



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



TUZLUCA TURİZM GELİŞİM ÖN ARAŞTIRMA RAPORU

Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşaağı Tepeleri
ve Üçkaya Gölü Odaklı Turizm Koridoru Analizi
ve Gelişim Önerileri



ANALİZ

Mevcut Durum
ve Potansiyel



KORİDOR

Bağlantısallık
ve Rota Önerileri



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Doğal ve Kültürel Değerlerin
Korunması ve Geliştirilmesi

2026

İĞDIR / TÜRKİYE



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

#YEREL
HALKINMA
HAMLESİ



TUZLUCA TURİZM GELİŞİM ÖN ARAŞTIRMA RAPORU

Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri
ve Üçkaya Gölü Odaklı **Turizm Koridoru Analizi**
ve **Gelişim Önerileri**

2026

İĞDİR / TÜRKİYE

T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI

Ortakapı Mahallesi, Atatürk Caddesi No:69

Merkez/KARS

TÜRKİYE

Tel: +90 474 212 52 00

Faks: +90 474 212 52 04

E-posta: info@serka.gov.tr

İnternet Sitesi: www.serka.gov.tr

2026, Iğdır

E-ISBN: 978-625-97201-5-9

ISBN:

Sayfa: 36

Tuzluca Turizm Gelişim Ön Araştırma Raporu

Yayın Sahibi

T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI

Yayına Hazırlayanlar

Ramazan Mutlu DOĞANER

Yiğit Can DURDU

Grafik Tasarım

Yiğit Can DURDU

Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekilde ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralananmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz. Hazırlanmış olan çalışmanın tüm hakları T.C. Serhat Kalkınma Ajansı'na aittir. **T.C. Serhat Kalkınma Ajansı** tarafından hazırlanan işbu çalışmadan kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

YÖNETİCİ ÖZETİ

Tuzluca Turizm Gelişim Ön Araştırma Raporu; Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü başta olmak üzere ilçenin sahip olduğu doğal, jeolojik ve kültürel değerlerin turizm potansiyelini değerlendirmek, bu değer noktalarının birbirleriyle bağlantısallığını ortaya koymak ve ekonomik etkilerinin artırılmasına yönelik gelişme eksenlerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmada saha gözlemleri ile birlikte Graf Yaklaşımı, Reilly Yerçekimi Modeli ve Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi yaklaşımından yararlanılmış; turizm değer noktaları erişilebilirlik, bilinirlik, ziyaretçi kapasitesi, turizm çeşitliliği, yıl boyu kullanım ve ekonomik değer oluşturma potansiyeli bakımından değerlendirilmiştir. Ayrıca ulusal ve uluslararası ölçekte tuz mağarası konseptiyle faaliyet gösteren alanlara yönelik karşılaştırmalı analiz yapılmıştır.

Analizler sonucunda Tuzluca Tuz Mağaralarının ilçenin temel turizm ağırlık merkezi olduğu görülmektedir. Bunun en önemli göstergesi tuz mağaralarının, 2024-2025 yıllarında Iğdır ilinde kendini göstermesi ve çekim merkezi olma potansiyeli taşımasıdır. Tuz mağaraları, bu iki yıllık dönemde kurumsal organizasyonlarla birlikte ciddi bir ziyaretçi artış trendi yakalamıştır. Buna karşın mevcut ziyaretçi hareketliliğinin ilçede henüz yeterli düzeyde bir ekonomik değere dönüştürülemediği görülmektedir. Özellikle konaklama kapasitesinin sınırlılığı, yeme-içme ve diğer turistik hizmetlerde çeşitlilik ve kalite eksikliği, ziyaretçi deneyim süresinin kısa olması ve güçlü bir marka kimliğinin henüz oluşturulamaması temel gelişme alanları olarak öne çıkmaktadır.

Gökkuşığı Tepelerinin; özgün jeomorfolojik yapısı ve doğa yürüyüşü, bisiklet ve benzeri alternatif turizm faaliyetlerine elverişliliği nedeniyle ikinci güçlü turizm değer noktası olarak değerlendirilmektedir. Alanın turizme daha etkin biçimde kazandırılabilmesi için doğal yapıyı koruyan yürüyüş güzergâhlarının oluşturulması, otopark, yönlendirme ve görünürlük altyapısının geliştirilmesi ile bilimsel ve tanıtıcı çalışmaların artırılması gerekmektedir. Üçkaya Gölü ise doğa turizmi, trekking ve kamp faaliyetleri bakımından tamamlayıcı potansiyel taşımakla birlikte ulaşım, mülkiyet, altyapı ve yıl boyu kullanım imkânlarının sınırlılığı nedeniyle mevcut durumda üç değer noktası arasında görece daha düşük bir ağırlığa sahiptir.

Raporun temel yaklaşımı, söz konusu alanların birbirinden bağımsız turizm noktaları olarak değil; bütünselik bir turizm değer zinciri içerisinde ele alınmasıdır. Bu kapsamda öncelikle Tuzluca Tuz Mağaraları–Gökkuşığı Tepeleri–Üçkaya Gölü bağlantısının güçlendirilmesi; orta ve uzun vadede ise Tuzluca'nın Ağrı, Kars ve Ardahan'daki turizm merkezleriyle

ilişkilendirilerek TRA2 Bölgesi ölçeğinde bir turizm koridoruna eklemlenmesi önerilmektedir. Böyle bir yaklaşımın ziyaretçinin bölgede kalış süresini artırması, farklı turizm türleri arasında geçiş sağlaması ve turizmden elde edilen ekonomik etkinin daha geniş bir alana yayılmasına katkı sunması beklenmektedir.

Diğer temel gelişme eksenini markalaşma ve deneyim turizmidir. Tuzun tarihsel ve evrensel hikâyesinin Tuzluca Tuz Mağaralarının özgün kimliğiyle bütünleştirilmesi; mağaranın yalnızca ziyaret edilen bir mekân olmaktan çıkarılarak teknoloji, hikâyeleştirme ve farklı deneyim unsurlarıyla desteklenen bir destinasyona dönüştürülmesi önemli görülmektedir. Bununla birlikte turizm noktaları ile ilçedeki konaklama, yeme-içme, alışveriş ve yerel ürün işletmeleri arasında ekonomik bağ kurulması; ziyaretçinin ilçede geçirdiği sürenin ve yerelde yapılan harcamanın artırılması gerekmektedir.

Sonuç olarak Tuzluca, sahip olduğu özgün doğal ve jeolojik değerler ile önemli bir turizm gelişme potansiyeline sahiptir. Ancak mevcut ziyaretçi hareketliliğinin geceleme, ziyaretçi başına harcama ve yerel ekonomik gelir açısından daha güçlü çıktılara dönüştürülebilmesi için altyapı ve üstyapının iyileştirilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, markalaşma ve tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi ve turizm değer noktalarının bütünleşik biçimde yönetilmesi gerekmektedir. Gelişim sürecinin çevresel koruma, ekonomik çeşitlilik ve yerel halkın turizm değer zincirine katılımını birlikte gözetilen sürdürülebilir bir yaklaşım çerçevesinde yürütülmesi, Tuzluca'nın bölgesel ölçekte rekabetçi ve kalıcı bir turizm destinasyonuna dönüşmesi açısından kritik görülmektedir.

İÇİNDEKİLER TABLOSU

1. Giriş.....	1
1.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı	1
1.2. Metodoloji	1
1.3. Tarihsel Bağlamda Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi.....	2
2. Turizm Değer Noktaları Bağlantısallık Analizi	5
2.1. Tuzluca Tuz Mağaraları.....	5
2.2. Gökkuşığı Tepeleri.....	10
2.3. Üçkaya Gölü	12
2.4. Bağlantısallık Analizi	13
2.5. Tuz Mağaraları Turizmi Kıyaslamalı Analizi	19
3. Mekânsal Gelişme Önerileri ve Bütünleşik Değer Noktası Yönetimi.....	27
3.1. Tuzluca İlçesinin Turizm Koridoruna Eklemlenmesi	27
3.2. Marka Kimliği Oluşturulması.....	28
3.3. Sürdürülebilirlik.....	30
4. Sonuç ve Değerlendirme.....	30
Kaynakça	34

ŞEKİLLER TABLOSU

Görsel 1. Tuzluca Tuz Mağaraları	6
Görsel 2. Tuzluca Tuz Mağaraları	7
Görsel 3. Tuzluca Tuz Mağaraları	8
Görsel 4. Tuzluca Tuz Mağaraları	9
Görsel 5. Gökkuşluğu Tepeleri	10
Görsel 6. Gökkuşluğu Tepeleri	11
Görsel 7. Üçkaya Gölü	12
Görsel 8. Üçkaya Gölü	13
Görsel 9. Turizm Değer Noktaları Öncelik Çerçevesi	14
Görsel 10. Turizm Değer Noktaları İlişki Şeması	16
Görsel 11. Reilly Yerçekimi Modeline Göre Turizm Değer Noktaları Şeması	17
Görsel 12. Akıllı Uzmanlaşma Stratejilerine Göre Turizm Değer Noktaları Şeması	18
Görsel 13. Wieliczka and Bochnia Tuz Mağarası (Polonya)	20
Görsel 14. Wieliczka and Bochnia Tuz Mağarası (Polonya)	20
Görsel 15. Wieliczka Tuz Mağarası Ziyaretçi Sayısı, 2011-2015	21
Görsel 16. Turda Tuz Mağarası (Romanya)	22
Görsel 17. Turda Tuz Mağarası (Romanya)	23
Görsel 18. Çankırı Yeraltı Tuz Şehri	24
Görsel 19. Çankırı Yeraltı Tuz Şehri	24
Görsel 20. Nahçıvan Tuz Mağarası	26
Görsel 21. TRA2 Bölgesi Turizm Değer Noktaları	27

KISALTMALAR

KUZKA: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı

TEKEL: Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğü

TL: Türk Lirası

SERKA: Serhat Kalkınma Ajansı

YY: Yüzyıl

SİMGELER

d: İki merkez arasındaki coğrafi uzaklık

Km: Kilometre

β: Zorluk katsayısı

1. Giriş

1.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Tuzluca Turizm Gelişim Ön Araştırma Raporu, Iğdır ili Tuzluca ilçesinde bulunan; Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü çerçevesinde mevcut turizm kapasitesinin nitel yaklaşımlarla incelenmesi, karşılaştırmalı analizlerle ihtiyaçların ortaya konulması ve belirtilen bu turizm değer noktalarının geliştirilmesine yönelik öneriler getirilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Iğdır ili Tuzluca ilçesindeki bu turizm değer noktalarının ekonomik etkileri ve gelişim eksenleri dâhilinde oluşturduğu ağırlıkları baz alınarak aralarındaki bağlantısallıkları ortaya koyulmuştur. Söz edilen bağlantısallık; ziyaretçi sayısı, oluşturduğu ekonomik etki, mevsim etkilerine duyarlılık seviyeleri gibi parametrelerle açıklanarak ilgili turizm değer noktasının gücünü ifade eden bir yaklaşımla ele alınmıştır.

Kalkınma planları içerisinde turizmin zaman içerisinde artan önemi, dönemler arasındaki perspektif değişimi, kalkınma ve turizm ilişkisi ilk bölüm içerisinde tartışılmıştır. İkinci bölümde, Tuzluca ilçesi ölçeğinde ele alınan üç farklı turizm değer noktası için mevcut durum analizinin yanı sıra bu değer noktalarının marka değeri oluşturma, pazarlama ve altyapı ihtiyaçları gibi kapasite geliştirmeye yönelik unsurları değerlendirilmiştir. Tuzluca Tuz Mağaralarının belirgin biçimde öne çıktığı rekabet edebilirlik boyutu esas alınarak ikinci bölüm sonunda ulusal ve uluslararası ölçekte tuz mağaralarının nitelikleri karşılaştırılmıştır. Üçüncü bölümde mevcut durum tespitinin yanı sıra karşılaştırmalı analiz neticesinde süzülen eksik yönler, turizm koridorunun teşkil edilmesi ve marka kimliği olarak iki başlık altında öneriler ile eşleştirilmiştir. Dördüncü bölümde ise raporun amacı doğrultusunda varılan nihai sonuç ve değerlendirmeler aktarılmıştır.

1.2. Metodoloji

Çalışmada; Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü şeklinde üç noktanın farklı yaklaşımlara göre turizm değer noktası olarak ağırlıklarının sebepleri ile birlikte ortaya konulması, çoğunlukla nitel biçimde yapılan analizin saha gözlemleri ile güçlendirilmesi ve bu temelde geliştirme önerilerinin oluşturulması şeklinde bir metodoloji izlenmiştir.

Tarif edilen tema içerisinde; Graf yöntemi, Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi yaklaşımı ve Yerçekimi Metodu kullanılmıştır. Üç farklı yöntemin kullanılma amacı ise farklı yaklaşımlarla bir doğrulama zemini **oluşturulması** ve saha gözlemleri ile örtüşen durumlar bulunması halinde ilgili tespitlerin gerekçelendirilmesini sağlamaktır. Tuzluca ilçesindeki öne çıkan turizm değer noktalarına yönelik muhtelif faaliyetlerin bütüncül olarak bir veriye dayanmaması bahsi geçen

yaklaşımlar çerçevesinde nicel analiz yapılmasını kısıtlayan başlıca unsurdur. Dolayısıyla bu yaklaşımların nitel analiz ile irdelenmesine ihtiyaç duyulmuştur. Nitel analizler neticesinde ortaya çıkan sorunlar ve eksiklikler saha gözlemleriyle desteklenerek analiz edilmeye çalışılmıştır.

1.3. Tarihsel Bağlamda Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi

Kalkınma ve turizm arasındaki ilişki, ekonomik değer yaratımına sosyal, kültürel ve çevresel dönüşümlerin de eşlik ettiği bir etkileşim sahasını kapsamaktadır. Bu ilişki tek yönlü ve sabit değişkenlerden müteşekkil bir yapıya sahip değildir; aksine ilgili dönem içindeki kalkınma yaklaşımı ve uluslararası ekonomik duruma paralel olarak sürekli dönüşüm geçirmiştir. 1960'lı yıllarda Rostow tarafından da savunulan modernleşme teorisi çerçevesinde turizm; döviz girdisini sağlayan, altyapı kurulumlarını hızlandıran, farklı istihdam olanakları oluşturan bir sektör olarak ele alınmıştır (Rostow, 1960). Tarihsel süreçte modernleşme teorisini takip eden bağımlılık (bağlılık) teorisi kapsamında 1970'li yıllarda gelişmiş ülkeler ve bunların turizm alanında az gelişmiş ülkelerdeki yatırımları için (otel zincirleri, havayolu şirketleri vb.) kapasitenin kurulduğu ülkeye olan ekonomik sızıntıların sınırlı olduğu eleştirisi getirilmiştir (Britton, Tourism, dependency, and development : a mode of analysis, 1981) (Britton, 1982) 1970'lerde yaşanan petrol krizi ve Bretton Woods sisteminin çöküşü sonrasında kalkınma paradigması olarak ortaya çıkan neoliberalizm ise rekabeti önceleyen, özelleştirmeden yana ve devlet müdahalesini asgari seviyeye indiren bir istikamet sunmuştur (Bordo, 1992). Neoliberalizm bağlamında turizm sektörünün konumlanması ise kamu turizm işletmelerinin özelleştirilmesi, yabancı yatırımların teşvik edilmesi ve kıyılarda turizm işletmelerinin yoğunlaşması bağlamında gerçekleşmiştir. Günümüzden geriye doğru değerlendirildiğinde ise neoliberalizmin yereldeki değerleri uluslararası hale getirmesinin ve tanıtımını artırmasının karşılığı olarak yabancı sermaye yatırımlarından kaynaklı bu faaliyetlerden elde edilen gelirin önemli bir kısmı yurt dışına çıkmıştır. Devam eden süreçte modernizasyon ve bağımlılık modellerinin getirdiği sınırlılıkların ve toplulukların yapabilirlikleri üzerindeki olumsuz etkisinin indirgenmesi amacıyla aşağıdan yukarıya (bottom-up) yaklaşımı çözüm olarak ele alınmıştır (Wills, 2021). Bu yaklaşımla birlikte sürdürülebilir kalkınma ve yerel toplulukların ihtiyaçlarına göre kalkınmanın şekillenmesi (grassroot) düşünceleri geliştirilmiştir. Bu değişimin turizm sektöründeki yansımaları ise turizm köyleri, küçük turizm beldelerinin geliştirilmesi şeklinde olmuştur.

Türkiye'de ise Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) 1963-1967 I. Kalkınma Planı'nda turizm, bir sektör formu almış olup turizm tesislerinin geliştirilmesinden tanıtım faaliyetlerine kadar

geniş bir yörünge içinde tedbirler ve gelişim reçeteleri sunulmuştur (Devlet Planlama Teşkilatı, 1963). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm sektörü ile ilgili mevcut durum analiz edilmiş ve kitle turizminin geliştirilmesi ilke edinilmiştir. 1963 yılında yurt dışından gelen yabancı turist sayısının 155.000 olduğu ölçülmüştür. 1964 yılı sonunda yatak sayısı 41.878'e ulaşmıştır. (Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, 1968). III. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1973-1977) ise Türkiye'ye gelen yabancıların sayısı 1972 yılı için 926 bin kişi olarak kaydedilmiştir. 1973-1977 dönemi planında tesisleşmenin öncelikli alanlar başta olmak üzere kitle turizmine uygun olmasına değinilmiştir. Tesisleşme tedbirleri ve projeksiyonların yanı sıra bir önceki plana benzer biçimde turizm sektörüne yönelik insan kaynağı yetiştirilmesi hususu vurgulanmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 1973). IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na (1979-1983) göre yurt dışından gelen turist sayısı 1,7 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu plan 1973-1977 döneminde yapılan projeksiyonlara göre gelişmelere yönelik eleştiriler getirmiştir. Önemli eleştiriler; konaklama kapasitesi, turist başına elde edilen gelir ve turizm giderleri konularında olmuştur. Bununla birlikte kitle turizmi, kamunun turizm sektöründeki etkinliğinin artırılmasının yanında özel sektör yatırımlarının özendirilmesi yaklaşımları, uluslararası düzlemde anılan kalkınma politikaları kronolojisine paralel biçimde sürdürülmüştür (Devlet Planlama Teşkilatı, 1979). V. ve VI. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında ise turizm sektörü hedefleri ve tedbirleri kısaca yinelenmiş herhangi bir yenilik ortaya konmamıştır. Bu süreçte 1982 yılında ise bahsi geçen kalkınma trendleri ile paralel biçimde 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu yürürlüğe girmiş olup özel sektörün turizm sektöründeki yatırımlarının artırılması ve niteliğin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Aynı kanun içinde Türkiye'deki turizm çeşitleri ortaya konulmuş; reklam ve pazarlama hususlarına değinilmiştir. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1996-2000) bir önceki plan dönemi sonunda 314.000 yatak kapasitesine ulaşıldığı ve 1989 yılı sonunda ülkeye gelen turist sayısının 4,5 milyon olduğu aktarılmıştır. Turist sayısının 1994 yılında 6,7 milyona ulaştığı belirtilmekle birlikte yatak kapasitesi, hizmet kalitesi ve turizm bölgelerindeki altyapı yetersizliklerine dikkat çekilmiştir. Turizmde öncelikli alan yaklaşımı bu kalkınma planı ile yerini yavaş yavaş ülke sathındaki turizm değerlerinin geliştirilmesine bırakmıştır. 1998 yılına gelindiğinde turist sayısı 9,7 milyon kişiye ve elde edilen gelir ise 7,2 milyar dolara ulaşmıştır. 1999 yılında ise yaşanan Gölcük Depremi dolayısıyla turist sayısı 7,5 milyona gerilemiştir. 1999 yılı sonu itibarıyla Turizm Bakanlığında belgeli yatak kapasitesi 312 bini bulmuştur (Devlet Planlama Teşkilatı, 1996). Sektör paydaşlarına bakıldığında 2000 yılında ülke genelinde toplamda 4.030 seyahat acentesi hizmet vermiştir. 2001-2005 döneminde ortaya konan tedbirlerde önceki dönemlerde yapılan tesisleşme vurgusu yerini tanıtım ve pazarlamaya bırakmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001). Teşvik unsurlarının

özellikle pazarlama, hava ulaştırması ve kalite unsurları çerçevesinde yoğunlaştırılmasına işaret edilmesi bu tespiti destekler niteliktedir. Bununla birlikte turizmde altyapı ve çevre kirliliği sorunlarının ilk kalkınma planından itibaren bugüne taşındığı görülmektedir. Benzer biçimde sektör içindeki tesisleşme oransal açıdan önemli miktarda ivme kazanmış olsa da mesleki eğitim ve hizmet kalitesi noktasında koyulan tedbirler çözümlerde istikrar sağlanamadığını göstermektedir. IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı genel itibarıyla ihracat, AB nezdinde standardizasyon ve sanayileşme başlıklarına daha çok yer vermekle birlikte turizm sektörü açısından mekânsal yaklaşım daha belirginleşmiştir. Kırsal turizm kavramıyla birlikte alternatif turizm faaliyetlerine yönelik birtakım tedbirler aktarılmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007). X. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Türkiye'nin 2007-2012 yılları arasında ortalama 31,8 milyon turist ağırladığı ve dünyada en çok turist kabul eden 6. ülke olduğu kaydedilmiştir. 2012 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli otellerde yatak kapasitesi 716 bin ve belediye belgeli işletmelerde ise 396 bine ulaşarak toplamda yaklaşık 1,2 milyon yatak kapasitesi söz konusu olmuştur. Bu kalkınma planında müşteri profillemesi, karar mekanizmalarında STK ve vatandaş katılımı gibi yeni yaklaşımlar geliştirilmiş olup sağlık turizminin geliştirilmesi eylem planı kapsamında öncelik çerçevesi belirlenmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014). XI. Beş Yıllık Kalkınma Planı ise turizm sektörü özelinde uluslararası gelişmelere ve değişimlere odaklanmış ve bu hususların yereldeki kapasiteye entegrasyonu hakkında yol haritası minvalinde tedbirler ortaya koymuştur. Özellikle mal ve hizmet ihracatında son dönemde baskın bir konuma yükselen Uzak Doğu ülkelerinin pazar olarak nitelendirilmesi, iklim değişikliği ve dijital dönüşüm kavramlarının sektör içinde ele alınması ve destinasyon bazlı plan geliştirme motivasyonunun doğrudan belirtilmesi saptamayı geçerli kılmaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Turizm sektörü, 2024-2028 dönemini ele alan XII. Kalkınma Planı'nda ise öncelikli gelişme alanları başlığında ele alınmıştır. Gümrük Birliği üzerinden Türkiye'nin de AB Yeşil Mutabakatı'na paydaş ülke olması hasebiyle iklim değişikliği, dekarbonizasyon ve dijital dönüşüm olgularının bu kalkınma planında politikalar ve tedbirlere yansıdığı görülmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2026). Bununla birlikte; mesleki eğitim, hizmet kalitesi, ölçme ve değerlendirme, altyapı ve çevreci yaklaşım konularındaki tedbirlerin ilk plandan XII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na değin sürekli uygulanmak durumunda olduğu da görülmektedir.

Genel hatlarıyla dünyada ve Türkiye'de açıklanan kalkınma ve turizm ilişkisi bazı bölgelerin öz nitelikleri sebebiyle ekonomik ve sosyal açıdan pratik karşılık bulduğu düzlemler yaratmıştır. Öz niteliklerin üzerine inşa edilen doğru politikaların ve uygulamaların etki oluşturduğu

görülmektedir. Örneğin; İtalya’da Napoli ve Türkiye’de Nevşehir, Gaziantep gibi şehirler diğer turizm alanındaki çeşitlenmeyle doğal veya planlı farklılıklar ortaya koymaktadır. Neticede kalkınmanın farklı aşamalarında konumlanırsa da dünyada ve Türkiye’de bulunan farklı öznetelik kümesine sahip şehirler veya değer noktaları için turizmin kalkınma süreçlerinin sürükleyici unsuru olabileceği net biçimde görülmektedir.

2. Turizm Değer Noktaları Bağlantısallık Analizi

Iğdır ili genel itibarıyla farklı niteliklerde turizm öğelerini barındırmaktadır. Ağrı Dağı, Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşluğu Tepeleri bu öğelerin en bilinenleri olmakla beraber Aralık Hamamı, Tarihi Ejder Kervansarayı, Üçkaya Gölü gibi tarihi ve doğal güzellikler de turizm değer noktalarının çeşitliliğini artırmaktadır. Nicelik açısından incelendiğinde Tuzluca ilçesinin bahsi geçen turizm değer noktalarının önemli bir kısmına ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Çeşitlilik açısından ise farklı turizm çeşitlerinin (kültür turizmi, doğa turizmi, trekking, ekoturizm vb.) uygulanabilirliği Tuzluca ilçesini bu anlamıyla turizmde uzmanlaşmaya yatkın hale getirmektedir.

Bahsi geçen yatkınlığın farklı turizm değer noktaları arasında bağlantısallık kurulması ile birlikte uzmanlığa dönüşebileceği öngörülmektedir. Özellikle farklı turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için turizm değer noktaları arasındaki mekânsal yakınlık önemli bir avantaj sunmaktadır. Yıl boyunca farklı turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi de bu bağlantının güçlendirilmesine katkı sunacaktır. Bu bölümde Tuzluca’daki turizm değer noktalarının öne çıkan özellikleri belirlenmekte, bağlantısallık haritası çıkarılarak aralarındaki bağlantılar değerlendirilmekte ve bu bağlantıların güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulmaktadır.

2.1. Tuzluca Tuz Mağaraları

Tuz, insanlığın geçirdiği evreler içerisinde besin maddesi, ticarete kullanılan önemli bir meta ve kimi zaman da sahip olunmak istenen bir zenginlik olarak yerini almıştır. Bu bağlamda incelendiğinde tuzun tarihinin Neolitik Dönem’e¹ uzandığı düşünülmektedir (Gölbaş & Başbüyük, 2012). Neolitik Dönem içerisinde kesici uçlar ve fırlatma uçları, ön kazıyıcılar için obsidyen çekirdeklerinin kullanıldığı bilinmektedir (Çıvgın, 2018). Bu anlamıyla tuzun obsidyen karşılığında takas aracı olarak Anadolu’nun farklı kesimlerinde kullanılmasının yanı sıra tuz işlemenin yerleşim yerleri seçiminde ve sosyal ağların oluşmasında etkili olduğu düşünülmektedir (Gölbaş & Başbüyük, 2012). İlerleyen dönemlerde de tuz önemini

¹ Neolitik Dönem: Cilalı Taş Devri. M.Ö. 10.000- 6000 tarihleri arasındaki bir zaman dilimini kapsamaktadır.

korumuştur. Orta Çağ'da tuz madenciliğinin önemi artarken Sanayi Devrimi ile birlikte tuzun sanayide kullanımı da yaygınlaşmıştır.

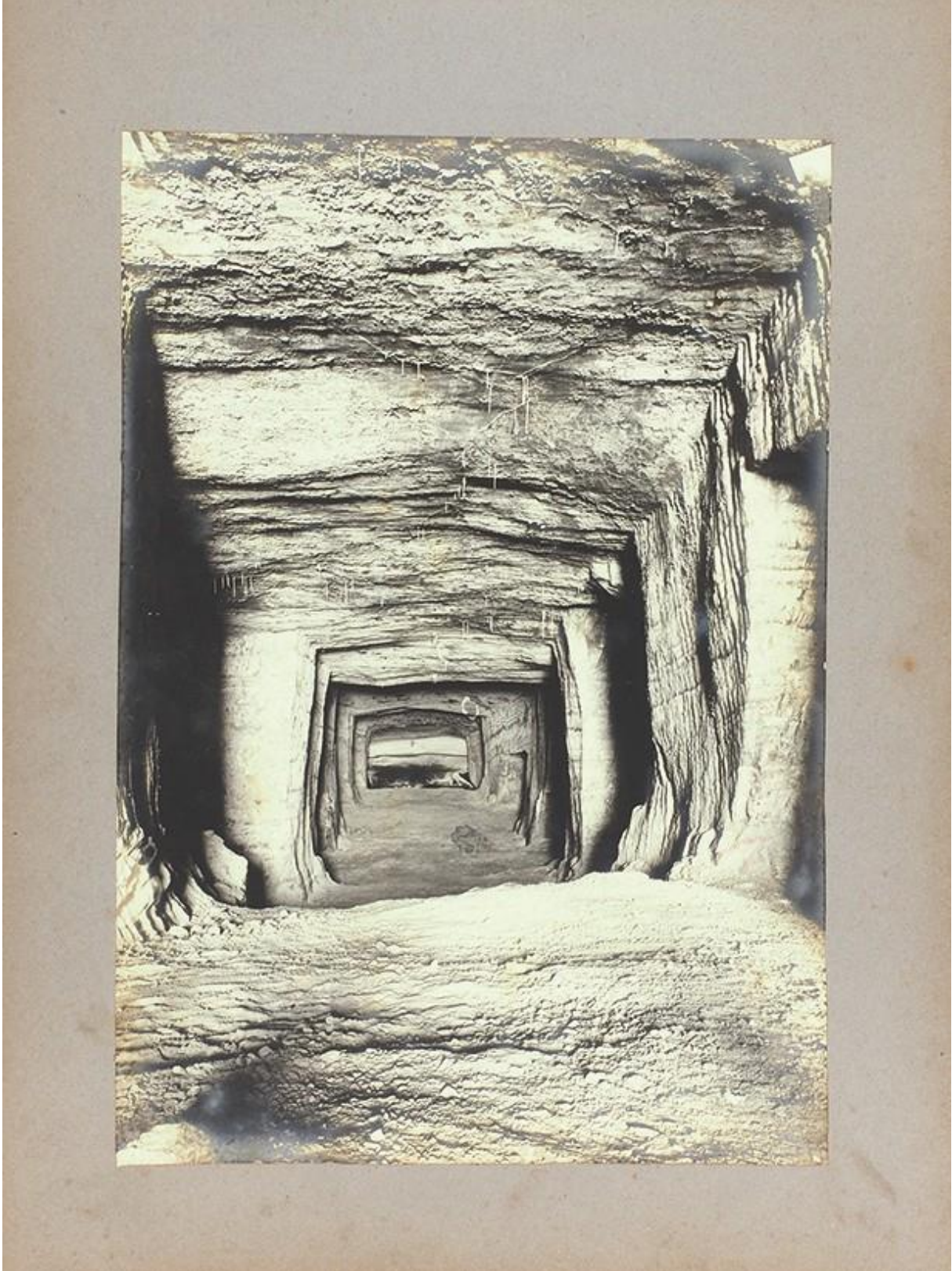
Tuzluca'da tuz işlemenin tam olarak ne zaman başladığı bilinmemekle birlikte 15. yy'a uzanan kaynaklar, bu dönemde tuz işletmeciliğinin yapıldığını göstermektedir. Bölgenin 1828 yılında Rus hakimiyetine geçmesiyle birlikte Ruslar da tuz işletmeciliğine devam etmiş ve bu süreç 1920'lere kadar sürmüştür. Ardından bölgenin ülkeye katılması ve 1927 yılında kurulan Tuz İhisarı Umumi Müdüriyeti eliyle tuz işleme devam etmiştir (Güngörmez, 2015).

Görsel 1. Tuzluca Tuz Mağaraları



Kaynak: pastvu.com, erişim tarihi: 08.07.2026

Görsel 2. Tuzluca Tuz Mağaraları



Kaynak: litfund.ru, erişim tarihi: 08.07.2026

1984 yılına gelindiğinde TEKEL bünyesinde Tuz İşletmeleri Müessesesi kurulmuş ve 1987 yılında Tuzluca tuzlasının işletmesi yeni kurulan Tuz Sanayi Müessesesi Müdürlüğüne

geçmiştir (Rekabet Kurumu Başkanlığı, 2008). Ardından 2004 yılında özel bir şirkete satış bedeli karşılığı kiralama yoluyla kullanım hakkı verilen Tuzluca tuzlası içinde madencilik faaliyetleri kapsamında oda-topuk yönteminin uygulanması ve desandriler² sayesinde turizme elverişli bir yapı elde edilmiştir.

Görsel 3. Tuzluca Tuz Mağaraları



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Tuzluca Tuz Mağaraları, 2019 ve 2020 yıllarında Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA) tarafından uygulanan Küçük Ölçekli Altyapı Programı destekleri kapsamında ise şu an sahip olduğu görünüme kavuşmuştur.

² Desandri: Maden ocaklarında cevhere ulaşmak için genellikle yukarıdan aşağıya meyilli biçimde açılan galeri.

Görsel 4. Tuzluca Tuz Mağaraları



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Verilen destekler sayesinde Tuzluca Tuz Mağaraları turizm değer noktası kimliğine sahip olmanın yanı sıra turizm sektörü çerçevesinde Iğdır ili için bir ağırlık merkezi haline gelmiştir. 2024 yılında 117.307 ve 2025 yılında 143.209 biletli satış olmak üzere kurumların organizasyonları da dâhil 2024-2025 yıllarında toplamda 300.000 ziyaretçiye ulaşılmıştır (Tuzluca Kaymakamlığı, 2026).

Tuzluca Tuz Mağaraları; özgün atmosferi, maden kimliği ve tur güzergâhları üzerinde yer alması nedeniyle ilin önemli turizm değer noktalarından biridir. İlçede bulunan 26 oda ve 53 yatak kapasiteli Tuzluca Öğretmenevi de mevcut turizm altyapısını destekleyen unsurlardan biridir. Ancak mağaraların sahip olduğu ziyaretçi potansiyeli, ilçede henüz istenen düzeyde ekonomik etkiye dönüşmemektedir.

Tuzluca Tuz Mağaralarının tur rotalarında çoğunlukla kısa süreli bir durak olarak değerlendirilmesi, Gökkuşluğu Tepeleri ve Üçkaya Gölü gibi diğer turizm değer noktalarının yeterince gelişmemiş olmasıyla da ilişkilidir. Bunun yanında güçlü bir marka kimliğinin henüz oluşturulamaması, hizmet çeşitliliğinin sınırlı kalması ve mevcut potansiyelin turistik ürünlere yeterince dönüştürülememesi geliştirilmesi gereken başlıca alanlar olarak öne çıkmaktadır.

Saha gözlemleri de anılan olumlu ve olumsuz öznitelikleri destekler nitelikte bazı fikirler sunmaktadır. Tuzluca ilçesinin altyapı ve üstyapı vaziyetinin yanı sıra hizmet sektörünün turizm aktiviteleri için yeterli kalite ve standardı temin edemediği görülmektedir. Bu mekânsal olumsuzluklara rağmen ziyaretçi deneyim süresi üzerinden hareketle gelir çeşitliliği ve miktarı hakkında bazı öngörüler oluşturmaktadır.

2.2. Gökkuşaağı Tepeleri

İğdır ili Tuzluca ilçesinde bulunan bir diğerk turizm noktası Gökkuşaağı Tepeleridir. Bu isimle anılmasının sebebi kırgıbayır yapısı ve farklı renklerdeki kumlardan oluşan jeolojik yapısıdır. Yapılan çalışmalara göre Gökkuşaağı Tepelerinin oluşumu, Miyosen Dönemi³'ne uzanmaktadır (Güney, 2022). Kırmızı, kahverengi, boz, yeşil ve sarı gibi tonlara sahip farklı tabakaların olduğu Gökkuşaağı Tepeleri, oyuntu erozyonunun görüldüğü tepeler şeklindedir (Yılmaz, 2007).

Görsel 5. Gökkuşaağı Tepeleri



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Görsel 5'te Gökkuşaağı Tepelerinin genel görünümü verilmiştir. Görüldüğü üzere farklı jeolojik yapı ve renk birleşimi akademik açıdan araştırılmasının yanında turistik açıdan da değerlendirilmeye açıktır.

³ Miyosen Dönemi: 23,03- 5,03 milyon yılları arasını kapsayan bir volkanizma ve dağ yapısı dönemidir. (<https://ucmp.berkeley.edu/tertiary/miocene.php>)

Görsel 6. Gökkuşığı Tepeleri



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Gökkuşığı Tepelerinin Iğdır ilinin girişinde karayolu ulaşım güzergâhında yer alması ve Tuzluca Tuz Mağaraları ile arasında 4 km mesafe bulunması, buranın turizm destinasyonu olarak değerlendirilme fırsatı sunmaktadır. Ancak Gökkuşığı Tepelerinin bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesine ilişkin bir planlama çalışması yapılmamıştır. Bununla beraber alanın jeosit potansiyeline ilişkin akademik çalışmaların azlığı da dikkat çekmektedir.

Tanıtım ve bilinirliğin artırılması gayesiyle Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA) tarafından 2025 ve 2026 yıllarında aynı isimli “Gökkuşığı Tepeleri Doğa Yürüyüşü ve Uçurtma Şenliği” faaliyetleri düzenlenmiştir. Bu etkinliklerin sonucunda yerel halkın alanı yeterli düzeyde bilmediği gözlemlenen önemli hususlardan biridir. Diğer bir husus ise alanın tanıtımına yönelik bahsi geçen faaliyet haricinde il genelinde başka bir çalışma bulunmamasıdır. Alanın doğal güzelliğinin ilgili yönetmelikler çerçevesinde korunarak turizme yönelik çalışan kamu kurum ve kuruluşları tarafından farklı uygulamalar geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda alanın gezilmesi için; tahtadan veya doğada çözünebilir/dönüştürülebilir maddelerden yürüyüş rotasının oluşturulması, otopark alanı yapılması, tabela ve görünürlük işlemlerinin gerçekleştirilmesi şeklinde bir dizi uygulama ihtiyacı bulunmaktadır. Gökkuşığı Tepeleri, konumu ve bizzatı doğa güzelliği sayesinde Tuzluca Tuz Mağaralarının ağırlık merkezi olduğu alan içinde en güçlü ikinci bileşen olarak kabul edilmektedir. Bu tespitin bir diğer nitel sebebi ise Gökkuşığı Tepelerinin turizm çeşitlenmesine olanak sağlayan yapısıdır. Doğa yürüyüşü (trekking), off-road, bisiklet vb. olmak üzere çeşitlenebilecek bu yelpaze, turizm

değer noktaları arasındaki farklılaşma ve marka kimliği açısından üzerinde durulan bağlantısallığın kuvvetini perçinleyecek bir unsurdur.

Diğer bir husus ise Gökkuşuğu Tepelerinin oluşumunun takriben Miyosen döneminde olmasından dolayı Tekelti Dağı çevresinde yer yer fosil lokalitelerinin görülmesidir. Konuya ilişkin akademik çalışmaların ışığında ilgili lokalitelerin turizm açısından değerlendirilmesi de bir seçenek olarak ele alınmalıdır.

2.3. Üçkaya Gölü

Üçkaya Gölü, Tuzluca ilçesinden güneydoğu yönünde yaklaşık 10 km uzaklıkta bulunmakla beraber halk arasında “Ekerek” olarak da anılmaktadır. Üçkaya ismini ise bulunduğu köyden almaktadır.

Görsel 7. Üçkaya Gölü



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Üçkaya Gölü sahip olduğu doğa turizmi potansiyeli ve diğer turizm değer noktaları ile bağlantı kurabilme potansiyeli nedeniyle önemlidir. Özellikle bahar ve yaz aylarında çevrenin yeşillenmesi; trekking, camping başta olmak üzere farklı turizm çeşitlerine elverişli bir ortam sunmaktadır. Ayrıca Tuzluca Tuz Mağarası ile arasında yaklaşık 13 km mesafe bulunması turistik açıdan bu konumu kıymetli kılan bir diğer husustur.

Görsel 8. Üçkaya Gölü



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Üçkaya Gölü'nün turizme kazandırılması için çeşitli çalışmalar yapılması gerekmektedir. Öncelikle alanın mülkiyetinin bir kısmı hazineye ait olup diğer kısmı köy sakinleri başta olmak üzere özel mülkiyete aittir. Bu durum eğer kamu tarafından bir iş ve işlem yapılacaksa kamulaştırma yapılmasını büyük ölçüde zorunlu kılmaktadır. Diğer yandan, alana ulaşımın sağlıklı biçimde yapılması için ulaşım güzergâhlarının ve yolların düzenlenmesi, tabela ve görünürlük çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

2.4. Bağlantısallık Analizi

Tuzluca ilçesi için nitel ve nicel açıdan somut verilere dayanılarak turizm değer noktası tanımı içerisinde Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşuğu Tepeleri ve Üçkaya Gölü ele alınmıştır. Mevcut durumda bu alanların ekonomik değer oluşturma potansiyelleri, turizm çeşitleri, rekabet edebilirlik ve yıl boyu kullanım gibi bazı faktörlere göre bu önceliklendirme yapılmıştır.

Görsel 9. Turizm Değer Noktaları Öncelik Çerçevesi



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Bu öncelik çerçevesini oluşturan etmenler ele alındığında birkaç farklı metot ile analiz imkânı doğmaktadır. Tercih edilen metotlar; Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi, Düğüm Metodu ve Reilly Yerçekimi Metodu şeklindedir (European Commission, 2026) (Oğuztimur & Sakarya, 2026).

Akıllı Uzmanlaşma Stratejileri: Akıllı uzmanlaşma yereldeki yenilikçilik ve araştırma kabiliyetinin kalkınma hedefleri doğrultusunda paydaş temelli artırılmasına yönelik bir dizi yaklaşım içermektedir (European Commission, 2026). Genel itibarıyla her bölgeye benzer bir reçetenin uygulandığı geleneksel kalkınma yaklaşımlarından farklı olarak mekânsal yapabilirliklerin artırılması ve *quadruple helix* olarak bilinen dörtlü sarmal yapı içerisindeki paydaşların dâhil olduğu yenilikçilik ve rekabetçilik temelli strateji bütünüdür.

Düğüm Metodu: Mühendislik, şehir planlama gibi alanlarda da kullanılan bu metot, turizmdeki mekânsal planlama çalışmalarında da ele alınmaktadır. Turizm değer noktaları arasındaki bağlantıların varlığı ve yönü hakkında bir bilgi vermektedir.

Yerçekimi Metodu: Newton tarafından ortaya konan evrensel kütle çekim yasası temelinde William J. Reilly tarafından Perakende Çekim Yasası geliştirilmiştir (Guan, 2022). Bu yaklaşıma göre daha geniş bir şehrin daha çok müşteri potansiyeline sahip olduğu ve merkezin çekiciliğinin daha uzak mesafelere alışveriş için gidilmesinin önünü açtığı belirtilmektedir

(Wagner, 1974). Bu yaklaşımın 1950'lerden itibaren turizm endüstrisi içindeki turizm değer noktalarını kapsayan çalışmalarda da kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda Tuzluca ilçesindeki turizm değer noktalarının analizinde ele alınacak bir diğer yaklaşım olarak Reilly Yerçekimi Yaklaşımı tercih edilmiştir.

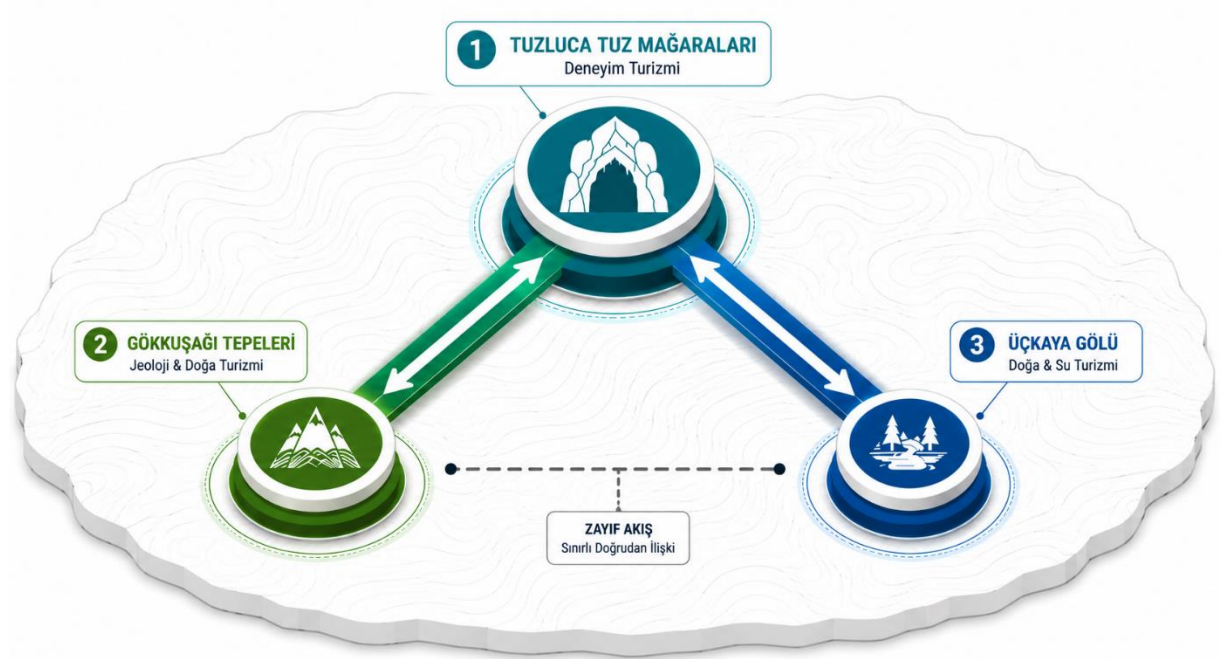
Bahsi geçen üç farklı turizm değer noktası için metotların kullanımında sayısallaştırma kısıtı bulunmaktadır. Bunun sebepleri;

- Tuzluca Tuz Mağaraları konumu haricinde diğer turizm değer noktalarına ilişkin istatistiki bir veri bulunmaması,
- Turizm değer noktası yönetiminin olmaması,
- Veri toplanabilecek biçimde (sosyal medya, platform ve TV reklamları, tur sayıları vb.) bir çalışmanın veya veri tabanının bulunmaması,

Belirtilen kök sebepler neticesinde hâlihazırda bu metotların analiz edilmesine yönelik göstergeler oluşturacak veri kısıtından dolayı bir ağırlıklandırma yapmak oldukça güçtür. Dolayısıyla durum nitel ağırlıklı değerlendirilmiş ve bu noktada saha gözlemlerinden, mevcut ziyaretçi sayılarından yararlanılarak mekânsal rekabet edebilir ögeler dikkate alınmıştır.

Graf yaklaşımında merkezilik, yönlülük ve bağlı noktaların turizm kapasiteleri gibi hususlar turizm değer noktalarını ifade eden bu yerlerin kapasitesini ve bağlantılarını ortaya koymaktadır. Merkezilik kavramı, Tuzluca ilçesine uyarlanan yaklaşım içerisinde; ilgili turizm değer noktasının stratejik durumunun, karayolu ile bağlı olduğu diğer turizm değer noktaları sayısının ve erişilebilirlik niteliklerinin ifadesidir. Yönlülük ise farklı turizm değer noktaları arasında ileri-geri bir bağlantının olup olmadığını veya daha somut biçimde bir turizm değer noktasından diğerine akış olup olmadığını gösteren olgudur.

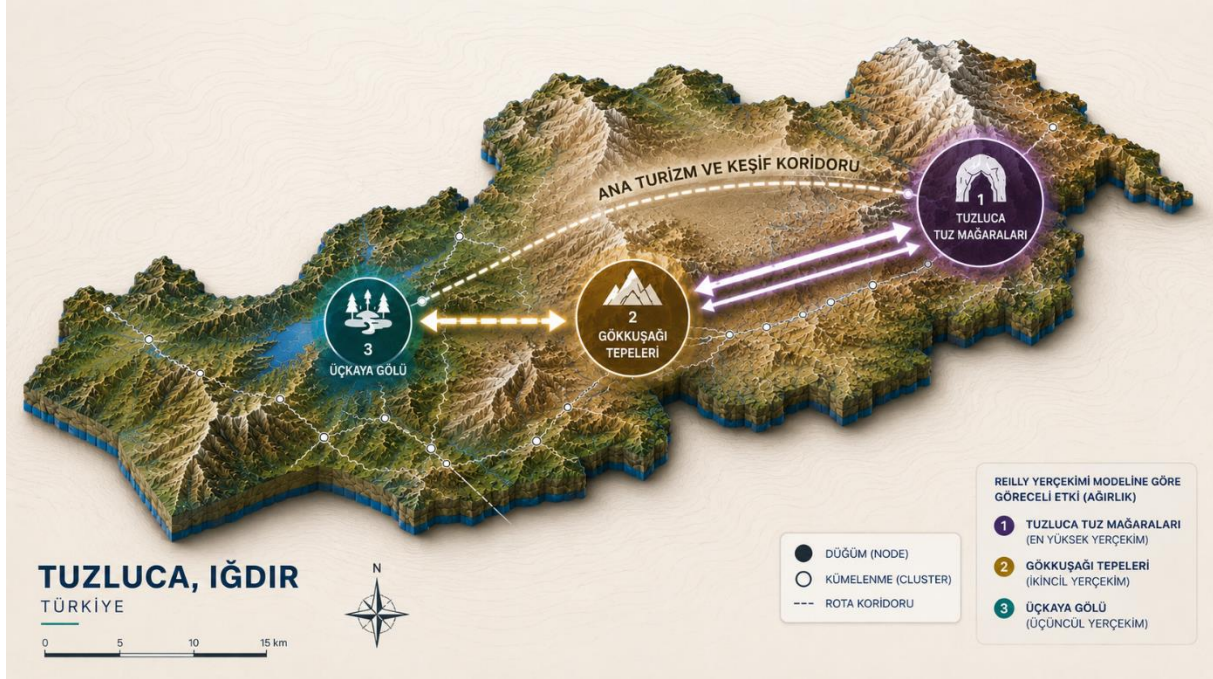
Görsel 10. Turizm Değer Noktaları İlişki Şeması



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Görsel 10'da Graf yaklaşımına göre verilen üç turizm değer noktasının şeması gösterilmektedir. Merkezilik ve yönlülük açısından Tuzluca Tuz Mağaraları üç nokta içerisinde en güçlü yer niteliği taşımaktadır. Tespitin arkasında; düzenli ziyaretçi sayısı, Tuzluca Tuz Mağaralarından sonra diğer turizm değer noktalarına ziyaret yapılması veya diğer noktalardan buraya dönülmesi, ilgili alanın çevresindeki hizmet çeşitliliği, ulaşım koşulları gibi parametreler bulunmaktadır. Diğer iki nokta arasında ise neredeyse bağlantı yoktur. Ulaşım mesafesinin uzun olmasının yanında bahsi geçen iki düğüm arasındaki karayolu bağlantısının kalitesiz olması, çevrede hizmet verecek unsurların bulunmaması oldukça etkilidir.

Görsel 11. Reilly Yerçekimi Modeline Göre Turizm Değer Noktaları Şeması



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Görsel 11’de Tuzluca ilçesinde seçilen turizm değer noktalarının Reilly Yerçekim Modeli’ne göre uyarlanmış hali gösterilmektedir. Bu yerleşimin oluşmasında temel alınan formülasyon; (Haynes & Fotheringham, 1985).

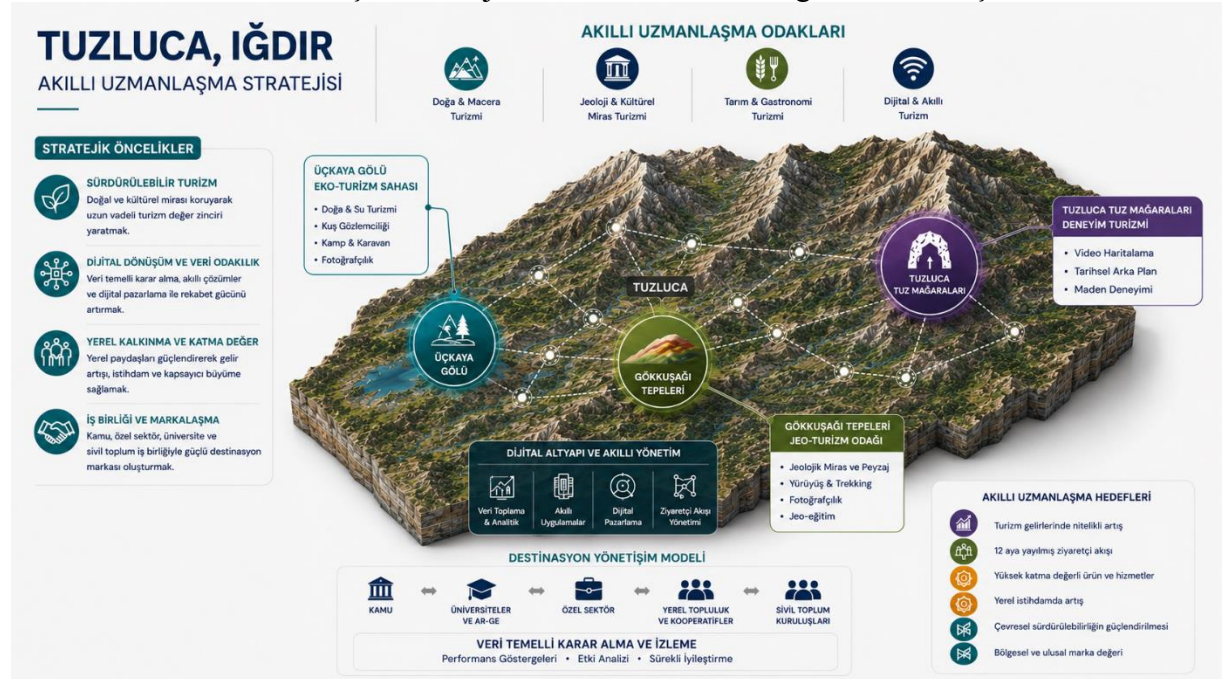
$$F_{ij} = \frac{M_i \cdot M_j}{d_{ij}^\beta} (1)$$

şeklinde. F_{ij} ; turizm değer noktasının etkileşim gücünü ifade etmektedir. M_i ve M_j ise iki farklı turizm noktasının turistik cazibe, altyapı kapasitesi ve çekim gücünün karşılığıdır. Örneğin; Tuzluca Tuz Mağaralarının mevsimden bağımsız ziyaretçi kabul edebilmesi, bilinirliğinin diğer noktalara göre yüksek olması, ulaşım açısından çok ciddi sorunlara sahip olmaması bahsi geçen güç faktörünü artırmaktadır. İki farklı turizm değer noktasının çarpımının coğrafi uzaklığını ifade eden d değişkeninin; ulaşım imkânları, coğrafi engeller, tabelalandırma gibi zorluk oluşturacak unsurların katsayısı olan β ifadesi ile üstel çarpımı ile d_{ij}^β değişkeni elde edilmektedir. Dolayısıyla formülasyon basit bir ifadeyle turizm değer noktalarının yapabilirliklerinin ve rekabet edebilirliklerinin mevcut durumdaki zorlukların derecesine kıyasla sahip oldukları etkileşim kabiliyetleridir.

Bu anlamda değerlendirildiğinde; Tuzluca Tuz Mağaralarının yıl boyu ziyaretçi kabul edebilmesi, bu alan içerisindeki hizmet kapasitesi (yeme-içme, konaklama vb.), bilinirliğinin ve doğal haliyle rekabet edebilirliğinin yüksek olması diğer turizm değer noktalarına göre daha fazla ağırlık oluşturmaktadır. Gökkuşuğu Tepelerinin ise ağırlık unsurları olarak ulaşım

kolaylığı, jeomorfolojik niş yapısı ve farklı turizm çeşitlerine olanak vermesi dikkat çekmektedir. Üçkaya Gölü ise bu grup içerisinde yol durumu, yıl boyunca yapılabilecek aktivitelerin sınırlı olması, mülkiyet durumu vb. hususlar ile birlikte ağırlık açısından son sırada gelmektedir. Görsel 11’de Tuzluca Tuz Mağaraları ve Gökkuşaağı Tepeleri arasındaki çift yönlü akış ve ilgili noktaların büyüklükleri bahsi geçen etkileşim gücünün sonucudur. Üçkaya Gölü ve diğer noktalar arasındaki kesikli çizgiler ise Üçkaya Gölü’nün ikili gruplandığı diğer turizm değer noktaları ile etkileşiminin zayıf ve sürekli olmadığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra bu düğüm noktaları etrafında bazı alanlar ilerleyen dönemde basit küme yapıları için fırsatlar sunmaktadır. Özellikle Tuzluca Tuz Mağaraları ve Gökkuşaağı Tepeleri arasındaki bağlantıda noktalarla gösterilen potansiyel küme yapıları; konaklama, yeme-içme, eko-turizm, trekking ve kamp hizmetleri gibi temelde farklı hizmet grupları için henüz bir kurulum olmaması nedeniyle fırsat olarak da ele alınabilmektedir.

Görsel 12. Akıllı Uzmanlaşma Stratejilerine Göre Turizm Değer Noktaları Şeması



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Akıllı uzmanlaşma stratejileri, genel anlamda yereldeki beceri setinin yenilikçilik ile harmanlanarak farklı paydaşların katkılarıyla rekabet edebilir ve ekonomik değer oluşturabilir hale getirilmesini içeren bir yaklaşımdır. Anılan turizm değer noktalarının yenilikçilik kapasitelerine bakıldığında diğer yaklaşımlara benzer biçimde Tuzluca Tuz Mağaralarının öne çıktığı görülmektedir. Bu tespite yönelik en güçlü dayanak olarak 2026 yılı Güzümlü Proje Desteği kapsamında Tuzluca Köylere Hizmet Götürme Birliği tarafından SERKA’ya başvurusu yapılan proje kapsamında uzamsal artırılmış gerçeklik (video haritalama) sisteminin kurulumu

bulunmaktadır. Video haritalama sistemi ile uygun galerilerde istenilen içeriklerin kullanılması, ziyaretçi deneyiminin dijital araçlarla artırılması ve neticede gelir elde edilmesi söz konusu olacaktır. Diğer yandan tuzun sahip olduğu tarihsel bağlam da benzer bir şekilde yenilikçilik ve geçmişin birleşimi ile rekabet edebilir ürüne dönüşme kabiliyetini artırmaktadır. Yenilikçilik kapasitesi açısından diğer yaklaşımlarda olduğu gibi Gökkuşluğu Tepelerinin sahip olduğu özgünlük sebebiyle ikinci sırada rekabet edebilir bir nokta olduğu görülmektedir. Çeşitlenmiş yenilikçi uygulamaların geliştirilme kapasitesi açısından ise Üçkaya Gölü yerel ve ulusal çaptaki benzer örnekleri sebebiyle daha özgün bir çalışmayı gerektirmektedir.

Bölüm içerisinde üç farklı model ile birlikte turizm değer noktaları analizi yapılmıştır. Coğunlukla niteliksel açıdan ele alınan bu yaklaşımların sonucu olarak Tuzluca Tuz Mağaralarının özgünlük, bağlam, yenilikçilik ve ağırlık anlamında birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Gökkuşluğu Tepeleri ise Türkiye’de de sınırlı bir coğrafi alan içinde rastlanan kırgıbayırların önemli örneklerinden biri olması, potansiyel yenilikçilik kapasitesi ve konumsal avantajı hususlarıyla ikinci sırada yer bulmaktadır. Üçkaya Gölü ise anılan turizm değer noktaları içerisinde nitelik olarak Türkiye içinde farklı örneklerinin bulunması, ulaşım durumu, kurulu kapasite, mülkiyet durumu vb. hususlar ele alındığında zincir içerisindeki en zayıf halka olarak görülmektedir. Ancak diğer iki turizm değer noktası için de tamamlayıcı unsur olarak önemli bir potansiyel ihtiva etmektedir.

2.5. Tuz Mağaraları Turizmi Kıyaslamalı Analizi

Dünyanın tektonik hareketlerinin sonucunda III. Jeolojik Zaman içerisinde Afrika ve Avrasya kıtasının çarpışması ile daralan denizel alanlar sonucunda çökelme yaşanmıştır. Bu durum kaya tuzu, jips gibi tortul kayaçların çökmesi ile sonuçlanmıştır (Bilim & Karakaya, 2020). Bu anlamda dünya genelinde farklı coğrafyalarda kaya tuzları görülmektedir. Avrupa, Asya ve Amerika kıtalarında farklı tarihi dönemlerde tuzun işlenmesi söz konusu olmuştur. Bu bağlamda UNESCO tarafından oluşturulan dünya miras listesi ve geçici liste içinde tuz ve tuz üretimine ilişkin pek çok alan yer almaktadır (UNESCO, 2026). Bu alanlar arasında turizm değerine dönüştürülen noktaların incelenmesi, Iğdır’ın en yüksek ağırlık değerine sahip turizm noktası olan Tuzluca Tuz Mağaraları için yapılacak karşılaştırmalara ve gelişme önerilerine katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda; Wieliczka Tuz Mağarası (Polonya)⁴, Salina Turda⁵, Çankırı

⁴ <https://kopalnia-bochnia.pl/en/>

⁵ <https://www.salinaturda.eu/>

Tuz Mağarası⁶, Nahçıvan Tuz Mağaraları ve Tuzluca Tuz Mağarası karşılaştırma için ele alınmıştır.

Görsel 13. Wieliczka and Bochnia Tuz Mağarası (Polonya)



Kaynak: [Wieliczka Saltmine](https://wieliczka.saltmine.pl/), erişim tarihi: 07.07.2026

Görsel 14. Wieliczka and Bochnia Tuz Mağarası (Polonya)



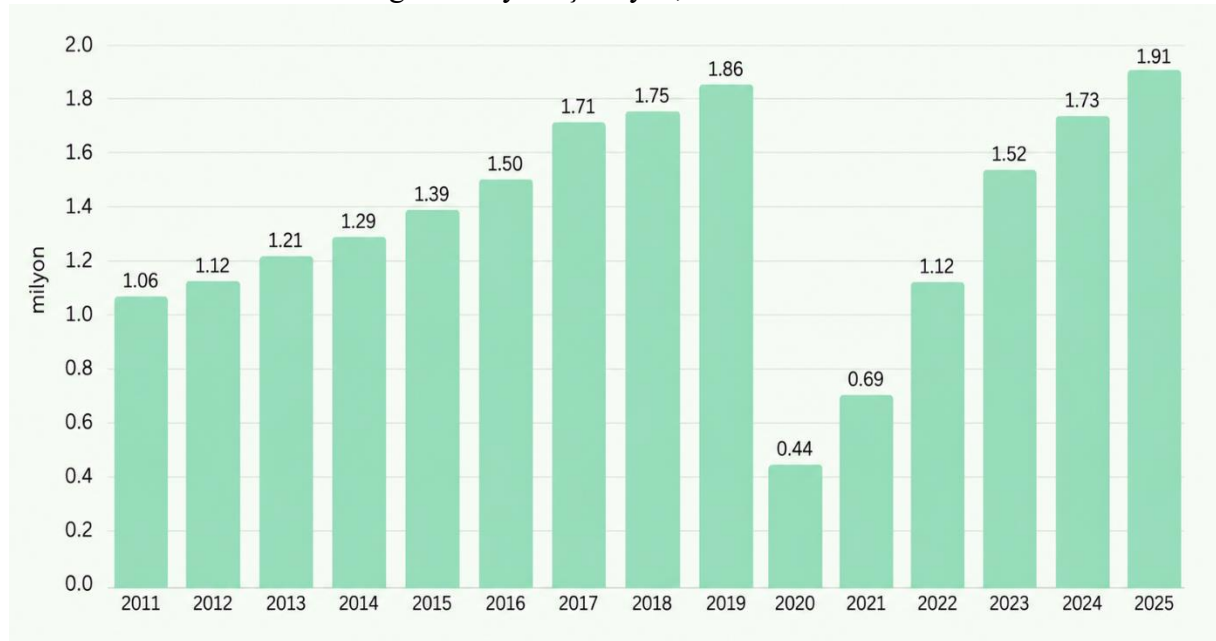
Kaynak: [Wieliczka Saltmine](https://wieliczka.saltmine.pl/), erişim tarihi: 07.07.2026

Polonya’da bulunan Wieliczka ve beraberindeki Bochnia Tuz Mağaraları 13. yüzyıla tarihlenen dünya üzerindeki en eski tuz işletmelerinden biridir (Polish Tourism Organisation, 2026). 1368 yılında Casimir tarafından Krakow Tuzlası Tüzüğü yayınlanarak madenin niteliği, işçilerin

⁶ <https://cankiri.bel.tr/tarihi-merkez/yer-alti-tuz-sehri-tuz-magarasi/24>

görevleri ve tuzlanın işletmesine ilişkin hususlar belirlenmiştir (Bochnia Salt Mine, 2026). Ardından 1990 yılında turizm noktası haline getirilen mağara 2013 yılından itibaren UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunmaktadır. Tuzluca Tuz Mağaralarının tarihine bakıldığında ise Wieliczka ve Bochnia ile yaklaşık aynı dönemlerde tuz çıkarma işlevi kazandığı görülmektedir. Mağara nitelikleri açısından Polonya'da bulunan örneğin hem genişlik hem de derinlik olarak daha büyük olduğu görülmektedir. 327 metre derinliğine kadar ulaşan ziyaret alanı içerisinde 20 farklı galeri mevcuttur. Tuzluca Tuz Mağaralarında ise 8 galeri bulunmaktadır. Yaklaşık 35 yıldan bu yana turizm noktası olarak hizmet veren mağara, bu anlamda turizm amaçlı kullanım süresi ve ziyaretçi sayısı bakımından Tuzluca Tuz Mağaralarının önünde görülmektedir.

Görsel 15. Wieliczka Tuz Mağarası Ziyaretçi Sayısı, 2011-2015



Kaynak: Notes From Poland, erişim tarihi: 07.07.2026

Wieliczka ve Bochnia Tuz Mağaraları 2010 yılından itibaren COVID-19 dönemi haricinde yıllık 1 milyon ziyaretçinin üzerinde bir akışa sahiptir (Notes From Poland, 2026). Tuzluca Tuz Mağaraları için ise 2024 yılında 117.307 ziyaretçi ve 2025 yılında 143.209 ziyaretçi sayısına ulaşılmıştır. Turizme açılma tarihi ve mevcut durumdaki ziyaretçi sayısı açısından değerlendirildiğinde aradaki fark net biçimde görülmektedir. 2026 yılı itibarıyla Wieliczka için standart giriş ücreti incelendiğinde 2.100 TL olduğu görülmektedir (Wieliczka Salt Mine, 2026). Tuzluca Tuz Mağarası için ise standart giriş ücreti 100 TL olarak belirlenmiştir. Verilen görseller ve bilgiler ışığında iki turizm değer noktası arasındaki kapasite farkları net olarak biçimde görülmektedir. Özellikle rekreasyon alanı genişliği, etkinlik çeşitleri, mağara içi görsel çalışmalar açısından bariz farklar mevcuttur.

Romanya’da bulunan bir başka tuz mağarası Salina Turda olarak bilinen Turda Tuz Mağarası da benzer niteliklere göre karşılaştırma için ele alınmıştır. Turda Tuz Mağarası, UNESCO tarafından asıl veya geçici dünya miras listesinde bulunmasa da Michelin rehberleri tarafından üç üzerinden iki yıldız verilen bir turizm değer noktasıdır. Turda’nın tarihçesi Wieliczka Tuz Mağarası gibi 13. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Turda Tuz Mağarası hakkındaki en eski yazılı belge, Macar Kançılaryası⁷ tarafından Erdel Ruhban Meclisi’ne yönelik bazı ayrıcalıkların verildiği 1 Mayıs 1271 tarihli belgedir (Salina Turda, 2026).

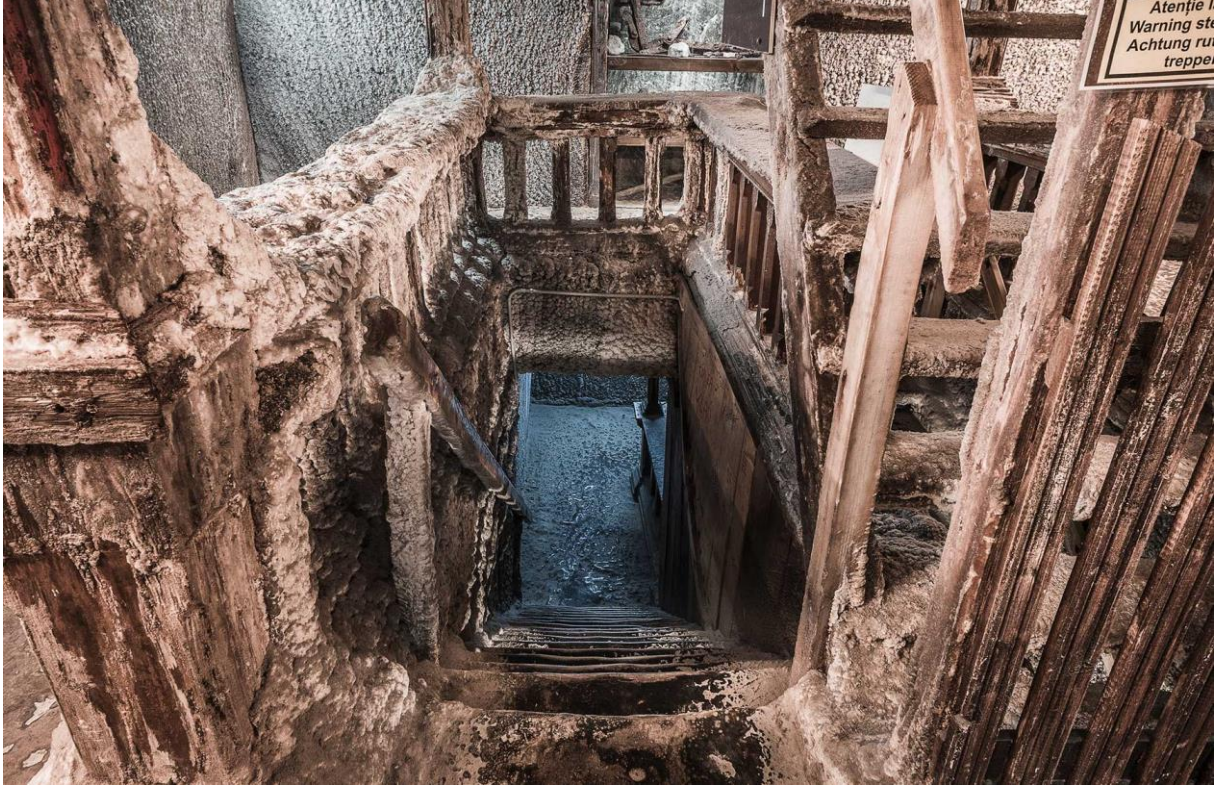
Görsel 16. Turda Tuz Mağarası (Romanya)



Kaynak: [Salina Turda](#), erişim tarihi: 08.07.2026

⁷ Kançılarya: (İtalyanca: Cancelleria) Elçiliklerde ve dış temsilciliklerde bulunan yazıhane/büro.

Görsel 17. Turda Tuz Mağarası (Romanya)



Kaynak: [Salina Turda](#), erişim tarihi: 08.07.2026

Turda Tuz Mağarası içinde yan odalarla birlikte ziyaretçilere açık toplamda 10 oda bulunmaktadır. 120 metre derinliğine sahip mağara yıllık yaklaşık 680 bin ziyaretçi ağırlamaktadır (Salina Turda, 2026).

Turda ve Tuzluca Tuz Mağarası arasında önemli farklar bulunmaktadır. Turda Tuz Mağarası sadece bir turizm değer noktası olarak değil; aynı zamanda deneyim ve aktivite alanı olarak da kullanılmaktadır. Dünyanın ilk yer altı dönme dolabı Turda Tuz Mağarasında yer almaktadır. Bununla birlikte bilardo, mini golf, masa tenisi, 180 kişilik amfiteatro ve spa alanı bulunmaktadır (Salina Turda, 2026). Bu anlamda Turda'nın deneyim oluşturma açısından oldukça önde olduğu açıktır. Diğer yandan Turda içinde önemli konaklama tesisleri, restoranlar da mevcuttur. Tuzluca Tuz Mağaraları için yaklaşık 1 km uzaklıkta restoran ve nispeten düşük kapasiteli konaklama imkânı bulunmaktadır.

Türkiye'de tuz mağarası örneklerinden biri de Çankırı Yeraltı Tuz Şehri'dir. 2017 tarihi itibarıyla Çankırı Belediyesi tarafından işletmeciliği yapılan mağara Çankırı ili Merkez ilçeye 18 km uzaklıkta bulunmaktadır (Çankırı Belediyesi, 2026).

Görsel 18. Çankırı Yeraltı Tuz Şehri



Kaynak: Çankırı Belediyesi, erişim tarihi: 09.07.2026

Görsel 19. Çankırı Yeraltı Tuz Şehri



Kaynak: Çankırı Belediyesi, erişim tarihi: 09.07.2026

Çankırı Yeraltı Tuz Şehri ve Tuzluca Tuz Mağaraları arasında kapasite açısından ciddi farklar bulunmamaktadır. Ulaşım açısından benzer niteliklere sahip olmakla birlikte Tuzluca Tuz Mağaralarının Gökkuşağı Tepeleri ve Üçkaya Gölü gibi diğer turizm değer noktalarına olan yakınlığı ve bu üç noktanın etkileşim gücü bir avantaj olarak ele alınabilmektedir. Yeraltı Tuz Şehri olarak da adlandırılan mağaranın Çankırı il merkezinden sadece 18 km uzaklıkta bulunması, bununla birlikte içeride bulunan kafe işletmesi, dinlenme bölümleri gibi nitelikler Tuzluca Tuz Mağaraları ile benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte Tuzluca Tuz Mağaralarının önemli bir avantajı ise tavan yüksekliğinin Yeraltı Tuz Şehri'ne göre oldukça fazla olmasıdır. Çankırı'daki mağara için tavan yüksekliği pek çok galeri için 2-3 metre arasındayken Tuzluca Tuz Mağaraları için bu yükseklik 12 metreye kadar çıkmaktadır. Değinen farkın içeride yapılabilecek etkinlikler, kurulumlar ve geliştirmeler açısından belirleyici bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte Yeraltı Tuz Şehri, markalaşma açısından Tuzluca Tuz Mağaralarının önünde yer almaktadır. Devlet Demiryolları tarafından 1934 yılında İstanbul, Adapazarı ve Sapanca arasında işletilmeye başlatılan Tenezzüh (Gezinti) Trenleri sonraki dönemde Ankara-Çankırı arasında da 1951 yılına kadar kullanılmaya devam edilmiştir (Narin, 2026) (Tülek & Özdemir, 2019). 2024 yılında Çankırı Valiliği koordinasyonunda, Çankırı Belediyesi, TCDD, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA), Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile seyahat acentelerinin ortak çalışması neticesinde Tenezzüh Trenleri yeniden hayata geçirilmiştir (Çankırı Belediyesi, 2025). Bu anlamda çeşitlendirilmiş turizm ve ulaşım imkânları oluşturularak marka değeri açısından aşama kaydedilmiştir. Diğer taraftan içeride bulunan sergi alanı ve farklı hayvan motifleriyle oluşturulmuş gravürler görsel açıdan zenginlik katarken tanıtım ve markalaşma noktasında önemli bir katkı sunmaktadır.

Görsel 20. Nahçıvan Tuz Mağarası



Kaynak: [Euronews](https://www.euronews.com), erişim tarihi: 10.07.2026

Azerbaycan'a bağlı özerk bölge olan Nahçıvan'da da Duzdagh (Tuz Dağı) olarak isimlendirilen bir tuz mağarası bulunmaktadır. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin başkenti olan Nahçıvan'a 13,5 km uzaklıkla bulunan tuz mağarası 1.173 metre rakıma sahiptir. Bununla birlikte Tuzluca Tuz Mağaraları gibi miosen dönemindeki çöküntüler bu mağaranın oluşumunda etkili olmuştur (Şimşek, 2020). 110 metre derinliğe ve 300-350 metre uzunluğa sahip mağarada 1979 yılından itibaren tuz terapi uygulamaları gerçekleştirilmektedir (Kasalak & Balıyev, 2020). Nahçıvan Tuz Mağarası ve Tuzluca Tuz Mağarası kıyaslaması turizm açısından bir çeşitlenme farkı ihtiva etmektedir. Tuzluca Tuz Mağaralarında turizme yönelik yapılan çalışmalar tuz terapi merkezi odağında başlatılsa da günümüzde gelinen noktada daha çok deneyim turizmi halini almıştır. Diğer yandan ulusal ve uluslararası literatürde tuz terapi merkezlerinin sağlık açısından olumlu etkisinin olup olmadığına ilişkin çeşitli çalışmalar olmakla birlikte bu konuda somut bir tespit yapılamamıştır. Oluşum dönemleri ve bulundukları coğrafya açısından ciddi farklar bulunmasa da Tuzluca Tuz Mağaralarının açıklanan diğer turizm değer noktalarına yakınlığı ile Nahçıvan Tuz Mağaralarından daha avantajlı bir konumda olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan Ağrı-Doğubayazıt, Kars gibi diğer turizm merkezlerinin ortasında bulunması bu kıyaslama çerçevesinde daha yoğun bir ziyaretçi akışına da işaret etmektedir.

3. Mekânsal Gelişme Önerileri ve Bütünleşik Değer Noktası Yönetimi

Tuzluca ilçesinin sahip olduğu jeolojik, tarihi ve doğal peyzaj özniteliklerinin bölgesel kalkınma dinamikleriyle bütünleştirilmesi, mekânsal gelişme stratejilerinin bütüncül ve aşamalı bir planlama anlayışıyla ele alınmasını gerektirmektedir. Bu doğrultuda sunulan mekânsal gelişme önerileri; bölgedeki dağınık turizm değer noktalarının birbiriyle bağlantılı, katma değeri yüksek ve sürdürülebilir bir turizm değerleri kümesine dönüştürülmesini hedeflemektedir.

TRA2 Bölgesi'ndeki turizm değer noktalarının coğrafi olarak dağınık bir yapıya sahip olması, geniş ölçekli mekânsal bütünleşme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, orta ve uzun vadede TRA2 Bölgesi'nden diğer iller ve sınır ülkelerine uzanan bir turizm koridorunun oluşturulması, ekonomik etkinin bölge geneline yayılmasına katkı sağlayacaktır.

3.1. Tuzluca İlçesinin Turizm Koridoruna Eklemlenmesi

TRA2 Bölgesi tarihin farklı dönemlerinde farklı uluslara ev sahipliği yapmış olmanın getirdiği tarihi, kültürel unsurların yanı sıra doğal güzelliklere de sahiptir. Bahsedilen potansiyelin bir kısmı turizm açısından aşama kaydetmiş olsa da kimi unsurların henüz turizm değer noktası kimliği kazanmadığı görülmektedir. Tuzluca ilçesi için yapılan mekânsal bütünleşme değerlendirmesinin bu sebeple bölge için de geçerli yönleri bulunmaktadır.

Görsel 21. TRA2 Bölgesi Turizm Değer Noktaları



Kaynak: Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)

Bölge içerisinde; Sarıkamış ve Yalnızçam Kayak Merkezleri, Çıldır Gölü, Ani Ören Yeri, Doğu Ekspresi, Kars Peynir Müzesi, Tuzluca Tuz Mağaraları, Ağrı Dağı ve İshak Paşa Sarayı gibi noktalar bir ağırlık merkezi niteliği taşısa da bu alan ve rota içinde kalan diğer turizm değer noktalarının ekonomik değer oluşturma noktasında eksiklikler söz konusudur. Iğdır ili Tuzluca ilçesinde bulunan kümenin sahip olduğu dezavantajların diğer illerdeki turizm değer noktalarında da bulunduğu görülmektedir. Durumun temelinde müstakil noktaların bağlantısallığının az olması ve bütünleşik bir koridor yapısı içinde öznitelikleri farklı noktaların birbirlerinin etki alanına dâhil olmaması yatmaktadır.

Turizm değer noktalarının bir koridor içerisinde izolasyonu, Bölüm 2’de bahsedilen ağırlık merkezi yaklaşımı içerisinde kesintisiz bir turizm güzergâhı oluşturulması ve ekonomik etkinin dengeli dağılımı açısından önemli bulunmaktadır.

Tuzluca Tuz Mağaralarının sahip olduğu ağırlık merkezi niteliğinin yanında Kars ve İshak Paşa Sarayı (Ağrı) arasında sadece dinlenme amacıyla kullanıldığı önceki bölümlerde aktarılmıştır. Aynı zamanda Gökkuşluğu Tepeleri ve Üçkaya Gölü ile ileri-geri bağlantının sınırlılığına değinilmiştir. Bölge geneline bakıldığında bu sorunun Ağrı, Ardahan ve Kars illerindeki turizm ağırlık merkezleri ve bu alanlardaki diğer noktalar için de geçerli olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bölge içinde farklı alanlarda (kış turizmi, kültür turizmi, doğa turizmi vb.) çeşitlenmiş değer noktalarının bir koridora bağlanarak çekim güçlerinin ve buradan hareketle ekonomik etki oluşturabilme kabiliyetlerinin artırılması söz konusu olacaktır.

3.2. Marka Kimliği Oluşturulması

Bilindiği üzere tuz, tarihin farklı dönemlerinde ticaret için değişim aracı, besin maddesi ve hatta maaş olarak kullanılmıştır. İnsanlık tarihi boyunca kullanılan bu aracın, Tuzluca Tuz Mağaraları ve tuzun hikâyesiyle ilişkilendirilmesi, markalaşma açısından gerçekçi ve geliştirilebilir bir potansiyel sunmaktadır.

Çalışmanın muhtelif kısımlarında değinildiği üzere Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşluğu Tepeleri ve Üçkaya Gölü üçgeninde ele alınan konu esasında deneyim turizmidir. Deneyim turizminin; doğa turizmi, kültür turizmi veya eko-turizm gibi farklı alt dallarla birleştirilmesi sonucunda pazarlama ve satış olanaklarının gelişmesi ve markalaşma teamüllerinin sağlanması mümkün olmaktadır. Bu saptamaya Ürgüp-Göreme yöresindeki peri bacaları ve balon turizmi net bir örnek teşkil etmektedir. Sıcak hava balonu ile peri bacalarının yukarıdan izlenmesi esasında kültür ögesinin deneyim ile birleştirilerek net ekonomik etkiye dönüştürülmesinin somut bir örneğidir. Aynı yaklaşımla Tuzluca Tuz Mağaralarının tuz üzerinden insanın

hikâyesini anlatan bir turizm değer noktası olması, deneyimin kalıcılığının sağlanmasının yanında marka kimliğinin de sürdürülebilirliğini sağlayacaktır.

Marka kimliği, bir markanın canlı bir öge olduğunu kabul ederek kişiliği, görünümü ve yaklaşımları dâhil olmak üzere taşıdığı emsalsiz öznitelikleri işaret etmektedir (Branding Journal, 2026). Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü bu anlamda farklı öznitelikleri bünyesinde barındırmaktadır. Tuzluca Tuz Mağaralarının marka kimliğinin oluşturulmasında; tuzun tarihsel geçmişi, evrensel niteliği ve madencilik faaliyetleri sonrasında ortaya çıkan özgün mekânsal yapı önemli bir değer oluşturmaktadır. Yeraltı galerileri ile tuz kristallerinin meydana getirdiği dikkat çekici doğal oluşumlar, ziyaretçilere güçlü bir görsel deneyim sunmakta ve alanın diğer turizm değer noktalarından ayrışmasına katkı sunmaktadır. Buna ek olarak, Gökkuşığı Tepeleri de oluştuğu jeolojik dönem ve görsel cazibesi sebebiyle oldukça niş bir turizm değer noktasıdır. Bu noktanın sahip olduğu özellikler sayesinde marka kimliği oluşturması, bilinirliğinin artırılması ve bu sayede ekonomik etki oluşturması Üçkaya Gölü'ne göre nispeten daha az uğraş gerektirmektedir. Üçkaya Gölü için ise TRA2 Bölgesi içinde benzer niteliklere sahip turizm değer noktalarının bulunması bu alanın farklı biçimde ele alınmasını gerektirmektedir. Üçkaya Gölü'nün marka kimliğinin oluşturulmasından ziyade bütünleşik koridor içinde kapasitesinin artırılarak turizm çeşitlenmesi olarak değerlendirilmesi daha makul bir yaklaşımdır. Bu minvalde Üçkaya Gölü'nde mevsim etkilerine göre çeşitlenebilecek; balıkçılık, yeme-içme, dinlenme, trekking, binicilik gibi farklı aktivitelerin gerçekleştirilmesi ve bunlara uygun altyapının tesis edilmesi gerekmektedir.

Marka kimliğinin oluşturulması bazı geliştirme ve iyileştirme gereksinimlerini beraberinde getiren bir süreçtir. Mevcut durumda belirtilen turizm değer noktalarındaki tabelalama, çevre düzenlemesi ve pazarlama çalışmaları istenilen seviyede değildir. Diğer yandan bu turizm değer noktalarının çeperinde yer alan yeme-içme, konaklama, alışveriş vb. işletmelerle organik bağının bulunmadığı da göze çarpan bir diğer durumdur. Örneğin; Tuzluca Tuz Mağaraları ziyareti için alınan bilet ile restoranlarda %10 indirim uygulanması gibi yereldeki deneyim süresini ve ekonomik girdiyi artıracak tedbirlerin belirlenmesi faydalı görülmektedir. Diğer yandan marka kimliği oluşturulması noktasında uluslararası iş birliklerinin önemli olacağı düşünülmektedir. Özellikle “Uluslararası Tuz Mağaraları Birliği” benzeri yapıların teşkil edilmesi bu turizm değer noktalarını uluslararası düzlemde organik biçimde birbirine bağlayarak marka gelişimi açısından katkı sağlayacaktır. Ayrıca Tuzluca Tuz Mağaralarının UNESCO geçici miras listesine eklenmesi de yararlı olacaktır.

3.3. Sürdürülebilirlik

Tuzluca ilçesinin turizm potansiyelinin açıklanan tüm yönleriyle uzun vadeli biçimde ekonomik etkiye dönüştürülebilmesi, sadece markalaşma ve bütünleşik turizm yaklaşımlarıyla değil; aynı zamanda sürdürülebilir aksiyonların da planlama içinde uygulanması ile mümkündür. Bu bağlamda sürdürülebilirlik; çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan ele alınmıştır.

Çevresel sürdürülebilirlik, bahsi geçen üç turizm değer noktası için de kritik öneme haizdir. Tuzluca Tuz Mağarası için ziyaretçi yoğunluğuna bağlı olarak nem, sıcaklık, hava dolaşımı gibi konuların incelenmesi ve mümkün mertebe mağara ekosisteminin korunması gerekmektedir. Bunun yanında Gökkuşığı Tepeleri ise jeosit potansiyeline sahip olduğu düşünülen bir alandır (Güney, 2022). Dolayısıyla bu alanda yapılacak turizm faaliyetlerinde bir sınırlılık söz konusu olmakla birlikte hassas biçimde ele alınmalıdır. Üçkaya Gölü ise iklim değişikliği etkilerinin gözle görülür biçimde arttığı günümüzde turizmde ikiz dönüşüm temelinde aksiyonların net biçimde uygulanmasının gerekli görüldüğü bir yapıya sahiptir. Diğer yandan bahsi geçen alanların ikiz dönüşüm çerçevesinde dijital olanaklarla da donatılmasının sürdürülebilirliğin yanında markalaşma anlamında da katkı sunacağı düşünülmektedir. Çevrim içi tur olanağının oluşturulması, bilet yönetiminin dijital olarak gerçekleştirilmesi, ekosistem ile ilgili koruyucu tedbirlerin veri temelli alınması ikiz dönüşümün bu ayağında alınabilecek aksiyonlardır.

Ekonomik sürdürülebilirlik için ise oluşturulması hedeflenen ekonomik çıktıların tek bir merkeze bağımlı hale gelmemesi, diğer turizm değer noktalarının da marka değerinin oluşturularak tamamlayıcı unsurla birlikte dört mevsim için kurgulanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bahsi geçen turizm değer noktalarının kendi içerisindeki çeşitlenme yıl içerisinde farklı turizm uygulamalarının aktifleştirilmesini ve gelirin dengeli bir dağılım oluşturulmasını olanaklı kılmaktadır.

Son olarak sosyo-kültürel sürdürülebilirlik boyutunda ise yerel halkın turizm bağlamında bilgilendirilmesi esastır. Tuzluca ilçesindeki deneyim süresinin uzaması, yerel halkın gelir kaynaklarını çeşitlendirirken akıllı uzmanlaşma stratejilerinde olduğu gibi yerel halkın dâhil olmasıyla da turizmde değer zinciri oluşturulması yönünde önemli bir adım atılacaktır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Çalışmada Iğdır ili Tuzluca ilçesinde bulunan Tuzluca Tuz Mağaraları, Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü; mevcut turizm kapasitesi, erişilebilirlik, bilinirlik, turizm çeşitliliği, yıl boyu kullanım, ekonomik değer oluşturma ve diğer turizm değer noktalarıyla bağlantısallık açısından

değerlendirilmiştir. Tuzluca ilçesinde farklı nitelikleriyle öne çıkan turizm değer noktalarının genel durumu; saha gözlemi, nicel ve nitel verilerin eşliğinde değerlendirilmiştir. Ele alınan üç farklı turizm değer noktası içerisinde ağırlık merkezi konumda olan Tuzluca Tuz Mağaraları ile uluslararası ve ulusal ölçekteki tuz mağaraları arasında yapılan mukayese sonucu bir çerçeve oluşturulmuş olup mekânsal bağlama ve marka değerine odaklanılarak bahsi geçen çerçeve içerisinde gelişme önerileri ortaya konulmuştur.

Ortaya çıkan tablo, kalkınma sürecinde turizm unsurlarının ekonomik değere dönüştürülmesinde bazı eksikliklerin bulunduğunu göstermektedir. Bu eksikliklerin giderilmesi için uygun politikalar doğrultusunda sürdürülebilir mekanizmaların oluşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda öne çıkan hususlara aşağıda yer verilmiştir.

1. Turizm Değer Noktaları Arasındaki Kırılgan Bağlantı

Raporda uygulanan Graf Yaklaşımı, Reilly Yerçekimi Modeli ve Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi analizleri, Tuzluca ilçesindeki temel turizm unsurlarının henüz bütünleşik bir değer zinciri oluşturamadığını göstermektedir. İlçenin başlıca turizm merkezi olan Tuzluca Tuz Mağaraları, yüksek ziyaretçi sayısına sahip olması ve yıl boyunca sürekli hizmet sunmasına rağmen, yakınında bulunan Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü ile karşılıklı bir ziyaretçi akışı oluşturamamaktadır. Tuz Mağaraları ile Gökkuşığı Tepeleri arasında yaklaşık 4 km, Üçkaya Gölü ile ise 13 km gibi kısa mesafeler bulunmasına rağmen, bu noktalar arasındaki bağlantı hatlarının zayıf olması nedeniyle söz konusu turizm potansiyeli reel bir değere dönüşmemektedir. Ağ yapısındaki bu kopukluk, ziyaretçilerin ilçeye ulaştıklarında yalnızca tek bir noktayı deneyimleyip alandan ayrılmalarına ve dolayısıyla turistik etkileşimin kısıtlı kalmasına yol açmaktadır. Bu kırılgan bağlantısallık yapısı, aynı zamanda bölgesel ölçekteki turizm koridoru projeksiyonlarını da olumsuz etkilemektedir. Tuzluca ilçesi; Kars (Ani Ören Yeri) ve Ağrı (Ağrı Dağı ve İshak Paşa Sarayı) gibi bölgesel çekim merkezleri arasında stratejik bir geçiş güzergâhında yer almasına rağmen ilçe içindeki değer noktalarının kendi aralarında bütüncül bir rota sunamaması nedeniyle durak görevi görmektedir. Gökkuşığı Tepelerinin sunduğu jeolojik arka plan ve doğa yürüyüşü imkânları ile Üçkaya Gölü'nün eko-turizm potansiyeli, Tuz Mağaralarının sunduğu deneyim turizmiyle yeterince bütünleşmemiştir. Bu alanlar arasındaki bağlantısallık sorunu, turizmin sürdürülebilirliği açısından olumsuz bir etki oluşturmaktadır.

2. Altyapı ve Üstyapı Eksiklikleri

Yapılan araştırma çalışmaları neticesinde, Tuzluca ilçesinin turizm potansiyelini ekonomik değere dönüştürmesini engelleyen önemli altyapı ve üstyapı yetersizlikleri bulunduğunu göstermektedir. İlçede turizm odaklı hizmet sektörünün fiziki ve niteliksel standartları henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Özellikle konaklama kapasitesinin sınırlı olması; geceleme sayısını, konaklayan kişi sayısını ve buna bağlı olarak turizmden elde edilen geliri doğrudan etkilemektedir. Bunun yanı sıra yeme-içme tesislerinin sayısı ve çeşitlilik açısından yetersiz olması, yerel ürün satış alanlarının sınırlı kalması ve nitelikli hizmet sunacak donanımlı tesis eksikliği de turizm faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir.

Fiziki altyapı açısından ise değer noktalarına erişim, alan içi düzenleme ve yönlendirme hususlarında belirgin sorunlar mevcuttur. Gökkuşığı Tepeleri ve Üçkaya Gölü gibi turizm noktalarında uygun ulaşım ve yürüyüş rotalarının, aydınlatmaların, otoparkların, seyir terasları gibi deneyim alanlarının, çevre düzenlemelerinin ve yönlendirme tabelalarının yetersiz olması, ziyaretçilerin bu alanlarda güvenli ve konforlu bir şekilde vakit geçirmesini zorlaştırmaktadır.

3. Marka Değeri ve Görünürlük Çalışmaları

Tuzluca'nın sahip olduğu özgün jeolojik ve tarihsel özniteliklere rağmen, bu değerleri ulusal ve uluslararası pazarlarda konumlandırarak güçlü bir marka kimliğinin ve tanıtım stratejisinin henüz oluşturulmamıştır. Tuzun Neolitik Dönem'den günümüze uzanan tarihsel ve evrensel hikâyesi, Tuzluca Tuz Mağaralarının özgün atmosferiyle bütünleştirilerek tematik ve yenilikçi bir pazarlama aracına dönüştürülmelidir. Dünyadaki örnekler incelendiğinde, Wieliczka (Polonya) ve Salina Turda (Romanya) olarak bilinen Turda Tuz Mağaraları gibi başarılı tuz mağaralarının dijital teknolojiler, kültür-sanat etkinlikleri ve rekreasyonel olanaklarla uluslararası marka hâline geldiği görülmektedir. Tuzluca Tuz Mağaraları ve çevresinde sunulan hizmetler sınırlı düzeyde kalmıştır. Bu nedenle, başta il ve bölge olmak üzere ulusal ölçekte görünürlüğün artırılması ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Araştırma çalışması neticesinde, Gökkuşığı Tepeleri gibi görsel açıdan özgün ve nadir görülen kırgıbayır oluşumlarının yerel halk ve bölge ziyaretçileri tarafından yeterince tanınmadığını göstermektedir. Bu nedenle belli periyotlarla dijital pazarlama kampanyalarının yürütülmesi, ortak markalaşma ve kurumsal kimlik çalışmalarının yapılması, tur operatörleriyle işbirliği yapılması ve hedef kitleye yönelik bütüncül tanıtım materyallerinin hazırlanması gerekmektedir. Çünkü güçlü bir destinasyon markası ve dijital görünürlük altyapısının

oluşturulamaması, yıllık ziyaretçi potansiyelinin yüksek katma değer sağlayan, kalıcı ve sürdürülebilir bir turizm ekonomisine dönüşmesini engellemektedir.

Bu doğrultuda yürütülecek çalışmaların Tuzluca ilçesinde bütünleşik bir etki oluşturacağı ve turizm değer noktaları arasındaki bağlantıyı güçlendireceği değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Bilim, N., & Karakaya, E. (2020). *Konya Journal of Engineering Sciences*, 8(4), 866-875.
doi:<https://doi.org/10.36306/konjes.677347>
- Bochnia Salt Mine. (2026). *About The Mine*. [https://kopalnia-bochnia.pl/en/o-kopalni/historia/adresinden alındı](https://kopalnia-bochnia.pl/en/o-kopalni/historia/adresinden%20alindi)
- Bordo, M. D. (1992). *The Bretton Woods International System: A Historical Overview*. (I. National Bureau of Economic Research, Dü.) NBER Working Papers.
<https://www.nber.org/system/files/chapters/c6867/c6867.pdf> adresinden alındı
- Branding Journal. (2026). *Branding Concepts*.
<https://www.thebrandingjournal.com/2023/03/brand-identity/> adresinden alındı
- Britton, S. G. (1981). *Tourism, dependency, and development : a mode of analysis*. Australian National University. Development Studies Centre.
<https://catalogue.nla.gov.au/catalog/1595170> adresinden alındı
- Britton, S. G. (1982). *The political economy of tourism in the third world*. J. Jafari and Pergamon Press Ltd. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90018-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90018-4)
- Çankırı Belediyesi. (2025). *Tuz Ekspresi Yolcu Sayısı Dört Bine Ulaştı*. Çankırı Belediyesi: <https://cankiri.bel.tr/haberler/tuz-ekspresi-yolcu-sayisi-dort-bine-ulasti> adresinden alındı
- Çankırı Belediyesi. (2026). *Yeraltı Tuz Şehri*. <https://cankiri.bel.tr/tarihi-merkez/yer-alti-tuz-sehri-tuz-magarasi/24> adresinden alındı
- Çıvgın, İ. (2018). Yakın Doğu Kalkolitiği'nde Karmaşık Toplumun Doğuş İşaretleri. XVIII. *Türk Tarih Kongresi Cilt IV*. Ankara: Türk Tarih Kurumu. <https://www.ttk.gov.tr/wp-content/uploads/2022/03/11-IzzetCivgin.pdf> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1963). *I. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara.
<https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1973). *Yeni Strateji ve Kalkınma Planı: III. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1979). *IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara.
<https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1996). *VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara.
<https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2001). *Uzun Vadeli Strateji ve VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı. (1968). *II. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara.
<https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı

- European Commission. (2026). *Smart Specialization Strategies*.
https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communities-and-networks/s3-community-of-practice/about_en adresinden alındı
- Gölbaş, A., & Başbüyük, Z. (2012). Anadolu Kültür Oluşumunda Tuzun Rolü. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 45-54. <https://izlik.org/JA66JW26PA> adresinden alındı
- Guan, Y. (2022). A Critical Review of Retail Gravitation Theory. *Pacific Rim Property Research Journal* , 78-103.
- Güney, Y. (2022). Türkiye’deki Kırgıbayırların Jeosit Potansiyeli. *Jeoloji Mühendisliği Dergisi*, 51-79. doi:<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jmd/article/1138976>
- Güngörmez, H. (2015). İktisadi Açından Bir Faaliyet: Tuzluca Kaya Tuzlası. *Coğrafya Dergisi*, 26-37. doi:<https://izlik.org/JA98MD89PS>
- Hao, J., Liu, H., Chen, J., & Sun, F. (2020). Study on City-Level Optimization of Tourism Industry Spatial Organization Nodes and Organization Mode for Tourist Destinations. *Complexity*. doi:<https://doi.org/10.1155/2020/2807817>
- Haynes, K., & Fotheringham, S. A. (1985). *Gravity and Spatial Interaction Models*. Regional Research Institute. <https://researchrepository.wvu.edu/rri-web-book/16/> adresinden alındı
- Kasalak, M. A., & Balıyev, V. (2020). Azerbaycan ve Türkiye’deki Tuz Mağaralarının Sağlık Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 70-78. <https://avesis.akdeniz.edu.tr/yayin/25ef79b0-ef98-4e04-ae23-98f5fc4d11ac/azerbaycan-ve-turkiyedeki-tuz-magaralarinin-saglik-turizmi-acisindan-degerlendirilmesi> adresinden alındı
- Narin, R. (2026). Kaybolmaya Yüz Tutmuş Bir Kültürel Miras Örneği: Çark Mesire. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 191-210. doi:<https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.12.22.174>
- Notes From Poland. (2026). <https://notesfrompoland.com/2026/01/17/polands-historic-wieliczka-salt-mine-received-record-1-9-million-visitors-in-2025-3/> adresinden alındı
- Oğuztimur, S., & Sakarya, A. (2026). Analysis of Urban Influence Sphere in Türkiye through the Reilly Gravity Model: The Period of 1970–2020. *Planlama Dergisi - TMMOB*, 119-133.
- Polish Tourism Organisation. (2026). *Wieliczka and Bochnia Royal Salt Mines*. Poland Travel: <https://www.poland.travel/en/wieliczka-and-bochnia-royal-salt-mines/> adresinden alındı
- Rekabet Kurumu Başkanlığı. (2008, Temmuz 31). *Rekabet Kurulu Kararı*. <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=bd830d95-75e3-4380-9076-3bb80631e345> adresinden alındı

- Rostow, W. W. (1960). *The Stages of Economic Growth*. Cambridge Press.
doi:<https://doi.org/10.2307/2591077>
- Salina Turda. (2026). *Amusement Park*. <https://www.salinaturda.eu/en/locatie/salina-amusement-park/> adresinden alındı
- Salina Turda. (2026). *The Magic of the Salt Mine*. <https://www.salinaturda.eu/en/the-magic-of-the-salt-mine/> adresinden alındı
- Şimşek, O. (2020). Nahcivan Duzdağın Sağlık Turizm Potansiyeli. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21-38.
https://www.kafkas.edu.tr/dosyalar/sobedergi/file/25/02_O%C4%9Fuz%20%C5%9E%C4%B0M%C5%9EEK.pdf adresinden alındı
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *XI. Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> adresinden alındı
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014). *X. Beş Yıllık Kalkınma Planı ve Öncelikli Dönüşüm Alanları*. Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2026). *Yeşil Mutabakat*. Ticaret Bakanlığı: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/avrupa-yesil-mutabakati> adresinden alındı
- Tuzluca Kaymakamlığı. (2026). Tuzluca Tuz Mağaraları Ziyaretçi Kayıtları. Iğdır, Tuzluca, Türkiye.
- Tülek, B., & Özdemir, A. (2019). Kentsel Peyzajlarda Endüstri Miraslarının Önemi: Çankırı Tarihi Tren Garı Örneği. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(20), 1-17.
doi:<https://doi.org/10.16950/iujad.580409>
- UNESCO. (2026). *Tentative Lists*. World Heritage Convention:
<https://whc.unesco.org/en/tentativelists/?action=listtentative&pattern=salt+mine> adresinden alındı
- Wagner, W. B. (1974). An Empirical Test of Reilly's Law of Retail Gravitation. *Growth and Change*, 30-35. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.1974.tb01019.x>
- Weliczka Salt Mine. (2026). *Ticket Prices and Visiting Hours*. <https://www.wieliczka-saltmine.com/individual-tourist/useful-information/ticket-prices-and-visiting-hours> adresinden alındı
- Wills, K. (2021). *Theories and Practices of Development: 3rd edition*. Routledge Perspectives on Development. <https://www.routledge.com/Theories-and-Practices-of-Development/Willis/p/book/9781138677548> adresinden alındı
- Yılmaz, O. (2007). Kağızman (Kars) - Tuzluca (Iğdır) tuz yataklarının jeolojisi, mineralojisi ve petrografisi. Avesis Açık Erişim Koleksiyonu. <https://avesis.deu.edu.tr/yonetilen-tez/e0683b76-556b-4777-91c6-857a6f876f1f/kagizman-kars-tuzluca-igdir-tuz-yataklarinin-jeolojisi-mineralojisi-ve-petrografisi> adresinden alındı

TUZLUCA

TURİZM GELİŞİM

ÖN ARAŞTIRMA RAPORU

Ortakapı Mah. Atatürk Cad. No:69 Kars - Türkiye

Tel: +90 474 212 52 00 Fax: +90 474 212 52 04

e-mail: info@serka.gov.tr Web: www.serka.gov.tr