlerindeki teknolojik gelişim hayal gücümüzle sınırlıdır. Küresel konumlama cihazları ile dünyanın herhangi bir yerindeki konumumuzu kesin değerlerle belirleyebiliriz. İnternet ağı sayesinde dünya üzerinde büyük bir potansiyel ortaya çıkmıştır. “Hazine avı” olarak bilinen bu özel ilgi turizmi, destinasyonları tanıtmının ve pazarlamanın yeni bir yolu olarak görülmektedir. Yerel yönetimler ve turizm işletmeleri arasında işbirliğini imkan sağlayan hazine avı turizmi, aynı zamanda farklı deneyimler yaşamak isteyen turistlerinde beklentilerine cevap vermektedir. Geocaching (Hazine avı), katılımcıların, küresel konumlama sistemleri kullanarak “hazine”yi (kutu, sandık, vb.) saklama ve bulma süreçlerinden oluşan bir açık hava faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Şifreleme ve bulmaca gibi hazine avcısını yönlendirecek bir takım ipuçları sunulmakta ve hazin avcısı haritalar vb. yön bulma uygulamaları ile hazine avına başlanmaktadır. Yürüyüş ve trekking içeren hazine avı turizmi bir çeşit doğa sporu olarak da bilinmektedir. Basit olarak “hazine” yani kutu su geçirmeyen plastik bir kap olarak tasarlanmaktadır. İçinde log defteri, kalem ve bulacak kişiye hoşluk olması açısından isteğe bağlı olarak küçük hediyelikler, anahtarlık, mum gibi küçük eşyalar olabilmekte bunun dışında azda olsa organizatör tarafından büyük ödüllerde konulmaktadır. Çalışma, teknoloji ve doğa birlikteliği “geocaching” ile, Yozgat ili doğa turizminde yeni ürün oluşturulmasına yönelik bir literatür taraması üzerine kurulmuştur. Çalışmanın temel amacı Yozgat ilinin turizm potansiyelinin doğa ve teknoloji uyumu ile ortaya çıkarmaktır. Çalışmada Yozgat ilinin turizm potansiyelini doğru kullanmak için Geocaching (hazine avı) turistik ürününün belirli gerekçeler ile uygun olduğu saptanmıştır. Bu çerçevede yerel yönetimlere öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Doğa turizmi, Alternatif turistik ürün, Hazine avı, Konumlama sistemleri

The Harmony of Nature and Technology in Yozgat Tourism: Geocaching

Abstract

Today, technological development in global positioning systems is limited by our imagination. With global positioning devices, we can determine our position anywhere in the world with precise values. Thanks to the internet network, great potential has emerged in the world. This special interest tourism, known as "treasure hunt", is seen as a new way of promoting and marketing destinations. Treasure hunt tourism, which enables cooperation between local governments and tourism enterprises, also responds to the expectations of tourists who want to experience different experiences. Geocaching (Treasure hunt) is defined as an outdoor activity consisting of participants' processes of storing and finding the "treasure" (box, chest, etc.) using global positioning systems. A number of tips are provided to guide the treasure hunter, such as encryption and puzzles, and treasure hunter maps, etc. It starts treasure hunt with direction finding applications. Treasure hunt tourism, which includes walking and trekking, is also known as a kind of nature sport. It is simply designed as a "treasure", that is, the box as a waterproof plastic container. There may be small gifts, key rings, candles, and so on, as well as small items such as log book, pen and the person who will find it. The study is based on a literature review for the creation of new products in nature tourism in Yozgat province with the “geocaching”, which is the combination of technology and nature. The main purpose of the study is to reveal the tourism potential of Yozgat province with the harmony of nature and technology. In the study, it was determined that the Geocaching (treasure hunt) touristic product is suitable for certain reasons in order to use the tourism potential of Yozgat province correctly. In this framework, suggestions were submitted to local governments.

Key Words: Ecotourism, GPS, New touristic product, Treasure hunt

Atıf İçin / Please Cite As:

Őimőek, G. (2020). Yozgat turizminde doğa ve teknolojinin uyumu: hazine avı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 629-636.

Geliş Tarihi / Received Date: 05.02.2019

Kabul Tarihi / Accepted Date: 17.07.2019

¹ Bu çalışma Yozgat'ta düzenlenen II. Uluslararası Bozok Sempozyumu'nda (4-6 Mayıs 2017) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Üyesi - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gsimsek@adu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-3068-8267

Giriş

Bir bölge için kalkınma hedeflerinin başarılabilmesi; o yerin kalkınma hedeflerinin önünde engel teşkil eden sorunların ve çözüm önerilerinin doğru belirlenmesi, çözüm önerilerinin hayata geçirilmesi ve potansiyelinin gereğince değerlendirilmesi için doğru stratejiler geliştirilmesi ve geliştirilen stratejilerin başta yerel kurum ve kuruluşlar olmak üzere tüm ilgililerce sahiplenilmesi ve uygulanmasından geçmektedir. Turizm faaliyetlerinin de uzun dönemde sürdürülebilir olması için geniş kapsamlı, dikkatli, katılımcı ve paylaşımcı olarak iyi planlanması, sürecin etkin bir şekilde yönetilmesi ve izlenmesi gereklidir.

Ülkemizde özellikle son yıllarda turizm faaliyetlerine ilişkin yapılan planlamalarda, turistik ürünün çeşitlendirilmesi üzerinde durulmaktadır. Büyük oranda deniz-kum-güneş odaklı katılım ve tüketimler belli mevsimlerde yoğunlaşmakta, diğer mevsimlerde ise turistik ürün ve hizmet olanaklarından yeterince yararlanılmamaktadır. Bu kapsamda özellikle Türkiye'nin 2023 yılına yönelik turizm odaklı stratejilerinde, turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yıla yayılması üzerinde durulmaktadır.

Doğal alanlarda turizmin planlanması ve yönetimi çok önemli ve hassas bir husustur. Tabiatı korumanın geleceği kırsal alanların geleceğine, kırsal hayatın korunmasına ve sağlıklı yürüyen bir kırsal ekonomiye bağlıdır. Kırsal alanlardaki düşük ve dağınık nüfus ile beraber yetersiz gelir söz konusu olduğunda bu alanların turizm köyleri, kırsal turizm ve spor odaklı turizm faaliyeti gibi faaliyetler için kullanılması önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı turizm potansiyelini kullanabilmek adına doğa ve teknoloji ile ortaya çıkan geocaching (hazine avı) faaliyetinin Yozgat iline uygunluğunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda "Yozgat ili hazine avı turizmi için uygun mudur?" çalışmanın temel sorusuna cevap aranacaktır. Çalışma kapsamında ilk olarak turizm ve teknoloji başlığı çerçevesinde değişen ve gelişen turizm anlayışı üzerinde durulacaktır. Daha sonra teknolojik ürünlerin turizme katılma etkisinden, hazine avı faaliyetinin içeriğinden ve tarihçesinden bahsedilecektir. Türkiye'deki hazine avı projeleri ve uygulamaları çalışmaya yansıtıldıktan sonra Yozgat ili için uygunluğu tartışılacaktır. Son olarak çalışmada bölgeye ve yerel yönetimlere bir takım öneriler sunulması planlanmıştır.

Çalışmanın bir fikir beyan etmesi, turizm potansiyelinin Yozgat ilinde kullanılması adına önem taşımaktadır. Ayrıca literatürü destekleyecek olan bu çalışmanın, Yozgat ilinde bulunan turistik işletmelerin, Yozgat ili yerel yönetimlerin ve İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan kurum ve kuruluşların yapacakları projeleri desteklemesi adına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Hazine avı oyunu küresel konumlama cihazları kullanılarak oynan bir oyundur ve literatüre İngilizce geocaching şeklinde girmiştir. Ülkemizde oyun olarak çok yeni olması nedeniyle İngilizce karşılığı ile kullanılmıştır, fakat geçmişte küresel konumlama cihazları kullanılmadan oynan benzer bir oyun ile eşleştirilerek, özellikle bu tür aktivitelere katılanlar tarafından hazine avı şeklinde adlandırılmıştır. Ayrıca bu konuda yapılan az sayıdaki akademik çalışmada İngilizce isim kullanılmıştır. Bu çalışmada gelecek çalışmalara da rehberlik edebilmek amacıyla geocaching yerine hazine avı kavramı tercih edilecektir.

Turizm ve Teknoloji

Dünya turizminde ve teknolojideki gelişmeler (Buhalis ve Law, 2008) müşterilerin deniz, kum ve güneş (3S) üçgeninden çıkıp eğitim, eğlence ve heyecan (3E) arayan turist tipine dönüşmesi turistik ürünlerde de çeşitlendirmeye gidilmesini gerekli kılmıştır. Boş zamanın ve gelirin artması, ulaşımın kolaylaşması, internet üzerinde sanal toplulukların sayısının artması (Wang, Yu ve Fesenmaier, 2001), sosyal medyanın tercihlerde etkili olması, kişisel bilgi kaynağı olarak kullanılan kişi temalı internet sitelerinin yaygınlaşması (Lin ve Huang, 2006), TripAdvisor gibi web sitesi paylaşımlarının artması (O'Connor, 2008) turistik talebin farklılaşmasına ve farklıyı aramaya sebep olmuştur.

Günümüz tüketicilerinin daha farklı bilgiler (Doolin ve diğerleri, 2002), ürünler ve hizmetler talep etmesi, tercihlerinin değişmesi, eğitim ve kültür düzeyi yükselen bireylerin çevre bilincinin de giderek artması, sosyal ve demografik yapıdaki göze çarpan değişimler turizm talebinde ve seyahat pazarlarında (Dinis, 2004) önemli değişikliklere neden olmaktadır.

Turizmin çeşitlendirilmesi "birçok dış rekabet koşuluna uyum sağlamak amacıyla çeşitli yöntemlerle turizm arzını artırma ve farklılaştırma yönündeki faaliyetler" şeklinde tanımlanmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010). Turistik ürün çeşitlendirme, bir turizm merkezinin sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel, toplumsal ve benzeri turistik çekiciliklerin, gerekli alt ve üstyapı olanakları sağlanarak satın alınabilecek birer ürün

şeklinde turistlerin kullanımına sunulması ile ilgili çabaları kapsar. Dünya geneline baktığımızda işletmeleri ve ülkeleri turizmi çeşitlendirmeye iten nedenler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yılmaz, 2008);

- Turist sayısındaki gelişmeler,
- Turist beklentilerindeki değişmeler,
- Dünya’da yaşanan ekonomik, sosyal ve politik değişmeler,
- Bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler.

Turizm bölgeleri, değişen seyahat eğilimlerine uygun olarak yeni ürünler ve hizmetler sunarak yeni turistik taleplerin destinasyonlara çekilmesini sağlamaktadırlar (Pike, 2005). Son yıllarda ekonomik (Milne ve Ateljevic, 2001) siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak turizm arz ve tüketiminde de değişmeler olmuştur. Yakın zamana kadar “eğlence” kavramını çağrıştıran “turizme katılım” artık farklı bir amaca hizmet etme eğilimindedir. İnsanlar bugün eğlencenin yanı sıra doğayı keşfetmeyi, yerel kültürleri tanımayı, kırsal kesim insanları ile bütünleşmeyi ve doğa içerisinde spor aktivitelerine katılmayı da “turizme katılım amaçları” içerisinde düşünmektedirler.

Teknolojik Ürünlerin Turizme Katılma Etkisi

Turizm endüstrisinde bilgi ve iletişim teknolojileri, turistik ürünlerin tanımlanması, tanıtımı, dağıtımı, bir araya getirilmesi, düzenlenmesi ve tüketiciye sunulmasında bilginin oynadığı önemli role bağlı olarak sürdürülebilir rekabet avantajının ana kaynağı haline gelmiştir (Yılmaz, 2004).

Lüks tüketim alışkanlıklarını bir kenara bırakan insanlar teknolojinin de yardımıyla bilgiyi yoğun bir şekilde tüketerek doğaya dayalı turizm türlerine yönelme eğilimindedirler (Buhalis ve Law, 2008). Hazine avı küresel konumlama cihazları marifeti ile oynanan yürüyüş de içeren, tüm yaş gruplarına hitap eden ve bilinirliği sürekli artan yüksek teknolojiye dayalı bir turizm etkinliğidir. Küresel konumlama cihazları ve bu amaçla faaliyet gösteren küresel konumlama amaçlı yararlanılan askeri iletişim uydularının sivil kullanıma açılmasıyla yaygınlaşmaya başlayan hazine avı faaliyetleri, bugün dünya üzerinde milyonlarla ifade edilen oyuncusuyla gelişmeye devam eden alternatif ve yeni turizm kaynaklarından biridir.

Hazine avı; doğaya saygılı, yerel halkın zenginleşmesini amaçlayan grup veya bireysel olarak katılabilen, her yaştan herkesin katılabileceği, sağlıklı yaşam için yürümeyi gerektiren, öğrenciler için öğrenme, eğlenme, stratejik düşünme, yön bulma, harita bilgisi, coğrafya bilgisi ve tarihi yerlerin öğrenilmesini kolaylaştıran bir faaliyet olarak turizmde sürdürülebilirliğin ve alternatif ürünün referansı olabilecek niteliktedir.

Hazine Avı (Geocaching)

Hazine avı, katılımcıların küresel konumlama cihazları kullanarak hazineyi yani kutuyu saklama ve bulmadan oluşan bir açık hava oyunudur (Cameron, 2004). Yürüyüş ve trekking de içerdęi için bir çeşit doğa sporu olarak da tanımlanabilir. Basit olarak hazine yani kutu su geçirmeyen plastik bir muhafazadır. İçinde kayıt defteri, kalem ve bulan kişiye ödül mahiyetinde olması açısından isteğe bağlı olarak anahtarlık, logo ve mum gibi küçük eşyalar olabilir.

Bir oyun olarak hazine avı çeşitli deneyimleri olan hevesli katılımcıların rekreasyon ihtiyaçlarını karşılamak için ağırlıklı olarak spor faaliyetleri içinde değerlendirilen bir etkinliktir. Hazine avı kısmen av, kısmen de açık hava keşif ilkelerine dayalı yeni bir etkinlik türüdür (Ihamaki, 2012).

Temel olarak katılımcı su geçirmez kutuyu (içinde kayıt defteri, kalem ve isteğe bağlı küçük hediyeler olacak şekilde) saklar ve koordinatları not eder. Bu koordinatlar ve yer ile ilgili diğer detaylar web sitesine eklenir (Lary, 2004). Diğer katılımcılar da web sitesi üzerinden bilgileri alarak küresel konumlandırma cihazları ile ararlar.

Kutuyu bulan katılımcı, kayıt defterine, ardından da web sitesine kendi bilgilerini ekler. Bulan katılımcı kutunun içindeki küçük hediye alarak yerine başka küçük bir hediye bırakır, böylece süreklilik sağlanır ve ilgi canlı tutulur. Tipik hazineler fiyatı pahalı olmayan fakat bulan kişiler için bir hatıra olacak küçük eşyalardır. Kayıt defteri haricinde, kutuya genellikle sıra dışı bozuk paralar (geocoins), küçük oyuncaklar, dekoratif hediyelikler, CD ya da kitap konulabilir (geocaching.turkiye, 2013). Ayrıca Travel Bugs ya da Geocoins gibi kutudan kutuya aktarılan objeler de yaygındır. Nadiren de olsa kutuların içine maddi değeri yüksek eşyalar konulmaktadır, bu durum sadece şehir merkezlerinde bulunan ya da bulunması çok zor olan kutular için geçerlidir. Kutular, ufak bir kayıt kağıdından başka bir şey sığmayan

mikro kutulardan, çok daha büyük boyutta kutulara kadar çeşitlendirilebilmektedir (Boulaire ve diğerleri, 2010).

Eğer bir kutu tahrip gördüyse ya da çalındıysa "zarar görmüş, talan edilmiş" olarak duyurulur. Eğer katılımcılar, bir kutunun tahrip olduğunu görüp tespit ederlerse web sitesi üzerinden ya da elektronik posta ile saklayan kişi haberdar edilerek kutunun düzeltilmesi, yer değiştirmesi ya da gerekli ise kaldırılması sağlanır ki web tabanlı uygulamaların geliştirilmesi bu tür bilgilendirme işlemlerine etkileşim özellikleri de eklemiş ve kolaylaştırmıştır (O'Reilly ve Batelle, 2005).

Birçok sitede hazine avı noktası koordinatları listelenmesine rağmen bunların içerisinde en büyük ve popüler olanı geocaching.com dur. Faaliyete katılmak isteyen kişi adı geçen web adresinden aranacak kutunun koordinatlarını belirleyerek, kutu içerisindeki koleksiyonlardan birini alıp bunun yerine bir başkasını koyarak oyuna devam eder (Ihamaki, 2012). Hazine avı basit bir oyun gibi görünse de geleneksel formda üç ana kural geçerlidir (geocaching.com, 2013);

- a) Kutudan bir öge alırsan yerine eşit veya daha değerli bir şey bırak,
- b) Kutudaki deftere hakkında bir şeyler yaz,
- c) Deneyimlerini hazine avı web sitesine yaz.

Hazine Avı Tarihçesi

Hazine avı çok eski bir aktivite olan Letterboxing'e benzemektedir. En büyük farkı Letterboxing'de navigasyon cihazı kullanılmasıdır. GPS ile Hazine avı, Dave Ulmer (Beavercreek, Oregon) tarafından 1 Mayıs 2000'de GPS sisteminin daha fazla geliştirilmesi ve askeri çalışmalar dışında sıradan insanların kullanımına açılması ile mümkün olmuştur (Pelton ve Pelton, 2011). Dokümantasyonu yapılan ilk kutu yerleştirmesi 3 Mayıs 2000'de gerçekleşmiştir. Lokasyon 6 Mayıs 2000'de Usenet newsgroup sci.geo.satellite-nav'e kayıt edilmiştir. Bu kutu iki kez bulunmuş, bir kez kayıtlanmıştır.

Günümüzde, dünya çapında 200'ün üzerinde ülkede çok çeşitli web sitelerine kayıtlı 500.000'den çok kutu yer almaktadır. Aktivite başlangıçta "GPS stash hunt" ya da "gpsstashing" olarak isimlendirilmiştir. eGroups'ta (şu anda Yahoo) yeralan gpsstash grubunda yapılan tartışmalar sonucunda aktivitenin ismi değiştirilmiştir. 30 Mayıs 2000 tarihinde, Matt Stum "stash" (gizli depo) isminin "cache" (kutusu) olarak değiştirilmesini ve aktivitenin de "Hazine avı" olarak isimlendirilmesini önermiştir (geocaching.com, 2012).

Ülkemizde Hazine Avı

Ülkemizde hazine avı fikrini gerçekleştirmek amacıyla bir grup hazine avı katılımcısı 2005 yılında bir hazine avı topluluğu oluşturmuşlardır. 2006 yılında geocaching.com isimli internet sitesi test yayınına başlamış ve 2016 yılına kadar sürekli gelişimini sürdürmüştür. Türkiye'deki ilk kutu 23 Mart 2007 yılında saklanmış ve koordinatları internet sitesine konmuştur. Türkiye'de büyük bölümü Marmara ve Ege Bölgesinde olmak üzere aktif olarak toplam 36 tane kutu bulunmaktadır.

Geocachingturkiye.com adlı internet sitesinde kutunun bulunduğu şehir, koordinatları, kutu tipi (normal, sanal) kutunun bulunduğu yükseklik ve zorluk derecesi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Ayrıca kutunun saklandığı çevre ile ilgili özellikler ve çevredeki hizmetler ve olanaklarla ilgili bilgiler ve kutunun bulunduğu bölgenin fotoğraflarına da yer verilmektedir.

Yozgat İli Hazine Avı İçin Yeni Bir Destinasyon Mu?

Günümüzde turizm bölgeleri arasındaki rekabet, sosyal yapıdaki değişimler, maddi durumdaki iyileşmeler, çevreye olan ilgi gibi nedenler turistik ürünlerde çeşitlendirmeyi gerekli kılmıştır. Tüm dünyada ve Türkiye'de doğal ve kırsal yaşama dayalı turizm türlerine olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Doğaya ilgili yeni bir turist tipinin ortaya çıkması doğaya dayalı turizm türlerinin geliştirilmesi, desteklenmesi ve çeşitlendirilmesini zorunlu bir hale getirmiştir. Yeni turist tipleri şehir turizmi ve deniz, kum, güneşin hakim olduğu kitle turizminden çok doğa ile bütünleşmiş kültürel, sosyal, tarihi ve bozulmamış çevresel kaynakları bulunan turistik destinasyonları tercih etmektedirler.

Yeni bir doğa turizmi çeşidi olarak hazne avı gün geçtikçe gelişmekte olan bir turizm odaklı faaliyet alanıdır. Hazine avı iç ve dış turistleri daha az ziyaret edilen yerlere yönlendirerek kırsal alanların kalkınmasına yardımcı olma potansiyeline sahiptir. Hazine avı yapabilmek için seyahat etmenin şart olduğu dikkate alındığında, hazine avı ile turizmi ortak bir noktada buluşturma fikri daha da kolaylaşır. Birçok alternatif turizm dalının olduğu düşünülürse hazine avı da turizmin içinde rahatlıkla yer alabilir. Gerek aynı

ülke içinde gerekse ülkeler arası ve farklı şehirler arasında hazine avı aktiviteleri düzenlenebilir. Acentalar özel hazine avı turları düzenleyebilirler. Hazine avı kulüpleri açılabilir ve bu kulüpler kendileri aralarında organizasyonlar ve yarışmalar düzenleyebilirler ki birçok bilim insanı (Kraak ve Brown, 2001; Richmond ve Keller, 2003; Boulaire ve Hervet, 2010) sürdürülebilir turizm faaliyetleri açısından bunun mümkün ve gerekli olduğunu dile getirmektedirler. Hazine avı, gerekli ilgi sağlanırsa belki devlet desteği ve teşvikler ile turizmin önemli bir parçası haline bile gelebilir.

Doğası gereği, hazine avı dışarı çıkmayı, yürümeyi ve etrafta hareket etmeyi gerektirir. Sağlıklı olabilmek için tek bir hazine avı faaliyetinde yüzlerce kalori yakılabilir, zorlu etaplarda ter atarak dinç ve zinde kalınabilir. Bu manada sağlık turizmi ile işbirliği gündeme gelebilir. Doğaya dayalı bütün turizm çeşitlerinde olduğu gibi koruma – kullanma dengesi içerisinde planlanacak hazine avı faaliyetleri her yöre için büyük bir ekonomik kaynak sağlayabilir. Fakat hazine avı faaliyetinin yayılabilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi, yerel halkın kabulü ve katılımı şarttır. Turizmin çeşitlendirilmesinde ve turizmi besleyen çevresel faktörlerin korunmasında yerel halkın görüş ve önerileri önem taşımaktadır. Yerel halk turizm konusunda bilinçlendirilerek çevre olgusunun geliştirilmesi amaçlanmalı, sürdürülebilirlik esasına dayalı turizmin çevreyi bozmadan gelişmesi sağlanmalıdır.

Tarihi ve kültürel zenginliğiyle Yozgat, Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinden biridir (Mavili, 2012, s. 1). Hattuşaş'a (Hitit Medeniyeti Başkenti) yakın olması ve Hattuşaş ile Kapadokya'yı birbirine bağlayan yolun il merkezinden geçmesi, ayrıca sahip olduğu tabiat güzellikleri, turistik değerleri ve ekolojik yapısıyla Yozgat, önemli bir turizm destinasyonu ve medeniyetler rotası üzerinde yer almaktadır (Yozgat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016).

ORAN – Orta Anadolu Kalkınma Ajansının 2-3 Mayıs 2013 tarihlerinde gerçekleştirdiği Yozgat 2023 Kalkınma Çalıştayı sonuçları içerisinde “Sanayi, Ticaret ve Turizm Çalıştayı Sonuçları” Madde 7’de “Yozgat Çamlık Milli Parkı’ndan turizm alanınca yeterince faydalanılmaması” maddesi yer almaktadır. Bu sonuç maddesi bile hazine avının yöre ve yöre halkına ne kadar katkı sağlayabileceğinin net göstergesidir.

Yine aynı çalıştayda katılımcılar tarafından belirlenen vizyoner proje önerileri, puan durumuna göre sıralı halde sunulmuştur ve ilginç bir şekilde “Çekerek Barajı Projesi - Turizm, Su Parkları, Kafes Balıkçılığı” gibi projelerle barajın canlandırılması, ikinci sıra ile en yüksek puanı almıştır. Bu projeye hazine avını da dahil etmek Çekerek barajı yöresinin gerçek anlamda canlandırılmasını sağlayabilecektir.

Yozgat ilinde turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak ve turizmi on iki aya yayabilmek açısından doğa turizmine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi gerektiği açıktır. Özellikle doğa turizmi odaklı kaynakları sayesinde önemli bir yer teşkil eden Yozgat ilinin hazine avı potansiyelinin turizm ürününe dönüştürülebilmesi açısından etkin bir şekilde tanıtma ve pazarlama faaliyetleri yürütülmelidir. Bunun için de yörede bulunan tesislerin hazine avı için uygun hale getirilmesi ve yöre halkının bilinçlendirilmesi önem arz etmektedir. Dünyadaki ve Türkiye’deki doğa turizmi arz kaynakları değerlendirildiğinde, mevcut kaynağın varlığından ziyade kaynakların nasıl kullanıldığı, pazarlandığı ve yönetildiği önem arz etmektedir. Söz konusu hususta gerekli çalışmaların eksik kalması ile mevcut potansiyelin varlığı hiçbir anlam ifade etmemektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada genel olarak turizm ve teknoloji çerçevesinde hazine avı faaliyetinin Yozgat ili için uygunluğu tartışılmıştır. Genel olarak çalışmada turizm, teknoloji, turizm endüstrisinde teknolojik ürünlerin kullanılması, hazine avı, tarihçesi ve Türkiye’de gerçekleşen hazine avı projelerine değinilmiştir. Çalışmanın temel amacı doğrultusunda “Yozgat ili hazine avı turizmi için uygun mudur?” sorusuna cevap aranmıştır. Sonuç olarak Yozgat ilinin turizm potansiyelini tam anlamıyla kullanmadığı ve yerel yönetimlerin yapmış oldukları çalışmalarda eksiklikleri gidermeye yönelik projelere açık oldukları ortaya çıkmıştır. Yozgat ilinin hazine avı turizminin yapılması için uygun coğrafi koşullara ve doğal kaynaklara sahip olduğu da açık bir şekilde söylenebilmektedir. Yozgat ilinde turizm potansiyelinin kullanılabilmesi için hazine avının uygun bir turistik ürün olduğu ve şehir turizmine katkı sağlayacağı aşikârdır.

Türkiye’nin merkezinde sayılabilecek bir noktada ve medeniyetler kavşağında yer alan Yozgat ilinin kalkınmasında önemli bir yere sahip olabilecek olan hazine avı ayrıca turizmin çeşitlendirilmesine ve tüm bir yıla yayılmasına vesile olabilecektir.

Bu amaçla çeşitli reklamlar ve tanıtımlarla hazine avı yöre için daha popüler bir hale getirilebilir ve insanlar için cezbedici bir hâl alabilir. Farklı, yeni ve teknolojik olması özellikle genç ve orta yaş kesimine daha çok hitap eder düzeydedir. Öte yandan turizm gelirlerine yapacağı olumlu katkı da turizm faaliyetleri

içinde bulunan işletmeleri ve ülkenin turizm otoritelerini harekete geçirebilir ve konu üzerine daha hassas bir şekilde durulması sağlanabilir. Yozgat ilinde hazine avı faaliyetlerinin geliştirilmesi için yapılması gerekenleri aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz;

- Yerel halk ve otoriteleri hazine avı konusunda bilgilendirilmeli,
- Yerleştirilen kutuların koordinatları ve bilgileri internet siteleri üzerinden yayınlanmalı,
- Yerel hazine avı oyuncuları teşvik edilerek, kutuların saklanması için onlardan yardım alınmalı,
- Hazine avı kutularını, bölgedeki trekking parkurları aktif olarak kullanabilecek şekilde saklamalı ve yönlendirilmeli,
- Yerel otoriteler tarafından ulusal/uluslararası düzeyde hazine avı etkinlikleri düzenlenerek turistler bölgeye çekilmeli,
- Kutuları bölgedeki tarihi ve doğal güzellikleri yansıtabilecek alanlara saklamalı,
- Kutuların bulunduğu bölgede hazine avı oyuncularının ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri malzemelerin satışı sağlanmalı ve özendirilmeli,
- Kutuların bulunduğu bölgede bulunan turistik tesislerde yerel ürünlerin satılmasına özen gösterilmeli,
- Hazine avı genelde küçük gruplar halinde yapıldığından küçük ve orta büyüklükte yiyecek içecek işletmelerinin varlığını gerektirir. Yerel halk tarafından restoran veya benzer yöreye özgü işletmeler açılmalı,
- Hazine avı oyuncularının konaklamalarını sağlamak için ev pansiyonculuğu geliştirilerek geleneksel mantık içinde hizmet sunulması sağlanmalı.

Hazine avının Türkiye’de yeni bir kavram olması çalışma için sınırlılıklar ortaya koymaktadır. Hazine avının tanınma aşamasına olması ve birincil kaynaklara ulaşmak için yeterli veri elde edilememesi nedeniyle, bu çalışma ikincil kaynaklar üzerinde yoğunlaşmıştır. Hazine avı oyununun ülkemizde kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak bundan sonra yapılması düşünülen çalışmaların birincil veriler ile desteklenmesi turizm endüstrisine ve akademik çalışmalara katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Boulaire, C. ve Hervet, G. (2010). Tourism & Web 2.0: The digital map experience. *International Journal of Management Cases*, 12(2), 595-607.
- Boulaire, C., Hervet, G. ve Graf R. (2010). Creativity chains and playing in the crossfire on the video-sharing site YouTube. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(2), 111-141.
- Buhalis, D. ve Law, R. (2008) Progress in tourism management: Twenty years on and 10 years after the internet: The state of etourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Cameron, L. (2004). *The hazine avı handbook* (Falcon Guide) ABD: The Globe Pequot Yayınevi.
- Dinis A. (2004). Territorial marketing: A useful tool for competitiveness of rural and peripheral areas. *44th European Congress of ERSAs*. Porto Üniversitesi, Porto.
- Doolin, B., Burgess, L. ve Cooper, J. (2002). Evaluating the use of the web for tourism marketing: A case study from New Zealand. *Tourism Management*, 23(5), 557-561.
- Hazine avı Sitesi (2013). Learn – Play. [URL: <http://www.hazineavi.com/>] (Erişim 18 Aralık 2018).
- Hazine avı Türkiye Sitesi (2013). Kutu arama – Kutu saklama. [URL: <http://www.hazineaviturkiye.com/>] (Erişim 18 Aralık 2018).
- Ihamaki, P. (2012). Fairy tale orienteering: developing art word by letterboxing event. *Journal of Tourismos*, 7(1), 253-268.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kraak, M. J. ve Brown, A. (2001). *Web cartography: developments and prospects*. London: Taylor & Francis.
- Lary, L. M. (2004). Hide and seek: GPS and hazine avı in the classroom. *Learning and Leading With Technology*, 31(6), 14-18, [URL: <http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/>], (Erişim 20 Aralık 2018).
- Lin, Y. S. ve Huang, J.Y. (2006). Internet Blogs as a Tourism Marketing Medium: A Case Study. *Journal of Business Research*. Vol. 59, no. 10-11, 1201-1205.
- Milne, S. ve Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3, 369-393.
- O’Connor, P. (2008). User-generated content and travel: A case study on tripadvisor.com. *Information and Communication Technologies in Tourism, 2008(2)*, 47-58.
- O’Reilly, T. ve Batelle, J. (2005). What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. [URL: <http://oreilly.com/>], (Erişim 20 Aralık 2018).

- Pelton, L. F. ve Pelton, T. W. (2011). Outreach workshops, applications, and resources. In Lary D. Yore, (eds.), *Pacific Crystal centre for science, mathematics, and technology literacy: lessons learned* (pp. 113-129). Sense Publishers, Rotterdam/Boston/Taipei, Birden çok baskısı olan kitap.
- Pike, S. (2005). Tourism destination branding complexity. *Journal of Product & Brand Management*, 14(4), 258-259.
- Richmond, E. R. ve Keller, C. P. (2003). Internet cartography and official tourism destination web sites içinde (pp. 77-96) M. P. Peterson (Eds), *Maps and the Internet*. Elsevier Science.
- Wang, Y.C., Yu, Q. ve Fesenmaier, D.F. (2001). Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing. *Tourism Management*, 23, 407-417.
- Yılmaz, H. (2008). *Turizm çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizmin ürünü olarak tatil çiftlikleri: türkiye'deki tatil çiftliklerine yönelik swot analizi* (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Yılmaz, Ö. D. ve Yılmaz, B., S. (2004). Küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin turizm endüstrisine etkileri. 1. *Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 157-175.

EXTENDED ABSTRACT

The tourism industry, which is economically and socially profitable, has become a major force and has started a fierce struggle between the tourism regions. The most important instrument used in this struggle was to create different tourist products and develop alternative tourism types by using different available resources. Therefore, in the international tourism industry, where the interests and needs and expectations change rapidly, the ability of countries to turn their potential sources into advantages depends on their diversification of tourism activities. Recently technology, the developments in political and economic fields affected tourism industry and gave different meanings to tourism. Within these new meanings, tourism is free from the trio of sea, sand and sun which we all think and it has started to be accepted by the sector as a phenomenon that integrates with recreation, leisure and leisure time. In line with these developments, a new tourist profile has emerged that wants to have an adventure during the trip, is curious about different cultures and prefer different touristic products. In this context, changing the tourist profile and wishes has made it compulsory to go to touristic product diversification. Therefore, there is a destructive competition between businesses. In this competitive environment, businesses need to produce new and alternative products and diversify these products in order to survive and gain advantage. Indeed, these requirements include possession in 2023 in Turkey's tourism strategy action plan, and focuses on diversification of tourism all year round to spread the subject.

Today, technological development in global positioning systems is only limited by our dreams. With global positioning devices, we can determine our position anywhere in the world with precise values. The primary reason for the emergence of GPS is known as the need for military and defense systems, such as the direction of rocket and missile shots, target setting, and target recruitment. However, the fact that the GPS system is very successful in the military field shows that over time this system can be opened to commercial use by sectors and people and this system was adapted to civilian life in the 1980s and started to be used. When we combine this potential with the internet network that surrounds the world, a brand-new concept emerges "Treasure Island Tourism", a new way of introducing tourism destinations, special marketing method, new collaborations, etc.

Geocaching is an outdoor activity that involves participants using "global" positioning systems to store and retrieve "treasure". It can also be described as a kind of nature sport because it includes walking and trekking. Simply "the treasure" is a small waterproof plastic container. There may be small items as a gift for hunter such as small souvenirs, key holders, candles, etc., also a log book and pen for log recordings. In order for the treasure hunt game to be played by the participants; first of all, smartphones with GPS device or geocaching application are required to create an account. Treasures are filled into a weatherproof box by geocachers in every corner of the world (articles, notebooks, pens, note pieces, valuables, or perhaps a simple camera) and the box is hidden under a rock, a tree or perhaps even more in an urban settlement and the coordinates are noted. These coordinates and other details about the location are added to the geocaching website. Other participants receive information from this website and they start to search the Geocache (box) with their GPS. The participants who found the box add their own information to the website after filling the registry. The participant who takes the box takes the small gift in the box and leaves another small gift in its place and puts the box back where it found it. Thus, the next participant who will find the box will have the chance to find a gift.

Geocaching is an activity that makes people entertain and see new places through the world. It enables them to discover not only the remote places but also the places they do not know in their neighborhoods by adding them to the playground. Geocaching participants issued a series of rules and tips, and hidden items attempt to find locations or places, consisting of teams of 4 to 6 people, at the same

time more than one team can complete for a real struggle and team game. Treasure hunting games can be organized as indoor or outdoor activities. Treasure or prey; It can take place in a park or outdoors, at the end of a long walk path, under water or at the peak of a mountain. The treasure hunting activity offers participants the opportunity to explore their surroundings and to integrate the participants with each other, adventure, excitement, fun learning, strategic thinking, navigation, map information, geography and historical places. Geocaching also allows participants to leave their homes and enjoy the nature, allowing them to see and travel to places they didn't go to. Apart from that, geocaching game is an important way to exercise and stay healthy while having fun.

In his research, the harmony of nature and technology geocaching is discussed as creation of a new product and innovation in ecotourism in Yozgat province.