

ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞMESİ*

Necle AYAŞ*

Öz:

Turizm gelirlerinin ülke ekonomilerindeki payı her geçen gün artmakta, gelirler yükselirken bu gelirden daha fazla pay alma konusunda turizm bölgeleri arasındaki rekabet de giderek şiddetlenmektedir. Turizm faaliyetinin birçok ekonomik faaliyetle doğrudan ve dolaylı ilişkisi ve bu faaliyet alanlarında da ekonomik gelişmeyi uyarabilecek kapasitede olması sektörün önemini daha da arttırmaktadır. Makalede turizm gelişmesinin çevresel sürdürülebilirlik faktörleri üzerinde duran yeni bir rekabet modeli kavramsal olarak açıklanmaktadır. Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi olarak tanımlanan yeni model yalnızca üretim boyutunu içeren geleneksel yaklaşımlardan farklı olarak hem üretim hem de talep boyutunu dikkate almaktadır. Turizm bölgesindeki gelişmenin gelecekte de sürmesi ve çevre bilinci yüksek turist kitlesi için çekiciliğinin uzun dönemde devamı, söz konusu kitlenin motivasyonlarını arttıran çevresel ve doğal değerlerin korunmasına bağlı görünmektedir. Model; hedeflenen piyasa dilimleri için bölgenin özgün kaynaklarının ve çekiciliklerinin korunmasını ve geliştirilmesini amaçlarken, sürdürülebilir turizm talebi üzerinde durmaktadır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde turizm sektörünün ekonomik önemi güncel gelişmelerle açıklanmaktadır. İkinci bölümde turizm bölgelerinin rekabet gücü ve rekabet gücü oluşturan unsurlardaki değişim tarihsel süreçte ele alınmakta, üçüncü bölümde çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi tanımlandıktan sonra yaklaşımın temel unsurları açıklanmakta ve çalışma sonuç ve önerilerle sona ermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm bölgelerinin rekabet gücü, sürdürülebilir turizm talebi, çevresel turizm gelişmesi.

Çalışma 13-14 Nisan 2007'de Portekiz'de düzenlenen Advances in Tourism Economics adlı uluslararası Sempozyumda sunulmuştur.

Yrd. Doç. Dr. Karaelmas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, necleayas2000@hotmail.com

ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Abstract :

Income share of the tourism activity is rising in recent years. While revenues are rising, the competition between tourism destinations is becoming more fiercely. Tourism activity related a lot of economic activity directly or indirectly and tourism development can start snowball effects for other sectors by creating demand. A new approach focuses on environmental sustainability factors were examined in this article. New model called environmentally sustainable tourism development different from traditional approach that focused on one side of the tourism activity. it considers both supply side and demand side effects and contents sustainable use of resource while increasing market share and revenues. Environmentally Sustainable Tourism Development has three dimensions. These are characteristic and availability of tourism resources, environmentally sustainable tourism demand and subsidiary tourism activity. Development of the destination in the future requires efficient demand management policies focusing on sustainable consumer base. Environmentally sustainable tourism development need unique natural resources and appeals to target travel costumer segments. Therefore sustainability requires responding to market demand and competitive challenge. Article consists of three parts. First part is introduction. Second part is about determination of competitive advantage of the tourism destination. Change of the competitive advantage evaluated historical process. Environmentally sustainable tourism definition and its elements examined in third part. Ending outcome and recommendation

Keywords: Competitive advantage of the tourism destination, sustainable tourism demand, environmental tourism development.

GİRİŞ

Kişi başına düşen gelirlerin yükselmesi, ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişmesi ve teknolojik gelişmeyle birlikte ortaya çıkan verimlilik artışları turizm faaliyetine olan ilgiyi arttırmıştır. Teknolojik gelişme bir yandan ücretlere bağlı olarak yaşam koşullarını iyileştirirken diğer yandan da boş zamanların artmasına yol açmaktadır. Çalışma hayatının giderek daha stresli hale gelmesi, eğlenmeye ve dinlenmeye eskiden olduğundan daha fazla ihtiyaç duyulması, küreselleşmeye paralel olarak sağlanan bir takım özgürlükler kapsamında turizm piyasalarına katılımın artması gibi nedenlerden dolayı sektörün ülkelerin sosyo-ekonomik gelişme açısından öneminin giderek daha da artması beklenmektedir.

1980 yılında dünya genelinde turist sayısı 285 milyon kişi ve toplam gelir 92 milyar \$ iken, 2000 yılında 697.6 milyon kişi turistik faaliyete katılmış ve dünya turizm geliri 477.3 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır. 2002 yılında bu rakamlar sırasıyla, 715 milyon kişi ve 474 milyar \$ olarak gerçekleşirken, turizm gelirlerinin 2004 yılında 575 milyar dolara yükseldiği görülmektedir (WTO, 2004: 2).

Dünya Turizm Örgütü'nün 85 ülkedeki gelişme trendlerini göz önüne alarak hazırladığı 'Turizmde 2020 Vizyonu' adlı araştırmasında, önümüzdeki kırk yıl içerisinde en hızlı ve düzenli büyüyecek sektör olarak turizm sektörü gösterilmekte ve dünya turizm gelirlerinin 2010 yılı itibarıyla 1 trilyon \$ ve 2020 yılında ise 2 trilyon \$ olacağı tahmin edilmektedir (WTO, 1999: 12).

Ekonomik yapıda turizm lehine gelişmeler yanı sıra sektörün kendi içinde de bir takım değişim ve dönüşümlerin yaşandığı gözlenmektedir. Bir yandan turistlerin tercih, motivasyon, beklenti ve ihtiyaçları farklılaşırken, diğer yandan da tercih edilen turizm bölgeleri yönünde bir değişim ortaya çıkmıştır. Uluslar arası piyasalarda rekabetçi olarak bilinen bazı turizm bölgelerinin gelirleri azalmakta yeni yeni turizm bölgelerinin ve ürünlerinin cazibesi artmaktadır. Örneğin 2000-2003 döneminde turist sayısı yönünden Avrupa'da %2, Asya Pasifik'te %3 artış yaşanırken, Ortadoğu'da %27'lik sürpriz bir artış ortaya çıkmış, Batı Avrupa'da %3'lük bir azalma yaşanırken. Kuzey Amerika'daki azalmanın ise %15'e yükseldiği görülmektedir (WTO, 2004: 3).

Turizm sektöründe yaşanan bu değişim ve dönüşümler, dikkatleri yoğun biçimde sektörün ortaya çıkardığı ekonomik, toplumsal, kültürel ve çevresel etkilere yöneltmiştir. Çalışmada konunun içeriği gereği ekonomik ve çevresel etkiler üzerinde durulmaktadır. Kamu ve özel kesim gelirlerinin artması, istihdamın genişlemesi, ekonominin çeşitlenmesi alt ve üst yapı yatırımlarının gelişmesi ekonomik katkılara örnek verilebilir (Lerner vd., 2001: 9). Turizm kaynaklarının aşırı kullanımı ve kaynakların tükenmesi, doğal yapının bozulması, artan turizm faaliyetleri sonucu ortaya çıkan kirlilik ve atıklar, içilebilir su kaynaklarının aşırı kullanımı, ormanların yok edilmesi, kıyı ve plajların, kültürel mirasın zarar görmesi gibi sorunlar ise turizm gelişmesinin çevresel maliyetini oluşturmaktadır. Model hedef turist kitlesinin iyi tanımlanması durumunda, hem çevresel sorunların üstesinden gelinebileceğini, hem de turizm bölgesinin rekabet gücünün uluslar arası piyasalarda geliştirilebileceğini ifade etmektedir.

Literatür araştırması yapılan makalede, çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi kavramsal olarak açıklanmaktadır. Çalışmada sırasıyla; turizm sektöründe rekabet gücü ve sürdürülebilirlik kavramları, bu kavramlara bağlı olarak geliştirilen çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi ve unsurları ile çevresel sürdürülebilir turizm stratejileri incelenmiş ve son olarak da sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

D) TURİZM BÖLGESİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET GÜCÜ

Rekabet gücü göreceli, çok boyutlu ve dinamik bir kavramdır. Bu nedenle tanımlanması ve ölçülmesi bir takım zorlukları da beraberinde taşımaktadır. Geleneksel yaklaşımlarda; üretim faktörlerinde sahip olunan karşılaştırmalı üstünlükler rekabet avantajı sağlarken (Ayaş, 2004: 5), piyasa payı, piyasanın gelişme hızı, elde edilen gelir gibi sayısal ölçütler rekabet gücünün değerlendirilmesi açısından yeterli

görülmektedir (Barney, 2001: 643). Ancak zamanla bazı bölgelerin rekabet güçleri yükselirken, bazılarındaki gerilemenin bu unsurlar çerçevesinde açıklanamaması yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Rekabet gücüne daha kapsamlı ve bütüncül bir bakış açısı getiren Porter (1990) rekabet gücünü "uluslar arası piyasaların sınavından geçebilen mal ve hizmet üretme yeteneği" olarak tanımlarken, rekabet edebilmenin koşullarını ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Bir başka çalışmada (Man vd., 2002), "ülkenin piyasa payını, gelirlerini ve istihdamını uzun dönemde de arttırabilme yeteneği" rekabet gücü olarak tanımlanmıştır Hunt'a (1999) göre ise "piyasa payını, gelirleri ve istihdamı arttırırken, faaliyete temel oluşturan kaynakların da korunması ve geliştirilmesi rekabet gücü olarak tanımlanmaktadır.

Rekabet gücü yaklaşımları rekabet gücünün farklı boyutlarını dikkate almakla birlikte, geleneksel yaklaşımlardan modern yaklaşımlara rekabet gücü kaynaklarının değiştiği görülmektedir. Düşük fiyatlarla yalnızca ekonomik kazançlar üzerinde yoğunlaşan yaklaşımların rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından yeterliliği tartışılmaktadır.

Genel rekabet gücü ile ilgili açıklamalar turizm bölgesinin rekabet gücünü açıklamak açısından faydalı olmakla birlikte, yetersiz görülmektedir. Arz ve talep yönünden diğer sektörlerden farklı bir özellik gösteren turizm sektöründe rekabet gücü belirleyenlerinin hem sektörel özellikleri hem de geçmişten günümüze rekabet anlayışındaki değişimi içerecek biçimde yeniden ele alınması gerekmektedir.

Turizm bölgesine göreli avantaj sağlayan unsurlar; bölgenin niteliksel özellikleri ve fiyat farklılıkları olmak üzere ikiye ayrılabilir. Turistik kaynakların çekiciliğini oluşturan; kalitesi, çeşitliliği, rakiplerden farklılığı, benzersizliği, orijinalliği gibi unsurlar niteliksel boyutunu oluşturmaktadır. Çevre sorunlarıyla çevre sorunlarının çözümüne yaklaşımlar da niteliksel boyutun bir parçası olarak ele alınabilir.

Fiyat farklılıkları; ülkeler arasında kur ve etkinlik, aynı ülkenin farklı bölgelerinde ise verimlilik farkhhklarıyla açıklanmaktadır (Dwyer vd., 2002: 2509). Aynı ya da benzer motivasyonlarla faaliyet gösteren turistler için turizm bölgeleri arasında kuru en düşük olan ülke göreli fiyat avantajına sahip olmaktadır. Diğer yandan ülkelerin turizm faaliyetiyle birlikte ortaya çıkan talebin karşılanmasında verimliliği yüksek bölgelerin öne çıktığı ve turistlerin ucuz alışveriş merkezlerine sahip turizm bölgelerini tercih ettikleri görülmektedir. Mevcut faktör donatımı, kapasite kullanım oranları, doğal kaynaklar ve talep koşulları açısından farklılaşan bölgelerin üretimdeki etkinliği de değişmektedir (Omeregic, 1997: 291).

Deniz-kum-güneş gibi geleneksel motivasyonlarla seyahat eden turistler için fiyat farklılıkları önemini korumakla birlikte doğal-çevresel-kültürel motivasyonlarla seyahat eden turistler için bölgenin özelliklerinin korunması ve geliştirilmesi daha önemli hale gelmiştir (Spenceley, 2005: 151).

Çalışmada turizm bölgesinin rekabet gücü; çevresel değerlere bağlı olarak seyahat eden turist kitlesini cezbetme ve ziyaret sürecinde ortaya çıkan faaliyet ve hizmetlerin karşılanmasında göreceli üstünlük olarak tanımlanmaktadır. Tanım talep ve üretim boyutunu içermekte; talep boyutunda çevreci firmalara yönelim söz konusuysa, üretim boyutunda da hedef kitlenin turistik faaliyet sonucu ortaya çıkan mal ve hizmet taleplerinin karşılanması ve motivasyonlarını arttıran değerlerin korunması yer almaktadır.

II) ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞMESİ

Turizm bölgesinin çekiciliğinin uzun dönemde de devam etmesi, çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi ile ilgili görülmektedir. Söz konusu turizm gelişmesi uluslararası piyasalarda pazar payı, turizme bağlı sektörlerde yaratılan katma değerler ile büyüme ve çevre koruma arasında denge sağlayan bir gelişme modeli olarak görülmekte, gelecek nesillere aktarılabilecek turizm kaynaklarının kullanılmaması değil, etkin kullanımı ile hem bugünkü neslin hem de gelecek neslin maksimum tatmini hedeflenmektedir (Gösling, 1999: 310).

Çevreyi korumayı ve yaşam koşullarını iyileştirmeyi amaçlayan yaklaşım, bölgeye özgü turizm kaynaklarının ve bu kaynakların çekiciliğinin korunmasında talep yönetimine önem vermektedir. Bu yönüyle geleneksel yaklaşımlardan ayrılan çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi ne yalnızca turistik arz koşulları ve üretim kapasitesini ne de yalnızca talepteki değişimleri dikkate almaktadır.

İnsanın doğal kaynaklar ve çevre üzerindeki baskılarını en aza indirmeyi ve doğal kaynaklar ve çevrenin turizm bölgesi yaşayanlarının ekonomik refahına katkısını en çok çıkarmayı amaçlayan çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesinin üzerinde durduğu ilkeler şu şekilde sıralanabilir (Salah, 2000: 243; Spenceley, 2005: 142):

Yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımı,

Turizme kaynak oluşturan doğal, ekonomik, toplumsal ve kültürel farklılıkların korunması,

Turizm gelişmesinin çevresel, toplumsal ve ekonomik etkilerinin değerlendirilmesi,

Turizm piyasalarının talebinde meydana gelen değişikliklere uyum sağlanması.

Çevre motivasyonuna bağlı olarak seyahat eden turist kitlesi için bölgenin çekiciliklerini arttırmayı hedefleyen çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesinin unsurları; turizm bölgesinin kaynakları ve çekiciliği, çevresel sürdürülebilir talebe uyum ve yardımcı turizm faaliyetlerinin kalite ve çeşitliliği olarak ele alınabilir.

A) Turizm Bölgesinin Kaynakları ve Çekiciliği

Turizm kaynak stoku, kaynaklarının çeşitliliği, yöreye özgü nitelikleri, benzersiz oluşu ve bu kaynakların çekiciliği ile kaynaklara erişim kolaylığı, kaynak kullanımı ile ilgili kısıtlar ve giriş ücretleri turizm sektöründe rekabet gücünün üretim boyutunu oluşturmaktadır.

Turizm kaynakları ortaya çıkışlarına göre doğal ve geliştirilmiş kaynaklar olarak ele alınabilir (Lerner vd., 2000: 81). Bölgenin sahip olduğu iklim, arazi yapısı ve biçimi, bitki örtüsü, doğal anıtlar, kaplıca, şifalı sular, hayvan türleri, plajlar, doğal güzellikler, jeolojik oluşumlar, içilebilir su kaynakları ve çevresel değerler gibi kaynaklar doğal turizm kaynakları olarak ele alınabilir. Nitelikli işgücü, bilgi kaynakları, turizmin alt ve üst yapı kaynakları ise geliştirilmiş turistik kaynakları oluşturmaktadır.

Turizm sektöründe kaliteli hizmet vermeyi sağlayan kültürel zenginliklerin tümü işgücü kaynaklarını oluşturmaktadır. Bir hizmet sektörü olan turizmde gerek iletişim, gerek teknoloji ve hizmet üretimi yönünden nitelikli işgücü ön plana çıkmış, farklı kültürlerden insanlarla anlaşabilme ve iletişim kurabilme yeteneği rekabet açısından dikkat çekmeye başlamıştır.

İnternet, tur operatörleri, seyahat acenteleri ile bu konuda hazırlanmış her türlü rapor, broşür ve piyasa istatistikleri ile bölgeyi daha önce ziyaret eden turistler bilgi kaynaklarını oluşturmaktadır. Seyahat edilecek yer ile ilgili bilgi toplamanın kolaylaştığı, turistik ürün ve turistik bölge seçeneğinin arttığı ve turistlerin gideceği yerin özellikleri, toplumsal, ekonomik ve fiziksel yapısı ile daha fazla ilgilenir hale geldiği günümüzde, bölgenin ulusal ve uluslararası turizm piyasalarında tanıtılmasını sağlayacak bilgi kaynakları, bilgi kaynaklarına erişim kolaylığı ve küresel bilgi ağı ile bütünleşme önem kazanmıştır.

Bilgi kaynaklarının çeşitliliği ve etkin kullanımı bölgenin uluslararası turizm piyasalarındaki konumunu belirlemektedir (Morgan vd., 1999:284). Turist memnuniyetinin gözlenmesi, rakip piyasalardaki gelişmelerin takip edilmesi ve sektörün başarı durumunun takip edilmesinde bilgi kaynaklarından yararlanma derecesi bölgenin rekabet edebilirliği açısından önemlidir.

Çevreye duyarlı turist kitlesi, bilgi kaynakları yardımıyla bölgenin çevresel değerleri hakkında bilgiye ulaşmakta, çevreye duyarlı üretim ve hizmet faaliyetleri ile çevre korumaya yönelik önlemleri yine bu yolla takip etmektedir. Bu yönde olumlu gelişmelerin yaşandığı bölgelerde turistlerin çevresel sorunların çözümüne katkısı ve finansmanına gönüllü katılımı artmaktadır (Gösling, 1999:315).

Taşıma ve ulaştırma sistemleri, kanalizasyon ve atık su sistemleri, elektrik, iletişim ve haberleşme sistemleri turizm bölgesinin alt yapı kaynaklarını oluşturmakta, havalimanları, tatil köyleri ve siteleri, otel, motel, lokanta, alışveriş merkezleri, eğlence ve dinlenme yerleri, kasinolar su ve eğlence parkları ve müzeler gibi kaynaklar ise turistik yapıyı oluşturmaktadır (Huybers vd., 2003:572).

Kaynakların dağılımındaki coğrafi değişiklikler bölgeye rakipleri karşısında karşılaştırmalı üstünlük sağlarken, bu kaynakların etkin kullanımındaki bölgesel farklılıklar rekabet gücü farklılıklarının temelini oluşturmaktadır (Porter, 1990:244). Bazı araştırmalarda turistik kaynak çeşitliliğinin rekabet açısından önemine dikkat çekilmektedir. Rakip turizm bölgelerindeki faaliyetlerin aynısını veya benzerlerini gerçekleştirme olanağının artmasına bağlı olarak, turistik ürün çeşitliliğinin yüksek olduğu bölgelerin rekabet gücünden söz edilmektedir (Crouch vd., 1999:14). Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesinde ise kaynakların benzersizliğinin (ununique) önemi vurgulanmaktadır (Lemer vd., 2000:84).

B) Çevresel Sürdürülebilir Talebe Uyum

Çevresel sorunların günlük hayatı daha fazla olumsuz etkilemeye başlaması, turistlerin demografik özelliklerinin değişmesi, çevre bilincinin ve toplumsal duyarlılığının artması, turistlerin tercih, motivasyon ve beklentilerini de etkilemiştir. Çevresel bütünlük, çevresel değerler, kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve hizmet kalitesi turizm sektöründe satın alma kararlarını her geçen gün daha fazla etkilemekte, turizm bölgesinin seçiminde belirleyici olmaktadır (Swarbroke vd., 2001:36).

Teknolojik ilerleme ve iletişimdeki gelişmelere paralel internet kullanımı turizm sektöründe de yaygınlaşması bilgi paylaşımını arttırmıştır. Bu durum turist profiline yansiyarak daha bilinçli, kültür düzeyi ve beklentisi yüksek bir yapı ortaya çıkarmıştır. Çevrenin ön plana çıktığı ve çevresel duyarlılıkların arttığı turizm talebinin gelecekte de sürdürülmesi ve piyasa payının korunması, talepte ortaya çıkan bu değişimin karşılanmasıyla eşdeğer görülmektedir.

TÜBİTAK tarafından yapılan bir çalışmada turizm sektöründe tüketici profiline ilişkin beklenen değişim bu konuya pratik bir açıklama kazandırmaktadır. Buna göre :

Kültür turizminin birinci sırada ve en fazla gelişme gösteren turizm türleri arasında yer alması,

Bekâr ve çocuksuz çiftler ile orta yaş grubunun dünya nüfusu içerisinde payının artması ve bu grupların seyahate ve eğlenceye daha fazla kaynak ayırmaları,

Turist tercihlerinin kutuplaşması, yenilik ve çeşitlilik talebinin artması, deniz-kum-güneş'in yerini heyecan-eğlence-eğitim ve konfor motiflerinin alması beklenmektedir (TÜRSAB, 2005).

Turizm talebinde yaşanan ve beklenen değişim; turizm faaliyetlerini tüm yıla yayarak olumsuz etkilerini ortadan kaldırmayı ve turizm faaliyetlerinde uzmanlaşmayı teşvik etmektedir. Örneğin çiftlik turizmi, dağ, nehir, köy, macera turizmi gibi alternatif turizm türlerine yönelim artmaya başlamıştır (Huyber, vd., 2003:573).

Çevreye duyarlı, seçici, kültürlü, çevre bilinci yüksek turizm talebinin artması, doğal kaynakların ve çevrenin korunması yönünde bir teşvik oluşturmakta, kişiler daha fazla yeşil alanlara ve doğal turistik ürünlere yönelmektedir (Swarbrooke vd.,

2001:226). Bu niteliklere sahip turistler, turistik kaynakların korunması ve geliştirilmesi konusunda daha duyarlı olmakta ve bu kaynaklardan daha uzun süre faydalanabilmek için kaynakların korunması ve geliştirilmesi gereken maliyetlere katlanmaya gönüllü olmaktadır (Gösling, 1999:315).

Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesine göre talep uyumu, doğal kaynaklara ve çevreye ilgi duyan tüketici kitlesi için bölgenin özgün çekiciliğinin arttırılmasına ve sektörün çevreyle bütünleşmesine bağlıdır. Bir yandan turizm gelirlerini ve piyasa payını arttırırken, diğer yandan çevre ve turistik doğal kaynakların korunması ancak bu şekilde olası görünmektedir.

Doğal değerlere bağlı olarak seyahat eden turist kitlesi açısından çevrenin bütünlüğü ve doğal değerlerin orijinallliği temel kaynak olduğu için söz konusu hedef kitleyi cezbtmek isteyen turizm bölgeleri de çevresel değerleri koruma ve geliştirme yönünde teşvik edilmiş olacak ve bu konuda hem turizm hizmetini arz edenler hem de talep edenler tarafından çevresel maliyetlere katlanma boyutunda her iki tarafın da kazandığı bir işbirliği doğacaktır (Huyber vd., 2003:572).

C) Yardımcı Turizm Faaliyetlerinin Kalite ve Çeşitliliği

İleri-geri bağlantıları yüksek bir sektör olan turizm kendisiyle birlikte bir çok üretim ve hizmet alanını içeren etkiler ortaya çıkarmaktadır (Lerner vd., 2000:179). Taşıma ve ulaştırma sektörü, eğlence sektörü, gıda sektörü, hediyeelik eşya sektörü turizme bağlı olarak gelişen sektörlerle örnek verilebilir. Bölgenin turizm faaliyetine yönelen bir talep artışı olduğunda, tüm bu alanlarda bir başlangıç etkisi ortaya çıkmaktadır.

Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesine göre asıl turizm faaliyetinin tek başına ekonomik gelişmeye katkısı sınırlı olduğundan turizm sektörünün bütünleşik yapısı üzerinde durulmakta, yeme, içme, dinlenme, eğlenme ve alışveriş gibi yardımcı turizm faaliyetlerini gerçekleştiren üretim ve hizmet alanlarının kurulması ve geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Turizme temel oluşturan kaynak ve çekicilikler turizm faaliyeti için birincil motivasyonu oluştururken, katma değer artışı bu motivasyonla birlikte ortaya çıkan diğer turistik ve temel ihtiyaçların karşılanmasına bağlıdır (Geoffrey, 1999:148). Sonuç olarak çevre bilinci ve kültür düzeyi yüksek, doğal, tarihi, kültürel nedenlerle seyahat eden turistler için bölgeye has özelliklerin korunması ve söz konusu turistlerin ziyaret sürecinde ortaya çıkan faaliyet ve hizmetlerin de düşük fiyatlardan ve kaliteli olarak sağlanması üzerinde durulmaktadır.

III) ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM STRATEJİLERİ

Sektör gelirlerindeki artışa paralel olarak, kişilerin bütçelerinden turizm faaliyetine ayırdıkları harcamaların paylaşımındaki rekabet de giderek şiddetlenmiş ve

turizm piyasalarında, bölgelerin rekabetçi konumlarını ve çekiciliklerini geliştirme yöntemleri olarak bilinen turizm stratejilerinin önemi artmıştır. Eko-turizm, kıyı turizmi, yeşil turizm, tarihi, kültürel ve antik turizm, doğa ve manzara turizmi, sağlık spor ve festival turizmi gibi turistik ürün çeşitliliğinin arttığı piyasalarda, küresel rekabet stratejisi oluşturulurken, bölgenin turistik kaynaklarıyla uyumlu bir stratejiyi benimseme rekabet edebilmenin önemli bir koşulunu oluşturmaktadır (Jap, 2001: 10).

Turizm bölgeleri; bilinçli, çevresel değerlere saygılı, kültür düzeyi yüksek turist kitlesini çekme konusunda yarışmaktadır. Gelişmiş turizm bölgeleri kişilerin turizm harcamalarına ayırdıkları payların kendi bölgelerine yönelmesi konusunda rakip turizm bölgeleri aleyhine farklılık çeşitlilik, çekicilik ve özgünlük gibi bölgenin çeşitli unsurlarını ön plana çıkarmaktadırlar.

Çevresel sürdürülebilir turizm gelişme stratejisi çevresel değerlere önem veren ve bu değerlerin korunmasının maliyetine katlanmaya hazır turist kitlesini hedef kitle olarak seçmektedir. Bu kitleyi bölgeye çekme konusunda rakiplerinden farklı faaliyet ve hizmetleri yine görece olarak düşük fiyatlardan sunabilme, stratejinin özünü oluşturmaktadır.

SONUÇLAR

Son yıllarda turizm talebinde önemli değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Bir yandan eğitim, kültür gibi turistik kitlenin demografik yapısında olumlu yönde bir değişim yaşanırken, diğer yandan çevresel değerler, çevresel duyarlılık ve çevre bilinci gibi kavramların önem kazandığı ve turistik faaliyetlerin belirlenmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bilinçli turizm kitlesi çevre ve doğal kaynakların turizm faaliyeti için önemini anladığından, bu değerlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda daha hassas davranmakta, aynı duyarlılığı gösterebilen turistik bölge ve ürünleri tercih ederken, kendisi de çevresel sorunların çözümünün bir parçası olmayı kabul etmektedir. Bu nedenle bu turist kitlesini bölgeye çekecek stratejiler geliştirilmelidir.

Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği konusunda yalnızca üretim boyutunda yoğunlaşan geleneksel yaklaşım yerini üretim ve talep koşullarını dikkate alan modern ve çevreci yaklaşımlara bırakmıştır. Bu nedenle turizm bölgesi için geliştirme plan ve programları hazırlanırken, hedef turist kitlesi ve turistik arz yapısı iyi belirlenmelidir. Hedef kitlenin motivasyonunu arttıran doğal değerler korunurken, çevreye duyarlı yeni değerler ve turistik ürünler geliştirilmeli ve ürün çeşitliliği artırılmalıdır.

Uluslar arası turizm bölgelerinde rekabet gücü ile ilgili değerlendirmeler yapılırken, turizm faaliyetinin yöreye etkisi tüm boyutlarıyla değerlendirilmeli, piyasa payı, gelir, istihdam ve katma değerdeki değişimler yanı sıra çevresel ve turistik kaynaklardaki yıpranma ve değişim de dikkate alınmalıdır. Yalnızca ekonomik kazançlar üzerinde yoğunlaşan bir bakış açısı gerçek etkinin belirlenmesi konusunda yanıltıcı olabilir.

Küreselleşme ve gerek görsel gerek işitsel iletişim olanaklarının genişlemesi, bu tür kaynakların turizm sektörü açısından önemini arttırmıştır. Bu nedenle bilgi kaynaklarından etkin bir şekilde yararlanılmalı, yerel, ulusal ve küresel bilgi kaynaklarıyla bölgenin turistik kaynakları ve çevresel faaliyetleri konusunda gerekli enformasyon turistlere ulaştırılırken, yine bu kanallarla turizm talebinin beklenti ve motivasyonlarındaki değişimler takip edilmelidir.

Turizm faaliyeti bütünlüklü bir yapı gösterdiği için turizme bağlı olarak ortaya çıkan talebin değerlendirilmesi ve bu alanlarda da düşük fiyat-kalite anlayışının yaygınlaştırılması turizm faaliyetlerinin ekonomik kazançlarını katlayarak arttırmaktadır. Bu nedenle ekonomi genelinde kalite ve fiyat üstünlüğü oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- BARNEY, J. B. (2001), "Resource Based Theories of Competitive Advantage: A Ten Year Retrospective on the Resource Based View", *Journal of Management*, Vol. 27, pp. 643-650.
- BEYERS, P., WILLIAM, B., and DAVID, L. (1999), "The Creation of Competitive Advantage by Producer Service Establishment", *Economic Geography*; Worcester, pp. 1-20.
- BRIASSOULIS, H. and STRAATEN, J.(1995) *Tourism and Environment, Regional Economic and Policy Issues*, Kluwer Academic Publishers, Boston.
- COCCOSSIS, H. (1996), "Tourism and Sustainability: Perspective Implications", G.K. Priestly, J.A. Edwards and H. Coccossis (Ed) *Sustainable Tourism in European Experiences* Priestley G.K. Edwards J.A. Wallingford: CAB International.
- CROUCH, G, and RITCHIE, B. (1999). "Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity", *Journal of Business Research*, No : 44, pp. 137-152.
- DENG, S. and YUAN, L. (1999), "A Methodology for Competitive Advantage Analysis and Strategy Formulation: An Example in a Transitional Economy", *European Journal of Operational Research*, Vol. 118, pp. 259-270.
- DWYER, L., FORSYTH, P. and PRASADA, R. (2000), "Destination Price Competitiveness: Exchange Rate Changes Versus Domestic Inflation", *Journal of Travel Research*, Vol. 40, pp. 228-336.
- GÖSSLING, S. (1999), "Ecotourism: A Means To Safeguard Biodiversity And Ecosystem Functions?", *Ecological Economics*, 29, 303-320.
- HUYBERS, A.T.VE BENNETT, B. .I. (2003), "Inter-Firm Cooperation at Nature-Based Tourism Destinations", *Journal of Socio-Economics*, Vol. 32, pp. 571-587.
- JAP, S. D. (2001), "Perspectives of Joint Competitive Advantages in Buyer-supplier Relationships", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 18, pp. 19-35.

- LERNER, M. and HABER, S. (2001), "Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism Entrepreneurship and The Environment", *Journal of Business Venturing*, Vol.16, pp. 77-100.
- MAN, T., LAU, T. and CHAN, K.F. (2002), "The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A. Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies", *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, pp. 123-142.
- MOGAN, H. (1999), "Relationship-Based Competitive Advantage: The Role of Relationship Marketing in Marketing Strategy", *Journal of Business Strategies*, Vol. 46, pp. 281 -290.
- OMEREGIE. M. E. and KENNETH, T. (1997), "Measuring Regional Competitiveness in Oilseeds Production and Processing in Nigeria: A Spatial Equilibrium Modelling Approach", *Agricultural Economics*, Vol. 26, Issue: 3.
- PORTER, İM. E (1990). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industry and Competitions* the Free Press, New York.
- PORTER, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York.
- SALAH, S. (2000), "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, Vol. 38, pp. 239-255.
- SPENCELEY, A. (2005). Nature-Based Tourism and Environmental Sustainability in South Africa, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol:13, No : 2, pp. 136-168.
- SV/ARBROOKE, J. and HORNER, S. (2001), *Consumer Behaviour in Tourism*, Scd. Press. Britain.
- TÜRSAB 2000, Dünya Turizm Örgütü Raporu 2000. <http://www.tursab.org.tr/wto.htm>. (12 08 2005).
- VERNON; .I., ESSEX; S., PINDER; D. and CURRY, K. (2003), "The 'Greening' of Tourism Micro-Businesses: Outcomes of Focus Group Investigation", *Business Strategy and the Environment*, No: 12,49-69.
- WTO (2004), *World Tourism Barometer*, Vol. 2, No: 1.

Copyright © 2007. This article is licensed under
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/> (the “License”).
Notwithstanding the ProQuest Terms and conditions, you
may use this content in accordance with the terms of the
License.