



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ



II. ULUSAL
SÜRDÜRÜLEBİLİR
TURİZM KONGRESİ

28-30 NİSAN 2016

ADRASAN / ANTALYA



KONGRE DESTEKLEYİCİLERİ





II. ULUSAL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ

Bildiriler Kitabı

28 -30 Nisan 2016, Adrasan, ANTALYA

Editörler:

Prof. Dr. Akın AKSU

Doç. Dr. Rüya EHTİYAR

Doç. Dr. Özlem GÜZEL

Arş. Gör. Gökhan YILMAZ

Arş. Gör. İlker ŞAHİN

Arş. Gör. Adnan ÖZTÜRK

Arş. Gör. Doğuş KILIÇARSLAN

Arş. Gör. Özge KOCABULUT

Antalya, 2016



Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi

07058 Kampüs ANTALYA

Tel: 0242 310 20 20

Faks: 0242 227 46 70

turizm@akdeniz.edu.tr



www.facebook.com/akdenizturizmfakultesi/



www.twitter.com/AkdenizTurizm

© Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi

Kitabın tüm hakları Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'ne aittir. Yazarından veya kurumdan yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi, veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Bu kitap II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi kapsamında yayınlanmakta olup, kitapta yer alan bildiriler yazar(lar)ın kendi düşüncelerini yansıtmaktadır.

Kapak Tasarımı : TURSET, Gökhan Yılmaz, İlker Şahin, Adnan Öztürk

Kitap Tasarımı : Gökhan Yılmaz , İlker Şahin, Adnan Öztürk

Baskı : Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi

ISBN : 978-605-4483-28-0

ÖNSÖZ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında son derece hızlı gelişmeler gösteren turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi etkiler yaratmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre turizm hareketleri, turist sayısı ve turizm gelirleri itibariyle önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2015 yılında uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı ilk on ay itibariyle 1 milyar 14 milyon kişiye ulaşmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre 2015 Ocak-Aralık döneminde ülkemizi ziyaret eden misafir sayısı 2014 yılına göre %1.61 azalış göstererek 36.244.632 olmuştur. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre 2016 yılı için olumlu bir tablo beklenmektedir. Ancak dünya genelinde beklenen bu olumlu beklentinin, ülkemizde yaşanan olumsuz gelişmelerle birlikte maalesef ki Türkiye'ye yansımayaacağı turizm otoriteleri tarafından ifade edilmektedir.

2015 yılı seyahat ve turizm rekabetçilik endeksi sıralamasında ilk 144 ülke arasında İspanya birinci, Fransa ikinci, Almanya üçüncü, ABD dördüncü ve İngiltere beşinci sıralamada yer almaktadır. Zengin doğal, kültürel ve tarihi çekiciliklere sahip olan ülkemizin ise Dünya Ekonomik Forumu'ndan aldığı karne puanı ise oldukça düşüktür. Rapora göre; Türkiye yedi üzerinden 4.08 olarak sıralamada 44. olarak yer almıştır. Sıralama oluşturulurken göz önünde bulundurulmuş kriterler değerlendirildiğinde; Türkiye kaliteli çevre sıralamasında 82., sürdürülebilir seyahat ve turizm endüstrisi sıralamasında 54., çevre düzenlemeleri konusundaki yeterlilik sıralamasında 72., koruma altındaki alan sıralamasında 131. ve Dünya mirası listesine giren bölge sayısı sıralamasında 43. sırada yer almaktadır. Endeks raporları, gerilerde kaldığımız ağırlıklı noktaların sürdürülebilir turizm uygulamalarına odaklanması gerekliliğine işaret etmektedir. Bu bağlamda Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin gerçekleştireceği bu kongrenin, araştırmacı ve uygulamacıları bir araya getireceğine, turizm alanına ilişkin bilgi üretimine katkı sağlayacağına ve turizmin kendi sürdürülebilirliğini koruyacağına, önerilerin, fikirlerin ve deneyimlerin tartışılacağı platform oluşturacağına yürekten inanıyorum. Bu süreçte yoğun ve tempolu çalışma özverisi gösteren kongre düzenleme kuruluna ve kongreye destek veren kurum ve kuruluşlara Akdeniz Üniversitesi adına teşekkürlerimi sunuyorum, kongrenin verimli geçmesini diliyorum.

İkincisini yaptığımız bu kongrenin kurumsallaşmasını ve gelecek yıllarda diğer üniversitelerimiz tarafından düzenlenerek sürdürülebilirliğinin sağlanmasını temenni ederim.

Prof. Dr. Mustafa ÜNAL

Akdeniz Üniversitesi Rektörü

SUNUŞ

*Doğayla savaş halindeyiz.
Eğer kazanırsak, kaybedeceğiz.
Hubert Reeves*

Dünya Turizm Örgütü'nün 2013 yılında yayınladığı Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Raporu'nda vurgulandığı üzere turizm, çevresel, sosyo-kültürel ve tarihi yapılar üzerinde birçok negatif etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler; ulaştırma ve konaklama faaliyetlerinin karbon salınımına katkısı, turizm işletmelerinin katı ve sıvı atıklarının toprak ve su kirliliği yaratması, yine turizm işletmelerinin arazi, su ve enerji gibi yenilenebilir olmayan kaynakları kullanması, korunan alanlarda turizm gelişiminin yetersiz yönetilmesi, taşıma kapasitesinin aşılması, kültürel miras alanlarının tahrip edilmesi, kötü çalışma koşullarının oluşması, yerel toplumlara ait sosyo-kültürel geleneklerin ve değerlerin yok olması şeklinde sıralanabilir. Bu noktada duyarsız uygulamalara imza atan turizm işletmelerine, turizmin etkilerine karşı bilinçsiz olan yerel halka ve turistlere yönelik sosyo-kültürel, doğal ve çevresel kaynakları ihtiyatlı kullanma hususunda farkındalık yaratma ve bu kaynakların gelişimine katkı sağlama bilincini oluşturabilmek açısından sürdürülebilir turizm temalı bilimsel etkinlikler büyük önem arz etmektedir.

II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi'nin ilki 2015 yılında Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından "Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi" başlığıyla gerçekleştirilmiştir. Düzenlenen bu kongrede konunun önemi ve hassasiyeti itibarıyla ismi değiştirilerek devam ettirilmesi kararı alınmıştır. Turizm sektörü paydaşları, turizm akademisyenleri ve farklı disiplinlerden akademisyenlerin görüşlerini ve değerli bilgilerini bir araya getirerek bilim dünyasına katkıda bulunma önceliğiyle II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi organizasyonunu ev sahipliği yapmayı Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak üstlenerek büyük bir heyecanla kongre çalışmalarına başladık. Kongremizin temasına uygun olarak doğanın ve tarihin bulunduğu bir cennet olan Likya Yolu üzerindeki Adrasan'ı seçtik.

II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi'ne toplamda 55 bildiri gönderilmiştir. Gönderilen bildiriler, Bilim Kurulunda yer alan akademisyenler tarafından değerlendirilmiş olup kongrede sözlü olarak sunulması için toplamda 45 bildiri kabul edilmiştir. Kabul edilen ve edilmeyen tüm bildiri sahiplerine, gösterdikleri ilgi ve harcadıkları emek nedeniyle teşekkür ederiz. Değerli bilim kurulu üyelerimize de akademik üretimimize verdikleri katkılardan dolayı tekrar teşekkürlerimizi iletiyor ve saygılarımızı sunuyoruz. Ayrıca kongremizin düzenlenmesinde desteklerini esirgemeyen Akdeniz Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Mustafa ÜNAL'a, Kumluca Belediyesi Başkanı Sayın Hüsamettin ÇETİNKAYA'ya, THY Antalya Bölge Müdürü Sayın Ömer Durna'ya, ODEON Tours Türkiye Genel Müdürü Sayın Vahit PETEK'e, Hoteladvisor Şirketi Genel Müdürü Sayın Kemal ORAL'a, SunExpress Satış ve Pazarlama Müdürü Sayın Emre BAHTOĞLU'na, TURSET'e, EXPO2016 Antalya Ajansı'na, Antalya Rehberler Odası'na, Antalya Kültürel Miras Araştırmacılar Derneği'ne ve Triada Antalya Proje Danışmanlık Şirketi'ne verdikleri desteklerden dolayı teşekkür ederiz.

Dileğimiz, turizmin kendi sürdürülebilirliğini sağlamasına katkı sağlayacağını düşündüğümüz Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi'ne yönelik ilginin gelecek yıllarda da artarak devam etmesidir. Çünkü Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi'nin, akademisyenler, öğrenciler, sektör-kamu kurumu temsilcileri ve turizm paydaşlarının güncel turizm konularını sürdürülebilir turizm yaklaşımı rehberliğinde ele alarak tartışabilecekleri, bilgi ve deneyimlerini paylaşabilecekleri, çözüm önerileri üretebilecekleri ve işbirliği fırsatı yakalayabilecekleri bir platform oluşturacağına olan inancımız büyüktür.

**Kongre Düzenleme Kurulu Adına,
Doç.Dr. Özlem GÜZEL
II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi
Düzenleme Kurulu Başkanı**

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRELERİ

TARİHÇESİ

I. ULUSAL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ

Tarih	14-16 Mayıs 2015
Düzenleyen Kurum	Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. İhsan GÜNAYDIN
Yer	Turizm Fakültesi, Kampüs, Gümüşhane
Sunulan Bildiri Sayısı	70
Kongre Kitabı	Yayınlandı
Web Sitesi	http://stk2015.gumushane.edu.tr/index/

II. ULUSAL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ

Tarih	28-30 Nisan 2016
Düzenleyen Kurum	Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dönem Başkanı	Doç. Dr. Özlem GÜZEL
Yer	Akdeniz Üniversitesi Adrasan Sosyal Tesisleri, Adrasan/Kumluca/Antalya
Sunulan Bildiri Sayısı	45
Kongre Kitabı	Yayınlandı
Web Sitesi	http://stkakdeniz.com/

II. ULUSAL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ KURULLARI

KONGRE ONUR KURULU

Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Muammer TÜRKER	Antalya Valisi
Prof. Dr. Mustafa ÜNAL	Akdeniz Üniversitesi Rektör V.
Hüsamettin ÇETİNKAYA	Kumluca Belediye Başkanı

KONGRE BİLİM KURULU

Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR	Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Fusün İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent HİMMETOĞLU	Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Gül İŞİN	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Tuncay NEYİŞÇİ	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Nurhan PAPATYA	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Cevat TOSUN	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan SIRAKAYA TÜRK	University of South Carolina
Prof. Dr. Metin SÖZEN	Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL)
Prof. Dr. Hüseyin Rıdvan YURTSEVEN	Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Maria DOLORES ALVAREZ	Boğaziçi Üniversitesi
Doç. Dr. Murat EMEKSİZ	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Gül GÜNEŞ	Atılım Üniversitesi
Doç. Dr. Berrin GÜZEL	Adnan Menderes Üniversitesi
*Sıralama Akademik Ünvan ve Soyadına Göre Yapılmıştır.	

KONGRE BİLİM KURULU	
Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Doç. Dr. Dilek ÜNALAN	Boğaziçi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Uğur AKDU	Gümüşhane Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İsmail ÇALIK	Gümüşhane Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Osman ÇALIŞKAN	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Güney ÇETİNKAYA	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gönül İÇEMER	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet SARIOĞLAN	Balıkesir Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nuray TETİK	Balıkesir Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK	Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Bilal YALÇIN	Gümüşhane Üniversitesi

KONGRE YÜRÜTME VE DÜZENLEME KURULU	
Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Prof. Dr. Akın AKSU	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem GÜZEL	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Rüya EHTİYAR	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nurşah ŞENGÜL	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. Adnan ÖZTÜRK	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. Doğuş KILIÇARSLAN	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. Gökhan YILMAZ	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. İlker ŞAHİN	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. Müjde BİDECİ	Akdeniz Üniversitesi
Arş. Gör. Özge KOCABULUT	Akdeniz Üniversitesi
Öğr. Gör. Edina AJANOVIC	Akdeniz Üniversitesi

İÇİNDEKİLER		
No	Bildiri Başlığı	Sayfa
1	Sürdürülebilir Turizm Gelişmesinin Boyutları, Sürdürülebilir Gelişmenin Önündeki Sorunlar Emre BAHAR	1-17
2	Uluslararası Rekabet Endeksi Ekseninde Türkiye'nin Sürdürülebilir Turizm Performansının Değerlendirilmesi İbrahim BİRKAN, Murat DİKMEN, Tayfun Kürşat TAYFUR	18-25
3	Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Karbon Ayak İzi Muharrem TUNA, Gözde ÖZDEMİR	26-40
4	Topluluk Duygusu, Çevresel Sorumlu Davranış ve Çevresel Sürdürülebilir Turizm Tutumuna Yönelik Bir Model Önerisi Ceren İŞÇİ , Berrin GÜZEL, Edanur ALTAY, Ümran YUMAKOĞULLARI, Gülhan SOYSAL, Esra ÇINAR, Muhammed ATASOY, Hafize Nur GÜLER, Emine PEKSAK, Binnaz Çağla DİŞİAÇIK	41-55
5	Yeşil Anahtar Programının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi Nida TÜREGÜN, Katrin YİĞİTBAŞ	56-68
6	Turizmde Yeşil Yıldız: Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri Betül TÜLEK , Arzu ALTUNTAŞ	69-87
7	Yerel Halkın Golf Tesisleri Ve Doğal Çevre İlişkisiyle İlgili Algısı: Belek Örneği Gonca MANAP DAVRAS, Gökhan DEMİRAY	88-104
8	Tüketicilerin Gözünden Çevreye Duyarlı Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi Murat BAYRAM, Ümmühan BAYRAM	105-115
9	Sürdürülebilir Mutfak Kültürü Kapsamında Eğirdir Mutfak Kültüründe Yöresel Yiyeceklerin Sürdürülebilirliği Ömer Kürşad TÜFEKÇİ, Gürkan KALKAN	116-126
10	Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yöresel Yemeklerin Beş Yıldızlı Otel Menülerinde Kullanımı: Afyonkarahisar Örneği Mustafa SANDIKCI, Sabri ÇELİK	127-140
11	Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün İncelenmesi Fusun İSTANBULLU DİNÇER, Şimal ŞAHİNOĞLU	141-157
12	Restoranlardaki Yeşil Uygulamalar ve Tüketici Davranışı İlişkisi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma Gizem KILIÇ, Murat YÜCELEN	158-175
13	Phaselis Koyu'nda Rekreatif Faaliyetlerin Sürdürülebilir Ziyaretçi Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi Tendü Hilal Göktuğ, Gönül Tuğrul İçemer, Bülent Deniz, Ramazan Göktürk, Alper Yorulmaz	176-188
14	Yenilebilir Kentler: Sürdürülebilir Turizmde Yeşil Altyapı Planlamaları Serdar SELİM, Nazan KORKMAZ, Ozan KAYA	189-203
15	Botanik Bahçelerinde Sürdürülebilir Yönetim İlkeleri: Örnek Botanik Bahçeleri İlke BAŞARANGİL, Cemre TOKATLI	204-218
16	Sürdürülebilir Rekreatif Turizm Kapsamında Simbiyo Şehir Uygulamaları Bilal YALÇIN, Burcu ILGAZ YILDIRIM, Furkan YILDIRIM	219-231
17	Sürdürülebilir Destinasyonlar İçin Seyahat Motivasyonlarında Kültürel Mesafenin Önemi Serhat AYDIN, Hakan SEZEREL	232-241
18	Sürdürülebilir Turizm Tutum (Sus-Tas) Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Didim Yerel Halk Örneği Reyhan ARSLAN AYAZLAR	242-256

No	Bildiri Başlığı	Sayfa
19	Deneyimsel Pazarlamanın Halk Bilimi Ürünlerinde Kullanımı: Yaşayan Müze Örneği Ali TÜRKER, Gülay ÖZALTIN TÜRKER	257-272
20	Sorumlu Çevresel Davranış İle Doğa-Temelli Rekreasyon Tercihleri Arasındaki İlişki: Antalya'ya Gelen Alman Turistlere Yönelik Bir Araştırma Aslıhan DURSUN, Caner ÜNAL, Meltem CABER	273-288
21	Kars İli Kültürel Miras Kaynaklarının Korunmasına Yerel Paydaşların Bakışı Çağla ÜST, Cansu SOLMAZ, Derya İNALTEKİN	289-304
22	Safranbolu Unesco Miras Alanında Turizmin Sürdürülebilirliği Konusunda Bir Değerlendirme Serdar CEYLAN, Mehmet SOMUNCU	305-321
23	Safranbolu Turizminin Sürdürülebilir Gelişiminde UNESCO'nun Etkileri Ertuğrul DÜZGÜN, Ayşegül ACAR	322-339
24	Kültür Turizminin Klasik Çağlar Öncesi Kültür Varlıkları Üzerinde Etkileri: Antalya Örneği Şebnem KURTULUŞ KIVANÇ	340-357
25	Ekoturizm Aktiviteleri Kapsamında Bisiklet Turizminin Yeri ve Önemi: Örnek Destinasyonlar ve Türkiye Murad Alpaslan KASALAK, Gizem DEMİRDİKEN	358-373
26	Turizm Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıklarının Çevre Dostu Rekreasyon Davranışlarına Etkisinin Belirlenmesi Üzeyir KEMENT, Barış DEMİRCİ	374-390
27	Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Ekoturizm Yönetimi Ölçüt ve Göstergelerinin Ülkemiz Açısından İrdelenmesi İnci Zeynep AYDIN, Atakan ÖZTÜRK, Ufuk DEMİRCİ	391-405
28	Kırşehir İli Mucur İlçesinin Turizm Potansiyel Olanaklarının İncelenmesi Yasin DÖNMEZ, Fatih TÜRKMEN, Levent AYTEMİZ, Suat ÇABUK	406-416
29	Çevreci Deniz Turizmi Faaliyetlerinin Geliştirilmesi İhtiyacı ve Bu Amaçla Türkiye'de Yapılan Çalışmalar Aziz MUSLU	417-429
30	Sürdürülebilir Turizm Literatür İncelemesi: Prensipler ve Teknikler Kapsamında Ele Alınan Temel Konular (1990-2016) Özlem GÜZEL, Mustafa GÜLMEZ, Dilara BAHTİYAR	430-445
31	Kırsal Turizmde Eğitimin Önemi ve Avrupa'dan Örnekler Fusun BAYKAL, Emre ATABERK	446-461
32	Korunan Alanların Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi: Gümüşhane Artabel Gölleri Tabiat Parkı Örneği Murat ÖDEMİŞ, İsmail ÇALIK	462-470
33	Yerel Halkın Destinasyon İmaj Algısı Gökhan AYAZLAR	471-484
34	Yavaş Şehir Hareketinin Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkisi: Erzurum-Uzundere Halkının Tutum ve Algıları Üzerine Bir Araştırma Mehmet Yavuz ÇETİNKAYA, Neslihan SERÇEOĞLU, Hacı Arslan UZAN	485-502
35	Kırsal Turizmin Etkileri Üzerine Yerel Halkın Algıları Ömür UÇAR	503-519
36	Yöresel Etkinliklerin Sürdürülebilir Turizme Yansımalarına Yönelik Trakya'da Bir Uygulama Bahadır SEZER, Süleyman AKKAŞOĞLU, Derman KÜÇÜKALTAN	520-535
37	Sürdürülebilir Turizm İçin Yeşil Pazarlama: Hava Su Park Otel Üzerine Bir İnceleme Ahmet UYAR	536-548

No	Bildiri Başlığı	Sayfa
38	Maliyetler Açısından Türkiye'nin Dünya Medikal Turizmindeki Yeri ve Önemi Halil AKMEŞE , Sercan ARAS, Serpil KAYA	549-560
39	Dünya Standartlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: Turizm İşletmeleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz Ferdî BİŞKİN, M.A. Kadriye AKMEŞE, Serpil KAYA	561-575
40	Sürdürülebilir Turizm Açısından Öğrencilerin Sektöre Karşı Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Planlaması ve Seçimine Etkisi İlker GÜNAY, Zeki AKINCI	575-593
41	Turizm Fakültelerinde Eğitim Gören Öğrencilerin Turizm Eğitime ve Mesleğe Yönelik Görüşlerinin Sürdürülebilirliğe Etkisi Betül UZGİDİM	594-608
42	Turizm Öğrencilerinin Turizm Türlerine İlişkin Bilişsel Yapılarının Belirlenmesi Altan DEMİREL, İlker GÜNAY	609-627
43	Sosyal Medyanın Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Tüketici Davranışlarına Etkisi Barış ÖZCAN, Zeki AKINCI	628-644
44	Turistik Destinasyon Tercihlerinde Dizi veya Filmlerin Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Uğur AKDU, Mehmet Halit AKIN	645-661
45	Kayseri Şehrinin Marka Kişilik Boyutlarının Belirlenmesi Nilsun SARIYER, Hacer Kübra BADA, Büşra DİNÇ	662-673

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞMESİNİN BOYUTLARI

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞMENİN ÖNÜNDEKİ SORUNLAR

Emre BAHAR¹

ÖZET

Sürdürülebilir gelişmenin temelinde, kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. Kaynakların sürekli olarak, korunarak değerlendirilmeleri, özellikle yenilenebilen kaynakların, kendilerini yenileme sınırları aşılmadan kalkınmaya destek olabilmeleri, çevreyi koruyan gelişme felsefesinin temelini oluşturmaktadır (Özkök ve Gümüş, 2009:53).Sürdürülebilir turizm terimi ise ilk olarak yaklaşık otuz yıl önce turizm kalkınma politikasının dilini girdi. Sürdürülebilir gelişmenin ortaya çıkması daha genel olarak ve sonraki yaygınlaşmasını yansıtan, özellikle turizm gelişmesibüyükülüğünün, kapsamının ve sonuçlarının yarattığı sorunlara uygun bir tepki olarak görüldü(Sharpley, 2010:1). Sürdürülebilir turizm, turizm paydaşlarını bir araya getirerek ortak çıkarları için hareket etmelerini sağlamada onlara rehberlik edebilen bir bağlam olan, karar verici konumundakilere; şu anda ve gelecekte, olumlu ve olumsuz etkileri nasıl dengeleyebileceklerini daha net görmelerini sağlayan turizm sektörünün gelişimi için oluşturulan bir yaklaşımdır (Castellani ve Sala, 2010: 871). Sürdürülebilir turizm, ev sahibi toplulukların kültürel ve çevresel bütünlüğünü korumak ve çevresel hassas alanlar ve doğal mirasın korunmasını artırırken, ev sahibi toplulukların nüfusunun turizm kaynaklarından faydasını artırmak için gelişmesini teşvik etmektedir (Sharpley, 2010:1). Çalışmada, sürdürülebilir gelişme ve ilkeleri, sürdürülebilir turizm gelişmesinin boyutları ve sürdürülebilir turizm gelişmenin önündeki sorunlar incelenmiştir.Sürdürülebilir turizm gelişmesinin, ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise sürdürülebilir turizm gelişmesinin önündeki sorunlar incelenerek; alınabilecek önlemler değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Gelişme, Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi, Sürdürülebilir Turizm Boyutları, Sürdürülebilir Turizm Sorunları

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir Gelişme

Sürdürülebilirlik, 1983 yılında, gerçekleştirilen bir BM (Birleşmiş Milletler) toplantısında, Norveç Başbakanı tarafından; bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan karşılamak, olarak tanımlanmıştır (Can vd., 2013:240). Sürdürülebilir

¹ Öğr. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, Sefaköy Meslek Yüksekokulu, Seyahat ve Eğlence Hizmetleri Programı, Turizm Rehberliği Bölümü, emrebahar@arel.edu.tr

gelişme için, Norveç Başbakanı Brundland' ın hazırladığı rapor, referans gösterilmektedir. Bu terim, görünüşte birbirinden oldukça farklı olan ekonomik büyüme ve çevresel koruma kavramlarını bir araya getirmek için ilk defa bu raporda kullanılmıştır (Sezgin ve Kalaman, 2008: 430). Sürdürülebilir gelişmenin; dört özelliğinden söz edilmektedir; genel yaşam kalitesinin korunması, doğal kaynaklara sürekli erişimin sağlanması, çevre üzerinde kalıcı etki bırakacak zararların engellenmesi ve günümüz gereksinimleri yerine getirilirken, gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılama olanaklarının engellenmemesidir (Ceylan, 2001:170).

Sürdürülebilirlik, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ana kaynaklara aşırı yüklenmeden, sürdürülebilmesi yetkinliği olarak bilinmektedir. Sürdürülebilirlik, bugünün gereksinimlerini; gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama olanağından ödün vermeden karşılayan kalkındır (Sezgin ve Kalaman, 2008:429).

Sürdürülebilir gelişme, tüm varlıkları, doğal kaynakları ve insan kaynaklarını yöneten, bunların yanı sıra, mali ve fiziksel varlıklar için uzun vadeli bir zenginlik ve refahı arttıran bir kalkınma stratejisidir (Tosun, 2001:290).Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde, kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. Kaynakların sürekli olarak, korunarak değerlendirilmeleri, özellikle yenilenebilen kaynakların kendilerini yenileme sınırları aşılmadankalkınmaya destek olabilmeleri, çevreyi koruyan kalkınma felsefesinin temelini oluşturmaktadır (Özkök ve Gümüş, 2009:53).

Sürdürülebilir Turizm ve İlkeleri

Turizm sektörünü ekonomik bakımdan kurtarıcı olarak görmüş olan ülkeler, turistik gelişmeler kaydederken, çoğu zaman turizmin sürdürülebilirliğini göz ardı etmişlerdir. Bu durumun farkına varılması ile birlikte, sürdürülebilir turizm kavramı 1990'larda önem kazanmaya başlamıştır. Butler, bu kavramı, "turizm destinasyonlarında sürdürülebilir gelişme" şeklinde literatürde kullanmıştır (Tokmak, 2008:2).

Sürdürülebilir turizm, turizm paydaşlarını bir araya getirerek, ortak çıkarları için hareket etmelerini sağlamaktadır. Onlara rehberlik edebilen bir bağlam olan, karar verici konumundakilere, şu anda veya gelecekte, olumlu veya olumsuz etkileri nasıl dengeleyebileceklerini daha net görmelerini sağlayan turizm sektörünün gelişimi için oluşturulan bir yaklaşımdır (EconomicAnd Social Commission For Asia And The Pacific, 2001:49).

Sürdürülebilir turizm, yaygın olarak yerel gelişmenin yükseltilmesi anlamıyla kabul edildiği gibi, doğal çevrenin korunması ve geleneksel ve kültürel mirasın uluslararası kararlılıkla çözülmesi anlamına da gelmektedir (Castellani ve Sala, 2010:871). Sürdürülebilir turizmin, ev sahibi toplulukların kültürel ve çevresel bütünlüğünü korumak ve çevresel hassas alanlar ve doğal mirasın korunmasını artırırken, ev sahibi toplulukların nüfusu için turizm kaynaklarından faydalarını artırmak için gelişmesini teşvik etmektedir (Sharples, 2010:1).

1960'ların ortalarından itibaren, turizmin, özellikle de uluslararası kitle turizminin amansız küresel yayılmasının, hızlı büyümeyi beraberinde getirmesi, onun gelişmesinin birçok yorumcu tarafından, turizmin dizginsiz genişleme potansiyeli, yıkıcı çevresel ve sosyal-kültürel etkilerine dikkat çekilmiştir. 1980'lerin sonuna varıldığında, yeşil turizm, alternatif turizm gibi kavramlar kullanılmış, uygun, düşük etkili, sorumlu ve yumuşak turizm kavramları ön plana çıkmıştır. 1990'ların başlarında, turizmde algılanan olumsuz etkiler, bununla birlikte onun gelişimine alternatif yaklaşımlara gösterilen dikkat, sürdürülebilir turizmin belirli konumundan tekrardikkat çekmiş ve o zamandan beri turizm politika ve planlama süreçlerinde, hem de akademik çalışmalarda etkili konumunu korumuştur (Sharples, 2010:1).

Sürdürülebilir turizm, insanın etkileşimde bulunduğu ya da bulunmadığı çevrenin bozulmadan veya değiştirilmeden korunarak, kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin, yaşamı sürdüren sistemlerin sürdürüldüğü ve aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şeklidir (Özbey, 2002:143).

Najdeska ve Rakicevik'e (2012: 211) göre de; sürdürülebilir gelişme kavramı, dört temel ilkeye dayanmaktadır:

- **Çevresel sürdürülebilirlik ilkesi**, yaşamsal ekolojik süreçlerin gelişimini, biyolojik çeşitliliğe ve biyolojik kaynaklara uyumlu olacak şekilde korunmasını sağlayarak geliştirir.
- **Sosyal sürdürülebilirlik ilkesi**, toplum kimliklerinin güçlendirilmesine katkıda bulunurken, toplum gelişiminin, geleneksel değerleri ile uyumlu olacak şekilde gerçekleşmesinin sağlanmasıdır.

- **Sürdürülebilirlik ilkesi**, insan topluluğunun, kültürel değerleri ile uyumlu olması için kültürel gelişme sağlar, aynı zamanda kendi kimliğinin güçlendirilmesi üzerinde bir etkisi vardır.
- **Sürdürülebilir ekonomik gelişme ilkesi**, etkin bir mali harcama ile kaynakların gelecek kuşakların kullanabilecekleri şekilde yönetilmesini gerçekleştirir.

Bazı yazarlara göre; sürdürülebilir turizm, tamamıyla yeni ürünler ve pazar bölümüyle ilgili görmekte, bazılarına göre ise bir gelişme süreciyken; kimilerine göre de turizmin bütün olarak can atması gereken bir yol gösterici ilkeyi temsil eder. Bu yüzden, sürdürülebilir büyüme kavramında olduğu gibi, sürdürülebilir turizm kavramında da gerçekte ne ifade edildiği bazı tartışmaların konusudur (Sezgin ve Kalaman, 2008: 431).

Sürdürülebilir turizm, sürekli gelişme, ekonomik, çevresel ve toplumsal değerler ve kazanımlar arasındaki dengeli işbirliğine dayanmaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişme süreci; toplumsal, çevresel ve ekonomik değerlerle uyumlu olduğunda gerçekleşebilir. Turizm gelişmesinin sürdürülebilirliğinden söz etmek için, doğal çevrenin korunarak aşağıdaki amaçların gerçekleşmesi gerekmektedir (Ceylan, 2001:175):

- Kısa ve uzun dönemde iyileştirilmiş yaşam standardına göre yerli nüfusun gereksinimlerinin karşılanması.
- Artan turistik talepleri karşılayıp, ilk amaca ulaşmak için, turist akışının devamlılığının sağlanması.

Sürdürülebilir turizmin amaçları ise şu şekilde sıralanabilmektedir (Özkök ve Gümüş, 2009:54):

- Turizmin çevreye ve ekonomiye yapabilecekleri ile ilgili bilinci arttırmak,
- Kalkınma da eşitliği desteklemek,
- Ev sahibi toplumun, yaşam kalitesini desteklemek,
- Konuklara yüksek kalite sağlamak,
- Bu amaçlar ile birlikte,çevrenin kalitesini sürdürmekve arttırmak.

Sürdürülebilir turizm karmaşık bir olgudur ve gerçekleşebilmesi bazı olguların yerine getirilmesine bağlıdır. Sürdürülebilir turizmin genel ilkeleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Cömert, 2002:34-35):

- Talebe göre değil, arza göre turistik düzenlemelerin yapılması.
- Yerel halka öncelik verilmesi,

- 12 ay turizm,
- Temiz enerji kullanımı,
- Toplumsal katılım,
- Eylem durumunda dinlenme,
- Gerçek yaşamın sahnelenmesi,
- Mevcut yapı birikiminin kullanımı,
- Toplumsal ve kültürel kimliğin kullanımı,
- Turizm yatırımlarının esnek, gelişmeye açık ve uzun vadeli olmasıdır.

Sürdürülebilir Turizm Gelişmesinin Boyutları

Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilirlik konusunun, çevre, ekonomi ve sosyal boyutuyla geniş bir alanı kapsayan disiplinler arası (interdisipliner) yapısı ve aynı zamanda çözüm vizyonu ile gelen pragmatik ve politik tarafı bulunmaktadır (Tutulmaz, 2012:601). Sürdürülebilir turizm kalkınma kavramı, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişme ilişkilerini, çevresel sınırlamaların gerektirdiği gereksinimlere uyumu gösteren çok daha fazla boyut içermektedir (Najdeska ve Rakicevik, 2012:211).

Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizm gelişmesi konusunda şu tanımlı yapmaktadır (WTO, 1998 aktaran Emeksiz, 2007:143).

‘Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi, mevcut turistlerin ve bölge halkının ihtiyaçlarının gelecek için koruma ve iyileştirme fırsatları yaratılarak karşılanmasıdır. Bunu başarmak için; ekonomik, toplumsal ve estetik ihtiyaçları karşılayan, bütün kaynakların yönetimi kültürel bütünlük, doğal çevre, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemleri göz önüne alınarak yapılmalıdır.’

İşletmelerin üç temel sermayeyi birbiri ile dengeli biçimde işletebildikleri takdirde başarılı oldukları, son yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. Bu sermaye türleri; her türlü finansal taşınabilir ya da taşınamayan varlıkları oluşturan ekonomik sermaye, tüm doğal kaynakların yer aldığı ekolojik sermaye ve işletmenin içinde bulunduğu toplumun oluşturduğu güvenlik, sosyal bağlılık ve kültürel kimlik gibi etkenlerin oluşturduğu sosyal sermayedir (Can vd., 2013:241).

Sürdürülebilirlik ilkeleri, turizm için turizm politikası ve bölgesel planlama konusu, ele alınırken dikkate alınmalıdır. Sürdürülebilir geliştirme, genel kabul açısından ekonomik canlılığı, sosyal adalet ve çevreye saygılı olmayı içermelidir. Sürdürülebilirlik kavramı, radikal yenilikler için çağrıda bulunmadan, bir anlamda bir yeniden değerlendirme ve yeni bir

turizm politikası yönlendirilmesine yol açmıştır. Sürdürülebilirlik ilkeleri, doğrudan bir noktaya yönelmiş bir süreç de içinde olmak üzere, stratejik planlama gibi farklı yaklaşımları da içerebilmektedir (Delgado ve Palameque, 2012:3).

Turizm politikası ve planlamasıyla ilgili olarak, sürdürülebilir turizm kalkınması, siyasi kararlar ile yönlendirilen niteliksel bir süreçtir. Buna karşın, her zaman yerel desteği ile anayasal ve yasal çerçeveye uyumlu olmalı, turizmin gelişmesi, doğal, kültürel kaynakları koruma, ekonomik yapı ve sosyal adalet arasında bir dengeye dayalı olmalıdır (Delgado ve Palameque, 2012:3).

Sürdürülebilir kalkınmanın, bazı ekonomik, sosyal ve çevresel ilkeleri de söz konusudur: Sürdürülebilir turizm, turizm gelişiminin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları ile ilgilidir ve turizm sektörünün sürdürülebilirliği için bu üç boyut arasında bir denge sağlanmalıdır.

Ekonomik Boyutu

Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik ilkeleri, sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilmek için hükümetlerin ve toplumdaki diğer karar birimlerinin ekonomi ile ilgili alacakları karar süreçlerinde, uymaları gereken ilkeleri belirtmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sarkım, 2007:78):

- Tüm karar aşamalarında çevre ve ekonomi uyumlaştırılmalıdır. Mal ve hizmetlerin değeri belirlenirken, bunları üretmenin çevresel ve sosyal maliyetleri de dikkate alınmalıdır.
- Uzun dönemli ve yaşam kalitesini de dikkate alacak şekilde büyümenin tanımı yeniden gözden geçirilmelidir.
- Riskleri daha iyi yöneten, madde ve enerjinin faydasını en etkili bir şekilde arttırıcı teknoloji kullanılmalıdır.
- Gerek hükümetler, gerek özel sektör kuruluşları, gerek bireyler toplumu doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ekonomik kararlarda öncelikle uzun vadeli düşünmeli, kararların çevre ve doğal kaynaklar üzerinde olası etkilerini dikkate almalıdır.

Sürdürülebilir kalkınmanın, bazı ekonomik unsurları şu şekilde sıralanabilmektedir (Eser, 2011: 24):

- Zorunlu gereksinimlerin karşılanması, tam bir gelişme potansiyelinin sağlanmasına bağlıdır. Sürdürülebilir gelişme, karşılanmayan bazı gereksinimlerin olduğu alanlarda öncelikle ekonomik bir gelişme gerektirir.

- Kaynakların kullanımına sınırlama getirilmesi: Sürdürülebilir gelişme, ikame olanakları olmayan kaynakların tüketim oranlarına bir sınırlama getirir.
- Ekonomik açıdan uygulanabilirlik: Toplumlar, hükümet politikalarının aşırı büyümeler için sınırlar getirebileceklerinin farkında olmakla birlikte ekonomik refah için çaba göstermek zorundadırlar.

Sürdürülebilir turizm için ekonomik politikalar; turizmin sürdürülebilirliği açısından doğanın zarar görmesinin ekonomik araç ve yaptırımlarla önlenmesi; kayıpların onarılması ve caydırıcı etki yapması açısından önemli olmaktadır. İlgili politikalar, kirleten-kullanan öder prensibi, denetim ve cezai yaptırımlar, çevreci teknolojiler ve yöntemlerin seçilmesi olarak gösterilebilmektedir. Yine bu politikalara ek olarak, Sanayinin dağınık yerleşimi yerine turizm potansiyeli olan merkezlerden uzakta, toplu organize sanayi yerleşimlerinin tercih edilmesi, turizmden bölgelerarası farklılıkları gidermede bir araç olarak yararlanılması, turizm ve çevre sektörlerinin gelişmesinin teşviki için ödüllendirme ve özendirme önlemlerinin oluşturulması ve uygulanması şeklinde sıralanabilmektedir (Gündüz, 2004: 62).

Sürdürülebilir kalkınmanın hedefi, ekonomik büyümeyi doğal kaynaklar kullanarak gerçekleştirmektedir. Ekonomik büyümenin süreklilik göstermesi için, ekolojik dengenin sağlanması gerekir. Daha önceleri yenilemeyen doğal kaynaklar, kömür ve petrol yatakları, doğal gaz vb. ile sınırlı iken; günümüzde kirlenen hava ve su, erozyona uğramış topraklar, seyrelmiş ozon tabakası, vb. de korunması gereken kıt kaynaklar olarak ele alınmaktadır (Akış, 1999: 37).

Çevresel Boyut

Sürdürülebilir turizm, çevreyle bütünleşmiş turizm gelişimi tartışmasında bir anahtar kelime haline gelmiştir. Bu fikrin genel bir sonucu; hızlı bir biçimde büyüyen bu endüstrinin çevresel sonuçlarının daha fazla göz ardı edilemeyeceğidir (Sezgin ve Kalaman, 2008: 431). Sürdürülebilirlik, turizm endüstrisindeki uzun süreli rekabet ortamını geliştirme amacıyla, sosyal ve ekonomik kalkınmanın yanı sıra çevreyi de ilgilendiren farklı konuları bütünleştirmeye çalışır (Sezgin ve Kalaman, 2008: 431).

Doğal mirası ise, sadece flora ve fauna oluşturmamaktadır aynı zamanda doğal çevrenin. inorganik kayaçlar, jeolojik oluşumlar, nehirler, göller, dağlar, bu ekosistemin doğal bileşenleri arasındaki her bir diğer parçasını da oluşturmaktadır. Doğal mirasın ana bileşenleri, bitki örtüsü, yaban hayatı, jeoloji ve doğa olaylarıdır. Bununla birlikte yıl içerisindeki, iklim, volkanik ya da astrolojik olaylar, evrim ve ekosistemlerdeki değişimler

doğal mirasın parçalarıdır. Doğal mirasın her bir bileşeninin turizm açısından cazibeli olmasını yanında eğitim ve bilimsel bilginin konusu olabilir (United Nations, 2001: 7). Doğal kaynaklar, çevre ve çevre kalitesi insan hayatı için çok önemlidir. Günümüzde, kıt kaynaklar içinde yer alan çevre, yaşam destek sistemleri için vazgeçilmez bir unsurdur. Çevresel ilkeler şöyle sıralanabilir (Sarkım, 2007:79):

- Doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesi,
- Disiplinler arası çalışmalar arttırılması, bilim ve eğitim aracılığı ile doğal sistemlerin anlaşılmasının sağlanması,
- Doğal kaynakların ve çevresel sistemlerin kullanım kapasitesi düzenlenmesi,
- Doğal kaynaklar, gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde sistematik ve uzun vadeli kullanılması,
- Bitki ve hayvan türleri korunması,
- Sürdürülebilir kalkınma, dünyanın doğal sistemini, atmosferi, su, toprak ve yaşayan canlıları tehlikeye sokmamalıdır,
- Çevreye ve doğal kaynaklara zarar verebilecek nükleer ya da kimyasal her türlü atık kontrol altına alınmalı, atık miktarının en az düzeye indirilmesi sağlanmalıdır. Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi, insan ve doğadaki tüm canlı türlerinin yaşamlarının devamı için çok önemli bir yaşam destek sistemi olan çevrenin korunmasına ve korunarak kullanılmasına bağlıdır.

Son zamanlarda çıkan birçok yayın; ulaşımın (özellikle hava trafiği), uzun mesafeli turizmle bağlantısı olan çevresel etkilerin büyük çoğunluğunun sorumlusu olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin; tipik bir yolculuğun % 90'ından fazlasının iklim değişikliğine katkısı vardır (Sezgin ve Kalaman, 2008: 431).

Sürdürülebilir turizm, temel olarak çevre ile ilgili bir durumdur. Kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamsal fonksiyonların hem yöre halkı hem de ziyaretçiler tarafından gereksinimlerin karşılanması ile ilgili yönetsel bir süreçtir. (Sezgin ve Kalaman, 2008: 436).

Son yıllarda turizmin hızlı gelişimi ile birlikte, doğal kaynaklara zarar verebilecek uygulamalar ortaya çıkabilmektedir. Turizmin gelişmesinin doğal kaynakların varlığı ve çevresel dokunun cazibesine bağlı olduğundan; bu kaynakların korunması turizmin sürdürülebilirliği açısından son derece önemlidir (TÜSİAD, 2012: 27).

Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi olarak tanıtılan yeni kavramda; yalnızca üretim boyutunu içeren klasik yaklaşımlardan farklı olarak, hem üretim hem de talep boyutu incelenmektedir. Turizm destinasyonundaki gelişmenin, gelecekte de sürmesi ve çevre bilinci yüksek turist kitlesi için çekiciliğinin uzun dönemde devamı için söz konusu kitlenin motivasyonlarını arttıran, çevresel ve doğal değerlerin korunması oldukça önem göstermektedir (Ayaş, 2007:59).

Dünyanın gündeminde bulunan, sürdürülebilirlik kavramı içinde yer alan önemli çevre sorunları şöyle sıralanabilir: biyolojik kütle kullanımı (biomass appropriation), iklim değişimi, ozon tabakası aşınımı ve atmosferin korunması, toprak aşınımı ve çölleşme, biyolojik çeşitliliğin tahribatı, ormansızlaşma ve enerji (UNEP, 1992 aktaran Tutulmaz, 2012:603).

Sürdürülebilir bir gelişme için çevreye saygılı, onu koruyan ve geliştiren gelişme stratejilerinin uygulanması esastır. Çünkü toplumun gelişmesi ancak çevre ile uyumlu olduğu ölçüde sürdürülebilir olacaktır. Sürdürülebilir gelişme ancak aşağıda kısaca açıklanan temel unsurların sağlanması ile mümkün olabilecektir. Bu unsurlar (Eser, 2011: 25):

- **Temel kaynakların korunması:** Sürdürülebilir gelişme; doğal sistemleri tehlikeye sokmamalı, atmosfer, su kaynakları, toprak ve canlı varlıklar ile dünyadaki yaşamı desteklemelidir.
- **Kaynakları daha adil kullanma olanağı:** Büyüme, ekolojik tahribatlara yol açma dışında, kaynak kullanımı ve nüfus bakımından sınırlamalar getiremez. Ama onların bir sınırı vardır ve sürdürülebilirlik kaynakların uzun süre, daha adil kullanılması için çaba gösterilmesini gerektirir.
- **Taşıma kapasitesi ve sürdürülebilir ürün:** Kendini yenileyebilen kaynaklar ekosistemin bir bölümü olup, kaynakların kullanımın sistem üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurduktan sonra maksimum sürdürülebilir ürün tanımlanmalıdır.
- **Türlerin çeşitlendirilmesi:** Sürdürülebilir gelişme, bitki ve hayvan türlerinin korunmasını gerektirir.
- **Olumsuz etkilerin en düşük seviyeye indirilmesi:** Sürdürülebilir gelişme, ekosistemin tam olarak bütünlüğünü sürdürebilmesi için hava, su kalitesi ve diğer elementler üzerindeki zararlı etkilerin en aza indirilmesini gerektirir.

· **Ulusal ve uluslararası alandaki siyasi sistem:** Biyosfer bütün insanların ortak yaşam alanıdır ve küresel siyasal güvenlik açısından biyosferin katılımcı bir şekilde yönetilmesi ön koşuldur.

· **Çevresel kalite:** Ortak bir çevre politikası toplam kalite yönetiminin yaygınlaştırılması ile mümkündür.

· **Çevresel kontrol:** Etkili bir çevresel kontrol sistemi iyi bir çevresel yönetimin odak noktasıdır.

Ekolojik sürdürülebilirliğin koşulları şu şekilde belirtilebilmektedir (Ceylan, 2001: 172).

- Kirlenilen öder, ilkesinin uygulanması.
- Turizm yatırımlarında çevresel etki değerlendirmesi yönteminin uygulanması.
- Altyapı olanaklarının geliştirilmesi
- Temiz enerji kaynaklarının tercih edilmesi.
- Turizmin geliştirilmesinde ortak kararlar oluşturulması
- Biyolojik çeşitliliğin korunması

Sürdürülebilir kalkınma, yalnızca kurucu bileşenleri olan ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel bileşenleri, yaklaşık olarak eşit önem ve gücü var olduğu zaman, Bu unsurların herhangi bir kısmının üstünlüğü olmadan başarılı bir şekilde çalışabilir. Sürdürülebilir turizm gelişimi, esas gelişme için istikrarlı ve kalıcı bir temel sağlamak için büyük ölçüde çevresel özelliklere bağlıdır. (Najdeska ve Rakicevik, 2012:218-219). Turizmin sürdürülebilirliği açısından toplumsal eylemlerin organizasyonu yoğunlaşma nedeniyle çevre üzerinde artan baskıların minimuma indirilmesi gereklidir (Gündüz, 2004:62).

Çevreye verilen zararlar satın alma sürecinde azaltılabilmektedir. Doğru satın alma süreci çevreye olumsuz etkinin azaltılması, tasarruf, yeniden kullanma ve geri dönüşüm işlemleri için en önemli adımı oluşturmaktadır. Bu nedenle işletmeler çevre dostu bir satın alma politikası oluşturmalı ve aşağıdaki çevre dostu satın alma ilkelerini uygulamalıdır (Emeksiz, 2007:146):

- Geri dönüşümlü ve yeniden kullanılabilen ürünlerin satın alınması,
- Hizmet üretim ve sunumu esnasında en az atık bırakan, geri dönüşümlü, sağlıklı kutulanmış ürünlerin tercih edilmesi,
- Enerji tasarrufu sağlayan donanımların satın alınması ve kullanılması,
- Doğaya zarar vermeyen temizlik kimyasallarının satın alınması ve israfın önlenmesi.

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 (Ayaş, 2007: 67).

Sosyal Boyutu

Sürdürülebilirlik kavramı, kuşaklar arası eşitliğe dayalı olması yanında, doğal yaşamın sürdürülebilir olmasının ve daha iyi yaşam seviyesine ulaşmanın fırsatlarını yaratmaktadır. Çevresel ve ekonomik ilkeler kadar, sosyal sermaye ve sosyal sürdürülebilirlik de önemlidir (Özkök ve Gümüş, 2007:53).

Sürdürülebilir kalkınma, sadece ekonomik ve çevresel açıdan insan geleceği ile ilgili olmayıp, aynı zamanda sosyal ve kültürel açıdan da insanlığa daha iyi bir gelecek sağlamayı amaçlar (Sarkım, 2007:79). İnsan sosyal bir varlıktır ve insanın ekonomik ve fizyolojik ihtiyaçlarının yanında sosyal ve kültürel gereksinimleri de vardır. Bu nedenle odak noktasında insan olan sürdürülebilir kalkınmanın sosyal ilkelerinin belirlenmesi ve dikkate alınması, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi açısından önemlidir (Burns ve Holden, 1995: 219 aktaran Eser, 2011: 26).

Sürdürülebilir kalkınmada, kültürel miras, tüm kültürel fenomenlerden somut ya da soyut her şeyi kapsamaktadır. Kültürel miras, sabit olarak bulunan tarihi anıtları, (tarihi binaları, bahçeleri, parkları, endüstriyel tesisleri, trafik ile ilgili anıtları) taşınabilir tarihi anıtları,(resimler, heykeller, dini sanat eserleri, tarihi el yazmaları, el sanatları malzemeler, tarımsal ve endüstriyel aletler ve makineler, tarihi belgeler ve nesneler) ve festivaller gibi sözlü geleneksel kültürleri, dini törenleri, kostümleri, efsaneleri, davranışları ve alışkanlıkları, müzik, dans ve yemek kültürünü de içermektedir. İsminden de anlaşıldığı gibi kültürel miras geçmişe dayalıdır ve geleneğin bir parçasını oluşturur. Bununla birlikte müzik tiyatro, edebiyat ya da güzel sanatlar da kültürel mirasa ait olmaktadır (UNEP, 2005: 7).

Sürdürülebilir kalkınmayı sağlıklı, eğitilmiş ve bilinçli bir toplum gerçekleştirebilecektir. Sosyal ilkeler şunlardır (Eser, 2011:26):

- Sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir bir nüfus, eğitim, sağlık hizmeti ve aile planlamasını garanti etmektedir.
- Birim ve bölümler, merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasındaki ilişkileri geliştirir. Toplumdaki bireyleri karar aşamasının bir parçası yapar.

- Sürdürülebilir kalkınmayı sağlayan değer ve ahlakın gelişmesine katkı sağlamak, çevre ve ekonominin karşılıklı bağımlılığını göz önüne almak.
- Disiplinler arası çalışmanın arttırılmasına katkı sağlar, bilim ve eğitim doğal sistemlerin anlaşılmasını sağlar.
- Sürdürülebilir kalkınma, sadece nüfus konusu ile ilgili olmayıp kaynakların dağılımı ile de ilgilidir. Sürdürülebilir kalkınma, demografik gelişmelerin ekosistemlerin potansiyel üretim kapasitesindeki değişiklikler ile de uyum içinde olmalıdır.

Sürdürülebilir turizm kapsamında, uzmanlar iki toplum arasında olumsuzlukların yaşanmaması için hem turist kabul eden bölge halkının hem de turistlerin birbirlerinin kültür değerleri ve beklentileri hakkında bilgilendirilmesi gerektiğini, dile getirmektedirler. Bu şekilde, bir bölgeye gidecek turist bölge halkının nasıl bir kültür yapısına sahip olduğunu bilecek ve gerekirse bölge halkının tepkisini çekmemek için, davranışlarını kontrol altında tutabilecektir (Kozak, 2012:114).

Bu amaçla belirlenen politikalar; belirli bir zaman ve yer üzerinde doğal ve kültürel varlıklara zarar verebilecek insan ve eylem yoğunluklarının azaltılması, iyi bir rezervasyon sistemi ile taşıma kapasitesi limitlerinin aşılmasının önlenmesi, şeklinde özetlenebilir (Gündüz, 2004:62).

Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi

Sürdürülebilir kalkınma ve büyüme, günümüz dünyasının önemli ortak sorunları halini almıştır. Sürdürülebilir büyüme kavramının ayrıntıları araştırılırken, insan sağlığını ve mutluluğunu sağlayan doğal kaynakların kullanım hakkı eşitliğine, nasıl en iyi biçimde erişileceği ve kaynaklardan istifade etmeyi takip edecek olan toplumsal, ekonomik ve çevresel kâr ve zararın dağılımı gibi çevrecilik konuları üzerinde toplanmıştır. Eşitlik, hem şimdi (kuşak içi eşitlik), hem de gelecekte (kuşaklararası eşitlik) insanların bütün temel ihtiyaçlarını karşılama ve isteklerini tatmin etme girişimini ifade eder. Bu da, insanların refahında mekânsal ve zamansal değişiklikler meydana getiren gelişmeden kaçınma anlamına gelir (Kaypak, 2010:99).

Sürdürülebilir kalkınma stratejisinin temel prensipleri şunlar olmalıdır (Gündüz, 2004: 59):

- Toplumsal çıkarların gözetilmesi,
- Yaşam kalitesinin yükseltilmesi,
- Dünyanın canlılığının ve çeşitliliğinin korunması.

Dünya Turizm Örgütü, Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi, hakkında ise şu tanımı yapmaktadır (WTO, 1998 aktaran Emeksiz, 2007:143).

‘Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi, mevcut turistlerin ve bölge halkının ihtiyaçlarının gelecek için koruma ve iyileştirme fırsatları yaratılarak karşılanmasıdır. Bunu başarmak için; ekonomik, toplumsal ve estetik ihtiyaçları karşılayan bütün kaynakların yönetimi, kültürel bütünlük, doğal çevre, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemleri göz önüne alınarak yapılmalıdır.’

Sürdürülebilir Turizm Gelişmenin Önündeki Sorunlar

Turizm etkinliklerinin, yerel toplumların yaşam koşullarını olumsuz etkilememesine dikkat edilmelidir. Yaşam koşulları turizmden olumsuz etkilenen toplulukların, turizm olgusuna bakış açıları olumsuz olmaktadır. Yerel toplumlardan Tanzanya’daki, Maasai Kabilesi bu sorunun kurbanı olmuştur. İkinci dünya savaşı öncesinde doğal kaynakları koruyanlar bu bölgeleri turistler için erişilebilir yapmak amacıyla bölgenin doğal güzelliğini ve ekolojisini olduğu gibi Massai kabilesinin yaşadığı alanlara taşıdılar. Bu sık olarak milli parklar ve korunan alanlar oluşturma yolu ile yapılmıştır. Bu tür yaklaşımlar yerel toplumları, turizmden soğutmaktadır (.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism, 01.06.2015).

Yerel halkı turizme yakınlaştırmak, turizmin gelişimi ile paydaşların karar alma ve uygulama süreçlerine destek vermek, turizm sektörünün dengeli gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Bu yaklaşımlarla turizmin etkilerinin ve bu etkilerinin sonuçlarının daha somut bir biçimde görülmesi sağlanacaktır (Çalışkan ve Tosun, 2014:1278).

Sürdürülebilir Turizm, uygulanabildiğinde kitle turizminin olumsuz etkileri azaltılabilecek, turizmin biçimsel seçenekleri artırılabilir. Türkiye gibi gelişen ülkelerde sürdürülebilir turizmi geliştirmenin önünde birkaç sorun bulunmaktadır. Bunlar; aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir turizmi geliştirmelerinin önündeki engellerdir (Tosun, 2001:291 aktaran Emeksiz, 2007:142).

- Ulusal ekonominin önceliklerinin olması,
- Etkin bir turizm planlaması ve gelişimine duyulan gereksinim,
- Kamu yönetiminin mevcut yapısı, çevre sorunları ve aşırı ticarileşmenin ortaya çıkması ve uluslararası turizm sistemidir.

Sürdürülebilir turizmin önündeki sorunlar; çevresel etkiler, gelişme stratejisinin bir bölümü olarak sürdürülebilir turizm, fazla ekonomik olmayan sektör bölümlerinin ihmal edilmesi, nüfus artış hızı, az gelişmişlik, yetersiz sermaye ve tasarruf birikimi, teknolojik gelişmelerin

ve kaynak kullanımının hızlandırılması, örgütlenme sorunları, bilgi eksikliği, ülkeler ve bölgeler arası çıkar çatışmaları, kaynakların doğal olarak yenilenmesinin önündeki engeller olarak da sıralanabilmektedir (en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism, erişim tarihi, 01.06.2015).

Uluslararası turizmin yapısı, sürdürülebilir turizmi engelleyen bir etkidir. Çünkü turizm talebi dışa bağlı; gelişmekte olan ülkelerden kaynaklanan turizm talebine bağlı olduğundan; yabancı tur operatörleri tarafından dayatılan kitle turizmi politikaları büyük ölçüde benimsenmek durumundadır (Akış, 1999: 45).

Sürdürülebilir turizmin önündeki engellerden biri de merkezi planlama anlayışıdır. Yerel ve merkezi yönetimlerin işbirliği içinde turizmi planlamaları sürdürülebilir turizmin en önemli koşullarından biridir. Her turistik bölgenin konumu ve özellikleri ve sorunları birbirinden farklıdır. Merkezi bir planlama ile bölgelerin taşıma kapasitelerini belirleyip, uygun politikalar üretebilmek olanaklı değildir. Planlamalar yerel yönetimlerle işbirliğine gidilmeden yapılmaktadır. Bu nedenle planlar esnek değil ve kural koyucubir özelliği bulunmaktadır ve uygulamada zorluklar ortaya çıkmaktadır (Akış, 1999: 45).

Sürdürülebilir Turizmin Gerçekleşmesi İçin Yapılması Gerekenler

Ev sahipleri konukların yaşadıkları ortamın benzerini yaratmaya kendilerini zorunlu hissetmemelidir. Sürdürülebilir turizm için gerekli olan altyapının oluşturulması gereklidir. Aynı zamanda yerel malzemenin kullanıldığı, yöresel mimariyi yansıtan mimari ve mevcut yapı stokunun kullanılmasına öncelik verilmelidir. Doğa içine yayılmış, az yoğun yapılardan oluşan mekânların(açık mekân ağırlıklı) oluşturulması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden biri de temiz enerji kullanımıdır. (Güneş, rüzgâr, biyomas ve jeotermal enerji). Sürdürülebilirlik kavramı altında planlanan kalkınma hızının gerçekleştirilmesi ve toplumsal refahın arttırılmasında gerekli olan enerjinin dinamik bir program içinde alternatif kaynak çeşitliliği içermesi, Eko turizmin, insanları doğaya çekerken, doğanın daha fazla zarar görmesine yol açma tehlikesi de ilgili politikalarda göz önünde bulundurulmalı ve mutlaka bununla ilgili denetimler oluşturulmalıdır. Amaç, doğanın insana sunduğu değerlerden yararlanılmasını sağlarken, bu değerlerin insanın koruması altında arttırılmasıdır (Özbey, 2002:12-13).

Sürdürülebilir turizm politikaları sayesinde, eko turizmin var olma ve geliştirilebilme şansı vardır. Artık, ekoloji ve ekonomi birlikteliği bir bütün olarak ele alınmakta; yapılan

faaliyetlerin ekonomik ve ekolojik verimliliği bir arada taşınması gerekmektedir (Kaypak, 2010:94).

Turizmin gelişiminin genel görünümü, çevresel sorunların dışında politik ve ekonomik pek çok sorunu da içermektedir. Sorunların çözümü, sivil toplum örgütlerinin, belediyelerin, üniversiteleri, planlamacıların, iş birliği yaptıkları ve halkın aktif katılımının sağlandığı demokratik bir platformda aranabilir (Akış, 1999: 46). Hükümetlere, planlamacılar ve iş dünyasına; sürdürülebilir turizmin gelişmesi için, niteliksel büyümeye, kaynakların sürekliliğine ve dürüstçe kullanılmasına önem verilmelidir (v3.arkitera.com, 14.04.2014)

Dikkatli planlama ve değerlendirme, sürdürülebilir turizm gelişmesinin önemli parçalarıdır. Milli parklar ve diğer doğa alanlarından sorumlu olacak yetkililerin, değişimleri yönetmek ve uzun vadede sürdürülebilir turizm gelişimi fırsatları için, karar vermek için önemli bir sorumluluğu olacaktır. Yerel topluluklar da kültür ve miras eko turizmin önemli bir parçası olduğundan, planlama ve değerlendirme aşamalarına katılmak durumunda olacaklardır (United Nation, Escap Tourism Review, 2001:5).

SONUÇ

Sürdürülebilir gelişme karmaşık bir olgudur. Sürdürülebilir turizmin gerçekleşmesi için bazı ilkelerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir gelişmenin ekonomik ilkeleri sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilmek için toplumdaki siyasi ve sosyal tüm karar verici mekanizmaların ekonomi ile ilgili verecekleri karar süreçlerinde uymaları gereken ilkeleri belirtmektedir. Doğal kaynaklar ve çevre insan yaşamı için çok önemlidir. Tükenebilen kaynaklar içinde yer alan çevre, vazgeçilmez bir unsurdur. Sürdürülebilir gelişmenin gerçekleştirilebilmesi için ekonomik, çevresel ve sosyal ilkelerin hepsinin bir arada, uyumlu bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Sürdürülebilir gelişme gerçekleştirilirken uyulması gereken ilkeler; toplumsal çıkarların gözetilmesi, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, dünyanın canlılığının ve çeşitliliğinin korunması olmalıdır.

Sürdürülebilir turizm gelişmesinin önünde bazı sorunlar; çevresel etkiler, fazla ekonomik olmayan sektör bölümlerinin ihmal edilmesi, nüfus artış hızı, az gelişmişlik, yetersiz sermaye ve tasarruf birikimi, teknolojik gelişmelerin ve kaynak kullanımının hızlandırılması, örgütlenme sorunları, bilgi eksikliği, ülkeler ve bölgeler arası çıkar çatışmaları, kaynakların doğal olarak yenilenmesinin önündeki engeller olarak sıralanabilmektedir. Uluslararası turizmin yapısı da sürdürülebilir turizmi engelleyen bir etkidir. Sürdürülebilir turizmin

önündeki engellerden biri de merkezi planlama anlayışıdır. Planlamaların yerel yönetimlerle işbirliğine gidilerek yapılması gerekmektedir.

Sürdürülebilir turizmin gerçekleşmesi için yapılması gerekenler: Doğal kaynakların zorlanması yerine, bu bölge özelliklerine uygun nitelikte turistlerin bölgeye çekilmesi gereklidir. Turizm yatırımları esnek ve gelişime açık olmalıdır. Turizm kararlarında her aşamada yerel halka öncelik verilmelidir. Sürdürülebilirlik, yerel halkın karar vermesine ve yerel ekonomilere dayalı yenilenebilir ve sürdürülebilir bir kaynak endüstrisi olarak planlanmalı ve yönetilmelidir. Turistler gittikleri yerin kültürünü göz önünde bulundurmalı, aynı zamanda yerel halk da kendi kültürünü göstermek konusunda zorlayıcı olmamalıdır. Sürdürülebilir turizm için gerekli olan altyapının oluşturulması gereklidir. Aynı zamanda yerel ham maddelerin kullanıldığı, yerel mimariyi yansıtan mimari malzemelerinin kullanılmasına öncelik verilmelidir. Sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden biri de temiz enerji kullanımıdır. Enerjide alternatif kaynak çeşitliliği bulunmalıdır. Sürdürülebilir turizm politikaları sayesinde, çevresel turizmin var olma ve geliştirilebilme olanağı bulunmaktadır. Turizmin gelişiminin genel görünümü, çevresel sorunların dışında politik ve ekonomik pek çok sorunu da içermektedir. Sorunların çözümü, sivil toplum örgütlerinin, yerel yönetimlerin, üniversitelerin, planlamacıların, yoğun olarak; iş birliği yaptıkları ve yerel halkın etkin katılımının sağlandığı demokratik oluşumlarda aranabilir. Devlet yönetimindekilere, planlamacılara ve iş dünyasına; sürdürülebilir turizmin gelişmesi için, niteliksel büyümeyi sağlamak için kaynakların sürekliliğine ve dürüstçe kullanılmasını sağlamak için iş birliği içinde çalışarak gerçekleştirebilecekleri büyük ve önemli görevler düşmektedir.

KAYNAKÇA

- Akış, S. (1999), “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Mart Haziran, 36-47.
- Ayaş, N. (2007). “Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi. “ Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9/1,ss: 59-69
- Can. E.,Büyükbacı. P. Bal. Y. ve Ertemsir, E. (2013). Günümüz İşletmelerinin Yönetimi, Beta Basım Yayım A.Ş, İstanbul
- Castellani, V. ve Sala, (2010). “Sustainable Performance Index For Tourism Policy Development,” Tourism Management 31, 871-88
- Ceylan, T. (2001). “Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme,” Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Güz:ss: 169-177
- Cömert. T. (2002): “Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm İçin Makro Plan Önerisi,” Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya
- Çalışkan. C. Ve Tosun. C. (2014) “Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Açısından Turizmin Gelecek Nesil Üzerindeki Etkilerinin Paydaşlarca Algılanması” 14.Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Turizmde Yenilik, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti, Ankara, ss:1276-1287

- Delgado, A. T. Ve Palameque, F. L. (2012). "The growth and spread of the concept of sustainable tourism: The contribution of institutional initiatives to tourism policy," *Tourism Management Perspectives* 4, ss, 1–10
- Emeksiz, M. (2007). "Küçük Otel İşletmeleri ve Çevre Yönetimi," *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 10, Sayı 18, ss.141-156
- Eser, S. (2011), "Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği," *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla*
- Gündüz, F. "Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği" *Şişli Belediyesi* 2004/1
- Kaypak, Ş. (2010), "Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği," *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi* 2/2 ss: 93-114
- Kozak, N. (2012), Genel Turizm Bilgisi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472 Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1443, Eskişehir
- Najdeska, K. A. Ve Rakicevik, G. (2012), "Planning of Sustainable tourism development" *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 44, 210 – 220
- Özbey, R. (2002) "Sustainable Tourism Development In Globalization Progress, Globalization and Sustainable Development," *International Scientific Conference, Book:4, pp.135-150, Varna 1-3, 07*
- Özkök, F. ve Gümüş, F. (2009). "Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi " *Yönetim Bilimleri Dergisi* (7:1), s:53
- Sezgin, M. ve Kalaman, A. (2008). "Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması," *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19: 429-437
- Sarkım, M. (2007), Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir*
- Tokmak, C. (2008). Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi Topkapı Sarayı Örneği, *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara*
- Tosun, C. (2001) "Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey" *Tourism Management* 22 (2001) 289-303
- Tutulmaz, O. (2012), "Sürdürülebilir Kalkınma: Sürdürülebilirlik İçin Bir Çözüm Vizyonu," *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:11, Sayı 3, ss.601 -626

INTERNET ALINTILARI

- Sürdürülebilir Turizm, Eylül 2012, Yayın No: TÜSİAD-T2012-09/531 s:27
- Economic And Social Commission For Asia And The Pacific Managing Sustainable Tourism Development, *Escap Tourism Review* No. 22 United Nations Bangkok, 2001 United Nations PUBLICATION, December 2001 – 185 Sales No. E.01.II. F.41 St/Escap/2141
- United Nations Environment Programme, Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe, *Ecological Tourism in Europe UNESCO Office in Venice UNESCO Regional Bureau for Science and Culture in Europe (BRESCE)* 2005
- Sharpley, R. "Center of Sustainable Development Working Papers Series" 2009/2010 – No.4 The Myth of Sustainable Tourism
- Monbiot, G. (1994) ve Olerokonga, T. (1992:7)
- https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism, erişim tarihi: 31.01.2016
- en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism, erişim tarihi, 01.06.2015
- v3.arkitera.com erişim tarihi, 14.04.2014

ULUSLARARASI REKABET ENDEKSİ EKSENİNDE TÜRKİYE’NİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ

İbrahim BİRKAN¹ Murat DİKMEN² Tayfun Kürşat TAYFUR³

ÖZET

Sürdürülebilir turizm, küreselleşmenin öngörülmesi zor sonuçlarına karşı pozisyon almayı hedefleyen turizm paydaşları nezdinde, önem kazanan bir kavramdır. Turizm başarısını sürdürülebilir kılmak, kıyasa dayalı ölçümlenen, paydaşların katılımının sağlandığı, tecrübeyle öğrenen, riskleri öngören ve önleyen organizasyonel kabiliyetleri sürekli geliştirme yöntemleri ile mümkün olabilir. Çalışma kapsamında, Dünya Ekonomik Forumu’nun yayınladığı Seyahat ve Turizm’de Rekabet Endeksi sürdürülebilirlik bileşenleri baz alınarak Türkiye’nin nispi performansı değerlendirilmiş, düşük performans gösterdiği alanlar tespit edilmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Rekabet Endeksi, Dünya Ekonomik Forumu, Türkiye, Küreselleşme

GİRİŞ

Turizm, dünya GSYH’sı içinde sahip olduğu % 9’luk (UNWTO: 2015) pay ile sosyo ekonomik kalkınmayı destekleyen en önemli sektörlerin başında gelmekte ve son yıllarda yaşanan küresel krizlere rağmen büyümesini sürdürmektedir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre 1950’lerde 25 milyon seviyelerinde olan uluslararası gelen turist sayısı 1980’lerde 278 milyon seviyesine çıkmış ve 2014 yılında ise 1 milyar 133 milyon seviyesine ulaşmıştır. 2010 ve 2030 yılları arasında WTO’nun uluslararası turist sayısındaki ortalama artış hızı öngörüsü senelik %3,3 iken bu oran gelişmekte olan ülkeler için %4,4’dür. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)’ne göre beklenen bu büyüme finansal hizmetler, ulaşım ve üretim gibi sektörlerdeki beklenen büyüme oranlarının üstünde kalmaktadır.

Küreselleşme, büyümeyi besleyen gelişmelerin hızlı difüzyonunu sağlarken küresel riskleri de beraberinde getirmektedir. Günümüz krizleri ulusal sınırları tanımamakta ve belli bir politik bölge ile sınırlı kalmamaktadır (Madinatos ve Vassiliadis, 2008: 67). Küreselleşme sebebi ile

¹ Prof.Dr., Atılım Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, ibrahim.birkan@atilim.edu.tr

² murat.dikmen@strategyand.tr.pwc.com

³ kursat.tayfur@strategyand.tr.pwc.com

birbirine eskisinden daha sıkı şekilde bağlanmış ekonomilerin, büyüyen turizm pastasından paylarını sürdürülebilir şekilde arttırmaları; içsel ve dışsal değişikliklere zamanında adaptasyon gösterme, kriz yönetimi, altyapı ve insan gücüne yatırım başarıları ile paralellik göstermektedir. Dolayısıyla ülkelerin sürdürülebilir turizm başarılarının derecesi, sahip oldukları yetenekleri ve değerleri koruyup geliştirmelerinin yanı sıra küresel risklerle ve politik istikrarsızlıklarla başa çıkmak için geliştirdikleri ulusal ve uluslararası politikalara da bağlı olarak farklılık göstermektedir.

Mutlak yol haritaları önerilerindense, ülkelerin performanslarının belli zaman dilimleri içinde karşılaştırılabilir olması; geliştirdikleri politikaların ve yatırımların doğruluğunun sınanmasına ve başarılı sonuçlar doğuran iyi uygulamaların genele yayılabilmesine olanak sağlamaktadır. Bu hedef doğrultusunda uluslararası kurumların işbirliği ile hazırlanan çalışmalar bulunmaktadır.

Bu çerçevede, çalışmanın konusu Dünya Ekonomik Forumu (WEF)'nin yayınladığı Seyahat ve Turizm'de Rekabet Endeksi 2015 içeriği ve bulguları doğrultusunda Türkiye'nin bulunduğu noktadaki eksiklerinin sürdürülebilir turizm performansı açısından değerlendirmek ve olası çözüm önerilerini tartışmaya açmaktadır.

Çalışmada; sürdürülebilir turizm tanımlanmakta, bahsi geçen endeksin sürdürülebilirlikle ilişkili endeks bileşenleri özetlenmekte, Türkiye'nin endeks bileşenleri açısından performansı değerlendirilmekte, Türkiye turizmini sürdürülebilir kılmak için öneriler sunulmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir Turizm

Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı tüm alanlara yansımıştır. Farklı boyutlarda ve farklı paydaşların rol ve sorumlulukları çerçevesinde sürdürülebilirlik tasarlanmaktadır. Sürdürülebilirlik önermelerinin ortak özelliği hedeflenen sektörün ve dolayısıyla insanın *geleceğini* konu almalarıdır.

Sürdürülebilir turizm, “insan faaliyetlerinin çevresel kaynaklar üzerindeki etkilerinden doğan ve uzun dönemde ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve çevresel olumsuzlukların önüne geçmeyi amaçlayan yaklaşımlar bütünü”nü ifade etmektedir (Can, 2013). Diğer bir ifade ile sürdürülebilir turizm, kültürel ve çevresel zararları minimuma indirmeyi, ziyaretçi memnuniyetini optimize etmeyi, bölge için uzun dönemli ekonomik gelişmeyi maksimumda sağlamayı amaçlamaktadır (Lane, 1994: 102-111). Dolayısıyla turizmde sürdürülebilirlik, salt

doğa dostu bir turizm anlayışının ötesindedir. Bu bağlamda ekonomik, çevresel, sosyal, küresel politik ve kültürel uyumlu bir turizm gelişimi sürdürülebilirlik kavramının merkezinde oturmaktadır.

Bu durum politika yapıcılarının, özel sektör oyuncularının, yerel halkın, sivil toplum kuruluşlarının ve devlet kurumlarının turizm gelişiminde, yönetiminde ve tüketiminde beraber çalışmaları gerekliliğine de işaret etmektedir.

WEF Seyahat ve Turizm’de Rekabet Endeksi 2015

İlk olarak 2007’de yayınlanmış olan Seyahat ve Turizm’de Rekabet Endeksi (2015), WEF’nin tanımıyla, bir ülkenin gelişimine ve rekabetçiliğine katkıda bulunan sürdürülebilir turizm sektörünü mümkün kılan tüm faktörleri ve politikaları ölçmektedir. Çalışma, WEF ve Strategy&’in ana tasarım ortaklığı ile hazırlanmakta ve uluslararası kurumların katılımlarından da faydalanmaktadır.

Rekabetçilik endeksi ana bileşenler, bunların alt bileşenleri ve en detayda göstergelerden oluşmaktadır. Gösterge seviyesinde yapılan değerlendirmeler ağırlıklandırılarak rekabetçilik endeksinin hesaplanmasında kullanılmaktadır.

Gösterge değerleri, tanınmış uluslararası organizasyonlardan sağlanan veriler ve WEF’nin yıllık analizleri kullanılarak belirlenmektedir. Endekste ki kalitatif değerlendirmeler iş dünyasından 15,000’den fazla yönetici ile yapılan görüşmeler neticesinde edinilen bilgilerin analizini yansıtmaktadır.

Tablo 1. Endeks Bileşenleri ve Alt Bileşenleri

Seyahat ve Turizm’de Rekabet Endeksi				
Endeks Bileşenleri	Destekleyici Unsurlar	Turizm Politikaları	Turistik Hizmetleri Altyapısı	Doğal ve Kültürel Kaynaklar
Alt Bileşenler	İş Ortamı	Devletin Turizme Verdiği Öncelik	Havayolu	Doğal Kaynaklar
	Güvenlik	Dışa Açıklık	Kara ve Deniz Yolu	Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahatleri
	Sağlık ve Hijyen	Fiyat Rekabetçiliği	Turistik Tesisler ve Servisler	
	İnsan Kaynağı	Sürdürülebilir Çevre Politikaları		
	Bilgi İşlem Teknolojileri (BİT) Yeterliliği			

Tablo 1’de özetlenen endeks bileşenlerinden ilki bir ülkede faaliyet göstermek için gerekli olan önkoşulları içermektedir. Turizm Politikaları endeks bileşeni turizm sektörünü doğrudan etkileyen devlet politikalarını ve stratejik kararları değerlendirmektedir. Turistik Hizmetler Altyapısı ülkelerin mevcut altyapılarının durumunu ve kalitesini ölçen alt bileşenler ve göstergeleri kapsamaktadır. Doğal ve Kültürel endeks bileşeni her bir ülkenin sahip olduğu kültürel, doğal ve iş seyahatine dair kaynakların değerlendirilmesini sağlayan göstergelerden oluşmaktadır. Endeks bütüncül bir bakış açısına sahip olup ilgili bileşenlerdeki başarıyı sürdürülebilir turizm için önşart kabul etmektedir.

Endeks dünya GSYH’nın %98’ini sağlayan 141 ülkenin sırlamasına yer vermektedir. Ülkelerin endeksteeki sıralamaları, Tablo 1’de özetlenen 14 alt bileşene bağlı göstergelerdeki performansları ölçülerek belirlenmektedir. Gösterge, alt bileşen ve bileşen bazındaki sıralamalar ise ülkelerin nispeten başarılı ve başarısız oldukları konuları tespit etmeye olanak sağlamaktadır.

2015 Endeksi ülke sıralamalarının dışında Tablo 2’de özetlenmiş olan, sektörün geleceğini ilgilendiren ve turizmde başarılı olmayı hedefleyen ülkelerin kendilerini adapte etmesi gereken 7 dönüşümden de bahsetmektedir.

Tablo 2. Sektörün Geleceğini İlgilendiren 7 Dönüşüm

Turizm Sektöründeki Dönüşümler
Modası geçmiş vize uygulamalarının ve sınır kontrollerinin azaltılması
Devletlerin turistlerin güvenliklerini sağlayabilmeleri
Nitelikli işgücünün turizm sektörüne çekilebilmesi
Çevresel sürdürülebilirliğe hizmet edecek karbon izi azaltıcı politikaların geliştirilmesi
Yeterli altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi
Değişen müşteri taleplerine ve segmentlerine uygun ürün geliştirilmesi
Yeni teknolojilerin sektöre entegre edilmesi

Türkiye'nin Endeksteki Yeri Ve Tespit Edilen Sorunları

Türkiye, 2014 yılı verileri baz alındığında, ilk 10'da 6 Avrupa ülkesinin bulunduğu endekste genel sıralamada 44. sırada yer almaktadır. Fiyat rekabetçiliği ve havayolu altyapısı haricindeki diğer tüm alt bileşenlerdeki performansı değerlendirildiğinde, bağlı bulunduğu Avrupa ve Kafkaslar bölgesi ortalama performansının altında kalmaktadır.

Dünya sıralamaları baz alındığında Türkiye'nin nispeten düşük performansının gözlemlendiği 5 alan, Tablo III'de özetlendiği şekilde, sürdürülebilir çevre politikaları, fiyat rekabetçiliği, devletin turizme verdiği öncelik, insan kaynağı ve güvenlidir.

Tablo 3. En Düşük Performansın Gösterildiği 5 Alt Bileşen

Endeks Alt Bileşenleri	Sıra / 141 ülke
Güvenlik	121
Sürdürülebilir Çevre Politikaları	95
Fiyat Rekabetçiliği	94
İnsan Kaynağı	88
Devletin Turizme Verdiği Öncelik	83

2015 Endeksinin tespit ettiği dönüşümler de dikkate alındığında, Türkiye'nin yetersiz kaldığı konular turizmin sürdürülebilirliği açısından tehlike teşkil etmektedir.

Endeksin bir diğer bulgusu da son 20 yıl içinde Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısındaki büyüme oranı ile uluslararası turistlerden elde edilen gelirin büyüme oranı arasındaki makasın elde edilen gelir aleyhinde açılması ve turist başına elde edilen gelirin düşüyor olmasıdır. Dolayısıyla, Türkiye fiyat rekabetini sağlayamamasının yanında turistlerin harcamalarını yönlendirebilecek doğru stratejileri hayata geçirmekte de sıkıntı yaşamaktadır.

İnsan kaynağı alt bileşeni dikkate alındığında Türkiye, eğitimli ve yetkin insan kaynağı yaratmada, kadınların işgücüne dahil olmasında ve işgücünün eğitimi gibi konularda diğer ülkelerin çok gerisinde kalmaktadır.

Toplam devlet bütçesinden turizme ayrılan oransal kısım (% 0,5) dünya ortalamasının çok altında olmakla beraber Türkiye 141 ülke içinde 137. sıradadır. Ülkenin marka stratejisinin tutarlılığı da yine dünya ortalamasının oldukça altındadır.

Endeks 2014 verilerini baz almaktadır. Rusya krizi ve son terör eylemleri öncesinde dahi endekste 121. sıralamada yer alan Türkiye, güvensiz ülke imajına sahiptir. Bu alt bileşende Türkiye'nin 2015'te daha da gerilemiş olmasını beklemekteyiz. Ulusal ve uluslararası riskler ele alındığında da en önemli faktörler: terörizm, savaş ve politik istikrarsızlık ve suç olarak özetlenmektedir (Lepp ve Gibson; 2003). Türkiye bahsi geçen riskleri kendi bölgesinde kronik şekilde yaşayan bir ülke olmasının olarak bunun olumsuz sonuçlarını yaşamaktadır.

SONUÇ

Birbirine eklemlenmiş ekonomilerin oluşturduğu küresel ekosistem performans karşılaştırmalarına ve turizmin iyi uygulamalarının difüzyonuna olanak sağlarken, risklerin lokasyon bağımsız bir şekilde etkili olmasına da uygun ortam sağlamaktadır. WTTC verilerine göre terör saldırılarının turizm üzerindeki negatif etkilerinin silinmesi ortalama 13 ay alırken, politik istikrarsızlığın etkileri 27 aya kadar sürmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin sürdürülebilir turizm başarısını sektöre uğratma potansiyeli taşıyan terör ve politik istikrarsızlık kaynaklı problemleri çözülmesi gereken öncelikli konulardır.

Kovoor ve Misra (1995) krize hazır olmayı; önleyici, tecrübeyle öğrenen, riskleri öngören ve önleyen organizasyonel kabiliyetleri sürekli geliştirme süreçlerinin tamamı olarak tanımlamıştır. Bu çerçevede Türkiye krizlerden çıkış yolları aramaktansa krizleri önlemeyi ve kriz durumlarında ülke imajını katılımcı ve bütünsel stratejilerle korumayı hedeflemelidir. Vaka örneklerinden ve iyi uygulamalardan yola çıkarak birçok farklı stratejinin geliştirilmesi mümkündür. Bununla beraber bu stratejilerin etkin bir şekilde uygulanması devlet, özel sektör, medya ve STK'lar gibi tüm paydaşların karar verme ve uygulama süreçlerine dahil edilmesiyle sağlanabilir.

Türkiye, dünya turizm pastasında 2014 yılı itibarıyla 37,4 milyar Dolar yabancı turist harcaması ile %2,7'lik bir paya sahiptir (DTÖ, 2015). 2023 hedefi ise, WTTC'nin tahmininin %24 üzerinde olmakla birlikte, 86 milyar Dolar turist harcaması ile %3,7 paya sahip olmaktadır.

2023 hedeflerine ulaşabilmek için, Türkiye'nin güçlü ve güvenilir bir ülke imajına sahip olması şarttır. Turizm gelirlerinin %0,2'sinin ülke tanıtımına ayrıldığı Türkiye'de, 2023 Turizm Stratejisi hedefi de bu oranı %1'e çıkarmaktır. Bütün bu hedefler Türkiye turizmini bugün bulunduğu yerin çok ötesine taşımayı gerektirmektedir. Bu, devletin tek başına omuzlayabileceği bir yük değildir. 2023 Turizm Stratejisi raporunda da turizm tanıtımında devletin koordinatör ve özel sektörün uygulayıcı olması ve devletin özel sektöre finansal destek vermesi hedefi belirtilmiştir. Bu hedef, ülke imajını tazeleme ve sürdürülebilir bir güven yaratabilme açısından büyük önem taşımaktadır.

Sürdürülebilir turizm büyümesi için bir diğer önemli konu ise nitelikli insan kaynağının mevcudiyetidir. Sezonallığın da bir sonucu olarak Türkiye'de çalışanlara yapılan eğitim yatırımları sınırlı kalmaktadır. Oysa, turizm sektörü 2014 yılında yarattığı 2,1 milyon toplam istihdam ile Türkiye istihdamının %8,2'sini oluşturmuştur. Bu bağlamda insan kaynağının gelişimini sağlamak ve sektöre yetenekli işgücünü çekebilmek için bakanlıklararası koordinasyon, akademisyenlerin dahiliyeti ve kamu-özel sektör işbirlikleri ile iş üstünde eğitim mekanizmasının geliştirilmesi ve turizm sezonlarını dengeleyici politikalarla sezonluk turizm çalışanlarının düşük sezonda da çalışmasının sağlanması gerekmektedir.

Türkiye, 2015 Endeks sonuçlarına göre, gelen yabancı turist sayısı bakımından 6. sırada yer alırken, turizmin yarattığı GSYH büyüklüğüne göre 12. sırada ve endekste genel sıralamada 44. sıradadır. Bu özet verilerden de anlaşılacağı üzere Türkiye bütüncül bir başarı elde etmekte sıkıntı yaşamaktadır. Sürdürülebilir turizm başarısının sağlanabilmesi için birçok faktörün etkin şekilde yönetilmesi ve gelecekteki çalışmaların sonuç odaklı ve katılımcı çözüm önerileri geliştirmesi gerekmektedir. Bu makale, Türkiye'nin sürdürülebilir turizm hedefine yönelik yapılacak yeni çalışmalara girdi sağlayacak nitelikte bir çalışmadır.

KAYNAKÇA

- Dünya Ekonomik Forumu (2015), "Seyahat ve Turizm'de Rekabet Endeksi" ss.3-508
- Dünya Turizm Örgütü (2015), "Turizm'de Öne Çıkanlar" ss. 2-15
- Arikan, I. ve Ünsever, I. (2014), "Reconstruction of Tourism: Tourism Detox", International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference, 10-12/12/2014.
- YılmaZ, İ. A., ÜnaL, Aydın ve Çakır, G., (2015), "Sürdürülebilir Turizm Literatürü Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye Bağlamı", Mesleki Bilimler Dergisi, Sayı: 4, Cilt:2, ss.55-83
- Can, E. (2013), "Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi", İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 4, ss. 23-40.
- Haddad, Chucrallah, Nasr, Antoine, Ghida, Elhassan, Al Ibraim, Hassan (2015), "How to Re-emerge as a Tourism Destination after a Period of Political Instability", Seyahat ve Turizm'de Rekabet Endeksi, ss. 53-57

- Maditinos, Zissis, Vassiliadis, Christos (2008), "Crises and Disasters in Tourism Industry: Happen locally – Affect globally", Mibes E-Book, ss. 67-76
- T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, ss. 1-89
- Lepp, A., Gibson, H (2003), "Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism", Annals of Tourism Research, ss. 606-624
- Kovoor – Misra, S. (1995), "A Multidimensional Approach to Crisis. Preparation for Technical Organizations: Some Critical Factors", Technological Forecasting and Social Change, ss.143-160
- Beyhan, Ş.Gülin; Ünügür S.Mete (2005), "Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli", İTÜ Dergisi/a, Cilt: 4, Sayı:2, ss. 79-87
- Çıracı, Hale; Turgut, Sırma; Kerimoğlu, Ebru (2008), "Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği", İTÜ Dergisi/a, Cilt: 7, Sayı:2, ss. 89-102
- Lane, B. (1994), "Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool For Development and Conservation", Journal of Sustainable Tourism, Sayı: 2, ss.102-111
- Zillman, Claire, "Terrorism's Effect on Tourism Doesn't Last Very Long", (2015), <http://fortune.com/2015/11/30/terrorism-tourism-paris/> , Erişim Tarihi: 18.02.2016.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KARBON AYAK İZİ

Muharrem TUNA¹ Gözde ÖZDEMİR²

ÖZET

Çevre kirliliğinin çok ciddi bir ayağı olarak nitelendirebileceğimiz karbon emisyonlarından, ulaşım, ısınma ve atıklar gibi sebeplerle atmosfere salınan gazlar sorumlu tutulmaktadır. Tüketicilerin satın aldığı her ürünün de bir karbon ayak izi bulunmaktadır. Sürdürülebilir uygulamalar benimsemesi gereken turizm sektörünün konuyla ilintisi, küresel anlamda geniş kitleleri ilgilendirmesinden ve başta havayolu olmak üzere çeşitli ulaşım araçlarıyla yapılan seyahatlerin, konaklama tesislerinin altyapı, ısınma ve faaliyetini devam ettirmede kullandığı enerjinin ciddi bir karbon ayak izi bırakmasından ileri gelmektedir. Karbon ayak izimizi kontrol altına almak ve turizmi sürdürülebilir kılmak adına uluslararası ölçekte politikalar oluşturulması ve birer turist olarak hepimizin konuyla ilgili farkındalık geliştirmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, karbon ayak izi- sürdürülebilir turizm arasında teorik bir bağ kurmak ve gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara ışık tutmaktır. Çalışmanın teoriye sağlayacağı katkı, rakamsal verilerle konunun ciddiyetini ortaya koymak, karbon ayak izine ilişkin ulusal- uluslararası düzeydeki önlemleri öncelikle turizm çerçevesinde detaylandırmak, bireylerin farkındalık düzeylerini incelemektir. Bu doğrultuda, çalışmanın uygulamaya sağlayacağı katkı ise, konuyu detaylı ve bütüncül bir şekilde karar mercileri, ulaşım sektörü, turistler, tüketiciler gibi tüm paydaşların bilgisine sunarak çeşitli çözüm önerilerinde bulunmak ve yine turizm özelinde bunların olası olumlu katkılarını ortaya koymaktır. Böylece, karbon ayak izinin, günümüzde ve gelecekte sürdürülebilir turizm adına kararlar - önlemler alınırken asla unutulmaması gerektiği vurgulanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir, Karbon Ayak izi, Turizm, Çevre, Havayolu

GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dünya, küreselleşen etkileşimler, sanayi ve teknolojiye gelişmeler, turizm faaliyetlerinin ülkeleri birbirine yakınlaştırması gibi pek çok değişime sahne olmuştur. Bunlar ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda insanlık adına avantajlı durumlar şeklinde yansımakla beraber tüm bu gelişmelerin çevresel boyutları ele alındığında, bu olumlu atmosferin birden dağılmaya başlamasının çok çeşitli sebepleri vardır. Günümüzde, hâlihazırda kısıtlı olan doğal kaynakların kullanımında dikkatli olmanın gerekliliği hem çevreye zararlı faaliyet ve ürünlerdeki artış hem de dünya nüfusundaki yükseliş ile alarm vermiştir. Birçok ülke ekonomisinin beslendiği ve kapsamı itibarıyla kitleleri ilgilendiren

¹ Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, • muharrem@gazi.edu.tr

² Gazi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, 1gozde.ozdemir@gmail.com

turizm endüstrisi, sürdürülebilirlik çerçevesinde irdelenmesi gereken en temel endüstrilerden biridir. Bu çalışmada turizm faaliyetlerinin, turistik tesislerin, hava yolu ulaşımının ve turist tüketimlerinin hava kirliliği üzerindeki etkileri, turizm faaliyetlerinin ulaşım ayağıyla sürdürülebilirliğe nasıl etki ettiği, karbon ayak izi temelinde ele alınıp detaylarıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

Çevre kirliliği kapsamında üzerinde durulan hava kirliliğinin turizm ile ilişkilendirilmesi, sektörün sürdürülebilir faaliyetlerinin konuyla ilişkisinin niçin önemli olduğu çalışma kapsamında açıklanmaya çalışılmıştır. Karbon ayak izinin tanımı yapılarak turizmle ilişkilendirilmesi sağlanmış, ardından motorlu taşıtlar ve uçak emisyonlarının çevreye etkileri üzerinde de durulmuştur. Karbon ayak izinin hesaplama yöntemlerine ilişkin bilgilere yer verilmiş, karbon emisyonları ve hava kirliliği hakkında geleceğe yönelik çeşitli projeksiyonlar yapılmıştır. Konuyla ilgili yapılan küresel düzenleme ve anlaşmalara dikkat çekilerek ileriye dönük hedeflerden söz edilmiştir. Bireylerin konuyla ilgili farkındalık düzeylerine dikkat çekilerek bu farkındalığı artırmak adına ve sorunun çözümüne ilişkin çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Ayrıca, bu hususta yapılacak gelecek çalışmalar için bazı noktaların altı çizilerek yol gösterilmeye çalışılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Hava Kirliliği ve Çevresel Boyutları

Soluduğumuz havanın kirli oluşu, dünyanın nefes alan tüm canlıları için ciddi bir sorun teşkil etmektedir. UNWTO (2011: 52) verilerine göre, turizmin çevresel etkileri ve sürdürülebilirlikle bağlantısı genellikle kara, hava ve su ile ilişkilendirilmektedir. Bayram ve diğerleri (2006: 106) hava kirliliğinin tanımını şu şekilde yapmışlardır; “Soluduğumuz dış havanın kükürt dioksit (SO_2), hidrojen oksitleri (NO_x), ozon (O_3) ve partiküler madde (PM) gibi kirleticilerin sağlık ve çevreyi olumsuz etkileyecek düzeyde olmasıdır”. Dünyada ve ülkemizde başta büyük kentler olmak üzere, hava kirliliği düzeyleri takip edilmesine ve çeşitli sınırlandırma çalışmaları yapılmasına rağmen kirlilik halen kabul edilebilen sınırların üzerinde seyretmektedir.

“Isınmakta Olan Bir Dünyaya Bakış” adlı eserde Dünyanın durumu ele alınırken, siyah karbonu azaltmanın önemi vurgulanmıştır (The Worldwatch Institute, 2009: 93). Siyah karbon, iklimi etkileyen güçlü bir is bileşenidir ve karbondioksitten sonra küresel ısınmanın iki numaralı nedeni olarak kabul edilmektedir. Ayrıca siyah karbonun yer küreyi ısıtma oranı karbondioksit oranla 3 kat daha fazladır. Hava kirliliğinin bu boyutları ele alınırken insan

sağlığını olumsuz etkilediğinin de ayrıca altı çizilmelidir. Amerika Birleşik Devletleri'nde hava kalitesini artırmak için yapılan her 1 Dolarlık harcamanın sağlık giderlerine 4 – 30 dolar civarında tasarruf olarak geri döndüğü tespit edilmiştir (HaberTürk, 2016). Bu gerçek, hava kirliliğinin insan sağlığını ciddi ölçüde etkilediğini, bu yönde tedavi olmak üzere yapılan harcamaların ülke ekonomilerini de zarara uğrattığını gözler önüne sermektedir.

Hava kirliliği ve çevreye etkilerinin önemi, uluslararası platformlarda da gündeme taşınmakla kalmayıp çeşitli plan ve projelere konu olmaktadır. UNWTO ve UNEP'in 2005 yılı için belirledikleri “Sürdürülebilir Turizm için 12 Amaç” kapsamındaki maddelerden birinin “Hava, su ve toprağın kirliliği ile turizm işletmeleri ve ziyaretçiler kaynaklı atık oluşumunu en aza indirmek” olduğu görülmektedir (2011: 41). Benzer bir şekilde Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Gelişim Konferansı'na ait raporda (UN, 2012: 26), hava kirliliğinin de üzerinde durulmuş ve ayrı bir konu başlığı olarak “Sürdürülebilir Ulaşım” incelenmiştir. Bu çalışma kapsamında, ulaşımda sürdürülebilirliğin sağlanması durumunda ekonominin de destekleneceği ve çevrenin korunabileceği belirtilmiştir. İnsan ve eşyaların çevreye duyarlı, güvenli ve uygun fiyatlı ulaşımının sağlanması halinde sosyal eşitlik, sağlık ve kırsal alanlarda verimlilik de sağlanabilecektir. Görüldüğü gibi, havayolu ulaşımının sürdürülebilir hale getirilmesi salt çevresel gelişimle kalmayıp pek çok açıdan gelişimi de beraberinde getirmektedir. Geleceğe dair hava kirliliğine ilişkin projeksiyonlara bakıldığında, 2030 yılına kadar hava kirletici emisyonların küresel ölçekte beş kat artacağı vurgulanmaktadır (Bayram vd., 2006: 106). Konuyla ilgili dünya genelinde kabul görmüş en önemli anlaşma diyebileceğimiz Kyoto Protokolü, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Anlaşması (United Nations Framework Convention on Climate Change – UNFCCC) uyarınca çıkarılmıştır. Atmosfere salınan insan menşeli küresel sera gazı emisyonlarının kontrol ve denetim alınması hükümlerini içeren Birleşmiş Milletler BM Kyoto Protokolü, 1997 yılında üye ülkelerin hükümetlerinin onayına sunulmuş ve 16 Şubat 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Emisyonların kontrolü hakkındaki önemli mutabakatlardan biri olan bu protokol 2012 yılı sonu itibarıyla sona ermiştir. O tarihten itibaren Birleşmiş Milletler nezaretinde yeni küresel iklim değişikliği anlaşmaları için çalışmalar yürütülmüştür. Kyoto protokolü ve yapılan diğer çalışmalara, ilerleyen bölümlerde detaylı olarak yer verilmiştir.

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Karbon Ayak İzi

Sürdürülebilirlik, sürdürmek fiilinden türemiş olup, sözlük anlamı devamlılıktır. Ekoloji biliminde sürdürülebilirlik kavramı ise “Madde ya da enerji kaynağının, bir sistem veya süreç

içinde yok olmaksızın dolaşımının sonsuza dek devam ettirilmesi” anlamına gelir. İlk kez ormancılık, balıkçılık gibi aktivitelerde karşımıza çıkan bu kavramlar, sonraları Birleşmiş Milletlerin Çevre ve Kalkınma Raporunda karşımıza çıkmış ve daha da genişletilerek Sürdürülebilir Dünya Toplulukları (Sustainable – Earth Societies) haliyle globalleştirilmiştir (Kocataş, 2012: 58).

Bu kavramsal çerçeveye bağlı olarak sürdürülebilir turizm, çevreye duyarlı, içinde yaşadığımız dünyayı ve canlılarını önemseyerek adımlar atan, plan ve politikalarını bu doğrultuda düzenleyen turizm olarak düşünülebilir. Turizmin karbon ayak izine etkisi yalnızca turizm tüketimiyle alakalı olmayıp aynı zamanda turizm yatırımlarını, sektörün ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılan sermaye mallarını, konaklama tesislerinin inşaat ve altyapılarını, imar çalışmalarına bağlı emisyonları da içermektedir. Bu sebeple turizm sektörünün çevresel sorumluluğu küçümsenmemelidir (Cadarsa vd., 2014: 529).

Turizm sektörü ile çevre ilişkisinde karşılıklı bir etkileşim olduğunu söylemek mümkündür. Turizm, hem yapısı gereği doğal çevreyi etkilemekte hem de bunun olumsuz sonuçlarından yine kendisi ve paydaşları zarar görmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütünün konuyla ilgili detaylı ve kapsamlı raporuna göre, 2005 yılında ulaşım kaynaklı karbon emisyonlarının çok büyük bir bölümünü (%75) küresel turizm oluşturmaktadır. Bunun yaklaşık % 40’ı ise sadece Hava Taşımacılığı kaynaklıdır. İklim değişikliğinin sonucunda ise turist karar mekanizmaları, doğal çevre ve iklim ile kişisel güvenlik gibi 3 temel faktör etkilenmektedir. Bu nedenle hükümetler, turistler, turizm işletmeleri, yatırımcılar ve sigorta şirketleri gibi tüm paydaşlar konuya hassasiyet göstermelidir (UNWTO, 2012: 60).

Konuya Türkiye açısından bakıldığında, ülkenin en önemli gelir kaynaklarından biri olan turizmde ciddi bir ivme yakaladığı görülmektedir. Varol’a göre (2014: 53), Türkiye 88 ülkenin bütçesini geride bırakarak 2013 yılında yıllık 26 milyar dolarlık turizm gelirin'e ulaşmıştır. TÜİK (2015) verilerine göre ise bu rakam 2015 yılında 31.464.777 bin dolara kadar yükselmiştir. Bu artışın ardında ülkemizin sahip olduğu birinci sınıf konaklama ve konferans tesisi zenginliği ve dünyanın belli başlı şehirleri ile kolay ulaşım sağlanabilmesi olduğu belirtilmektedir. Görüldüğü üzere, seyahat planlamasında bulunan tüm turistler için ulaşım oldukça önemlidir. Turizm faaliyetleri, yer değiştirme amacıyla kullanılan ulaşım araçlarının ürettiği karbon ayak izinden doğrudan sorumlu hale gelmektedir.

Bu bilgileri takiben, karbon ayak izinin tanımına yer vermek de konuyu detaylandırırken önemlidir. Çevre kaynaklarının bilinçsiz tüketilmesi ve kirletilmesi sonucu ortaya çıkan karbon salınımı, küresel ısınma ve daha pek çok çevresel felaketlere sebep olmaktadır. Bu tür

küresel sorunların muhasebesinin yapılması gerektiğinden karbon ayak izinin takip edilmesi ve kayıt altına alınması önem taşımaktadır. Karbon ayak izi, karbon salınımlarının ölçüsü olup “Enerji tüketen faaliyetlerin ortaya çıkardığı karbondioksit (CO₂) miktarı” şeklinde tanımlanmaktadır. Fosil yakıtların kullanımından kaynaklanan karbondioksit salınımı ile ortaya çıkan küresel iklim değişikliği; daha sıcak günler yaşanması, deniz suyu seviyesinin yükselmesi, tropikal kasırgalar gibi olumsuz olayları tetikler. Durumun ciddiyeti, 2005 yılında UNFCCC çerçevesinde Kyoto Protokolü ile iklim değişikliğine tepki olarak gündeme gelmiştir. AB ve Türkiye’nin de 188 ülkeyle birlikte taraf olduğu bu sözleşmede insan kaynaklı karbon salınımlarının azaltılması, belirli yıllara göre önceden tespit edilen seviyelerde tutulması amaçlanmış, protokol ülkeleri yükümlü kılmıştır (Uyar ve Cengiz, 2011: 50).

Motorlu Taşıtlar Ve Egzoz Gazlarının Çevreye Etkileri

Günümüzün en ciddi sorunlarından biri olan çevre kirliliği ve beraberinde getirdiği küresel ısınma, iklim değişikliği gibi konular ele alınırken fosil yakıt kullanımı ile motorlu taşıtların buradaki payı unutulmamalıdır. Birleşmiş Milletler Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) çalışmalarına göre, küresel anlamda sera gazı salınımlarının 1970 yılından bu yana % 70, küresel sıcaklığın 0,5 °C arttığı, deniz seviyesinin aynı dönemde 10 cm yükseldiği ve Kuzey Kutbundaki kar tabakasının azaldığı bilinmektedir. Bu durumun temel sorumlusu olan sera etkisi yaratıcı gazların başında petrol, kömür ve doğalgaz gelmektedir (Birkan, 2012).

İklim değişikliği konusunda Dünya genelindeki en önemli anlaşma olarak kabul edilen Kyoto Protokolü’nün EK – A kısmında, atmosferdeki bu değişime sebep olan 6 sera gazı sınıflandırılmış ve bunların kaynak sektörleri belirtilmiştir. Tabloda görülebileceği gibi, karbondioksit gazının oluşumundan enerji bazında sorumlu olan sektörlerden birisi de ulaşım sektörüdür ve petrol, doğal gaz gibi yakıtlardan kaynaklanan kaçak emisyon bu noktada ciddi bir sorundur (Birgili ve Çelik, 2010: 67). Ulaşımında kullanılan bu fosil yakıtların atmosferdeki yoğunluğunun artması tehlikesinden söz edilmişken, sera gazlarıyla ilgili bir parantez açmak yerinde olacaktır. Hem doğal hem de insan kaynaklı oluşan sera gazları, atmosferdeki kızıl ötesi radyasyonu emen ve tekrar yayan gaz oluşumları anlamına gelmektedir. Motorlu taşıtların dışında, yanlış arazi kullanımı, şehirleşme, ormansızlaşma, katı atıkların vahşi depolanması, çeltik üretimi, hayvancılık ve gübreleme gibi tarımsal etkinliklerden dolayı da sera gazlarının miktarında artış gözlenmektedir (Binboğa, 2014: 5734).

Tablo– 1:Kyoto Protokolü Ek -A’da Yer Verilen Sera Gazları ve Kaynak Sektörler

Sera Gazları

Karbondioksit CO2	Nitrooksit N2O	Hidrokarbonlar HFC’s	Sülfür Heksaflorür SF6
-------------------	----------------	-------------------------	---------------------------

Sektörler / Kaynak Kategorileri

Enerji	Endüstriyel İşlemler	Tarım	Atık
Yakıt Yanması			
Enerji End.		Bağırsak	
İmalat End. & İnşaat	Mineral Ürünler	Fermantasyonu	
	Kimyasal Ürünler	Çiftlik Gübresi	
Ulaşım	Metal Üretimi	Yönetimi	Araziye Katı Atık
	Diğer Üretimler	Çeltik Yetiştiriciliği	Boşaltımı
Diğer sektörler	Halokarbonlar ve Sülfür Heksaflorürün Üretimi & Tüketimi	Tarımsal Topraklar	Atık Su İşlemi
Yakıtlardan		Savanların Düzenli Yakılması	Atık Yakma
Kaynaklanan Kaçak Emisyon	Çözücü ve Diğer Ürün Kullanımı	Tarımsal Kalıntıların Tarlada Yakılması	Diğerleri
Katı Yakıtlar			
Petrol ve Doğalgaz			
Diğerleri			

Kaynak: BİRGİLİ, Erhan; ÇELİK, Leyla (2010), “Çevre Finansmanı Kapsamında Emisyon Ticareti ve Karbon Piyasasının Türkiye’ye Yansımaları”, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi 47 (544) s. 67.

Motorlu taşıtların ve uçak egzoz emisyonlarının çevreye etkileri göz önünde bulundurularak tüm insanların ulaşım tercihlerinde ekolojik ayak izlerini küçültmeye yönelik esneklikler yapmaları gerekmektedir. Uçakların ve kişisel araç kullanımının sınırlandırılması, araçların daha yavaş kullanılması, özel araçların çok kişiyle seyahat gerektiren durumlarda tercih edilmesi ve aksi halde bisiklet ve toplu taşıma gibi yolların benimsenmesi ulaşım açısından karbon ayak izinin etkilerini azaltabilecektir (Keleş, 2007: 59).

Karbon Ayak İzinin Hesaplanması

Karbon ayak izinin önemine dair verilen bilgilerin ardından, bunun nasıl hesaplandığını incelemek de konuyu anlamlandırmak adına önemlidir. Hayati önem taşıyan pek çok konu gibi, çevresel anlamda canlı yaşamını yakından etkileyen karbon ayak izi de çeşitli yöntemlerle ölçülebilir hale getirilmiş, böylece süreci takip etmek, çeşitli önlemler almak için rakamsal verilerden yararlanmak mümkün kılınmıştır.

Bireylerin, şirketlerin, ülkelerin kullandıkları ürünlerin üretimi sırasında sarf edilen enerjiden dolayı doğrudan ya da dolaylı olarak atmosfere bıraktıkları karbon miktarının hesaplanması anlamına gelen karbon ayak izi; enerji tüketen hemen her faaliyetin bir maliyeti olarak düşünülebilir. Bazen bu karbon maliyeti, seyahat ederken arabamızın egzoz borusundan çıkan gazlarda olduğu gibi çok açık bir şekilde görülebilir. Bazen ise bu durum, çarşıdan satın aldığımız ithal ürünlerin içine gizlenmiş maddelerde olduğu gibi belirgin değildir. Karbon ayak izinin hesaplanması; ülkeler, şirketler ve kişiler bazında atmosfere bırakılan karbon miktarı üzerinden yapılabilir. Birkan'ın (2012) da belirttiği gibi "Carbon Counter" adlı kitapta Mark Lynas yaşamımızın bir döneminde veya yaptığımız bir faaliyet sırasında ne kadar karbon salınımına neden olduğumuzu, küresel ısınmadaki kişisel katkı payımızın ne kadar olduğunu hesaplayabildiğimizi göstermiştir. Yaptığımız bir uçak yolculuğundan kaynaklı karbon emisyonunun ne miktarda olduğu "Choose Climate" adlı internet sitesinde gösterilen harita üzerinden ya da "Carbon Calculator" isimli siteden uçuş noktalarını seçerek hesaplanabilmektedir (Birkan, 2012).

Carbon Calculator sitesinde verilen dünya haritasından bireyler gidecekleri iki noktayı imleç ile işaretlediği takdirde, iki nokta arasındaki mesafe, kilogram bazında bu mesafede yakılacak yakıt, bu miktara karşılık gelen karbon emisyon salınımı gösterilmektedir. Ayrıca bu hesaplama yapılırken ekonomi sınıfı ya da birinci sınıf bilet seçenekleri ile uçak türleri de belirtilerek farklı hesaplar çıkarmak mümkündür. Ayrıca ek bilgi olarak, kullanılan yakıtın karşılığı olan elektrik tüketimi, ortalama bir bireyin yıllık yiyecek tüketimi karşılığı gibi detaylar da seyahat planı yapan bireyler tarafından bu sayfadan izlenebilmektedir.

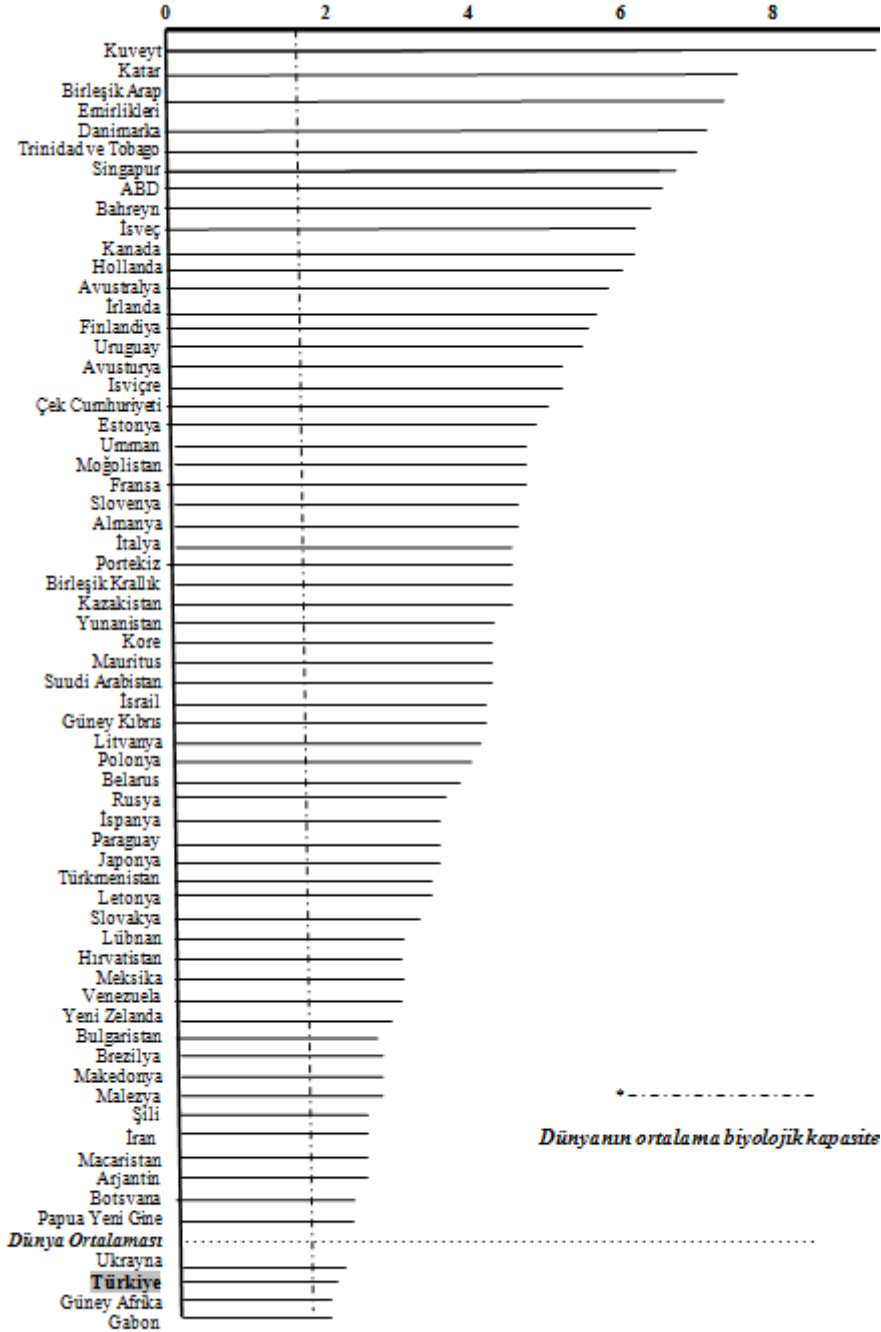
Havayolu ulaşımı dışında turizm faaliyetlerinde tercih edilen farklı ulaşım türleri için de karbon ayak izi miktarlarının nasıl değişim gösterdiğini görebilmek önemlidir. The Guardian'da yayımlanan çalışmada Lynas (2007), çeşitli ulaşım araçlarının karbon ayak izi yansımalarındaki hesaplamayı şu şekilde belirtmiştir;

- Trenle seyahat edilen kilometre 0.11 ile çarpılarak karbon maliyeti hesaplanır.
- Otobüsle seyahat edilen kilometre 0.09 ile çarpılarak karbon maliyeti hesaplanır.
- Yeraltı ulaşımında seyahat edilen kilometre 0.09 ile çarpılarak karbon maliyeti hesaplanır.
- Vapurla seyahat edilen kilometre 0.47 ile çarpılarak karbon maliyeti hesaplanır.

Bu bilgilerin yanı sıra, karbon ayak izinin ekolojik ayak izinin yarısından fazlasını oluşturduğu söylenebilir. Yukarıdaki tabloda nüfusu 1 milyonun üzerinde ve eksiksiz veriye ulaşılmış ülkeler için kişi başına düşen ekolojik ayak izi, küresel hektar (Kha) bazında

hesaplanmıştır. Kuveyt, Belçika Danimarka gibi ülkeler tablonun en üst sıralarında yer alırken, Çin ve Jamaika tabloda en alt kısımlarda bulunmaktadır. Türkiye ise dünya ortalamasının altında sıralanmaktadır (WWF, 2014: 12).

Tablo – 2: Kişi Başına Düşen Ekolojik Ayak izi – Küresel Hektar (Kha)



Kaynak: WWF “Yaşayan Gezegen Raporu” (2014: 12) verilerine göre derlenmiştir.

BİREYLERİN EKOLOJİK AYAK İZİ FARKINDALIK DÜZEYİ

Karbon ayak izi gerçeği, hesaplama yöntemleri ve konunun uluslararası platformda ele alınması kadar bireylerin farkındalık düzeyleri de önem teşkil etmektedir. Aksi takdirde yapılan tüm çalışmalar, plan ve politikalar, bilgilendirici yayınlar etkisiz kalacaktır. Bu noktada bireylerin ve turizm sektörü çerçevesinde tüm turistlerin bu konudaki farkındalığını ele almak gerekir.

Konuyla ilgili Finlandiya’da 1010 kişi üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ‘Ürün Karbon Ayak İzi’ kavramı katılımcıların çoğuna tanındık gelmiştir. Ancak, katılımcıların yalnızca % 7’si bu kavramı sera gazı emisyonlarıyla ilişkilendirebilmiş ve % 5’i iklim değişimiyle bağlantı kurabilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların %90’ının ürünlerin üzerindeki ‘Karbon’ ibarelerinin satın alma kararları üzerinde etkili olduğunu belirtmesi önemlidir. Ayrıca bu tüketicilerin çok büyük bir çoğunluğu karbon ayak izinin en önemli faktörleri arasında ulaşım ve atıkların olduğundan bahsetmektedir (Hartikainen vd., 2014: 285). Yapılan bu çalışmayı dünya coğrafyasında genelleyerek bir sonuç çıkarmak gerekirse, üreticilerin satışa sunulan ürünlerin dış ambalajında mutlaka karbon ayak izine dair bilgiler bulundurması ihtiyacından söz etmek mümkündür. Benzer şekilde, bilgilendirici ibarelerin satın alma ve karar süreçlerinde etkili olduğu bilgisi, dünya turizmi için çok önemli bir veridir. Seyahat planı yapan tüm potansiyel turistler için hazırlanan çevrim içi siteler, basılı seyahat broşürleri, acentelerin ve tur operatörlerinin hazırladığı tüm görseller, havayolu şirketlerinin web – siteleri ve duyuruları bu doğrultuda yeniden gözden geçirilmeli ve bilinçli turistlerden oluşan bir kitle yaratılarak karbon ayak izine karşı farkındalık sağlanmalıdır.

Bu tür kişisel olarak yapılacak bir karbon ayak izi hesaplamasıyla, bir birey olarak ne kadar çevreci olduğumuz da tespit edilebilir. Dünyadaki en çevreci kişi en az enerji tüketendir. Çok çevre bilincine sahip bir kişi olabiliriz ama yaşantımız bunun tersini söylüyorsa gerçek anlamda bir çevreci değildir. Üretilen her ürün çevreyi belli bir oranda kirleterek enerji tüketimine ve karbon salınımına sebep olur. Tüketim ekonomisi yerine tasarruf ekonomisi anlayışına sahip olmak önemlidir. Günümüzde ortalama bir Amerikalı, ortalama bir Çinliye nazaran 40 kat daha fazla ticari enerji tüketmektedir. Bu nedenle küresel ısınma, asit yağmurları ve hava kirliliği konusunda çok daha fazla olumsuz rol oynamaktadır (Birkan, 2012). Benzer şekilde Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF) “Yaşayan Gezegen Raporu” (2014: 13) verilerine göre, kişi başına düşen en büyük Ekolojik Ayak İzi ’ne sahip 25 ülkenin geneli yüksek gelir düzeyine sahiptir ve çoğunda ise en büyük ayak izi bileşeninin karbon olduğu görülmektedir. Her ülke, küresel ekolojik limit aşımına farklı düzeyde etki eder.

Örneğin, dünya üzerindeki herkesin Katar'daki ortalama bir bireyin Ayak İzi 'ne sahip olması halinde 4,8 dünyaya ihtiyacımız olacağı söylenmektedir. Eğer, ABD'deki ortalama bir bireyle aynı tarzda yaşasa idik, 3,9 dünyaya ihtiyaç duyacaktık. Slovakya veya Güney Kore'de yaşayan ortalama bir birey için bu rakamlar sırasıyla 2 ya da 2,5 iken, Arjantin için 1,5 ve Güney Afrika için 1,4 gezegene karşılık gelecekti.

Bu gerçek düşünüldüğünde, bireylerin karbon ayak izi farkındalık düzeylerinin de toplumdan topluma değişkenlik gösterebileceği söylenebilir. Bir ülkede konu ne kadar gündeme taşınıyor ise, ülke vatandaşları o denli bilinç sahibi olacaklardır. Bu noktada eğitimin de önemli rol oynadığı unutulmamalıdır.

Karbon ayak izine dair küresel platformdaki birtakım çalışmalar devam ederken, ülkemizde karbon ayak izi kavramına ilk defa, müfredat programında 2007 yılında Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı'na yenilenen ortaöğretim 9. Sınıf biyoloji dersi kapsamında "Bilinçli Birey – Yaşanabilir Çevre" adındaki 3. Ünitesinde yer verildiği bilinmektedir (Keleş, 2007: 17). Buradan da anlaşılabileceği üzere, konuyla ilgili bilincin geliştirilmesinin önemli olduğu ülkemizde de kabul edilerek, öğrencilere farkındalık sağlama amacıyla ders kitaplarında karbon ayak izi işlenmiştir. Keleş'in (2007) de belirttiği gibi, hem bir metafor hem de teknik bir kavram olarak düşünebileceğimiz karbon ayak izi, çocukların sürdürülebilirliğin resmini uzaktan görmelerine yardımcı olan eğitici bir araçtır. Belli bir bilince erişen bireyler, tüketimlerinin ulusal ve küresel etkilerini keşfederek çeşitli kararlar alabilir ve yaşam tarzlarında değişiklikler oluşturabilirler. Bu açıdan karbon ayak izi, ulusal ve dünya çapında eşitlik anlayışını pekiştirebilecek yararlı bir ölçek gibi düşünülebilir.

ÖNEMLİ UYGULAMALAR

Turizm endüstrisinin karbon ayak izi kapsamında değerlendirilmesinde, endüstri paydaşlarının etik duruşlarının nasıl olduğu, çevreye karşı duyarlılıkları konusunda ve konuyla ilgili uygulamalara ne kadar dâhil oldukları hakkında fikir verecektir. Bu bağlamda Paek ve Chathoth'un (2013, 394) turizmde havayolları ve otelleri etik çerçevesinde değerlendirdiği çalışmasına göre, rakamsal olarak 1- 5 düzeyinde artan etik uygulamaları derecelendirilmesinde havayollarının 4. Derece olan 'Gelişimci Etik Organizasyon' ile 5. Derece olan 'Etik Organizasyon' arasında bir sınıflandırmada yer aldığı ortaya çıkmıştır. İçlerinde Air France, Lufthansa, British Airways ve American Airlines gibi önemli havayollarının da bulunduğu bu çalışmada kullanılan etik derecelendirme kriterleri arasında doğaya karşı kurumsal sosyal sorumluluk geliştirme, çevre koruma aktivitelerine katılım ve bunları şirket internet sitesinde belirtme gibi uygulamaların yer aldığı düşünülürse, bahsi

geçen havayollarının piramidin üst basamaklarında yer alması umut vericidir. Ancak, karbon ayak izi kapsamında çevrenin tahribatı, havayollarının tamamen kendi yönetimlerindeki birtakım önlemlerle kontrol altına alınamayacak olup konunun daha geniş ölçekte ele alınması ve küresel bir katılımı takibi önemlidir.

Bu noktada, konuyla ilgili uluslararası ölçekte alınan önlemler ve uygulamalar incelenecek olursa, ülkemizin de imzalayarak yükümlüler arasında yer aldığı Kyoto Protokolü bu hususta atılmış en önemli adımlardan birisidir. Önceki kısımlarda detaylarına yer verilmiş olan bu protokolün dışında küresel kararlar içeren pek çok önemli uygulama bulunmaktadır. Bunların en günceli olan 2015 tarihli Paris İklim Konferansı'nda 195 ülkeden delegeler ve liderler iklim değişikliği üzerine global bir anlaşma formülü geliştirmek için bir araya gelmişlerdir. Yapılan müzakereler sonucunda Türkiye'nin de taraf olduğu "Paris İklim Anlaşması" Aralık ayında imzalanmış ve bu pakt, karbon salınımlarının azaltılması amacıyla bütün ülkelere sorumluluk yükleyen ilk anlaşma olmuştur. Bu anlaşma, yasal olarak bağlayıcılığı olmasının yanı sıra gönüllülük de içermektedir. Anlaşma ile ilgili yükümlülüklerin 2020 yılı itibarıyla uygulanmaya başlayacağı bilinmektedir. 2050 yılına kadar 130 milyar ton karbondioksit miktarına eşdeğer sera gazı azaltımı gerçekleştirilmesi planlanmıştır. Sağlanacak karbondioksit miktarı, yılda yaklaşık 4 milyar tona karşılık gelmektedir. Böylece, iklim değişikliği eylem planına nazaran çok daha fazla oranda sera gazı kısıtlanması sağlanacaktır. 2030 yılına kadar, yılda 26 milyar ton olacak şekilde global karbondioksit emisyonlarının sınırlandırılması gerektiği belirtilmiştir. Küresel sıcaklık artışının 1.5 santigrat derecede tutulması için çaba sarf edileceği, 2050 yılından sonra da sera gazları salınımını arttıran unsurlar ile azaltan unsurlar arasında denge sağlanması hedeflenmiştir (UNFCCC, 2015).

Ülkemizin uluslararası ölçekte alınan kararları ne ölçüde takip ettiği konusu ele alındığında, ortaya çok olumlu bir tablo çıkmamaktadır. Ağış'ın (2016) da belirttiği üzere, Türkiye dâhil taraf ülkeler üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmek konusunda yetersiz kalmışlardır. Geçen yıl, Dünya Enerji Konseyi (DEK), Türk Milli Komitesi tarafından hazırlanan World Energy Perspective (Enerji Verimliliği Politikaları) adlı rapora göre, Türkiye'nin de içinde yer aldığı seçilmiş gruplarda, enerji yoğunluğunu azaltmak için özellikle 1990- 2000 arasında çok büyük çalışmalar yapılmıştır. Ancak bu çalışmalar 2000- 2008 arasında yavaşlamış ve 2008'den sonra çok düşmüştür. Termik santrallarda verimlilik artışı, geçen 20 yıl içinde (1990- 2010) çok yavaş olmuştur. Ayrıca, termik santrallarda az sera gazı üretmek için çevrim veriminin yükseltilmesi gerekirken, Türkiye'de hala % 35 verimle çalışan santrallar

bulunmaktadır. Bu gerçeklere rağmen anlaşmanın ülkemiz için en önemli tarafı, Türkiye'nin ilk defa böyle bir iklim anlaşmasının altına imza koymasıdır. Ayrıca "Kyoto" Protokolü" yükümlülüklerini hala yerine getirmemiş ülkelere, 4 yıllık süre uzatımı verilmesi de önemli bir anlaşma maddesidir.

BM ve konferansa ev sahipliği yapan Fransa, Paris'te bir anlaşmaya varılmasını "tarihi adım" olarak görürken, çevre örgütlerin uzlaşa metniyle ilgili önemli çekinceleri bulunmaktadır. Greenpeace, COP21'de mutabakat sağlanan sera gaz emisyonunun düşürülmesiyle ilgili hedeflerin yeterli olmadığını savunarak, bu metnin fazla olumlu bir gelişmeye neden olmayacağını öne sürmektedir (Sabah, 2015).

Konuyla ilgili küresel ölçekli önemli uygulamalar ışığında Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) da çalışmaları bulunmaktadır. WEF, havayolu hariç karbon emisyonlarının 2035 yılına kadar yıllık yüzde 2,5 düzeyindeki bir artışla seyredeceğini ve havacılığın insan kaynaklı toplam insan yapımı emisyonların % 2'sini oluşturduğunu dikkate alarak 2009 yılında özel olarak havacılık, seyahat ve turizm sektörünü kapsayan bir rapor hazırlamış ve burada düşük karbon üretimi için benimsenmesi gereken plan ve politikalara yer verilmiştir (WEF, 2009: 3). Bu uygulamalara ek olarak Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO)'nün de konuyla ilgili çalışmaları olduğu görülmektedir. ISO 14067: 2013 standartları kapsamlı olarak hazırlanmıştır. İçeriğinde kullanım süresi değerlendirmeleri (ISO 14040/44) ile çevresel tanımlama ve açıklamalara (ISO 14025) yer verilmiştir. Bu standart ile ürünlerin çevre etiketleri ve yaşam döngüsü değerlendirmesi, karbon ayak izi ölçümü ve iletişim ilkeleri, gereksinimleri ve yönergeleri belirtilmektedir. Ürünlere ait karbon ayak izi araştırması ISO/TS 14067:2013 standartlarına göre yapıldıktan sonra şeffaflık ve güvenilirlik ilkelerine dayanarak çeşitli seçenekler konusunda bilgilendirme de yapılmaktadır (ISO, 2013).

Ülkemizde çevre politikalarıyla ilgili uygulamalar düşünülürse, çevre politikalarının Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan itibaren ele alındığı görülmektedir. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndaki ilkeler arasında Türkiye'nin taraf olduğu yükümlülük ve üstlendiği sözleşmelerdeki taahhütlerini değerlendireceği, alınan kararların AB normlarına ve uluslararası standartlara paralel olacağı yer almaktadır. Bunlara ek olarak Çevre Bakanlığı'nın teknik desteği ve Devlet Planlama Teşkilatı Koordinatörlüğü ve Dünya Bankası'nın katkıları ile 1998 yılında tamamlanan "Ulusal Çevre Stratejisi ve Eylem Planı" önemlidir. Alpar, (1998: 41) bu plan ile nüfus artışının kontrol altına alınacağı ve aile planlaması ile

destekleneceğini belirtmiştir. Burada çevreye verilen tahribatın, karbon ayak izi düzleminde de dünyada yaşayan birey sayısı ile doğrudan ilintili olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Her birimizin birey olarak içinde yaşadığımız doğaya sorumlu olmayı en ciddi şekilde sürdürdüğü bu yüzyılda, çok çeşitli çevresel sorunlarla iklim değişikliğine sebep olduğumuzu biliyor ve bunun sonuçlarından da yine bizlerin etkilendiğini gözlemliyoruz. Bu noktada devreye giren karbon ayak izlerimiz, sektörler bazında incelenirse, turizm sektörünün bunda büyük pay sahibi olduğu, havacılığın da birtakım yükümlülükler ile çevreye karşı duyarlı hale gelmesi gerektiği yapılan araştırmalarla ortaya çıkmıştır. Turizm sektörü, sürdürülebilir uygulamalar geliştirmeye çalışırken turistlerin tüketimleri ile atmosfere yaydığı gazlar, ulaşım kaynaklı çevre kirliliği yaratılması, turistik tesislerin ısınma, elektrik kullanımı, bakım ve devamlılığını sağlama amacıyla tüketilen enerjiler de ayrı ayrı birer gündem maddesidir. Karbon ayak izi ve sürdürülebilir turizmin ilişkisini anlamak için bu başlıkları göz önünde bulundurmak önemlidir.

Uluslararası platformlarda ele alınan karbon emisyonları konusunun ulusal ölçekli politikalarla da desteklenmesi, STK'ların da konuya dâhil edilmesi yapılan hesaplamaların kayıt altına alınarak geleceğe dönük yapıcı projeksiyonlar elde edilmesi oldukça önemlidir. Bunun için, bireylerin karbon ayak izi farkındalıklarını artırma konusunda turizm sektörü de dâhil olmak üzere tüm sektörlerin koordineli olarak çalışması gerekmektedir. Özellikle endüstriyel tesisler, motorlu taşıt egzozları ve konutlardaki yakıt tüketiminin sebep olduğu hava kirliliğini önlemek için ulaşım araçlarında emisyon kontrolünün daha etkin yapılması, standart dışı kalitesiz yakıt kullanımının önüne geçilmesi ve uygun yakma tekniklerinin kullanılması gerekir.

Gerçekleştirilen konferansların, forumların, yayımlanan bildirilerin işlevsel olması ve salt kâğıt üzerinde kalmamasının yolu, eğitimden geçmektedir. Bu konuda eğitilmeye duyduğumuz istek ise ancak ve ancak doğaya karşı kişisel sorumluluk hissiyatımızla mümkün olabilecektir. Bu alanda daha fazla araştırma yapılması, ulusal ve uluslararası düzeydeki anlaşma ve protokollerin ne gibi yapıcı sonuçlar doğurduğunun izlenmesi ve kayıt altına alınması önemlidir. Bu çalışmanın teoriye sağladığı katkının, gelecekte yapılacak araştırmalara ilgili konu başlıklarında bütüncül ve güncel veriler sağlamak olduğu söylenebilir. İleride ülkelerin karbon ayak izi farkındalık düzeyleri ile sürdürülebilir turizm faaliyetleri arasındaki paralellikler analiz edilebilir ve bu bağlamda farkındalığı artırmaya yönelik uygulamaların üzerinde durulabilir.

Her birimiz bu dünyanın birer bireyi olarak geride bıraktığımız karbon ayak izimizi sorgulamalı, aynı zamanda birer turist olarak sorumluluklarımızın bilincinde olmalıyız. Böylece, hem hayat boyu dünya kaynaklarını daha verimli tüketmiş oluruz hem de eğlenmek, dinlenmek, öğrenmek gibi amaçlarla içinde bulunduğumuz turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması çabasına bir taş da biz ekleyebiliriz.

KAYNAKÇA

- ALPAR, İstiklal (1998), “Türkiye’nin Nüfus ve Çevre Politikaları”, Nüfus, Çevre ve Kalkınma Konferansı Kasım 1997, Ankara: Çevre Vakfı Yayını.
- AĞIŞ, Özkan (2016), “Paris İklim Zirvesi Işığında Enerji Verimliliği”, Enerji ve Çevre Dünyası Dergisi, Şubat 2016, http://www.enerji-dunyasi.com/yayin/0/ozkan-agis-yazdiparis-iklim-zirvesi-isisinda-enerji-verimliliği_7172.html#.Vt3hN_mLTIX, Erişim Tarihi 07.03.2016.
- BAYRAM, Hasan; DÖRTBUDAK, Zeynep; FİŞEKÇİ, Fatma Evyapan; KARGIN, Murat; BÜLBÜL, Baytekin (2006), “Hava Kirliliğinin İnsan Sağlığına Etkileri, Dünyada Ülkemizde ve Bölgemizde Hava Kirliliği Sorunu” Paneli Ardından, Dicle Tıp Dergisi, 33 (2), ss. 102 – 112.
- BİNBOĞA, Gülizar (2014), “Uluslararası Karbon Ticareti ve Türkiye”, Journal of Yaşar University, 9 (34), ss. 5732 – 5739.
- BİRGİLİ, Erhan; ÇELİK, Leyla (2010), “Çevre Finansmanı Kapsamında Emisyon Ticareti ve Karbon Piyasasının Türkiye’ye Yansımaları”, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi 47 (544) ss. 63 – 74.
- BİRKAN, İbrahim (2012), “Turizm Bacasız Sanayi Midir? Turizmin Karbon Ayak izleri”, <http://kariyer.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=56077>, Erişim Tarihi 19.01.2016.
- CADARSO, A. Maria; GOMEZ, Nuria; LOPEZ, A. Luis; TOBARRA, A. Maria (2014), “Calculating Tourism’s Carbon Footprint: measuring the impact of investments”, Journal of Cleaner Production, 111 (2016), pp. 529 – 537.
- Carbon Calculator, <http://www.carboncalculator.org>, Erişim Tarihi 20.01.2016.
- Choose Climate, <http://www.chooseclimate.org/flying/>, Erişim Tarihi 20.01.2016.
- HABERTÜRK TV, “ABD Sağlık Harcamaları”, 14 Şubat 2015 Hafta sonu Akşam Raporu – Ana Haber Bülteni.
- HARTIKAINEN, Hanna vd., (2014), “Finnish consumer perceptions of carbon footprints and carbon labelling of food products”, Journal of Cleaner Production 73 (2014) pp. 285 -293.
- ISO (2013), *Greenhouse gases, Carbon footprint of products, Requirements and guidelines for quantification and communication*, Environmental Management, TC 207, <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:ts:14067:ed-1:v1:en>, Erişim Tarihi 22.01.2016.
- KAHRAMAN, Nüzhet; TÜRKAY, Oğuz (2006), Turizm ve Çevre, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KELEŞ, Özgül (2007), Sürdürülebilir Yaşama Yönelik Çevre Eğitimi Aracı Olarak Ekolojik Ayak İzinin Uygulanması ve Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- KOCATAŞ, Ahmet (2012), Ekoloji: Çevre Biyolojisi, Bursa: Dora Yayınları.
- LYNAS, Mark, “It’s Carbon Judgement Day”, The Guardian, (2007), <http://www.theguardian.com/environment/2007/jan/24/ethicalliving.g2>, Erişim Tarihi 22.01.2016.
- LYNAS, Mark (2009), Karbon Ayak İziniz, İstanbul: Metis Yayınları.
- PAEK, Soyun; CHATHOTH, K. Prakash (2013), “Multiple Levels of Ethics Management: A Case of Airline and Hotel Firms”, Tourism Planning and Development, 10 (4), pp. 388 – 415.
- SABAH, (2015), “Paris Anlaşması Kabul Edildi”, <http://www.sabah.com.tr/dunya/2015/12/12/paris-anlasmasi-kabul-edildi>, Erişim Tarihi 07.03.2015.
- TANER, Ahmet Cangüzel (2011), Kyoto Protokolü Sonrası Olası BM 2015 Paris İklim Değişikliği Anlaşması Dünya Karbondioksit Emisyonları Artışları ve Yok Edilmesi Teknolojileri, Fizik Mühendisleri Odası.
- The Worldwatch Institute (2009), Dünyanın Durumu 2009, Çev: Ayşe Başçı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- TÜİK, Turizm İstatistikleri, 2015 Yıllık Turizm Gelirleri, (2015) <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21530>, Erişim Tarihi 16.02.2016.
- UNFCCC, (2015) Paris İklim Anlaşması. Paris.

UYAR, Süleyman; CENGİZ, Emre (2011), “*Karbon (Sera – Gazı) Muhasebesi*”, Mali Çözüm, ss. 47 – 68.
VAROL, Deniz (2014), “*Turizmde Devler Ligindeyiz*”, Kültür ve Turizm Dergisi, ss. 50 – 53.
WEF (2009), Report - *Towards a Low Carbon Travel and Tourism Sector*, İsveç.
WWF “*Yaşayan Gezegen Raporu*” (2014).

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği (European Union)
BM	Birleşmiş Milletler (United Nations)
CFCs	Kloro Flora Karbonlar (Chlorofluorocarbons)
CO ₂	Karbondioksit
CSD	Sürdürülebilir Gelişim Komisyonu (Commission on Sustainable Development)
CSR	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Corporate Social Responsibility)
DEK	Dünya Enerji Konseyi
EIA	Çevresel Etki Analizi (Environmental Impact Assessment)
IPCC	Birleşmiş Milletler Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli (Intergovernmental Panel on Climate Change)
ISO	Uluslararası Standardizasyon Örgütü (International Standardization Institute)
LAC	Kabul Edilebilir Değişim Limitleri (Limits of Acceptable Change)
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environmental Program)
UNFCCC	BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (United Nations Framework Convention on Climate Change)
WEF	Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum)
WTO	Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)
WWF	Dünya Doğayı Koruma Vakfı (World Wide Fund for Nature)

TOPLULUK DUYGUSU, ÇEVRESEL SORUMLU DAVRANIŞ VE ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMUNA YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ

Ceren İŞÇİ¹ Berrin GÜZEL² Edanur ALTAY³ Ümran YUMAKOĞULLARI³
Gülhan SOYSAL³ Esra ÇINAR³ Muhammed ATASOY³ Hafize N. GÜLER³ Emine
PEKSAK³ Binnaz Çağla DİŞİAÇIK³

ÖZET

Sürdürülebilir turizmin çevresel boyutu, turizmin olumsuz çevre etkilerinin en aza indirilmesi yönündeki çabaların tümünü ve çevresel sorumlu davranış ise, kişinin içinde bulunduğu fiziksel çevreye yönelik sorumlu olması ve bu çevrenin iyileştirilmesinin sağlanmasına yönelik davranışları kapsamaktadır. Sürdürülebilir turizm ve çevresel sorumlu davranış ile ilişkilendirilen topluluk duygusu kavramı, bireyin bir gruba ait olma duygusu olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram, içerdiği boyutlar kapsamında bireyin içinde bulunduğu toplumda çevresel sorumlu davranışta bulunmasını, sürdürülebilir turizme ve özellikle de çevresel boyutuna yönelik tutumu etkilemektedir. Topluluk duygusu geçmiş birkaç çalışmada incelenmiş, bunun da sürdürülebilir turizme etkisi araştırılmıştır. Mevcut çalışmada topluluk duygusunun çevresel sorumlu davranışa ve davranışında çevresel sürdürülebilir turizm tutumuna yönelik bir model önerisinde bulunulmuştur. Kuşadası 'nda yaşayan 215 yerel halk üzerinde yapılan araştırmada, önerilen modelin iyi uyum indeksleri ürettiği rapor edilmiştir. Elde edilen bulgular dahilinde, ihtiyaçların karşılanması, üyelik ve duygusal bağlanmanın topluluk duygusuna, topluluk duygusunun çevresel sorumlu davranışa ve çevresel sorumlu davranışın da çevresel sürdürülebilir turizme yönelik tutuma pozitif yönde etki ettiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimler: Topluluk duygusu, çevresel sorumlu davranış, sürdürülebilir turizm.

GİRİŞ

1970 ve 1980'lerde araştırılmaya başlanan sürdürülebilir turizm olgusunda (Bramwell ve Lane, 2008) geleneksel sürdürülebilir turizm, ekonomik, ekolojik ve sosyo-kültürel boyutları içermektedir. Uzun süreli sürdürülebilirlik için bu üç boyut arasında dengenin sağlanması önemlidir (www.wto.org; Garrod ve Fyall, 1998). İnsan hayatının korunmasına yönelik sistemler içerisinde, küresel yaşam destek sistemlerinin sürdürülebilirliği olarak da tanımlanan çevresel sürdürülebilirlik, (Goodland, 1995) turizm için de önemlidir (Hassan, 2000). Nitekim, doğal çevrenin kalitesi turizmin sürdürülebilirliğinde (Sırakaya-Türk vd., 2008) ve sürdürülebilir gelişim tanımında (Liu, 2003) yer almaktadır. Dolayısıyla,

¹ Öğr. Gör., Ege Üniversitesi Bergama Meslek Yüksekokulu, ceren.isci@hotmail.com

² Doç. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi, berringuzel@hotmail.com

³ Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi

kaynakların sürdürülebilirliğini sağlayan katma değeri yüksek ürünler rekabetçi sürdürülebilirliği arttırmaktadır (Hassan, 2000; Ryan, 2002).

Sürdürülebilir gelişim ile benzer anlayışlara sahip olan ve turizmin gereksinimlerine uyarlanan sürdürülebilir turizmde amaç, ekonomik refahın, bölge halkının göreceli refahının, çevrenin ve kaynakların korunması, etkili bir kültürün ve ziyaretçilerin isteklerinin optimum düzeyde karşılanmasıdır (Hardy ve Beeton, 2001; Yu vd., 2009).

Lee (2013) çalışmasında, sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemek yönünde halkın katılımı, halkın bağlılığı konularının yanı sıra yerel halkın davranışsal modellerinin de incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Kitnuntaviwat ve Tang (2008) sürdürülebilir turizm gelişimi için özellikle sürdürülebilir tutum ve topluluk duygusu kavramlarının incelenmesinin; Grob (1995) ise çevresel davranışlarda sosyal ve toplumsal unsurların değerlendirilmesinin gerekliliğini belirtmiştir. Dolayısıyla, mevcut çalışmanın amacı, bölgede yaşayan yerel halkın topluluk duygularının çevresel sorumlu davranışa ve bunun da çevresel sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarına etkisinin ortaya konulmasıdır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir gelişim kavramı, 1987 yılında Birleşmiş Milletler Ortak Geleceğimiz Raporunda (Burtland Raporu olarak da adlandırılmaktadır) ele alınmıştır (www.un-documents.net). 1992 Rio Dünya Zirvesi'nde ele alınan çevre, gelişim sürecinin bir parçası olarak değerlendirilmekte ve bu konuda ülkelerin yasal düzenlemeler yapması gerektiği belirtilmektedir (www.unep.org). Ancak sürdürülebilirlik kavramı sadece “yeşil” veya “çevreci” bir kavram olarak ele alınmamalı, sosyal gereksinimlerin ve refahın nasıl sağlanabileceği ile ekonomik olanakların, çevresel koşulların yarattığı sınırlar dahilinde nasıl çözülebileceği de değerlendirilmelidir (Bramwell ve Lane, 2008). Bu noktada, ekonomistler kaynakların kıt ve aşınabilir olduklarından, korunmaları ve ikamelerinin yaratılması gerektiğini belirtmiş, bu nedenle de çevreyi “doğal sermaye” olarak değerlendirmiştir (Hughes, 1995). Hatta bu konuda Ryan (2002) için sürdürülebilirliğin de ötesinde yeni turizme yönelik bir kavram olarak turist, turizm sektörü ve toplumlar için sürdürülebilir değer yaratılması gerekmektedir.

Hunter (1997) sürdürülebilir turizm kavramını farklı durumlara ve doğal kaynakların kullanımı kapsamında farklı amaçlara yönelik olmasıyla uyumlu bir yaklaşım olarak tanımlamıştır. Ancak Garrod ve Fyall (1998) kavramın belirsizliğini, Berry ve Ladkin (1997) ise sürdürülebilirliğin kavramsal açıdan tam olarak ne şekilde algılanacağı konusunda

karmaşıklık olduğunu, “eko”, “yeşil” ve “sorumlu” turizm kavramlarının birbirine karıştığını belirtmektedir. Sonuçta Hunter (1997)’a göre sürdürülebilir turizm farklı durumlarda farklı şekilde yorumlanabilmekte, bu nedenle de kalıplaşmış bir tanımı bulunmamaktadır.

Turizm için de kullanılan ve paydaşların karar alma süreçlerine katılım olarak açıklanan paydaş teorisinde (Robson ve Robson, 1996; Hardy ve Beeton, 2001) turizmin gelişme sürecinde yerel halkın en önemli paydaş olduğu ve katılımlarının son derece önemli olduğu belirtilmektedir (Gunn: 1994 akt. Yu vd.,2009). Nitekim turizmin gelişiminde yerel halkın tutumunun önemli olduğuna dair literatür oldukça zengindir (Aref, 2010; Choi ve Murray, 2010; Harrill, 2004; Cottrell vd., 2007; Yu vd., 2009; Lee, 2013; Andereck ve Vogt, 2000; Berry ve Ladkin, 1997). Turizmin gelişmesi ve planlanması kapsamında Berry ve Ladkin (1997)’nin bakış açısıyla yerel kimlik önemli bir etken iken, Hall (2000: akt. Farahani ve Musa, 2008)’ın bakış açısıyla, yerel halkın katılım ve katkıları uygun olarak değerlendirilmektedir. Sırakaya-Türk ve meslektaşlarına (2008) göre yerel halkın sürdürülebilir turizme dair olumlu tutumları, sürdürülebilir turizm ile ilgili politikaları etkilemektedir. Her ne kadar Choi ve Murray (2010), çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik tutumlar ile turizmin sürdürülebilirliği arasında ilişki belirtmemiş ise de, yerel halkın fiziki çevrenin korunmasındaki rolüne ve bu yöndeki etik kurallara dikkat edilmesine dair düşüncelerini ortaya koymaktadır. Farklı bir nokta olarak, Berry ve Ladkin (1997) ise özellikle bölge esnafının sürdürülebilir turizm kavramına yönelik net bir algılarının olmadığını, çevreye zarar vermeyen bir işletmenin sürdürülebilir olduğunu belirtmiştir.

Topluluk duygusu, ilgili alan yazında çevresel sürdürülebilir davranış ve yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumu ile ilişkilendirilen bir kavramdır. McMillan (1976: akt. McMillan ve Chavis (1986) topluluk duygusunu, bir kişinin bir başka kişiye veya gruba aidiyet duygusu ve birlikte olmaya yönelik bağlılıkları sayesinde karşılanacak olan ihtiyaçlarına duyulan ortak bir inanç olarak tanımlamıştır. Topluluk duygusunu anlayışların ve işbirliğin arttırılması için kullanılması gereken bir araç olarak değerlendiren McMillan ve Chavis (1986), kavramı dört boyut olarak değerlendirmiştir. *Üyelik*, kişisel ilişkide ait olma veya bir duygu paylaşımıdır. *Etki*, grup üyelerine anlam ifade etme veya grupta fark yaratma ile grubun da kendi üyelerine bir anlam ifade etmesidir. *İhtiyaçların karşılanması*, grup üyelerinin ihtiyaçlarının grup üyelikleri aracılığı ile karşılanmasıdır. Son olarak *duygusal bağlılık*, grup üyelerinin paylaştığı bağlılık ve inanç ile gelecekte paylaşacağı ortak mekan, zaman ve deneyimlerdir. Bu dört boyut daha sonra McMillan (1996) tarafından yeniden yorumlanmış ve topluluk duygusu, birbirine ait olma ruhu, güven duyulabilecek yetkin bir

yapı duygusu, karşılıklı gerçekleşen bir bilinç, birlikte olmaktan kaynaklanan karşılıklı bir fayda sağlanımı ve paylaşılan deneyimlerden kaynaklanan bir ruh olarak tanımlanmıştır. Peterson vd. (2008) çalışmasında kavrama ve boyutlarına yönelik ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi uygulamış ve boyutların topluluk duygusu kavramına yüklendiğini belirlemiştir. Benzer düşünce ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Bireylerin, ihtiyaçlarını karşıladığına dair inançları, topluluk duygularını olumlu etkiler.

H2: Bireylerin üyelik hissi, topluluk duygularını olumlu etkiler.

H3: Bireylerin etkileşimi, topluluk duygusunu olumlu etkiler.

H4: Bireylerin topluluğa yönelik duygusal bağı, topluluk duygusunu olumlu etkiler.

İnsanların çevresel anlamda neden duyarlı olduğu ve çevresel davranışa neden yöneldiği sorusu Fransson ve Gärling (1999) tarafından ele alınmıştır. İlgili alan yazında, çevresel sorunlar hakkında bilgi sahibi olunması, çözüm önerilerinin tartışılması ve değer tartışmaları gibi davranışların (Hines vd.,1987), çevre sorunları hakkında insanların endişe duyup duymamalarında (Hine ve Gifford;1991) ve olumsuz sonuçlar ile insanların bu konuda kendilerini sorumlu hissedip hissetmemeleri üzerinde etkili olabileceği belirtilmektedir. Stern ve Dietz (1994) ise bu hususta kişilerin kendilerini sorun çözme konusunda yetkin görmelerinin de etkili olduğu ifade etmektedir. Ancak yine de çevresel tutumların davranışa nadiren dönüştüğünü belirten çalışmalar vardır (Tanner, 1999). Tanner (1999), tutumsal etkenlerin çevresel davranışların doğrudan bir belirleyicisi olarak görülmemesi gerektiğini, Kollmuss ve Agyeman (2002) çevre konusunda bilinçli olmak ile çevresel davranışta bulunmak arasında önemli bir boşluk olduğunu, Grob (1995) ise çevre konusunda bilincin artmasının proaktif bir davranışa neden olacağını belirtmektedir. Bu noktada kişinin bir topluluğa ait olması olarak tanımlanan topluluk duygusu (Kasarda ve Janowitz, 1974), sürdürülebilir turizmin geliştirilmesinde de etkilidir (Lee, 2013). Ancak Lee (2013) ile Choi ve Murray (2010) bu kavramı topluma bağlılık olarak değerlendirirken, Choi (2003, akt. Kitnuntaviwat ve Tang, 2008) topluma bağlılık kavramına oranla topluluk duygusunun daha uygun bir kavram olduğunu belirtmektedir. Kitnuntaviwat ve Tang (2008)'e göre, topluluk duygusu turizmin gerek ekonomik gerek sosyal etkilerin belirlenmesinde rol oynamakta; bunlar da sürdürülebilir turizm davranışını etkilemektedir. Bu düşünceden yola çıkılarak, topluluk duygusunun bireylerin çevresel açıdan sorumlu davranışlarını etkileyeceği düşünülmektedir. Buna göre;

H5: Bireylerin topluluk duyguları çevresel sorumlu davranışlarını olumlu etkiler.

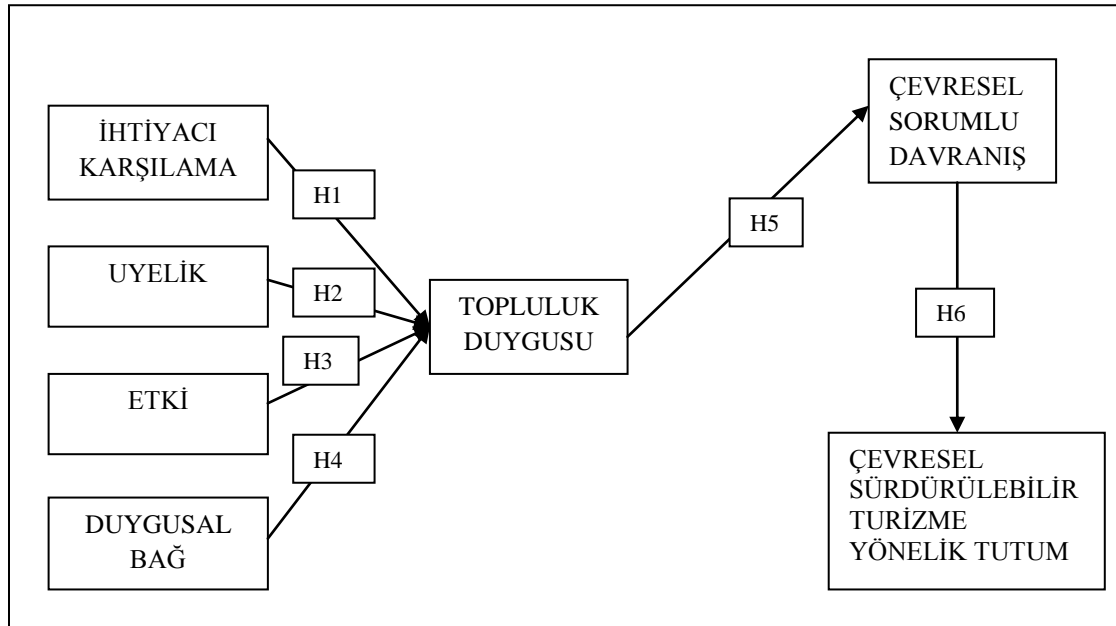
Çevresel sorumlu davranış, birey ya da grupların günlük yaşam içerisinde çevreyi korumak için doğru olan davranışta bulunması olarak tanımlanmakta (Cottrell, 2003) ve aynı zamanda

çevreci davranış olarak da adlandırılmaktadır (Mobley vd., 2010). Bu davranışlar, dışsal ve içsel etkenlerden etkilenmektedir ancak bu etkenlerin net bir ayrımı olmadığı düşünülmektedir (Krajhanzl, 2010). Her ne kadar çevresel sorumlu davranışa yönelik çalışmalarda dışsal ödüllerin ve sosyal yükümlülüklerin zorlayıcı oldukları belirtse de, Osbaldiston ve Sheldon (2003) bu tür davranışların içselleşmemesi ve zorlayıcı şartların ortadan kalkması durumunda bireylerin bu tür davranışlarda bulunmayacağını belirtmiştir.

Turizmin çevreye olan olumsuz etkilerinin (bkz. Andereck ve Vogt, 2000; Buckley, 2012) azaltılması gerekmektedir (Lee vd., 2013). Özellikle bu çerçevede, çevresel sürdürülebilir turizme yönelik olarak çevresel sorumlu davranış önemli olarak değerlendirilmektedir (Gössling, 2002; Lee vd., 2013). Çevresel sorumlu davranış ile sürdürülebilir turizm arasındaki ilişki kesin olmamakla birlikte, incelenmesi gerekmektedir (Lee vd., 2013). Bu doğrultuda;

H6: Çevresel sorumlu davranış, çevresel sürdürülebilir turizme yönelik tutuma olumlu etkiler.

Yukarıda sunulan literatür ve kurulan hipotezlere göre araştırmanın modeli aşağıdaki şekilde gibidir.



METODOLOJİ

Çalışmada uygulanan anket dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların yere aitlik hislerini ölçmek için topluluk duygusu ölçeği, ikinci bölümde yerel halkın yaşanan yere karşı çevresel duyarlılıklarını ölçmek için çevresel sorumlu davranış ölçeği, üçüncü

bölümde yerel halkın sorumlu turizme yönelik tutumunu (çevresel boyutu) ölçmek amacıyla sürdürülebilir turizme yönelik tutum ölçeği yer almaktadır. Son bölümde ise, özellikle katılımcıların “topluluk hissi” seviyelerine etki edeceği düşünülen, katılımcıların Kuşadası’nda ikamet süreleri ve zamanları (yılın belirli dönemleri, tüm yıl vb.) kendilerini Kuşadalı olarak tanımlayıp tanımlamamaları ile ilgili demografik sorular yer almaktadır.

Topluluk duygusu ölçeği, Peterson ve meslektaşlarının (2008) çalışmasından alınmıştır. Söz konusu çalışmada topluluk hissi ölçeği, her biri iki ifadeden oluşan dört boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, (i) ihtiyacı karşılama (needs fulfillment), (ii) üyelik (membership), (iii) etki (influence), (iv) duygusal bağ (emotional connection) boyutlarıdır. 5’li likert ölçeği kullanılmıştır (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=kısmen katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=kısmen katılıyorum, 5=tamamen katılıyorum). Çevresel sorumlu davranış ölçeği, yedi ifadeden oluşan Smith-Sebasto ve Costa (1995)’nin çalışmasından alınmıştır. Çevresel sorumlu davranış ifadeleri 5’li likert ölçek (1= nadiren, 2= bazen, 3= ara sıra, 4= çoğunlukla, 5= daima) ile değerlendirilmiştir. Ankette yer alan sürdürülebilir turizme yönelik tutum ölçeği, Suk, Choi ve Sırakaya (2005) çalışmasından alınmıştır. Bu araştırmada, sürdürülebilir turizme yönelik tutum, çevresel boyutu ele alınmıştır. Bu boyut dokuz ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=kısmen katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=kısmen katılıyorum, 5=tamamen katılıyorum) kullanılarak değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Araştırmada elde edilen verinin analizinde SPSS 20 ve LISREL 8.54 paket programlarından yararlanılmıştır. SPSS 20 programında demografik soruların frekans analizi ve ölçeklerin güvenirlik analizi, LISREL 8.54 programında ise birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Kullanılan paket programlar verinin tümünün eksiksiz olması koşuluna göre geliştirildiği için elde edilen verideki kayıp ve aykırı değerlerin çoklu analiz koşullarına uygun olup olmadığına bakılmıştır. Analiz sonucunda kayıp değerlerin rastlantısal olduğu ve verinin normal dağılım sergilediği belirlenmiş, rastlantısal kayıp değerler giderilmiştir. Verideki kayıp değerler analiz için uyumlaştırılmıştır.

Kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizinde güvenirliğin hesaplanmasında en çok kullanılan alpha modeli (α modeli- cronbach alpha coefficient) uygulanmış, ölçek içinde bulunan maddelerin iç tutarlığının ölçüsü olan alpha katsayıları (Lorcu, 2015) değerlendirilmiştir. Cronbach alpha değerinin en az $\alpha=.70$ ve üzeri olması gerektiği genel kabul görmektedir (Seçer, 2015). Elde edilen değerler incelendiğinde ETKİ faktörünün güvenirlik katsayısının

(.388) .70 değerinin altında olduğu ve güvenilir olmadığı görülmektedir. Bu nedenle, araştırma modelinde yer alan ETKİ faktörü analiz dışında tutulmuş, H3 test edilmemiştir.

Tablo 1: Ölçek ve Faktörler için Güvenirlik Katsayısı

FAKTÖRLER	α	İfade Sayısı
IHTİYAC (İhtiyacı karşılama)	.861	2
UYELİK	.804	2
ETKİ	.388	2
DUYGUSAL (duygusal bağ)	.668	2
TD(topluluk duygusu)	.799	8
ÇSD (çevresel sorumlu davranış)	.759	7
CSTT (çevresel sürdürülebilir turizme yönelik tutum)	.801	9

Katılımcı profilinin belirlenmesinde frekans analizinden yararlanılmıştır. Veri sonuçları değerlendirildiğinde, anket yanıtlayıcıların çoğunluğunun Kuşadası'nda ikamet ettiğini (%93) ve kendilerini Kuşadalı olarak tanımladıkları (%73) görülmektedir. Bu bilgilerin yanı sıra, yanıtlayıcıların ortalama 16 yıl Kuşadası'nda yaşadığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Katılımcı Profili

Değişkenler		Frekans (N)	%	Ortalama
<i>Kuşadası'nda ikamet ediyor musunuz?</i>	Evet	200	93	
	Hayır	4	1.9	
	Yılın belirli dönemlerinde	11	5.11	
	Total	215	100	
<i>Kendinizi Kuşadalı olarak tanımlar mısınız?</i>	Evet	157	73.0	
	Hayır	58	27.0	
	Total	215	100	
<i>Ne zamandır Kuşadası'nda yaşıyorsunuz?</i>	Total	215		16

Elde edilen bulgulardan sonra veri seti LISREL 8.54 programına aktarılarak, *I1*, *I2* gözlenen değişkenleri *IHTİYAC* örtük değişkenine; *U1*, *U2* gözlenen değişkenleri *UYELİK* örtük değişkenine; *DB1*, *DB2* gözlenen değişkenleri *DUYGUSAL* örtük değişkenine; *IHTİYAC*, *UYELİK* VE *DUYGUSAL* örtük değişkenleri *TD* ikinci (üst) - düzey örtük değişkenine tanımlanmıştır. Birinci ve ikinci düzey değişkenler arası ilişkiler kurularak, ikinci düzey değişkenin, birinci düzey değişkenleri açıkladığı varsayımından hareket edilmiştir. 2. düzey DFA analizi, ölçeğin alındığı Peterson ve meslektaşlarının (2008) çalışmasına bağlı kalınarak uygulanmıştır. 2.düzy DFA analizi yapıldıktan sonra yapısal modeldeki diğer değişkenler

atanmıştır. *CSD1*, *CSD2*, *CSD3*, *CSD4*, *CSD5*, *CSD6*, *CSD7* gözlenen değişkenleri *CSD* örtük değişkenine; *CSTT1*, *CSTT2*, *CSTT3*, *CSTT4*, *CSTT5*, *CSTT6*, *CSTT7*, *CSTT8*, *CSTT9* gözlenen değişkenleri *CSTT* örtük değişkenine tanımlanmıştır.

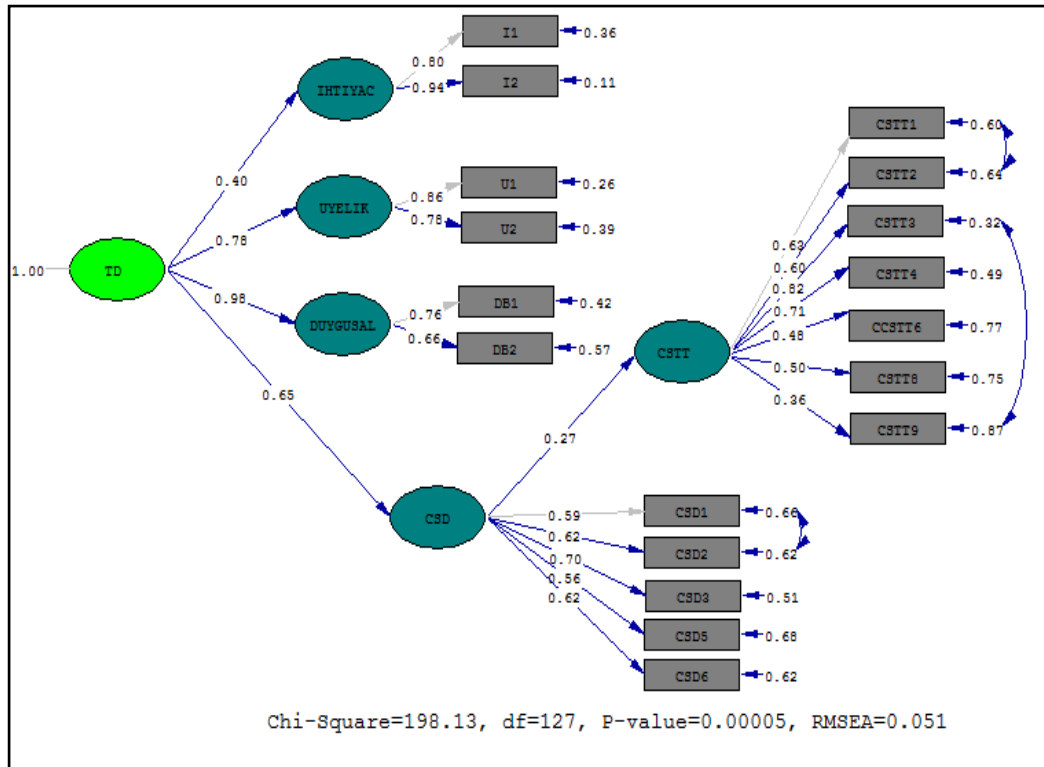
Elde edilen sonuçlarda öncelikle standardized solution değerleri incelenmiştir. Seçer (2015) çalışmasında, standardized solution (faktör yükleri) değerlerinin 0.30 ve üzeri olması gerektiğini ifade etmektedir. *CSD7* ($\gamma=0.27$ ve $R^2= 0.072$) ifadesinin faktör yükü 0.30 değerinin altında olduğu için bu ifade analizden çıkarılmıştır. Diğer ifadelerin faktör yükleri incelendiğinde hepsinin 0.30 ve üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Daha sonra programın düzelme önerisi incelenmiş (*CSTT2* *CSTT1* decrease in chi-square 15.6- *CSD2* *CSD1* decrease in chi-square 14.9- *CSTT9* *CSTT3* decrease in chi-square 8.9) öneriler doğrultusunda kovaryans hataları sırasıyla düzeltilmiştir. *CSTT5*, *CSTT7* ve *CSD4* ifadelerinin üç ayrı düzeltme önerisinde geçtiği tespit edilmiştir. Şimşek (2007) çalışmasında, bu gibi ifadelerin modelden çıkarılmasını önermektedir. Bu öneriden hareketle, *CSTT5*, *CSTT7* ve *CSD4* ifadeleri modelden çıkarılmıştır. Modelin düzeltmelerden sonra uyum iyiliği açısından istenilen değerleri üretebildiği saptanmıştır (TabloXX). Uyum ölçütleri modelin bütünsel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Araştırma modeli, RMSEA (0.051) NFI (0.90), NNFI (0.95), CFI (0.96), GFI (0.91) ve AGFI (0.87) değerleri değerlendirildiğinde kabul edilebilir uyum üretmektedir. Değerlendirilmesi gereken bir diğer kriter ise, ki-kare değerinin (χ^2) serbestlik derecesine (df) bölünmesiyle yapılmakta, bu oranın iki veya altında olması, modelin iyi uyum iyiliğine sahip olduğunu, beş veya altında bir değer olması ise modelin kabul iyiliğine sahip olduğunu göstermektedir (Şimşek, 2007). Modeldeki bu değer 1.56'dır ve iyi uyum iyiliğine işaret etmektedir.

Teorik modele ilişkin YEM sonuçları Tablo 3'de ve Şekil 2'de verilmiştir. İHTİYAC faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok I2 ($R^2=0.89$), UYELİK faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok U1 ($R^2=0.74$), DUYGUSAL faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok DB1 ($R^2=0.58$), CSD faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok CSD3 ($R^2=0.49$), CSTT faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok CSTT3 ($R^2=0.68$), TD faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok DUYGUSAL ($R^2=0.96$) değişkeni tarafından açıklandığı görülmektedir. CSTT bağımlı değişkeninin, bağımlı değişken CSD'ı %0.70, CSD bağımlı değişkeninin TD bağımlı değişkenini % 42 açıkladığı, 0.05 anlam düzeyinde belirlenmiştir. TD bağımsız gizil değişkenin CSTT gizil değişkenlere doğrudan etkisi olmamakla birlikte dolaylı etkisi 0.030'dur.

Tablo 3: Teorik Modelinin Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 < RMSEA < 0.10$	0.051
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$	0.90
NNFI	$0.97 \leq NNFI \leq 1$	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$	0.95
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$	0.96
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.91
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.87
Chi-Square			198.13
Df			127
Chi-square/df	<2	<3	1.56
P value			0.00005 (<0.05)

AGFI (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi- Adjusted Goodness-of-Fit-Index), **CFI** (Uyum iyiliği indeksi- Goodness-of-Fit-Index), **NFI** (Normlandırılmış uyum indeksi- Normed Fit Index), **NNFI** (Normlandırılmamış uyum indeksi- Nonormed Fit Index), **RMSEA** (Yaklaşık artık kareler ortalamasının kare kökü- Root Mean Square Error of Approximation)

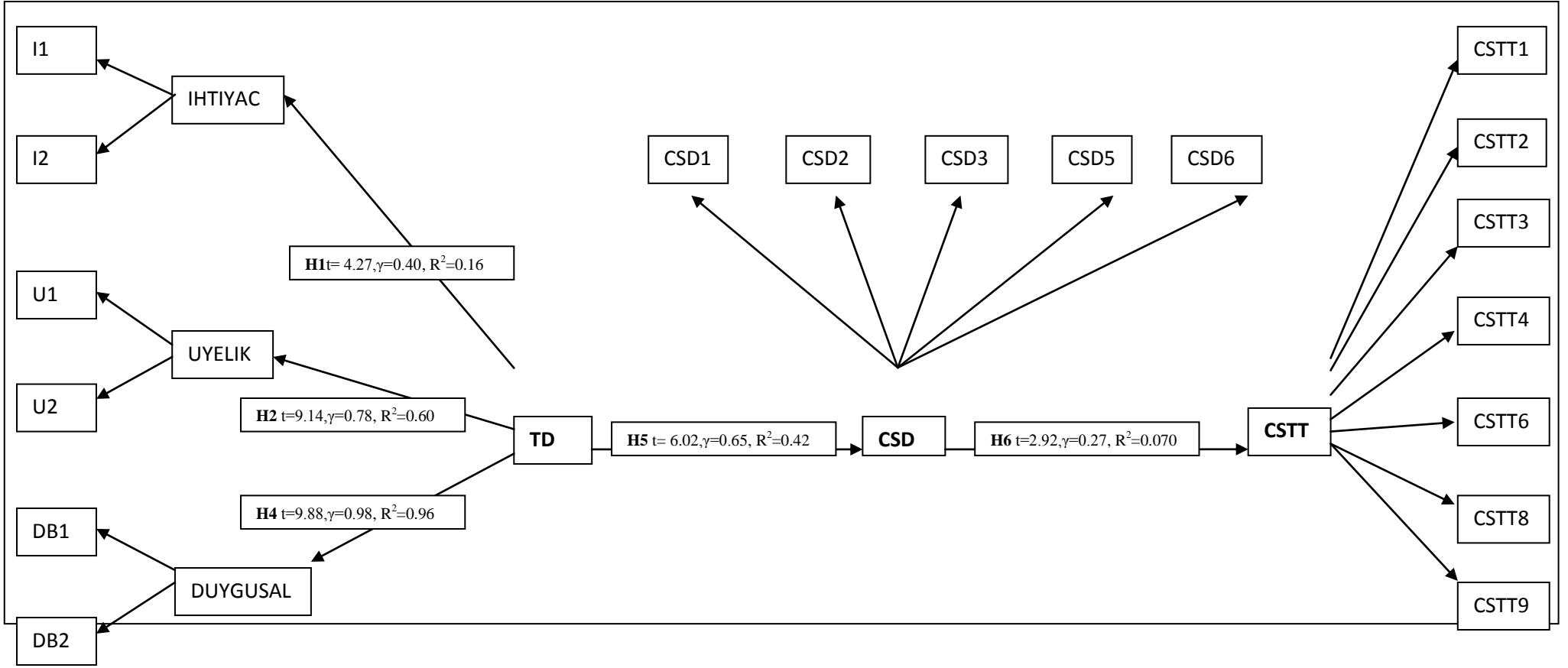
**Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli Sonucu**

Hipotezlerin test edilmesinde CR değeri 1.96 ve üzeri olan, tahmini katsayıları 0.05 ve üzerinde olan ve 0.00 ile 0.05 önem derecesi aralığında olan hipotezler kabul edilmiş diğerleri ise reddedilmiştir. Kabul ve red edilen hipotezler Tablo 4 ve Şekil 3’de gösterilmiştir. Araştırma hipotezlerinin tamamı model kapsamında doğrulanmıştır. Bireylerin, ihtiyaçlarını

karşıladığına dair inançları, topluluk duygularını olumlu yönde etkilemektedir ilişkin Hipotez 1, istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($\gamma=0.40$, $t=4.27$). Bireylerin üyelik hissilerinin topluluk duygularını olumlu yönde etkilediği yönünde formüle edilen Hipotez 2 ($\gamma=0.78$, $t=9.14$) kabul edilmiştir. Ayrıca, “bireylerin topluluğa yönelik duygusal bağı, topluluk duygusunu olumlu yönde etkilemektedir” (Hipotez 4: $\gamma=0.98$, $t=9.88$), “bireylerin topluluk duyguları çevresel sorumlu davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir” (Hipotez 5: $\gamma=0.65$, $t=6.02$) ve “bireylerin yaşadığı yere karşı çevresel sorumlu davranışları, sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir” (Hipotez 6: $\gamma=0.27$, $t=2.92$) hipotezleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Tablo 4: Araştırma Modeli İçin YEM Sonuçları

Faktörler/Maddeler	Standart Yükler	t- değeri	R2	Hipotez Testi	α
Faktör İHTİYAC					.861
I1	0.80		0.64		
I2	0.94	6.28	0.89		
Faktör UYELIK					
.804					
U1	0.86		0.74		
U2	0.78	9.67	0.61		
Faktör DUYGUSAL					
.668					
DB1	0.76		0.58		
DB2	0.66	7.89	0.43		
Faktör CSD					
.727					
CSD1	0.59		0.34		
CSD2	0.62	8.03	0.38		
CSD3	0.70	6.82	0.49		
CSD5	0.56	6.03	0.32		
CSD6	0.62	6.41	0.38		
Faktör CSTT					
.745					
CSTT1	0.63		0.40		
CSTT2	0.60	9.14	0.36		
CSTT3	0.82	8.65	0.68		
CSTT4	0.71	8.27	0.51		
CSTT6	0.48	6.05	0.23		
CSTT8	0.50	6.25	0.25		
CSTT9	0.36	4.35	0.13		
İHTİYAC → TD	0.40	4.27	0.16	KABUL H1	
UYELIK → TD	0.78	9.14	0.60	KABUL H2	
DUYGUSAL → TD	0.98	9.88	0.96	KABUL H4	
TD → CSD	0.65	6.02	0.42	KABUL H5	
CSD → CSTT	0.27	2.92	0.070	KABUL H6	



Şekil 3: Araştırma Modeli

TD: Topluluk duygusu, **CSD:** Çevresel Sürdürülebilir Davranış, **CSTT:** Çevresel Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutum.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı, bireylerdeki topluluk duygusunun çevresel sorumlu davranışa ve çevresel sorumlu davranışın da çevresel sürdürülebilir turizme yönelik tutuma etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir.

Çalışmada elde edilen bulgular, bireylerdeki topluluk duygusunun çevresel anlamda sorumlu davranış olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Kitnuntaviwat ve Tang (2008) çalışmasında, topluluk duygusunun sürdürülebilir turizmde etkili olabileceğini belirtmiş, mevcut çalışmada da bu düşünce desteklenmiştir. Her ne kadar bu konudaki çalışmalar az olsa da, sürdürülebilir turizm konusunda topluluğa bağlılık kavramı (Lee, 2013; Choi ve Murray, 2010; Jurowski vd., 1997; Nicholas vd., 2009) ele alınmıştır. Ne var ki Choi (2003: akt. Kitnuntaviwat ve Tang, 2008) çalışmasında topluluk duygusu kavramının topluluğa bağlılık kavramına kıyasla daha uygun olduğunu belirtmiştir. Bireyin bir gruba aidiyeti anlamına gelen topluluk duygusu kavramında, üyelik boyutunda yer alan aidiyet ve kimlik bilinci duygusu içerisinde kişinin içinde bulunduğu grup tarafından kabul edilmesinden ve bunun için grup adına fedakarlıkta bulunmasından bahsedilmektedir (McMillan ve Chavis, 1986). Dolayısıyla kişinin içinde yaşadığı topluluğa karşı sorumlu olması gerektiği düşüncesinden hareketle, çevresel anlamda da sorumlu olması gerektiği düşünülmektedir. McMillan ve Chavis (1986) duygusal bağlılık boyutunda, kişinin grup üyeleri arasında karşılıklı etkileşimin olması ve bu etkileşimin de üyeler aralarındaki ilişkiyi güçlendirdiğini belirtmiştir. Aynı çalışmada, ilişki etkileşimde sorun olması durumunda ve topluluğun görevleri gerçekleştirilmediğinde, uyumun zarar göreceğini belirtilmiştir. Bu düşünceden yola çıkarak, başarılı bir etkileşim içerisinde, topluluk duygusunun çevreye karşı davranışı da etkileyebileceği mümkündür. Topluluk duygusunun diğer boyutu olarak ihtiyaçların karşılanması ise, paylaşılan ortak değerler bu boyutu yönlendirmektedir. Kişiler kendi ihtiyaçlarını karşılarlarken, grubun ihtiyaçlarını da karşılama eğilimi göstermektedir (McMillan ve Chavis, 1986). Bu çerçevede özellikle çevre konusunda bireyin kendisinin sorumlu davranışı olmaması durumunda bile, grubun ihtiyacını karşılamaya yönelik olarak çevresel sorumlu davranışta bulunabileceği beklenmektedir.

Çalışmada elde edilen diğer bir sonuç ise çevresel sorumlu davranışın sürdürülebilir turizme yönelik olumlu bir tutum yarattığıdır. Bu anlamda Gössling (2002) özellikle çevresel sorumlu davranışın bir gereklilik olduğunu ve bunun artırılması gerektiğini; Lee vd. (2013) ise sürdürülebilir turizmin değerlendirilmesinde ve tanıtılmasında sorumlu davranışın önemli etken olduğunu belirtmiştir. Çalışmada ayrıca, kişinin sorumlu davranışının, çevresel

sürdürülebilir turizme yönelik olumlu tutuma yol açtığı saptanmıştır. Diğer bir değişle kişi, sorumlu davranışta bulunduğu, sürdürülebilir turizmi daha fazla destekleyecektir.

Mevcut çalışmanın bir takım sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışmada bireyin ilgilenim düzeyi, mekan bağlılığı ve sürdürülebilir turizmin diğer boyutları kapsam dışı tutulmuştur. Ancak bu kavramların da araştırma modelinde yer alması, önerilmektedir. Özellikle mekan bağlılığının sürdürülebilir turizm üzerindeki etkileri ve turizme yönelik bakış açılarının incelenmesi önemlidir. Diğer yandan, çalışmada sadece yerel halkın algıları incelenmiştir. Sürdürülebilir turizm kapsamında gerek turistlerin gerekse diğer paydaşların benzer şekilde algı ve tutumlarının belirlenmesi ve özellikle turistler kapsamında çevresel sorumlu davranışta bulunma düzeylerinin araştırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- ANDERECK, Kathleen L.; VOGT, Christine (2000), “*The Relationship Between Residents’ Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options*”, Journal of Travel Research, Cilt: 39, ss. 27-36.
- AREF, Fariborz (2010), “*Residents’ Attitudes towards Tourism Impacts: A Case Study of Shiraz, Iran*”, Tourism Analysis, Cilt: 15, ss. 253-261.
- BERRY, Sue; LADKIN, Adele (1997), “*Sustainable Tourism: A Regional Perspective*”, Tourism Management, Cilt: 18, Sayı: 7, ss. 433-440.
- BRAMWELL, Bill; LANE, Bernard (2008), “*Priorities in Sustainable Tourism Research*”, Journal of Sustainable Tourism, Cilt: 16, Sayı: 1, ss. 1-4.
- BUCKLEY, Ralf (2012), “*Sustainable Tourism: Research and Reality*”, Annals of Tourism Research, Cilt: 39, Sayı: 2, ss.528-546.
- CHOI, Hwansuk Chris; MURRAY, Iain (2010), “*Resident Attitudes toward Sustainable Community Tourism*”, Journal of Sustainable Tourism, Cilt: 18, Sayı: 4, ss. 575-594.
- CHOI, Hwan-Suk Chris; SIRAKAYA, Ercan (2005), “*Measuring Residents’ attitude Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale*”, Cilt: 43, ss. 380-394.
- COTTRELL, Stuart P; VASKE, Jerry J.; SHEN, Fujun; RITTER, Paul (2007), “*Resident Perceptions of Sustainable Tourism in Chongdugou, China*”, Society and Natural Resources, Cilt: 20, ss. 511-525.
- COTTRELL, Stuart P. (2003), “*Influence of Sociodemographics and Environmental Attitudes on General Responsible Environmental Behavior among Recreational Boaters*”, Environment and Behavior, Cilt: 35, Sayı:2, ss. 1-29.
- FRANSSON, Niklas; GÄRLING, Tommy (1999), “*Environmental Concern: Conceptual Definitions, Measurement Methods, and Research Findings*”, Journal of Environmental Psychology, Cilt: 19, ss. 369-382.
- GARROD, Brian; FYALL, Alan (1998), “*Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?*”, Tourism Management, Cilt: 19, Sayı: 3, ss. 199-212.
- GOODLAND, Robert (1995), “*The Concept of Environmental Sustainability*”, Annual Review of Ecology and Systematics, Cilt: 26, ss. 1-24.
- GÖSSLING, Stefan (2002), “*Global Environmental Consequences of Tourism*”, Global Environmental Change, Cilt: 12, ss. 283-302.
- GROB, Alexander (1995), “*A Structural Model of Environmental Attitudes and Behaviour*”, Journal of Environmental Psychology, Cilt: 15, ss. 209-220.
- GUNN, Clare A. (1994), Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases, 3rd Edition, Washington: Taylor and Francis.

- HARDY, A. L.; BEETON, R. J. S. (2001), "*Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More Than Average Outcomes*", *Journal of Sustainable Tourism*, Cilt: 9, Sayı: 3, ss. 168-192.
- HARRILL, Rich (2004), "*Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning*", *Journal of Planning Literature*, Cilt: 18, Sayı: 3, ss. 251-266.
- HASSAN, Salah S. (2000), "*Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry*", *Journal of Travel Research*, Cilt: 38, ss. 239-245.
- HINE, Donald W.; GIFFORD, Robert (1991), "*Fear Appeals, Individual Differences and Environmental Concern*", *Journal of Environmental Education*, Cilt: 23, Sayı: 1, ss. 36-41.
- HINES, Jody M.; HUNGERFORD, Harold R.; TGMERA, Audrey N. (1987), "*Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis*", *Journal of Environmental Education*, Cilt: 18, Sayı: 2, ss. 1-18.
- HUGHES, George (1995), "*The Cultural Construction of Sustainable Tourism*", *Tourism Management*, Cilt: 16, Sayı: 1, ss. 49-59.
- HUNTER, Colin (1997), "*Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm*", *Annals of Tourism Research*, Cilt: 24, Sayı: 4, ss. 850-867.
- KASARDA, John D.; JANOWITZ, Morris (1974), "*Community Attachment in Mass Society*", *American Sociological Review*, Cilt: 39, Sayı: 3, ss. 328-339.
- KITNUNTAWIAT, Virut; TANG, John C. S. (2008), "*Residents' Attitudes, Perception and Support for Sustainable Tourism Development*", *Tourism and Hospitality Planning & Development*, Cilt: 5, Sayı: 1, ss. 45-60.
- KOLLMUSS, Anja; AGYEMAN, Julian (2002), "*Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?*", *Environmental Education Research*, Cilt: 8, Sayı: 3, ss. 239-260.
- KRAJHANZL, Jan (2010), "*Environmental and Proenvironmental Behavior*", *School and Health*, Cilt: 21, ss. 251-274.
- LEE, Tsung Hung (2013), "*Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development*", *Tourism Management*, Cilt: 34, ss. 37-46.
- LEE, Tsung Hung; JAN, Fen-Hauh; YANG, Chung-Cheng (2013), "*Conceptualizing and Measuring Environmentally Responsible Behaviors from the Perspective of Community-Based Tourists*", *Tourism Management*, Cilt: 36, ss. 454-468.
- LIU, Zhenhua (2003), "*Sustainable Tourism Development: A Critique*", *Journal of Sustainable Tourism*, Cilt: 11, Sayı: 6, ss. 459-475.
- LORCU, Fatma (2015), "*Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*", Ankara: Detay Yayıncılık.
- MCMILLAN, David M. (1996), "*Sense of Community*", *Journal of Community Psychology*, Cilt: 24, Sayı: 4, ss. 315-325.
- MCMILLAN, David W.; CHAVIS, David M. (1986), "*Sense of Community: A Definition and Theory*", *Journal of Community Psychology*, Cilt: 14, ss. 6-23.
- MOBLEY, Catherine; VAGIAS, Wade M.; DEWARD, Sarah L. (2010), "*Exploring Additional Determinants of Environmentally Responsible Behavior: The Influence of Environmental Literature and Environmental Attitudes*", *Environment and Behavior*, Cilt: 42, Sayı: 4, ss. 420-447.
- OSBALDISTON, Richard; SHELDON, Kennon M. (2003), "*Promoting Internalized Motivation for Environmentally Responsible Behavior: A Prospective Study of Environmental Goals*", *Journal of Environmental Psychology*, Cilt: 23, ss. 349-357.
- PETERSON, N. Andrew; SPEER, Paul W.; MCMILLAN, David M. (2008), "*Validation of a Brief Sense of Community Scale: Confirmation of the Principal Theory of Sense of Community*", *Journal of Community Psychology*, Cilt: 36, Sayı: 1, ss. 61-73.
- ROBSON, Jane; ROBSON, Ian (1996), "*From Shareholders to Stakeholders: Critical Issues for Tourism Marketers*", *Tourism Management*, Cilt: 17, Sayı: 7, ss. 533-540.
- RYAN, Chris (2002), "*Equity, Management, Power Sharing and sustainability – Issues of the 'New Tourism'*", *Tourism Management*, Cilt: 23, ss. 17-26.
- SEÇER, İsmail (2015), "*Spss ve Lisrel İle Pratik Veri Analizi*", Ankara: Anı Yayıncılık.

- SIRAKAYA-TURK, Ercan; EKİNCİ, Yüksel; KAYA, Alp Giray (2008), “*An Examination of The Validity of SUS-TAS in Cross-Cultures*”, Journal of Travel Research, Cilt: 46, Sayı: 4, ss. 414-421.
- SMITH-SEBASTO, N. J; D’COSTA, Ayres (1995), “*Designing a Likert-Type Scale to Predict Environmentally Responsible Behavior in Undergraduate Students: A Multistep Process*”, The Journal of Environmental Education, Cilt: 27, Sayı: 1, ss. 14-20.
- STERN, Paul C.; DIETZ, Thomas (1994), “*The Value Basis of Environmental Concern*”, Journal of Social Issues, Cilt: 50, Sayı: 3, ss. 65-84.
- ŞİMŞEK, Ömer F. (2007), “*Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*”, Ankara: Ekinoks.
- TANNER, Carmen (1999), “*Constraints on Environmental Behaviour*”, Journal of Environmental Psychology, Cilt: 19, ss. 145-157.
- YU, Chia-Pin (Simon); CHANCELLOR, H. Charles; COLE, Shu Tian (2009), “*Measuring Residents’ Attitudes toward Sustainable Tourism: A Reexamination of the Sustainable Tourism Attitude Scale*”, Journal of Travel Research, Cilt: 3, ss. 1-7.
- ZAMANI-FARAHANI, Hamira; MUSA, Ghazali (2008), “*Residents’ Attitudes and Perception towards Tourism Development: A Case Study of Masooleh, Iran*”, Tourism Management, Cilt: 29, ss. 1233-1236.
- Anonim, “UN Documents, Gathering a Body of Global Agreements, Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development”, <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I> , Erişim Tarihi: 12.03.2016.
- Anonim, “United Nations Environment Programme, Rio Declaration on Environment and Development”, <http://www.unep.org/documents.multilingual/default.asp?documentid=78&articleid=1163>, Erişim Tarihi: 10.03.2016.
- Anonim, World Tourism Organization, “Sustainable Development of Tourism”, <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, Erişim Tarihi: 02.03.2016.

YEŞİL ANAHTAR PROGRAMININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Nida TÜREGÜN¹ Katrin YİĞİTBAŞ²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı güncel bir yaklaşım olan sürdürülebilir turizm çerçevesi kapsamında Yeşil Anahtar programını uygulayan işletmelerin hangi oranlarda, hangi alanlara eğilim gösterdiklerini araştırmak ve nedenlerini sunmaktır. Çalışmamız ayrıca resmi verilerin açıklayamadığı soruları aydınlığa çıkarmak için Yeşil Anahtar programını Türkiye’de başlatan Türkiye Çevre ve Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) ile görüşme sonuçlarına ve Yeşil Anahtar kullanan diğer ülkelerin istatistikler üzerinden analizine yer vererek Türkiye’nin Yeşil Anahtar çerçevesinde dünyadaki sıralaması ile karşılaştırılmasını araştırmaktadır. Çalışmamızdaki diğer bir amaç ise Türkiye’deki Yeşil Anahtar programına ışık tutarak işletmelere farkındalık yaratmaktır. Ülkemizde Yeşil Anahtar programına sahip işletmelerin artması sektörde uzun dönemde kârlılığa, rekabet gücüne, halkın yaşam kalitesini arttırmaya, yerel çevrenin daha az kirlenmesine, biyoçeşitliliğin bozulmamasına, kültürel zenginliklerin korunmasına, enerji tasarrufu yapılmasına, kaynak kullanımının azalmasına ve istihdamın artmasına yardımcı olarsürdürülebilir turizm için katkı sağlayacağı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Yeşil Anahtar, TÜRÇEV

GİRİŞ

Turizm sektörü, ülkemizde ekonominin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Türkiye’ye döviz getiren, gelir ve istihdam yaratan bir sektör olarak turizm son 10 yıllık dönemde takriben %25 büyümüş ve büyümeye devam etmektedir. Türkiye, en büyük turizm destinasyonu olarak Avrupa’da dördüncü ve Dünyada altıncı sırada yerini almaktadır. Turizm, ülkemizin yanı sıra tüm dünya da hızla gelişmekte olan bir sektördür ama bu hızlı gelişimin olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ)’nün yayınlamış olduğu verilere göre çevreye salınan sera gazlarının %5’ini turizm oluşturmaktadır. BMDTÖ’nün 2035 tahminlerine göre turizm sektörü çevre ile ilgili doğru adımlar atmaz ise bu yüzdenin %130 civarlarında olacağını vurgulamaktadır (UNWTO, 2010). BMDTÖ bu sonuçları dikkate alarak çevresel etkileri azaltmak ve kaynakların daha verimli kullanımını sağlamak adına

¹ Yard. Doç.Dr., Özyeğin Üniversitesi, nida.turegun@ozyegin.edu.tr

² Öğr. Gör., Yeditepe Üniversitesi, yigitbas@yeditepe.edu.tr

“sürdürülebilir turizm” uygulamasına sektörün sahip çıkmasını istemiş ve sektörün kabul etmesiyle beraber faaliyate geçmeye başlanmıştır.

Ülkemizde ise 54 sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen turizm, yapısı gereği ile sürdürülebilir kalkınmanın boyutları olan çevre, sosyal ve ekonomik nitelikleri içermektedir (AKTOB, 2014). Türkiye’de turizmin güçlü olduğu zenginlikler kültürel, doğal güzellikler ve tarihi olarak sıralandırılmaktadır. Ancak bu turizm alanlarımızın kullanımı sırasında doğal kaynaklara da zarar verilmektedir. Turizmin ilerlemesi ve gelişmesi doğal kaynakların varoluşuna ve çevresel özyapının çekiciliğine tabi olduğundan bu kaynaklar turizmin sürdürülebilirliği açısından değer ve önem arz etmektedir (TÜSİAD, 2012).

Türkiye’deki turizm destinasyonlarında hali hazırda karşılaşılan en büyük sorunların başında alt yapı eksikliği, atık imhası, sera gazı salınımı ve temiz suya erişim olarak gösterilmektedir. Bu sorunların pürüzsüz bir şekilde düzeltilmesi doğrultusunda atılan adımlar, ülkemizin sürdürülebilir turizm çerçevesinde hem rekabet gücünü arttırmasında, hem de uzun vadeli büyüme hedefine ulaşmasında önemli katkı sağlayacaktır (TÜSİAD, 2012).

Sürdürülebilirliğin temel mantığı sektörü besleyen sosyal, kültürel ve doğal çevreyi koruyarak insan kaynaklarını menfaatine aykırı bir eğilim göstermeden sektörün kapasitesini ve ürünlerinin kalitesini arttırmaktır (Akış, 1999). Bu mantığı baz alan ve en temel özelliği çevre kalitesini sürdürürken turistik yörelerin yaşam kalitesini yükseltmek olan bir program 2011 yılından itibaren Türkiye’de yaygın olarak uygulanmaya başlamıştır. Bu programın adı Yeşil Anahtar’dır.

Yeşil Anahtar uygulama gerektiren bir program olmasına rağmen daha çok bir ödül olarak bilinir. Yeşil Anahtar Ödülü “*çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödüllendirerek destekleyen, enerji ve su tasarrufu , çevre yönetimi gibi konularla iklim değişikliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan uluslar arası bir eko-etikettir*” (TÜRÇEV, 2014). Dünya’da sürdürülebilir turizm için verilen 18 eko-etiket ödülünden bir tanesidir (SKD, 2014). Bir otelin eko-etiket alabilmesi o otelin sektöründeki en temiz çevre dostu hizmet vermesi anlamına gelmektedir.

Bu çerçeve kapsamında, bu çalışmanın amacı sürdürülebilir turizm çerçevesi kapsamında Türkiye’deki otellerin Yeşil Anahtar programının farkındalığını araştırmaktır. Bu çalışma, Yeşil Anahtar programının yayınlamış olduğu resmi veriler kullanılarak, Türkiye’de Yeşil Anahtar uygulayan tesislerin istatistikler üzerinden yapılan analizleri içermektedir. Ayrıca, resmi verilerin açıklayamadığı soruları aydınlığa çıkarmak için Yeşil Anahtar

programını Türkiye’de başlatan Türkiye Çevre ve Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) ile görüşme sonuçları ve Yeşil Anahtar kullanan diğer ülkelerin istatistikler üzerinden analizlerine yer vermektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Yeşil Anahtar Programı ve Türkiye

Yeşil anahtar programının temelleri Danimarka’da 1994 yılında atılmış ve uygulanmaya başlanmıştır. Bu program aslında bir ödül programı olup sekiz farklı alanda verilmektedir. Bu alanlar otel, hostel, kamp alanı, pansiyon, restoran, konferans merkezleri, çekim merkezleri ve diğer olarak sıralanmaktadır (Honey, 2002).

Danimarka’da ulusal bir program olarak başlayan Yeşil Anahtar, müşterilerin ve çalışanların bu programa sahip çıkmasıyla beraber 2002 yılında Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı’nın beşinci programı olarak yerini almıştır (TÜRÇEV, 2012). Türkiye’de bu programın uygulanması 2011 yılından günümüze Türkiye Çevre Eğitim Vakfı’nın katkılarıyla sağlanmıştır. TÜRÇEV ile yapılan görüşme sonucunda, ilgili tesisler ile aktif bir şekilde teması geçerek Yeşil Anahtar ödülünün tanıtılması ve yayılması için tesislere bilgi verdiği görülmektedir. Ödül başvuru sürecinden ödülün alınması sürecine kadar bütün basamakları TÜRÇEV tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde 2012 yılında sadece 4 otel Yeşil Anahtar ödülüne sahip iken bu rakam 2015 yılında 59 otele çıkmıştır (Erdoğan, 2012).

Yeşil Anahtar programının beş temel hedefi bulunmaktadır. Otellerin çevreye olan olumlu etkilerini artırarak bulunduğu çevrenin korunmasını, tüketimin doğru oranlarda kullanılması ile işletme maliyetlerinin azaltılmasını, bu programı kullanarak pazarlama stratejisinin oluşturulması, otel çalışanlarının ve müşterilerin çevre bilincinin artırılması ile bütün bu uygulamalar sonucunda turizmin güçlendirilmesinde katkı payı oluşturulmasını hedeflemektedir (Güngör, 2013).

Ülkemizde Yeşil Anahtar’a sahip olmak isteyen otellerin istenilen belgelerle beraber TÜRÇEV’e başvuru yapması gerekmektedir. Bu başvuruya ek olarak oda başına 1,3€(avro) ödenmesi gerekmektedir. Bu rakam oda sayısına ve otelin Mavi Bayraklı olmasına göre değişim göstermektedir (TÜRÇEV, 2014).

TÜRÇEV ile yapılan görüşmeden elde edilen bilgilere göre Yeşil Anahtar ödülü, yıllık olarak verildiğinden dolayı her yıl yenilenmektedir. Ödüle sahip olan tesisler önemli bir durum olmadığı sürece (iflas, tesisin el değiştirmesi) ödüle her yıl yeniden başvurup sertifikalarını yenilemektedir. Her tesis ödüle bireysel olarak başvurmaktadır. Ancak, bazı zincir tesislerin

başvuru dosyaları her otel tarafından bireysel doldurulduktan sonra tesisin genel merkezinden toplu olarak başvuru yapılabilir.

Yeşil Anahtar Kriterleri

Yeşil Anahtar programı çerçevesinde 12 ana kriter bulunmaktadır. Kriterler kendi içlerinde zorunlu ve kılavuz olarak ikiye ayrılmaktadır. Zorunlu kriterler her Yeşil Anahtar sahibi olan otelin uygulaması şart olan kriterlerdir. Kılavuz kriterler ise Yeşil Anahtar sahibi olan otelin ikinci yıldan itibaren uygulaması şart olan kriterlerdir. Yeşil Anahtar sahibi olan otelin ikinci yıl 3, üçüncü yıl 6, dördüncü yıl 9, beşinci yıl 12 ve onuncu yıldan itibaren 30 kılavuz kriter uygulama sayısına ulaşması gerekmektedir. TÜRÇEV'in yayınladığı forma göre Yeşil Anahtar'a sahip olmak isteyen otellerin aşağıda belirtilen kriterleri eksiksiz uygulaması gerekmektedir (TÜRÇEV, 2014).

Çevre Yönetimi Kriteri

Çevre yönetimi kriterine sahip olmak isteyen otellerin en başta bir çevre politikası ve yöneticisi olması gerekmektedir. Çevre yöneticisinin, otelin Yeşil Anahtar için her yıl yapılan başvuru kriterlerine uyum gösterip göstermediğini takip etmesi önemli görevleri arasındadır. Otelin çevre mevzuatına göre uyumlu olması ve sağlık/güvenlik çerçevesinde risk taşımayan bir çevrede bulunması gerekmektedir. Ayrıca otelin sürekli gelişim hedefleri için oluşturduğu bir eylem planının ve Yeşil Anahtar dokümanları içeren bir dosyanın olması çevre yönetimi kriterine sahip olmak için aranan gereksinimler arasındadır.

Personel Katılımı Kriteri

Personel katılımı kriterine sahip olmak isteyen oteller personelinin yılda en az bir kez olmak şartıyla elektrik, su ve ısı tüketimi hakkında bilgilendirme toplantısı yapması gerekmektedir. Ayrıca ilgili personelin çevre eğitim kurslarına katılmaları ve tekrar kullanım prosedürlerini öğrenip uygulaması şartı aranmaktadır.

Konuk Bilgileri Kriteri

Konuk bilgileri kriterine sahip olmak isteyen oteller öncelikle odalarında Yeşil Anahtar'a sahip olduğuna dair bilgilendirme ve tasarruf ile ilgili uyarılar sergilemek zorundadır. Buna ek olarak ilgili personelin, konukları otelin çevre politikası ve hedefleri hakkında bilgilendirmesi bu kritere sahip olmak için aranan şartlar arasındadır.

Su Kriteri

Su kriterine sahip olmak isteyen otellerin toplam su tüketimini aylık kayıt altına almasıyla beraber duş, musluk, pisuvar, sifon ve bulaşık makinelerinin belirlenen oranlarda su tüketimi yapması gerekmektedir. Ayrıca atık suların ve kimyasal sıvı maddelerin ilgili yönetmeliklere uygun şekilde çıkarılması şartı aranmaktadır.

Yıkama ve Temizleme Kriteri

Bu kriteriye sahip olmak isteyen otellerin satın aldığı temizlik ürünlerinin, yıkama maddelerinin, kağıt havluların belirlenen kriter uygunluğunda olması gerekmektedir.

Atık Kriteri

Atık kriterine sahip olabilmek için aranan en önemli madde otel atıklarını kategorilere göre ayırmaktır. Bağlı olunan belediyenin geri dönüşüm olanağı olması bu kriter için diğer önemli bir unsurdur.

Enerji Kriteri

Bu kriteriye sahip olmak isteyen oteller enerji kullanımının kaydedilmesini, havalandırma ve davlumbazların temizliğini, konaklama olmadığı dönemlerde ya da kullanılmayan ortak oda ve mutfaklarda enerji tüketimini en aza indirecek şekilde ayarlanmasını ya da tamamen kapatılmasını sağlamalıdır.

Yiyecek ve İçecek Kriteri

Etiketli gıdaların yüzdesinin yıllık olarak korunmasının ya da arttırılması bu kriteriye sahip olabilmek için tek zorunlu maddedir.

İç Çevre Kriteri

Bu kriterin en öne çıkan maddesi restoranda ve odalarda sigara içilen ve içilmeyen alanların uyarılarla belirgin bir biçimde ayrılmasıdır.

Yeşil Alan ve Bahçeler Kriteri

Bu kriteriye sahip olmak isteyen otellerin kimyasal tarım ilaçları ve gübreleri kullanmaması gerekmektedir. Benzin gereken makinelerde kurşunsuz benzin kullanımı ayrıca dikkat edilmesi gereken bir unsurdur.

Yeşil Aktiviteler Kriteri

Bu kriter otelin yeşil alanlarında doğayı koruma önlemlerine ait bilgilerin sunulması şartını aramaktadır.

İdare ve Yönetim Kriteri

İdare ve yönetim kriterinin öne çıkan maddesi otel için üretilmiş malzemelerin çevre dostu olmasıdır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

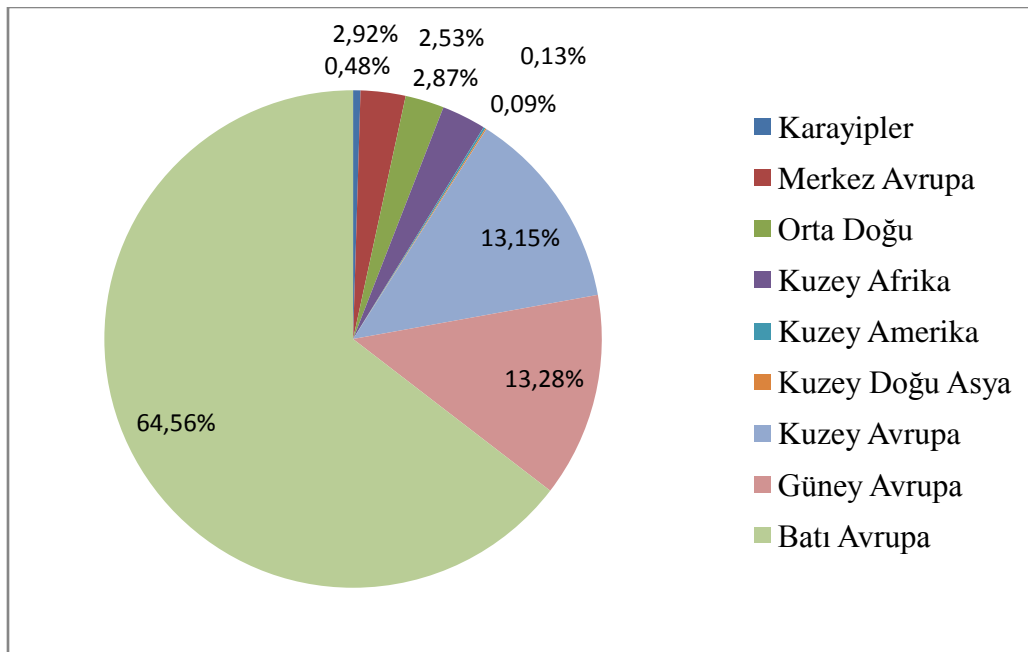
Bu çalışmayı yapmaktaki amaç güncel bir yaklaşım olan sürdürülebilir turizm çerçevesi kapsamında Yeşil Anahtar programını uygulayan işletmelerin hangi oranlarda hangi alanlara eğilim gösterdiklerini araştırmak ve nedenlerini sunmaktır. Çalışmamız ayrıca resmi verilerin açıklayamadığı soruları aydınlığa çıkarmak için Yeşil Anahtar programını Türkiye’de başlatan Türkiye Çevre ve Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) ile görüşme sonuçlarına ve Yeşil Anahtar kullanan diğer ülkelerin istatistikler üzerinden analizine yer vererek Türkiye’nin Yeşil Anahtar çerçevesinde dünyadaki sıralamasınınve karşılaştırılmasını araştırmaktadır. Çalışmamızdaki diğer bir amaç ise Türkiye’deki Yeşil Anahtar programına ışık tutarak işletmelere farkındalık yaratmak ve sürdürülebilir turizm için katkı sağlamaktır.

Dünya’da sürdürülebilir turizm için verilen 18 eko-etiket ödülünden bir tanesi olan Yeşil Anahtar programını (SKD, 2014) seçmemizdeki etken diğer ülkelerde de kullanıldığı halde Avrupa’da kullanılan en büyük eko-etiket olmasıdır. Yeşil Anahtar programı Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından desteklenerek sektörde temiz ve çevre dostu bir hizmet verilmesini kuvvetlendirmektedir.

Çalışmada “*belgesel tarama yöntemi*” kullanılarak Yeşil Anahtar (Green Key) ve TÜRÇEV’in resmi internet sitelerinde yayınlanan kaynaklardan veriler derlenmiştir. Toplamda, 2015 yılına ait, 50 ülkede 2297 Yeşil Anahtar sahibi olan işletmelerin verileri toplanmış ve istatistikler üzerinden veri analizine yer verilmiştir. Çalışmamızda ayrıca TÜRÇEV-Yeşil Anahtar Programı Ulusal Koordinatörü Okan Akar ile görüşme tekniği kullanılmış ve elde edilen bilgilerden derlenen verilerin çözümlenmesinde yararlanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmada 50 ülkeden elde edilen 2297 Yeşil Anahtar sahibi işletmenin verileri bölge, ülke, işletme şirketi, otel,uluslararası zincir oteli, ulusal zincir oteli, bağımsız otel, kamp, pansiyon, konukevi, restoran, konferans merkezleri, çekim merkezleri ve diğer olarak sınıflandırılmış ve her sınıfın içine ilgili Yeşil Anahtar sahibi olan işletmelerin sayıları verilmiştir.Bölgeler, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) belirlediği sınıflandırılmaya göre ayrılmıştır. Pasta grafikleri ve tablo aracılığıyla bulgular gösterilmiştir. Bulguların doğru yorumlanabilmesi için TÜRÇEV ile yapılan görüşmeden elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır.



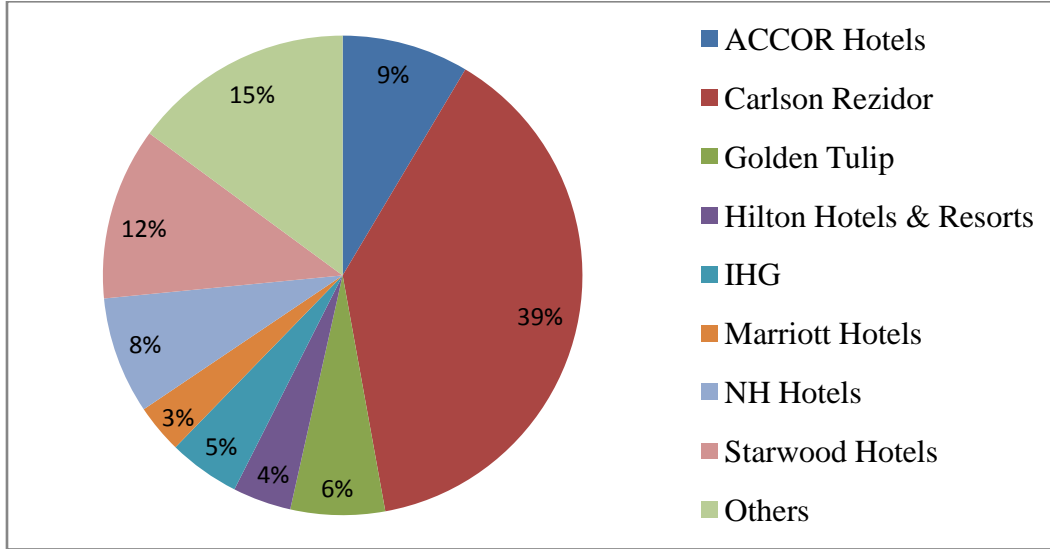
Şekil 1- Yeşil Anahtar Sahibi İşletmelerin Bölgelere Göre Dağılımı

Şekil 1 Yeşil Anahtar sahibi işletmelerin bölgelere göre dağılımını göstermektedir. Bu grafiğe göre 2297 Yeşil Anahtar üyesinin %64,56'sını Batı Avrupa işletmeleri oluşturmaktadır. Bu oranı %13,28 ile Türkiye'nin de içinde bulunduğu Güney Avrupa ve %13,15 ile Kuzey Avrupa bölgeleri izlemektedir.

Yeşil Anahtar programının Danimarka asıllı bir program olduğunu düşündüğümüzde çevre ülkeleri etkisi altında bırakarak kuzey Avrupa bölgesinde daha fazla kullanım oranı beklenmektedir ama şekil 1'deki oranlara göre batı Avrupa ve güney Avrupa'daki kullanım oranı daha fazladır. Bunun nedeni Avrupa Birliği'nin iklim değişikliği politikasını 2009 yılında benimsemiş olup batı Avrupa'daki ülke büyüklüğüne göre kullanım oranlarının da paralel olarak artmasıdır (EU, 2009).

Yeşil Anahtar programının Avrupa bazlı bir program olması diğer dünya ülkelerine oranla daha fazla kullanım olanağı sağlamaktadır. Bu sonuç ise sürdürülebilir turizm adına Avrupa ülkelerinin kendi destinasyonlarında çevresel yönetim stratejilerini uygulayarak turizmin gelişmesini etkilediğini ve kendi destinasyonlarının rekabetçiliğini arttırarak cazibesini yitirmemesi için vizyon oluşturduğunu göstermektedir (TÜSİAD, 2012).

2297 Yeşil Anahtar sahibi olan işletmelerin %57'sini oteller, %4'ünü pansiyonlar, %18'ini kamp alanları, %2'sini turist çeken ziyaret alanları, %8'ini konukevleri, %2'sini restoranlar ve %5'ini diğer işletmeler oluşturmaktadır. Bu dağılımda işletme büyüklüğü büyük rol oynamaktadır. KOBİ (Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler) olarak tanımladığımız küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ana amacı kısa vadede daha fazla para kazanarak kendilerini büyütme, ama sürdürülebilir programları uygulayarak mevcut ve potansiyel maliyetlerini uzun vadede daha az indirgeyeceklerinin farkında değillerdir. Bu istatistikler daha küçük ölçekli işletmelerin atık, su, enerji gibi kalemlerden tasarruf ederek hem kendi maliyetlerini düşüreceğinin hem de rekabet stratejisi olarak kullanarak daha hızlı büyüyeceklerinin bilincinin az olduğu ortaya çıkarmaktadır (ACCA, 2012).



Şekil 2- Yeşil Anahtar Sahiplerinin İşletme Şirketlerine Göre Dağılımı

Şekil 2 Yeşil Anahtar sahiplerinin işletme şirketlerine göre dağılımını göstermektedir. Bu grafiğe göre uluslararası zincir otelleri arasında %39 oranla en fazla Yeşil Anahtar'a sahip olan işletme şirketi Carlson Rezidor grubudur. Bunu %15 ile Golden Tulip ve %12 ile Starwood Otel zincirleri takip etmektedir.

Bu oranlar ele alındığında özellikle Carlson Rezidor grubunun sürdürülebilirlik ile işletmelerinin uzun vadede fayda sağlayacağını, büyüyeceğinin ve rekabet güçlerinin

artacağının bilincinde olduklarını söyleyebiliriz. Ayrıca otellerinin bulunduğu ev sahibi topluluklara özgü tarihi mirasa ve doğal alana saygı duyarak kendi işletmelerindeki hava, su vb. kirlilikleri ve atık üretimini azaltarak maliyetlerini düşürdüklerini söyleyebiliriz.

Tablo 1 –Yeşil Anahtar Sahibi Ülke Sıralaması

	<u>Ülke</u>	<u>Toplam</u>	<u>Otel</u>	<u>Hostel</u>	<u>Kamp</u>	<u>Turist Çeken</u>	<u>Pansiyon</u>	<u>Restoran</u>	<u>Konferans</u>	<u>Diğer</u>
1	Fransa	656	174	14	280	0	106	17	17	65
2	Hollanda	643	391	0	76	24	18	17	63	54
3	Belçika	146	52	34	9	10	20	0	21	0

9	Türkiye	59	59	0	0	0	0	0	0	0

Tablo 1 Yeşil Anahtar sahibi ülke sıralamasını göstermektedir. Tabloya göre Yeşil Anahtar'ın verildiği bütün alanlar ele alındığında, 50 ülke arasında, Fransa 656 Yeşil Anahtar ile ilk sırada yer almaktadır Bunu 643 Yeşil Anahtar ile Hollanda ve 146 Yeşil Anahtar ile Belçika takip etmektedir. Türkiye 59 Yeşil Anahtar ile dokuzuncu sırada yer almaktadır.

Türkiye’de Yeşil Anahtar programı çok yeni bir program olduğu halde 50 ülke arasında dokuzuncu sırada yer alması sürdürülebilirlik adına başarılı bir süreçte olduğumuzu göstermektedir ancak diğer ülkeler baz alındığında ülkemizde otel dışında hiçbir alanda Yeşil Anahtar sahibi işletme bulunmamaktadır. Bunun nedeni ülkemizde sürdürülebilirlik kavramının ne demek olduğunu, kendilerine ve çevreye nasıl avantajlar sağlayabileceğini bilmeyen hala birçok işletmenin bulunmasıdır.Bu nedenle, sıralamamızın daha yukarılarda olması için en başta sürdürülebilirlik kavramının işletmeler arasında farkındalığının artması gerekmektedir. En başta yöneticilerde, daha sonra çalışanlar arasında farkındalığın artırılması üzerine çalışmaları yapılmalıdır. Sürdürülebilirlik ile işletmelerin maliyet avantajı sağlayacaklarının bilinci ile kentsel ve kırsal alanların kalitesini koruyarak sosyal bozulmanın önlenebileceğini ve böylelikle halkın da yaşam kalitesini iyileştirebileceğinin bilinci oluşturulmalıdır. Ayrıca sürdürülebilirlik politikalarını pazarlama stratejileri olarak geliştirerek kendi alanlarında rekabet güçlerinin artacağının da vurgulanması gerekmektedir.

2015 yılı verilerine göre ülkemizde 59 tane Yeşil Anahtar sahibi işletme bulunmaktadır. Yeşil Anahtar 8 alanda alındığı halde, ülkemizde Yeşil Anahtar sahibi 59 işletmenin hepsi oteldir.TÜRÇEV ile yapılan görüşme sonucunda bu verilerin normal olmasıyla beraber Yeşil Anahtar sürecinin ilk adımlarında olmamızdan kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. TÜRÇEV’in önceliği, Yeşil Anahtar programını ülkemizde olabildiğince geniş bir alana

yaymak ve sağlam bir temel oluşturmaktır. Bu hedefe ulaşabilmek için önceliği Oteller alanında ödülü olabildiğince yayma çalışmalarına vermektedirler. Yeşil Anahtar programı farkındalığı arttıktan sonradığer alanlar için de uygulama çalışmalarına başlanılacağı vurgulanmaktadır.

Yeşil Anahtar sahibi otellerin 31'i Antalya'da, 8'i İstanbul'da, 5'i Muğla'da, 3'ü Mersin'de, 3'ü Ankara'da , 2'si Bursa, 2'si Çanakkale'de, 2'si İzmir'de ve 1'i Adana'da olmak üzere dağılım göstermektedir. Yeşil Anahtar sahibi otellerin yarısından fazlasının Antalya bölgesinde olması son dönemde ortaya çıkan destinasyon pazarlama stratejisine dikkat çekmektedir. Günümüzde turistlerin seyahat önceliklerinde sürdürülebilir destinasyonların ön plana çıkması ülkemizdeki en popüler destinasyon olan Antalya bölgesi için belirleyici bir unsur olmaktadır.

Avrupa Birliği ülkelerinde ve turizmi gelişmiş diğerk ülkelerde “Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ)” görev almaktadır. DYÖ'nün görevi destinasyonlarda sürdürülebilirlik işleyişini düzenleyerek marka değerinin arttırılmasını sağlamaktır. Ülkemizde DYÖ bulunmamaktadır ama aynı görevi yapan “*altyapı birlikleri*” mevcuttur. Destinasyon merkezlerinde bulunan bu birlikler sadece belirli turizm bölgelerinde iş görmektedirler. Sürdürülebilirliğin özellikle Antalya bölgesinde doğa dostu projeler ile desteklenmesi o bölgedeki otellerin cazibesini arttırarak marka değerlerinin artmasına ve kazanç sağlamasına katkıda bulunmaktadır (TÜSİAD, 2012).

2015 verilerine göre Yeşil Anahtar sahibi hiçbir kongre merkezinin bulunmaması üzücü bir durumdur. Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA) 2014 istatistiklerine göre Türkiye yapılan toplantı sayısına göre dünyada 19. vekatılımcı sayısına göre 16. sırada yer almaktadır. İstanbul'u tek ele aldığımızda ise dünyada 8. sırada yer almaktadır (ICCA, 2015). Bu istatistikler göz önünde bulundurulduğunda konferans merkezlerinin ülkemiz turizmi için önemli bir yer teşkil ettiğini söyleyebiliriz. Ancak sürdürülebilirlik adına herhangi bir adımın atılmadığını da söyleyebiliriz. Sürdürülebilir toplantı ya da etkinliklerin yapılması çevre üzerindeki olumsuz etkiyi azaltmakta, kaynakların korunmasına dikkat ederek paradan tasarruf etmeye ve kurumsal sorumluluğa olan bağlılığı göstermektedir. Sürdürülebilir toplantı merkezlerinin olması gelen misafirler açısından aynı zamanda iyi bir iş/ticaret anlayışı da oluşturarak işletme sahiplerinin halkla ilişkilerini geliştirerek bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Tablo 2 – Otel Alanında Yeşil Anahtar Sahibi Ülke Sıralaması

	<u>Ülke</u>	<u>Otel</u>
1	Hollanda	391
2	Fransa	174
3	Yunanistan	130
4	Danimarka	111
5	Türkiye	59

Tablo 2 otel alanında Yeşil Anahtar sahibi ülke sıralamasını göstermektedir. Tabloya göre Yeşil Anahtar sahibi olan oteller ele alındığında 50 ülke arasından 391 otel ile Hollanda ilk sırada yer almaktadır. Bunu 174 otel ile Fransa, 130 otel ile Yunanistan takip etmektedir. Türkiye 59 otel ile 5. sırada yer almaktadır.

Hollanda'nın açık ara ile birinci sırada yer almasının sebebi devlet politikasıdır. Hollanda denince aklımıza ilk çizdiğimiz resim, işe bisikletle giden insanlardır. Devlet, kendi halkını bilinçlendirdiği gibi resmi Hollanda turizm portalında Yeşil Anahtar ve diğer sürdürülebilir programlar hakkında geniş bilgilere yer vererek Hollanda'ya gelecek olan misafirleride bilinçlendirmektedir. Yeşil Anahtar sahibi bir oteli seçmenin çevreye nasıl daha az zarar vereceğini, geri dönüşümün önemini ve doğru kaynak kullanımının nasıl pozitif etkiler yaratacağını vurgulayarak misafirlerin seçimini o yönde kullanmalarını sağlayarak bilinci arttırmaktadırlar (NBTC, 2015).

Ülkemizin 5. sırada yer alması, daha 4 yıllık bir program için gayet başarılıdır ama tabii ki Türkiye'deki toplam otel sayısı düşünüldüğünde sürdürülebilirlik üzerine daha kapsamlı çalışmaların yapılması gerektiğini göstermektedir.

Tablo 3 –Otel Alanında Yeşil Anahtar Dağılımı

	<u>Genel</u>		<u>Türkiye</u>	
	<u>Sayı</u>	<u>%</u>	<u>Sayı</u>	<u>%</u>
Uluslararası Zincir Otelleri	456	35	16	27
Ulusal Zincir Otelleri	235	18	19	32
Bağımsız Oteller	623	47	24	40

Tablo 3 otel alanında Yeşil Anahtar dağılımını göstermektedir. Tabloya göre toplam Yeşil Anahtar sahibi 1314 otelin %35'ini uluslararası zincir oteller, %18'ini ulusal zincir oteller ve %47'sini bağımsız oteller oluşturmaktadır. Ülkemizde ise Yeşil Anahtar sahibi 59 otelin %27'sini uluslararası zincir oteller, %32'sini ulusal zincir oteller ve %40'ını bağımsız oteller oluşturmaktadır.

Bağımsız otellerin de ulusal oteller olduğu düşünüldüğünde ulusal zincir ve bağımsız otellerin toplam yüzdesi ülkemiz için %72, dünya için %65 olarak hesaplanmaktadır. Bu oran bize kendi ülkelerinde hizmet veren otel işletmelerinin doğal alanı ve ekolojik dengeyi daha fazla koruyarak aynı zamanda bölgesel kalkınmaya destek olarak ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği daha fazla benimsediğini göstermektedir.

Günümüzde yeni bir trend olan sürdürülebilirlik kavramı misafirlerin de sürdürülebilir programları adapte eden otelleri seçmesinde bir etken olmaya başlamıştır. Bunun en büyük nedenlerinden bir tanesi de seyahat acentalarının müşterilerini sürdürülebilir programları adapte eden otellere yönlendirmesidir. Bu sebepten dolayı ulusal oteller müşteri kaybetmemek ve rekabet gücünü arttırabilmek için sürdürülebilirliği kendi işletme politikalarına ve pazarlama stratejilerine entegre etmektedir.

TÜRÇEV ile yapılan görüşme sonucunda Türkiye’de Uluslararası otel zincirlerinin diğer ülkelerde daha yoğun katılım göstermelerine rağmen, Türkiye’de aynı ilgiyi göstermemelerinin sebebi olarak tesisin genel müdürünün veya ilgili departmanın ödülü duymuş olup olmaması, bu konuya ilgisi, bu konuda otelin vizyonu ve tesisteki çalışanların gönüllü olup olmaması ile ilgili olduğu vurgusu çıkmaktadır.

SONUÇ

Turizm sektörü ülkemizde istihdamın %9’unu oluşturmaktadır (TÜSİAD, 2012). Sektörün dünya çapında rekabet edebilmesi ve istenilir hedeflere ulaşabilmesi için sürdürülebilirlik kaçınılmaz olmuştur. Avrupa’da sürdürülebilirlik üzerine kullanılan en yaygın program olan Yeşil Anahtar programı ülkemizde de ilk adımlarını başarılı bir şekilde atmıştır.

Çalışmamız Yeşil Anahtar programına ışık tutarak sürdürülebilirliğe doğru değişen dünya trendinde sektörün taleplere daha iyi cevap verebilmesi ve uzun vadede sağlıklı bir şekilde büyüebilmesi için farkındalık yaratmaktadır.

Ülkemizde turizm sektöründeki tüm işletmelerin kendi devamlılıklarını sürdürürebilmek için ekonomik, sosyal ve çevresel bir sürdürülebilirlik modeli entegre etmeleri gerekmektedir. Elbette ülkemizde sürdürülebilir turizm anlayışını daha fazla kazandırmak için ülke genelinde kamu, özel sektör, yerel grup ve sivil toplum kuruluşlarının aktif olarak rol alması gerekmektedir. TÜRÇEV’in Yeşil Anahtar programı ile sürdürülebilirliğe destek verdiği turizm politikası ülkemizde büyümekte olan turizm sektörünün daha da büyümesine ve gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır.

TÜRÇEV ile yapılan görüşme sonucunda, Yeşil Anahtar ödülü kendi programı çerçevesinde tesislerin bir çok alanını denetlemektedir (atık, mutfak, odalar vb.).Bir çok tesisin de Yeşil Anahtar programı ile çeşitli alanlarda kendilerinin denetlenmesi taraftarı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu denetimler sonucunda tesislerin eksikliklerinin belirlenmesi ve giderilmesi, enerji tasarrufu konusunda çözüm önerileri sunulması ve uluslararası bir eko-etikete sahip olunmasının, tesislerin motivasyonunu olumlu yönde etkilediği anlaşılmaktadır.

Ülkemizde Yeşil Anahtar programına sahip işletmelerin artması sektörde uzun dönemde kârlılığa, rekabet gücüne, halkın yaşam kalitesini arttırmaya, yerel çevrenin daha az kirlenmesine, biyoçeşitliliğin bozulmamasına, kültürel zenginliklerin korunmasına, enerji tasarrufu yapılmasına, kaynak kullanımının azalmasına ve istihdamın artmasına yardımcı olarak arzu edilen hedeflere ulaştıracaktır.

Otel işletme yönetimlerini, Yeşil Anahtar ödülüne sahip olma yönünde motive eden etkenin, devlet tarafından sağlanan teşvikler sonucu elde edilecek ilave kârın mı yoksa çevre koruma ve sürdürülebilirlik ile elde edilen halkla ilişkiler kampanya fırsatlarının mı olduğu sorusuna yanıt bulmaya çalışmak,sonraki araştırma konusu olarak tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- ACCA (2012), “*Embedding sustainability in SMEs*”,Sürdürülebilirlik Raporu, ss.3-5.
- AKIŞ, Sevgin (1999).“*Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye*”, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:10, Sayı:1, ss. 36-46.
- AKTOB (2014),Turizm Sektörünün Yapısı,Büyükülüğü ve Ekonomiye Katkısı,Antalya: AKTOB Araştırma Birimi Yayınları.
- ERDOĞAN, Nazmiye (2012), “*Enviromental Performance of Tourism Accomodations in the Projected Areas and Satatus of Tourism Ecolables in Turkey*”,Atner Conference Paper Series, Sayı: TOU2012-0117.
- EU – European Union(2009).“*Directive 2009/28/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2009 on the promotion of the use of energy from renewable sources and amending and subsequently repealing Directives 2001/77/EC and 2003/30/EC*”, Official Journal of the European Union,Sayı: 52, ss.16.
- GÜNGÖR, Erol (2013). “Turist, çevreci oteli "Yeşil Anahtar"ından tanıyor”, AA Muhabiri Şenay Ünal Röportajı.
- HONEY, Martha (2002),Ecotourism & Certification: Setting Standards in Practice, Washington: Island Press.
- ICCA (2015),“*The International Association Meetings Market 2014*”,ICCA İstatistik Raporu.
- NBTC,“Green Meetings” (2015), <http://www.holland.com/global/meetings/green-meetings.htm>, Erişim Tarihi 24.12.2015.
- SKD (2014), “*Sürdürülebilirlik için Eko Etiketler*”, İstanbul: İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği.
- TÜRÇEV (2012), “*TÜRÇEV Bülten*”, Sayı:14.
- TÜRÇEV (2014), “Yeşil Anahtar Ödülü”, Başvuru Formu.
- TÜSİAD (2012), “*Sürdürülebilir Turizm*”, TÜSİAD Raporu, Sayı 531.
- UNWTO, “Tourism and the Millenium Development Goals: Sustainable, Competitive, Responsible”, (2010), <http://www.unwto.org/tourism&mdgsezine>, Erişim Tarihi: 21.12.2015.

TURİZMDE YEŞİL YILDIZ: ÇEVREYE DUYARLI KONAKLAMA TESİSLERİ

Betül TÜLEK¹ Arzu ALTUNTAŞ²

ÖZET

Yoğun iş yaşamı, hızlı yaşam tarzı gibi nedenler günümüzde turizm faaliyetlerinin daha fazla artmasına ve çeşitlenmesine neden olmakta ve bundan dolayı da turizm, önemli sektörlerin başında gelmektedir. Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de artık çevreye saygılı ve çevre dostu uygulamalar, hem kullanıcıların hem de işletme sahiplerinin daha fazla önem verdiği konular arasında yer almaktadır. Türkiye doğal ve kültürel kaynakları, geleneksel mimarisi, yöresel ürünleri ve flora – fauna çeşitliliği ile kültürler arası etkileşimin odağında yer alması gereken önemli bir zenginliğe sahiptir ve turizm için de bu zenginliğin sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı doğal ve kültürel çevrenin turizmdeki yerini korumak ve geliştirmek; turistlerin doğal ve kültürel çevre konusundaki bilinç düzeylerini ve farkındalıklarını arttırmak amacıyla başlatılan “Yeşil Yıldız” uygulamasını incelemektir. Bu amaçla Antalya ilindeki öne çıkan bazı çevreci otellerde yeşil yıldız uygulamaları örnek olarak ele alınmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Çevre, Yeşil Yıldız, Yeşil Otel, Antalya

GİRİŞ

İnsanlar yıllar boyu çok farklı yerlere çok farklı amaçlarla seyahat etmiştir. Bunların içinde; sadece tatil ve dinlenme amaçlı deniz-kum-güneş turizmi olabildiği gibi, farklı yöreleri, değerleri ve toplumsal farklılıkları görmeye yardımcı kültürel turlar da ön plandadır. Fakat günümüzde değişen dünya standartları ve beklentileri turizmi de doğrudan etkilemiş ve turizme yeni şekiller vermiştir (Özçoban, 2010).

Bir bölgede turizmin varlığı ve gelişimi bölgenin potansiyeline, bölgenin sahip olduğu bir takım faktörlere bağlıdır. Bu faktörler içerisinde bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakların varlığı ve çeşitliliği en önemli etkenlerin başında gelmektedir ve turizmin sürdürülebilirliği de yine bu kaynakların korunmalarıyla mümkün olabilmektedir.

Türkiye, doğal ve kültürel kaynakları ile turizm sektöründe önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle coğrafi ve iklimsel özellikleri nedeniyle, özellikle yaz aylarında yerli ve yabancı çok sayıda turiste ev sahipliği yapan Türkiye’de, bu kapsamda öne çıkan şehirlerin başında Antalya gelmektedir. Antalya sahip olduğu eşsiz doğal ve kültürel değerleriyle turizm

¹Arş. Gör.,Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Peysaj Mimarlığı Bölümü, betulek@akdeniz.edu.tr

²Arş. Gör.,Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, , Peysaj Mimarlığı Bölümü arzualtuntas@yahoo.com.tr

faaliyetlerinin ilk sıralarda yaşandığı ve bu noktada Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlayan bir bölge niteliğindedir.

Turizm faaliyetlerinin yılın her dönemi yoğun olarak yaşandığı Türkiye’de, bu faaliyetlerin olumlu etkilerinin ve getirilerinin yanı sıra; doğal ve kültürel çevrede yarattığı baskılar da göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle, dünyadaki ve Türkiye’deki faaliyet gösteren konaklama işletmelerine, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi ve çevreye duyarlı yapılaşmanın ve işletmecilik özelliklerinin teşvik edilmesi amacıyla verilen “Yeşil Yıldız (Green Star)” belgesi büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma kapsamında turizm ve turizmde sürdürülebilirlik konuları ile sürdürülebilirliğin önemli teşvik araçlarından olan turizmde yeşil yıldız kavramı Antalya'dan örnekler üzerinde incelenmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Çevre

Turizm; 24 saatten az olmamak, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşıda bulunmamak koşulu ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür (Tolungüç, 1999). Ryan'a (1991) göre turizmin doğasını anlayabilmek için birçok yaklaşımdan hareket edilebilmektedir. Bunlardan en fazla öne çıkanı turizmin ekonomik bir aktivite ve endüstri olduğunun kabul edilmesidir (Özçoban, 2010).

Turizm etkinliğine katılan kişi sayısına bakılarak yapılan sınıflandırma kapsamında, *bireysel turizm*, *grup turizmi* ve *kitle turizmi* olarak üç farklı turizm çeşidi ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2003).

Turizm gelişmelerinin istihdam, gelir sağlama, altyapının iyileşmesi, kültür değişimi, kültürel mirasın korunması gibi olumlu etkileri yanında; alan kaybı, doğal çevre ve habitatların zarar görmesi ve bozulması gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Edington ve Edington, 1986). Bu gibi olumsuz etkenlerin ortadan kalkması ve özellikle son 20 – 25 yıldır turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla çeşitli araştırmalar yapılmaktadır.

Sürdürülebilir turizm; turizm olayını oluşturan etkenlerin ve varlıkların nitelik ve niceliklerini kaybetmeden sürekliliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Artan turizm hareketleri; ekolojik, jeolojik ve estetik problemleri beraberinde getirmekte; gerekli önlemler alınmadığı takdirde doğal süreçler ile sürdürülebilirlik olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. İyi bir turizm-çevre ilişki dengesinin kurulup sürdürülebilmesi bakımından ülkenin turizm ve kaynak koruma ile ilgili hedeflerinin tutarlı olması gerektiği gibi, konu ile ilgili diğer hedeflerle de tutarlılığı sağlanmalıdır. Sürdürülebilir turizm politikasının hedefleri; doğal çevreyi ve

ekolojik süreçleri tahrip etmemek; iç ve dış turizm hareketlerini geliştirmek; turizmi çeşitlendirmek; turistik yoğunlaşmayı zamana ve mekana yayarak kaynakların tahribini önlemek, faaliyetlerin istikrarlı olmasını sağlamak; ulaşım ve kentsel altyapıyı güçlendirmek olarak sıralanabilir (Gündüz, 2004). Turizmde sürdürülebilirlik kavramı; doğa turizmi, düşük etkili turizm, yumuşak turizm, doğal yaşam turizmi, yeşil turizm, çevreye dost turizm, özel ilgi turizmi, uygun turizm, sorumlu turizm, ortaklığa dayalı turizm, kırsal turizm, sürdürülebilir turizm, alternatif turizm, ekoturizm gibi farklı isimlerle anılan ve hepsinin de temelde dayanağı aynı olan turizm türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Uçkun ve Turkey, 2003; Akşit, 2007; Akpınar ve Bulut, 2010).

Dünyadaki turizm faaliyetlerini yönlendiren, destekleyen ve işbirliğini sağlayan uluslar arası örgüt, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'dür ve turizmde sürdürülebilirliğin önemini vurgulamak için Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ile birlikte 2002 yılını ekoturizm ve dağlar yılı olarak ilan etmiştir. Günümüze kadar bu çalışmalar artarak devam etmektedir. Turizmin sosyo- kültürel ve doğal hayata olan olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi, doğal ve kültürel kaynakların yoğunlaştığı bölgelere ekonomik katkı sağlanarak o yörenin kalkınmasının ve bilinçlendirilmesinin sağlanması gibi amaçlar güdülerek çeşitli programlar hazırlanmıştır.

Türkiye’de Turizmin Gelişimine Kısa Bir Bakış

Türkiye’de turizm sektörünün yapısal değişimi ve gelişiminin hızlanması 1980’li yıllarda başlamıştır. Yapı değişikliğinin temel nedeni, bu yıllarda kitle turizmi için gerekli özel turizm altyapısının ve uygun turizm üstyapısının oluşturulmasıdır. (Yarcan,1994). Ülkemizde uzun yıllar turizm denince akla hep güneş ve deniz gelmiş, özellikle sahillerde milyarlarca dolarlık yatırımlar yapılmıştır. Oysa dünyanın birçok ülkesinde turistik hiçbir değer taşımayan ya da çok az değer taşıyan birçok bölgenin, organik dokusu olan doğal güzellikleri çok iyi korunarak ya da bazı görsel ilaveler ve peyzaj projeleri ile turistlerin akımına uğradığı görülmektedir. Aynı şekilde, ülkemiz ve Anadolu’daki pek çok yöre, potansiyel olarak dünya turizmiyle yarışabilecek düzeydedir. Burada yapılması gereken, tarihi doku ve yeterli altyapı ile birlikte turizm açısından potansiyel teşkil eden yeşil alanlar, sulak alanlar, biyolojik çeşitlilik açısından zengin pek çok doğal güzelliklerin yeterince korunarak uyum içerisinde sergilenbilmesidir (Akpınar ve Bulut, 2010).

Türkiye’de turizm işletmeleri; müşteri beklentileri, yasal yaptırımlar, teşvik ve ödüller, yeşil pazarlama, maliyetlerin düşürülmesi gibi çeşitli nedenlerle turizmde çevre koruma ve yönetimine ilgi göstermektedirler (Kirk, 1998; Bohdanowicz, 2005; Lopez vd., 2004; Lorente

vd., 2003; Özgen ve Emeksiz, 2009). Fakat bu süreç yatırım aşamasında başlayan (IBLF ve CI, 2005), faaliyet aşamasında devam eden ve birçok bileşenden oluşan bir süreçtir. Türkiye turizm endüstrisinde çevre koruma ve yönetimi konusu yasal bir bütünlük göstermemekte ve yürütme işlemi daha çok yönetmeliklerle yapılmaktadır. Türkiye’de Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde yerel yönetimlerde atık toplama, ayrıştırma ve geri dönüşüm gibi konularda bir bilinçlenme gözlenmekle birlikte bunun turizm merkezlerine yansımaları yavaş ve farklı düzeylerde (Özgen ve Emeksiz, 2009). Türkiye’de son yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizmi çeşitlendirmeyi ve ormanlar, kıyılar gibi doğal alanlar üzerindeki baskıları azaltarak, sosyo-ekonomik faydalarını arttırmayı amaçlayan bir politika ortaya konulmaktadır. Bakanlık bu kapsamda pek çok proje geliştirmektedir. Bunlar Mavi Bayrak Projesi, Yeşil Anahtar Projesi, Atak Projesi, Belek Yönetim Planı, Dağ-Doğa Yürüyüşü Projesi, Yayla Turizmi Projesi, Akarsu Turizmi Projesi, Bisiklet Tur Güzergahlarının Belirlenmesi-Geliştirilmesi Projesi, Atlı Doğa Yürüyüşü Projesi, Mağara Turizmi Projesi, Sportif Olta Balıkçılığı, Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji), Botanik Projesi (Bitki İnceleme) gibi projelerden oluşmaktadır (Türçev, 2015; Bakırcı, 2002; Çağatay vd., 2002; Akpınar ve Bulut, 2010). Yeşil Yıldız Belgesi de yine Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından konaklama tesislerine verilen, turizmde çevre bilincinin geliştirilip yaygınlaştırılmasını amaçlayan ve konaklama tesislerinin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesini sağlayan önemli projelerden biridir.

Yeşil Yıldız

Yeşil Yıldız, sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi amacıyla, 1993 yılından itibaren talep eden ve aranılan nitelikleri taşıyan konaklama tesislerine, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na verilen Çevre Dostu Kuruluş Belgesi (Çam Simgesi)’dir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013). Yeşil yıldız uygulaması, 22.09.2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazete’de “Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 No’lu Tebliğ” ekinde yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Konaklama tesislerinin “yeşil yıldız – çevreye duyarlı tesis” simgesini alabilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan sınıflandırma belgesini doldurarak Bakanlığa başvuruları gerekmektedir.

Ülkemizde ‘Yeşil Yıldız’ uygulaması giderek yaygınlaşmaktadır. Ekolojik oteller olarak da adlandırılabilir Yeşil Yıldızlı otellerin sayısı 2013 yılı itibariyle yalnızca 20 (Anonim,

2013) iken; 2015 yılı itibariyle bu sayı 232'ye ulaşmıştır. Antalya ili ise 127 adet yeşil yıldız belgeli tesis ve işletme ile ilk sırada yer almaktadır (AKTOB, 2015)

Yeşil Yıldız Uygulamasının Amacı ve Temel Kriterleri

Yeşil yıldız uygulamasının öncelikli amaçları arasında çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi ve turistik konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı yapılaşma ile işletmecilik özelliklerinin teşvik edilmesi yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

Resmi Gazete (2008)'de yeşil yıldız uygulamasının temel kriterleri şu şekilde sıralanmıştır:

- a) İşletmelerin çevre politikası ve eylem planının olması.
- b) Tesiste eylem planını uygulayacak özel bir yetkilinin olması veya işletmede uygulamadan sorumlu bir yetkili ile birlikte, bu hizmetin bir uzmandan veya uzman firmadan alınması.
- c) İşletme tarafından, çevre bilincinin artırılması, çevresel tedbirlerin ve eylem planının uygulanmasını temin etmek için personele eğitim verilmesi.
- d) Çevreye duyarlı atık su planının bulunması.
- e) Turizm konaklama işletmesinde kullanılan tüm tesisat, teçhizat ve donanımların koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yaptırıldığına dair kayıtların tutulması.
- f) İşletmenin, su tüketimi, ısıtma ve soğutma için enerji tüketimi, elektrik tüketimi ve genel enerji tüketimi konusunda verileri toplaması ve izlemesi (Kapalı alan m² başına veya geceleme başına enerji tüketimi, aylık, üç aylık ve yıllık raporların hazırlanması ve dosya halinde saklanması).
- g) İşletmede kullanılan kimyasal maddelerin (hacim ve/veya ağırlık olarak) izlenmesi ve verilerin toplanması (Kapalı alan m² başına veya geceleme başına tüketim, aylık, üç aylık ve yıllık raporların hazırlanması ve dosya halinde saklanması).
- h) Tesiste ortaya çıkan atık miktarının (hacim ve/veya ağırlık) izlenmesi ve verilerin toplanması (Kapalı alan m² başına veya geceleme başına tüketim, aylık, üç aylık ve yıllık raporların hazırlanması ve dosya halinde saklanması).

Yeşil Yıldız Formu

Yeşil yıldız başvurusu için Bakanlıkça hazırlanan form (Tablo 1), turistik işletmelerin talepleri üzerine verilmektedir. Formda azami puanlar belirtilmiş olup bir tesisin yeşil yıldız alabilmesi için belirlenen asgari puanı alması yeterli görülmektedir. Asgari puanlar ise şehir

içi tesislerinde 140 ile 250 puan arasında; şehir dışı tesislerde ise 140 ile 330 puan arasındadır (T.C. Resmi Gazete, 2008).

Tablo 1. Yeşil Yıldız Başvuru Formu (T.C. Resmi Gazete, 2008)

A- Genel Yönetim

		PUAN
1*	İşletmelerin çevre politikası ve eylem planının olması,	5 puan
2*	Eylem planının uygulanması;	
	Uygulayacak özel bir yetkilinin olması	10 puan
	Bu hizmetin bir uzmandan veya uzman firmadan alınması	7 puan
3*	İşletmenin, su tüketimi, ısıtma ve soğutma için enerji tüketimi, elektrik tüketimi ve genel enerji tüketimi konusunda verileri toplaması ve izlemesi	5 puan
4*	İşletmede kullanılan kimyasal maddelerin izlenmesi ve verilerin toplanması	5 puan
5*	Tesiste ortaya çıkan atık miktarının izlenmesi ve verilerin toplanması	5 puan
6	İşletmenin uluslararası kabul gören çevre yönetim sertifikalarına sahip olması	Azami 9 puan
7	Tesise hizmet veren veya mal tedarik eden ana firmaların en az bir tanesinin çevre yönetim sertifikasına sahip olması	3 puan
8	İşletmenin enerji ve su tüketimini hesaplamak ve izlemek için ilave sayaç ve ölçü aletleri kullanılması,	Azami 6 puan
9	İşletmenin çevreye duyarlılık çalışmalarının ödül kazanması,	(2 puan)
10	Yerel yönetim veya idareler veya yörede bulunan diğer tesislerle çevreye duyarlılık konusunda ortak çalışma ve etkinlikler düzenlemek,	(5 puan)
11	Çevre koruma organizasyonlarına düzenli olarak katkıda bulunmak veya bu organizasyonlara düzenli olarak katılmak	Azami 6 puan
12*	Turizm konaklama işletmesinde kullanılan tüm tesisat ve donanımların koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması,	(5 puan)
13	Isıtma kazanının ve brülörün yılda en az bir defa periyodik olarak bakımının yetkili kişilere yaptırılması ve kazan bacasından açığa çıkan emisyonların yetkili kuruluşlar tarafından ölçülüp raporlanması,	(5 puan)

B- Eğitim

14*	İşletme tarafından, çevre bilincinin artırılması, çevresel tedbirlerin ve eylem planının uygulanmasını temin etmek için personele periyodik olarak eğitim verilmesi,	(5 puan)
15	Personelin olası su sızıntılarının belirlenmesi ve hemen önlem alınması konusunda eğitilmesi,	(2 puan)
16	İşletme personelinin, deterjan ve dezenfektanları kullanırken paketlerinde veya kutularında önerilen kullanım miktarlarını aşmamaları ve kullanım yöntemleri konusunda eğitilmeleri,	(2 puan)
17	Tesisin mutfak ve teknik bölümlerinde kullanılan cihazların tasarruflu ve verimli kullanılması konusunda personele eğitim verilmesi,	(2 puan)
18	Misafirlere tesise gelişte, resepsiyonda çevreye duyarlılık politikası ve alınan önlemler hakkında bilgi verilmesi, çevresel politika için destek istenmesi ve müşterilerin katılımının sağlanması,	(3 puan)
19	Çocuk misafirlere yönelik çevreye duyarlılık konusunda eğitim ve etkinliklerin yapılması,	(3 puan)

C- Tesisin Yatak Odalarındaki Düzenlemeler

20	Misafirlere, odalarda kolayca görebilecekleri bir yerde çevreye duyarlılık çalışmalarının yazılı, görsel-işitsel olarak duyurulması	(2 puan)
21	Misafirlerin, tesisin çevreye duyarlılık çalışmaları hakkında görüşlerinin alınması ve değerlendirilmesi	(3 puan)
22	Soğutma ve havalandırmanın pencere ve kapıların açılması durumunda otomatik kapanması,	(4 puan)
23	Soğutma ve havalandırma sistemlerinde otomatik kapatma bulunmayan tesislerde, müşterilere kapı ve pencerelerin açılması halinde, soğutma ve havalandırmanın kapatılmasını hatırlatan bilgilendirme,	(1 puan)
24	Odalarda elektrik sisteminin, müşteri odadan ayrıldığında otomatik olarak kapanması	(6 puan)
25	Enerji tasarruf sistemi bulunmayan tesislerde, müşterilere odadan çıkarken elektrikli cihazların ve ışıkların kapatılmasını hatırlatan bilgilendirme,	(1 puan)
26	Odalarda ısıtma ve soğutmanın kontrollü olması,	
	Merkezi kontrollü sistem	(5 puan)
	Bağımsız ayar sistemi	(3 puan)
27	Odada yer alan cihaz ve makinelerin yüksek verimli ve az elektrik tüketen teknolojide olması,	Azami 6 puan
28	Oda aydınlatılmasında az enerji tüketen aydınlatma elemanlarının kullanılması,	(2 puan)
29	Odalarda kullanılan cihazların yüksek verimle ve az enerji harcayacak şekilde; güneş ışığı, ısı kaynakları gibi etkilerden uzak ve cihazın havalandırması sağlanacak şekilde yerleştirilmesi,	(2 puan)
30	Misafir bulunmayan odalarda perde veya güneşliklerin kapalı tutulması,	(1 puan)
31	Duş başlıkları ve musluklarda, akan suyun tasarrufuna yönelik özel armatürlerin kullanılması	(4 puan)
32	Rezervuarların her kullanımda 6 litre veya daha az su harcaması	(4 puan)
33	Tüm banyolarda duş teknesi veya derinliği azaltılmış küvet kullanılması,	(2 puan)
34	Banyo ve tuvaletlerde suyun tasarruflu kullanılması konusunda müşterilerin bilgilendirilmeleri,	(2 puan)
35	Misafirlerden, olası su sızıntılarını işletmeye bildirmelerinin istenilmesi,	(2 puan)
36	Odalarda tek kullanımlık malzemelerin kullanılmaması	(4 puan)
37	Tuvaletlerde çöp kutularının bulunması ve müşterilerin çöplerini tuvalet yerine çöp kutularına atması yönünde bilgilendirilmeleri,	(2 puan)
38	Tesiste sigara içilmeyen odalar;	
	-Odaların en az %50 sinin sigara içilmez olması,	(5 puan)
	- Odaların en az %20 sinin sigara içilmez olması,	(2 puan)
39	Yatak odalarında, atıkların ayrılması hakkında bilgilendirmenin yapılması,	(2 puan)
40	Aynı misafir için yastık kılıfı, çarşaf, nevresim ve havluların misafirlerin isteğiyle değiştirileceği konusunda bilgilendirilmeleri,	(6 puan)
41	Misafirlerin, konaklama işletmesine ve diğer turistik yerlere toplu taşıma araçlarıyla en kolay nasıl ulaşabilecekleri konusunda bilgilendirilmeleri,	(2 puan)
42	Misafirlerin, çevre koruma tedbirleri, bio-çeşitlilik ve çevre hakkında bilgilendirilmesi,	(2 puan)

D-Tesisin Çevreye Uyumu, Çevreyi Güzelleştirici Düzenleme ve Etkinlikler

43	Tesisin emsalinin (Toplam inşaat alanının toplam arsa alanına oranı);	
	0,20 veya daha az olması,	(8 puan)
	0,30 olması,	(6 puan)
	0,40 olması,	(4 puan)
	0,50 olması,	(2 puan)
44	Peyzaj düzenlemesi ve ağaçlandırma,	(5 puan)
45	Tesisi oluşturan yapıların görsel olarak doğa ile uyumlu olması,	(5 puan)
46	Tesisin çevrede bulunan tarihi, doğal ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunmasına yönelik etkinlikler,	(5 puan)
47	Çevrede bulunan vahşi veya evcil hayvanların korunması, sağlık, bakım ve beslenmeleri ile ilgili çalışmaların yapılması,	(2 puan)
48	Tesis bahçesinde, envanteri bulunan endemik bitkilerin korunması ve ekosistemin bozulmaması için özen gösterilmesi,	(2 puan)

E-Ekolojik Mimari

49	Tesisin mimari tasarımının özel olması,	(10 puan)
50	Tesisin mimari yapısının, konumunun ve yapı elemanlarının doğal havalandırmayı sağlayacak şekilde olması,	(6 puan)
51	Tesisin ısı yalıtımının iklim şartlarına uygun, minimum enerji ile yeterli soğutma ve ısıtma imkânı sağlayacak şekilde olması,	(5 puan)
52	Tesis dış cephesinde kullanılan camlar;	
	Yazın ısının içeri girmesini engelleyecek geçirgenliği kontrol eden, kışın ise ısı kaybını azaltan özel cam,	(3 puan)
	Çift cam,	(2 puan)
53	Bina dış cephesinde güneşi kontrol eden yapı elemanlarının bulunması,	(2 puan)
54	Tesisin inşaatının yapılacağı arazinin amenajman planının yaptırılması, inşaat sırasında çevreye zarar verilmemesi için önlemlerin alınması, tesisin inşasında kullanılan yapı elemanları, malzemelerin çevreye duyarlı olanlarının seçilmesi ve yapılan çalışmaların belgelendirilmesi (Amenajman planı, film, fotoğraf vb. belge),	(10 puan)
55	Tesisin çevreye en az zarar verecek şekilde yapılmış olması (ÇED Raporu istenir.),	(2 puan)
56	Çevreye duyarlı boya- cila, kurşunsuz cam vb. kullanılması	Azami 4 puan

F- Enerji

a) Tesiste Enerji Verimliliği ve Tasarrufuna Yönelik Önlem ve Çalışmalar

57	Binaların giriş kapılarında rüzgarlık veya hava perdesi bulunması,	(2 puan)
58	Tesisin genel mahallerinde ısıtma ve soğutmanın otomatik kontrollü olması,	(4 puan)
59	Tesiste kullanılan cihaz ve makinelerin merkezi klima yüksek verimli ve az elektrik tüketen teknolojide olması,	Azami 6 puan
60	Tesiste az enerji tüketen aydınlatma elemanlarının kullanılması,	(2 puan)
61	Tesisin iç ve dış aydınlatmasının, konunun uzmanı kişilerce hazırlanan proje doğrultusunda, mahal ve alanların kullanım amacına göre, gereği kadar yapılması,	(4 puan)
62	Tesiste harekete veya ışığa duyarlı aydınlatma sistemlerinin kullanılması,	(4 puan)
63	Bahçe vb. açık alan aydınlatmalarında kullanılan aydınlatma elemanlarının, ışığın gökyüzüne gitmesini engelleyecek şekilde düzenlenmesi,	(2 puan)
64	Tesisin mutfak ve teknik bölümlerinde kullanılan cihazların yüksek verimle ve az enerji harcayacak şekilde; güneş ışığı, ısı kaynakları gibi etkilerden uzak ve cihazın havalandırması sağlanacak şekilde yerleştirilmesi,	(5 puan)

65	Tesisin bütünü dikkate alındığında önemli ölçüde enerji tasarrufu sağlayacak frekans invertörü, ısı geri kazanım sistemi veya ısı pompası gibi yeni teknolojilerin kullanılması,	Azami 30 puan
66	Tesisin sıcak su üretiminde eşanjör cihazının kullanılması,	(2 puan)
67	Merkezi ısıtma sistemi olması,	(2 puan)
68	Merkezi ısıtma sisteminin ihtiyaca uygun olarak kullanılabilmesi amacıyla, binanın bölümlere ayrılarak ısıtılabilmesi imkanı,	(2 puan)
69	Tesiste elektrik, ısıtma ve soğutma sağlanmasında yeni teknolojilerin kullanılması;	
	Trijenerasyon sistemi,	(15 puan)
	Kojenerasyon sistemi,	(10 puan)
70	Tesiste enerji kullanımında hibrit sistem bulunması,	(5 puan)
71	Saunada zaman kontrol paneli bulunması,	(2 puan)
72	Çamaşırların doğal yollarla kurutulması	(2 puan)
73	Genel mahallerde servis hazırlığı yapan personelin elektriği tasarruflu kullanmasını sağlayan aydınlatma donanımının bulunması,	(2 puan)

b) Tesiste Güneş, Rüzgar, Jeotermal, Hidro, Dalga Enerjisi, Biogaz vb. Yenilenebilir Enerji Kaynağı Kullanımı

74	Havaya fazla miktarda sera gazı veren kömür veya ağır petrol ürünleri (sülfür oranı %0,2'den fazla olan) gibi kaynakların enerji olarak kullanılmaması,	(5 puan)
75	Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik sağlanması;	
	Kullanılan toplam elektrik miktarının tamamının yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(20 puan)
	Kullanılan toplam elektrik miktarının %50 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(10 puan)
	Kullanılan toplam elektrik miktarının %20 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(4 puan)
	Kullanılan toplam elektrik miktarının %10 unun yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(2 puan)
76	Tesiste ısıtma sisteminde kullanılan enerjinin yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanması (Elektrik haricinde; Güneş paneli, jeotermal vb.);	
	Tamamının yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(20 puan)
	%50 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(10 puan)
	%20 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(4 puan)
	%10 unun yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(2 puan)
77	Tesiste soğutma sisteminde kullanılan enerjinin yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanması (Elektrik haricinde; Deniz suyu, güneş vb.);	
	Tamamının yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(20 puan)
	%50 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(10 puan)
	%20 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(4 puan)
	%10 unun yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(2 puan)
78	Tesisin temiz sıcak su ihtiyacının yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanması (Elektrik haricinde; Güneş paneli, jeotermal vb.);	
	Tamamının yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(20 puan)
	%50 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(10 puan)

	%20 sinin yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(4 puan)
	%10 unun yenilenebilir enerji kaynağından sağlanması,	(2 puan)

G-Su

79	İşletmelerin, yerel idareler tarafından hazırlanan su kullanma koruma planına uygun olarak su kullanması	(5 puan)
80	Genel ve personel duş ve tuvaletlerinde bulunan duş başlıkları ve musluklarında, akan suyun tasarrufuna yönelik özel armatürlerin kullanılması	(2 puan)
81	Genel tuvaletler ve personel tuvaletlerinde rezervuarların her kullanımda 6 litre veya daha az su harcaması	(2 puan)
82	Genel duş ve tuvaletlerde suyun tasarruflu kullanılması konusunda misafirlerin ve personelin bilgilendirilmeleri,	(1 puan)
83	Genel tuvaletlerde çöp kutularının bulunması ve müşterilerin çöplerini tuvalet yerine çöp kutularına atması yönünde bilgilendirilmeleri,	(1 puan)
84	Pisuvarlarda suyun akıtıldığı sistemin otomatik olması,	(2 puan)
85	Su kaçaklarının izlenmesi ve giderilmesine özen gösterilmesi,	(2 puan)
86	Yeşil alanların gün ışığı etkili olmadan önce veya gün ışığı etkisini kaybettikten sonra sulanması,	(2 puan)
87	Atık suların iyileştirilmesi;	
	İşletmenin merkezi arıtma sistemine bağlı olması,	(4 puan)
	İşletmenin kendine ait atık su arıtma sisteminin bulunması	(2 puan)
88*	Atık su planı;	
	Konaklama işletmelerinin, yerel idarelerin hazırladığı çevreye duyarlı atık su planına uymaları,	(4 puan)
	Yerel idare tarafından onaylanmış tesise ait çevreye duyarlı atık su planı olması	(2 puan)
89	Yağmur sularının veya arıtılmış atık suların temizlik ve içme haricinde kullanılması	Azami 4 puan
90	Deniz suyundan içme veya kullanma suyu elde edilmesi	(10 puan)
91	Su tasarruflu çamaşır ve bulaşık makinelerinin kullanılması,	(4 puan)
92	Mutfakta ve bahçede kullanılan suların otomatik olarak kapanmasını sağlayan zaman ayarlı sistem,	(2 puan)
93	Bahçe sulamasında, gereksiz su tüketimini engelleyen damlama, fiske vb. teknolojilerin kullanılması,	(4 puan)
94	Golf sahaları, ormanlık alanlar gibi sulanması gereken geniş alanları bulunan tesislerde bilgisayar kontrollü özel sulama sistemlerinin kullanılması,	(4 puan)

H- Deterjanlar, Dezenfektanlar ve Tehlikeli Kimyasal Maddeler

95	Dezenfektanların hijyen gerekliliği halinde kullanılmaları,	(2 puan)
96	Çevreye duyarlı deterjan ve dezenfektanların kullanılması	(4 puan)
97	Yüzme havuzlarında uygun hijyenik sonuç için minimum miktarda dezenfektan kullanan otomatik dozaj sisteminin kullanılması,	(4 puan)
98	Uygun mahallerde kimyasal maddeler kullanılmaksızın temizlik yapılması	(2 puan)
99	Bahçelerinin organik tarım esaslarına uygun olarak düzenlenmesi ve bakımının yapılması,	(2 puan)
100	Haşere ile mücadelede insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyen ilaçların kullanılması veya doğal tedbirlerin alınması	(2 puan)

I- Atıklar

101	Artan sağlıklı günlük yiyeceklerin hayır kurumlarına verilmesi, bu konuda ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılması,	(5 puan)
102	Müşterilerin atıkları ayırabilmeleri için tesisin uygun yerlerinde yeterli kutu bidon sağlanması,	(2 puan)
103	Personel tarafından zararlı atıkların diğerlerinden ayrılması	Azami 10 puan
104	Atıkların personel tarafından çeşitlerine ayrılması	Azami 9 puan
105	Organik atıkların ayrılması ve değerlendirilmesi	(4 puan)
106	Yerel idare tarafından atıkların ayrıştırılması hizmeti verilmemesi halinde, yerel idarelere bu hizmetin verilmesi amacıyla talepte bulunulması,	(2 puan)
107	Yerel idarelerin atıkları toplama imkânının bulunmaması halinde atıkların yerel idare tarafından uygun bulunan yerlere taşınması	(2 puan)
108	Genel duş ve tuvaletlerde, ortak alanlarda tek kullanımlık malzemelerin kullanılmaması,	(4 puan)
109	Tek kullanımlık içecek kutularının sunulmaması, bunun yerine cam şişe, postmix, premix vb. ürünlerin kullanılması,	(4 puan)
110	Tek kullanımlık paketlerin kahvaltı için kullanılmaması,	(4 puan)
111	Yağ ayrıştırıcılarının tutucularının kullanılması, kullanılan yağların toplanması, mevzuata uygun bir şekilde imhası veya değerlendirilmesi,	(5 puan)
112	Kullanılmış eşyaların ve malzemelerin satılması veya hayır kurumlarına bağışlanması,	(2 puan)

YÖNTEM

Bu çalışmanın ana materyalini Antalya kentinde örnek olarak seçilen yeşil yıldız sahibi çevreye duyarlı oteller ile turizm, turizmde sürdürülebilirlik, yeşil yıldız, yeşil yıldız uygulamaları konularında yazılan makaleler, raporlar, belgeler, tezler ve sözlü görüşmeler oluşturmaktadır.

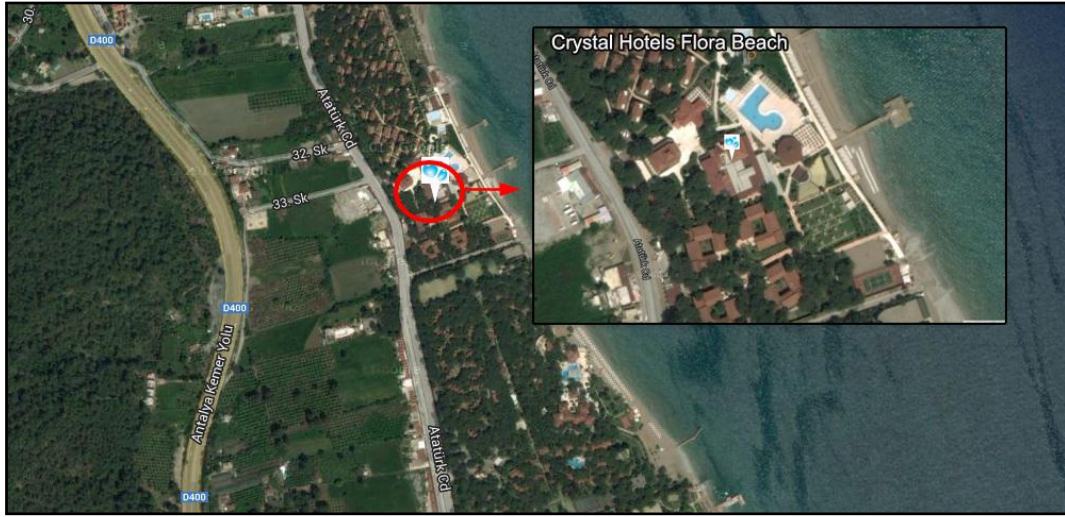
Yöntem olarak ise nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay araştırması kullanılmıştır. Seçilen yeşil yıldızlı otel işletmelerinin diğer işletmelerden farklı olarak gerçekleştirdikleri faaliyetler ortaya konulmuştur. Çalışmanın daha sağlıklı ve doğru bilgiler içermesi amacıyla, Antalya ilinde seçilen iki örnek otelde yerinde incelemeler yapılmış ve ilgili kişilerden gerekli bilgi ve belgeler de temin edilmiştir. Otellerin örnek otel olarak seçilmesindeki en önemli neden ise Crystal Flora Beach Hotel'in bir oteller zinciri içerisinde yer alması ve hem Crystal Flora Beach Hotel'in hem de Majesty Mirage Hotel'in yeşil yıldız alan ilk oteller arasında yer alması sayılabilir.

BULGULAR

Çalışmanın bulgular kısmında, Antalya'daki çevreye duyarlı oteller kapsamında Beldibi ve Göynük'teki yeşil yıldızlı ilk otellerden olan Crystal Flora Beach Hotel ve Majesty Mirage Hotel incelenmiştir.

Crystal Flora Beach Hotel - Antalya

Beldibi’nde konumlanmış olan otel, Kemer’e 25 km, Antalya Havalimanına 35, Antalya Kent Merkezine 25 km uzaklıktadır. Yaklaşık 1 km uzunluğa sahip plajı, mavi ve beyaz bayraklara sahiptir (Şekil 1). 521 oda ve 1341 yatak kapasitesine sahip olan tesiste bedensel engelli konuklar için de özel odalar bulunmaktadır. Tesiste ayrıca 200 kişilik 1 adet toplantı salonu ve fuaye alanı da yer almaktadır (Anonim, 2015a).



Şekil 1. Crystal Hotels Flora Beach'in konumu (Google Earth, 2015a)

Türkiye’nin en büyük zincir otellerinden biri olan Crsytal Otelleri ‘Yeşil Yıldız’a sahip oteller arasında yer almaktadır. Grup bünyesinde faaliyet gösteren 14 tesisten 10’u ekolojik otel konseptine geçerek ‘Yeşil Yıldız’ almıştır.

Crystal Flora Beach Oteli’nde “Yeşil Yıldız” uygulaması kapsamında, genel yönetim, eğitim, tesis odalarında düzenlemeler, tesisin çevreye uyumu, çevreyi güzelleştirici peyzaj düzenlemeleri ve etkinlikler, ekolojik mimari, enerji, su, deterjanlar, dezenfektanlar ve tehlikeli kimyasallar, atıklar ve diğer hizmetler sınıflamalarında gerekli uygulamalar ve düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Tesiste iki senede bir Yeşil Yıldız kazanımı yeniden gözden geçirilmekte ve yenilenmektedir. Böylelikle her iki yılda bir Yeşil Yıldız kapsamında çeşitli düzenlemeler ilave edilmektedir. Tesiste öncelikle enerji tüketimini minimum seviyeye indirmek anlamında enerji tasarrufuna gidilmiştir. Enerji üretimi konusunda da çalışmalar gerçekleştirilmiş ve tesisin enerjisinin %50’si tenis kortu üzerinde konumlandırılmış güneş panellerinden sağlanmaktadır. Atıklar konusunda da tesis gerekli girişimleri yapmış; atıklarda geri dönüşüm sistemi ve atıkların ayrışımı (tehlikeli atıklardan piller vb. ile atık yağlar) sistemini yerleştirmiştir. Tesis bünyesinde organik tarım alanları, son teknolojiyle donatılmış seralar, farklı noktalarda bilgilendirici panolar ve bir hayvanat bahçesi mevcuttur. Özellikle

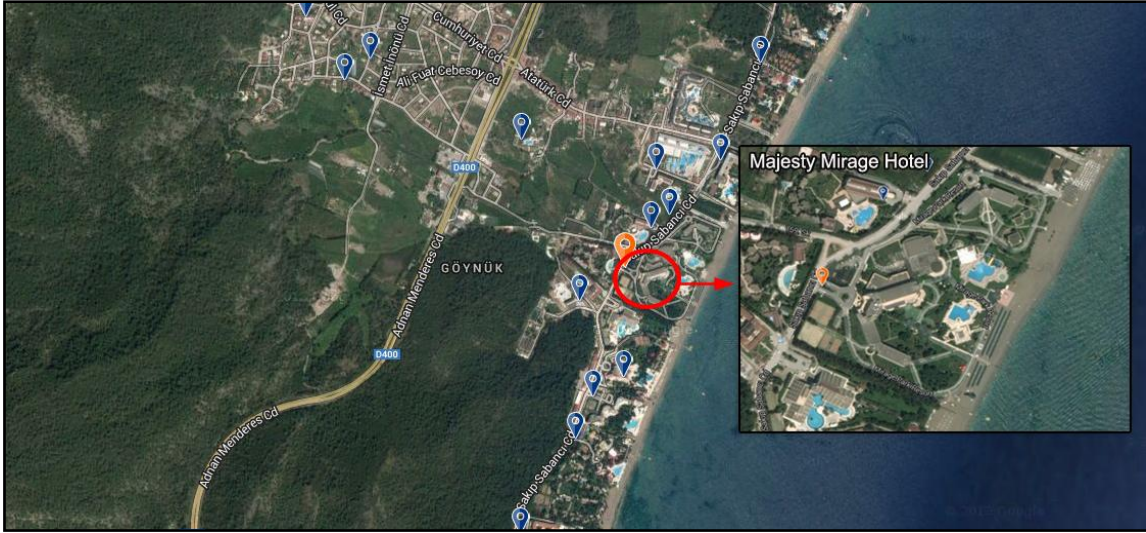
turizm sezonunun aktif olduğu yaz döneminde tesis içerisinde turistlerin de katılımının sağlandığı uçurtma uçurma, çöp toplama gibi çevreci organizasyonlar düzenlenmekte, çevre bilincini artırıcı çevre eğitimleri verilmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Crystal Hotels Flora Beach Oteli'nden görüntüler (Orijinal, 2014)

Majesty Mirage Park Hotel-Antalya

Göynükte konumlandırılmış olan otel 2 blok ve 529 odadan oluşmaktadır (Şekil 3) (Anonim, 2015b). Tesiste ISO 9001, ISO 14001, ISO 10002 ve ISO 22000 (HACCP) kalite yönetim sistemleri uygulanmaktadır. Tesis Quality Selection 2012, 2013, Yeşil Yıldız, Rentokil, Mavi Bayrak ve Beyaz Yıldız ödüllerine de sahiptir (Şekil 4).



Şekil 3. Majesty Mirage Park Hotel'in konumu (Google Earth, 2015b)



Şekil 4. Majesty Mirage Park Hotel kalite belgeleri (Orijinal, 2014)

Tesiste “Yeşil Yıldız” uygulaması kapsamında, genel yönetim, eğitim, tesis odalarında düzenlemeler, tesisin çevreye uyumu, çevreyi güzelleştirici peyzaj düzenlemeleri ve etkinlikler, ekolojik mimari, enerji, su, deterjanlar, dezenfektanlar ve tehlikeli kimyasallar, atıklar ve diğer hizmetler sınıflamalarında gerekli uygulamalar ve düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Tesiste, kazanılan Yeşil Yıldız belgesiyle pek çok yeni düzenlemeler yapılmış olup; öncelikle su ve enerji tüketimi üzerinde durulmuş; sensörlü lambalar, aydınlatma projeleri ile değerlendirilmiş; sulama sistemleri geliştirilmiş; yüzme ve kullanma

sularında su temizlik oranları belirlenmiş; rezervuarlarda su ve enerji tasarrufu sağlanmaya çalışılmıştır. Enerji üretimi konusunda da tesisin enerjisinin %50'sine yakını otopark üzerinde konumlandırılmış olan güneş panellerinden sağlanmaktadır (Şekil 5).



Şekil 5. Majesty Mirage Park Hotel'den görüntüler (Orijinal, 2014)

Atıklar konusunda geri dönüşüm sistemi ve atıkların ayrışımı sistemi yapılmakta olup atık yiyeceklerin hayvan barınaklarına ulaştırılması sağlanmaktadır. Tesis bünyesinde yangın durumunda kullanılacak bir toplanma alanı, bir organik tarım alanı, tesisin farklı noktalarda bilgilendirici panolar ve yine farklı noktalarda kullanıma hazır akülü araba ve bisikletler ile toplu taşıma bilgilendirme panoları mevcuttur. Tesisin aktif olduğu dönemlerde çevreci organizasyonlar düzenlenmekte ve özellikle çocuklara yönelik çevre eğitimleri verilmektedir. Odalarda çevre anketleri bulunmakta ve turistlerin tesis hakkındaki görüş ve önerileri alınmaktadır (Şekil 6).



Şekil 6. Majesty Mirage Park Hotel atık tanıtım panosu (Orijinal, 2014)

SONUÇ

Turizm hareketleri; ekolojik, jeolojik ve estetik problemleri beraberinde getirmekte; gerekli önlemler alınmadığı takdirde doğal süreçler ile sürdürülebilirlik olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. Çevreye yönelik artan duyarlılık, turizmin de giderek başlıca çevre sorunu olarak görülmesine neden olmuştur (Urry, 1999). Turizm, gidilecek yere gelir ve istihdam sağlamakla birlikte pozitif ve negatif etkilerin her ikisini de meydana getirebilme potansiyeline sahiptir (UNED-UK, 1999). Turizmin doğal ve sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi ve sorunlara tam bir çözüm üretilebilmesi amacıyla; sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sürdürülebilir turizm politikaları, toplumun bilinçlendirilmesi ve eğitimi, hukuksal düzenlemeler, çevre yönetimi ve planlama eylemleri konuları ele alınmalıdır (Gündüz, 2004).

Türkiye'nin turizm potansiyeli kültürel, doğal ve tarihi zenginlikler üzerinden değerlendirilmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte çeşitli bölgelerde kültürel ve doğal güzellikler korunmaya alınmakta, tarihi ve sosyal zenginlikler ön plana çıkarılmaktadır. Turizmin gelişmesi doğal kaynakların varlığına ve çevresel dokunun cazibesine bağlı olduğundan bu kaynakların korunması turizmin sürdürülebilirliği açısından birincil önem teşkil etmektedir. Turizm alanlarında dünya genelinde meydana gelen bu değişim Türkiye'yi de yakından ilgilendirmektedir. Türkiye'deki mevcut turizm bölgelerinde yaşanmakta olan en önemli sorunların yapısal olarak değerlendirilebilecek, çevresel baskı, altyapı eksikliği, temiz suya erişim, atıkların bertarafı ve sera gazı salınımları olduğu görülmektedir. Bu kapsamdaki

sorunların giderilmesi yönünde Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü arttırması, turizm sektörünü sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde uzun vadeli büyüme hedefine ulaşmasında da önemli rol oynayacaktır (TÜSİAD, 2012).

Araştırma kapsamında incelenen otellerde özellikle enerji, su, peyzaj düzenleme, kimyasallar, atıklar ve mimari düzenleme konularına ilişkin tasarruf ve iyileştirmelere gidilebilmiştir. İşletmelerin kendilerine ait atık su arıtma sistemlerinin bulunması, deniz suyundan içme suyu veya kullanma suyu elde edilmesi gibi köklü ve sürekli çözümler içeren büyük altyapı projeleri ise zaman ve bütçe kısıtlamalarıyla gerçekleştirilememiştir. Bu noktada otellerin daha kurulum aşamasındayken, altyapılarını tüm kullanım ve ihtiyaçları göz önünde bulundurarak tamamlamaları çevreye duyarlı ve uyumlu tesisler oluşturabilmeleri açısından önemlidir.

Türkiye’de konaklama işletmelerinde çevre yönetimi konusuna gereken önemin verilmesi gerekmektedir. Konaklama işletmelerinin gerek yer seçimi, gerek yapımı ve gerekse de işletilmesi aşamalarında çevre yönetimi dikkate alınmalı; Özgen ve Emeksiz (2009)’da da bahsettiği gibi çevre yönetimi faaliyetleri tanıtım ve satışta daha yoğun olarak kullanılarak yeşil pazarlama yapılmalıdır. Ayrıca konaklama işletmelerinin çevre konusunda elde ettiği başarılar, aldığı ödüller, yapılan uygulamalar, özellikle internet ortamında görsel öğelerle birlikte detaylı bir şekilde anlatılmalı ve sürekli güncellenmelidir (Özgen ve Emeksiz, 2009).

Çevre yönetimi ve çevreye duyarlı faaliyetler gerçekleştirme konusunda yerel yönetimler, akademisyenler, konusunda uzman kişiler vb. ve özellikle de Kültür ve Turizm Bakanlığı gerekli girişimlerde bulunarak çevre yönetimi gibi konularda konaklama işletmelerini daha fazla bilgilendirmeli ve desteklemelidir.

Çevre konusu her geçen gün önemi artan ve hemen hemen her sektörün ilgi odağı olmak zorunda olan bir konudur. Gerek ulusal ve gerekse de uluslararası birtakım yaptırımlar da çevre konusuna verilen önemi gözler önüne sermektedir. Turizm sektöründe de ele alınan konu yeni uygulamaların ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır ve bu yeni uygulamalardan biri de yeşil yıldız uygulamasıdır. Şu anda Türkiye’de 232 otelde bulunan yeşil yıldız uygulamasının daha da fazla yaygınlaşması, hem otel işletmelerinin yeni düzenlemelerle kendilerini ve çevrelerini yenilemeleri; hem çevreye saygı anlayışının yaygınlaştırılması ve hem de Türkiye turizmi açısından çok önemlidir. Bundan dolayı da Bakanlık tarafından bu uygulama isteğe bağlı olmaktan çıkarılarak bir zorunluluk haline getirilmeli; bu sayede konaklama işletmelerinin ve çevrelerinin kaliteleri arttırılmalıdır.

Teşekkür

Bu çalışma sırasında yardımlarını esirgemeyen ve her türlü desteği sağlayan Crystal Flora Beach Hotel Hijyen Departmanı ve “Yeşil Yıldız” sorumlusu Gıda Mühendisi Tuğba Ünal’a; Majesty Mirage Park Otel Hijyen Departmanı ve “Yeşil Yıldız” sorumlusu Gıda Mühendisi Mesut Bozkurt’a ve Muhasebe Şefi Sevenay Altuntaş’a teşekkürü bir borç biliriz.

KAYNAKÇA

- AKPINAR, E. ve BULUT, Y. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları, III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 20-22 Mayıs 2010, Cilt: IV Sayfa: 1575-1594.
- AKŞİT, S. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Erciyes Üniversitesi, Sayı:23, 2007/ s 441-460.
- AKTOB (2015). Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği. <http://www.aktob.org.tr/haber/yesil-yildiz-sayisi-232%E2%80%99ye-ulasti>, Erişim Tarihi: 03.09.2015.
- Anonim (2015a), Crystal Hotels Flora Beach, http://www.crystalflorakemer.com/web/tr_index.html, Erişim Tarihi: 05.09.2015.
- Anonim (2015b), Majesty Mirage Park Hotel, <http://www.majesty.com.tr/tr/majesty-mirage-park-resort/otelimiz>, Erişim Tarihi: 05.09.2015.
- BAKIRCI, M. (2002). Ekoturizm. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı. Turizm Şurası Bildirileri, II. Cilt.
- BOHDANOWICZ, P. (2005). "European Hoteliers' Environmental Attitudes" Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. 46 (2), ss. 188-204.
- ÇAĞATAY, A., YURDAER, M., KIRIŞ, R. (2002). Ekoturizm İçin Mekan ve Yerel Toplulukların Katılımının Planlanması. T.C. Turizm Bakanlığı 2. Turizm Şurası Bildirileri, s, 205, Ankara.
- EDİNGTON, J.M. ve EDİNGTON, M.A. (1986). Ecology, Recreation and Tourism. Published by the Press Syndicate of the University of Cambridge.
- ERDOĞAN, N. (2003). Çevre ve (Eko)turizm. Pozitif Matbaacılık, Ankara.
- Google Earth (2015a). Crystal Flora Beach Hotel’e Ait Uydu Görüntüsü.
- Google Earth (2015b). Majesty Mirage Park Hotel’e Ait Uydu Görüntüsü.
- GÜNDÜZ, F. (2004). Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği. Planlama Dergisi, 2004/1.
- IBLF ve CI. (2005). Sustainable Hotel: Siting, Design and Construction, Londra:IBLS ve CI.
- KIRK, D. (1998). "Attitudes to Environmental Management Held by Group of Hotel Managers in Edinburg". International Journal of Hospitality Management, 17, ss.33-47.
- LOPEZ, E.P., RODRIGEZ, F.J.G ve TANO, D.G. (2004)."Importance of Environmental Resources and Capabilities for Firm's Competitiveness: The Case of Hotel Industry in the Canary Islands", Anatolia: International Journal of Tourism and Hospitality Research, 15 (2), ss.183-199.
- LORENTE, J.C., JIMENEZ, J.B. ve GIL, M.J.A. (2003). "Stakeholders Environmental Influence. An Empirical Analysis in the Spanish Hotel Industry", Scandinavian Journal of Management, 19, ss.333-358.
- ÖZÇOBAN, E. (2010). Türkiye’de Turizm Endüstrisinde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Yeşil Yıldız Uygulaması ve Calista Otel Örneği Üzerinde Amprik Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ÖZGEN, I. ve EMEKSİZ, M. (2009). Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi: İber Otel Sarıgerme Park Örneği. SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl: 6, Sayı:4, ss.50-59.
- RYAN, C. (1991). Recreational Tourism A Social Science Perspective, London: Routledge Pub.
- T.C. RESMÎ GAZETE (2008). Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesis Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 No’lu

- Tebliğ,<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/09/20080922.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/09/20080922.htm>, Erişim Tarihi: 02.09.2015.
- T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI "Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız)", (2013). <http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html>, Erişim Tarihi: 02.09.2015.
- TOLUNGÜÇ, A. (1999). Turizm Olgusu ve Türk Turizmi, Ankara: A.Ü. İLEF Reklâm Atölyesi.
- TÜRÇEV, "Türkiye Çevre Vakfı", (2015), <http://www.turcev.org>, Erişim Tarihi: 03.09.2015.
- TÜSİAD (2012). Sürdürülebilir Turizm, TÜSİAD 40. Yayın no: TÜSİAD-T/2012-09/531 İstanbul.
- UÇKUN, C.G. ve TÜRKAY, O. (2003). Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs, Çankırı.
- URRY, J. (1999). Mekanları Tüketmek, Routledge/ 1995 basımından çeviren: Rahmi G. Ögdül, Ayrıntı Yayınları, Birinci Basım, İstanbul.
- UNED-UK (1999). Sustainable Tourism and Poverty Elimination, UNED-UK Reports for the United Nations Commission on Sustainable Development 7th Session, 1999.
- YARCAN, S. (1994). Turizm Endüstrisinin Yapısı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.

YEREL HALKIN GOLF TESİSLERİ VE DOĞAL ÇEVRE İLİŞKİSİYLE İLGİLİ ALGISI: BELEK ÖRNEĞİ

Gonca MANAP DAVRAS¹

Gökhan DEMİRAY²

ÖZET

Golf turizmi, doğal çevre ile doğrudan ilişkili bir alternatif turizm türüdür. Geniş sahalarının kullanımı bölgenin arazi yapısına ve çevre özelliklerine göre şekillenmektedir. Golf sahalarının kullanımı çevrenin doğal yapısına zenginlik katabileceği gibi doğru planlamaların yapılmaması durumunda ekolojik dengeyi de olumsuz etkileyebilecektir. Çevreye duyarlı, sürdürülebilir bir turizm gelişiminin gerçekleştirilebilmesi için önemli paydaşlardan biri olan yerel halkın algılamalarının ve tutumlarının düzenli aralıklarla ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda Belek beldesindeki yerel halkın bölgedeki golf turizminin doğal çevreye etkisini algılamaları incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda Belek beldesinde yaşayan yerel halkın, golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye olumlu etkilerinin daha fazla olduğu yönde algıya sahip olduklarını ortaya konulmuştur. Diğer taraftan katılımcıların doğum yerleri ile Belek'te yaşam süreleri değişkenlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup; cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu ve mesleği ile golf tesislerinin çevreye etkileri ile ilgili algıları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.

Anahtar kelimeler: Golf Turizmi, Yerel Halk, Sürdürülebilir Turizm, Doğal Çevre.

GİRİŞ

Çevre sorunlarına 1960'lı yılların sonuna kadar detaylı değinilmemiştir. Çevre sorunları artarak devam edince Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987 yılında Brundtland Raporu oluşturulmuş ve rapora göre sürdürülebilir kalkınma kavramı küresel ölçekte gündeme gelmiş ve sürdürülebilir kalkınma: “Gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin bugünün gereksinimlerini karşılayabilen kalkınma” olarak tanımlanmıştır (Report of the World Commission on Environment and Development, 1987: 43). Birleşmiş Milletler, 1997 yılında da sürdürülebilir gelişme göstermesi gereken sektörler içine turizm sektörünü de dahil etmiştir (Roney, 2011: 121).

¹ Yrd.Doç.Dr.,Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, goncadavras@sdu.edu.tr

² Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, gokhandemiray1@gmail.com

Sürdürülebilir turizm, turizm kaynaklarının içinde bulunduğu çevre ile birlikte korunması ve devamının sağlanması, yerel halkın ve ziyaretçilerin tatmin edilmesi ve bu durumun devamlılığıdır. Sürdürülebilir turizm kavramının ortaya çıkışı turizmin plansız gelişmesine, toplum üzerinde yarattığı olumsuz etkilere dayanmaktadır. Sürdürülebilir gelişmenin turizm sektöründe uygulanması, turizm bölgesinin doğal, ekolojik, biyolojik, tarihi, kültürel çeşitliliğin korunması esasına dayanır (Demir ve Çevirgen, 2006a: 99-105).

Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinde çevre önemli rol oynamaktadır. Turizm sektörünü diğer sektörlerden ayıran özelliklerden birisi üretimin ve tüketimin aynı ortamda gerçekleşmesidir. Tüketiciler turistik ürünün üretildiği bölgeye gitmek durumundalar. Bunun sonucunda turizmin çevreyle etkileşimi ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir turizm sosyal-kültürel çevre, ekonomik çevre ve fiziksel çevre unsurlarıyla bir bütünlük sağlar (Swarbrooke, 2005: 324). Özellikle doğal çevreyle olan etkileşim çift yönü işleyen bir sistemdir. Turistik bölgenin kaynaklarının tükenmesi, doğal çevresinin havasının, suyunun ve toprağının kirletilmesi bölgenin imajı, cazibesi ve çekim unsurlarını olumsuz etkileyecektir. Geri dönüşü olmayacak kayıplar meydana gelecektir (Demir ve Çevirgen, 2006a: 133-135). Bu kayıplarda uzun vadede turizm faaliyetlerini engelleyecektir. Sürdürülebilir turizmin çevreyle olan ilişkisinde taşıma kapasitesinden bahsetmek gerekir.

Ekolojik sürdürülebilirlik turizm gelişimin doğada geri dönüşü olmayan yaralar açmasını engellemek için doğal kaynakların korunmasıdır. Bu nedenle tüm dünya turizm gelişiminde ve sürdürülebilirliğinde en çok üzerinde durulan ve önem verilen konu doğal çevrenin korunması olmaktadır (Puczko ve Ratz, 2000:458-459). Fiziksel çevre doğal çevre ve yapay çevre olarak ikiye ayrılır. İnsan eliyle şekillenen çevreye yapay çevre, doğanın kendi kendine oluşturduğu çevreye doğal çevre denir. Doğal çevre, canlı ve cansız öğeleri içinde barındırır. Turizmin çevre üzerindeki etkileri olumlu veya olumsuz olabilir. Turizmin doğal çevreye, gürültü kirliliği, su ve hava kirliliği, flora ve faunadaki bozulma (Karaman ve Türkay, 2012: 22-27, Demir ve Çevirgen, 2006b: 9-13) gibi olumsuz etkileri olabileceği gibi önemli doğal alanların korunması, çevre değerlerinin artırılması, çevre kalitesinin yükselmesi gibi olumlu etkileri de olabilmektedir (Karaman ve Türkay, 2012: 61). Bu etkileşim tek taraflı değildir. Turizm doğal çevreyi etkilerken, etkilenen doğal çevre de bölgedeki turizm faaliyetlerini etkileyecektir. Sürdürülebilir turizm gelişimi için bu çift taraflı etkinin olumlu olarak devam etmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik uygulamalarında hedeflenen amaç, mutlak koruma alanlarında yer alan kaynak değerlerinin korunması ve bozulmadan gelecek nesillere aktarılmasıdır. Doğayı etkilemek yerine doğa ile uyumlu olmayı hedef alan ve doğaya zarar

vermeksizin ondan faydalanmaya çalışan bir yaklaşım oluşturulmalıdır (Koçak ve Balci, 2010: 220-221). Uluslararası turizm bölgelerinde rekabet gücü ile ilgili değerlendirmeler yapılırken, turizm faaliyetinin yöreye etkisi tüm boyutlarıyla incelenmeli, ekonomik verilerin yanı sıra çevresel etkilerde dikkate alınmalıdır (Ayaş, 2007: 67).

Doğal çevre ile en çok etkileşim içinde bulunan turizm çeşitlerinden biri de Golf turizmidir. Golf kelimesi “Sadece erkekler, bayanlara yasaktır” anlamına gelen “Gentlemen Only Ladies Forbidden” ifadesinin baş harflerinden oluşmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012: 236). Fazla fiziksel güç gerektirmeyen ancak lüks bir spor olarak tanımlanan (Weed, 2009: 182) Golf sporu ortalama 750.000 metrekarelik çim sahalarda, doğa ile iç içe, her yaşta insan tarafından kolaylıkla oynanabilmektedir (Albayrak, 2013: 214-215). Dünya üzerinde 65 milyon kayıtlı golf oyuncusu ve 32.000 civarında golf sahası bulunmaktadır. İnsanların, golf sporunu oynamak ya da pasif olarak katılmak için turizm faaliyetlerine katılmaları golf turizmini meydana getirmektedir. Turizm faaliyetlerini 6 aylık sezondan 12 aya çıkarmak için kullanılan önemli bir turizm türü olan golf turizmi kapsamında golf oyunları gündüzleri olduğu gibi geceleri de oynanabilmektedir. Avrupa’da ilk örneği de Belek Bölgesinde verilmiştir (Ersoy ve Gülmez, 2014: 967). Golf turizmi alternatif turizm özellikleri gösterirken, ekolojik dengeye zarar vermesi ve küreselleşmenin etkisiyle gelişim kontrolünün yerel halk ve yönetimden çıkması sonucu bir anda kitle turizminin yarattığına benzer sonuçlar yaratabilecek bir turizm türüdür. Diğer spor türlerinin aksine hiçbir golf sahası diğerinin aynısı değildir. Golf sahalarının tasarımı o bölgenin arazi yapısına ve çevre özelliklerine göre şekillenmektedir. Aynı zamanda geniş araziye ihtiyaç duyan golf sahaları için genellikle doğal güzellikleri ön plana çıkan ve ulaşımı kolay bölgeler tercih edilmektedir. Golf sahaları için iyi bir planlama yapılmadığında ekolojik çevre üzerindeki etkileri olumsuz olabilmektedir (Balci ve Koçak, 2014: 50). Ekolojik yapının bir parçası haline gelen golf sahaları doğal çevreyle çok sıkı etkileşim içindedir. Kentsel bölgelerde yeşil alan sistemleri oluşturan bu sahalar bölgede nem oranında artış sağlar, gürültü kirliliğinin azalmasına yardımcı olur, şehir dışında bulunan golf sahaları endemik hayvan türlerinin korunmasına katkı sağlarken ayrıca toprak tabakasını suya ve rüzgara karşı korur ve fiziki çevreye güzel bir estetik kazandırır. Bölgenin taşıma kapasitesini dikkate almadan (Akış, 1999: 36-46) yapılan Golf sahalarının doğal çevreye olumsuz etkileri de vardır. Plansız uygulamaların gerçekleşmesi sonucu kullanılan gübreleme işlemi ve kimyasal kullanımı sonucu su kaynaklarının azalması ve kirlenmesi, ekolojik yapının zarar görmesi, ormanlık alanların tahribatı, verimli arazilerin yanlış kullanımı oluşabilmektedir (Çakıcı, 2002: 27-50; Mason, 2010: 73-74; Weaver, 2008: 104; Wheeler ve

Nauright, 2006:431). Amerika’da standart bir golf sahası için yapılan araştırmaya göre 18 delikli bir golf sahasında yıllık 22.680 kg kuru ve sıvı kimyasal kullanılmaktadır. Bu ortalama hektar başına hemen hemen 20 kg’lık bir değerdir ve bu miktar tarımda kullanılan miktarın 7 katına eşittir (Balcı ve Gedikli, 2011:147). Golf sahalarının çevresel yönleri ve çevreye etkileri daha ayrıntılı olarak Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Golf Sahalarının Çevresel Yönleri ve Çevreye Etkileri

Aktiviteler	Çevresel Yönleri	Çevresel Etkileri
1. Çim Yönetimi	Çim Biçme	Ekosistemin bozulması Organik atık üretimi (çim biçme) Su organlarında ötrofikasyon
	Gübre Uygulaması	Ötrofikasyon Su ve toprak kirlenmesi
	Böcek İlacı uygulaması	Su ve toprak kirlenmesi Zararlı atıklar (Boş konteynırlar) İnsan sağlığı tehditleri
	Toprak koruma (Havalandırma vb.)	Ekosistemin bozulması Gürültü kirliliği
	Toprak Boşaltma	Hidrolojik bozulma
	Sulama ve pompalama	Su kaynağı tükenmesi Enerji kaynağı tükenmesi
	Kimyasal depolama	İnsan sağlığını tehdit edici riskler Su ve toprak kirlenmesi
2. Malzeme Bakımı	Malzemelerin Temizlenmesi	Su kaynağının tükenmesi Su kaynağının kirlenmesi Katı atık kirliliği
	Makinelerin tamiri	Toprak kirliliği Su kirliliği
3. Sahaların Yeniden Tasarımı	Toprağın Taşınması	Ekosistemin bozulması
4.Araç-Makine İşleri	Makineler (çim biçme makinesi, traktör vb.)	Su kirliliği Yenilenemeyen kaynakların tükenmesi Yenilenebilir kaynakların tükenmesi Toprak kirliliği Zararlı atık üretimi
	Golf arabası (yakıt tahrikli)	Hava kirliliği Yenilenemeyen kaynakların tükenmesi Gürültü kirliliği
	Elektrikli golf arabası	Enerji Kaynaklarının tükenmesi

(Kaynak: Chernushenko ve Kamp, 2001 alıntılanan Balcı ve Koçak, 2014: 51).

Olumlu ve olumsuz etkiler ülkelere hatta bölgeye göre farklılık gösterdiği gibi bu turizm faaliyetine karşı tutumlarda değişiklik gösterebilmektedir. Golf sahalarının yanlış yerlerde, plansız yapılması ekolojik dengeyi iki kat daha etkilemektedir. Örneğin, İngiltere’de golf sahaları, eski çöplük ya da metruk alanlar yani değerini kaybetmiş alanlar üzerine kurulurken, ülkemizde fıstık çamlarıyla kaplı birinci sınıf ormanlık arazilere sahip Belek Beldesine yapılmıştır (Kozak ve Bahçe, 2012:236).

Sürdürülebilir turizm kapsamında golf sahalarının yatırımı ve işleyişi sürecinde en önemli paydaşlar yerel yönetimlerin dışında yerel halk, çevreciler ve girişimcilerdir. Bu paydaşların uyumlu çalışması, fikir alışverişinde bulunmaları bölgede sağlıklı çevre ve turizm etkileşimini oluşturacaktır. Bu da sürdürülebilir turizmin temelidir. Yerel halkı gelişim sürecine dahil etmeden, yörenin ihtiyaçlarını dikkate almadan yapılan yatırımlar, yerel halk, çevreciler ve girişimciler arasında anlaşmazlıklara neden olacaktır (Çetin, 2008:118). Örneğin 2004 yılında göçmen kuşların halkalandığı Manavgat Sorgun ormanlarının 49 yıllığına Turizm Otelciler Birliğine golf turizminin gelişimi amacıyla tahsis edilmesi çevrecileri ve girişimcileri karşı karşıya getirmiştir (Kozak ve Bahçe, 2012: 236-241). Sürdürülebilir turizmin çevresel boyutta geliştirilebilmesi için turizm etkilerinin izlenmesi ve tüm paydaşlardan elde edilen bilgilerin paylaşılması gerekmektedir (Spenceley, 2005: 142).

Bir bölgede sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin en önemli paydaşlarından biri yerel halktır. Yerel halkın katılımının sağlanması başarıyı artırır, sonuca ulaşmayı kolaylaştırır. Yerel halkın tutumu turizmin gelişimini ve sürdürülebilirliğini pozitif ve negatif yönde etkileyebilir (Choi ve Murray, 2010:589; Sheldon ve Abenoja, 2001:436) Halkın olumsuz algısı turizmin gelişimine zarar verebilirken yerel halkın desteklemesi turizmin gelişimini sağlar. Yerel halk, bölgedeki turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini yakından yaşamakta ve bilmektedir. Bu nedenle onların görüşleri oldukça değerlidir ve yön vericidir. Bu nedenle çalışmamızda Belek bölgesindeki yerel halkın bölgedeki golf turizminin doğal çevre üzerindeki etkisine karşı tutumları incelenmiş ve bu yöndeki algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Özdemir ve Kervankıran (2011) Afyon halkının turizme ve turizmin etkilerine karşı algılarını ölçmüşlerdir. Çalışma sonucunda yerel halkın turizmin gelişimine olumlu yaklaştığı görülmüştür. İlin sürdürülebilir turizm faaliyetleri kapsamında yerli halkında görüşleri alınarak yeni turizm yatırımlarının yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Altanlar ve Kesim (2011) tarafından Akçakoca’da turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için turistler ve yerel halkın algıları incelenmiş ve turizmin kalitesi, ürünleri ve turizm faaliyetlerine olan eğilimleri, turizm amaçlı kullanılan alanlar ile bu alanlardaki memnuniyetleri araştırılmıştır. Altyapı eksikliği, plansız yapılaşma, rekreasyon amaçlı yeşil alanların azlığı sorun olarak orta çıkmış, bölgede izlenen politikaların turizm faaliyetleri açısından yerel halk ve yerli turistlerin beklentilerini karşılamadığı görülmüştür. Giritlioğlu ve Bulut (2015) Gaziantep ilinin turizm potansiyelinin yerel halk tarafından algılarını ölçmüşler ve yerel halkın turizme olumlu

baktıkları ortaya çıkmıştır. Zayıf yönler olarak yerel halkın turizm bilincinin gelişmemiş olması, tanıtım ve organizasyon eksikliklerinin olması, turizm yatırımlarının yeterli olmaması ve aynı zamanda da turizm çeşitliliğinin az olması gösterilmiştir. Bilim ve Özgür (2013)'in yaptığı çalışmada Konya ilindeki yerel halkın turizm işletmelerinin arttırılması, reklam ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve yerel halkta turizm bilincinin arttırılması yönünde beklenti ve istekler orta çıkmıştır. Keski ve Çontu (2011)'un Kapadokya'nın Mustafapaşa kasabasında yaptığı çalışmada yerel halkın turizmin kasabada olumsuz etkisinden çok, olumlu etkisinin olduğunu düşünmekte olduğu saptanmıştır. Olumsuz etki anlamında kasabadaki fiyatların artması ayrıca açılan disko/bar benzeri eğlence mekanlarıyla ahlaki değerlerin olumsuz etkilendiği ifade edilmiştir.

Dal ve Baysan (2007), turizm faaliyetlerinin kıyı kullanımı ve çevre üzerindeki etkileri ve konu hakkında yerel halkın görüşlerini incelemişlerdir. Çalışma bulgularına göre yerel halk Kuşadası arazi kullanımının verimli arazilerde kayba yol açtığını düşünmekte ve yaz aylarındaki yoğunluk sebebiyle doğal kaynakların korunması için yapılaşmanın durdurulması gerektiğini belirtmektedirler. Yerel halka göre turizm faaliyetleri çevresel sorunlara yol açmakta bu nedenle turizmle ilgili genel anlamda olumsuz görüşün hakim olduğu tespit edilmiştir. Akova (2006), yerel halkın turizme ilişkin algılamalarıyla turizmin etkileri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla, ekonomik yarar, sosyal maliyet, kültürel gelişim ve çevreye zarar olmak üzere dört etki faktörü belirlenmiş ve iki farklı tarihte Bursa'da Cumalıkızık köyünde yerel halkın üzerinde uygulanmış. Yerel halkın turizme yönelik tutumlarının her iki dönemde de çoğunlukla olumlu olduğu görülmüştür. Mansuroğlu (2006), Antalya ilinin Akseki ilçesinde yaptığı çalışmada bölgenin tarihsel, kültürel ve doğal özellikleri ile alternatif turizm için uygun potansiyele sahip olduğu için yerel halkın turizmin gelişimine sıcak baktığı ortaya çıkmıştır. Yerel halk yeni iş kollarının yaratılması, dışarıya göçün önlenmesi açısından turizm faaliyetlerini yararlı görmüşlerdir. Doğan ve Üngüren (2012) Isparta'da ki yerel halkın bulundukları ilin doğal ve kültürel zenginlikleri, turizm potansiyeli hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıklarını tespit etmişlerdir. Siegel ve Jakus (1995)'un Amerika'nın North Carolina ve Southern Appalachian Highlands bölgelerinde farklı toplum statüsüne sahip kişiler üzerinde yaptıkları araştırmaya göre çevreci kuruluşların turizmin olumsuz etkilerine karşı diğer gruplara göre daha endişeli olduğu görülmüştür. Mason ve Cheyne (2000) çalışmalarında Yeni Zelanda'nın kırsal bölgelerinde bulunan yerel halkın tutumlarını incelemişler ve toplumsal tesislerin ve iş imkanlarının artması, bölgenin tanıtımını olumlu etkiler, trafik sorunları ve gürültünün artmasını olumsuz etkiler olarak algılandığını görmüşlerdir. Sheldon ve Abenoja (2001), Hawaii'de canlandırma çabaları ve

düşen ziyaretçi sayıları gibi sorunlarla baş başa kalan Waikiki bölgesinde yerel halkın bölgenin yeniden gelişimine karşı tutumlarını araştırmışlardır. Bulgularda yerel halkın bölgeye yakın ilgili olduklarını ve turizme karşı olumlu tutumda olduklarını saptamışlardır. Tatoğlu ve diğerleri (2002), Kuşadası'nda yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarını belirlemek amacıyla 33 maddeden oluşan turizm etki ölçeği kullanarak çalışma yapmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre en güçlü ve olumlu algılamalar ekonomide, turizmin sosyal ve kültürel yönlerinde ortaya çıkmaktayken turizmin algılanan etkilerinde en az olumlu görüş çevresel konularda ortaya çıkmaktadır. Kuvan ve Akan (2005), Antalya'nın Belek bölgesinde yaptıkları çalışmada sosyal ve çevresel etkiler bağlamında ormanlarla iç içe bulunan ekonomik yapıların yerel halk tarafından nasıl algılandığını araştırmışlardır. Bulgularda yerel halkın turizmin gelişimini olumlu algıladıkları görülmektedir. Ayrıca yerel halk turizm aktivitelerinin ve turistlerin ormanlık alanlara olumsuz etkilerinin olmadığını düşünmekte, kamu kurumları tarafından verilen kararları ve arazi kullanımı konularını başarısız düşünmektedir. Lepp (2007), Uganda'da sadece 385 yetişkinin yaşadığı Bigodi kasabasında yerlilerin turizme karşı tutumları belirlemek için nitel yöntemlerle araştırma yapmıştır. Bulgularda yerlilerin turizme tamamen olumlu tutumda oldukları görülmektedir. Olumlu tutumun temelinde turizmin toplumsal gelişimi oluşturduğu inancı, turizmin gelir getirdiği ve tarım piyasasını geliştirdiği düşüncesi saptanmıştır. Cottrell ve diğerleri (2007), Çin'de yaptıkları bir araştırmada sürdürülebilirliğin kurumsal, ekonomik, ekolojik ve sosyo-kültürel boyutları ile birlikte yerel halkın sürdürülebilir kırsal turizmi algılayışlarını incelemişlerdir. Bulgularda en önemli ana etkenin ekonomik yönden istihdam yaratması öne çıkmaktadır. Lee (2013) Tayvan'da yaptığı çalışmada toplumun bağlılığı, toplumun ilgisi, algılanan fayda ve maliyetler kullanılarak sürdürülebilir turizmin gelişimi için yerel halkın desteğinin değerlendirilmesini araştırmıştır. Araştırmanın bulguları gösteriyor ki, toplum bağlılığı ve ilişkisi sürdürülebilir turizmin gelişimini destekleme seviyesini etkileyen kritik faktörlerdir.

Belek Beldesinin Golf Turizm Potansiyeli

Belek beldesi, Bakanlar Kurulunun 21.11.1984 tarihinde 18582 sayılı resmi gazetede yayınlanan kararı ile turizm merkezi olarak belirlenmiştir (Çakıcı, 2002: 70). Bu tarihten itibaren Belek sahip olduğu ılıman iklimi, lüks konaklama tesisleri, temiz sahili, yeşil doğası ve golf tesisleriyle hızlı bir gelişim göstermiştir. Farklı turizm türlerine ev sahipliği yapan Belek beldesi son yıllarda Golf turizmi alanında da tüm dünyada öneli bir destinasyon haline gelmiştir. 2008 yılında Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO) tarafından "Avrupa'da En İyi Golf Bölgesi" seçilen Belek (<http://www.betuyab.com.tr>) beldesi için ünlü

golf mimarlarının tasarladığı sahaların ve lüks konaklama tesislerinin bulunması, ulaşım kolaylığı, uygun iklim koşulları golf turizminin gelişimi için önemli avantajlar olarak sıralanabilir (<http://baka.org.tr>). Ülkemizde bulunan toplam 27 golf sahasından 20 tanesi Antalya Belek beldesinde olup 2015 yılı verilerine göre yılda 463.162 oyun gerçekleştirilmektedir (<http://www.tgf.org.tr>). Oyunlara bakıldığında oyunların çoğunun düşük sezonda, %99'u yabancı ziyaretçiler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir (<http://www.tgf.org.tr>).

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma ile Belek beldesinde yaşayan yerleşik halkın, golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algılarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Turizm ve çevre etkileşiminde bulunduğu çevrede turizmin etkilerini doğrudan yaşayan yerel halk turizmin sürdürülebilirliği anlamında önemli bir paydaştır. Ülkemizin en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Belek beldesinde de yerel halkın tutumları turizm faaliyetlerine yön verecektir.

Araştırmada, Belek beldesinde yaşayan yerel halkın golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algılarının ölçülmesi amacıyla anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formu Çetinkaya ve Dedemen (2013) çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır. Anket iki bölümden oluşmuştur. İlk bölümde katılımcıların kişisel özellikleri ile ilgili 8 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin doğal çevreye etkileri ile ilgili algılarının belirlenmesine yönelik 29 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde yer alan ifadeler toplam dereceleme ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum,... 5: Kesinlikle katılıyorum) ile kişisel özelliklerine yönelik ifadelerin bir kısmı açık uçlu, bir kısmı da kapalı uçlu olarak sorulmuştur. Anketin içerik ve anlaşılabilirlik açısından uygunluğu uzman görüşü alınarak ve pilot çalışma yapılarak kontrol edilmiştir.

Çalışmanın evrenini, Antalya ili Serik ilçesine bağlı olan Belek beldesinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Özellikle Belek beldesinin seçilmesinin nedeni, 20 adet golf sahası bulunması ve bölgenin golf turizmi açısından en gelişmiş bölge olmasıdır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre, beldenin nüfusu 7582 kişidir. Araştırmada zaman ve maliyet gibi hususlar dikkate alınarak, evrenin tamamı yerine örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Tesadüfi olmayan yöntemlerden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiş olup üç anketör görevlendirilmiştir. Her birine toplam 100'er olmak

üzere toplamda 300 anket verilmiştir. Verilen anketlerden 271 anket geri dönmüş olup bazı eksik ve hatalı kodlamalardan dolayı 212 anket geçerli kabul edilerek değerlendirmeye alınmıştır.

Elde edilen verilerin analizlerinde; katılımcıların demografik dağılımlarının belirlenmesi için frekans analizi, katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algılarının belirlenmesine yönelik her bir ifadeye ait ortalamalar ve ölçeğe ilişkin faktör analizi yapılmış ve her bir faktöre ilişkin faktör yükleri ve güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) belirlenmiştir. Son olarak elde edilen faktör boyutları ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları belirmemeye yönelik t- testi ve One Way Anova analizlerinden faydalanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılanlara kişisel ve sosyo özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, doğum yeri, golf turizmi tesisinde çalışıp çalışmadığı ve Belek'te yaşadığı süre gibi sorular yöneltilmiştir. Tanımlayıcı istatistik kapsamında elde edilen bulgular Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Kişisel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeler

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Erkek	166	78	Evli	105	49
Kadın	46	22	Bekâr	108	51
Toplam	212	100	Toplam	212	100
Yaş	n	%	Eğitim Düzeyi	n	%
18-25	38	18	İlköğretim	40	20
26-35	109	52	Lise	99	47
36-45	51	24	Ön Lisans	35	16
46-55	13	6	Lisans	29	13
Toplam	211	100	Lisansüstü	9	4
Meslek	n	%	Toplam	212	100
Turizmle ilgili	173	82	Doğum Yeri	n	%
Turizm dışı	37	18	Belek	40	19
Toplam	210	100	Belek dışı	171	81
İkamet Süresi	n	%	Toplam	211	100
1-5 yıl	74	35	Golf Tesislerinde Çalışma	n	%
6-10 yıl	75	35	Evet	88	41
11-15 yıl	30	14	Hayır	124	59
16-20 yıl	13	6			

20 yıldan fazla	20	10		
Totlam	212	100	Totlam	212 100

Katılımcıların % 78'inin erkek % 22'sinin kadın olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, ankete katılanlar arasında erkeklerin oldukça fazla sayıda olduğunu göstermektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde, katılımcıların % 52'si 26-35 yaş aralığındadır. 46-55 yaş üzerindeki katılımcı sayısı ise % 6 ile düşük bir oranda tespit edilmiştir. Katılımcıların yarı yarıya dengeli bir şekilde dağıldığı görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında, % 47'sinin lise mezunu olduğu görülmektedir. Lisansüstü eğitim alanların oranı da son derece düşük çıkmıştır. Katılımcıların % 81'inin Belek bölgesine sonradan göç etmiş olduğu, % 82'sinin turizmle ilgili bir işte çalıştığı, % 59'nun golf tesisinde çalışmadığı ortaya koyulmuştur. Son olarak katılımcıların % 7'sinin 1-10 yıl arasında bölgede yaşadıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algılarını belirlemeye yönelik oluşturulan ifadeler incelenmiş ve algı ortalamaları Tablo 3'de gösterilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde "Golf tesislerinin artışı yerel halkın kullandığı yolların ve kamu alanlarının (park, dinlenme alanları) yüksek standartlara ulaşmasını sağlamaktadır", "Golf turizmi, bölgedeki doğal çevrenin düzenlenmesini sağlamaktadır" ve "Golf turizminin gelişimi bölgenin alt yapı (havalimanı, yollar, su ve kanalizasyon) gelişimine katkıda bulunmaktadır" ifadeleri en fazla ortalama değerine sahip ifadeler olarak görülmektedir. Diğer taraftan "Golf otelleri ve tesisleri hava kirliliğine sebep olmaktadır", "Golf otelleri ve tesisleri gürültü kirliliğine sebep olmaktadır" ve "Golf otelleri ve tesislerinin sebep olduğu trafik yoğunluğu gürültü kirliliğine sebep olmaktadır" ifadeleri ise en düşük ortalama değerine sahip değişkenler olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerinin çevreye etkileri ile ilgili algılarının boyutlu yapısını tespit etmek maksadıyla açıklayıcı faktör analizinden faydalanılmış ve sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir. İlk olarak, verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığını test etmek için KMO (Kaiser_Meyer_Olkin) analizinden faydalanılmış ve oran 0,825 bulunmuştur. Bu oran örneklem sayısının yeterliliğini göstermektedir. Faktör analizinin ön şartlarından olan değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı Bartlett Küresellik Testi sonucunda gösterilmiştir ($p = 0,000$). Ankette katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerinin çevreye etkileri ile algılarını ölçmek için kullanılan 29 önerme faktör analizine dâhil edilmiştir. Eşkökenliliği (communality) 0,5'in altında olan 12 ifadenin elenmesi sonucu toplam varyansın % 58,75'ini açıklayan ve özdeğeri 1'in üstünde olan üç faktör elde edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Golf Tesislerinin Çevreye Etkilerine Yönelik Algılarının Ortalamaları

İfadeler	n	Ort*
Golf turizminin doğal çevre üzerindeki olumlu etkisi olumsuz etkisinden daha fazladır.	211	3,31
Golf tesislerinin artışı yerel halkın kullandığı yolların ve kamu alanlarının (park,dinlenme alanları)yüksek standartlara ulaşmasını sağlamaktadır.	212	3,43
Golf turizmi,bölgedeki doğal çevrenin düzenlenmesini sağlamaktadır.	212	3,42
Golf turizmi,bölgedeki doğal çevrenin korunmasını sağlamaktadır.	208	3,30
Golf turizminin gelişimi çevresel duyarlılığı arttırmıştır.	210	3,13
Golf turizminin gelişimi bölgenin alt yapı (havalimanı, yollar, su ve kanalizasyon) gelişimine katkıda bulunmaktadır.	212	3,43
Golf turizmi Belek bölgesinin çevresel değerlerinin korunmasına katkı sağlamaktadır.	212	3,18
Golf tesisleri turizmde kontrolsüz ve hızlı bir yapılaşmaya sebep olmaktadır.	212	2,92
Golf tesisleri ve golf otelleri kıyı şeridinin doğal güzelliğini bozmaktadır.	212	2,85
Golf otelleri ve tesisleri suların kirlenmesine sebep olmaktadır.	212	2,58
Golf otelleri ve tesisleri hava kirliliğine sebep olmaktadır.	211	2,33
Golf otelleri ve tesisleri gürültü kirliliğine sebep olmaktadır.	211	2,29
Golf otelleri ve tesislerinin sebep olduğu trafik yoğunluğu gürültü kirliliğine sebep olmaktadır.	212	2,30
Golf turizm gelişimi Belek bölgesinin doğal zenginliğini yok etmektedir.	210	2,70
Golf turizminin gelişimi bölgenin özgün çevresel değerlerine uygun değildir.	210	2,63
Golf tesislerinin faaliyetleri denizde yaşayan canlıların yaşam alanlarına müdahale etmektedir.	212	2,44
Golf tesislerinin faaliyetleri ormanlık alanda yaşayan canlıların yaşam alanlarına müdahale etmektedir.	212	3,17
Golf tesislerinin faaliyetlerine yönelik yapılaşmalar bölgenin doğal hayatında tahribata neden olmaktadır.	212	3,07
Belek bölgesindeki golf turizm tesislerinin sayılarının artması bölgenin enerji ve su kaynaklarının hızla tükenmesine neden olmaktadır.	212	2,80
Belek bölgesinde golf turizminin gelişmesi tarım alanlarının azalmasına neden olmaktadır.	212	2,72
Belek bölgesindeki golf tesislerinin sayılarının artması bölgenin orman alanlarının azalmasına neden olmaktadır.	212	3,35
Belek bölgesinde inşa edilen golf tesisleri bölgenin doğal çevresi ile uyumlu değildir	211	2,72
Golf turizmi faaliyetleri gerçekleştirilirken çevresel tahribatı önleyici tedbirler alınmaktadır.	212	2,94
Belek bölgesindeki turizme yönelik doğal kaynakların (deniz, orman, toprak gibi) geleceğe taşınabilmesi için koruyucu tedbirler alınmaktadır.	212	2,84
Golf turizmi tesislerinin atık su arıtma sistemleri su kaynaklarını ve çevreyi korumak için yeterlidir.	212	2,93
Golf turizmi tesisleri Belek bölgesinde yapılan tarım ve hayvancılık gibi ekonomik alanların korunmasına özen göstermektedir.	212	2,81
Belek bölgesindeki golf turizmne yönelik kaynakların geleceğe taşınabilmesi için yerel haktan destek alınmaktadır.	212	2,67
Yerel yönetimler golf turizm tesislerinin doğal çevreye olumsuz etkileri karşısında önlemler almaktadır.	212	2,83
Belek bölgesindeki golf turizmi faaliyetleri gerçekleştirilirken yöre halkının hassasiyetleri dikkate alınmaktadır.	212	2,69

*1= Kesinlikle Katılmıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum

Birinci faktör toplam varyansın %21,48'ini açıklamakta olup “Olumlu Etkiler” olarak isimlendirilmiş ve altı değişkenden oluşmuştur. Bu faktörü oluşturan değişkenler; golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin bölgenin çevresini düzenlemesi ve koruması, kamu alanlarının yüksek standartlara ulaşması, alt yapının gelişmesi ve çevresel duyarlılığın artması gibi ifadelerden oluşmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Golf Turizmine Yönelik Faaliyet Gösteren Tesislerin Çevreye Etkileri İle İlgili Algılarının Boyutları

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Özdeğer	Güvenilirlik
Faktör 1: OLUMLU ETKİLER		3,31	21,48	4,6	,859
Bölgedeki doğal çevrenin korunmasını sağlamaktadır.	,828				
Yerel halkın kullandığı yolların ve kamu alanlarının yüksek standartlara ulaşmasını sağlamaktadır.	,775				
Golf turizminin gelişimi bölgenin alt yapı (havalimanı, yollar, su ve kanalizasyon) gelişimine katkıda bulunmaktadır.	,765				
Doğal çevre üzerindeki olumlu etkisi olumsuz etkisinden daha fazladır.	,721				
Golf turizminin gelişimi çevresel duyarlılığı arttırmıştır.	,667				
Belek bölgesinin çevresel değerlerinin korunmasına katkı sağlamaktadır.	,663				
Faktör 2: ÖNLEMLER		2,79	19,77	3,2	,832
Belek bölgesindeki golf turizmine yönelik kaynakların geleceğe taşınabilmesi için yerel halktan destek alınmaktadır.	,830				
Belek bölgesindeki golf turizmi faaliyetleri gerçekleştirilirken yöre halkının hassasiyetleri dikkate alınmaktadır.	,773				
Yerel yönetimler golf turizm tesislerinin doğal çevreye olumsuz etkileri karşısında önlemler almaktadır.	,738				
Doğal kaynakların (deniz, orman, toprak gibi) geleceğe taşınabilmesi için koruyucu tedbirler alınmaktadır.	,732				
Çevresel tahribatı önleyici tedbirler alınmaktadır.	,681				
Faktör 3: OLUMSUZ ETKİLER		2,88	17,48	2,1	,787
Golf tesislerinin faaliyetleri ormanlık alanda yaşayan canlıların yaşam alanlarına müdahale etmektedir.	,809				
Golf tesislerinin faaliyetlerine yönelik yapılaşmalar bölgenin doğal hayatında tahribata neden olmaktadır.	,796				
Belek bölgesindeki golf tesislerinin sayılarının artması bölgenin orman alanlarının azalmasına neden olmaktadır.	,717				
Belek bölgesinin doğal zenginliğini yok etmektedir.	,708				
Golf otelleri ve tesisleri suların kirlenmesine sebep olmaktadır.	,535				
Denizde yaşayan canlıların yaşam alanlarına müdahale etmektedir.	,506				

KMO = 0,825; Bartlett Küresellik Testi = 1443,689 (p< 0,01)

Toplam varyansın %19,77'sini açıklayan ikinci faktör “Önlemler” olarak isimlendirilmiş ve beş değişkenden oluşmuştur. Üçüncü faktör toplam varyansın % 17.48'ini açıklamakta olup “Olumsuz Etkiler” olarak isimlendirilmiş ve altı değişkenden oluşmuştur. Bu faktörü oluşturan değişkenler; golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin bölgenin doğal güzelliği, bölgedeki suların kirlenmesi, orman alanlarının azalması, kıyı şeridinin bozulması, gürültü kirliliği gibi etkenlerin bölgenin çevresini olumsuz yönde etkilemesi ifadelerinden oluşmaktadır.

Çalışmada elde edilen faktörlere güvenilirlik analizi uygulanmış ve her faktör için genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) bulunmuştur (Olumlu Etkiler için 0,859 – Olumsuz Etkiler için 0,787 ve Önlemler için 0,832). Bulunan bu güvenlik değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Sipahi vd., 2010, s. 89).

Son olarak elde edilen her bir faktörün ortalamaları alınmıştır. Olumsuz etkiler faktörünün ortalaması 2,88; Olumlu etkiler faktörünün ortalaması 3,31; Önlemler ortalaması 2,79 olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye olumlu etkilerinin daha fazla olduğu yönde algıya sahip oldukları söylenebilir. Diğer taraftan tesislerin olumsuz etkileri için gerekli önlemlerin yeterince alınmadığı da ortaya koyulmuştur.

Katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algıları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkileri belirtmek için t-testi ve tek yönlü varyans analizlerinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında; katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu ve mesleği ile golf tesislerinin çevreye etkileri ile ilgili algıları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunamamıştır. Sadece katılımcıların doğum yerleri ile Belek'te yaşam süreleri değişkenlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 5 ve Tablo 6)

Tablo 5. Katılımcıların Doğum Yerleri İle Faktör Boyutları Arasındaki Farklılaşma

Faktör Boyutları	Belek		Diğer		
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	p*
Olumlu Etkiler	3,66	1,071	3,23	1,047	,020
Önlemler	2,88	1,260	2,78	,962	,628
Olumsuz Etkiler	3,15	1,011	2,83	,918	,056

* p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların doğum yerleri ile faktör boyutlarından olumlu etkiler boyutu ile anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p=0,020$). Buna göre olumlu etkiler boyutunda; Belek beldesinde doğanların algısının Belek beldesi dışında doğanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Katılımcıların Belek’te Yaşam Süreleri İle Faktör Boyutları Arasındaki Farklılaşma Durumu İlişkisi

Faktör Boyutları	Belek’te Yaşam Süreleri (Ort.)				F	p*
	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16 Yılden Fazla		
Olumlu Etkiler	3,24	3,45	3,12	3,30	,827	,480
Önlemler	2,73	3,00	2,72	2,52	2,013	,113
Olumsuz Etkiler	2,71	2,83	3,00	3,28	3,144	,026

* $p<0,05$

Tablo 6’ya bakıldığında katılımcıların Belek’te yaşam süreleri ile faktör boyutlarından olumsuz etkiler boyutu arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,026$). Buna göre olumsuz etkiler boyutunda; Belek’te 16 yıl ve üzeri yaşayanların algısının Belek’te 1-5 yıl arası yaşayanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Belek halkının golf turizmine yönelik çevresel algılarını belirlemek için yapılmıştır. Çalışmaya katılanların % 82’si turizm sektöründe çalışanlardan, % 41’i de golf tesislerinde çalışmış olan kişilerden oluşmaktadır. Çalışmada olumlu etkiler, olumsuz etkiler ve önlemler olmak üzere üç faktör oluşmuş ve elde edilen her bir faktörün ortalamaları alınmıştır. Buna göre yerel halkın golf tesislerinin çevreye olumlu etkilerinin daha fazla olduğu yönde algıya sahip oldukları söylenebilir. Bu anlamda Çetinkaya ve Dedemen (2013)’in, Kuvan ve Akan (2005)’in Belek bölgesinde yaptığı çalışmaları desteklemektedir.

Yerel halkın yolların ve kamu alanlarının yüksek standartlara ulaşmasında, doğal çevrenin düzenlenmesinde ve alt yapı gelişiminde golf tesislerinin olumlu etkisi olduğu kanaati varken golf tesislerinin gürültü kirliliğine, trafik yoğunluğuna sebep olduklarına dair bir algının da olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan tesislerin olumsuz etkileri için gerekli önlemlerin yeterince alınmadığı da ortaya konmaktadır.

Katılımcıların golf turizmine yönelik faaliyet gösteren tesislerin çevreye etkileri ile ilgili algıları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkilerine bakıldığında katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu ve mesleği ile golf tesislerinin çevreye etkileri ile ilgili algıları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunamamıştır. Sadece katılımcıların doğum yerleri ile Belek’te yaşam süreleri değişkenlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, bir turistik bölgede yerel halk tarafından turizmin algılanan olumsuz etkileri turizm gelişimine zarar verebilmektedir. Çevreye duyarlı, sürdürülebilir bir turizm gelişiminin gerçekleştirilebilmesi için yerel halkın algılamalarının ve tutumlarının düzenli aralıklarla ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, turizm planlama çalışmalarının yerel halkın ve diğer paydaşların katılımının sağlanmasıyla, turizm gelişiminin hedeflerine, sürdürülebilir turizm çalışmaları çerçevesinde daha sağlıklı bir şekilde ulaşılabileceği söylenebilir. Bu nedenle yerel halkın algılamalarının ve tutumlarının düzenli aralıklarla ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AYAŞ, N. (2007), “Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişimi”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1, ss. 59 – 69.
- AKIŞ Sevgin (1999), “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1, ss. 36-46.
- AKOVA, Orhan (2006), “Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma”, Akademik İncelemeler Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2.
- ALBAYRAK, Aslı (2013), Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık, 1.Baskı.
- ALTANLAR, Aslı; AKINCI KESİM, Güniz (2011), “Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği”, Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 1-20.
- BALCI, Velittin; GEDİKLİ Nilüfer (2011), “Golf Alanlarında Kullanılan Kimyasal İlaçların Ve Gübrelerin Çevre ve Uygulayıcılar Üzerine Etkileri-Organik Yaklaşımlar”, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 4, ss. 141-148.
- BALCI Velittin; KOÇAK, Funda (2014), “Spor ve Rekreasyon Alanlarının Tasarımında ve Kullanımında Çevresel Sürdürülebilirlik”, Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2, ss. 46-58.
- BİLİM Yasin; ÖZGÜR Özer (2013), “Yerel Halk Gözüyle Konya’da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri”, Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, Konya.
- CHERNUSHENKO, D., Van Der; KAMP, A., Stubbs, D. (2001), “Sustainable Sport Management: Running and Environmentally Socially and Economically Responsible Organization”, Green & Gold Inc. Ontario, Canada (Alıntılayan BALCI Velittin; KOÇAK, Funda (2014), “Spor ve Rekreasyon Alanlarının Tasarımında ve Kullanımında Çevresel Sürdürülebilirlik”, Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2, ss. 46-58)
- CHOI Hwansuk Chris; MURRAY Iain (2010), “Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism”, Journal of Sustainable Tourism, Cilt: 18, Sayı: 4, ss. 575-594
- COTTRELL Stuart P.; VASKE Jerry J.; SHEN Fujun; RITTER Paul (2007), “Resident Perceptions of Sustainable Tourism in Chongdugou, China”, Society & Natural Resources, Cilt: 20 Sayı: 6, ss. 511-525.

- ÇAKCI, Işıl (2002), *Golf Sahalarının Çevresel Etkilerinin Belek Örneğinde İrdelenmesi*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ÇETİN, Gürel (2008), *Dünya Golf Turizmi ve Türkiye’de Golf Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇETİNKAYA Güney, Dedemen Osman (2013), "*Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği*", *Turizm & Araştırma Dergisi*, cilt.2, ss.1-26
- DEMİR, Cengiz; ÇEVİRGİN, Aydın (2006), *Ekoturizm Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 1.Baskı.
- DEMİR, Cengiz; ÇEVİRGİN, Aydın (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı.
- DAL Neslihan; BAYSAN Sultan (2007), "*Kuşadası’nda Kıyı Kullanımı Ve Turizmin Mekansal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları*", *Ege Coğrafya Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 1-2, ss. 69-85.
- DOĞAN Hulusi; ÜNGÜREN Engin (2012), "*Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma*", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1.
- ERSOY Aslı, GÜLMEZ Mustafa (2014), "*A Research Towards The Development Of Golf Tourism In Belek Region*", *Journal of International Social Research*, 7 (34), 954-969.
- GİRİTLİOĞLU İbrahim, BULUT Elmas (2015), "*Yerel Halkın Bakış Açısına Göre Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik*", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1, ss. 25-31.
- KARAMAN, Nüzhet; TÜRKAY, Oğuz (2012), *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KESKİN Emrah; ÇONTU Mehmet (2011), "*Mustafapaşa (Sinassos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması*", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 37-55.
- KOÇAK Funda; BALCI Velittin (2010), "*Doğada Yapılan Sportif Etkinliklerde Çevresel Sürdürülebilirlik*", *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 213-222.
- KOZAK, Meryem Akoğlu; BAĞÇE A. Sadık (2012), *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KUVAN Yalçın; AKAN Perran (2005), "*Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts Of Tourism: The Case Of Belek, Antalya*", *Tourism Management*, Cilt: 26, Sayı: 5, ss. 691-706.
- LEE Tsung Hung (2013), "*Influence Analysis Of Community Resident Support For Sustainable Tourism Development*", *Tourism Management*, Cilt: 34, ss. 37-46.
- LEPP, Andrew (2007), "Residents’ attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda", *Tourism Management*, Cilt:28, Sayı:3, ss. 876-885.
- MANSUROĞLU, Sibel (2006), "*Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği*", *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 19, Sayı: 1, ss. 35-46.
- MASON Peter; CHEYNE Joanne (2000), "*Residents’ Attitudes To Proposed Tourism Development*", *Annals of Tourism Research*, Cilt: 27, Sayı: 2, ss. 391-411.
- MASON, Peter (2010), *Tourism Impacts, Planning and Management*, Oxford: Elsevier-Butterworth Heinemann, 2. Basım.
- ÖZDEMİR Mehmet Ali; KERVANKIRAN İsmail (2011), "*Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği*", *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 24, ss. 1-25.
- PUCZKO Laszlo; RATZ Tamara (2000), "*Tourist and Resident Perceptions Of The Physical Impacts Of Tourism At Lake Balaton, Hungary: Issues For Sustainable Tourism Management*", *Journal of Sustainable Tourism*, Cilt: 8, Sayı: 6, ss. 458-478.
- Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, (1987), http://www.channelingreality.com/Documents/Brundtland_Searchable.pdf, Erişim Tarihi: 05.03.2016.
- RONEY, Sevgin Akış (2011), *Turizm Bir Sistemin Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1. Baskı.
- SHELDON J. Pauline; ABENOJA Teresa (2001), "*Resident Attitudes in a Mature Destination: The Case Of Waikiki*", *Tourism Management*, Cilt: 22, Sayı: 5, ss. 435-443.

- SIEGEL, B. Paul; JAKUS, Paul M. (1995), "Tourism as a Sustainable Rural Development Strategy: Building Consensus in Resident Attitudes", Southern Journal of Rural Sociology, Cilt: 11, Sayı: 1, ss. 17-41.
- SİPAHİ Beril; YURTKORU, E. Serra ve ÇİNKÖ, Murat (2010), Sosyal Bilimler SPSS'le Veri Analizi, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul
- SPENCELEY, Anna (2005), "Nature-Based Tourism and Environmental Sustainability in South Africa", Journal of Sustainable Tourism, Cilt: 13, Sayı: 2, ss. 136-170.
- SWARBROOKE, John (2005), Sustainable Tourism Management, London: Cabi Publishing.
- TATOĞLU Ekrem; ERDAL Fuat vd. (2002), "Resident Attitudes Toward Tourism Impacts: The Case of Kuşadası in Turkey." International Journal of Hospitality & Tourism Administration, Cilt:3, Sayı:3, ss. 79-100.
- WEAVER, David (2008), Sustainable Tourism: Theory And Practice, Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- WEED, Mike; BULL, Chris (2009), Sports Tourism: Participants, Policy and Providers, Oxford: Butterworth-Heinemann, 2. Basım.
- WHEELER, Kit, NAURIGHT John (2006). "A Global Perspective on the Environmental Impact of Golf. Sport in Society: Cultures", Commerce, Media, Politics, 9(3), 427-443
- www.betuyap.com.tr, <http://www.betuyab.com.tr/tr/24/golf>, Erişim tarihi 19.01.2016.
- www.baka.org.tr, "Golf Turizmi Sektör Raporu", (2011), <http://baka.org.tr/uploads/1303486414GOLF-KATALOG--TURKCE-SON.pdf>, Erişim Tarihi: 19.01.2016.
- www.tgf.gov.tr, "Belek Bölgesi 2011 Yılı Golf Oyun Sayıları Tablosu", (2011), <http://www.tgf.org.tr/page.asp?id=193>, Erişim Tarihi: 19.01.2016.
- www.tgf.gov.tr, "Golf Sahaları", <http://www.tgf.org.tr/page.asp?id=7&lang=1>, Erişim Tarihi: 19.01.2016.

TÜKETİCİLERİN GÖZÜNDEN ÇEVREYE DUYARLI KONAKLAMA TESİSLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Murat BAYRAM¹ Ümmühan BAYRAM²

ÖZET

Çevreye duyarlı konaklama tesis belgesi (yeşil yıldız) Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belli kriterleri yerine getiren konaklama işletmelerine verilmektedir. Bu çalışmada çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip 287 işletmeye ait TripAdvisor seyahat yorum sitesinde bulunan çevrimiçi tüketici değerlendirmeleri kullanılarak bu tesislerde konaklayan tüketicilerin işletmelere yönelik değerlendirmeleri tesis türü ve tesis sınıfı değişkenleri ile incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre tüketiciler bu belgeye sahip işletmelerin en çok temizliğinden ve konumundan memnun kalırken en az uyku kalitesinden memnun kalmaktadırlar. Ayrıca konaklama işletmelerinin tesis türü ve tesis sınıfı ile işletmelerin konum, uyku kalitesi, odaları, hizmeti, değer ve temizlikleri bakımından bazı farklılıklar bulunmuştur. Araştırma sonunda çevreye duyarlı konaklama tesislerine yönelik genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: çevreye duyarlı konaklama tesisi, yeşil yıldız, tüketici değerlendirmeleri

GİRİŞ

Günümüz toplumu işletmelerin finansal çıktıları yanında işletmelerin iş ahlakını, sosyal sorumluluk ve sosyo-ekonomik farkındalığını da değerlendirmektedir. Küresel ısınma ve iklim değişikliği hakkında kamunun olumlu yaklaşımı artarken paydaşlar, çalışanlar ve müşterilerden oluşan kamu, otel işletmelerinin de bu yaklaşıma göre hareket etmesini beklemektedir. Bu küresel eğilim de otelleri yeşil bir yaklaşıma yöneltmektedir (Lee vd., 2010). Aslında turizm sektörünün sürdürülebilir uygulamalar konusunda bazı ilerlemeler göstermesine rağmen bu durumu tüketicilerine etkili bir şekilde açıklayıcı ve tanıtıcı bir yol bulma konusunda hala mücadele ettiği görülmektedir (Peiró-Signes vd., 2014). Bu durumu kolaylaştırıcı unsurlar ise bağımsız kuruluşlar tarafından belli kriterler yerine getirilmesi koşulu ile işletmelere verilen sertifika ve belgelerdir. Turizm sektörünün hemen hemen her bileşeni için çevreye duyarlılığı ve sürdürülebilirliği önceleyen bir sertifika programı veya birlik bulunmaktadır. Konaklama işletmeleri özelinde bakıldığında yeşil oteller birliği, yeşil dünya, yeşil anahtar, yeşil damga vb. olmak üzere çok sayıdaki oluşum, dünya geneli,

¹ Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mbayram@pau.edu.tr

² Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ubayram@pau.edu.tr

konaklama işletmelerine yeşil uygulamalarını pazarlama faaliyetlerinde kullanabilmeleri için sertifika sağlamaktadır. Bununla birlikte Malta, Tanzanya gibi bazı ülkeler de kendi sertifika programlarını da kullanırken küresel sürdürülebilir turizm konseyi gibi konaklama işletmeleri, destinasyonlar ve tur operatörlerine yönelik daha geniş kitlelere hizmet sağlayan oluşumlar da bulunmaktadır. Ayrıca ISO 14001 ve TripAdvisor yeşil liderler gibi programlar da yaygın olarak bilinmekte ve kullanılmaktadır.

İşletmelerin bu sertifikaları bir rekabet avantajı kaynağı olarak kullanabilmeleri için bu sertifikaların anlamı ve etkilerini iletişim kanallarında kullanmaları gerekmektedir. Kaliteye yönelik sertifikalar özellikle hizmet kalitesi için endişe duyan ve karar vermede risklerini azaltmak için bazı işaretleri kullanan sık seyahat edenleri hedefleyen işletmeler için etkili bir pazarlama aracı olarak görülmektedir (Caso vd., 2015). Bu nedenle Türkiye ölçeğinde birçok konaklama işletmesinin çevreye duyarlı konaklama tesis belgesini sahip olmaya başladığı görülmektedir. Bertan, Bayram ve Kırklar'ın (2014) yeşil yıldız belgeli konaklama işletmelerine yönelik yaptıkları çalışmalarında bu belgeye sahip işletme sayısı sadece 29 iken, Ocak 2016 tarihi itibarıyla bu belgeye sahip konaklama işletmesi sayısı 294 olmuştur (KTB, 2016). Buna rağmen bu işletmelerin tüketiciler tarafından sundukları hizmetler temelinde nasıl algılandıklarına yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir.

Peiró-Signes ve diğerlerinin (2014) İspanya'daki ISO 14001 sertifikasına sahip otel işletmeleri ile bu belgeye sahip olmayan 6,850 işletmeyi çevrimiçi tüketici değerlendirmelerine dayanarak karşılaştırdıkları çalışmalarında bu belgeye sahip otel işletmelerinin olmayanlara göre tüketici değerlendirmelerinin daha yüksek olduğunu belirtmektedirler. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre bu belgeye sahip otel işletmelerinin konforu ve sunduğu hizmetler bu belgeye sahip olmayanlara göre daha iyi olarak değerlendirilmiştir. Susskind (2014) dört yıldızlı bir otel işletmesinde konaklayan 192 kişi ile otel odalarındaki enerji tasarrufu üzerene yaptığı çalışmasında bu değişikliklerin tüketicilerin genel memnuniyetini etkilemezken gelir durumu yüksek bazı konukların odadaki enerji tasarrufuna yönelik ayarlamalar yaptığı görülmüştür. Bertan ve diğerleri de (2014) ÇDKT belgesine sahip 29 konaklama işletmesine ait çevrimiçi tüketici değerlendirmelerini inceledikleri çalışmalarında bu işletmelerin en başarılı oldukları hususlar olarak sırasıyla temizlik, odalar, uyku kalitesi, konum, hizmet kalitesi ve en son olarak da değer boyutu gelmektedir. Caso ve diğerlerinin (2015) otel seçim kriteri olarak kalite sertifikalarının etkisini inceledikleri çalışmalarında kalite sertifikalarının turistlerin risk algılarını azaltmaya yardım ettiği ve seyahat planlama sürecini kısalttığını ifade etmektedirler.

Yapısı gereği doğal ve çevreyi en fazla kullanan sektörlerin başında gelen turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, çevreye duyarlı bir anlayışla hizmet verdikleri sürece, kaynaklarını oluşturan unsurları etkin ve verimli şekilde uzun yıllar boyunca kullanabileceklerdir. Bu bağlamda, turizm sektöründe konaklama hizmeti veren işletmeler de çevreye duyarlılığı ön planda tutmaktadırlar. Konaklama işletmelerini çevreye duyarlı yaklaşımla hareket etmeye iten bir takım faktörler olmakla birlikte, tüketicilerin çevreye karşı artan hassasiyetleri, rekabet avantajı ve maliyet tasarrufu unsurları öne çıkmaktadır (Öztürk ve Karacaer, 2015). Bu nedenle işletmelerin çevreye karşı yaklaşımlarını ifade eden ve tüketicilere karşı bu durumu garanti altına alan bazı belgelendirmeler kullanılmaktadır. Sürdürülebilir turizm sertifikaları, turistik uygulamaların sürdürülebilir nitelikte olduğunun belgelenmesidir. Uluslararası ve ulusal olmak üzere sürdürülebilir turizm ile ilgili çok sayıda girişim, sözleşme, sertifikasyon ve akreditasyon programları geliştirilmiştir (Çimen ve Baykal, 2015). Çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesi (yeşil yıldız) da bu kapsamda değerlendirilebilecek konaklama işletmelerinin çevreye duyarlı olarak planlanmalarını, çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenlemeleri ve çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi hedefleyen bir belgelendirmedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayımlanan ‘Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ’in (22/09/2008 tarih ve 27005 sayılı resmi gazete) amacı “sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi amacıyla, çevreye duyarlı konaklama tesislerinin sınıflandırılmasına ve belgelendirilmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemek” şeklinde belirtilmektedir.

Çevreye duyarlı konaklama tesis (ÇDKT) belgesini almak isteyen konaklama işletmeleri genel yönetim, eğitim, odaların düzenlenmesi, tesisin çevre uyumu, atık yönetimi ve menüsüne kadar birçok unsura dikkat etmeleri gerektiğinden bu çabaların tüketicilerin memnuniyeti üzerine etkisi olduğu söylenebilecektir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı tüketicilerin çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip konaklama işletmelerine yönelik olarak genel değerlendirmelerini incelemektir. Son on yılda konaklama sektöründeki çevre uygulamalarına yönelik yapılan akademik çalışmalara bakıldığında bu araştırmaların (Manganari vd., 2015) kurumsal bakış açısına odaklanan, sivil toplum ve meslek örgütlerinin rolünü inceleyen ve otel işletmelerinin yeşil uygulamalarına yönelik tüketici algılarına odaklanan araştırmalar olmak üzere üç gruba ayrıldığı görülmektedir. Bununla birlikte bu konaklama işletmelerinin tüketicilerin bakış açısıyla genel performansını inceleyen

araştırmaların sayısı ise oldukça azdır (Peir -Signes vd., 2014; Bertan vd., 2014). Türkiye  leğinde ise son birkaç yıl içinde çevreye duyarlı konaklama tesis belgesini alan işletme sayısındaki hızlı artış da göz önüne alındığında bu işletmelerin tüketicilerin gözünden nasıl algılandıklarının incelenmesi ve bunları tesislerin türü ve sınıfına göre bir farklılık gösterip göstermediğinin ortaya çıkarılması ve bunun belli dönemlerde tekrarlanması önemlidir. Hem bu nedenlerle hem de araştırmanın temel amacına yönelik olarak şu araştırma soruları oluşturulmuştur;

- Tüketicilerin evreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip konaklama işletmelerine yönelik genel değerlendirmeleri nedir?
- Çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip konaklama işletmelerinin tesis türü ile tüketicilerin değerlendirmeleri arasında bir farklılık var mıdır?
- Çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip konaklama işletmelerinin tesis sınıfı ile tüketicilerin değerlendirmeleri arasında bir farklılık var mıdır?

YÖNTEM

Bu araştırmada Türkiye’deki çevreye duyarlı konaklama tesislerine ait evrimii tüketiciler değerlendirmeleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Konuklara ait evrimii tüketiciler değerlendirmeleri için TripAdvisor seyahat yorum sitesi tercih edilmiş ve 01-10 şubat 2016 tarihleri arasında çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesine sahip konaklama işletmelerine ilişkin evrimii tüketiciler değerlendirmeleri incelenmiştir. Araştırma kapsamına dâhil edilen konaklama işletmelerinin belirlenmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığının belli dönemlerde yayınladığı çevreye duyarlı konaklama tesisi belgeli tesisler listesinin en son yayınlanan 31.01.2016 tarihli listesi kullanılmıştır (KTB, 2016). Bu listeye göre 294 tane konaklama işletmesi bulunduğu görülmektedir. Listenin detaylı bir şekilde incelenmesiyle birlikte bir otel işletmesinin yanlışlıkla tekrar olarak yazıldığı g r lm ştir. Ayrıca TripAdvisor seyahat yorum sitesinde yedi tane konaklama işletmesine ait herhangi bir bilgiye erişilemediğinden bu sekiz işletme haricinde toplam 286 tane çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip işletmelerinin tamamı araştırma kapsamında incelenmiştir.

TripAdvisor markalı siteler 47 ülkede 350 milyona yaklaşan tekil ziyaretçi ve 290 milyondan fazla yorum ve görüşün yer aldığı dünyanın en büyük seyahat topluluğunu oluşturmaktadır (Tripadvisor, 2016). TripAdvisor seyahat edenlere, değerlendirmek istedikleri konaklama işletmeleri için hem metin olarak yorum yazabilmelerini hem de berbat, kötü, ortalama, çok iyi ve m kemmek olmak üzere beşli bir derecelendirme ile değerlendirme yapabilmelerini

sağlamaktadır. Buna bağlı olarak seyahat edenler bir konaklama işletmesi için fikir ve görüşlerini belirtirken (i) genel değerlendirme, (ii) metinsel yorum ve (iii) konum, uyku kalitesi, odalar, hizmet, değer ve temizlik olmak üzere altı boyutta konaklama işletmelerini değerlendirebilmektedirler. Bu çalışmada sadece konaklama işletmelerinin genel değerlendirmeleri ve diğer altı boyuta ilişkin tüm yorumların ortalamaları dâhil edilerek bir sınırlamaya gidilmiştir. Bu sınırlamanın temel amacı da çalışmada çevreye duyarlı konaklama tesislerinin tüketicilerin gözünden genel durumlarını ortaya koyma amacından kaynaklanmaktadır.

Araştırma soruları doğrultusunda seyahat edenlerin konaklama işletmelerine yönelik değerlendirmeleri ve konum, uyku kalitesi, odalar, hizmet, değer ve temizlik boyutlarının puan özetleri her bir otel için ayrı ayrı kaydedilerek bir veri seti oluşturulmuştur. TripAdvisor'ın işletmeler için kullandığı derecelendirme boyutlarına bakıldığında genel değerlendirme işletme için toplam puanı ifade ederken diğer boyutlar isimlerinden de anlaşılacağı üzere uyku kalitesini, odanın genişliği ve içindeki eşyaları, çalışanların yaklaşımını, ödediği ücret karşılığı aldıklarını, odanın genel durumunu ve genel işletme temizliğini ifade etmektedir. Konaklama işletmeleri tesis türü, tesis sınıfı ve işletmelerin bulundukları iller şeklinde bölümlere ayrılarak bu özellikler ile işletmelerin çevrimiçi tüketici değerlendirmeleri arasında bir ilişki olup olmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir.

BULGULAR

Kültür ve Turizm Bakanlığının başlattığı turizm işletmesi belgeli konaklama tesislerine çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesi verilmesine dair tebliğ doğrultusunda ilgili şartları yerine getirerek alan işletmelerin illere göre dağılımına bakıldığında Türkiye’de 31 farklı ilde toplam 294 tane işletmenin ÇDKT belgesine sahip olduğu görülmektedir. ÇDKT belgesine sahip konaklama işletmelerinin % 53,7’nin (158) Antalya’da bulunurken, % 13,6’sının (40) İstanbul’da ve % 8,5’nin (25) de Muğla’da faaliyet gösterdiği görülmektedir. Buna göre ÇDKT belgeli işletmelerinin dağılımına bakıldığında % 80,’den fazlasının Antalya, İstanbul, Muğla, İzmir ve Ankara olmak üzere beş ilde toplandığı görülmektedir.

Tablo 1’de ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin tesis türü ve tesis sınıfına ilişkin dağılımlara yer verilmiştir. Buna göre ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin %81,3’nü (239) otel işletmeleri oluşturuyorken % 7,8’ni (23) tatil köyleri ve % 3,1’ini (9) de termal otel işletmeleri oluşturmaktadır.

Tablo 1. ÇDKT Belgeli İşletmelerin Tesis Türü ve Sınıfına İlişkin Dağılımı

Tesis Türü	n	%	Tesis Sınıfı	n	%
Otel	239	81,3	5 Yıldızlı	204	69,4
Tatil Köyü	23	7,8	4 Yıldızlı	60	20,4
Termal Otel	9	3,1	3 Yıldızlı	11	3,7
Butik Otel	7	2,4	Belirtilmemiş	19	6,5
Müstakil Apart Otel	5	1,7	Toplam	294	100,0
Özel Konaklama Tesis	5	1,7			
Diğer *	6	2,0			
Toplam	294	100,0			

* Otel+Golf Tesis, Turizm Kompleksi, Personel Eğitim Tesis

ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin tesis sınıflarına ilişkin dağılıma bakıldığında % 69,4'nün (204) beş yıldızlı konaklama işletmeleri iken % 20'sinin (60) dört yıldızlı olduğu ve sadece % 3,7'sinin (11) üç yıldızlı olduğu görülmektedir. Butik otel, müstakil apart otel, özel konaklama tesisi ve turizm kompleksi gibi tesis sınıf belirtilmeyen işletmelerin oranının da % 6,5 (19) olduğu görülmektedir.

Çalışmanın 'Tüketicilerin çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine sahip konaklama işletmelerine yönelik genel değerlendirmeleri nedir?' şeklinde ifade edilen birinci araştırma sorusuna ilişkin olarak Tablo 2'de ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin sundukları hizmetlere yönelik bu tesislerde konaklayanların genel değerlendirme, konum, uyku kalitesi, odalar, hizmet, değer ve temizlik başlıkları altında çevrimiçi değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Tablo 2'ye göre tüketiciler ÇDKT belgeli tesislerin en çok temizliğinden memnun kalmaktadırlar. Bunu işletmelerin konumu, hizmeti ve odaları takip etmektedir. Tüketicilerin en az memnun kaldıkları ise uyku kalitesi olarak görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin ödedikleri ücret karşılığında aldıklarından diğer boyutlara göre memnun kalmadıkları görülmektedir. Buna rağmen genel değerlendirmenin beş üzerinden 4,21 olduğu görülmektedir.

Çalışmanın 'ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin tesis türü ile tüketici değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?' şeklinde ifade edilen ikinci araştırma sorusuna ilişkin olarak konaklama işletmelerinin tesis türleri ile genel değerlendirme, konum, uyku kalitesi,

odalar, hizmet, değer ve temizlik başlıkları altında yapılan tüketici değerlendirmeleri arasındaki farkı test etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmış ve bulgulara Tablo 3’de yer verilmiştir.

Tablo 2. ÇDKT Belgeli Tesislere Ait Çevrimiçi Tüketici Değerlendirmeleri

Tüketici Boyutları	Değerlendirme	N	Min.	Mak.	Ort.	s.s.
Temizlik		287	2,50	5,00	4,40	0,36
Konum		287	3,00	5,00	4,37	0,31
Hizmet		287	2,00	5,00	4,22	0,41
Odalar		287	2,50	5,00	4,21	0,41
Değer		287	2,00	5,00	4,13	0,41
Uyku Kalitesi		287	2,50	5,00	4,06	0,41
Genel Değerlendirme		287	2,00	5,00	4,21	0,40

Tablo 3’e göre konaklama işletmelerin tesis türleri ile tüketicilerin işletmelere yönelik genel değerlendirmeleri, işletmelerin hizmeti, tüketicilerin ödedikleri ücret ve karşılığında algıladıkları kaliteyi ifade eden değer boyutları arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$). Buna karşılık işletmelerin tesis türleri ile tüketicilerin işletmelerin konumuna, uyku kalitesine, odalarına ve temizliğine ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılıkların hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için de Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, tüketicilerin işletmelerin konumlarına yönelik değerlendirmelerine bakıldığında özel konaklama tesislerinin konumlarına yönelik değerlendirmeler ile oteller ve termal otellerin konumlarına yönelik değerlendirmeler arasında anlamlı bir fark olduğu ve özel konaklama tesislerinin diğer işletmelere göre daha çok beğenildiği görülmektedir.

Uyku kalitesine yönelik tüketicilerin değerlendirmelerine bakıldığında özel konaklama tesisleri ile termal oteller arasında anlamlı bir fark olduğu ve özel konaklama tesislerinin uyku kalitesinin termal otellerin uyku kalitesine göre daha çok beğenildiği görülmektedir. Tablo 3’e göre konaklama işletmelerinin odalarına ilişkin olarak tüketici değerlendirmelerine bakıldığında butik oteller ile tatil köyleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve butik otel işletmelerinin odalar bakımından tatil köylerine göre daha çok beğenildiği görülmektedir. Konaklama işletmelerinin temizliklerine yönelik tüketici değerlendirmelerine bakıldığında butik oteller ile termal oteller arasında anlamlı bir fark olduğu ve butik otellerin odalarının termal otel işletmelerinin odalarına oranla daha çok memnuniyet oluşturduğu görülmektedir. Bu durumda tüketicilerin ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinden özel konaklama tesisleri ve butik otellerden diğer konaklama işletmelerine göre daha çok memnun olmaktadır.

Tablo 3. ÇDKT Belgeli İşletmelerinin Tesis Türü İle Tüketici Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Otel (n: 235)		Termal Otel (n: 9)		Butik Otel (n: 7)		Müstakil Apart Otel (n: 5)		Tatil Köyü (n: 20)		Özel Kon. Tesisleri (n: 5)		Diğer (n: 6)		F	p
	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s		
Genel D.	4,19	,40	4,05	,39	4,50	,50	4,10	,41	4,25	,25	4,60	,41	4,41	,37	2,02	,062
Konum	4,36	,30	4,22	,44	4,64	,37	4,20	,44	4,35	,28	4,80	,27	4,50	,00	3,26	,004*
U.Kalitesi	4,05	,41	3,83	,25	4,42	,18	3,80	,44	4,10	,30	4,50	,50	4,25	,27	3,04	,007*
Odalar	4,22	,40	4,05	,46	4,57	,34	4,10	,41	3,95	,27	4,50	,50	4,50	,44	3,57	,002*
Hizmet	4,21	,40	4,00	,43	4,35	,47	4,10	,54	4,25	,34	4,50	,50	4,50	,31	1,53	,168
Değer	4,17	,41	3,83	,43	4,28	,39	4,20	,57	4,15	,28	4,30	,57	4,33	,25	1,34	,237
Temizlik	4,40	,36	4,27	,26	4,78	,26	4,30	,27	4,32	,33	4,60	,41	4,66	,25	2,50	,023*

* $p < 0,05$ ^{a,b,c} Her bir boyut için farklı harfleri içeren gruplar arasındaki fark önemlidir.

Çalışmanın ‘ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin tesis sınıfı ile tüketici değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?’ şeklinde ifade edilen üçüncü araştırma sorusuna ilişkin olarak konaklama işletmelerinin tesis sınıfları ile genel değerlendirme, konum, uyku kalitesi, odalar, hizmet, değer ve temizlik başlıkları altında yapılan tüketici değerlendirmeleri arasındaki farkı test etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmış ve bulgulara Tablo 4’te yer verilmiştir.

Tablo 4. ÇDKT Belgeli İşletmelerinin Tesis Sınıfı İle Sundukları Hizmetlerin Karşılaştırılması

	3 yıldız (n:10)		4 yıldız (n: 59)		5 yıldız (n: 199)		Yıldız Belirtilmemiş** (n: 19)		F	p
	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s	Ort.	s.s		
Genel Değ.	4,30	,25	3,99	,53	4,25	,33	4,52	,44	9,06	,000*
Konum	4,55	,15	4,27	,39	4,37	,27	4,55	,40	5,27	,001*
Uyku Kalitesi	4,20	,34	3,92	,46	4,08	,38	4,26	,45	4,53	,004*
Odalar	4,45	,36	4,04	,49	4,23	,36	4,44	,43	6,99	,000*
Hizmet	4,35	,24	4,10	,52	4,23	,36	4,34	,47	2,71	,045*
Değer	4,25	,35	3,98	,56	4,15	,34	4,28	,45	4,04	,008*
Temizlik	4,55	,36	4,28	,48	4,41	,31	4,60	,35	4,71	,003*

* $p < 0,05$ ^{a,b,c} Her bir boyut için farklı harfleri içeren gruplar arasındaki fark önemlidir.

** Butik otel, müstakil apart otel, özel konaklama tesisi ve turizm kompleksi

Tablo 4’e göre işletmelerin tesis sınıfları ile tüketici değerlendirmelerinin tüm boyutları arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık olduğu görüldüğünden ($p < 0,05$) bu farklılıkların hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, tüketicilerin işletmelere yönelik genel değerlendirmelerine bakıldığında dört yıldızlı işletmeler ile beş yıldızlı ve yıldız belirtilmeyen işletmeler arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark olduğu ve yıldız belirtilmeyen tesislerinin dört ve beş yıldızlı işletmelere göre daha çok beğenildiği görülmektedir. İşletmelerin konumlarına yönelik tüketici değerlendirmelerine bakıldığında üç

ve dört yıldızlı işletmeler ile yıldız belirtilmeyen işletmeler ile dört yıldızlı konaklama işletmeleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve üç yıldızlı konaklama işletmelerinin dört yıldızlı konaklama işletmelere göre daha çok beğenilirken yıldız belirtilmeyen işletmelerin dört yıldızlı işletmelere göre daha çok beğenildiği görülmektedir. Uyku kalitesine yönelik tüketicilerin değerlendirmelerine bakıldığında dört yıldızlı işletmeler ile beş yıldızlı ve yıldız belirtilmeyen işletmeler arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark olduğu ve yıldız belirtilmeyen tesislerinin uyku kalitesi bakımından dört ve beş yıldızlı işletmelere göre daha çok beğenildiği görülmektedir.

Konaklama işletmelerinin odalarına yönelik tüketici değerlendirmelerine bakıldığında dört yıldızlı işletmeler ile üç ve beş yıldızlı ve yıldız belirtilmeyen konaklama işletmeleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve dört yıldızlı işletmelerin odalar bakımından diğer konaklama işletmelerine göre en az memnun kalınan tesis sınıfı olduğu görülmektedir. Değer boyutuna yönelik tüketicilerin değerlendirmelerine bakıldığında dört yıldızlı işletmeler ile beş yıldızlı ve yıldız belirtilmeyen işletmeler arasında istatistikî olarak anlamlı bir fark olduğu ve yıldız belirtilmeyen tesislerinin dört ve beş yıldızlı işletmelere göre daha çok beğenildiği görülmektedir. Konaklama işletmelerinin temizliklerine yönelik tüketici değerlendirmelerine bakıldığında dört yıldızlı işletmeler ile yıldız belirtilmeyen konaklama işletmeleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve yıldız belirtilmeyen işletmelerin temizlik boyutu bakımından dört yıldızlı işletmelere göre daha çok memnuniyet oluşturduğu görülmektedir. Buna göre tüketicilerin, resmi sınıflamalara göre yıldızlar ile tesis sınıfları belirtilmeyen ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinden butik otel, müstakil apart otel, özel konaklama tesisi ve turizm kompleksi işletmelerinden daha çok memnun kaldıkları görülmektedir.

SONUÇ

Bu araştırma çevreye duyarlı konaklama tesis belgesini sahip konaklama işletmelerinin tesis türü ve tesis sınıf değişkenlerini temel alarak tüketicilerin bakış açısıyla sundukları hizmetleri nasıl algılandıklarını incelemektir. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye’de 31 farklı ilde toplam 294 tane konaklama işletmesi ÇDKT belgesine sahiptir. Bu durum Türkiye’deki tüm konaklama tesislerinin yaklaşık % 7’sinin ÇDKT belgeli işletme olduğunu göstermektedir.

Tüketicilerin değerlendirme yaptığı altı boyut temel alındığında araştırma sonuçlarına göre ÇDKT belge tesislerde tüketicilerin en beğendikleri işletmelerin temizliği olmuştur. Bunu işletmelerin konumu, hizmeti, odaları, değer izlemektendir. Bu altı boyut içinde en az beğenilen ise uyku kalitesi olduğu görülmektedir. Araştırmanın bu sonucu 2013 yılındaki 29

konaklama işletmesine ait veriler kullanılarak yapılan Bertan, Bayram ve Kırklar'ın (2014) çalışması ile kıyaslandığında temizlik boyutunun her iki çalışmada da birinci sırada yer alırken aradan geçen üç yılda oda ve uyku kalitesinde gerileme yaşanırken konum ve hizmet boyutlarında belgeli işletmelerin tüketiciler tarafından daha başarılı olarak değerlendirildikleri görülmektedir.

ÇDKT belgeli konaklama işletmelerinin tesis türü ile tüketici değerlendirmeleri arasındaki ilişkiye bakıldığında özel konaklama tesisleri ve butik otellerin diğer konaklama işletmelerine göre tüketiciler tarafından daha olumlu algılandıkları görülmektedir. Benzer durum tesis sınıfı içinde geçerlidir. Üç yıldızlı otel işletmeleri ile turizm mevzuatı gereği bir sınıfa dâhil edilmeyen işletmeler (özel konaklama tesisi, butik otel vb.) diğer tesis sınıflarına göre tüketiciler tarafından daha çok memnun kalan işletmeler olarak belirtilmektedir. Bu durum kişisel hizmet sunmayı hedefleyen tesis türlerinin diğer işletmelere oranla daha çok tüketicilerini memnun ettikleri şeklinde yorumlanabilir. Bu memnuniyetin üzerinde sahip olunan ÇDKT belgesinin etkili olup olmadığı ise ancak bu işletmelerin aynı bölgedeki ve/veya aynı sınıftaki işletmeler ile yapılabilecek kıyaslamalar ve derinlemesine konuk görüşmeleri ile yapılabilecektir. Bununla birlikte ÇDKT belgeli tesislerin tüketicilerin bakış açısıyla genel ortalaması 4,22 iken TripAdvisor'daki otel işletmeleri bağlamında Türkiye ortalamasının 4,27 olduğu (Bayram, 2015) göz önüne alındığında bu işletmelerin Türkiye ortalamasının altında olduğu görülmektedir.

Ayrıca araştırma sonuçlarına göre sadece bir konaklama işletmesi TripAdvisor sayfasındaki görseller kısmında ÇDKT belgesine ilişkin görsel kullanmaktadır. Oysaki Caso ve diğerleri (2015) internetten yapılan rezervasyonların sertifikalı konaklama işletmelerinin seçim ihtimalini artırdığını bu nedenle de işletmelerin bu sertifikalara ait görsel ve logolarını web sitelerinde veya diğer çevrimiçi kanallarda kullanmaları gerektiğini önermektedir. Buna göre konaklama işletmeleri sahip oldukları ÇDKT belgelerini ve bunların önemini mevcut ve potansiyel tüketicilerine ulaştırabilecekleri çalışmaları uygulamaları tüketicilerin bu işletmeleri tercih etmelerinde etkili olacaktır.

İleriki çalışmalarda diğer konaklama işletmeleri kıyaslamaların yapılması, yorum yazarların demografik özellikleri ile karşılaştırılmaların yapılması ve yorumların metin kısımlarında işletmelerin çevreye duyarlı konaklama tesis olma özelliklerine göre bir farkındalık olup olmadığının incelenmesi faydalı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Bayram, M. (2015), Otel İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Tüketici Değerlendirmelerinin Analizi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Bertan, S., Bayram, M ve Kırlar, B. (2014), "Evaluation of the Social Media Users' Comments Towards Eco-Friendly Accommodation Establishments", Editör: Recef Efe and Münir Öztürk, Tourism, Environment and Ecology in the Mediterranean Region (pp. 283-295). UK: Cambridge.
- Caso, L., Iglesias, V., & De La Ballina, F. J. (2015), Quality Certifications as Hotel Selection Criteria. In *Achieving Competitive Advantage through Quality Management* (pp. 95-110). Springer International Publishing.
- Çimen, R. ve Baykal, D. (2015), "Sürdürülebilir Turizm ve Ekoturizm Sertifikaları", Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 14-16 Mayıs, Gümüşhane.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2016), "Turizm Tesisleri", <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> 01.02.2016 tarihinde erişilmiştir.
- Lee, J. S., Hsu, L. T., Han, H., & Kim, Y. (2010), "Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioural intentions", *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901-914.
- Manganari, E. E., Dimara, E., & Theotokis, A. (2015), "Greening the lodging industry: Current status, trends and perspectives for green value", *Current Issues in Tourism*, 1-20.
- Öztürk, Y. ve Karacaer, S. S. (2015), "Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Yaklaşımı Kapsamında Yeşil Yıldız Uygulaması: Double Tree By Hilton Avanos-Cappadocia Örneği", Doğu Karadeniz Sürdürülebilir Turizm Kongresi, -16 Mayıs, Gümüşhane.
- Peiró-Signes, A., Verma, R., Mondéjar-Jiménez, J., & Vargas-Vargas, M. (2014), "The impact of environmental certification on hotel guest ratings", *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 40-51.
- Susskind, A. M. (2014), "Guests' reactions to in-room sustainability initiatives an experimental look at product performance and guest satisfaction", *Cornell Hospitality Quarterly*, 1938965514533744.
- Tripadvisor, Inc. (2016), "About TripAdvisor", http://www.tripadvisor.com/PressCenter-c6-About_Us.html 10.02.2016 tarihinde erişilmiştir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MUTFAK KÜLTÜRÜ KAPSAMINDA EĞİRDİR MUTFAK KÜLTÜRÜNDE YÖRESEL YİYECEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Ömer Kürşad TÜFEKÇİ¹

Gürkan KALKAN²

ÖZET

İnsan odağında var olan hizmet sektörü sürekli bir yenilenme ve değişim içerisindedir. Hizmet sektörü durağan olmama, soyut olma ve eşzamanlılık ilkeleri doğrultusunda yenilenmekte ve yeni imajlarla karşımıza çıkmaktadır. Hizmet sektörünün yeni trendlerinden olan gastro turizm, yeni bir destinasyon yaratma anlayışıyla turizm sektöründe kendisine yer bulmaya başlamıştır. Gastro turizm, her yıl yeni konseptlerle turist çekme çabasında olan turizm sektöründe hem kalite açısından hem de folklorik değerlerin tanıtımı açısından önemli yere sahiptir. Gastro turizm temelini oluşturan yiyecek-içecek kültürü aynı zamanda sunulan bölgelerin yaşanmışlıklarını, kültürlerini ve o bölgeyi tanımlayacak her şeyi bir tabakta turiste sunma imkanı sağlamaktadır. Soyut nitelikteki birçok kelime yemekler sayesinde somut bir anlam kazanarak bölgenin tanıtımı için daha etkili sonuçlar ortaya çıkarma imkanı sunmaktadır. Zengin çeşitliliğe ve yaşanmışlıklara sahip olan Anadolu mutfak kültürü, gastro turizm için yeterli destinasyon olgusuna sahip konumdadır. Bu turizm çeşitliliğinin uzun soluklu olması ve mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarabilmesi açısından sürdürülebilir bir yiyecek politikası ile hareket edilmelidir. Hem kültürün hem hizmet sektörünün hem de üretilecek yemeklerin hammaddesi olan yiyeceklerin devamlılığı açısından *Sürdürülebilir Mutfak Kültürünün* planlaması ile var olan değerler koruma altına alınabilir. Bu kapsamda ele alınan bu çalışmada *Eğirdir Mutfak Kültürünün* günümüze taşınan ve hala restaurant menüsünde yer alan yiyeceklerinin sürdürülebilir mutfak anlayışının oluşturulabilmesinin vurgulanması amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine ilişkin öneriler üzerinde durularak, ilgili literatüre katkı sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Mutfak Kültürü, Sürdürülebilirlik, Eğirdir.

GİRİŞ

Mutfaklar, insanoğlu var olduğundan beri günümüze kadar varlığını sürdürmüş ve insanla birlikte değişime uğramıştır. İnsanoğlunun gelişmesi, coğrafyanın değişmesi, fiziksel olanakların değişmesi ve iklimlerin değişmesi doğrudan mutfakların gelişmesine olumlu-olumsuz etkileri olmuştur. Bu değişimler beraberinde kültürlerarası mutfak esinlenmelerine

¹ Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği, omertufekci@sdu.edu.tr

² Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Aşçılık Programı, gurkanalkan@sdu.edu.tr

ve içerik çeşitlenmesine neden olmuştur. Mutfakların tarihsel gelişimi sürecinde çevresi ve insan ile iki yönlü etkileşim halinde olmuştur. Bunlardan birincisi mutfağın üretmiş olduğu ürünler, diğeri ise mutfağın etkilendiği çevresidir (Boudan, 2006:13). Mutfaklar her ne kadar durağan sistemler olarak görünse de, mutfaklar insanın değişimi ile birlikte sürekli hareket halinde oldukları gözlemlenmiştir. Mutfaklar insanların yaşam koşulları, inançları, kültürleri, ekonomik değerleri ve hatta eğitim düzeylerinden etkilenen biyolojik çeşitlilikleri barındırmaktadır. Mutfaklar içerisinde sadece yiyecek-içecek maddelerini değil aynı zamanda bulunduğu bölge, yöre ve kültüre ait yaşanmışlıkları barındırmaktadır. Birçok mutfakta yer alan yemeklerin hikâyesi, yaşanmışlıkları ve iletileri yer almaktadır. İnsanlarla birlikte eşzamanlı hareketlerden ve ayrılmayan mutfaklar içerisinde kendilerine has kültürleri barındırmaktadır. Üretilen yiyeceklerin içeriğine bakılarak hangi coğrafya, hangi bölge ve hatta hangi yöreye ait olduğu bilinebilmektedir. Her mutfak üretildiği yerin izlerini taşımaktadır. Mutfakların insan ile olan büyüme, gelişme, çeşitlenme ve zamana ayak uydurma özelliği “**Mutfak Kültürü**” olarak tanımlanabilecek terimlerin kullanılabilirliğini göstermiştir. İnsan ve çevre ne kadar değişirse değişsin mutfak üretim teknikleri ve hammadde bakımından bulunduğu kültürden bağıni kopar(a)mamıştır. Yaşanılan coğrafya da biyolojik ve ekolojik çeşitlenme ile karşılaşılabilen durumlar haricinde üretim tekniklerinin nerdeyse değişmediği mutfak kültürünün gelecek kuşaklara ulaşmasında var olan hammaddelerin korunması önemli rol oynamıştır. Mutfak Kültürlerinin sürdürülebilirliği sadece insanların bilgileri gelecek nesiller için saklayıp aktarmasına değil aynı zamanda o kültürün oluşumuna katkı sağlayan yiyecek ve içeceklerin korunarak diğeri nesillere ulaşmasını sağlamak ile olabilmektedir. Mutfak kültürü ve yöresel yiyeceklerin sürdürülebilirliği var olan kaynakların ve değerlerin korunması, bizden sonraki nesillere aktarımı ile mümkün olabilmektedir.

Mutfak Kültürü

Kültür, toplum içerisinde insanların yaşamlarını ve paylaştıklarını yansıtan her şey olarak tanımlanabilmektedir (Güney, 2000: 30). Kültür kavramının içerisinde tarım, ticaret, aile yaşam biçimleri, dinsel törenleri, kutlamaları ve hatta tuttukları yas dahi girebilmektedir. Bunlar içerisinde yemekli organizasyon daima yer alan, hatta sayılan tüm bu etkinliklerde tamamlayıcı vazifesi gören toplumların birleştiricisi konumundadır (Giddens, 2000: 189). Ülkemiz için yemek kültürü Orta Asya’da başlamış ve Anadolu’ya kadar gelen hareketlilik ile varlığını sürdürmüştür. Daha önceleri basit pişirme teknikleriyle sadece karın doyurma odaklı bir zorunluluk iken, günümüzde yiyecek üretme ve yeme için özel vakit ayrılması bu

çalışmayı başka bir boyuta taşınmasına katkı sağlamıştır. Montanari (2006: 29-149), mutfak üzerine yaptığı çalışmalarda pişirme faaliyetini insanın doğada var olan ürünlerin tamamen farklılaştırıldığı mükemmel faaliyetler olarak tanımlamıştır. Doğada işlenmemiş olarak bulunan ürünler sıradan pişir-tüket hareketliliğinden günümüzde insanları bir araya getiren etkinlikler haline dönüştüren bir süreç olarak devam etmektedir. Sadece yaşamsal faaliyeti sürdürme adına yapılan üretim, zamanla bu faaliyetlerden çıkmış günümüzde insanların etkileşim, sosyalleşme ve özel günlerinin ortak paylaşımını sağlayan araçlar konuma gelmiştir. Bu faaliyetler esnasında insan duygu, düşünce ve yaşam koşullarını da aynı tencerede pişirdiği için üretilen yiyeceklerde sadece yemekler değil yaşanmışlıklarda harmanlanmıştır. Üretim anlayışı ile başlayan süreç insanın maddi ve manevi doygunluğunu sağlayan, toplumda saygınlık kazanma adına yapılan eylemler boyutuna taşınmıştır. Böylece tarihimizde yer alan medeniyetlerin yaşam koşulları, beslenme tarzları ve hatta o medeniyetlerin kültür seviyesini günümüze kadar taşıma görevi gören yiyecek-içecek reçetelerinden mutfak kültürlerini öğrenmek mümkündür (Mehmet, 1992: 149). Çünkü mutfak kültürünün bir parçasını oluşturan yemek yeme kültür içerisinde eylemsel bir şekil olmayıp aynı zamanda bulunduğu dönemin izlerini taşımaktadır (Yıldız, 2015: 10). Mutfak, ulusların yaşamış oldukları topraklarla birlikte onların yaşantılarının kodlarını taşırlar. Mutfaklardan çıkan ürünlerden adeta o milletin tüm verilerine ulaşılabilir (Közlme, 2012: 8). Tezcan (2000: 1)’a göre mutfak kültürünün çıktısı olan yiyecekler kültürün bütünlüyici ayaklarını oluşturmaktadır.

Mutfak kültürünün yansımaları konusunda geleneklerimizde toplu tüketime yönelik yapılan etkinlikler fazlasıyla bulunmaktadır. Toplum içinde düzenlenen organizasyonlarda bir etkinlik etrafında yemek tüketme alışkanlığı gücün ve bir grubun mensubu olma aidiyet duygusunun perçinlenmesini yansıtmaktadır. Topluca yapılan bu etkinlik mutfak kültürünün toplumsallaşma, paylaşma, ortak amaç ve değerler için bir araya gelme sembolünü oluşturmaktadır (Beşirli, 2010: 162). Ülkemizde tüketilen yiyecek ve içecek ürünlerinde, Türk toplumunun örf-adet esintileri görülmektedir. Yiyeceklerin porsiyon miktarından sunum şekillerine kadar görsel temaların altında ülkemizde insanların ortak paylaşım sağladığı, eğlendiği, ağladığı ve dünyaya gelişi kutladığı tüm etkinliklerin içerisinde yemekler görülebilmektedir. Üretilen yiyecek-içeceklerin günün anlam ve önemine uygun mönüler içerdiği de bilinmektedir (Avcıkurt vd., 2007). Mutfak kültürlerinin taşıdığı anlamları biraz daha üst perdeden inceleyen Anthelme Brillat-Savarin yemeklerin insanlar üzerinde ki etkileri üzerine yaptığı çalışmalardan “Bana ne yediğini söyle; sana kim olduğunu söyleyeyim”

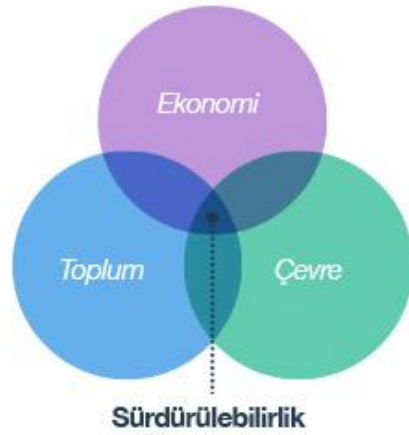
kanısına ulaşan bir tanımlama yapmıştır (Bober, 2003: 12). Mutfaklar aynı zamanda insanlar ve kültürler arasındaki farklılıkları yansıtan değerler taşırlar. Bu farklılıklar milletler, coğrafyalar ve insanlar arasındaki kültürel çeşitlenmenin ürünüdür (Dedeoğlu vd, 2005: 82). Tüketilen yemekler esnasında toplumla olma ve toplum içerisinde uyulması gereken kurallara göre yiyecek tüketmesi ve davranılması gibi sosyal değerler mutfak kültürünün oluşmasında rol alırlar (Ögel, 1982: 16). Mutfak Kültürü oluşturmada kullanılan yemek sembolik bir anlam ifade etmekte olup asıl hedef insanların bir araya gelmesini sağlamaktır (Sceats, 2000: 92).

Sürdürülebilir Mutfak Kültürü

Kültürler yaşatıldıkça ve zamana direnç gösterdikçe güçlenmekte ve değer bulmaktadır. Mutfak kültürü belli oranda hammadde sabitliği ve üretim tekniklerinin belli oranda standart olması bakımından sürdürülebilirlik anlamında zamana direnebilen ve kendini gelecek dönemlere saklayabilen turizm hareketliliklerindendir. Yeme-içme odaklı turizm hareketliliği (Gastro Turizm) sayesinde turistler seyahatlerde bulundukları destinasyon alanına kültürel anlamda yakınlık kurmaktadır (Plummer vd, 2005: 448). Bu yakınlık sayesinde mutfak kültürü üzerine kurulu turizm hareketlilikleri daha güçlü temellere sahip olmaktadır. Var olan dini, milli, gelenek-görenek, yeme-içme alışkanlıkları, coğrafi özellikler vb. gelecek kuşaklara taşındığı sürece bir ülke, bölge, yöre ve hatta semte dair sürdürülebilir fayda yaratma olanakları mümkün olabilecektir (Şengül ve Türkay, 2015: 601). Mutfak kültürlerinin sürdürülebilirliği var olan gelenek-görenek, yaşam koşulları vb. çevresel değerlerin yanında mutfağın hammaddesi olan yiyeceklerin de korunması ile mümkün olacaktır. Çok çeşitli yemek kültürlüğüne sahip olmak yetmemekte aynı zamanda o kültürün devamlılığını sağlayabilmekte gerekmektedir (Karaca vd, 2015: 3).

Mutfağın üretim sonrası çıktılarının yeme-içme eylemini zorunluluktan arayış, yeni tatlar ve bu etkinlik için zaman-para ayırma seviyesine getiren turistlere sunumu bu kültürün devamlılığı adına yapılmış çalışmalardır. Yeme-içme eyleminin bütünleşik olarak sanat halini alıp turizm pazarına kazandırılması mutfak kültürlerini koruyacak ve sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak çalışmalardır (Durlu vd., 2012: 63). Sürdürülebilir mutfak kültürü için sadece yiyeceklerin değil örf, adet, gelenek-görenek ve içinde yaşanmışlıkların olduğu folklorik değerlerinde daha sonraki kuşaklara aktarımı ile mutfak kültürü ayakta kalacaktır. Bu aşamada mutfak kültürü çevresinden yalıtılmadan onu oluşturan çevresini tahrip etmeden, doğal ortamından tecrit edilmeden korunması ile sürdürülebilirliği sağlanabilmektedir (Kaya, 1997: 178). Hızlı gelişen çevre koşullarının var olan değerleri etkisine alıp çevre, ekoloji, kalkınma ve doğal kaynakları tüketmemesi adına Johannesburg Zirvesi'nde (2002) alınan

önlemler aynı zamanda mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlamıştır. Mutfak Kültürlerinin gelecek nesillere ve gelecek gastro turizmcilere ulaştırılabilmesi adına yapılan çalışmalardan günümüzde bir diğeri bölgelerin öne çıkan ürünler adına **Coğrafi İşaretleme**lerin yapılmasıdır. Coğrafi işaretleme ile belirgin niteliği olan ürünler özelliklerinden dolayı yöreye has temaları ile kayıt altına alınır. Kayıt altına alınan ürünler o destinasyon alanının tanıtımında önemli rol oynar (<http://www.tpe.gov.tr>). Sürdürülebilirlik adına mutfak kültürünün korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması için coğrafi işaretleme var olan verilerin tescillenmesi, korunması görevini üstlenmektedir. Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği için atılan ilk adımı oluşturmaktadır. Yöresel yiyecekleri koruma adına yapılan diğeri adım ise haksız rekabete karşı ve tüketici aldatılmasına karşı alınabilecek önlemlerle mümkün olmaktadır. Alınacak bu önlemlerle sürdürülebilirlik adına mutfak kültürü devamlılığını sağlayarak, gelecek kuşaklara ulaştırılabilir (<http://www.dunyagida.com.tr>).



Şekil 1: Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği

Kaynak: www.sustainova.com.tr

Sürdürülebilirlikle ilgili yapılacak olan çalışmalara Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) raporları da katkı sağlamaktadır. Çevreyi ve ekolojik sistemi koruma odaklı çalışan yöntem direkt olarak mutfak kültürünün de korunmasına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. 1987 Brunland Raporu (Ortak Geleceğimiz) ile sürdürülebilir kalkınma adına günümüzde yer alan kaynakların gelecek kuşaklara aktarımı için alınan kararlar yer almaktadır (<http://www.yildiz.edu.tr>). Çevresel etki değerlendirme raporu, çevre üzerinde insan eliyle gerçekleşen değişimlerin doğal ortam ile uyumu sağlamayı odaklayan çalışmalar yürütmektedir. ÇED raporları uygulandıkları alanlarda mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması adına dolaylı olsa da destek vermektedir. Dünyada mutfak

kültürlerinin korunması adına düzenlenmiş direkt bir çalışma bulunmamaktadır. Ancak mutfak kültürünün temelini oluşturan yiyecek-içecekler, çevre koruması adına alınan kararlarla dolaylı olsa da sürdürülebilirliği için koruma altına alınmaktadır. Kaynakların, Rio Deklarasyonu ile kalkınma için koruma altına alınması var olan değerlerin ömrü için önem taşımaktadır (www.yildiz.edu.tr). Açıklanan bilgilerde koruma görevlerinin çoğunluğu yasal yollarla gerçekleştirilmektedir. Bahsi geçen sektörlerden kazanç sağlayan ve kültürlerini gelecek nesillere ulaştırmak isteyenlerinde alınan önlemlere destek vermesi, takibini sağlaması gerekmektedir. Sürdürülebilirlik kararlarının hedefine ulaşılabilmesi için işleyiş sektör, halk ve çevre dâhil edilmelidir. Sürdürülebilir çevre ve ekonomiklik adına günümüzde bu anlayışı topluma da özümsetilmeye çalışılmaktadır. Çalışmanın paydaşları yerel yönetimler ve sivil derneklerdir (Uslu ve Kiper, 2006: 306-308). DAYKO'nun Trakya bölgesinin yemek kültür ve mirasını koruma adına yaptığı çalışmalar mutfak kültürünün devamlılığı adına güzel örneklerdendir. Proje kapsamında var olan mirasın korunup genç nesillere aktarımı da hedeflenmiştir (www.dayko.org.tr). Mutfak Kültürünün ve onu saran çevrenin korunması hem turizm açısından hayati önem taşımakta hem de mirasın gelecek kuşaklara aktarımı adına büyük önem taşımaktadır (Gündüz, 2004: 58-66).

Eğirdir Mutfak Kültüründe Yöresel Yiyeceklerin Sürdürülebilirliği Üzerine Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

Isparta İli Eğirdir İlçesi bulunduğu konum itibariyle destinasyon alanları içerisinde mutfak kültürünün verdiği gastro turizm katkılarıyla beslenen turizm noktalarındandır. İlçeye ismini veren göl hem destinasyon noktası oluşturmada hem de destinasyon odaklı mutfak kültürü oluşturmada katkısı bulunmaktadır. Göl, turizm hareketliliği için tema oluşturduğu gibi aynı zamanda gölden elde edilen mahsuller temanın tamamlayıcısı konumundadır. İlçenin *Yeşil Ada* olarak bilinen kısmı gelir kaynaklarının büyük kısmını turizm gelirlerinden oluşturmaktadır. Ada halkı geçim kaynağının balıkçılık, restoran ve pansiyonculuk olarak bilinmektedir (Anonmys, 1984:34). Bu gelirlerin de büyük çoğunluğu yiyecek-içecek üretimi odaklı restoran satışları oluşturmaktadır. Ada da Turizm Bakanlığına bağlı ve Belediye belgeli olmak üzere toplam 12 aktif adet yiyecek-içecek işletmesi bulunmaktadır (www.ispartakulturturizm.gov.tr). İşletme restoran menülerinde adaya has olan yiyeceklerin sunumu yapılmaktadır. Eğirdir ilçesi, yeşil ada olarak bilinen turizm sahasında adaya özel olan yiyecekler Sazan, Göl Levreği, Sudak, Kurma Balık ve Kerevit olarak bilinmektedir. Menülerde göl ağırlıklı ürünler yer almaktadır. İşletme sahipleri ile yapılan birebir araştırma yöntemi ile ada içindeki restoranlar da 2015 sonu itibariyle 29.800 kg göl levreğinin

tüketildiği bilgisine ulaşılmıştır. Porsiyonlama üzerinden gidildiği zaman sadece göl levreği tüketim oranı 198.000 adet olduğu gözlemlenmiştir. Bu verilerden yola çıkarak ada sakinlerinin Eğirdir İlçe merkezine göre geçim kaynakları tamamen farklı olması, göle ve ondan elde edilen ürünlere bağlı olması gölün korunmasının önemini göstermektedir. Yeşil Ada bütünleşik, birbirine bağımlı turizm ürünü içeren nadir destinasyon alanlarından. Hem restoran hem de pansiyonların göle olan bu vazgeçilemeyecek bağlılığı sürdürülebilirlik adına çevreye olan hassasiyetin artmasını sağlamıştır. Eğirdir Gölü kendine has özelliği ile hem içilebilir, kullanılabilir ve yüzülebilir su niteliği taşımaktadır (www.csb.gov.tr). Gölün koruma altına alınarak günümüz ve gelecek nesillere ulaşılabilmesi için 2872 Sayılı Çevre Kanunu kapsamında bazı önlemler alınmıştır (Resmi Gazete, 2004: 25687). Bu önlemler;

- Göl çevresinde yeni akaryakıt, gaz dolum ve kimyasal tesislere izin verilemez.
- Bu alanda yeni sanayi ve turizm kuruluşuna izin verilemez.
- Göl çevresinde yeni tarım alanı açılmasına izin verilemez.
- Göl etrafında katı atık, depolama ve çöp alanlarına izin verilemez.
- Hayvancılık adına göl etrafında halkın zorunlu ihtiyaçlarını karşılayacak kadar izin verilebilir.
- Yeni karayolu oluşturulmasına izin verilemez.
- Göl etrafında yürüyüş yolu, reaktif alanlar için izin verilebilir.
- Madencilik faaliyetine izin verilemez.
- Mevcut ağaç ve bitki, flora korunur.

Gölün doğal yaşam akışına katkı sağladığı tüm ürünler Göl Yeşil Kuşaklama Bölgesi olarak koruma altına alınmıştır (www.csb.gov.tr). Bu proje göl ve gölden hayat bulan tüm çeşitliliği kapsamaktadır. Bu kapsamda Eğirdir mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilirliği açısından göl odaklı alınan tüm kararlar aynı zamanda ondan beslenen diğer uzantıları da direkt etkilemektedir. Ada ve göl çevresinde yer alan mevcut yerleşim alanlarının atık su, drenaj vb. gibi durumlar içinde önlemler içeren kararlar alınmıştır (www.csb.gov.tr). Gölü görsel açıdan da koruma altına alan diğer bir kanunla azami su seviyesi 919 metre olarak belirlendi. Alınan diğer karar ise göl içerisinde balıkçılık faaliyetleri ve gezinti için kullanılacak fosil yakıtlı araçların su ve sintinelerini göle boşaltmamaları şartıyla izin verileceğidir (www.sabah.com.tr). Mutfak kültürüne sadece yemekler oluşturmamaktadır. Kültürü oluşturan diğer sac ayağı ise var olan folklorik değerlerin de koruma altına alınmasıdır. Eğirdir mutfağına ait yiyeceklerin kitap ve dergiler aracılığıyla yazılı hale getirilip kültür envanteri oluşturulması sürdürülebilirlik adına yapılmış çalışmalar arasındadır

(www.ispartakulturturizm.gov.tr). Eğirdir Gölü balık faunasının korunmasının adına alınan kararlarda göl tabiatının sürdürülebilirliği açısından önemli çalışmalar arasındadır. Bu kapsamda alınan kararların amacı ise (www.haber32.com.tr);

- Gölde kirliliğin azaltılmak,
- Balıkçılığın sürdürülebilirliğinin sağlanması,
- Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği,
- Göl çevresinde yapılan tarımı geliştirmek,
- Yaban hayatını desteklemek,
- Orman ekosisteminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır.

Yukarıda bahsi geçen tüm kararlar göl ve göl uzantılı doğal kaynakların mevcut haliyle bugün ve yarın için devamlılığını sağlamaya yönelik önlemleri kapsamaktadır. Eğirdir Gölü odaklı alınan kararlar aynı zamanda Eğirdir mutfak kültürünü ve sürdürülebilirlik için alınabilecek kararları kapsamaktadır.

SONUÇ

Gastronomi turizminin özellikle bölgeye sağlamış olduğu katkı, sürdürülebilir turizm anlayışının oluşmasında büyük rolünün olduğu söylenebilir. Tüketicinin satın alma gücünün artması ve tüketici tercihlerinin farklılaşması, yerel olarak üretimi sağlanan ürünler olarak ifade edilebilecek yemeklerin korunmasına ve bir miras olarak envanterinin tutulmasına, böylelikle yerel değerlerin korunmasına ve geliştirilmesine imkan tanıyacaktır. Deveci vd (2013) çalışmasında benzer bir vurgu yaparak, gastronomi turistlerinin yerel ürünlerle yapılan yemeklerin, yöresel olarak yetiştirilen veya yetişen besin maddelerinin tüketimi konusunda hassasiyet göstermekte olduğunu belirtmiştir. Bu yönüyle bu çalışmanın sonuçlarıyla örtüşen bir sonuca vurgu yapıldığı görülmektedir. Kesici (2012) ise kırsal turizme olan talebe yönelik yöresel yiyecek ve içecek kültürünün önemini belirlemek üzere bir araştırma yapmış ve Dünya genelinde birkaç örnek bölge incelenerek ülkemizde oluşturulabilecek bir kırsal turizm modeli için zengin yiyecek içecek kültürümüzden nasıl faydalanılabileceği hakkında öneriler sunmuştur. Çağlı (2012), yerel gastronomi kültürünü soyut yerel kültür varlıkları olarak, turizm amaçlı kullanılan en önemli değerlerden biri olduğuna; dünyada kültürel çeşitlik yaratan, toplumların kültürlerine, yaşamlarına ve geçmişlerine ışık tutan yapısına dikkat çekmektedir. Bu yönüyle de bu çalışmanın sonucunu destekleyen bir sonuçtan bahsedilmektedir. Bucak ve Aracı (2013) konuya bölgelerin gastronomi imajı açısından bakılması gerektiğini, turistik destinasyonlar hatta ülkeler için imaj yaratma sürecine yönelik

olarak stratejik iş birimlerini gerekli kıldığını vurgulamaktadırlar. Özellikle gastronomi imajı oluşturulabilmesine yönelik özel festival veya şenliklerin düzenlenmesi ve buna yönelik pazarlama çabaları stratejik iş birimlerinin oluşması açısından önem taşımaktadır.

Turizm adına var olan doğal ve kültürel kaynakların korunması bu sektörde devamlılık, etkinlik, verimlilik, kaynak tabanını canlandırmak, istikrarlı büyümek ve büyüme kalitesini sağlamak adına yapılacak çalışmaları kapsamaktadır. Eğirdir mutfağının ve bölgenin ana kaynağı olan Eğirdir Gölü için alınacak kararlar doğrudan Eğirdir turizmini etkilemektedir. Bu kapsamda her ne kadar alınan kararlar yeterli olmamaktadır. Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için daha güçlü ve etkin kararların alınması gerekmektedir. Bu kararlar arasında;

- Göl çevresindeki zirai mücadele ile ilgili kısıtlamalar ve atıkları sorunu,
- Fosil yakıtların göl içinde halen kullanıyor olması,
- Göl sirkülasyonunu ve balık geçişlerini engelleyen dolgu yolun kaldırılması,
- Eğirdir mutfağı ile coğrafi işaretleme yapılması,
- Ada restoranlarında yöresel odaklı yiyecekler yer verilmesi için destek sağlanması,
- Yöresel yiyecekler yöre okulları ders içeriklerine konulması yer alması gerekmektedir.

Eğirdir Mutfağının Sürdürülebilirliği bölgeye doğa hem de gastro amaçlı seyahat eden turistlerin devamlılığı ile güçlü kılınacaktır. Gastro Turizm için ideal konumda olan, şuan bu turizm çeşitliliğinden yeterli payını alamayan Eğirdir Mutfağı profesyonel çevre ve mutfak yönetimi ile amacına ulaşacağına inanılmaktadır.

Eğirdir mutfağının popülaritesinin artmasıyla beraber, popülariteye ilişkin seyahatlerin artması mutfak kültürü ve turizm arasındaki ilişkiyi, bir turist çekiciliği olarak mutfak kültürünün ele alınabileceğini, böylece Eğirdir ilçesinin turizm potansiyelinin arttırılabileceği söylenebilir. Literatürde bu ifadeyi destekleyen Hall (2003), Richards (2002), Joppe (2003), Cohen ve Avieli (2004), Wood (2001), Bessiere (1998) tarafından yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda da belirtildiği gibi; turistler için, beslenme ihtiyacının memnuniyeti gastronomi deneyimini oluşturmaktadır. Law ve diğerleri (2004) tarafından önerildiği gibi, mutfak kültürünün imajı ve kültürel kimliklerinin pazarlanması turizm destinasyonları için önemli bir yer edinmektedir. Ayrıca Durand ve diğerleri (2007) tarafından da belirtildiği gibi mutfak kültürü turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği için özgün bir potansiyellik oluşturmasıyla üzerinde özellikli çalışılması gereken bir anal olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- BESSIÈRE, J. (1998), Local Development And Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas, *Sociologia Ruralis*, 38 (1), 21-34.
- BEŞİRLİ, H. (2010), Yemek Kültürü ve Kimlik, *Milli Folklor*, Yıl 22, Sayı 87, Ankara
- BOBER, P.P., (2003), Kültür, Sanat ve Mutfak, Çev: Ülkün Tansel, Kitap Yayınevi, İstanbul
- BOUNDAN, C.(2006), Mutfak Savaşı-Damak Zevkinin Jeopolitiği, Çev: Sevgi Doğan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BUCAK, T. ve ARACI, Ü. E. (2013), Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 16 (30), 203-216.
- COHEN, E. ve AVIELI, N. (2004), Food in tourism: attraction and impediment, *Annals of Tourism Research*, 31, 755-778.
- ÇAĞLI, I. B. (2012), Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- DEDEOĞLU, Ö. A. SAVAŞCI, İ. (2005), Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması, *Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, C. 5, 12, İzmir
- DEVECİ B., TÜRKMEN S. ve AVCIKURT C. (2013), Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *International Journal of Social and Economic Sciences* 3 (2): 29-34,
- DURAND, R., RAO, H ve MONIN, P. (2007), Code and conduct in French cuisine: Impact of code changes on external evaluations, *Strategic Management Journal*, 28 (5), 455-472.
- DURLU, Ö. SÜNNETÇİOĞLU, F.(2012), Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına etkisi, *Türktarım Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlık Dergisi*, Sayı:206
- GİDDENS, A.,(2008), Sosyoloji, Anı Yayıncılık(Çev: Ali Esgin),İstanbul
- GÜNDÜZ, F. (2004), Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği, *PLANLAMA*, 1
- GÜNEY, S. (2000), Davranış Bilimleri, Nobel Yayınevi, Ankara
- HALL. M. C., SHARPLES, L., MITCHELL R., MACIONIS, N. ve CAMBOURNE B. (2003), Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets, Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- JOPPE, M., (2003), Optimising tourism DestinationDevelopment in Canada, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (6), 308-311.
- KARACA, B.O. ,YILDIRIM, O., ÇAKICI, C. A.(2015), Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*
- KAYA, İ.(1997),Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Balıkesir
- KESİCİ, M. (2012), Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü , *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23): 33-37.
- KÖZLEME, O.(2012),Türk Mutfağı Kültürü ve Din, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul
- LAW, R., CHEUNG, C. ve LO, A. (2004), The Relevance of Profiling Travel Activities for improving Destination Marketing Strategies, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (6), 355-362.
- MEHMET, A.M.(1992),Romanya’da Yaşayan Türk Mutfağı, Feryal Matbası, Ankara
- MONTANARİ, M.(2006), Food is Culture, Colombia University Press, Colombia
- ÖGEL, B. (1982) , Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi Gelenekleri, Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, Kültür Turizm Bakanlığı Araştırma Dairesi Yayınları, Ankara
- PLUMMER, R., TELFER, D., HASHİMOTO, A. VE SUMMERS, R. (2005). Tourism Management Beer tourism in Canada Along the Waterloo-Wellington Ale Trail , 26/3, 447 – 458
- RESMÎ GAZETE, (2004) Su Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği, 25687 Sayı, 21.12.2004

- RICHARDS, G. (2002), *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption* Tourism and Gastronomy, Routledge, London.
- SCEATS, S. (2000), *Food, Consumption and The Body in Contemporary Women's Fiction*, London: Cambridge University Press.
- ŞENGÜL S., VE TÜRKEY, O. (2015) ,*Gastronomi Turizmi Bağlamında Akdeniz Mutfak Kültürünün*
- TEZCAN, M. (2000), *Türk Yemek Antropolojisi*, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara
- Turistik Ürün Olarak Kullanılması, IV. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Hatay
- USLU, A. VE KİPER T. (2006), “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*
- WOOD,N.E. (2001), *The interdependence of farming and tourism in Vermont: quantifying the value of the farm mindscape*, Unpublished Masters thesis, Department of Community Development and Applied Economics, University of Vermont.
- YILDIZ, F. (2015), *Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Slow Food ve Günümüz Tüketim Kültüründe Slow Food'un Algılanması*, *Eko-Gastronomi Dergisi*, ISSN:2148-404X
- www.csb.gov.tr/gm/cygm/index.php?Sayfa=duyurudetay&Id=66 (E.T: 28.02.2016)
- www.dayko.org.tr/Proje-Trakya_Bolgesi_Tarihi_Yemek_Kultur_Mirasi-514700.html (E.T: 01.03.2016)
- www.dunyagida.com.tr/yazar.php?id=20&nid=2878 (E.T:02.03.2016)
- www.haber32.com.tr/egirdir/haber/egirdir-de-3-yil-avlanma-yasagi-2873h.html (E.T: 03.03.2016)
- www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71101/bakanlik-ve-belediye-belgeli-tesisler.html (E.T:03.03.2016)
- www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa , (E.T:10.03.2012)
- www.sabah.com.tr/yesilekran/2012/05/18/egirdir-golune-ozel-koruma (E.T: 29.02.2016)
- www.sustainova.com.tr/hizmetler.html (E.T: 08.03.2016)
- www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/commonContent/CAbout. (E.T. 09.03.2016)
- www.yildiz.edu.tr/~gonel/akademikdosyaları/yayınlar/globallesendunya.pdf (E.T: 11.03.2016)

SÜRDÜRÜLEBİR TURİZM KAPSAMINDA YÖRESEL YEMEKLERİN BEŞ YILDIZLI OTEL MENÜLERİNDE KULLANIMI: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Mustafa SANDIKCI¹

Sabri ÇELİK²

ÖZET

Yöresel yemekler, insanların bir yörede uzun süre birlikte yaşamalarından doğan, düğün, doğum, sünnet, bayram, asker ve hac uğurlama, misafir kabul etme gibi özel günlerde daha çok tüketilerek kültür ve gelenek haline gelmiş, yöre halkı tarafından diğer yemeklerden üstün tutulan ve daha çok tüketilen yemeklerdir. İç Anadolu, Akdeniz ve Ege Bölgelerinin kültürel özelliklerini barındıran Afyonkarahisar zengin yemek kültürü ile anılan birkaç ilden biridir. Afyonkarahisar'ın zengin mutfak kültürü ağırlıklı olarak et ve et ürünleri ile hamura bağlı olmakla birlikte kaymak, haşhaş ve patates gibi yörede yoğunlukla yetiştirilen ürünler de ayrı bir zenginlik katmaktadır. Jeotermal kaynakların zenginliğine bağlı olarak çok sayıda termal otele ve apartlara sahip olan şehrin tarihi, kültürel ve doğal yapısıyla turistik çekiciliği, dolayısı ile zengin mutfak kültürünü konukları ile buluşturma şansı her geçen sene artmaktadır. Turizme kaynak oluşturan bölgesel ya da doğal değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliğin devamlılığının sağlanması (Çubuk, 1996:20), o bölgeye gelen turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları ile gelecek nesillerin aynı ihtiyaçları karşılayabilmelerini hedefleyen bir yönetim şekli (Dinçer, 1996:342) olarak tanımlanan sürdürülebilir turizm açısından Afyonkarahisar, turizm kalitesini ve kapasitesini artıracak azımsanmayacak önem ve çeşitlilikte yöreye özgü yemek ve lezzet çeşitliliğine sahiptir. Bu çalışma ile Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren termal otellerin menülerinde yöresel yemeklere ne oranda yer verdiklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış ve işletmelerin aşçıbaşı (executive chef) veya yiyecek içecek müdürleri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda işletme açık büfe menülerinde ve banket menülerinde yöresel lezzetlere sıklıkla yer verildiği, ancak alakart menülerdeki yöresel sunumun genellikle kaymaklı ekmek kadayıfı ve kabak tatlısı ile sınırlı kaldığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, Termal Otel, Yöresel Yemek.

GİRİŞ

Dünyada özellikle son elli yıllık dönemde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerin turizm olgusunda önemli değişimlere neden olduğu ve bu değişim ve dönüşümün turizm sektöründe sadece niteliksel (turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki yükseliş vb.) olarak değil, aynı zamanda niceliksel (turizm isteminde ve tercihlerinde) olarak da kendini

¹ Yrd.Doç.Dr.,Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, sandikcimustafa@aku.edu.tr

² Yrd.Doç.Dr.,Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, scelik@aku.edu.tr

göstermiş olduğu belirtilmektedir (Durlu-Özkaya vd., 2013: 14). Turizmdeki bu değişim ve büyümeyle birlikte sürdürülebilir turizm gibi turizm yaklaşımlarına olan talep artmış ve turizm ürünleri ile destinasyonlar çeşitlenmiştir. Günümüzde, söz konusu alanları ziyaret eden turistler de daha farklı taleplere yönelmiş ve seçici olmaya başlamışlardır (Güneş vd, 2008:2). Turistler tatilleri esnasında yöreye özgü kültürel değerler, yerel halkın günlük yaşam biçimi, yöresel yemek kültürü, yöresel kıyafetler, gelenekler, el sanatları gibi konularda da bilgi edinmek, anı yaşamak ve tatmak istemektedir.

TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu'nda (2014) dünyada turist sayısı 1 milyar kişiyi aşarken, bu turistlerin yüzde 88.2'si için destinasyon tercihinde gidilecek yörede sunulan yemeklerin çok önemli bir etken olduğu belirtilmektedir. 2014 yılında Türkiye'ye gelen 41 milyon 415 bin turistin yaptığı toplam harcama 34.3 milyar dolar, Türkiye'ye gelen turistlerin kişi başına harcaması 828 dolar düzeyindedir. Turistler 34.3 milyar doların 6 milyar 523 milyon dolarını yeme içmeye harcamaktadır. Diğer bir ifadeyle gelen turistin harcadığı paranın beşte biri yemeğe gitmekte, bu da turist başına 157.5 dolarlık restoran faturası anlamına gelmektedir (Sandıkcı vd., 2015:774).

Yiyecek hammadde kaynakları açısından belirgin bir bolluk ve çeşitliliğe sahip olan Türk mutfağı, 2500 farklı yemek türü ile dünyanın en zengin üç mutfağından birisidir ve yemek sanatının her dalında birbirinden değerli örnekler vermektedir. Türk mutfağı denildiği zaman bütün yiyecek ve içecek çeşitleri, bu yiyeceklerin hazırlanışında kullanılan araç ve gereçleri ile yemek töresi anlaşılmaktadır (Akan, 2007).

Türkiye'nin coğrafi konumu, tarihsel süreç içerisinde yaşamış medeniyetler, Bizans ve Osmanlı gibi iki büyük imparatorluğunun yeme-içme kültürüne kazandırdıkları, Anadolu Selçukluları, Osmanlı ve Anadolu Türkleri'nin göçebe ruhuna sahip olmaları (Serçeoğlu, 2014:37; Aktaş ve Özdemir, 2005:23) Türk mutfak kültüründeki çeşitliliğin belirleyici faktörleridir.

Türkiye'de yöresel yemek kültürü bölgelere özgü oldukça farklı ve zengin seçenekler sunduğundan, yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistler için bu otantik lezzetler önemli bir çekim unsuru olarak belirginleşmektedir. Burada önemli olan, turistlerin mümkün olduğunca yerel halkın sunduğu hizmetlerden faydalanması şeklinde bir politika izlenmesidir (Güneş vd., 2008:7). Yöresel mutfak unsurlarının bölgenin turizm çekiciliği ve sürdürülebilirliği açısından kullanılması bölgeye önemli bir değer katabilecektir. Bunun için bölgedeki turizm işletmelerinin bu mutfak unsurlarını kullanarak ziyaretçilere tanıtması ve sunması gerekmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak çalışmada yöresel yemek kültürü kavramına ve

Afyonkarahisar’ın mutfak kültürü özelliklerine değinilmiş, yöreye ait yöresel lezzetlere kısaca yer verilmiştir. Çalışmanın yöntem kısmında ise nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış, Afyonkarahisarda faaliyet gösteren 5 yıldızlı 6 adet termal otelin yiyecek-içecek bölüm yöneticileri veya mutfak yöneticileriyle, elde edilen bilgiler ışığında hazırlanan sorular kullanılarak, yarı biçimlendirilmiş mülakat gerçekleştirilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Yöresel Yemek Kültürü

Farklı toplumlar, farklı kültürlere sahiptirler. Bu nedenle her toplum için ayrı bir kültürel yapı gösteren mutfak, insanların beğenileri doğrultusunda geliştirdikleri, çağlar öncesinden günümüze yansıyan ve bilimsel katkılarla desteklenen bir sanattır (Cığirim, 2001)

Turistlerin tatil tercihlerinde önemli faktörlerden bir tanesinin o ülkenin mutfak kültürünü tanımak isteği olduğu bilinmektedir. Her ülkenin mutfak yapısı incelendiğinde, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, kullanılan araç-gereçler farklı özellikler göstermektedir. Türkiye’de bölgeler arasında farklı yemek türlerini bulmak mümkündür. Özellikle yaşanan bölgenin iklimi ve yetiştirilen sebze ve meyveler o bölgenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini etkilemektedir. Bu farklılıklar iller arasında bile değişiklikler gösterebilmektedir (Pekyaman,2008:19).

Dünyada hemen her mutfağın temel sayılan ve o mutfağı diğer mutfaklardan ayıran bazı özellikleri bulunmaktadır. Ortaya çıkan farklılıkların birçok sebebi bulunmaktadır. Din ve inanışlar, bölgeye has hayvan ve bitki çeşitliliği, toplumların ekonomik yapıları ve bu yapıların şekillendirdiği gündelik yaşam tarzları, mutfağın temel belirleyicileri olabilmektedir. Yaşanılan coğrafyanın fiziksel özellikleri; beslenme ve kültürünü, yiyeceklerin çiğ veya pişmiş halde tüketilme şekillerini belirleyebilmektedir (Deveci vd., 2013: 31).

Yöresel mutfak unsurları geçmişten günümüze değişime uğrayarak gelebileceği gibi, bölgede yaşayan farklı kültürlerin farklı yorumları ile ortaya çıkan objeler de olabilmektedirler. Yörenin sahip olduğu iklim şartları, coğrafi şartlar ve bölgeye has karakteristik özelliklerin yöre halkı tarafından harmanlanması sonucu oluşan bölgeye özgü yemeklerin oluşturduğu bir kavram olan yöresel mutfaklar (Şengül ve Türkay, 2014) bölge halkı ve bölgeyi ziyaret eden konuklar için oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Yöresel yemekler, kırsalda ya da şehir merkezlerinde gelenek haline gelmiş, özel günlerde daha çok tüketilen, genellikle bir olay sonucunda kültüre yerleşmiş ve halk tarafından diğer yemeklerden üstün tutulan yiyeceklerdir (Hatipoğlu vd., 2012:6). Yöresel yemekler, bir varış noktasının kültürünü yansıtan en önemli

somut olmayan kültürel miras unsurların başında gelmektedir. Yöresel yemekler, son yıllarda, mutfak turizmi, gastronomi turizmi, gurme turizmi gibi adlar altında örgütlü kitle turizminde olduğu kadar, grup ve bireysel turizm etkinliklerinde de ana çekim unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bu ilginin temelinde yatan “yöreye özgü olma” ya da gözde kullanımı ile “otantik” olma olgusu, yöresel sivil mimari örneklerinin oluşturmuş olduğu cazibe ile harmanlanmak istenmektedir.

Bir turistik ürün olarak yemek kültürü ve yemekler, turizmde önemli bir yere sahiptir. Yöreyi ziyaret eden turistlerin yöresel olarak üretilen yiyecekleri tüketmesi bölgeye çarpan etkisi yapmaktadır. Böylece yerel ekonomi kazanç elde etmektedir. Ortaya çıkan bu çarpan etkisi de, yerel tüketimi canlandırmaktadır. Turistik varış yerlerinin rekabet edebilmeleri için çeşitli turizm çekicilikleri geliştirmeleri gerekmektedir. Bu nedenle, bir bölgenin sahip olduğu yöresel yemekler, rekabet avantajı sağlanması açısından önemli bir unsur olacaktır. Yöreye özgü olan yerel mutfak, aynı zamanda bölge için sembolik bir değer oluşturarak turistler açısından da ayrı bir çekicilik unsuru olacaktır. Bir bölgenin veya yörenin mutfakla ilgili mirası, bir turizm ürünü olarak kabul edilmesi açısından günümüzde önem taşıyan bir şekle bürünmüştür. Bölgeye gelen ziyaretçilerin ürünlere yaptığı ekonomik harcama, bölge veya yöre ekonomisine katkı sağlamakla birlikte bu sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır (Sandıkcı vd., 2015:776).

Yiyecek içecek sektörünün, yöresel yemeklerin bir turizm ürünü olarak kabul edilmesi ve bölgeye gelen turistlerin memleketlerine geri dönüşlerinde yerel yiyeceklerin ihracatı açısından turizm sektörüyle ilişkisi bulunmaktadır (Yüncü, 2010).

Afyonkarahisar Yemek Kültürü

Sahip olduğu uygarlıklar mirası, kültür varlıklarının çeşitliliği ve zenginliği ile Türkiye, mutfak kültüründe de dünyada öne çıkan ülkeler arasındadır. Türk Mutfağı’nın gelişiminde Saray Mutfağı ve Osmanlı Mutfağı önemli bir yere sahiptir. Türk mutfağının gelişim sürecine bakıldığında, Türklerin Anadolu’ya yerleşmesi ile birlikte, Anadolu mutfağının özelliklerini benimsedikleri, Orta Asya’dan taşıdıkları mutfak kültürü ile birleştirerek zenginleştirdikleri görülmektedir. Daha sonraki dönemde, Osmanlı İmparatorluğu’nun coğrafi genişlemesine paralel olarak, farklı bölgelere ait gastronomik zenginlikler Türk mutfağı bünyesine katılmıştır. Bu nedenle, Türk mutfağı yaşayan en eski ve en zengin mutfaklardan biridir (Akgöl, 2012; Bilgin ve Samancı, 2008).

Bir yörenin mutfağının kültür ile bütünleştiği ve kültürü oluşturan en önemli öğelerden biri olduğu, yemeklerin yapılış tarzları ve lezzetlerinin yöre kültürünü ve insanını tanıtabileceği ortak kanı olarak bilinmektedir. Türk mutfak kültürü incelendiğinde sahil yöreleri ve iç kesimler arasında yiyecek içecek alışkanlıkları açısından farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Denize kıyısı olan şehirlerde balık ve balık ürünlerinin önemi artarken iç kesimlere gidildikçe mevsimsel koşullar nedeni ile tahıl ve hayvansal ürünlerin öne çıktığı görülmektedir (Şengül ve Türkay, 2014).

Türk Mutfağı, Balkanlar ve Ortadoğu Mutfaklarını hem etkilemiş hem de etkilenmiştir. Örneğin; Elbasan Tava Arnavutluk, Musakka ise Ortadoğu kökenlidir. Pide, börek, kebab, dolma, somun, gevrek, sarma, helva, boza, salep, kahve, şerbet, kadayıf, baklava gibi pek çok yiyecek ve içecek ise Osmanlı'nın 500 sene süren hâkimiyetindeki Balkan kültürüne geçmiştir. Türk Mutfağı'nda ön plana çıkan yiyecekler çorbalar, zeytinyağlı sebze yemekleri, et yemekleri, börekler, pilavlar dolmalar, şuruplu ve sütlü tatlılardır. (Sarıışık, 2013: 9).

Türk mutfağının genel özellikleri genel hatlarıyla şu şekilde sıralanabilir (Güler, 2007).

- Türk yemekleri tarım ve hayvansal ürünlere dayanır
- Türk yemekleri yaşanan coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermektedir
- Türk yemekleri tarihi gelişimi içerisinde sosyal yapıya göre de değişiklikler göstermektedir
- Türk yemekleri özel günler ve törenlere göre değişiklikler göstermektedir
- Gelenek ve görenekler ile dini inanç yemek çeşitlerini etkilemiştir. Bu özellikler Türk mutfağının çeşitliliğini oluşturmuş ve halen kendine özgü kalmasını sağlamıştır. Diğer dünya mutfaklarından ayırt edilebilecek birçok unsura sahip olması farklı olma avantajını doğurmuştur. Gastronomi uzmanlarına göre Türk mutfağı dünyanın önemli mutfaklarından (Güler, 2008).

Türk mutfağının pek çok özelliğini bünyesinde bulunduran Afyonkarahisar Mutfağı geleneksel lezzetleriyle zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Tarım ve hayvancılığın yaygın olduğu ilde bu durum çeşit olarak yöresel yemeklere de yansımaktadır. Afyon yöresi yemekleri incelendiğinde, et yemekleri, hamur işleri ve sebze yemeklerinin yaygın olarak yapıldığı görülmektedir. Bölgeye özgü bazı ürünlerin (örneğin haşhaş) yöre yemeklerinde yoğun olarak kullanılması çeşit zenginliğinin oluşmasında etkilidir.

Afyon Mutfağı'nın genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Baytok, 2001, 162; Nasrattınoğlu, 2003: 113):

- Afyonkarahisar Mutfağı'nın en önemli özelliği, haşhaşın vazgeçilmez bir unsur olarak öne çıkmasıdır. Yöreye özgü bir bitki olan haşhaş, özellikle hamur işlerinde bol miktarda kullanılmaktadır. Haşhaşlı lokul, haşhaşlı pide, övme bükme, ağzı açık, katmer vb. haşhaş katılan hamur işleri arasında sayılabilir.

- Yöresel yemeklerde (Afyon (Ramazan) kebabı, kavurma, tandır, fırın eti) et kullanımı yaygındır. İlin önemli gelir kaynaklarından olan sucuk, kış aylarında en çok tüketilen et ürünlerinin başında gelir. Afyon Mutfağı'nda et yemekleri kendi yağı ile pişirilir. Ayrıca yağ ilavesi yapılmaz. Keşkek, fırın eti, tandır gibi et yemeklerinin pişme süresinin uzun tutulması (4-8 saat) yemeklere ayrı bir lezzet katmaktadır.

- Yörede buğdaydan elde edilen göce ve düğü (ince çekilmiş bulgur), nohut yemeklerde en çok kullanılan yiyeceklerdir. Örneğin nohut tüm musakkalara katılır.

- Bükme gibi özgün lezzetlerin oluşmasında etkili olan iç yahut böbrek yağından sızdırılarak yapılan “don yağı” pek çok yemekte ve hamur işlerinde kullanılır. Margarin tercih edilmez.

- Hamur işleri Afyon Mutfağı'nda önemli yere sahiptir. Çoğunlukla haşhaş ilavesi ile hazırlanan hamur işlerinde, başta mercimek olmak üzere peynir, patates ve kıyma iç malzemesi olarak kullanılır.

- Afyon Mutfağı'nda birçok sebzenin yemeği yapılmaktadır. Patlıcan, kabak, pırasa ve maydanoz musakkası yapılan sebzelerdir. Patlıcan önemli bir yere sahiptir ve 20'den fazla çeşitte yemeği yapılmaktadır. Bunlardan patlıcan böreği Afyon'a özgü bir yemektir.

- Kaymak, Afyon'a özgü bir üründür ve Afyon Mutfağı'nın vazgeçilmezleri arasında yer alır. Kaymak, özellikle bal ile birlikte kahvaltılık olarak tüketildiği gibi meyvelerden yapılan tatlılar ile birlikte ekmek kadayıfı, kabak tatlısı gibi şuruplu tatlılarla birlikte kullanılır.

- Afyon'da sade pilav pek yapılmaz. Pilavlar havuç, patlıcan gibi sebzelerle veya mercimek, nohut gibi kuru baklagillerle birlikte pişirilir.

Bütün bu özellikler Afyonkarahisar mutfağında kendine has yemeklerin ve lezzetlerin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu çalışmada yer verilen; sakala çarpan çorbası, toyga çorbası, bamya çorbası gibi çorbalar, Afyon kebabı, dana kavurma, çullama köfte, nohutlu musakka,

patlıcan böreği gibi yemekler, patatesli Afyon ekmeği, haşhaşlı bükme, ağzı açık, katmer, cızdırma gibi hamur işleri, kaymaklı ekmek kadayıfı, firma baklava gibi tatlılar ve manda kaymağı, sucuk, haşhaş, lokum gibi yöreye özgü lezzetler Afyonkarahisar mutfağını zengin kılmakta ve özellikle termal turizm amaçlı gelen misafirlerine gastronomiye ilişkin deneyimler yaşatmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın içeriğini oluşturan veriler, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmanın temel yaklaşımı nitel araştırma yönteminin tümevarım yaklaşımıdır. Tümevarım yaklaşımı, parçaların incelenmesini ve bu incelemelere dayanılarak bütünün tanımlanmasını amaçlayan bir yaklaşımdır (İslamoğlu, 2002; Hatipoğlu vd., 2012). Bu araştırmada nitel yöntemin kullanılmasının nedenleri; araştırma verilerinin, doğrudan, girişimcilerin görüşleri ile elde edilmek istenmesi, bu kişilerin görüşlerinin nicel yöntemle elde edilmesinin zorluğu ve araştırmaya dâhil edilen işletmelerin sınırlı olmasıdır. Termal otel işletmelerinin yöresel yemek ve yerel lezzetlerini menülerinde ne oranlarda yansıttığını tespit etmeye yönelik olarak Afyonkarahisar kent merkezinde faaliyet gösteren termal otellerin menülerinde Afyonkarahisar'a ait yemek ve lezzetleri ne ölçüde sundukları araştırılmıştır. Böylece destinasyonun tutundurulmasında yalnızca doğal, tarihi ve arkeolojik çekiciliklerin değil aynı zamanda geçmişten gelen ve günümüzde yaşatılan yöresel yemek kültürünün rolünün ne olduğunun tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Çalışma iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş yöresel yemeklerin ve lezzetlerin neler oldukları alan yazın taraması ve deneyimlerine güvenilen yerel katılımcıların destekleriyle belirlenmiştir. Sonrasında ise bu yiyecek ve lezzetlerin, işletmelerin menülerinde ne ölçüde yer aldığı tespit edilmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Çalışma kapsamında yapılandırılmış görüşme formları kullanılmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında ilgili yazında birikmiş bilgiden geniş ölçüde yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemini ise Afyonkarahisar kent merkezinde faaliyet gösteren altı adet beş yıldızlı termal otel oluşturmaktadır.

Araştırma verileri yapılandırılmış görüşme formları aracılığı ile toplanmıştır. Görüşme formları iki bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde araştırmanın örneklemini oluşturan işletmeleri belirlemeye yönelik açık uçlu sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ise alan yazın

taraması ve deneyimlerine güvenilen yerel katılımcıların destekleriyle belirlenmiş olan yöresel lezzet ve yemeklerin kahvaltı ve alakart menüleri ile açık büfe menülerinde yer alıp almadığını ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. Görüşmeler önceden randevu alınarak yüz-yüze görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler her ne kadar yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak yürütülmüş olsa da işitsel ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, eş zamanlı olarak ilgili kısımlar form üzerinde el yazısı ile doldurulmuştur.

BULGULAR

Çözümlemede öncelikli olarak araştırmanın tanımlanmış nüfusunu ve aynı zamanda örneklemini oluşturan işletmeleri tanımlayıcı istatistiklere, sonrasında görüşme yöntemi ile katılımcılardan elde edilen verilerin sınıflandırıldığı bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1: İşletmelere İlişkin Veriler

	Özellikler	İşletme Sayısı
Faaliyet Süresi	1-3 Yıl	2
	5-9 Yıl	2
	10 yıl ve üzeri	2
Oda Kapasitesi	100-199	2
	200-299	2
	300-399	1
	400 ve üzeri	1
Yatak Kapasitesi	200-399	2
	400-599	-
	600-799	3
	800 ve üzeri	1
Personel Kapasitesi	100-199	3
	200-299	2
	300 ve üzeri	1
Afyon Gecesi Düzenleme	Evet	1
	Hayır	5
Banket Menülerinde Afyon Yemeklerine Yer Verme	Evet	6
	Hayır	-

Araştırma örnekleminde yer alan işletmeleri tanımlamaya ilişkin bilgiler tablo 1’de verilmiştir. Buna göre araştırmada yer verilen işletmelerden iki tanesinin üç yıldan az, 2 tanesinin 5-9 yıl ve iki tanesinin on yıldan daha fazla süredir faaliyette olduğu, oda kapasitesi olarak sadece bir tanesinin 400 odanın üzerinde odaya sahip olduğu ancak yatak kapasitesi olarak dört tesisin 600 yatağın üzerinde kapasiteye sahip olduğu, üç işletmenin 100-199 arası, iki işletmenin 200-299 arası ve bir işletmenin 300’den daha fazla personel çalıştırdığı görülmektedir. İşletmelerden sadece bir tanesinin Afyon gecesi düzenlediği ve bu gecede yöresel yemek ve lezzetlerin sunumunu yaptığı, tüm işletmelerin banket menülerinde yöresel yemek ve lezzetlere yer verdikleri görülmüştür. Bunların yanında görüşmelerde edinilen

bilgilerden mutfaklarında çalıştırdıkları personelin büyük bir kısmının Afyonkarahisarlı oldukları ve konaklama türü olarak yarım pansiyonu tercih ettikleri özel gruplara tam pansiyon satışı da gerçekleştirdikleri, yiyecek malzeme temininde çoğunlukla Afyonkarahisar'ı tercih ettikleri bilgisine ulaşılmıştır. Aşağıdaki tabloda (Tablo 2) araştırmada yer alan işletmelerin kahvaltı menü/açık büfelerinde yöresel lezzetlerin yer alma düzeyi ölçülmüştür.

Tablo 2: Yöresel Lezzetlerin Kahvaltı Menü/Açık Büfelerinde Yer Alma Düzeyi

	İŞLETME.1	İŞLETME.2	İŞLETME.3	İŞLETME.4	İŞLETME.5	İŞLETME.6
Afyon Kaymağı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afyon Sucuğu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haşhaş Ezmesi	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Ağzı Açık	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tepsi Bükmesi	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	
Ocak Bükmesi		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Katmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haşhaşlı Lokul		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haşhaşlı Börek			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
Haşhaşlı Pide			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Pişi				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Yukarıdaki tablo incelendiğinde Türk Patent Enstitüsünce coğrafi işaretleme almış ve Afyonkarahisarla özleşen “Afyon kaymağı” ve “Afyon sucuğu”nun tüm oteller tarafından kahvaltı menülerinde ve/veya açık büfelerinde yer verildiği görülmektedir. Bunun temel gerekçesinin misafirler tarafından bilinen ve tadılması arzulanan lezzetler olduğu düşünülmektedir. Bölgenin yöresel lezzetlerinden olan haşhaş ezmesi kullanılarak yapılan ve bir hamur işi olan “haşhaşlı lokul” a bir otel dışında diğer tüm otellerin kahvaltı menülerinde ve/veya açık büfelerinde yer verildiği, genellikle kahvaltılarda bal, reçel, pekmez gibi tatlılarla tatlandırılarak sunulan “haşhaş ezmesi”nin, yöreye ait hamur işi olan “ağzı açık” ve “pişi”nin üç otel tarafından, yine yöreye ait hamur işi olan “tepsi bükmesi”, “haşhaşlı pide” ve haşhaşlı börek”in iki otel tarafından kahvaltı menülerinde ve/veya açık büfelerinde yer verildiği görülmüştür.

Tablo 3: Yöresel Yemeklerin Alakart Menülerde Yer Alma Düzeyi

Yöresel Yemekler	İŞLETME 1	İŞLETME 2	İŞLETME 3	İŞLETME 4	İŞLETME 5	İŞLETME 6
Toyga Çorbası	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Sakala Çarpan Çorbası	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Göce Tarhanası Çorbası		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Bamya Çorbası	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Afyon Kebabı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
Tas Kebabı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dana Tandır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Çullama Köfte		<input type="checkbox"/>				
Ekşili Köfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Keşkek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Patlıcan Böreği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Nohutlu Patlıcan Musakka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Düğülü Yaprak Sarması	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
İlibada (Labada) Sarması			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Mercimekli Bulgur Pilavı	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Kaymaklı Ekmek Kadayıfı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vişneli Ekmek Kadayıfı	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kabak Tatlısı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaymaklı Baklava			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haşhaş Tatlısı	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Tablo 3’te; araştırmaya örneklem oluşturan otellerin alakart menülerinde yöresel yemeklere ne düzeyde yer verdikleri yer almaktadır. Buna göre yöreye özgü en bilindik tat olan ‘‘kaymaklı ekmek kadayıfı’’ ile ‘‘kabak tatlısı’’(genelde Afyon kaymağıyla birlikte sunulmaktadır) ‘‘tas kebabı’’ ve ‘‘dana tandır’’ın tüm otellerin alakart menülerinde yer aldığı, ‘‘vişneli ekmek kadayıfı’’, ‘‘ekşili köfte’’ ve ‘‘nohutlu patlıcan musakka’’ya sadece birer otelin menülerinde yer verilmediği, alakart menülerde en az yer alan yöresel yemeğin ise haşhaş yağı kullanılarak hazırlanan ‘‘mercimekli bulgur pilavı’’nın olduğu görülmektedir.

Aşağıda yer alan tabloda ise; araştırmaya örneklem oluşturan otellerin akşam yemeği büfelerinde yöresel yemeklere hangi sıklıkla yer verdikleri görülmektedir. İfadeler tabloda sayılarla ifade edilmiştir. Sayılar; ‘‘0=açık büfede hiç yer verilmemektedir’’, ‘‘1=açık büfede yılda birkaç kez yer verilmektedir’’, ‘‘2= açık büfede ayda bir kez verilmektedir’’, ‘‘3= açık büfede ayda birkaç kez verilmektedir’’, ‘‘4= açık büfede haftada bir kez yer

verilmektedir”, “5= açık büfede haftada birkaç kez yer verilmektedir” ve “6= açık büfede her gün yer verilmektedir” ifadelerini tanımlamaktadır.

Tablo 4: Yöresel Yemek ve Lezzetlerin Açık Büfe Menülerinde Yer Alma Düzeyi

YÖRESEL YEMEK/LEZZETLER	İŞLETME 1	İŞLETME 2	İŞLETME 3	İŞLETME 4	İŞLETME 5	İŞLETME 6	ORT
Kabak Tatlısı	6	5	6	6	6	6	5,83
Kaymaklı Ekmek Kadayıfı	6	5	6	4	6	6	5,50
Afyon Ekmeği	6	6	5	6	0	6	4,83
Vişneli Ekmek Kadayıfı	6	0	6	4	6	6	4,66
Dana Tandır	3	5	5	5	5	4	4,50
Ekşili Köfte	3	4	5	5	4	4	4,16
Nohutlu Patlıcan Musakka	4	4	5	5	2	2	3,66
Taş Kebabı	3	4	5	5	0	3	3,33
Keşkek	5	5	5	0	4	0	3,16
Sakala Çarpan Çorbası	3	4	4	0	3	2	2,66
Patlıcan Böreği	3	5	5	0	3	0	2,66
Düğülü Yaprak Sarması	3	4	5	3	0	0	2,50
Mercimekli Bulgur Pilavı	5	4	0	3	0	3	2,50
Göce Tarhanası Çorbası	0	4	5	0	3	2	2,33
Toyga Çorbası	3	4	5	0	0	0	2,00
Afyon Kebabı	3	3	0	0	4	2	2,00
Kaymaklı Baklava	3	0	0	3	0	6	2,00
Haşhaş Tatlısı	5	0	0	6	0	1	2,00
Afyon Lokumu	6	0	0	0	0	6	2,00
Bamya Çorbası	3	0	3	0	0	2	1,33
Çullama Köfte	0	4	0	4	0	0	1,33
Göce Köttüsü	0	5	0	0	3	0	1,33
Kaymak Şekeri	0	0	0	0	0	6	1,00
Pişmaniye (Tel Helva)	0	0	0	0	0	6	1,00
İlibada (Labada) Sarması	0	0	2	2	0	1	0,83

Yukarıdaki tablo incelendiğinde araştırmaya örneklem oluşturan otellerin açık büfelerinde en sıklıkla yer verdikleri yöresel yemek ve lezzetlerin kabak tatlısı, kaymaklı ekmek kadayıfı ve Afyon ekmeği olduğu görülmektedir. Bunları vişneli ekmek kadayıfı, ekşili köfte ve dana tandır izlemektedir. Bamya çorbası, çullama köfte, göce köttüsü ve labada sarması ’nın büfelerde verilme sıklıkları çok zayıfken, kaymak şekeri ve pişmaniyenin sadece bir otel tarafından her gün menüde yer verildiği, diğer otellerin açık büfe menülerinde hiç yer almadığı görülmektedir.

Çalışma formunda; yukarıda yer alan yöresel yemeklerin menülerde yer alma düzeyinin yanında bazı bilgileri ölçmeye yönelik açık uçlu sorulara da yer verilmiştir. Bundan yola çıkarak; işletmelerin yöresel ürünlerin tedarikinde zorluk yaşamadıkları, genelde Afyonkarahisarda yer alan tedarikçilerden ürünlerini tedarik ettikleri, mutfaklarında çalıştırdıkları elemanlarının büyük bir kısmının yörenin insanları oldukları, yöresel

yemeklerin genellikle Afyonkarahisar dışından şehre gelen misafirler tarafından tercih edildiği, yöresel yemek ve lezzetleri fiyatlandırırken en önemli etkenin maliyet olduğu işletmelerine gelen misafirlerin Afyonkarahisara ilişkin lezzetler hakkında bilgi sahibi oldukları ve konaklamaları esnasında bu lezzetleri aradıkları bilgilerine de ulaşılmıştır.

SONUÇ

Bu çalışmada Afyonkarahisar'a özgü yöresel yemek ve lezzetlerin neler olduğunu, Afyonkarahisarda faaliyet gösteren termal oteller tarafından ne ölçüde sunulduğunu ve sürdürülebilir turizm açısından önemini ortaya konulmuştur.

Sürdürülebilir kalkınmanın bileşenleri arasında önemli bir yer edinebilmesi için turizm endüstrisinin ekonomik etkilerinin çevresel değerler üzerindeki etkileri ile birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu kapsamda, turizm çeşitliliğini öne çıkaran kültürel değerlerin koruma dengesi içinde ekonomiye kazandırılması turizmde sürdürülebilirliği sağlayabilir (Karaman, 1996). Sürdürülebilirlik, bölgesel veya yerel kültürel değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliğin devamlılığının sağlanması ile mümkündür.

Çok büyük bir kültürel mirasa ve zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Afyonkarahisar'da geçmişten günümüze farklı yemeklerin farklı şekillerde hazırlanıp sunulduğu görülmektedir. Bununla birlikte yöreyle özdeş yemek ve lezzetlerin sayısının da oldukça fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırma bize bu çeşitlerden sadece bir kısmının otellerce sunulduğunu göstermektedir. Bunların başında; Afyon kaymağı, Afyon sucuğu, Afyon ekmeği, haşhaş ezmesi, haşhaşlı lokul ve haşhaşlı katmer gibi yöresel lezzetlerle, genellikle Afyon kaymağıyla birlikte sunulan kabak tatlısı, kaymaklı ekmek kadayıfı, ekşili köfte, dana tandır ve sakala çarpan çorba gibi yöresel yemeklerin geldiği görülmüştür. Ancak yine yöreye özgü olan göce kötüsü, çullama, bamya çorbası ve kaymaklı baklava gibi yemek ve lezzetlerin menülerde fazla yer almadığı da görülmüştür. Bunun gerekçesinin de yemeklerin bilinirlik dereceleri ile damak uygunluğu (uygunsuzluğu) ve maliyet/satış fiyatı orantısızlığının olabileceği düşünülmektedir. Türk Patent Enstitüsü'nün coğrafi işaret tescillemesi yaptığı yöreye ilişkin dört üründen üçünün gıda ürünü olması, Afyonkarahisar için gıda sektörünün ve yöresel lezzetlerin önemini de göstermektedir. Şehirde ve yörede sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak, bölgede sürekli ve düzenli turizm hareketi sağlamak, yöresel yemeklerin ve lezzetlerin yöre turizminin sürdürülebilirliği açısından olumlu etkiler yaratmasını sağlamak amacıyla, hizmet sunan konaklama işletmelerinin yanında tüm yeme içme işletmelerinin reçetelere ve standartlara sadık kalmaları şartıyla menülerinde yer vermeleri, yerel halkın özendirilmesi, yerel ölçekte planlamalar yapılarak sürdürülebilirliğinin

artırılması önerilmektedir. Ayrıca yerel yönetim ve sivil toplum örgütleri yöneticilerinin yöreye özgü yemek ve tatlılara coğrafi işaretlerin alınması konusunda çaba göstermeleri önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- AKAN, Lale Sariye (2007). Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Cilt:13-14, Ankara.
- AKGÖL, Yasemin (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKTAŞ, Ahmet; ÖZDEMİR, Bahattin. (2005). Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- BAYTOK, Ahmet (2001). Afyonkarahisar'da Yemek Kültürü, Afyonkarahisar Kütüğü, Cilt II, s.s:162-176.
- BİLGİN, Arif; SAMANCI, Özge. (2008). Türk Mutfağı. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı: Ankara.
- CİĞERİM, Nevin (2001). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, YayınNo:28 Ankara
- ÇUBUK, Mehmet, (1996). Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19.Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- DEVECİ, Bilal; TÜRKMEN, Serkan; AVCIKURT, Cevdet. (2013). "Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(2), s.s.29-34.
- DİNÇER, İlksen, (1996). Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevleri-Model Çalışması, Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- DURLU-ÖZKAYA, Fügen; SÜNNETÇİOĞLU, Serdar; CAN, Ayşe (2013). "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1(1), s.s.:13-20.
- GÜLER, Sibel (2007). Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme, 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya.
- GÜLER, Sibel (2008). Türk Mutfak Kültürü Ve Yeme İçme Alışkanlıkları, Akdeniz Kültürlerinde Yemek Kavramına Bilişsel Yaklaşımlar Sempozyumu, Gırne.
- GÜNEŞ, Gül; ÜLKER, H.İbrahim; KARAKOÇ, Gülçin (2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya.
- HATİPOĞLU, Aysu; ZENGİN, Burhanettin; BATMAN, Orhan ve ŞENGÜL Serkan. (2012). "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 3 (1), s.s:6-11
- İSLAMOĞLU, Ahmet Hamdi. (2002). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, İstanbul, Beta Yayınları.
- KARAMAN, Aykut, (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve, Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19.Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- NASRATTINOĞLU, İrfan Ünver (2003). Türk Mutfağının Diğer Ülkelerin Mutfaklarına Etkileri: S. KOZ (haz.). Yemek Kitabı, İstanbul: Tarih-Halkbilimi-Edebiyat Kitabevi Yayınları.
- PEKYAMAN, A.(2008). Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- SANDIKCI, Mustafa; AYDOĞDU, Aydoğan; PAMUKÇU, Hüseyin (2015). Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği, 1. Uluslar arası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Kastamonu.

- SARIIŞIK, Mehmet. (2013). Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler-Örnek Menüler ve Reçeteler), Ankara: Detay Yayıncılık,
- ŞENGÜL Serkan; TÜRKAY, Oğuz (2014). Yöresel Mutfaklar Eğitimi Üzerinden Kimlik, Mutfak Kültürü ve Turizm Gelişimine Dair Çıkarımlar: Mudurnu Örneği, Citta Slow Eko-Gastronomi Kongresi, Gökçeada.
- SERÇEOĞLU, Neslihan (2014). “*Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği*”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(4), s.s.36-46.
- YÜNCÜ, Hilmi Rafet (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı - Kabataş Kurultayı, Ankara. [URL: <http://www.aybastikabataskurultayi.com/web/wp-content/uploads/2010/05/10-aybasti-kabatas-kurultayi.pdf#page=17>], (Erişim: 15.12.2015).

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN İNCELENMESİ

Füsun İSTANBULLU DİNÇER¹

Şimal ŞAHİNOĞLU²

ÖZET

İlk çağlardan günümüze kadar medeniyetler tarihine yön veren birçok kavime ev sahipliği yapan Türkiye, turistik açıdan cezbedici ve kültürel miras açısından oldukça zengin bir destinasyon konumundadır. Arkeolojik kalıntılar, saraylar, ibadethaneler vb. unsurları ile zengin bir somut kültürel mirasa sahip olan Türkiye, gelenekleri, görenekleri ve adetleri ile somut olmayan kültürel mirasın da zengin temsilcilerinden biridir. Günümüzde kültürel ve doğal mirası koruyarak gelecek nesillere aktarmak adına çalışma yapan kuruluşlardan biri olan UNESCO, 1950’li yıllarda öncelikle somut kültürel miras unsurlarını korumaya yönelik çalışmalar yapmış, ardından somut olmayan kültürel miras unsurlarını yaşatmak ve korumak amacıyla 2003 yılında Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ni hazırlamıştır. 2003 yılında imzalanan sözleşme kapsamında koruma altına alınan unsurlara göz atıldığında; ülke mutfaklarına yönelik unsurların koruma altına alındığı fakat Türk mutfağına yönelik unsurların yeterli sayıda olmadığı görülmektedir. Bu çalışma ile somut olmayan kültürel miras kapsamında Türk mutfak kültürü konusuna daha fazla dikkat çekebilmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye’de yer alan mutfak müzelerinin ziyaretçileri ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ziyaretçilere sorulan sorular doğrultusunda elde edilen sonuçlar hakkında genel bir değerlendirme yapıldığında; ankete katılan katılımcıların çoğunun Türk mutfağının dünyanın önde gelen mutfakları arasında olduğu fakat ulusal ve uluslararası platformda yeterince tanıtılmadığı düşüncesine sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Mutfak Kültürü, Mutfak Müzesi

GİRİŞ

Küreselleşen dünya ile birlikte gelişen ve değişen turizm algısı, turistlerin müze ve tarihi yerleri gezip görme davranışlarını farklılaştırmış, kendilerinden farklı kültürleri tecrübe etme ve geçmişin geleneklerini günlük hayatta yaşamaya devam eden yerel halk ile iç içe olma isteğini arttırmıştır. Bunun sonucunda turizm; deniz-kum-güneş ve tarihi yerleri gezme aktivitesi olmaktan çıkarak, farklı ihtiyaç, beklenti, istekleri karşılayan ve içeriğinde somut

¹Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, istanbul@istanbul.edu.tr

²İstanbul Üniversitesi, simal.sahinoglu@ogr.iu.edu.tr

*Bu çalışma, Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer’in danışmanlığında yürütülmüş olan “Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramına Farklı Bir Yaklaşım: Mutfak Müzeleri” adlı yüksek lisans tezinden derlenmiş ve güncellenmiştir.

olmayan kültürel değerlerin giderek önem kazandığı bir aktivite haline gelmiştir. Bunun sonucunda özel ilgi turizmi kavramı ve türleri önem kazanmaya başlamış, özel ilgi turizmi kavramının gelişimi ile beraber ülkeler sadece yapısal kültürel miraslarını değil yerel kültürlerini de pazarlamaya başlamıştır. Yerel kültürün ön plana çıkması somut kültürel mirasın yanı sıra somut olmayan kültürel değerlerinde korunması ve gelecek nesillere aynı şekilde aktarılması gerektiği gerçeğini ortaya çıkarmıştır.

1950’li yıllardan günümüze kadar yapısal kültürel değerleri korumaya yönelik çalışmalar yapan kuruluşlar, bütün bu gelişmeler sonucunda somut olmayan kültürel miras unsurlarının da korunması gerektiği gerçeği ile yüzleşmiştir. Bu kuruluşlardan biri olan UNESCO, 1952 yılında ‘Yazar Hakları Evrensel Sözleşmesi’ni hazırlayarak kültürel ifade çeşitliliğine dikkat çekmeyi başarmış olsa bile somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik adımları çok uzun yıllar sonra atabilmiştir. 1972 yılında ‘Kültürel ve Doğal Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi’ni hazırlayan UNESCO bu sözleşmenin ardından somut olmayan kültürel mirasa yönelik çalışmalarını sürdürmüş ve konuya yönelik en kapsamlı çalışmayı 2003 yılında ‘Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ni hazırlayarak gerçekleştirmiştir. Gelenekler, görenekler, el işçiliği, ritüeller vb. unsurları koruma altına alarak gelecek nesillere aktarmayı hedefleyen bu sözleşme dahilinde, geçmişten günümüze insanoğlunun hayatını devam ettirebilmesi için en önemli ihtiyacı olan beslenme kültürüne yönelik unsurlarının da yer aldığı görülmektedir.

Somit kültürel mirasın çok yönlü bir temsilcisi olan Türkiye, gelenek ve görenekleri, destanları, dansları, günümüze ulaşmış ritüelleri ile somut olmayan kültürel mirasın çeşitli öğelerini de bünyesinde barındırmaktadır. Uzun bir tarihsel gelişim sürecinden geçen Türkiye, bu süreçte birçok farklı kültürü içinde barındırdığından dolayı oldukça zengin bir mutfak kültürüne de sahiptir. Ancak dünya mutfakları göz önüne alındığında, Türkiye’de gastronomi alanındaki gelişmelerin son yıllarda artış gösterdiğini söylemek mümkündür.

Somit olmayan kültürel miras kapsamında koruma altına alınan beslenme kültürüne yönelik unsurlar incelendiğinde; ‘İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi’ incelendiğinde toplamda 2205 yöresel yiyecek ve içecekten oluşan Türk mutfacı unsurlarından sadece üç adedinin koruma altında olduğunu görmek mümkündür. Sadece Gaziantep şehrine özgü 300’e yakın yöresel yiyeceği olan Türk mutfacı düşünüldüğünde ulusal ve uluslararası platformda olduğumuz konumdan daha iyi bir yerde olmamız için bu konuya daha fazla dikkat çekilmesi gerektiği düşünülmüştür. Bu doğrultuda yürütülmüş olan bu çalışmanın amacı somut olmayan kültürel miras kapsamında Türk mutfak kültürü konusuna daha fazla dikkat çekebilmektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kültür ve Miras Kavramı

Kültür kavramını; bir toplumu kimliği, yaşayış tarzı, inançları, kendine has olan özellikleri, sanatı, örf ve adetleri ile diğer toplumlardan ayıran bir düşünce tarzı olarak ifade etmek mümkündür (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003). Miras ise kültürel geleneğin bir parçası olarak görülmekle beraber geçmişten gelen tarihi değerleri günümüze taşıma rolünü üstlenmektedir (Nuryanti, 1996:249). Bu doğrultuda kültürel mirası; eski nesiller tarafından bırakılan, günümüze kadar ulaşmayı başarmış, gelecek nesillere de fayda sağlayacak olan somut ve somut olmayan değerlerin tümü olarak ifade edilebilir. Bu tanımdan yola çıkılarak kültürel mirasın sadece elle tutulan ve gözle görülen somut varlıkları değil somut olmayan değerleri kapsadığını da söylemek mümkündür (Artun, 2005). Kültürel miras; somut kültürel miras, somut olmayan kültürel miras, sualtı kültürel mirası ve doğal kültürel miras olarak dört kategoriye ayrılmaktadır (Ünsal ve Pulhan, 2012: 34).

Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras

Somut kültürel miras, binalar, tarihi yerler, anıtlar ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eseri kapsamaktadır. Bu eserler gelecek nesiller için korunması ve saklanması gereken, arkeolojik, mimari, teknolojik ve bilimsel açıdan önem arz eden yapılardır (UNESCO, 2014a).

Somut olmayan kültürel miras ise; bireylerin, grupların ya da toplulukların ait oldukları kültürlerin bir parçası olan gelenek ve görenekler, ritüeller, bilgi ve beceriler, çeşitli uygulamalar ve anlatımlardan meydana gelmektedir. Nesilden nesile aktarılan bu miras bireylerin, grupların veya toplulukların sosyal çevre, doğa ve tarihle etkileşimleri sonucu sürekli olarak yeniden yaratılmakta, bu da kültürel çeşitliliğe katkı sağlamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003).

Hem somut hem de somut olmayan kültürel mirasın önemi hakkında günümüze kadar birçok yayın hazırlanmış, kültürel mirasın korunmasına yönelik birçok uluslararası sözleşme imzalanmış, birçok ulusal/uluslararası kuruluş kültürel mirasın korunmasına yönelik çalışmalarını sürdürmeye devam etmiştir. Bu kuruluşlardan biri Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO)'dur (Okuyucu, 2011: 23-24). UNESCO; Birleşmiş Milletler'e bağlı özel bir kurum olup, Türkiye'nin de dahil olduğu 20 kurucu ülke tarafından 16 Kasım 1945 tarihinde kurulmuştur (Turkish National Commission For Unesco, 2015). Kültürel mirası korumaya yönelik çalışmalar yapan UNESCO, 1952 yılında 'Yazar Hakları

Evrensel Sözleşmesi'ni hazırlayarak kültürel ifade çeşitliliğine ve kültürel yaratıcılığa değinmiş olsa da, sözlü ortamlarda kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel mirasa yönelik bir düzenleme yapmamıştır. İlerleyen yıllarda UNESCO'nun doğal ve kültürel mirası korumaya yönelik hazırlamış olduğu sözleşmeler ve programlar ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (UNESCO World Heritage Center, 2013: 11):

1. Silahlı Çatışma Durumunda Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ve Protokolü (1954)- 2. Protokol (1999),
2. Kültür Varlıklarının Kanunsuz İthal, İhraç ve Mülkiyet Transferinin Önlenmesi ve Yasaklanması İçin Alınacak Tedbirlerle İlgili Sözleşmesi (1970),
3. Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi (1972),
4. Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi (2001),
5. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi (2003),
6. İnsan ve Biyosfer (MAB) Programıdır.

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Süreci

16 Kasım 1972 tarihinde imzalanan Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi'nin amacı hiçbir ülke veya bölge ayırımı yapmaksızın, insanlığın bugüne kadar yaratmış olduğu uygarlıkların birer göstergesi olan tarihsel yapıların, sit alanlarını ve doğal zenginlikleri korumaktır (Oğuz, 2007: 6). İmzalanan bu sözleşmede sadece somut kültürel mirasın korunması eleştirilere sebep olmuş, somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik fikirler ortaya çıkmaya başlamış (Oğuz, 2013: 7)ve somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik ilk adımlar atılmıştır(Kurin, 2004: 64).

Somut olmayan kültürel mirası korunması düşüncesi ilk olarak 'folklor' adı altında başlamış ve Bolivya'nın 1973 yılında Yazar Hakları Evrensel Sözleşmesi'ne folklorun korunmasına yönelik bir protokol eklenmesini talep etmesiyle gerçekleşmiştir. Bu kararın ardından, uzmanların yaptıkları toplantılar sonucunda(Kurin, 2001: 1);1982 yılında 'UNESCO Gayri Maddi Miras Bölümü' kurulmuş ve 'Folklorun Korunması Uzman Komitesi' oluşturulmuştur(Oğuz, 2013: 7). 1989 yılında 'Popüler ve Geleneksel Kültürün Korunması Tavsiye Kararı,' 1994 yılında "'İnsanlığın Yaşayan Hazinesi Programı", 1997-1998 yılında 'İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Mirası Başyapıtları İlan Programı' açıklanmıştır(Oğuz, 2010: 8). 2001 yılında 'İnsanlığın Sözlü ve Somut Mirası Başyapıtları' ilan edilmiş, 'Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi' yayımlanmış ve 'Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi' imzalanmıştır. 17 Ekim 2003 tarihinde 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi', 2005 yılında 'Kültürel Anlatımların Çeşitliliğinin Korunması ve

Geliştirilmesi Sözleşmesi' kabul edilmiştir. 2003 ve 2005 yılında kabul edilen bu sözleşmeler, 1972 yılında imzalanan sözleşmenin korumadığı kültürel alanlara dikkat çekmiştir (Oğuz, 2007: 10). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin dört ana hedefi vardır. Bunlar (UNESCO, 2014b); somut olmayan kültürel mirasın korunması, birey, grup veya topluluklarla ilgili somut olmayan kültürel mirasa saygı gösterilmesi, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde somut olmayan kültürel mirasın önemi konusunda bilinçlendirmenin artırılması, uluslararası iş birliği ve yardımlaşmanın sağlanması şeklinde ifade edilmektedir.

Sözleşmeye taraf olan devletler kendi sınırları dahilinde bulunan somut olmayan kültürel mirası korumaya yönelik gerekli önlemleri almak ve ülkesinde var olan somut olmayan kültürel mirasın tespitini yaparak bir yada birden fazla envanter hazırlayıp envanterleri düzenli olarak güncelleştirmekle görevlidir (UNESCO, 2014c). Türkiye, somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik Yaşayan İnsan Hazine (YİH) Ulusal Envanteri ve Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Ulusal Envanteri olmak üzere iki tür envanter hazırlamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

Türkiye, 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne yönelik yapmış olduğu çalışmalar sonucunda 'İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne 12 adet unsuru kabul ettirmeyi başarmıştır. Aşağıda yer alan tabloda 'İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'nde var olan unsurlar yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

Tablo 1: Somut Olmayan Kültürel Miras Envanteri'nde Türkiye

İNSANLIĞIN SÖZLÜ VE SOMUT OLMAYAN BAŞYAPITLARI LİSTESİ		
1	2008	Meddahlık
2	2008	Mevlevi Sema Törenleri
İNSANLIĞIN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI TEMSİLİ LİSTESİ		
3	2009	Âşıklık Geleneği
4	2009	Karagöz
5	2009	Nevruz (Ortak Dosya)
6	2010	Geleneksel Sohbet Toplantıları
7	2010	Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali
8	2010	Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah
9	2011	Tören Keşkeği Geleneği
10	2012	Mesir Macunu Festivali
11	2013	Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği
12	2014	Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı

Kaynak: (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

Tablo 1’de İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’nde Türkiye’ye ait olan unsurlar yer almaktadır. Unsurlara göz atıldığında; meddahlık, âşıklık geleneği gibi sözlü uygulamalar ve geçmişten günümüze kadar ulaşmayı başarmış olan geleneksel törenlerin yanı sıra mutfak kültürümüze yönelik keşkek, Türk kahvesi ve mesir macunu unsurlarının koruma altında olduğunu görmek mümkündür.

Türk Mutfağı Hakkında Genel Bilgi

Uzun bir tarihsel gelişimi olan Türkler, mutfak kültürü konusunda oldukça zengindir(Akman ve Mete, 1998: 13)Türk mutfağı denildiğinde; Türkiye’de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması süreci ile bu süreçleri yerine getirmek için kullanılmakta olan araç gereçler, inanışlar ve uygulamalar akla gelmektedir. Ancak ‘Türk’ kavramı etnik bir kavram olarak algılanmamalıdır. Çünkü Türklerin Anadolu’ya yerleşmesinden önce de Türk mutfağı var olmuş, o dönemlerde Pers, Yunan, Arap istilaları ve Haçlı seferlerinden etkilenmiş ve bu etkiler yemeklerin çeşit olarak zenginleşmesine sebep olmuştur (Doğdubay, 2000: 8). Orta Asya’dan başlayarak Türkiye’de son bulan göç süresince Türk Mutfağı, Osmanlı İmparatorluğu’nun birçok ülkeyi fethetmesi ve farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmasının etkisiyle daha zengin, renkli ve birçok ülkeye ait özelliği içinde barındıran bir mutfak haline gelmiştir(Dereli, 1989: 2; Aktaş ve Özdemir, 2012: 27). Türk mutfağının çeşitliliğini sağlayan bu etmenleri Mussman ve Pahalı (1994: 16)Türklerin dünyanın en eski uluslarından biri olması, Mezopotamya’dan kaynaklanan Anadolu mutfağının varlığı, Osmanlı İmparatorluğu’nun genişlemesi sonucu birçok farklı ülke özelliklerinin bir araya toparlanması, gelişmiş Fransız mutfağından bazı pişirme yöntemlerinin alınması,Orta Asya’dan başlayan ve Anadolu’da biten göçün sonucunda birçok toplum ve ulus ile ilişki kurulması şeklinde ifade etmiştir. Tüm bu etkileşimler, günümüzde Türk mutfağının Çin ve Fransız mutfağı ile beraber dünyanın en büyük üç mutfağından biri olarak kabul edilmesini sağlamıştır(Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 44).Tezcan (2000: 21) ise yapmış olduğu çalışmada; Türk mutfağının göçebelikten, tarıma dayalı ekonomik yapıdan, yemek çeşitliliği açısından başka kültürlerden etkilenmiş olduğunu, başka kültürleri etkilediğini ve Türk ailelerinin sosyo-ekonomik düzeylerinin yemeklerde farklılaşmaya yol açtığından söz etmiştir.

Türkiye’nin sahip olduğu tarihi ve kültürel birikim, somut kültürel mirasın yanı sıra Türk mutfağını da etkilemiş ve Türk mutfağının dünyanın sayılı mutfakları arasında yer almasını sağlamıştır. Ancak Seyitoğlu ve Çalışkan (2014: 31) ‘Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi’ adlı çalışmasında yaptıkları değerlendirme

sonucunda, turistlerin Türkiye’yi tercih etme sebepleri arasında mutfak faktörünün yeterli oranda olmadığı sonucuna varmış ve bu konuda daha çok çalışma yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Dünya ülkelerinde turizm kazancının önemli bir bölümünü oluşturan gastronomi turizmi ülkemizde de gelişmeyi bekleyen bir alandır ve bu konu hakkındaki çalışmalar oldukça yenidir (Öney, 2013: 159).

YÖNTEM

Bu çalışma, somut olmayan kültürel miras kapsamında Türk mutfak kültürü konusuna daha fazla dikkat çekebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye’de yer alan mutfak müzelerinin ziyaretçileri ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de gastronomi konusuna yönelik hizmet veren müze sayısı 8 tane olup¹, bu müzelerden Emine Göğüş Mutfak Müzesi (Gaziantep) ve Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (Şanlıurfa) bulunduğu şehrin mutfak kültürünü somut hale getirerek ziyaretçilere aktaran müzelerdir. Diğer müzeler ise, yiyecek içeceklerle alakalı belirli bir alana yöneliktir. Müze ziyaretçilerine, Türk mutfağının dünyadaki yeri, ulusal/uluslararası alanda tanıtımı, mutfak müzesinin somut olmayan kültürel mirası gelecek nesillere aktarmadaki rolüne yönelik sorular sorulmuş ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Problemleri ve Hipotezler

Araştırma kapsamında oluşturulan problem ve hipotezleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

Problem 1: Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin Türk mutfağının dünyadaki yeri konusunda algıları nedüzeydedir?

Hipotez 1: Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile Türk mutfağının dünyadaki yeri konusunda algıları arasında bir farklılık vardır.

Problem 2: Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı konusundaki algıları nedüzeydedir?

Hipotez 2: Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı konusundaki algıları arasında bir farklılık vardır.

Problem 3: Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin mutfak müzesinin somut olmayan kültürel mirası gelecek nesillere aktarma konusundaki algıları ne düzeydedir?

¹Müzelerden biri açılış aşamasındadır.

Hipotez 3:Mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile mutfak müzesinin somut olmayan kültürel mirası gelecek nesillere aktarma konusundaki algıları arasında bir farklılık vardır.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Uygulanması

Araştırmada bir şehrin mutfak kültürünü geçmişten günümüze aktaran iki adet mutfak müzesi evren olarak seçilmiştir. Öne sürülen hipotezlerin geçerliliğini ölçmek amacıyla bir anket formu hazırlanmış ve hazırlanan anket Türkiye’de yer alan iki mutfak müzesinin ziyaretçileri ile Kasım 2014-Aralık 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Oluşturulan anket dört bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular, ikinci bölümde ise destinasyona ve müzeye dair genel sorular bulunmaktadır. Üçüncü ve dördüncü bölümde; mutfak kültürümüze, somut olmayan kültürel mirasa ve müzenin içeriğine yönelik toplamda 19 ifade yer almakta ve katılımcıların soruları 5’li Likert ölçeği ifadelerinden kendilerine en yakın olan seçenek ile cevaplamaları istenmiştir.

BULGULAR

Emine Göğüş Mutfak Müzesi ve Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi’nden elde edilen bulgular değerlendirilmeden önce anket sorularının güvenilirlik analizi Cronbach Alpha yöntemiyle hesaplanmıştır. Gaziantep şehrinde gerçekleştirilen anketlere uygulanan güvenilirlik analizi sonucu 0,823, Şanlıurfa şehrinde gerçekleştirilen anketlere uygulanan güvenilirlik analizi sonucu ise 0,885’dir. Alpha katsayısına bağlı olarak anketlerin ölçek güvenilirliğini yüksek derecede güvenilir şekilde yorumlamak mümkündür.

Yapılan anket çalışmasına 228 kadın 122 erkek olmak üzere toplamda 350 kişi katılmıştır. Katılımcılar arasında 219 kişinin üniversite eğitim derecesine sahip bireyler olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grupları genel olarak değerlendirildiğinde ise; 148 kişinin 18-25 yaş grubu, 106 kişinin 26-35 yaş grubu, 60 kişinin 36-45 yaş grubu, 20 kişinin 46-55 yaş grubu ve 16 kişinin 55 ve üzeri yaş grubunda yer aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda eğitim seviyeleri üniversite olan ve genç nüfus olarak adlandırılabilen 18-25 yaş grubunun mutfak müzelerine olan ilgisinin daha yoğun olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma dahilinde oluşturulan hipotezlerin geçerliliği ölçmeye yönelik One Way Anova ve T-Test analizleri gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların Türk mutfağının dünyadaki yeri konusundaki algılarına yönelik elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Türk Mutfağının Dünyadaki Yerine Yönelik Algı ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ DÜNYADAKİ YERİ						
Yaş	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	P
18-25 yaş	Gaziantep	134	4,4142	,81233	,968	,425
	Şanlıurfa	14	4,3214	1,10257		
26-35 yaş	Gaziantep	93	4,5538	,68945		
	Şanlıurfa	13	4,5385	,72058		
36-45 yaş	Gaziantep	50	4,4500	,59974	,138	,967
	Şanlıurfa	10	4,5500	,72457		
46-55 yaş	Gaziantep	19	4,6842	,47757		
	Şanlıurfa	1	4,5000	.		
55 ve üzeri yaş	Gaziantep	15	4,5333	,35187		
	Şanlıurfa	1	4,5000	.		

Tabloda yaş değişkeni için yapılan One Way Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin yaşları ile Türk mutfağının dünyadaki yeri konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3: Türk Mutfağının Dünyadaki Yerine Yönelik Algı ile Eğitim Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ DÜNYADAKİ YERİ						
Eğitim Durumu	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	P
İlköğretim	Gaziantep	34	4,5294	,81595	,502	,681
	Şanlıurfa	4	4,1250	,75000		
Lise	Gaziantep	64	4,4141	,73762		
	Şanlıurfa	12	4,6667	,68534		
Üniversite	Gaziantep	201	4,5075	,66798	1,195	,326
	Şanlıurfa	18	4,2778	1,01782		
Yüksek Lisans/ Doktora	Gaziantep	12	4,3333	,98473		
	Şanlıurfa	5	4,9000	,22361		

Tablo 3'te eğitim durumu değişkeni için yapılan One Way Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin eğitim durumları ile Türk mutfağının dünyadaki yeri konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık yoktur sonucuna varılmaktadır.

Tablo 4: Türk Mutfağının Dünyadaki Yerine Yönelik Algı ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik T-Test Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ DÜNYADAKİ YERİ							
Cinsiyet	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	Sig.	P
Kadın	Gaziantep	206	4,4903	,69836	,596	,441	,825
	Şanlıurfa	22	4,4773	,98170			
Erkek	Gaziantep	105	4,4714	,73977	,398	,532	,897
	Şanlıurfa	17	4,4412	,65865			

Tabloda cinsiyet değişkeni için yapılan T-test sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri ile Türk mutfağının dünyadaki yeri konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Türk mutfağının dünyadaki yerine yönelik algı ile yaş değişkeninin incelenmesi sonucu elde edilen sonuçlarda; Emine Göğüş Mutfak Müzesi ve Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'nde 18-25 yaş grubu katılımcıların bu konu hakkında en olumsuz görüşe sahip olan grup olduğu görülmektedir. Eğitim değişkeni için genel bir değerlendirilme yapıldığında ise; Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'nde ankete katılan katılımcılardan yüksek lisans veya doktora eğitim derecesine sahip bireylerin konu ile ilgili daha olumlu bir görüşe sahip olduğu ve ilköğretim mezunu katılımcıların diğer katılımcılara göre daha olumsuz görüşlere sahip olduğu sonucuna varılmaktadır. Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nde ankete katılan ilköğretim mezunu katılımcılar ise bu konu hakkında diğer katılımcılardan daha olumlu görüşe sahip olan grup olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 5: Türk Mutfağının Ulusal ve Uluslararası Alanda Tanıtım ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ ULUSAL ve ULUSLARARASI ALANDA TANITIMI						
Yaş	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	P
18-25 yaş	Gaziantep	134	3,0037	1,07343	,790	,532
	Şanlıurfa	14	3,0357	1,15133		
26-35 yaş	Gaziantep	93	2,9731	1,01982		
	Şanlıurfa	13	3,1154	1,17533		
36-45 yaş	Gaziantep	50	2,7500	1,15286	,833	,514
	Şanlıurfa	10	3,4500	1,34268		
46-55 yaş	Gaziantep	19	2,6842	1,19269		
	Şanlıurfa	1	4,0000	.		
55 ve üzeri yaş	Gaziantep	15	2,9333	1,04994		
	Şanlıurfa	1	5,0000	.		

Tablo 5’te yaş değişkeni için yapılan One Way Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin yaşları ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımikonusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Tablo 6: Türk Mutfağının Ulusal ve Uluslararası Alanda Tanıtımı ile Eğitim Durumu Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ ULUSAL ve ULUSLARARASI ALANDA TANITIMI						
Eğitim Durumu	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	P
İlköğretim	Gaziantep	34	3,2059	1,14228	2,046	,107
	Şanlıurfa	4	2,7500	,86603		
Lise	Gaziantep	64	2,6797	1,08879	2,269	,098
	Şanlıurfa	12	3,9167	1,16450		
Üniversite	Gaziantep	201	2,9701	1,06846	2,269	,098
	Şanlıurfa	18	3,0833	1,17886		
Yüksek Lisans/ Doktora	Gaziantep	12	2,8333	,71774	2,269	,098
	Şanlıurfa	5	2,6000	1,14018		

Tablo 6’da eğitim değişkeni için yapılan One Way Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin eğitim durumları ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık yoktur sonucuna varılmaktadır.

Tablo 7:Türk Mutfağının Ulusal ve Uluslararası Alanda Tanıtımı ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik T-Test Sonuçları

TÜRK MUTFAĞININ ULUSAL ve ULUSLARARASI ALANDA TANITIMI							
Cinsiyet	Şehirler	N	\bar{x}	S.S	F	Sig.	P
Kadın	Gaziantep	206	3,0073	1,08142	,133	,716	,079
	Şanlıurfa	22	3,1364	1,12527			
Erkek	Gaziantep	105	2,7810	1,05367	1,032	,316	,534
	Şanlıurfa	17	3,3824	1,31731			

Tablo 7’de cinsiyet değişkeni için yapılan T-test sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımikonusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı konusunda katılımcıların tutumları genel olarak değerlendirildiğinde; Emine Göğüş Mutfak Müzesi katılımcılarının kararsız, Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi’ndeki katılımcıların ise daha olumlu bir tutum sergiledikleri görülmüştür.

Tablo 8: Mutfak Müzesinin Somut Olmayan Kültürel Mirası Gelecek Nesillere Aktarımı ile Yaş Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

MUTFAK MÜZESİNİN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI GELECEK NESİLLERE AKTARIMI						
Yaş	Şehirler	N	\bar{X}	S.S	F	P
18-25 yaş	Gaziantep	134	4,4328	,73267	1,542	,190
	Şanlıurfa	14	4,3929	,78883		
26-35 yaş	Gaziantep	93	4,5645	,73435		
	Şanlıurfa	13	4,8846	,29957		
36-45 yaş	Gaziantep	50	4,3800	,79257	1,225	,319
	Şanlıurfa	10	4,2000	1,20646		
46-55 yaş	Gaziantep	19	4,7895	,38427		
	Şanlıurfa	1	4,5000	.		
55 ve üzeri yaş	Gaziantep	15	4,4667	,74322		
	Şanlıurfa	1	5,0000	.		

Tablo 8’de yaş değişkeni için yapılan One Way Anova testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin yaşları ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtım konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Tablo 9: Mutfak Müzesinin Somut Olmayan Kültürel Mirası Gelecek Nesillere Aktarımı ile Eğitim Durumu Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik One Way Anova Testi Sonuçları

MUTFAK MÜZESİNİN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI GELECEK NESİLLERE AKTARIMI						
Eğitim Durumu	Şehirler	N	\bar{X}	S.S	F	P
İlköğretim	Gaziantep	34	4,6471	,77391	1,944	,122
	Şanlıurfa	4	4,0000	2,00000		
Lise	Gaziantep	64	4,4297	,83031		
	Şanlıurfa	12	4,8750	,22613		
Üniversite	Gaziantep	201	4,5025	,65669	1,927	,143
	Şanlıurfa	18	4,3333	,70711		
Yüksek Lisans/ Doktora	Gaziantep	12	4,0833	1,08362		
	Şanlıurfa	5	4,8000	,44721		

Tablo 9’da eğitim durumu değişkeni için yapılan One Way Anova Testi sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin eğitim durumları ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtım konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık yoktur sonucuna varılmaktadır.

Tablo 10: Mutfak Müzesinin Somut Olmayan Kültürel Mirası Gelecek Nesillere Aktarımı ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik T-Test Sonuçları

MUTFAK MÜZESİNİN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI GELECEK NESİLLERE AKTARIMI							
Cinsiyet	Şehirler	N	\bar{X}	S.S	F	Sig.	P
Kadın	Gaziantep	206	4,4733	,73286	,248	,619	,641
	Şanlıurfa	22	4,4773	,69825			
Erkek	Gaziantep	105	4,5143	,72873	,000	,993	,680
	Şanlıurfa	17	4,5882	,97204			

Tablo 10’da cinsiyet değişkeni için yapılan T-Test sonuçları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Gaziantep ve Şanlıurfa şehirlerinde mutfak müzesini ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri ile Türk mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı konusuna yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık yoktur sonucuna varılmaktadır.

Katılımcıların mutfak müzesinin somut olmayan kültürel mirası gelecek nesillere aktarma konusundaki işlevi ile alakalı olarak sorulan sorulara vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde; her iki mutfak müzesinde de ankete katılan katılımcıların bu konuda oldukça olumlu görüşlere sahip olduğunu anlamak mümkündür. Bu doğrultuda; mutfak müzelerini ziyaret eden turistlerin mutfak müzelerini mutfak kültürümüzü gelecek nesillere aktarmakta bir aracı rolü üstlendiği görüşüne sahip olduğu söylenebilir.

Araştırma dahilinde oluşturulan hipotezlerin geçerliliği ölçmeye yönelik One Way Anova ve T-Test analizleri gerçekleştirilmiş ve katılımcıların demografik özellikleri ile araştırmanın problemlerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucu ortaya çıkmış ve araştırmanın hipotezleri reddedilmiştir. Bu sonuç bize göstermektedir ki; ankete katılan katılımcılar yaş, cinsiyet ve eğitim durumu açısından farklı gruplara dahil olsalar da benzer düşüncelere sahiptir. Araştırmanın problemlerine yönelik algılar şu şekildedir; ankete katılan katılımcıların çoğu Türk mutfağının dünyanın önde gelen mutfakları arasında olduğunu fakat ulusal ve uluslararası platformda yeterince tanıtılmadığını düşünmektedir.

SONUÇ

Kişilerin sürekli ikamet ettikleri ve olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışınayaptıkları seyahatleri, seyahat süresince turistik mal ve hizmetlerden faydalanmalarını ve geçici konaklamalarını kapsayan turizm hareketi günümüzde klasik tatil anlayışı olan deniz-kum-güneş üçlüsünden giderek uzaklaşmaktadır. 21. yy. ile beraber turizm hareketine yönelik algı değişmiş ve gelişmiş, insanların özel ve kısıtlı zamanlarını özel ve farklı yerlerde

değerlendirme isteği klasik tatil anlayışından daha cezbedici bir hal almıştır. Bu anlayışın gelişmesi, özel ilgi turizmi kavramının gelişmesini ve alternatif turizm türlerine olan ilginin artmasını sağlamıştır. Böylece, yerel halka ve farklı kültürlerle olan ilgi artmaya başlamış ve yapısal kültürel miras açısından zengin olmayan ülkeler kendilerine özgü kültür ve gelenekleri pazarlama şansı bularak turizm pazarından pay almaya başlamıştır. Değişen algı ile beraber, somut kültürel mirasın yanı sıra somut olmayan kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aynı şekilde aktarılması gerçeğinin de önemi artmıştır. Geçmişten günümüze kadar somut kültürel mirası korumaya yönelik çalışmalar yapan birçok ulusal ve uluslararası kuruluş bu anlayışın önem kazanmasıyla beraber bu konuya yönelik çalışmalar yapmaya başlamıştır. Bu kuruluşlardan biri de UNESCO'dur. UNESCO somut olmayan kültürel mirasa yönelik en kapsamlı çalışmasını 2003 yılında hazırlamış olduğu 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi' ile yapmış, Türkiye ise bu sözleşmeye 2005 yılında taraf olmuştur. Medeniyetler tarihine yön veren birçok kavime ev sahipliği yapmış olan Türkiye, hem somut hem de somut olmayan kültürel miras açısından oldukça cezbedici bir destinasyondur. Halk dansları, gelenekleri, ritüelleri, masalları, el sanatları vb. unsurları açısından oldukça zengin olan Türkiye, aynı zamanda farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış olmasından dolayı oldukça zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Dünyanın en büyük üç mutfağı arasında sayılan Türk mutfağı maalesef uluslararası platformda hak ettiği konumda değildir. Mutfak kültürüne yönelik yapılan araştırmalarda Türk mutfağının ulusal ve uluslararası platformda yeterince tanıtılamadığı düşüncesi ortak bir görüştür. Yapılan bu çalışma ile somut olmayan kültürel miras kapsamında Türk mutfak kültürü konusuna daha fazla dikkat çekebilmek amaçlanmıştır.

Gerçekleştirilen anketler sayısal açıdan değerlendirildiğinde; iki mutfak müzesinin katılımcıları arasındaki sayısal farkın oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir. Toplamda ulaşılan 350 anketten 311 adedi Emine Göğüş Mutfak Müzesi ziyaretçileri ile 39 adedi ise Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi ziyaretçileri ile gerçekleştirilmiştir. Bu durum ziyaretçi sayıları arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Emine Göğüş Mutfak Müzesi'ni cumartesi ve pazar günlerinde toplam 300-350 kişinin ziyaret ettiği tahmin edilirken, bu sayının Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'nde oldukça az olduğu müzede yer alan imza defterine bakıldığında görülmüştür. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'ne girişin ücretsiz olması ve kişilerin herhangi bir turnikeden geçmemesi ziyaretçi sayılarına yönelik istatistiki verinin elde edilmesi konusunda sıkıntı yaratmaktadır. Geçmiş yıllarda giriş ücretine yönelik benzer bir uygulama Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nde de geçerli olmuştur ancak 2010 yılından sonra

ziyaretçilerden sembolik bir ücret olarak 1 ₺ ziyaretçi giriş ücreti alınmaya başlamıştır. Aynı uygulamanın Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'nde uygulanması bir süre daha mümkün görülmemektedir, ücretsiz ziyaretçi girişi olan müzenin ziyaretçi sayılarındaki yetersizlik düşünüldüğünde, sembolik bir ücret alınması bile bu sayıyı daha fazla düşürebilir.

Anket çalışması için Gaziantep'e giderken havayolu taşımacılığı tercih edilmiş fakat Gaziantep Havaalanı'nda Emine Göğüş Mutfak Müzesi'ne yönelik hiçbir tanıtım broşürüne rastlanmamıştır. Türkiye'nin batı kesiminden veya yurt dışından gelen turistlerin genel olarak havayolu taşımacılığını kullanacağı düşünülecek olursa, havaalanında müzeye dair yapılacak olan herhangi bir tanıtım faaliyetinin müzeye gelecek olan turist sayısını arttıracığı düşünülebilir. Günümüzde tanıtım ve reklam denildiğinde internetin öneminin yadsınamaz bir gerçek olduğu ve müzenin var olan sosyal medya hesaplarını daha etkin bir şekilde kullanmasının hem müzenin hem de mutfak kültürümüzün tanıtımına olumlu katkı sağlayacağı da unutulmamalıdır.

Gerçekleştirilen ankette ulaşılan sonuçlara göz atıldığında; 18-25 yaş aralığında ve üniversite eğitim derecesine sahip olan kişilerin, ziyaretçi profilleri arasında sayıca üstün olduğu görülmektedir. Bu durum, üniversitelerde mutfak kültürümüze yönelik yapılacak olan etkin tanıtım faaliyetlerinin hem mutfak kültürümüze hem de müzelere olan ilginin artmasında fayda sağlayacağını düşündürmektedir.

Yukarıda bahsedilen unsurların yanı sıra; diğer yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir:

- UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne Fransa örneğinde olduğu gibi Türk mutfağının tamamen bir kültür unsuru olarak girebilmesi,
- Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri'nde yer alan aşure geleneği, pekmez ve şıra yapımı, lokum kültürü, zeytin ve zeytinyağı kültürü gibi unsurlara yönelik yapılacak çalışmaların hızlandırılması,
- Ülkemizde somut olmayan kültürel mirası gelecek nesillere aktarmada önemli bir görev üstlenen müzeler çoğaltılması, şehirlerin tanıtım günleri vb. faaliyetler ile hem mutfak kültürümüz hem de somut olmayan kültürel mirasa yönelik unsurlarımızın tanıtımının sağlanması,
- Türkiye'de gastronomi alanına yönelik farkındalığın gelişebilmesi adına okullarda gastronomi bölümüne yönelik kontenjanlar arttırılmalı ve Türkiye'de yer alan mutfak müzeleri dışında diğer gastronomi müzelerine yönelik tanıtım çalışmalarının daha etkin bir şekilde yürütülmesi.

KAYNAKÇA

- AKMAN, M. ve METE, M. (1998), Türk ve Dünya Mutfakları, Konya: Selçuk Üniversitesi.
- AKTAŞ, A. ve ÖZDEMİR, B. (2012), Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ARTUN, E. ,“Halk Kùltürlerinin Gelecek Kuşaklara Taşınması”,(2005),<http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/49.php>., Erişim Tarihi: 20 Kasım 2014.
- DERELİ, A. M. (1989), Ticari Mutfak, Ders notları-1, Ankara: TURBAN Turizm A.Ş. Genel Müdürlüğü.
- DOĞDUBAY, M. (2000), Türkiye’de Özellikle Restoranlarda Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri (Bir Örnek Uygulama), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- DÜZGÜN, E. ve DURLU ÖZKAYA, F. (2015)“Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Cilt:3, Sayı: 1, ss. 41-47.
- KURIN, R. (2001)“The UNESCO Questionnaire on the Application of the 1989 Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore: Preliminary Results”, Editor: Peter Seitel, Safeguarding Traditional Cultures: A Global Assessment, United States of America: Center for Folklife and Cultural Heritage Smithsonian Institution.
- KURIN, R. (2004)“Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: A Critical Appraisal”, Museum International, Volume: 56, Issue:(1-2), ss. 66-77.
- MUSSMANN, K. D; PAHALI, C. (1994), Mutfak Hizmetleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- NURYANTİ, W. (1996),“Heritage and Postmodern Tourism”, Annals of Tourism Research, Volume: 23, No: 2, ss. 249-26.
- OĞUZ, Ö. (2007), “Unesco, Kültür ve Türkiye”, Milli Folklor, Sayı: 73, ss. 5-11.
- OĞUZ, Ö. (2010), “Somut Olmayan Kültürel Miras ve İfade Çeşitliliği”, Milli Folklor, Sayı: 82, ss. 6-12.
- OĞUZ, Ö. (2013), “Terim Olarak Somut Olmayan Kültürel Miras”, Milli Folklor, Sayı: 100, ss. 5-13.
- OKUYUCU, A. (2011), Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya (Beşeri ve İktisadi Coğrafya) Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ÖNEY, H. (2013),“Gastronomi Turizmi”, Editör: A. Sadık BAHÇE, Alternatif Turizm, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- SEYİTOĞLU, F. ve ÇALIŞKAN, O. (2014),“Turizm Literatüründe Türk Mutfacı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(4), ss. 23-35.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi”, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50838/insanligin-somut-olmayan-kulturel-mirasinin-temsili-lis-.html>.] Erişim Tarihi: 30 Ocak 2016.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, “Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışmaları”, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50839/somut-olmayan-kulturel-miras-envanter-calismalari.html>, Erişim Tarihi: 24 Kasım 2014.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teftiş Kurulu Başkanlığı, “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”, (2003), <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,50543/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html>., Erişim Tarihi: 23 Eylül 2014.
- TEZCAN, M. (2000), Türk Yemek Antropolojisi Yazıları, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- TURKISH NATIONAL COMMISSION FOR UNESCO, “UNESCO Nedir?”, <http://www.unesco.org.tr/?page=15:62:1:english>. Erişim Tarihi: 3 Ocak 2015.
- UNESCO, “Tangible Cultural Heritage”, (2014a), <http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/tangible-cultural-heritage/>., Erişim Tarihi: 21 Kasım 2014.

- UNESCO, “Implementing the Convention for the Safeguarding of ICH”, (2014b), <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01853-EN.pdf>, Erişim Tarihi: 18 Kasım 2014.
- UNESCO, ”The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage”, (2014c), <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01852-EN.pdf>, Erişim Tarihi: 19 Kasım 2014.
- UNESCO World Heritage Center, “Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention”, (2013),<http://whc.unesco.org/archive/opguide13-en.pdf>.Erişim Tarihi: 8 Ekim 2014.
- ÜNSAL, D. ve PULHAN, G. (2012),“Türkiye’de Kültürel Mirasın Anlamı ve Yönetimi”, Editörler: Asu Aksoy, Deniz Ünsal,Kültürel Miras Yönetimi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

RESTORANLARDAKİ YEŞİL UYGULAMALAR VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI İLİŞKİSİ ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ARAŞTIRMA

Gizem KILIÇ¹

Murat YÜCELEN²

ÖZET

Sürdürülebilirlik akımı birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da yaygınlaşırken, turizm sektörünün önemli kollarından olan yiyecek-içecek işletmelerinin de çevreci uygulamalara başladığı görülmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’deki restoranlarda gerçekleştirilen yeşil uygulamaların tüketici açısından değerlendirmesi anket yöntemi ile araştırılarak, katılımcıların çevre bilinci, yeşil uygulamalar hakkındaki farkındalığı ve algısı ile yeşil uygulamaların tüketim tercihlerindeki öneminin ölçülmesi amaçlanmıştır. Kartopu örnekleme tekniği ile çevrimiçi ortamda ve basılı olarak yaygınlaştırma yöntemleri sonucunda 193 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Ayrıca yeşil restoranlar üzerine mevcut projeler geliştiren bir firma ile yüz yüze ve yazılı mülakat yapılarak, niteliksel bilgiye ulaşılmıştır. Bulgular SPSS programı ile analiz edilerek, betimleyici istatistikler temel alınarak, araştırma soruları yanıtlanmıştır. Araştırmada, katılımcılar arasında çevre bilincinin ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür. Katılımcılar arasında, yeşil restoranlar hakkında çevreci, sağlıklı ve pahalı olduğu düşüncesinin öne çıktığı anlaşılmıştır. Kalite ve sağlıklı menünün, restoran tercihinde en önemli etken olduğu gözlenmiştir. Kadın tüketicilerin erkeklere göre daha çevreye duyarlı olduğu ve sürdürülebilir gıdaları tercih ettiği belirlenmiştir. Ek olarak, aylık gelir ve kişi başı ortalama restoran harcamasının artmasıyla, kalite algısının restoran tercihinde önemli yere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların genel olarak çevreci uygulamalara olumlu yaklaşımı gözlenmiştir. Restoranların tüketicilerine, çevreci uygulamaları daha etkin olarak tanıtmasının ve çevreci imaj oluşturmalarının, yiyecek-içecek sektörü açısından pazarlama avantajına dönüştürülebileceği görülmüştür. Sonuç olarak, Türk tüketicilerinin restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkındaki bilincinin artırılmasına yönelik girişimler yoluyla sektörün gelişimine önemli katkılar sağlanabileceği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Turizm Sektörü, Yeşil Restoran Uygulamaları, Tüketici Bilinci ve Tercihi

GİRİŞ

Yeşil kelimesi, çevre dostu veya geri dönüştürülmüş ürünleri kullanarak çevre üzerindeki etkiyi azaltmayı ifade eder; bu bağlamda yeşil girişimin pazarlama gücünü fark eden şirketler, en yeşil şirket olma yarışında yer edinme çabası içine girmişlerdir (Namkung ve Jang, 2013:85). Çevre sorunlarına duyarlı tüketicilerin sayısının artması ile çevre dostu ürünlere

¹Yeditepe Üniversitesi, gizem.kilic@std.yeditepe.edu.tr

²Yrd. Doç. Dr., Yeditepe Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, murat.yucelen@yeditepe.edu.tr

olan talep de artmıştır. Tüketicilerin çevre dostu ürünlere, diğer ürünlere kıyasla fazla ödedikleri bile gözlenmiştir (Han ve diğerleri, 2011:325).

Tüketicilerin çevre dostu enerji uygulamalarını desteklediği bilinse de, yeşil uygulamaların, turistlerin tercih sebebini etkilediğine dair yeterli kanıt yoktur. Tüketicilerin, bütçelerine dost ve kolay uygulanabilir enerji tasarrufu girişimlerine destek verdikleri düşünülmektedir (UNWTO-UNEP, 2008:11). Çevre bilincinin tüketiciler arasında yaygınlaştığı ve tüketicilerin günlük hayatlarındaki alışkanlıklarını olumlu yönde etkilediği bilinse de, birçok çevre dostu ürünün sektörde beklenen pazar payının çok altında kalarak başarısız olması çelişki yaratmıştır (Kalafatis ve diğerleri, 1999:441).

Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015) tarafından yapılan araştırma, restoranlardaki sürdürülebilirlik uygulamalarını işletme bakış açısından ele almıştır. Yüksekbilgili (2014) tarafından yapılan, restoran tercih ölçütleri üzerine yapılan araştırma ise, tüketici bakış açısını ele alır. Fakat Türkiye’deki tüketicilerin yeşil restoran uygulamaları hakkındaki bilgisini, algısını ve restoran tercihlerini ölçmeye yönelik bir çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırma sonucunda çıkan istatistiksel veri doğrultusunda, sunulan ürün ve hizmetlerin tüketici açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma, Türkiye’deki tüketicilere yönelik olup, farklı gelir, yaş ve eğitim seviyesine sahip kişilerin katılımı ile yürütülerek çeşitlilik ön planda tutulmuştur. Araştırmanın amacı, tüketicinin genel çevre bilincini, restoranlardaki sürdürülebilirlik uygulamaları hakkındaki farkındalığı, uygulamalara yönelik algısı ve uygulamaların tercihindeki etkisini ölçmektir. Araştırma dahilinde kullanılan “sürdürülebilir restoran” ve “yeşil restoran”, “restoranlarda sürdürülebilirlik uygulamaları” ve “yeşil uygulamalar” aynı anlamda kullanılmıştır. Ayrıca “ekolojik ürün” ve “çevre dostu ürün” yine aynı anlamda ve aralarında değiştirilerek kullanılmıştır. Bu bulgular sonucunda restoranların ekolojik pazarlama stratejilerinde tüketiciye yönelik eksikleri ve geliştirmeleri gereken alanlar ortaya konmak istenmiştir.

Araştırma alanı ile ilgili olarak yazın taraması temel alınarak araştırma soruları ortaya çıkartılmıştır. Yöntemler bölümünde, araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla uygulanan teknikler belirtilmiştir. Bulgular ve sonuç bölümlerinde ise, elde edilen veriyorumlanarak, sonuç ve geleceğe yönelik öneriler ortaya çıkartılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilirlik, biyolojideki anlamıyla varlığını sürdürmek ve yeniden üremek, ekonomideki anlamıyla ise istikrar ve devamlılığın sağlanması olarak açıklanır(Costanza ve

diğerleri,1995:193).Sürdürülebilir kalkınmayı tanımlayan ana unsurlar; ekolojik dengeyi muhafaza etmeye yönelik bir ekonomi sistemi, mevcut ve gelecek nesillerin doğal kaynakları eşit kullanımı ve kaynakların verimli dağılımıdır (Costanza vd.,1995:194).

1970’lerde çevreyi korumanın önemi anlaşılmış, geleneksel ekonomik kalkınma teorisine karşı çevre ve ekonominin bağlantılı olduğunu öne süren yeni bir düşünce akımı ortaya çıkmıştır.Bu yeni akımın savunucuları, gelişmekte olan ülkelerde gerçek bir ekonomik kalkınmanın, sosyal değerlerle tutarlı olması ve uzun vadede sürdürülebilir çevre stratejisine dayanması gerektiğini vurgulamıştır (Barbier, 1987:102).

Sürdürülebilirlik kavram olarak, Brundtland Komisyonu olarak da bilinen Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yayınlanan raporda ortaya çıkmıştır. Raporda sürdürülebilir kalkınma kavramı, “mevcut neslin ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğine zarar vermeden karşılayabilmesi” olarak tanımlanmıştır (Brundtland Komisyonu Raporu, 1987). Kavram yıllar içerisinde yüksek düzeyde kabul görmüş ve çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Komisyon raporunda, sosyal ve ekonomik konulara dikkat çekmiş; sosyal ve ekonomik refahın, doğal kaynaklar ve ekolojik dengeyi yok ederek korunamayacağını ortaya koymuştur (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:96).

Tarım, sanayi, eğlence ve uluslararası ticaret gibi insan faaliyetlerinin, dünya üzerinde büyük etkileri olduğu ve küresel çevre değişimini tetikleyen en önemli faktörler olduğu kabul edilmiştir. Dünya üzerindeki ekosistemler insanlar tarafından ele geçirilerek, arazi ve tarım alanları yok edilmiş, karbon salınımı artmış, su kaynakları azalmış, azot bağlanması artmış, denizler tahribata uğramış ve çeşitli hayvanların nesli tükenmiştir (Vitousek vd., 1997:494-495). İklim değişimi ile birlikte, yeşil alanların tarım alanlarına ve insanların gün geçtikçe artan ihtiyaçlarını karşılamak için kentsel yapılara dönüşmesi, biyolojik çeşitliliğin azalmasına ve ekolojik dengenin bozulmasına neden olmuştur (Lu vd., 2015:1).

Turizm sektörünün de, doğrudan ve dolaylı olarak, atmosferde karbondioksit, nitrojen oksit, metan gazı yoğunluğunun artması, hayvan türlerinin yok olması, deniz canlılarının zarar görmesi, su tüketiminin artması ve arazilerin işgal edilmesi gibi, dünyanın ekolojik sistemine etkileri olduğu bilinmektedir. Bu etkiler artan nüfus yoğunluğuyla paralel olarak, ekolojik dengenin bozulması yönündeki endişeleri artırmaktadır. Turizm sektörünün çevreye olan etki alanları, Gössling ve Peeters (2015) tarafından yapılan bir çalışmada değerlendirilmiş, 2050 yılı için bazı senaryolar ortaya çıkmıştır. Araştırmaya göre, mevcut turizm yoğunluğunun devamı durumunda, turizm sektöründeki toplam enerji tüketimi, doğal kaynakların kullanımı,

su tüketimi, karbon emisyonu, arazi kullanımı ve gıda tüketiminin 2050 yılında, 2010 yılına kıyasla iki katına çıkması beklenmektedir(Gössling ve Peeters, 2015:17-22).

Günümüzdeki tüketiciler markaları değerlendirirken sadece sunulan ürün ve hizmetin işlevini değil, markaların çevre sorumluluklarını nasıl yerine getirdiklerini de dikkate almaktadır (John ve Narayanamurthy, 2015:6-7).Uluslararası ve yerel medya organları, sosyal medya araçları ve çevreyi korumaya yönelik yasal düzenlemelerin, çevre sorunları hakkındaki farkındalığın artmasında ve tüketicilerde çevre bilincinin oluşmasında önemli katkıları olmuştur (Kalafatis vd., 1999:441).Gelişen talep doğrultusunda markalar üzerindeki baskı artmakta ve markalar pazarlama stratejilerini, doğal kaynakları muhafaza edecek, emisyonu azaltacak ve geri dönüşümü destekleyecek şekilde gözden geçirmektedir(John ve Narayanamurthy, 2015:6-7).

Green Hotels Association (Yeşil Oteller Derneği) yeşil otelleri, maliyetlerini azaltmanın yanında, aynı zamanda doğayı korumak amacıyla su, enerji ve atık tasarrufunu benimseyen kurumlar olarak tanımlamıştır. Enerji verimliliğinin uzun vadede maliyetleri azalttığıının görülmesiyle birlikte, turizm sektöründe de zincir oteller, uluslararası kurumlar tarafından çevre girişimlerinin ve eko sertifikasyon sistemlerinin parçası olmaları için teşvik edilmiştir. Sektörün önde gelen markalarıyenilenebilir enerji için gelirlerinden ödenek ayırmaya ve enerji dostu uygulamalara yatırım yapmaya başlamıştır (UNWTO-UNEP, 2008:10). Fakat yeşil uygulamaların dünya çapında uygulanması içinturizm sistemi yeniden yapılandırılmalı, sektörderekabet çıkarlarına değil ortak amaca hizmet edecek politikalar yürütülmeli ve tüketicilerin bireysel olarak sürdürülebilirlik politikalarına katkıda bulunmaları gerekmektedir (UNWTO-UNEP, 2008:11; Gössling ve Peeters, 2015:23).

Turizm sektörünün önemli bir parçası olan yiyecek – içecek işletmelerinin, dünya çapındaki gıda, su ve enerji kaynaklarının tüketilmesine ve buna bağlı olarak sera gazı salınımının artmasına, türlerin yok olmasına ve ekolojik dengenin bozulmasına doğrudan ve dolaylı olarak katkıları vardır (Vitousek vd., 1997:494-495; Gössling ve Peeters, 2015:1).Restoran inşası için tahrip edilen alanlar, aşırı su, doğalgaz ve elektrik tüketimi, geri dönüşümsüz ürünlerin kullanımı ve başarısız geri dönüşüm uygulamaları, zararlı kimyasalların kullanımı ve karbon salınımı, bu katkılara örnek olarak gösterilebilir (Schubert ve diğerleri, 2010:288).

Restoranlar ve mutfaklar enerjinin yoğun olarak kullanıldığı yerlerdir. Amerika’da yiyecek- içecek işletmeleri tarafından tüketilen yıllık enerjinin %80’inin, yanlış uygulamalardan kaynaklandığı düşünülmektedir.Verimsiz mutfak aletlerive aşırı ısı ve gürültüye neden olan havalandırma ve ısklandırma sistemleri yanlış uygulamalardan bazılarıdır (Enis, 2007:34).

Choi ve Parsa (2006) yeşil uygulamaları kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde ele almıştır. Uygulamaları sağlık, çevre ve sosyal alanlar olmak üzere üç kategoride tanımlamışlardır. Green Restaurant Association (Yeşil Restoran Derneği) tarafından 2007’de yapılan tanıma göre de yeşil restoran uygulamaları, yeşil hareket (enerji ve su tasarrufu, geri dönüşüm, yeşil bina tasarımı gibi), yeşil gıda (organik ve yerel) ve yeşil bağış (sürdürülebilirlik faaliyetlerine katılım) olmak üzere üçe ayrılır(Schubert ve diğerleri, 2010:288).

Jeong ve Jang (2010) ise restoranlardaki yeşil uygulamaları tüketiciler açısından değerlendirerek, aşağıda sunulan beş temel yaklaşım çerçevesinde açıklamıştır.

- Cam, plastik, metal, kağıt ve alüminyum gibi ürünlerin ayrıştırılarak, geri dönüşüme gönderilmesi önemlidir. Organik atıkları gübre haline dönüştürmek, atık miktarının azalması ve toprağın kalitesinin artması anlamına gelir. Geri dönüşüm ve organik atıkları gübre olarak kullanma açısından restoranların yeşil uygulama olarak yaptıklarına, arka bahçesinde geri dönüşüm yapmak, self-servis restoran oturma düzeninde geri dönüşüm çöpi sağlamak ve organik atıkları değerlendirme programı oluşturmak örnektir.
- Söz konusu araç gereçler restoranın mutfak, yemek salonu ve tuvalet gibi çeşitli alanlarında kullanılabilir. Örnek olarak,tuvaletlerde enerji ve su ile ilgili kısıtlamalar, içme suyunun müşteriye sadece talep üzerine servis edilmesi, aydınlatmanın uzun ömürlü ve enerji tasarruflu ampuller ile yapılması, tuvalette harekete duyarlı sensörlerin kullanılarak enerji tüketiminin azaltılması, havalandırma sisteminin otomatik sıcaklık ayarlayabilecek şekilde seçilmesi, asıl giriş kapısının yanında ikinci bir giriş kapısı kullanılması veya giriş kapısının daima kapalı tutulması gibi uygulamalar gösterilir.
- Zararlı bileşen içermeyen temizlik malzemeleri hem çevre ve doğa için hem de insan için sağlığa zararlı değildir. Bu ürünler zemin, masa tabak veya örtü temizliğinde kullanılır.
- Servis malzemeleri, olan atık dönüştürme süreçlerinden geçmiş geri dönüşüm malzemelerinden elde edilebilir. Bu malzemelerin tercih edilmesi, atık miktarını düşürebilir ve ağaç gibi doğal kaynakların tüketimini azaltır. Paket serviste kullanılan malzemeler, doğada çözünen ya da geri dönüştürülmüş malzemedan elde edilir.
- Organik gıdalar, insan sağlığı için zararlı olmayan takviyeler ve gübre ile genetiği değiştirilmemiş ürünler yetiştirilmesi mümkündür. Restoranlarda yerel ürünlerin yetiştirilmesi, başka bir yerden yiyecek nakli ihtiyacını ortadan kaldırarakhava kirliliği

oluşumunu önler. Restoranlarda, yerel ve organik yiyeceklerin sunulması, kullanılan deniz mahsulleri ve balıkların sürdürülebilirliğe göre yetiştirilmiş olması ve genetiği değiştirilmiş yiyeceklerden uzak durulması bu uygulamalara örnektir.

Türkiye’deki yeşil restoran uygulamalarına örnek olarak, WWF-Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) öncülüğünde, Boğaziçi Üniversitesi, TURYİD ve Unilever Food Solutions tarafından yürütülen “Yeşil Nesil Restoran” projesi örnek gösterilebilir. Proje, Unilever Food Solutions tarafından önceden yürütülen “Gıda Atığını Önleyelim” projesinin geliştirilerek, restoran ve otellere yönelik hale gelmesiyle ortaya çıkar. Projedeki çevre uygulamaları WWF-Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı)’ın belirlediği kontrol liste ve Yeşil Şef Arthur Potts Dawson’ın rehberliğinde gerçekleşmektedir. Enerji ve su kullanımının azaltılması, kimyasal madde üretimi yönetimi, atık yönetimi, personel eğitimi ve sürdürülebilir ekipman ve ürün kullanımı gibi unsurlar, proje kapsamında yer almaktadır. Proje için farklı segmentlerden örnek restoranlar seçilerek, projenin yaygınlaştırılması hedeflenmektedir. Restoranlar listedeki uygulamaları tamamladığı takdirde, “Yeşil Nesil Restoran” olma hakkını kazanabilmektedir.

Çevreci uygulamaların, tüketici bakış açısından da ele alınması önemlidir. İşletmelerin yeşil yaklaşımlarına yönelik, tüketicilerin çevreci tutumunu ve davranışlarını inceleyen çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Kimi araştırmalar tüketicilerin çevreci tutumunun, psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi faktörlerden etkilendiğini, diğer çalışmalar ise pazarlama ve satış teknikleri, dış etkenler ve sosyal ve maddi içerikli motivasyonların tüketicilerin algısını ve tercihini etkilediğini savunmuştur (Kalafatis ve diğerleri, 1999:443). Restoran tüketicilerine yönelik yapılan çalışmalarda tüketicilerin, enerji tasarrufu, geri dönüşüm ve yerel ürünlerin kullanılması gibi çevre dostu uygulamaların, restoranlar tarafından yeteri kadar benimsenmediğini düşündükleri görülmüştür (Jang ve diğerleri, 2015:146-147).

Çevre bilincine sahip olmanın tüketicilerin üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada, oteldeki misafirler üzerinde gözlem yapılmıştır. Otelde, turistlere çevreyi korumaya yönelik uygulamalara destek verdikleri takdirde indirim sunulmuş ve tüketicilerin tutumları dikkate alınmıştır. Uygulamaları benimseyen tüketicilerden çevreci tüketicilerin, kendilerini doğanın korunmasında sorumlu hissettikleri için katılımları gözlenmiştir. Fakat tüketicilerin çoğunun ise para motivasyonu nedeniyle katılımları gözlenmiştir (Huang ve diğerleri, 2014:139-140).

Ajzen (1991) ise, tüketicilerin tutumunu açıklamak üzere ‘planlı davranış’ teorisini öne sürmüştür. Teoriye göre, bireylerin davranışları niyetlerine bağlı olarak gerçekleşir. Niyet ise,

kişilerin tutumları, bireysel normları ve algılanan kontrol ile ilişki halindedir. Kişilerin tutumları,öne çıkan inanışları tarafından, bireysel normları, standart kaynak olarak belirlediği inanışları tarafından ve algılanan kontrol ise, kontrol inanışları tarafından etkilenir (Bock ve Kim, 2002:15).

Han ve diğerleri (2011),yeşil otellerde konaklayan misafirin davranış niyetlerini açıklamak için Ajzen Teorisi'ni kullanmışlardır. Araştırma sonucunda, belirleyici tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün, niyeti olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Belirleyici tutuma örnek olarak, yeşil restoranları tercih eden tüketicilerin sağlıklı ve taze ürünler tükettiklerini düşünmeleri verilebilir.Davranışı olumlu etkileyen diğer bir faktörün ise, kişilerin davranışlarının, kişilerin fikirlerine değer verdikleri referans kişiler tarafından onaylanması olduğu görülmüştür. Algılanan davranışsal kontrolde ise kişilerin tutumlarının, davranışı gerçekleştireceklerine dair özgüvenlerine bağlı olarak olumlu etkilendiği gözlenmiştir (Ajzen, 1991:206).

Yiyecek-içecek işletmeleri servis sektörünün bir parçası olduğu için, elle tutulamayan ürünler sunmaktadır. Bu bağlamda marka imajı, çevreci uygulamalar ve tüketici davranışları/tercihleri arasındaki bağ güçlenmektedir. Tüketicilerin, bir işletmenin marka imajını dikkate alarak, daha olumlu imaja sahip restoranı tercih etmeleri olasıdır. Akademik ve sektörel araştırmalar, çevreci marka imajının olumlu etkileri konusunda hemfikir olsa da, yeşil uygulamaların tüketicilerin tercihleri üzerindeki etkisi tam olarak bilinmemektedir (Jeong vd., 2014:10).

Yazın taramasında öngörülen bilgiler ve uygulamaların ışığında, dört adet araştırma sorusu ortaya çıkmıştır:

S1: Türk tüketicisi çevre sorunları hakkında bilgi sahibi midir?

S2: Türk tüketicisi restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkında farkındalık sahibi midir?

S3: Türk tüketicisi yeşil uygulamalara sahip restoranları nasıl algılar?

S4: Türk tüketicisinin restoran tercihinde yeşil uygulamaların etkisi nasıldır?

YÖNTEM

Araştırma sorularını yanıtlayabilmek üzere, yazın taraması temel alınarak Schubert ve diğerleri (2010) ve Jeong ve Jang (2010) tarafından yapılan çalışmaların modellerinden esinlenilmiş ve ek olarak, özgün soruların da yer aldığı dört bölümden oluşan bir anket geliştirilmiştir. Anketin birinci bölümündeki sorular, Türkiye'deki tüketicinin çevreye karşı

duyarlılığını, günlük hayatında tükettiği ürünlerin ekolojik niteliğini ve günümüzdeki çevre sorunları hakkındaki bilincini ölçmeyi amaçlamaktadır. Anketin diğer bölümlerindeki sorular ise, Türkiye'deki tüketicinin restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkındaki farkındalığını, algısını ve bu uygulamaların tercihindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Tüketiciler bireysel restoran deneyimlerinden yola çıkarak sorulara cevap vermiştir. Sorular, enerji ve su tasarrufu, geri dönüşüm ve atık yönetimi uygulamaları, ekolojik ekipman kullanımı, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilir ürünler başlıkları altında değerlendirilmiştir.

Anket öncelikle mümkün olduğunca farklı demografik niteliklerde 15 kişi ile basılı kağıt üzerinden yüz yüze uygulanarak test edilmiştir. Bu kişilerden sözlü olarak alınan geri bildirim doğrultusunda belirli maddelerde değişiklikler yapılmıştır. Anket son biçimini aldıktan sonra 12 Kasım 2015 tarihinde çevrimiçi ortamda yayınlanarak, Wrenn ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen kartopu örnekleme tekniği ile sosyal ağlar ve kişisel bağlantılar üzerinden rastlantısal çağrılar ile katılımcılar davet edilmiştir. Goldenberg ve diğerleri (2009) katılımcıların birbirlerini referans olarak göstermesi yoluyla veri sayısının artmasını mümkün kıldığı için bu tekniğin masrafsız ve verimli olduğunı belirtmişlerdir. Kartopu örnekleme tekniğinin temel zayıflığı ise rastlantısal bir evrenden örneklem alınma ihtimalini azaltmasıdır. Diğer yandan çevrimiçi sosyal ağlar, özellikle kartopu örnekleme tekniğinin kullanılacağı çalışmalarda araştırmacıların veriye hızlı, zahmetsiz ve masrafsız biçimde ulaşmasına katkıda bulunmaktadır (Bhutta, 2012:57). Anketin çevrimiçi ortamda yaygınlaştırılmasına paralel olarak, basılı olarak da farklı ortamlarda veri toplanmaya devam edilmiştir. Veri toplama işlemi 1 Şubat 2016 tarihine kadar sürmüş, bu tarihte anket katılımcılara kapatılmıştır. Elde edilen 202 adet anket arasından kullanılabilir olan 193 adet anket ile veri analizi aşamasına geçilmiştir.

Araştırmanın sosyal ve çevresel içeriği dolayısıyla, niceliksel veriye dayalı anket uygulamasının yanı sıra, yüz yüze ve yazılı mülakat yöntemleri kullanılarak niteliksel bilgi elde edilmesi de sağlanmıştır. Bu doğrultuda, 4 Şubat 2016 tarihinde Yeşil Nesil Restoran Projesi destekçilerinden Unilever Food Solution ile Türkiye'deki yeşil restoran uygulamaları üzerine bir görüşme yapılmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın amacı, tüketicilerin yeşil restoranlar hakkındaki bilinci, farkındalığı, algı ve tercihlerini araştırarak, uluslararası akademik yazında bu alanda elde edilen bulguların ülkemizdeki tüketiciler açısından geçerli olup olmadığının anlaşılmasıdır. Anket uygulamasından elde edilen veri, IBM SPSS 22 istatistik paket programında analize tabi

tutulmuş ve güvenilirlik analizinde 0,947 düzeyinde bir Cronbach Alpha değeri bulunmuştur. Yanı sıra, Friedman testi ile yapılan ANOVA ve Hotelling t-kare testlerinde 0,000 düzeyinde anlamlılık tespit edilmiştir. Elde edilen yüksek değerleri takiben araştırma sorularını yanıtlamak üzere aşağıda sunulan analizler yapılarak, bulgu ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Profili

Demografik Tablo		F	%
Yaş	16-19	2	1,0
	20-24	38	19,7
	25-29	27	14,0
	30-39	29	15,0
	40-49	42	21,8
	50-59	37	19,2
	60 ve üstü	11	5,7
Cinsiyet	Kadın	121	62,7
	Erkek	60	31,1
Meslek	Kamu	15	7,8
	Özel Sektör	62	32,1
	Serbest Meslek	26	13,5
	Emekli	30	15,5
	Öğrenci	39	20,2
	Çalışmıyorum	14	7,3
Medeni Durum	Bekar	100	51,8
	Evli	79	40,9
	Dul	7	3,6
Çocuk Sayısı	Yok	111	57,5
	1	45	23,3
	2	22	11,4
	3 ve üzeri	5	2,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	2	1,0
	Lise	24	12,4
	Yüksekokul	16	8,3
	Lisans	108	56,0
	Yüksek lisans	25	13,0
	Doktora	11	5,7
Aylık Gelir	Yok	27	14,0
	1000 TL ve altı	9	4,7
	1000-1999 TL	40	20,7
	2000-2999 TL	22	11,4
	3000-3999 TL	27	14,0
	4000-4999 TL	12	6,2
	5000-5999 TL	16	8,3
	6000 TL ve üzeri	31	16,1

Araştırmaya toplamda 121 kadın ve 60 erkek olmak üzere 193 kişi katılmıştır. Katılımcılar arasında demografik soruları tam olarak doldurmamayanlar mevcut olduğundan, demografik sonuçlar, cevap sayısına göre şekil almıştır. Katılımcıların dağılımının ağırlıklı olarak özel sektör çalışanı, lisans mezunu ve bekar kişilerden oluştuğu gözlenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerinin detayları Tablo 1’de ve restoranlara yönelik harcama ve ziyaret eğilimleri Tablo 2’de görülebilir.

Tablo 2. Katılımcıların Restoranlara Yönelik Ortalama Harcama ve Haftalık Ziyaret Eğilimleri

Restoranlara Yönelik Harcama ve Ziyaret Eğilimleri		F	%
Haftalık Restoran Ziyareti	Hiç	9	4,7
	1-2	105	54,4
	3-5	51	26,4
	6-9	14	7,3
	10-14	2	1,0
	15 ve üzeri	4	2,1
Restoranda Kişi Başı Ortalama Harcama	24ve altı	28	14,5
	25-49 TL	68	35,2
	50-74 TL	52	26,9
	75-99 TL	22	11,4
	100-124 TL	9	4,7
	125-149 TL	4	2,1
	150 TL ve üzeri	2	1,0

Demografik bulguların ve betimleyici istatistiksel verinin yorumlanması sonucunda araştırma sorularına yönelik elde edilen yanıtlar aşağıda sunulmuştur.

S1: Türk tüketicisi çevre sorunları hakkında bilgi sahibi midir?

Araştırmanın ilk bölümünde çevre bilincini ölçmeye dair sorular bulunmaktadır. Kişilere, çevre sorunları, yeşil uygulamalar ve günlük hayatlarında çevreye olan duyarlılıkları hakkında sorular sorulmuştur. Soruların sonucunda çıkan ortalamalar, cevap veren kişinin bireysel görüşlerine bağlı olarak şekillenmiştir. Tablo 3'de yer alan betimleyici istatistiklerin sonucunda çevre bilincinin ortalamasının üzerinde olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Çevre Bilinci Faktörleri

	N	Ort.	Standart Sapma	Varyans
Çevre sorunları hakkında bilgi sahibiyim.	193	4,18	,804	,646
Yeşil restoran girişimleri hakkında bilgi sahibiyim.	193	2,89	1,200	1,441
Günlük hayatımda çevreye duyarlıyım.	193	4,34	,831	,690
Günlük hayatımda çevre dostu ürünleri tercih ederim.	193	3,93	,910	,828
Toplam	193	3,84		

Katılımcıların genel olarak çevre sorunları hakkında bilgi sahibi oldukları ve günlük hayatlarında da çevreye duyarlı oldukları görülmüştür. Edinilen yanıtlar doğrultusunda, çevreci ürünler kullanmaya meyilli oldukları da anlaşılmıştır. Katılımcıların yeşil restoran uygulamaları hakkındaki bilgisinin sorulduğu soruda standart sapmanın yüksek olması, katılımcılar arasında konu hakkında ortak bir fikir birliği olmadığını göstermiştir. Restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkındaki bilincin genel çevre bilinci ortalamasının

altında olduğu gör÷lmektedir. Yanı sıra, kadınların erkeklere göre daha yüksek çevre bilincine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. 30-39 yaş aralığındaki kadın katılımcıların en yüksek bilinç ortalamasına, 25-29 yaş aralığındaki erkek katılımcıların ise en düşük bilinç ortalamasına sahip olduğu belirlenmiştir.

S2: Türk tüketicisi restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkında farkındalık sahibi midir?

Katılımcılara atık yönetimi, geri dönüşüm, doğal kaynak ve enerji kullanımı, sosyal sorumluluk, çevre dostu ve sürdürülebilir ürün kullanımı alanlarında restoran tarafından kullanılan yeşil uygulamalar hakkındaki farkındalıkları sorulmuştur. Restoran tüketicileri tarafından gözlemlenebilen ve arka plan yerine misafir alanında fark edilen uygulamaların, daha yüksek ortalamaoya sahip olduğu gör÷lmüştür. Tablo 4'te yer alan betimleyici istatistiklerin sonucunda restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkındaki farkındalık detaylı olarak gör÷lebilir.

Yeşil uygulamalar arasında elektrik tasarrufu uygulamaları en yüksek farkındalık ortalamasına sahipken, mutfakta sürdürülebilir ekipman kullanımı en düşük farkındalık ortalamasına sahiptir. Katılımcılara bir önceki bölümde yeşil restoran uygulamaları hakkında bilgi sahibi olup olmadığı sorulduğunda, bilinç ortalamasının altında sonuç çıkmıştır. Genel olarak katılımcıların yeşil uygulamalar hakkındaki farkındalığının ortalamanın üzerinde olduğu gör÷lmüştür. Bu da katılımcıların yeşil uygulamalarla restoran ziyaretlerinde karşılaştığı, fakat sürdürülebilirlik uygulamaları kapsamında yer aldığını bilmediğini göstermektedir. Soruların yanıtlarındaki standart sapmaların yüksekliğı, katılımcılar arasında farkındalık seviyesinin değışken olduğunu ve ortak bir fikir olmadığı sonucunu ortaya koymuştur.

Tablo 4. Restoranlardaki Yeşil Uygulamaların Farkındalık Faktörleri

	N	Ort.	Standart Sapma	Varyans
Kağıt, plastik, karton, cam ve alüminyum ürünlerin ayrıştırılması	193	3,92	1,106	1,222
Restoranlarda geri dönüşüm kutuları bulundurulması	193	3,96	1,143	1,306
Restoranların arıtma sistemine sahip olması	193	3,61	1,193	1,424
Su tasarrufu sağlayan ekipman kullanılması	193	3,73	1,184	1,403
Restoran kapılarının kapalı tutulması ve havalandırma sisteminde ısı kontrolü olması	193	3,90	1,060	1,125
Aydınlatma sisteminde CFL ve LED ampuller; tuvaletlerde hareket sensörleri kullanılması	193	4,13	,976	,953
Ekolojik temizlik malzemeleri kullanılması	193	3,73	1,138	1,294
Servis malzemeleri, geri dönüşümden elde edilmiş olması	193	3,40	1,202	1,446
Mutfakta kullanılan ekipman, sürdürülebilir ürünlerden yapılmış olması	193	3,33	1,213	1,470
Artık yemekler hayvan barınaklarına verilmesi	193	3,98	1,229	1,510
Restoranların sosyal sorumluluk projelerinde yer alması	193	3,83	1,165	1,357
Restoranların sürdürülebilirlik faaliyetlerinde aktif rol alması	193	3,68	1,220	1,489
Restoranların kendi ürünlerini yetiştirmesi	193	3,58	1,156	1,336
Restoranlarda yerel ve yöresel ürünler kullanılması	193	3,96	,994	,988
Restoranlarda organik ürünler kullanılması	193	3,86	1,073	1,152
Toplam	193	3,77		

S3: Türk tüketicisi yeşil uygulamalara sahip restoranları nasıl algılar?

Tablo 5. Sürdürülebilir Restoran Kavramı Algı Faktörleri

	N	Ort.	Standart Sapma	Varyans
... sadece kar amacıyla çalışan değil, sosyal sorunları çözmek amacıyla da çalışan işletmeler midir?	193	3,38	1,162	1,350
...sosyal bilince sahip midir?	193	3,69	1,053	1,109
... yeşil girişimleri ile çevreyi korur mu?	193	3,84	1,046	1,094
... çevre sorunlarına duyarlı mıdır?	193	3,74	1,037	1,075
... menülerinde yerel ürünler kullanır mı?	193	3,81	,955	,913
... menülerinde organik ürünler kullanır mı?	193	3,70	1,006	1,012
... pahalı mıdır?	193	3,88	1,008	1,016
... kullandıkları çevre dostu ürünlerin maliyetini karşılamak için fiyatları yüksek tutmamalı mıdır?	193	3,25	1,074	1,153
... yüksek kaliteye sahip midir?	193	3,63	,920	,846
... daha sağlıklı mıdır?	193	3,84	,979	,958
Toplam	193	3,68		

Katılımcılara sürdürülebilir restoranlar hakkındaki algıları sorulmuştur. Katılımcılar tarafından verilen cevaplarda sürdürülebilir restoranların pahalı olduğu görüşü ön plana

çıkmaktadır. Tablo 5’de yer alan betimleyici istatistiklerin sonucunda yeşil restoranlar hakkındaki algı detaylı olarak görülebilir.

Katılımcılarda restoranların yeşil girişimleri ile çevreyi koruduğu, daha sağlıklı olduğu ve sürdürülebilir gıda kullandığı algısı gözlemlenmektedir. Ayrıca yerel ürün kullanımına dair sağlık ve kalite algılarındaki standart sapmanın, diğer sorulara kıyasla daha düşük olması, katılımcıların bu konularda ortak algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcılar ayrıca restoranlardaki yeşil uygulamaları, restoranların sosyal bilinci ile bağdaştırmaktadır. Kalite algısının genel algı ortalamasının altında kalması dikkat çekicidir. Kalite ile yeşil uygulamaları bağdaştırmayan katılımcılar %40’ın üzerindedir. Restoranların sosyal işletmeler olduğu algısı da yine genel algı ortalamasının altında kalmış ve katılımcıların %50’den fazlasının kalite sorusuna olumlu yanıt vermediğini ortaya koymuştur.

S4: Türk tüketicisinin restoran tercihinde yeşil uygulamaların etkisi nasıldır?

Katılımcılara restoran tercihlerinde dikkat ettikleri faktörler sorulmuştur. Tablo 6’da yer alan betimleyici istatistiklerin sonucunda katılımcıların restoran tercihlerinde önem verdikleri unsurlar ortaya gözlemlenmiştir. Katılımcılar tarafından verilen cevaplara göre, kalite ve sağlıklı yemeklerin restoran tercihinde en önemli etkenler olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Restoran Tercihinde Yeşil Uygulamaların Önemi

	N	Ort.	Standart Sapma	Varyans
Çevreye duyarlı restoranları tercih ederim.	193	3,55	1,053	1,108
Doğayı korumak için sürdürülebilir restoranlara giderim.	193	3,37	1,089	1,186
Restoran tercih ederken sosyal sorumluluk projelerinde yer alan markaları tercih ederim.	193	3,36	1,069	1,143
Sivil toplum kuruluşlarına destek veren restoranları tercih ederim.	193	3,56	1,052	1,106
Sağlıklı yemeklerden oluşan menüye sahip restoranları tercih ederim.	193	4,01	,976	,953
Restoran tercih ederken kaliteye dikkat ederim.	193	4,29	,851	,724
Gittiğim restoranlarda yerel ürünlerin sunulmasını tercih ederim.	193	3,94	,990	,981
Gittiğim restoranlarda organik sertifikalı ürünlerin sunulmasını tercih ederim.	193	3,78	1,022	1,045
Toplam	193	3,73		

Katılımcıların ziyaret ettikleri restoranlarda organik ve yerel ürünleri tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Restoranlarda kalite kavramı, sağlıklı menü ve yerel ürünsunulması, standart sapmanın diğer etken unsurlara göre daha düşük olduğu unsurlardır. Bu nedenle, katılımcılar arasında bu unsurların, restoran tercihinde ortak önem taşıyan unsurlar olduğu görülmektedir.

Sosyal sorumluluk ve doğaya duyarlılık, katılımcılar arasında en sonda yer alan ve genel tercih ortalamasının altında kalan unsurlardandır. Katılımcıların, restoran tercihlerini yaparken kalite ve gıdaların sağlıklı/sürdürülebilir olmasını dikkate aldıkları sonucu çıkmıştır. Çevre ve sosyal sorumluluk gibi unsurların katılımcıların restoran tercihlerine yüksek etkisi olmadığı anlaşılmıştır.

Cinsiyet, yaş, ortalama aylık gelir ve kişi başı ortalama restoran harcamasının restoran tercihi üzerindeki etkisini saptamak üzere bağımsız örneklem t testleri uygulanmıştır. Gruplandırma değişkenlerinde homojen bir dağılım amaçlanmıştır.

Tercih bağımlı değişkeni ile kadın ve erkek bağımsız değişkenleri arasında yeşil uygulamaların etkisi bakımından anlamlı farklar tespit edilmiştir. Anlamlılığı 0,05'ten küçük olan unsurlar bir araya getirilerek tablo oluşturulmuştur. Tablo 7'de, cinsiyetin restoran tercihi üzerindeki etkisine bakılmıştır. Çevre duyarlılığı ve sosyal sorumluluk unsurlarında, kadınların tercihindeki ortalamaların erkeklerin ortalamalarına göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bağımsız örneklem t testinde anlamlı bulunan unsurların detayı Tablo 7'de görülebilir.

Tablo 7. Restoran Tercihinde Yeşil Uygulamaların Önemi Bağımsız Örneklem t Testi, Cinsiyet

Tercih/Cinsiyet	Kadın(a)		Erkek(b)		T	df	P
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.			
Çevreye duyarlı restoranları tercih ederim.	3,68	1,000	3,25	1,129	2,599	179	,010
Doğayı korumak için sürdürülebilir restoranları tercih ederim.	3,48	1,047	3,12	1,152	2,091	179	,038
Gittiğim restoranlarda yerel ürünlerin sunulmasını tercih ederim.	4,07	,892	3,58	1,139	2,878	95,981	,005
Gittiğim restoranlarda organik sertifikalı ürünlerin sunulmasını tercih ederim.	3,88	1,018	3,53	1,015	2,186	179	,030

a=121 katılımcı b=60 katılımcı

Yapılan analizde, tercih bağımlı değişkeni ile yaş bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir; bu bulguya göre, restoranlardaki yeşil uygulamaların tercihinde, tüketicinin yaşı belirleyici bir etken değildir.

Tercih bağımlı değişkeni ile aylık gelir ve kişi başı ortalama restoran harcaması bağımsız değişkenleri arasında, kalitenin etkisi bakımından anlamlı farklar tespit edilmiştir. Anlamlılığı 0,05'ten küçük olan unsurlar bir araya getirilerek tablolar oluşturulmuştur. Tablo 8'de aylık

gelirin ve Tablo 9’da kişi başı ortalama restoran harcamasının restoran tercihi üzerindeki etkileri sunulmuştur.

Tablo 8. Restoran Tercihinde Yeşil Uygulamaların Önemi Bağımsız Örneklem t Testi, Aylık Gelir

Tercih/Gelir	< 3000 TL(a)		>=3000 TL(b)		T	df	P
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.			
Restoran tercih ederken kaliteye dikkat ederim.	4,13	,938	4,45	,746	2,521	182	,013

a=98 katılımcı b=86 katılımcı

Tablo 9. Restoran Tercihinde Yeşil Uygulamaların Önemi Bağımsız Örneklem t Testi, Kişi başı Ortalama Restoran Harcaması

Tercih/Ortalama Harcama	< 50 TL(a)		>= 50 TL(b)		T	df	P
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.			
Restoran tercih ederken kaliteye dikkat ederim.	4,16	,898	4,42	,809	2,032	183	,043

a=96 katılımcı b=89 katılımcı

Kalite algısının tercih üzerine etkisi açısından, aylık geliri 3000 TL’den yüksek ve kişi başı ortalama restoran harcaması 50 TL’den fazla olan katılımcıların ortalamalarının, daha yüksek olduğu görülmüştür. Bağımsız örneklem t testinde anlamlı bulunan unsurların detayları yukarıda Tablo 8 ve Tablo 9’da sunulmuştur.

SONUÇ

Çalışmada Türk tüketicisinin restoranlarda yer alan yeşil uygulamalar üzerine bilinci, farkındalığı, algısı ve bu uygulamaların tercihlerinde ne kadar önem taşıdığı araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan betimleyici istatistik analizlerindeki ortalamalar ve bağımsız örneklem t testleri değerlendirmeye alınarak anlamlı bulgular elde edilmiştir. Öncelikle, katılımcıların aslında günlük hayatlarında restoranlarda yeşil uygulamalarla karşılaştıkları, fakat uygulamaların sürdürülebilirlik ve yeşil restoran girişimleri kapsamında yer aldığı hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmadığı anlaşılmıştır. Yanı sıra, en yüksek farkındalığın restoranların ön planındaki, yani misafir alanındaki uygulamalarda olduğu belirlenmiştir. Çoğu restoranda atık yönetimi arka planda yapılmıştır (Namkung ve Jang, 2013: 85). Araştırma sonucunda yüksek farkındalığa sahip uygulamalara bakılarak, tüketicilerin servant alanlarında ayrıştırılan organik ve inorganik atıkları gözlemleyerek fikir sahibi oldukları kanısına varılmaktadır. Çevreci uygulamaları benimseyen restoranların katılımcılar tarafından pahalı olduğu algılsa da, olumlu pazarlama imajı oluşturduğu düşünülmektedir.

Tüketicilerin kalite ve sağlıklı restoranları, yeşil uygulamaların üzerinde tutması, Türk tüketicilerinde çevreci uygulamaların öncül tüketim tercihi sebeplerinden olmadığını göstermektedir. Kadınların erkeklere göre çevreye daha duyarlı ve sürdürülebilir gıdaları tercih etmesi, önceki araştırmaları destekleyecek niteliktedir (Lassen ve diğerleri, 2016:127). Yüksek gelire sahip ve restoranda daha fazla harcama yapan tüketicilerin tercihlerinde kaliteye, diğer tüketicilere göre daha fazla önem verdiği anlaşılmaktadır. Çalışmada, tüketicilerin çevreci uygulamaları olumlu değerlendirdiği görülmektedir. Fakat çevreci uygulamalar Türkiye’de yaygın olmadığı ve tanıtılmadığı için Türk tüketicisinin Avrupa ve Amerika’daki tüketicilere kıyasla daha düşük bilinç ve farkındalık düzeyine sahip olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle Türkiye’deki yiyecek-içecek işletmelerinde yeşil uygulamalar artırılmalıdır. Bu amaç doğrultusunda restoran içi pazarlama teknikleri kullanılabilir ve tüketicilerle daha etkin iletişime geçirilerek çevreci uygulamalar tanıtılabilir. Atık yönetimi, ekolojik ekipman, sürdürülebilir gıda, sosyal sorumluluk projelerinde yer alma ve enerji/su tasarrufu ya da kendini enerjisini üretme gibi uygulamaları benimseyen restoranların, tüketicilerini de uygulamalara dahil etmeleri gerekir. Örneğin, menüdeki sürdürülebilir ürünler belirtilmeli ve tüketicinin o ürünü seçtiği takdirde, çevreci uygulamalara doğrudan katkısı olduğu gösterilebilir. Diğer bir örnek ise, restoranlarda kullanılan sürdürülebilir servis ekipmanları, masa üzerine yerleştirilen küçük bir kart ile anlatılabilir. Tüketicinin yeşil restoranları her ziyaretinde, diğer restoranları ziyaret etmesine kıyasla ayak izini ne kadar azalttığı anlatılabilir. Bu gibi yaklaşımlarla, tüketicileri de interaktif olarak uygulamalara dahil ederek, tüketicilerde aldıkları ürüne ek olarak yeşil değer algısı yaratılabilir. Böylece restoranlar, tüketicilerinin bilincini ve farkındalığını artırmakla birlikte, çevreci imajlarını pazarlama avantajına çevirebilirler.

Lassen ve diğerleri (2016) tarafından yapılan araştırma, tüketicilerin daha çevreci uygulamaları ve ürünleri tercih ettiklerini, fakat niyetleri ile davranışlarının tutarlı olmadığını ortaya koymaktadır. Bu alanda gelecekte yapılacak araştırmalarda faktör ve lineer regresyon analizleri yapılarak, Türk tüketicisinin restoran tercihinde bilinç, farkındalık ve algısının doğrudan etkileri araştırılabilir. Mevcut araştırmada, katılımcıların bireysel düşüncelerinden yola çıkarak bir sonuç oluşturulmuştur. Katılımcılar arasında, cinsiyet dağılımının eşit olmaması ve katılımcıların cevaplarını doğrulamak için bir kontrol mekanizması bulunmaması çalışmanın sınırlamalarındandır. Bu da, Türk tüketicisinin gerçekten çevre bilincine ve restoranlardaki yeşil uygulamalar hakkında farkındalığa sahip olup olmadığı

sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Buradan yola çıkarak, Türk tüketicisinin çevreci restoran tercihi ve tüketim davranışı üzerine gelecek araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AJZEN, Icek (1991), “*The Theory of Planned Behavior*”, Organizational Behavior and Human Decision Processes”, Cilt:50, Sayı:2, ss 179-211.
- BARBIER, Edward B. (1987), “*The Concept of Sustainable Economic Development*”, Environmental Conservation, Cilt:14, Sayı:2, ss 101-110.
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu; Birleşmiş Milletler Çevre Programı; Dünya Meteoroloji Organizasyonu (2008), “*Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges*”, Birleşmiş Milletler, Madrid.
- Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1987), Our Common Future, Oxford:Oxford University Press.
- BOCK, Gee-Woo; KIM, Young-Gul, (2002), “*Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes about Knowledge-Sharing*”, Information Resources Management Journal, Cilt:15, ss 14–21.
- BHUTTA, C.Brickman (2012), “*Not by the Book: Facebook as a Sampling Frame*”, Sociological Methods & Research, Cilt:41, Sayı:1, ss 57–88.
- CHOI, Gunae; PARSA, Haragopal (2006), “*Green Practices II: Measuring Restaurant Managers' Psychological Attributes and Their Willingness to Charge for the Green Practices*”, Journal of Foodservice Business Research, Cilt:9, Sayı:4, ss 41-63.
- COSTANZA, Robert; PATTEN, Bernard C. (1995), “*Defining and Predicting Sustainability*”, Ecological Economics, Cilt:15, Sayı:3, 193-196.
- ENIS, Matthew (2007), “*Cooking Green*”, SN: Supermarket News, Cilt:55, Sayı:35, ss 34-35.
- GOLDENBERG, Jacob; SANGMAN, Han; LEHMANN, Donald R.; HONG, J.Weon (2009), “*The Role of Hubs in the Adoption Processes*”, Journal of Marketing, Sayı:73, Sayı:2, ss 1–13.
- Green Restaurant Associations, Green Restaurant Certification Standards, <https://www.dinegreen.com/restaurants/standards.asp>, Erişim Tarihi:28.12.2015
- GÖSSLING, Stefan; PEETERS, Paul (2015), “*Assessing Tourism's Global Environmental Impact 1900-2050*”, Journal of Sustainable Tourism, Cilt:23, Sayı:5, ss 1-21.
- HAN, Heesup; HSU, Li-Tzang; SHEU, Chwen (2011), “*Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental friendly activities*”, Tourism Management, Cilt:31, Sayı:3, ss 325-334.
- HUANG, Hao-Chen; LIN, Tzong-Huei; LAI, Mei-Chi; LIN, Tzu-Ling (2014), “*Environmental Consciousness and Green Customer Behavior: An Examination of Motivation Crowding Effect*”, International Journal of Hospitality Management, Cilt:40, ss 139–149
- JANG, Yoon Jung; KIM, Woo Gon; LEE, Hae Young (2015), “*Coffee Shop Consumers' Emotional Attachment and Loyalty to Green Stores: The Moderating Role of Green Consciousness*”, International Journal of Hospitality Management Cilt:44, ss 146-156
- JEONG, EunHa; JANG, SooCheong (2010), “*Effects of Restaurant Green Practices: Which Practices are Important and Effective?*”, Caesars Hospitality Research Summit, Bildiri:13, University of Nevada, Las Vegas
- JEONG, EunHa; JANG, SooCheong; DAY, Jonathon; HA, Sejin (2014), “*The impact of Eco-Friendly Practices on Green Image and Customer Attitudes: An Investigation in a Café Setting*”, International Journal of Hospitality Management, Cilt:41, ss 10-20.
- JOHN, Lijo; NARAYANAMURTHY, Gopalakrishnan (2015), “*Converging Sustainability Definitions: Industry Independent Dimensions*”, World Review of Science Technology and Sustainable Development, Cilt:12, Sayı:3, ss 216-232.
- KALAFATIS, Stavros P.; POLLARD, Michael; EAST, Robert; TSOĞAS, Markos H. (1999), “*Green Marketing and Ajzen's Theory of Planned Behavior: a Cross-Market Examination*”, Journal of Consumer Marketing,

- Cilt:16, Sayı:5, ss 441-460.
- LU, Yonglong; WANG, Ruoshi; ZHANG, Yueqing; SU, Hongqiao; WANG, Pei; JENKINS, Alan; FERRIER, Robert C.; BAILEY, Mark; SQUIRE, Geoff (2015), “*Ecosystem Health Towards Sustainability*”, Ecosystem Health and Sustainability, Cilt:1, Sayı:1, ss 1-15.
- NAMKUNG, Young; JANG, SooCheong (2013), “*Effects of Restaurant Green Practices on Brand Equity Formation: Do Green Practices Really Matter?*”, International Journal of Hospitality Management, Cilt:33, Sayı:1, ss 85-95.
- SCHUBERT, Franziska; KANDAMPULLY, Jay; SOLNET, David; KRALJ, Anna (2010), “*Exploring Consumer Perceptions of Green Restaurants in the US*”, Tourism and Hospitality Research, Cilt:10, Sayı:4, ss 286-300.
- SÜNNETÇİOĞLU, Serdar; YILMAZ, B. Selin (2015), “*İzmir’deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi*”, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, ss 94-114.
- VITOUSEK, Peter M.; MOONEY, Harold A.; LUBCHENCO, Jane; MELILLO, Jerry M. (1997), “*Human Domination of Earth’s Ecosystems*”, Science, Cilt:277, Sayı:5325, ss 494-499.
- WRENN, Bruce; STEVENS, Robert E.; LOUDON, David L. (2007), Marketing Research. Text and Cases, New York: Haworth Press
- YÜKSEKBİLGİLİ, Zeki (2014), “*Restoran Seçim Ölçütleri Üzerine Bir Araştırma*”, Journal of Yasar University, Cilt: 9, Sayı:36, ss 6261-6380.

PHASELİS KOYU'NDA REKREASYONEL FAALİYETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ZİYARETÇİ YÖNETİMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Tendü Hilal GÖKTUĞ¹ Gönül Tuğrul İÇEMER² Bülent DENİZ³

Ramazan GÖKTÜRK⁴ Alper YORULMAZ⁵

ÖZET

Doğal ve kültürel kaynak değerleri bakımından zengin olan ve halka ekonomik rekreasyonel fırsatlar sunan milli parklarda, yoğun rekreasyonel faaliyetler kaynak değerlerini ve ziyaretçi memnuniyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda kaynağın ve rekreasyonel faydanın sürdürülebilirliği yönünde etkin bir ziyaretçi yönetim mekanizmasının oluşturulması için taşıma kapasitesi analizleri tabanlı ziyaretçi yönetim planlarının oluşturulması gerekmektedir. Bu bildiride, 2014 yılından itibaren, TÜBİTAK tarafından desteklenen “Beydağları Sahil Milli Parkı’nda Rekreasyonel Taşıma Kapasitesi Boyutlarının (Fiziksel, Gerçek, Etkin, Sosyal, Ekolojik) Analizleri Tabanlı Ziyaretçi Yönetim Modelinin Geliştirilmesi: Faselis ve Çıralı Koyları Örneği” başlıklı proje kapsamında gerçekleştirilen Phaselis (Faselis) Koyu mevcut durum analizi paylaşılmıştır. Analizlerde, yaz aylarında ve özellikle hafta sonlarında Phaselis Koyu’nda kullanımların çok yoğun olduğu, alanda ziyaretçilerin güvenliğinin sağlanmasına ve alanın kaynak değerlerinin korunmasına ilişkin yönetim eylemlerinin yetersiz kaldığı gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Rekreasyonel taşıma kapasitesi, Ziyaretçi yönetimi, Beydağları Sahil Milli Parkı, Phaselis

GİRİŞ

Doğal ve kültürel kaynak değerleri bakımından zengin olan ve halka ekonomik rekreasyonel fırsatlar sunan milli parklar ve diğer korunan alanlar, her geçen gün daha fazla talep edilmektedir. Yoğun rekreasyonel faaliyetler ise kaynak değerlerini ve ziyaretçi memnuniyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada, rekreasyonel fırsatlar ekonomik faydaya dönüştürülürken, belirgin bir yönetim sorunu haline gelen koruma-kullanma

¹Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, tgoktug@adu.edu.tr

²Akdeniz Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Çevre Mühendisliği Bölümü, gicemer@akdeniz.edu.tr

³Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, bdeniz@adu.edu.tr

⁴Akdeniz Üniversitesi, Fen Fakültesi, Biyoloji Bölümü, gokturk@akdeniz.edu.tr

⁵Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Toprak Bilimi ve Bitki Besleme Bölümü, ayorulmaz@adu.edu.tr

dengesinin korunan alanlarda ve milli parklarda sağlanması yönünde rekreasyonel taşıma kapasitesi analizleri önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Mason, 2005). 1960'lı yıllardan beri pek çok araştırmacı tarafından ele alınan rekreasyonel taşıma kapasitesi genel olarak, bir rekreasyon alanının sahip olduğu doğal ve kültürel kaynak değerlerinde kabul edilemez derecelerde bozulma olmaksızın ve rekreasyonel deneyim kalitesinde herhangi bir düşüş yaşanmaksızın alan için uygun görülen ziyaretçi kullanımlarının sayısını ifade etmektedir (Manning ve Lawson 2002; Mathieson ve Wall, 1989). Geçen süreç içerisinde konu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda rekreasyonel taşıma kapasitesinin fiziksel, yönetsel, sosyal ve ekolojik boyutlarının olduğu görüşü kabul edilerek, özellikle korunan alanlarda ve diğer rekreasyonel alanlarında bu boyutlar analiz edilmiştir (Göktuğ, 2011, Shelby ve Heberlein, 1984; Cifuentes, 1992; Itami, 2002; Graefe ve ark., 1984; Lawson ve ark., 2003; Manning 2002; Hammitt ve Cole 1998; Marion, 1998; Leung ve Marion, 2000; Papageorgiou ve Brotherton, 1999; Pigram ve Jenkins, 1999). 1980'li yılların ortalarından itibaren rekreasyonel taşıma kapasitesi analizleri ziyaretçi yönetimi çerçevesinde ele alınarak ziyaretçi yönetim planlarının temel hareket noktalarından biri haline gelmiştir (Cahill ve ark., 2007, Warzecha ve ark., 2001). Bu planlarda, belirlenen kapasite üst limitleri ve tehditler göz önüne alınarak ziyaretçi yönetim stratejileri tanımlanmış ve bu doğrultuda çok sayıda ziyaretçi yönetim araçları geliştirilmiştir.

Gelişmiş ülkelerde yer alan pek çok milli parkta, ziyaretçi yönetim planları doğrultusunda ziyaretçi yönetimi etkin bir şekilde sağlanmaktadır, ancak ülkemizde taşıma kapasitesi ve ziyaretçi yönetim planlarının konu olduğu akademik çalışmalar sınırlı sayıdadır (Sayan, 2005; Göktuğ 2011; Yüksek vd. 2008; Gündüz ve Akpınar, 2002; Gül ve Akten, 2005; Müderrisoğlu, 2002; Akten ve ark., 2009). Konu ile ilgili olarak, 2014 yılından itibaren, TÜBİTAK tarafından desteklenen “*Beydağları Sahil Milli Parkı'nda Rekreasyonel Taşıma Kapasitesi Boyutlarının (Fiziksel, Gerçek, Etkin, Sosyal, Ekolojik) Analizleri Tabanlı Ziyaretçi Yönetim Modelinin Geliştirilmesi: Faselis ve Çıralı Koyları Örneği*” başlıklı bir proje yürütülmektedir.

Bu bildiride, yukarıda açıklanan proje kapsamında araştırılan Faselis Koyu'nun doğal ve kültürel kaynak değerleri, alanda gerçekleştirilen mevcut rekreasyonel faaliyetler, kullanım yoğunluğu, yönetimce sağlanan olanaklar ve mevcut rekreasyonel baskıların ortaya konması yönünde elde edilen veriler paylaşılmıştır.

YÖNTEM

Çalışma Alanı: Phaselis Koyu, 1972 yılında milli park ilan edilen, deniz seviyesinden başlayarak 2366 metreye kadar uzanan topografya üzerinde bulunan, 69.800 hektar büyüklüğündeki Beydağları Sahil Milli Parkı içerisinde yer almakta olup aynı zamanda I. Derecede Arkeolojik Sit olarak koruma altındadır (Anonim, 2014). Antalya-Kemer karayolunun 44. km'sinden sonra güneye giden 1 km'lik yol ile Phaselis'e ulaşılmaktadır. Kemer İlçesi'nin Tekirova Beldesi idari sınırları içerisinde kalan Phaselis Antik Kentinin sınırları; kuzeyde Gökdere Vadisi'ne ulaşmakta, güneyde Üç Adalar'dan Tahtalı Dağı istikametinde çekilecek bir hat doğrultusunda devam etmekte, batıda ise Çandır Vadisi boyunca uzanan sınırlar arasında yer almaktadır. (Anonim 2015a) (Şekil 1)



Şekil 1. Phaselis Koyu konum haritası

Çalışmanın yöntemi; gözlem, inceleme, veri toplama, analiz ve değerlendirmeden oluşmaktadır. Çalışmada;

- Araştırma alanının doğal ve kültürel özellikleri ile ilgili bilgi edinmek amacı ile daha önce gerçekleştirilen çalışmalar derlenmiş, arazi çalışmaları ile desteklenerek bu değerler yerinde incelenmiştir.
- Mevcut rekreasyonel faaliyetlerin, rekreasyonel kullanım alanlarının, alanda yönetimce sağlanan olanakların ve rekreasyonel kullanımlardan kaynaklı baskıların belirlenmesine

yönelik olarak, 2015 yılında, Phaselis Koyu'nun en yoğun olarak kullanıldığı yaz aylarının hafta sonlarında alanda gözlemler gerçekleştirilmiştir.

- Elde edilen veriler sürdürülebilir ziyaretçi yönetimi bağlamında değerlendirilerek önerilere yer verilmiştir.

BULGULAR

Çalışma Alanının Doğal ve Kültürel Kaynak Değerleri

Phaselis'in Tarihi ve Arkeolojik Özellikleri: Phaselis Kentinin milattan önce VII. yüzyılda Rodoslu kolonistler tarafından kurulduğu bilinmektedir. Uzun yıllar Likya'nın doğu kıyısının en önemli liman özelliğini korumuştur. Phaselis, İ.Ö. 167'de Likya Birliği'ne üye olur. Bir süre komşu kent Olympos ile korsanların talanına maruz kalmasının ardından İ.Ö. 43'de Roma egemenliğine girer ve 300 yıllık bir refah hüküm sürer. 5. ve 6. yüzyıllar Bizans egemenliğine girer, 7. y.y.'da Arap akınlarından sonra 8.y.y.'da yeni bir refah dönemi başlar. Phaselis 1158'deki Selçuklu kuşatmasından sonra gerek deprem ve gerekse limanının işlevselliğini kaybetmesi ardından önemini kaybedip 13.y.y. başlarından itibaren tamamen terk edilir (Anonim, 2015b). Günümüze çoğunluğu Roma ve Bizans dönemine ait olan kalıntılar ulaşmıştır. Phaselis'in, Kuzey Limanı, Savaş Limanı (Korunmuş Liman), ve Güney Limanı olarak isimlendirilen 3 limanı vardır. Kentin ortasında 20- 24 metre genişliğinde bir cadde vardır. Bu caddenin güney ucunda Hadrian suyu kapısı bulunmaktadır. Caddenin iki yanında gezinti yolları, dükkânlar, hamamlar, agora ve tiyatro gibi kamu yapıları bulunmaktadır. (Anonim 2015a, Anonim 2015b)

Phaselis ve Çevresinin Ekosistem Özellikleri: Başlıca kara ve su ekosistemi olmak üzere iki ana ekosistem tipi görülmektedir. Kara ekosistemi içerisinde orman ekosistemi baskın olup, kıyı ekosistemi ve bu ekosistem içerisinde kumul ekosistemi görülmektedir. Su ekosistemi içerisinde deniz ekosistemi baskın olup, ayrıca alan göl ve sulak alan ekosistemine sahiptir.

Phaselis ve Çevresinin Bitki Örtüsü Özellikleri: Phaselis ve yakın çevresinde, 57 familya'ya ait 191 cins ve toplam 233 takson tespit edilmiştir. Bu 233 taksonun 181 tanesi tür, 35 tanesi alttür ve 17 tanesi ise, varyete düzeyindedir. Tespit edilen 233 taksonun 30 tanesi endemiktir. Bu 30 endemik taksonun 10 tanesi Olimpos-Beydağları Milli Parkı endemiği, 10 tanesi Antalya endemiği ve 10 tanesi de Türkiye endemiğidir. 233 taksonun 136 tanesi Akdeniz Fitocoğrafik Bölgesi elementi, 3 tanesi Avrupa-Sibiryaya Fitocoğrafik Bölgesi elementi, 2 tanesi İran-Turan Fitocoğrafik Bölgesi elementi ve 92 tanesi ise Çok Bölgeli veya Fitocoğrafik Bölgesi bilinmeyenidir. Tümüyle Beydağları Sahil Milli Parkı içinde yer alan

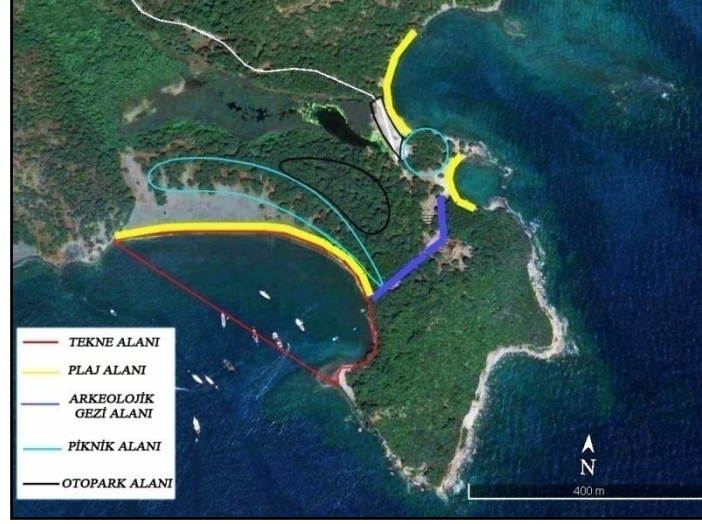
Phaselis Antik Kentinde kısmen bağımsız kısmen de iç içe girmiş iki vejetasyon tipi görülmektedir. Bunlardan birincisi kızılçam'ın (*Pinus brutia* Ten. var. *brutia*) hakim olduğu orman vejetasyondur. Bu vejetasyon tipinde kızılçamın yanı sıra keçiboynuzu (*Ceratonia siliqua* L.), defne (*Laurus nobilis* L.) ve zeytin (*Olea europaea* L. subsp. *europaea*) gibi ağaç türlerine de rastlanılmaktadır. Alanda bulunan ikinci vejetasyon tipi ise deniz kumlarının üzerinde yer alan kumul vejetasyonudur. Bu vejetasyon tipinde kum zambağı (*Pancratium maritimum* L.), deniz teresi (*Crithmum maritimum* L.), kum boğadikenini (*Eryngium maritimum* L.), kum papatyası (*Anthemis ammophila* Boiss.& Heldr.) (Endemik), kum deligözü (*Centaurea aegialophila* Boiss. & Heldr. ex Boiss.), kumteresi (*Cakile maritima* Scop.), engerek otu (*Echium angustifolium* Mill.), deniz nakılı (*Silene kotschy* Boiss. var. *maritima* Boiss.), danadili (Hormuzakia aggregata (Lehm.) Guşul ve kum sütlegeni (*Euphorbia paralias* L.) gibi değişik bitkiler yetişmektedir (Göktürk 2015).

Phaselis ve Çevresinin Fauna Özellikleri: Türkiye’de yayılış gösteren yaklaşık 165 kurbağa ve sürüngen türünün 35’inin Phaselis ve yakın çevresinde de yaşadığı tespit edilmiştir. Bu türlerden 6’sı kurbağa, 3’ü kaplumbağa, 13’ü kertenkele, 13’si de yılanlara aittir. Bunlardan Deniz Kaplumbağası (*Caretta caretta*) EN “Tehdit Altında”, Tosbağa (*Testudo graeca*) VU “zarar görebilir” kategorisinde yer almaktadır. Ayrıca kurbağaların tamamı ise IUCN’nin LC“düşük risk” kategorisinde yer almaktadır. Phaselis ve yakın çevresinde 45 familyaya ait 122 kuş türü bulunmaktadır. Bu türlerden 48’si yerli (Y), 50’si yaz göçmeni (YG), 14’ü kış göçmeni (KG) ve 10’ude transit göçer (TG)’dir. Bölgede yayılış gösteren türlerden 10 tür, Türkiye Kuşları Kırmızı Listesi’nde (RDB) A1.2 ve 1 tür B.2 kriterinde olup, bu kriterde yer alan türlerin nüfusları Türkiye genelinde çok azalmıştır. Bu türlerin soyu büyük ölçüde tükenme tehdidi altında olduğu için, Türkiye genelinde mutlaka korunmaları gereken türlerdir. Ülkemizde 170 civarında memeli türü yaşamakta olup, bunlardan 26 tanesi Phaselis ve yakın çevresinde yayılış göstermektedir. Sahanın çevresinde memelilerden Yaban Keçisi (*Capra aegagrus*), Tilki (*Vulpes vulpes*), Porsuk (*Meles meles*), Yaban Domuzu (*Sus scrofa*), Tavşan (*Lepus europaeus*), Orman Yeduiyuru (*Dryomys nitedula*) en dikkat çeken türlerdendir (Yavuz ve Tunç, 2015)

Çalışma Alanının Mevcut Rekreatiyonel Kullanım Özellikleri

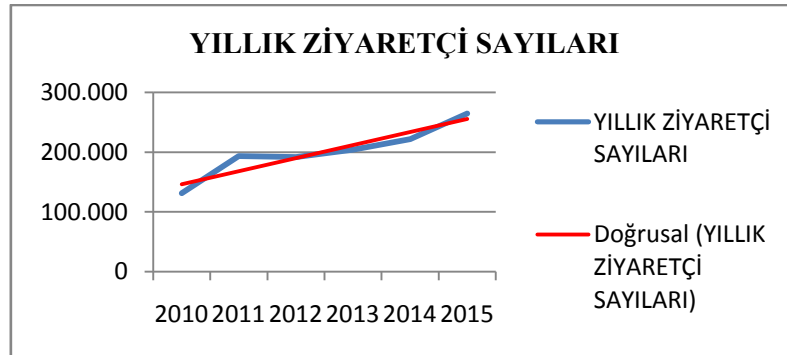
Rekreatiyonel Aktiviteler: Phaselis Koyu’nda antik kent turu, deniz - güneş banyosu ve piknik aktiviteleri gerçekleştirilmekte olup ayrıca tekne turlarının konaklama noktalarından biridir. Gerçekleştirilen gözlemlerde; alanın içerisinde yer alan tüm koyların deniz ve güneş banyosu için, alanın güneybatısında sahilin üst kesimi ile alanın batısındaki küçük koyun üst

kesiminin piknik yapmak için tercih edildiği, teknelerin ise mola vermek için alanın güneybatısında bulunan büyük koyu (Güney Liman) kullandıkları belirlenmiştir. Kara yolu ile seyahat eden ziyaretçilerin %95'inin alana ulaşımında özel araçlarını tercih ettikleri, araçlarını yol kenarlarına, alanın kuzeybatısında bulunan açık alana ve alanın ortasındaki ağaçlı alana park ettikleri tespit edilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. Phaselis Koyu'nda rekreasyon alanlarının konumları

Yıllık Ziyaretçi Sayıları: Phaselis Koyu'na ulaşım kara ve deniz yolu ile sağlanmakta olup, sadece kara yolu ile ulaşan ziyaretçiler kayıt altına alınmaktadır. Kayıtlara göre Phaselis Koyu'nun yıllık ziyaretçi sayısı 2010 yılında 131.185 ziyaretçi iken 2015 yılında bu sayı iki katına çıkarak 264.582 ziyaretçiye ulaşmıştır (Anonim 2016) (Şekil 3). 2015 yılında gerçekleştirilen tekne sayımlarında, ortalama olarak teknelerle mayıs ayında teknelerle 300 ziyaretçinin, haziran ayında 1200 ziyaretçinin, temmuz ve ağustos aylarında ise 1700 ziyaretçinin Phaselis Koyu'nu ziyaret ettiği belirlenmiştir. Gerçekleştirilen bu gözlemler ile deniz yolu ile ulaşım sağlayan yıllık ziyaretçi sayısının 140.000'in üstünde olduğu tahmin edilmektedir.



Şekil 3. Phaselis Koyu yıllık ziyaretçi sayıları

Yönetimce Sağlanan Olanaklar: Arazi çalışmaları ve kurumlardan alınan bilgiler ile altyapı, üstyapı ve tesisler ile personel sayısı araştırılmış ve yeterliliklerine göre puanlandırılarak Tablo 1’de sunulmuştur. Alanda;

- Atık Su Yönetimi: Sızdırmalı fosseptik bulunmaktadır.
- Paratoner: Bulunmamaktadır.
- Yollar: Alana ulaşımı sağlayan ve alan içerisindeki yollar yeterlidir.
- İçme Suyu Kaynağı: Bulunmamaktadır.
- Katı Atık Yönetimi: Alan temizlik görevlilerince temizlenmektedir. Ancak ayrıştırma yapılmamaktadır.
- Kafeterya/Market: Özel şirket tarafından işletilen 1 adet kafeterya ve market bulunmaktadır. Ancak orta gelirli bütçelere göre ürün fiyatları yüksektir.
- WC: 8 (4bay + 4 bayan) kabinli 1 adet tuvalet bulunmakta olup, tek bir lokasyondadır.
- Bilgilendirme Tabelaları: Phaselis Antik Kenti’ni tanıtan az sayıda tabela bulunmaktadır.
- Uyarıcı Tabelalar: Park kullanımın yasak olduğu bölgelerde ve ateşli kullanımların yasak olduğunu belirten sınırlı levhalar bulunmaktadır.
- Alan Kılavuzluğu Ofisi: Phaselis Antik Kenti’ni turlar aracılığı ile gelmeyen ziyaretçilerin bilgilendirilmesine yönelik bir ofis ve alan kılavuzu bulunmamaktadır.
- Çeşme: Bulunmamaktadır.
- Piknik Masası: Bulunmamaktadır.
- Çöp Kutusu: Çok az sayıdadır.
- Otopark Alanı: 3000 m² büyüklüğünde yaklaşık 200 araçlık bir otopark alanı mevcuttur.
- Şemsiye/Şezlong: Bulunmamaktadır.
- Duş ve Soyuna Kabini: 10 adet duş, 5 adet soyunma kabini bulunmaktadır.
- Cankurtaran Gözetleme Kulesi: Bulunmamaktadır.
- Temizlik Personeli: Alanın temizlik ve bakım işleri özel bir şirket tarafından yürütülmektedir.
- Güvenlik Personeli: Sınırlı sayıda özel güvenlik personelleri bulunmakta olup, kalabalık günlerde jandarmadan destek alınmaktadır.

Rekreasyonel Kullanımlarından Kaynaklanan Baskılar:

Phaselis Koyu’nda yaz aylarında gerçekleştirilen gözlemler neticesinde hafta içi, 10:00 ve 14:00 saatleri arasında, koyda 25-30 teknenin, hafta sonu ise aynı saatler arasında 35-40 teknenin konakladığı gözlemlenmiştir. Teknelerin kıyıdan itibaren 100 m- 300 m uzaklığına demirledikleri tespit edilmiştir (Şekil 4).

Deniz alanında oluşan tekne ve ziyaretçi yoğunluğunun birtakım ekolojik ve sosyal baskılara sebep olduğu düşünülmektedir. Özellikle tekne çapalarının makroflorayı olumsuz yönde etkilediği, deniz çayırlarını tahrip ederek çölleşmeye sebep olabileceği düşünülmektedir. Tekneler arasındaki mesafenin tekne manevra kabiliyetini kısıtladığı ve ayrıca oluşan bu

kalabalık görüntünün sosyo-psikolojik baskılara sebep olduğu düşünülmektedir. 10.00- 14.00 saatleri arasında yüzen ziyaretçi sayısının aşırı artması ile birlikte rekreasyon deneyim kalitesinin azaldığı ve ayrıca ziyaretçi sayısındaki artış ile *E. coli*, İntestinal enterekok'un arttığı ve ziyaretçilerin kullandığı güneş kremleri ile teknelerin motor yağlarının denize karışması gibi etkilerle deniz suyunun kimyasal ve fiziksel kalitesini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Deniz suyunun fiziksel ve kimyasal, mikrobiyolojik etkilerini belirlemeye yönelik analizlerin yapılmasına devam edilmektedir.

Tablo 1. Yönetimce sağlanan olanaklar

Altyapı	Puan (0 =hiç yok, 4= çok yeterli)
Atık Su Yönetimi	2
Paratoner	0
Yollar	4
İçme Suyu Kaynağı	0
Katı Atık Yönetimi	2
Üstyapı ve Tesisler	
Kafeterya/Market	2
WC	2
Bilgilendirme Levhaları	2
Uyarıcı Levhalar	2
Alan Kılavuzluğu Ofisi	0
Çeşme	0
Piknik Masası	0
Çöp Kutusu	1
Otopark Alanı	4
Şemsiye/Şezlong	0
Duş	3
Soyunma Kabini	2
Cankurtaran Gözetleme Kulesi	0
Mevcut Personel	
Temizlik Personeli	3
Güvenlik Personel	2



Şekil 4. Tekne Turları ve deniz banyosu aktivitelerinin gerçekleştirildiği büyük koy

Phaselis Antik Kenti'ni ise en fazla tekne turları ile gelen ziyaretçiler tercih etmektedirler. Bu sebeple saat 10.00- 14.00 arası antik kentte ziyaretçi yoğunluğunun arttığı gözlemlenmiştir.

Tekne turları ile gelen ziyaretçiler koyda ortalama 60 dk. mola vermekte olup, ziyaretçilerin antik kenti gezme sürelerinin yaklaşık 30 dk. olduğu gözlemlenmiştir. Alandaki ziyaretçi yoğunluğunun rekreasyonel deneyim kalitesini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Ayrıca gerçekleştirilen gözlemlerde ziyaretçilerin bir bölümünün antik kalıntıların üzerinde gezindikleri saptanmıştır. Alanda yeterli uyarı tabelalarının olmayışı, büyük ziyaretçi gruplarında rehberlerin yetersiz kalışı, kalabalık saatlerinde güvenlik görevlilerinin yeterli düzeyde kontrolü sağlayamaması sebebi ile engellenemeyen ziyaretçi davranış biçimlerinin antik kalıntıların düşerek zarar görmesine sebep olabileceği ayrıca ziyaretçilerin güvenliği açısından tehdit unsuru olduğu düşünülmektedir (Şekil 5).



Şekil 5. Phaselis Antik Kenti ve ziyaretçi yoğunluğu

Alanın güneybatısındaki sahilin üst kesimi ile batısındaki küçük koyun üst kesimi piknik yapmak için tercih edilmektedir. Alanın batısı, gün yüzüne çıkarılmış arkeolojik kalıntıların en yoğun olduğu bölge olup, bu bölgede territoryal araştırmalar ve su altı araştırmaları devam etmektedir. Bu sebeple alanın batısında, deniz banyosu ve piknik faaliyetlerinden kaynaklanan fiziksel etkilerin toprak üstündeki arkeolojik kalıntılara zarar verdiği düşünülmektedir. Bununla birlikte deniz altındaki antik kalıntıların bu koyda yüzmek isteyen ziyaretçiler için tehlike arz ettiği düşünülmektedir (Şekil 6).

Kara yolu ile Phaselis'e ulaşan ziyaretçilerin ortalama %80'inin piknik yapmak amaçlı geldiği ve Phaselis'in güneybatısında, sahile paralel olarak uzanan alanı tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Özellikle hafta sonları yoğun bir ziyaretçi kitlesi tarafından piknik amaçlı kullanılan alanda piknik faaliyetlerine yönelik olarak piknik masası, çöp kutusu



Şekil 6. Piknik ve deniz banyosu için uygun görülmeyen alanlar

ve çeşme gibi üst yapı tesisleri bulunmamaktadır. Bu sebeple alanın gelişigüzel kullanıldığı ve çöplerin dağınık bırakıldığı gözlemlenmiştir. Özellikle hafta sonları alanın fiziksel taşıma kapasitesinin üzerinde bir kullanıma maruz kaldığı düşünülmektedir. Bununla birlikte yoğun ve gelişigüzel kullanımların doğal kaynak değeri üzerinde, toprak sıkışması, bitki tür çeşitliliğinde, sayısında ve bitki boyunda azalma ve erozyon gibi olumsuz etkilere sebep olduğu düşünülmektedir (Şekil 7)



Şekil 7. Piknik alanı ve yüzeydeki çöpler

Karayolunu tercih eden ziyaretçilerin %95'i özel araçları ile alana ulaşımını sağlamaktadır. Bu durum ise özellikle hafta sonlarında otopark olarak düzenlenmemiş olan yol kenarları ve ağaçlık alanların da halk tarafından park yeri olarak kullanılmasına sebep olmaktadır. Phaselis Koyu'nun iç kesimlerine kadar araçların girmesi ve park etmesi neticesinde, toprak ve bitkilerde ağır metal kirliliğinin olduğu ve toprak sıkışıklığının arttığı düşünülmektedir (Şekil 8).



Şekil 8. Park yeri olarak illegal kullanılan alan

SONUÇ

Bu çalışmada Phaselis Antik Kenti'nin doğal ve kültürel kaynak değerleri araştırılmış, mevcut rekreasyonel faaliyetlere yönelik olarak yönetimce sağlanan olanaklar, ziyaretçi yoğunluğu ve ziyaretçi kullanım alışkanlıkları alanda gerçekleştirilen gözlemler ile tespit edilmiş, milli parklardan alınan veriler ile desteklenmiştir. Haziran, Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında ve özellikle bu ayların hafta sonlarında Phaselis Koyu'nun ziyaretçiler tarafından çok fazla talep edildiği ve alan içerisinde yoğun bir kalabalığın olduğu tespit edilmiştir. Bu yoğunluğa ve gerekli yönetim eylemlerinin alınmamasına bağlı olarak ziyaretçilerin fiziki sağlığı açısından tehdit oluşturabilecek ve alanın kaynak değerleri üzerinde tahribata yol açabilecek uygun olmayan davranış biçimlerinin ve alan kullanımlarının olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca rekreasyonel kullanımlara uygun olan alanlarda ise ziyaretçi yoğunluğuna bağlı olarak kaynak değerlerinde bozulmalar ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinde azalmalar olduğu öngörülmektedir. Bu öngörülerin irdelenmesine yönelik olarak Phaselis Koyu'ndaki her bir rekreasyon alanının rekreasyonel taşıma kapasitelerinin tüm boyutlarının analiz edilmesi, taşıma kapasitesi tabanlı ziyaretçi yönetim planlarının oluşturulması, ziyaretçi yönetim stratejilerinin belirlenmesi yönünde TÜBİTAK tarafından desteklenen 1140344 numaralı proje devam etmektedir.

TEŞEKKÜR: Bu çalışmayı 1140344 nolu proje ile destekleyen TÜBİTAK'a teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

ANONİM (2016) Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri (veriler elden teslim alınmıştır).

ANONİM (2014) Beydağları Sahil Milli Parkı Müdürlüğü Arşivi, Antalya (veriler elden teslim alınmıştır).

ANONİM (2015a) Phaselis. <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr>

ANONİM (2015b) Phaselis - Örenyeri. <http://www.antalyamuzesi.gov.tr>

- AKTEN, Sibel; GÜL, Atilla; AKTEN Murat (2009) Korunan Doğal Alanların Katılımcı Yönetim Planında Ziyaretçi Etki Yönetimi Yaklaşımı. In International Davraz Congress on Social and Economic Issues Shaping The World's Future: New Global Dialogue, ss. 1577-1590.
- CAHILL, Kerri L.; MARION, Steven L.; LAWSON, Steven R. (2007) Enhancing the Interpretation of Stated Choice Analysis through the Application of a Verbal Protocol Assessment. *Journal of Leisure Research*, Cilt:39, Sayı:2: ss:201.
- CIFUENTES, Miguel. (1992) Determinacion de Capacidad de Carga Turistica en Areas Protegidas. Catie, Turrialba, Costa Rica
- GÖKTUĞ, Tendü Hilal (2011) Dilek Yarımadası Büyük Menderes Deltası Milli Parkı'nın Rekreatiyonel Taşıma Kapasitesinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Erzurum
- GÖKTÜRK Ramazan (2015) Phaselis Antik Kenti Florası I. Disiplinler arası Akdeniz Araştırmaları Dergisi, Sayı 1, ss:81-11
- GRAEFE, Alan R.; VASKE, Jerry J.; KUSS, Fred R. (1984) Social Carrying Capacity: an Integration and Synthesis of Twenty Years of Research in Leisure Science Cilt:6, Sayı:4, ss. 395-431.
- GÜL, Atilla; AKTEN, Murat (2005) Korunan Doğal Alanlarda Rekreatiyonel Taşıma Kapasitesi ve Kavramsal Yaklaşımlar. *Korunan Doğal Alanlar Sempozyumu*, ss:8-10.
- GÜNDÜZ, Sultan; AKPINAR, Nevin (2002) Koruma-kullanım İlkeleri Çerçevesinde Beynam Muhafaza Ormanı'nın Rekreatiyonel Taşıma Kapasitesinin Saptanması Üzerinde Bir Araştırma. *Tarım Bilimleri Dergisi*, Cilt:8, Sayı:4, ss:344-351.
- HAMMITT, William E.; COLE, David N.; MONZ, Christopher A. (1998) *Wildland Recreation: Ecology and Management*. New York, NY: John Wiley and Sons, ss:361.
- ITAMI, Robert M. (2002) Estimating Capacities For Pedestrian Walkways and Viewing Platforms. A Consultant Report to Parks Victoria. Geo Dimensions Pty Tld., 22 Dunstan Avenue, Brunswick, ss:23.
- LAWSON Steven R.; MANNING, Robert E; VALLIERE, William A; WANG, Benjamin (2003) Proactive Monitoring and Adaptive Management of Social Carrying Capacity in Arches National Park: An Application of Computer Simulation Modeling. *Journal of Environmental Management*, Cilt: 68, Sayı: 3, ss:305-313.
- LEUNG, Yu-Fai; MARION, Jeffrey L. (2000) Recreation Impacts and Management in Wilderness: A state-of-knowledge Review. Cole, DN, McCool, SF, Borrie, WT, O'Loughlin, J.,(comps), *Proceedings: Wilderness Science in a Time of Change*, 5.
- MANNING, Robert. E. (2002) How Much is Too Much? Carrying Capacity of National Parks and Protected Areas. In *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. Conference Proceedings ss: 306-313.
- MANNING, Robert E.; LAWSON, Steven R. (2002) Carrying Capacity As "Informed Judgement": The Values of Science and The Science of Values. *Environmental Management*, Cilt:30, Sayı:2, ss:157-168.
- MARION, Jeffrey L. (1998) Recreation Ecology Research Findings: Implications For Wilderness And Park Managers. In *Proceedings of The National Outdoor Ethics Conference* ss: 188-196.
- MASON, Peter (2005) Visitor Management in Protected Areas: From 'Hard'to 'Soft'approaches?. *Current Issues in Tourism*, Cilt: 8 Sayı 2-3, ss:181-194.

- MATHIESON, Alister; GEOFFREY, Wall (1989) *Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. Longman Scientific & Technical, Essex. ss:206.
- MÜDERRİSOĞLU, Haldun (2002) *Açık Hava Rekreasyonunda Taşıma Kapasiteleri Rekreasyonel Kullanım İlişkilerinin İncelenmesi*. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.
- PAPAGEORGIOU, Kontantinos; BROTHERTON, I. A (1999) A Management Planning Framework Based on Ecological, Perceptual and Economic Carrying Capacity: The Case Study of Vikos-Aoos National Park, Greece. *Journal of Environmental Management* Cilt:56, Sayı:4, ss: 271-284.
- PIGRAM, John Joseph James; JENKINS, John Michael. (1999) *Outdoor Recreation Management*. London; New York: Routledge, ss: 329.
- SAYAN, M. Selçuk; ORTAÇEŞME, Veli; KARAGÜZEL, Osman; ATİK, Meryem; ŞAHİN, Tuğrul; YILDIRIM, Emrah; AVCI, Ülkü 2005. Termessos (Güllükdag) Milli Parkı'nda Rekreasyonel Taşıma Kapasitesinin Belirlenmesi. TÜBİTAK Proje no: TOGTAG- 3197, 63s, Antalya.
- SHELBY, Bo; HEBERLEIN, Thomas A. (1984) A Conceptual Framework for Carrying Capacity Determination. *Leisure Sciences*. Cilt: 6, Sayı:4, ss: 433-451.
- WARZECHA, Cynthia; MANNING, Robert; LIME, David; FREIMUND, Wayne (2001) Diversity in Outdoor Recreation: Planning and Managing a Spectrum of Visitor Opportunities in and Among Parks. *The George Wright Forum*, Cilt:18, Sayı:3, ss: 99-112.
- YAVUZ, Mustafa; TUNÇ Mehmet Rızvan (2015) Phaselis Antik Kenti ve Yakın Çevresinin Faunası I. *Disiplinlerarası Akdeniz Araştırmaları Dergisi*, Sayı:1, ss:143-183.
- YÜKSEK, Turan; CENGİZ, Tülay; YÜKSEK, Filiz (2008) Doğal Alanlarda Festival Etkinliklerinin Koruma Kullanma Açısından Değerlendirilmesi: Kafkasör Kültür, Sanat Ve Turizm Festivali Örneği. *Ekoloji Dergisi*, Cilt:17, Sayı:67, ss: 37-45.

YENİLEBİLİR KENTLER: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE YEŞİL ALTYAPI PLANLAMALARI

Serdar SELİM¹

Nazan KORKMAZ²

Ozan KAYA³

ÖZET

Bölgeselden yerele uzanan ölçek dizininde, doğal ve kültürel alanların korunması ve geliştirilmesini ön planda tutan peyzaj planlamalarında, kentlerin bir bölümünü ve/veya bütünü kapsayan yeşil altyapı sistemleri, ekolojik ve sosyo-kültürel kalkınmanın önemli bileşenlerindendir. Özellikle turizm kentlerinin ve turistik bölgelerin peyzaj değerleri, kente kimlik kazandıran, ekolojik, ekonomik ve estetik olarak bölgeyi destekleyen unsurların başında gelmektedir. Bu kapsamda, birbiri ile bağlantılı açık-yeşil alan ağı olarak tanımlanan yeşil altyapı sistemleri, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan kenti odak durumuna getirerek bölgeyi cazip kılar. Bu çalışmada, kentsel peyzaj planlama/tasarım çalışmalarında yenilebilir bitkilerin kullanımı araştırılmış, yeşil altyapı sistemleri oluşturulurken kullanılan bitkisel materyalin yenilebilir bitki türleri ile entegrasyonu değerlendirilmiş, bu birlikteliğin ekonomi-ekoloji-sağlık üçgeninde sosyo-kültürel boyutu ortaya konularak tartışılmıştır. Bu amaçla, ulusal ve uluslararası literatürler taranarak elde edilen veriler doğrultusunda, kentsel peyzajlarda yenilebilirlik ve yenilebilir kentler olgusunun önemi vurgulanmış, özellikle ülkemiz turizm kentlerinde yenilebilir peyzaj tasarımları oluşturulmasının, sürdürülebilir turizmin önemli bir ayağı olduğu ön plana çıkarılmıştır. Sonuç olarak, kentlerdeki meydanlar, cadde ve bulvarlar, avlular, yollar ve refüjler, kaldırımlar, kamusal binaların çevreleri, dinlenme alanları, gezi-yürüyüş yolları gibi yeşil altyapı sisteminin birer bileşeni olan ve kullanıcıların serbestçe yararlanabileceği alanlardaki peyzaj çalışmalarında yenilebilir bitkilerin kullanımı ve bu bitkilerin diğer peyzaj bitkileri ile entegrasyonu, kentlere kimlik kazandırarak kentleri cazibe merkezi haline getireceği öngörülmüştür.

Anahtar kelimeler: Yenilebilirlik, Yeşil Altyapı Sistemi, Sürdürülebilir Turizm, Kent Peyzajı, Turizm Destinasyonları

GİRİŞ

Turizm son yıllarda hızlı bir gelişim sürecine giren, oluşturduğu katma değer ve istihdam açısından giderek büyüyen önemli bir sektördür. Ülkemiz sahip olduğu kültürel, doğal ve tarihi zenginlikleri bakımından özellikle Akdeniz'e kıyısı bulunan ülkelerle kıyaslandığında turizm açısından önemli bir konuma sahip olduğu açıkça görülmektedir. Bu potansiyelin kullanılmasından elde edilen sonuç Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine de yansımaktadır.

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı, serdar.selim@mu.edu.tr

² Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Bahçe Tarımı Programı, nturkmen@mu.edu.tr

³ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, ozankaya@mu.edu.tr

Bu istatistiklere göre ülkemiz turizm sektöründe dünyada hem turizm geliri hem de ağırladığı yabancı ziyaretçi sayısı bakımından ilk 10'da yer alan ülkeler arasındadır (Ekonomi Derneği, 2015). Turizm kentleri sahip oldukları doğal ve kültürel varlıkları sayesinde önemli bir çekim merkezi olmaktadır. Bu anlamda marka kent; çevre, doğa, sanat, kültür, eğlence, sanayi, ulaşım açısından merkez olmalıdır. Dünyada Paris, Londra, New York, Barselona, Berlin, Sydney ve Moskova gibi kentler markalaşmış kentlerdir. Ülkemizde ise İstanbul, Ankara, İzmir, Muğla ve Antalya gibi turizm kentleri yanında Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illeri de çeşitli turizm aktivite ve olanakları yönünden turizm kenti olmaya aday marka kentlerdir (Ekonomi Derneği, 2015).

Turizmde, kentlerin sahip olduğu doğal ve kültürel öğeler büyük önem taşımaktadır. Doğal ve tarihi varlıkların yanında, kentsel peyzajların niteliği de turizmi canlandıran, sosyal hayatı renklendiren, kentlerin çehresini değiştiren ve kent kimliğine katkı sağlayan dinamik bir yapıdır. Bu kapsamda peyzaj kavramı genel anlamıyla, insanın içinde yaşadığı ve algıladığı, çeşitli özellikleriyle tanımlanabilen fiziksel çevre olarak tanımlanmaktadır. Fiziksel çevre, insanı da kapsayan doğal, kültürel, tarihi, sosyal ve yapay öğeleri içinde barındıran ve bu olguların birbiri ile sürekli ve değişken bir etkileşime uğradığı dinamik bir olgudur (Erdoğan, 2006: 68).

Kent peyzajı ise, kentin sosyo-kültürel yapısı, iklimi, bitki örtüsü, toprak yapısı vb. doğal ve kültürel unsurların bir araya gelerek birbirlerini etkilediği ve etkilendiği genellikle kültürel peyzajlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kentsel peyzajlar, doğal ve yapay fiziksel yapının, iklimsel ve coğrafi değerlerin, biyolojik etmenlerin, kültürel, toplumsal, ekonomik, sanatsal oluşumların her birini, bir bölümünü ya da bütünü kapsayabilir (İzgi, 1999: 399). Kentsel peyzajlar planlanırken, içinde barındırdığı öğelerin, mevcut doğal ve kültürel değerlerin korunması (Bestard ve Nadal, 2007: 688; Choi ve Murray, 2010: 575), geliştirilmesi, değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması temel koşul olmalıdır. Doğal ve kültürel peyzajlarda yeşil altyapı (Green Infrastructure) planlaması, gelecekteki nüfus artışını karşılamak, nüfus artışına bağlı olarak doğal kaynakları ve doğal alanları korumak, geliştirmek ve yönlendirmek için kullanılabilecek bir çerçeve sağlar (Kaplan, 2010: 152). Doğal ekosistem değerlerini ve fonksiyonlarını koruyarak, insan popülasyonu için yarar sağlayan, birbiri ile bağlantılı yeşil alan sistemi olarak tanımlanan yeşil altyapı, çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik için gerekli olan ekolojik çerçevedir (Benedict ve McMahon, 2006: 797; Lerner, 2003: 36; Mell, 2010: 16; Selim, 2015: 15) Bu kapsamda, yeşil

altyapı planlamasının temel amacı, bugün ve gelecekteki sürdürülebilir kentler için doğal ve kültürel peyzajların ekolojik sağlığını ve canlılığını sağlamaktır. Bölgesel ölçekten yerel ölçeğe kadar sürekliliğin ve sürdürülebilirliğinin oluşturulmasına vurgu yaparak, kentsel gelişimin büyüklüğü, doğal değerlerin korunması, kentsel yenilenmenin ve dolayısıyla ekonomik refahın sağlanmasını destekler (Kaplan, 2012: 234).

Turizm ve peyzaj birbiri ile doğrudan etkileşim halinde olan iki önemli bileşendir. Turistik gelişimlerde, doğal çevre ile yapısal çevrenin bütünleştirilmesi, insanlar için yaşanılabilir dış mekanların oluşturulması iyi bir peyzaj planlama ile mümkündür. Turistik yapıların ve turizm bölgelerindeki kamusal dış mekanların peyzaj mimarlığı temel ilkeleri ve peyzaj ekolojisi doğrultusunda estetik, ekolojik ve ekonomik olarak planlanması, yeşil altyapı sistemlerinin oluşturulması turizmin etkin olarak sürdürülebilir olmasını sağlayan önemli etkenlerdir. Kitle turizmi, agro turizm, sağlık turizmi, golf turizmi, inanç turizmi vb. gibi her türlü turizm çeşitliliğinde peyzajlar sistemin vazgeçilmez elemanıdır.

Bu kapsamda, turizm-peyzaj ilişkisi ile turizme yönelik peyzajların oluşturulmasında kullanılan bitkisel materyal bu çalışmanın temel konusu olup, yeşil altyapı planlamalarında kullanılabilecek bitkilerin yenilebilir olması ve diğer peyzaj bitkileri ile entegrasyonunun sağlanması, çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kentsel Peyzajlarda Yenilebilirlik

21. yy kentleri, nüfus bakımından oldukça yoğun, buna karşılık kentsel yaşam kalitesi açısından ise oldukça zayıftır (Ahern, 2012: 1203). Kentsel yaşam kalitesinin en önemli bileşeni olan kentsel peyzajlar, toplumun sosyo-kültürel, ekolojik ve rekreasyonel isteklerine cevap verebilecek nitelik ve nicelikte olması, kentlerde sürdürülebilirlik olgusunun bir gereğidir.

Kentsel mekanlarda kullanılan bitkisel doku, sürdürülebilir yaşamın vazgeçilmez ögesidir. Nitekim endüstrileşmenin yoğun baskısı altında olan kentlerde, yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yönelik açık-yeşil alanlara, bitki varlığına önemli oranda ihtiyaç duyulmaktadır. Toplumların uygarlık düzeyine koşut bir gelişme gösteren birbiri ile bağlantılı açık-yeşil alanlar ve nitelikleri günümüzde bir yandan planlı gelişen kentlerin vazgeçilmez öğeleri olurken diğer yandan çağdaş kent kavramında sosyo-kültürel yaşam niteliğinin birer göstergesi durumuna gelmiştir (Aksu ve Demirel, 2012: 236). Bu açık-yeşil alanlarda kullanılan bitkisel materyalin, hava kirliliğini azaltma, sıcaklığın dengelenmesi, enerji

tasarrufu sağlama, mikroklimatik konfor oluşturma, fauna ve flora yaşam ortamı hazırlama, rekreasyonel aktivitelere olanak oluşturma, kent kimliğine ve sosyo-kültürel kimliğe katkı sağlama, kentsel gelişimi yönlendirme gibi çok önemli ve işlevsel özellikleri bulunmaktadır (Beckett vd., 2000: 995; Novak vd., 2000: 2601; Heisler ve Grant 2000: 193; Akbari, 2001: 119).

Türkiye 9 binin üzerinde doğal bitki ve % 30'un üzerinde endemik bitkileri ile bulunduğu coğrafyanın en zengin biyoçeşitliliğine sahiptir. Bununla beraber doğal bitkiler, meyve ve sebze bitkileri kentsel mekanlarda yok denecek kadar kısıtlı kullanılmaktadır. Bu bitkilerden peyzajda yararlanma olanakları üzerine yapılan çalışmalar da yeterli düzeyde değildir (Yılmaz ve Irmak, 2004: 9). Bu çalışmada, özellikle kentsel mekanların vazgeçilmez bir unsuru olan bitkisel materyalin seçiminde yöreye, iklime ve toprak yapısına uygun, kent estetiğini destekleyerek işlevsel özellik gösteren yenilebilir bitkilerin kullanım olanakları araştırılmıştır.

Yenilebilir kentler ve/ya yenilebilir peyzajlar temel olarak, kentsel peyzajlarda, yenilebilir bitkiler (zeytin *Olea europe*, ceviz *Juglans regia*, keçi boynuzu *Ceratonia siliqua* nar *Punica granatum*, armut *Pirus communis*, elma *Malus communis*, çilek *Fragaria vesca*, kiraz *Prunus avium*, erik *Prunus domestica*, kuşburnu *Rosa canina*, böğürtlen *Rubus fruticocus*, ahududu *rubus occidentalis*, kuşkonmaz *Asparagus officinalis*, pırasa *Allium porrum*, ıspanak *Spinacia oleracea*, semiz otu *Portulaca oleracea vb.*) ile peyzaj ve süs bitkilerinin (çınar *Platanus orientalis*, limoni selvi *Cupressus macrocarpa*, defne *Laurus nobilis*, çam türleri *Pinus sp.*, zakkum *Nerium oleander*, mazı türleri *Thuja sp.*, gül türleri *Rosa sp.*, pitos *Pittosporum tobira vb.*) birlikte kullanımı ile oluşturulan, estetik, ekonomik, fonksiyonel, ekolojik ve sosyo-kültürel alanlardır. Yenilebilir peyzajlar estetik ve yarar karışımı işlevsel mekanlardır. Kentlerde yenilebilir bitkilerin kullanımı, peyzaj ve süs bitkileri kullanımı ile benzer tasarım prensipleri doğrultusunda gerçekleşir. Dikkatli ve planlı bir uygulama ile göze hoş gelen, gölgeleme, perdeleme, yeşil yüzeyler oluşturma, güneş ışınlarını absorbe etme vb. niteliklere sahip yenilebilir özellikleri bulunan kentsel mekanlar oluşturulabilir. Nitekim Avrupa ve Amerika'da yenilebilir kentlerin oluşturulması 2000'li yıllardan itibaren ilgi görmeye hızlanmaya başlamıştır “Şekil 1;2;3”.



Şekil 1. Andernach ve Berlin/ALMANYA kentlerinde oluşturulan yenilebilir peyzajlar
(<http://www.germanysustainablecommunities.wordpress.com>)



Şekil 2. Villandry/FRANSA kentinde oluşturulan yenilebilir peyzajlar
(<http://www.billcaid.com/>)



Şekil 3. Bristol/İNGİLTERE kentinde oluşturulan yenilebilir peyzajlar
(<http://www.spacehive.com/incredibleediblebristol>)

Yukarıdaki şekillerde görüldüğü gibi, kentsel peyzajlarda yenilebilir bitkiler peyzaj bitkileri ile birlikte kullanılarak estetik ve işlevsel mekanlar oluşturulmuştur. Kentlinin ve kente gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin, o yöreye özgü bitkileri tanıması, tatması ve bu bağlamda

kültürel etkileşimin oluşması bu peyzajların bölgeye sağladığı katkılar bakımından ayrıca önem taşımaktadır.

Yenilebilir Bitkiler ve Kentlere Uyumu

Bugüne ait yenilebilir değeri olan birçok meyve ve sebze türünün tarih içerisindeki kronolojisine bakıldığında pek çoğunun öncelikle süs bitkisi olarak değerlendirildiği görülür. Fransa’da 17. yy’da Vercailles Sarayında Kral 14. Louis döneminde ülkenin önemli resmi günlerinde halka teşhir etmek amacı ile saksılı turuncgil ağaçlarının sarayın bahçesinde süs bitkisi olarak yetiştirildiği bilinir (Ray ve Walheim, 1980:6).

Yenilebilir peyzaj uygulamalarında meyve ağaçları, yaprağını dökmeyenlerin herdem yeşil kalması (portakal, turunç), yaprağını döken türlerin sonbaharda döküm öncesi renklerinin kırmızıya dönmesi (nar, kayısı), nisan- mayıs aylarında çiçeklenmesi (portakal, turunç, nar) yine bazı türlerin çiçeklenme döneminde yaprak oluşturmada çiçek açması (kiraz, erik, kayısı, armut), yaz aylarında gölgeleme yapması kentsel mekanları zenginleştirmektedir. Yolların iki kenarında veya orta refüjlerde nar ağaçlarının belirli bir ritimde dikilmesi, ağaçların birbiri ile birleşmesi ve uzun süren çiçeklenme periyodu sebebiyle sıklıkla kullanılır. Bu ağaçlar gölgeleme, tozu tutma, gürültüyü azaltma ve estetik katma gibi faydalar sağlarlar (Bao ve Chen, 2009: 385). Meyve ağaçlarının morfolojik özellikleri, yenilebilirliği, farmakolojik özellikleri ve kültürel imaj olmaları, sadece meyve üretiminin ve peyzaj alanlarında kullanımlarının artmasını sağlamaz ayrıca turizm kaynakları içerisinde büyük bir potansiyel oluşturur. Xu ve diğerleri (2015: 213), nar bitkisini süs bitkisi değeri, sofralık tüketim ve sağlık değerleri bakımından iyi bir yenilebilir bitki örneği olarak belirtmiştir.

Yenilebilir peyzaj uygulamalarında meyve ağaçlarının dikimi, peyzaj alanlarının birbirinden ayrılması, çit bitkisi olarak dikim, sıralı dikim, yoğunlaştırılmış dikim, ormanlık alanlarda yekpare dikim ve konfigürasyonel dikim gibi yollarla yapılabilir. Özellikle narda bu dikim uygulamalarının tamamı yapılabilir (Landing vd., 2015: 245). 14.yy Fransa’sında pek çok meyve ağaçları, palmet (yatay ve dikey kordon olarak adlandırılan terbiye şekilleri) peyzaj uygulamalarında kullanılmak üzere geliştirilmiştir (Fideghelli vd., 2003: 279). Bu yöntemler günümüz yenilebilir peyzaj uygulamalarında armut, elma, nektarin, kayısı, incir, asma gibi meyve türlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Süs bitkisi olarak değerlendirilebilecek sebzeler ile tıbbi ve aromatik bitki türleri, zemin kaplama özellikleri, çeşitli yaprak formları, renk ve doku özellikleri ve cazip meyve formları ve renklerini içeren estetik ve fonksiyonel kalitesi ile dikim tasarımına katkıda bulunmaktadır

(Arslan ve Yanmaz, 2010: 207). Özellikle sebze grubu içerisinde yer alan bazı aromatik bitkilerin (nane, fesleğen), çay olarak içilebilmesinin yanında bulunduğu ortamdaki canlılara (buna bitkiler de dahil) zarar veren böcekleri uzaklaştırma özelliği de bulunmaktadır. Bu kapsamda özellikle kentsel mekanlarda yeşil altyapı sistemleri oluşturulurken kullanılabilecek yenilebilir ve peyzaj değeri olan bazı bitki örnekleri “Tablo1”de verilmiştir.

Tablo 1. Kentlerde kullanılabilecek yenilebilir bitki türü örnekleri

Ağaçlar	Çahılar	Yer örtücüler	Sarılcı ve sarkıcılar
Elma (<i>Malus communis</i>) Armut (<i>Pyrus communis</i>) Yenidünya (<i>Eriobotria japonica</i>) Alç (<i>Crataegus azarolus</i>) Kiraz (<i>Prunus avium</i>) İğde (<i>Elaeagnus angustifolia</i>) Zeytin (<i>Olea europea</i>) Portakal (<i>Citrus sinensis</i> Osb) Mandarin (<i>Citrus reticulata</i>) Zeytin (<i>Olea europea</i>) İncir (<i>Ficus carica</i>) Nar (<i>Punica granatum</i>)	Yaban mersini (<i>Vaccinium myrtillus</i>) Kuşburnu (<i>Rosa canina</i>) Ahududu (<i>Rubus ideaus</i>) Böğürtlen (<i>Rubus fruticosus</i>) Yer elması (<i>Helianthus tuberosus</i>) Kamkat (<i>Fortunella japonica</i>) Kuşkonmaz (<i>Asparagus officinalis</i>) Adaçayı (<i>Salvia sp.</i>) Natal eriği (<i>Carissa macrocarpa.</i>) Sarı kantaron (<i>Hypericum perforatum</i>) Adi kocayemiş (<i>Arbutus unedo</i>)	Çilek (<i>Fragaria vesca</i>) Tatlı patates (<i>Ipomea batatas</i>) Alabaş (<i>Brassica oleracea</i> var. <i>gongyloides</i>) Havuç (<i>Daucus carota</i>) Patates (<i>Solanum tuberosum</i>) Enginar (<i>Cynara scolymus</i>) Marul (<i>Lactuca sativa</i>) Nane (<i>Mentha piperita</i>) Fesleğen (<i>Basilicum sativum</i>)	Passiflora (<i>Passiflora incarnata</i>) Asma (<i>Vitis vinifera</i>) Ateş fasülyesi (<i>Phaseolus coccineus</i>) Bal kabağı (<i>Cucurbita moshata</i>) Acur (<i>Cucumis anguria</i>) Kivi (<i>Actinidia deliciosa</i>) Altın çilek (<i>Physalis peruviana</i>)

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM BAĞLAMINDA YENİLEBİLİR KENTLER

Turizm olgusu tek kutuplu dünya düzeninin oluşması, neo-liberal politikaların dünya genelinde uygulaması ve bunların paralelinde ortaya çıkan küreleşmenin etkisiyle özellikle 1990’lı yıllardan itibaren günümüzde de devam eden hızlı bir yükseliş trendine girmiştir. Turizm gelir getirici etkisi, istihdama katkısı, ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, vb. gibi olumlu ekonomik etkileri neredeyse tüm dünya ülkelerinin yönünü turizme yöneltmelerine neden olmuştur. Bu durum çoğu ülkenin turizminden daha fazla pay alabilmek için kimi zaman plansızca turizm arzı yatırımlarına yönelmesine ve hem yatırımlar yapılırken hem de sonrasında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel tahribata neden olacak faaliyetler göstermesine yol açmıştır.

Geleneksel iş yapma anlayışının ortaya çıkardığı çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik alanda baş gösteren olumsuzlara ilişkin uluslararası alanda ilk tepki 1972 Stockholm konferansında “sürdürülebilir kalkınma” kavramının ifade edilmesiyle ortaya çıkmıştır (Mebratu, 1998: 500). 1980’lerde sürdürülebilir kalkınma gezenimizi kurtarmak ve insan ihtiyaçlarını karşılamak arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. 1987 Brundtland raporunda da sürdürülebilir kalkınma benzer ifadelerle “günümüz ihtiyaçlarını gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğini tehlikeye atmadan karşılama” olarak tanımlanmıştır (Santori, vd, 2014: 3). Buna paralel, 1992 Rio konferansı ve 2002 (Rio+10) Johannesburg konferansıyla sürdürülebilirlik anlayışının tüm dünyada benimsenmesine neden olmuştur (İslam vd., 2003:2). Temel olarak insanoğlunun bugün ve yarın hayatta kalmasını sağlamayı amaçlayan sürdürülebilirlik anlayışı ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel olmak üzere üç sacayağı üzerine oturduğu söylenebilir (Çetin, 2006: 3).

Benzer şekilde turizmde dikkatsiz planlama ve yönetim sonucunda, çevre, yerel halk ve kültürel değerler üzerinde olumsuz etkiler yaptığı söylenebilir. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınmanın anlayışının turizm sektörü üzerindeki yansıması da sürdürülebilir turizm olarak ortaya çıkmıştır (UNWTO, 2013: 17). Sürdürülebilir turizm yaklaşımının amacını, geleceğe yönelik biçimde bir taraftan mevcut turizm kaynaklarının kullanımına devam edilirken, diğer taraftan aynı kaynakların gelecek nesiller tarafından kullanılabilmesini güvence altına alınmasını oluşturmaktadır (Erdoğan ve Yağcı, 2002: 408). Bir bölgede, turizmin gelişimi ekonomik ve sosyal olarak çok iyi imkânlar sağlıyor olsa da, aynı gelişimin yine ekonomik, sosyal ve çevresel değerler üzerinde güçlü bir baskısının olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Uzun ve Somuncu, 2011: 21).

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından turizmin çevre ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek ve yerel ekonomilere, doğal ve kültürel mirasın korunmasına, turistlerin ve yerel halkın yaşam kalitesi üzerine olan olumlu etkilerini maksimize etmesine yönelik olarak belirlediği 12 amaç bulunmaktadır. Bunlar: ekonomik uygulanabilirlik, yerel ekonomik refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, yerel topluluğun refahı, kültürel zenginlik, fiziksel bütünlük, biyolojik çeşitlilik, kaynakların etkin kullanımı ve çevresel temizlik gibi amaçları kapsamaktadır (UNEP/UNWTO, 2005: 18-19). Bu yönüyle bakıldığında sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilmesi ile ilgili pek çok amacın ev sahibi turizm bölgesinin peyzajıyla ilgili ve ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Nitekim kent peyzajında yenilebilirlik ve yenilebilir kentler olgusu sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde ortaya çıkmıştır (Lovell, 2010: 2506).

Kentlerin ortak kullanım alanlarında, okul bahçelerinde, binaların çatılarında ve kent bahçeleri vb. gibi alanlarda yenilebilir bitki türlerinin kullanılmasını ifade etmektedir. Destinasyonlar açısından bakıldığında da park, bahçe ve refüjler başta olmak üzere destinasyonların çoğu alanlarında yenilebilir bitkiler kullanılabilir. Bir yönüyle gıda güvenliğini içeren yenilebilir kent anlayışı (Hoffen ve Säumel, 2014: 233) özünde yerel halkın ve turistlerin yaşamlarında “yaşam merkezli” (bio-centric) bir kültür yaratmak üzere planlanmış (Eryıldız, 2015: 14-15) peyzaj uygulamalarını kapsamaktadır. Bu şekilde peyzaj uygulamalarından hem kent halkının faydalanması sağlanırken hem de turist deneyimlerindeki yeri nedeniyle destinasyonların imaj oluşturma ve marka kent yaratma aşamalarında kritik role sahip olduğu söylenebilir (Amenumey vd., 2015: 174). Esasen turizm pastasından daha fazla pay almak isteyen çoğu destinasyon yoğun rekabet ortamında kendini rakiplerinden farklılaştırabilmek ve daha fazla turist çekebilmek için bölgenin yerel değerlerini ön plana çıkarmaya çalışmaktadır. Bunu farklılaştırmayı sağlayabilmek için yapay objeler (polyesterden bitki figürleri), sürdürülebilir ve yerel olmayan peyzaj anlayışı kapsamında ve çim-çam ekseninde (Eryıldız, 2015: 14-15) gerçekleştirmektedir.

Yenilebilir kent anlayışında ise destinasyonun sahip olduğu yerel değerlerin peyzaj ve bitkilendirme çalışmalarında kullanılarak değer kazanması ön plana çıkarılmaktadır. Bu şekilde peyzaj çalışmalarında destinasyonun hâlihazırda sahip olduğu özgü bitki türleri kullanılarak daha ekonomik biçimde ve yerel kaynaklar sayesinde peyzaj uygulamaları gerçekleştirilebilecektir. Kullanılan bitki türleri destinasyonun iklim şartlarına uygun türler olduğundan daha az kaynak kullanılacaktır.

Kentlerde sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm bağlamında yenilebilir bitkilerin peyzajda kullanımını destekleyen pek çok unsur bulunmaktadır. Buradaki temel amaç sadece sembolikte olsa yiyecek üretmek değil tüketen kent anlayışından üreten kent anlayışına dönüşümü sağlayabilmektir. Sosyal açıdan bakıldığında oluşturulacak kent bahçeleri ve diğer peyzaj alanları yerel toplum ve turistlerin sosyalleşebileceği farklı alanlar yaratmaktadır. Bu sürdürülebilir yaşama amacında birbirlerinden kopmuş insanları bir araya getirerek toplumun yeniden inşasına izin verecektir. Çevresel yönden ele alındığında biyolojik çeşitliliğin korunması, taşıma nedeni karbon salınımının azaltılması, ısı-adası etkisinin kaybolması (Lovell, 2010: 2515) ve hava kirliliğinin azaltılması gibi birçok çevresel faydası bulunmaktadır. Ekonomik açıdan ise yerel yönetimlerin, okulların ve hatta müstakil yaşam bölgelerindeki peyzaj alanlarının düzenlenmesi için bölge dışından alınan ürünlerin en aza indirilmesine ve bu kaynağın yerel toplum tarafından kullanılmasına olanak sağlayacaktır.

Bununla birlikte bölgesel bitkiler kullanılacağından uzman iş gücü ihtiyacı yerel toplum tarafından karşılanabilecek ve bu yönüyle yerel istihdamı destekleme olanağı ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla ekonomik sosyo-kültürel ve çevresel açıdan sürdürülebilirliği destekleyen yenilebilir kent anlayışı destinasyona değer katarak daha yaşanılabilir bir kentte sürdürülebilir turizm olgusunu daha olası kılmaktadır.

SONUÇ

Gelişmiş ülkelerdeki kentsel alanların planlanmasında, standart kent planlarının aksine yeşil altyapı sistemleri kurgulanarak üretken peyzajların ve yenilebilir kentlerin oluşturulması yönünde hızlı bir büyüme görülmektedir (Benedick ve McMahon, 2006: 798). Sürekli üreten kentsel peyzajlar, sürdürülebilir kentsel altyapı oluşturan ve yeniden tanımlanan kentsel açık yeşil alanları destekleyen önemli bir planlama alternatifini olarak, üretim toplumlarının önceliği haline gelmektedir (Bohn ve Viljoen, 2005: 34). Güçlü çevresel sistemler, sürdürülebilir kentsel altyapının oluşturulması için iyi tasarlanan üretken peyzajların oluşturulması ile mümkündür. Bu bağlamda, ekoloji, sosyo-ekonomi ve sosyo-kültürel kalkınmada kentsel mekanların üretken olması zorunlu bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kentsel alanlarda peyzaj ve süs bitkileri ile birlikte kullanılan yenilebilir bitkiler, diğer peyzaj bitkileri ile benzer fonksiyonel özellik gösterebilmektedir. Bu durum, estetik ve işlevsel mekanlar oluştururken yenilebilir bitkiler ile ayrıca üretkenliği ortaya koymaktadır. McLain ve diğerleri (2012: 187-188)'de yenilebilir peyzajların, kent peyzajı ile tarım arasında bir köprü işlevi gördüğünü dile getirmiştir. Kentlerin tarım ile birlikteliği, üretken, estetik ve fonksiyonel tasarımları ortaya çıkararak, benzer maliyetler ve benzer bakım işlemleri ile kentleri insanlar için daha yaşanılabilir, daha cazip, daha üretken ve özellikle de turizm boyutu dikkate alındığında odak noktası haline getireceği öngörülmektedir. Brown ve Vorden (2013: 1-2)'te yenilebilir bitkilerin, peyzaj bitkileri ile benzer özellik gösterdiklerini ve peyzaj bitkileri gibi bakım istediklerini dile getirerek doğru bitkinin doğru lokasyonda kullanılmasını, böylece üretken kentsel peyzajlar oluşturulurken az maliyet ve bakımla sürdürülebilir tasarımlar yapılabileceğini vurgulamışlardır.

Bunun yanında bitki dallarının yönlendirilerek istenilen forma sokulması olarak adlandırılan “palmet uygulaması “ ile özellikle kentsel mekanlarda fon etkisi, yönlendirme, sınırlandırma, koridor etkisi, mekan oluşturma gibi fonksiyonel işlevleri yanında yenilebilir olmaları ile sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel olarak estetik, ekolojik ve işlevsel alanlar oluşturulması mümkündür “Şekil 4”.



Şekil 4. Palmet uygulaması yapılan armut ve elma ağacı örneği



Şekil 5. Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından olan Dalyan Kenti Atatürk Bulvarı mevcut durumu (üstte) ve yenilebilir kentsel tasarım önerisi (altta)

Çalışmada, yenilebilir kent olgusunun uygulanmasına yönelik örnek bir uygulama yapılmış ve Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Dalyan kenti ele alınmıştır. Köyceğiz gölü, Dalyan kanalları, İztuzu kıyısı, Kaunos Antik kenti gibi kültürel turizm değerlerine sahip olan Dalyan kenti, turizm sezonlarında yoğun olarak yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilmektedir. Turistlerin kentte en sık kullandıkları Atatürk Bulvarı ve Gülpınar Caddesi yeşil altyapı bağlamında, yenilebilirlik olarak tasarlanarak uygulanabilir ve somut öneri geliştirilmiştir “Şekil 5; 6”.



Şekil 6. Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından olan Dalyan Kenti Gülpınar Caddesi mevcut durumu (üstte) ve yenilebilir kentsel tasarım önerisi (altta)

Kente girişi sağlayan Atatürk Bulvarı, araç ve yaya trafiği bakımından oldukça yoğundur. Bölgenin yılın büyük bir bölümünü güneşli geçirmesi, kullanıcıların gölgeye olan ihtiyacını arttırmaktadır. Aynı zamanda beton yüzeylerden kaynaklı kent içi ısı, yürüyüş, koşu ve bisiklet gibi aktif rekreasyon ihtiyacını karşılama yönünde kullanıcıları olumsuz

etkilemektedir. Bulvarın estetik değerini arttırmak, yeşil altyapı kapsamında ekolojik ve kültürel koridor oluşturmak, gölge sağlamak ve kent içi iklimi dengelemek üzere yenilebilir bitki türleri diğer peyzaj bitkileri ile kombine edilerek ekolojik, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel çözüm önerisi geliştirilmiştir.

Dalyan kanalının kıyısında bulunan Gülpınar Caddesi de Atatürk bulvarına benzer şekilde yeniden düzenlenmiştir. Kanal kıyısındaki otopark, caddedeki trafik akışını engellediğinden ve yaya kullanımını olumsuz etkilediğinden dolayı bu bölge yenilebilir bitkiler ve konstrüksiyonel materyallerle yenilebilir peyzaj tasarlanmıştır. Böylece, yerli ve yabancı kullanıcılara, bölgeye özgü sebze ve meyve türlerinin tanıtılması yanında, serbestçe faydalanabilecekleri fonksiyonel mekanlar oluşturulmuştur.

KAYNAKÇA

- AHERN, Jack (2012), “*Urban landscape sustainability and resilience: the promise and challenges of integrating ecology with urban planning and design*”, Landscape Ecology July 2013, Volume 28, Issue 6, pp 1203-1212
- AKBARI, Hashem (2001), “*Shade trees reduce building energy use and CO2 emissions from power plants*”. Environmental Pollution 116, 119-126.
- AKSU, Özge Volkan; DEMİREL, Öner (2012). “*Hastane bahçelerinde peyzaj tasarımları: Trabzon örneği*”, Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 2012, 12 (2): 236-250
- AMENUMEY, E. K.; DAYOUR, F. ve ADONGO, C. A. (2015), “*Why they Consume Indigenous Food and Beverage in Ghana: the International Tourist Perspective*”, Journal of Arts and Social Science, Vol: 3, No: 1, ss. 171-197.
- ARSLAN, Mehmet., YANMAZ, Ruhsar (2010). “*Use of Ornamental Vegetables, Medicinal and Aromatic Plants in Urban Landscape Design*”. Acta Hort. 881, 207-211
- BAO, Qin-xing, CHEN, Chu-wen, (2009) “*The application of the ornamental fruit trees to lanndscaping of city in Zhejiang*”. Acta Agriculturae Zhejiangensis 12(4):385-389.
- BECKETT, K. Poul; FREER Smith, P.H.; TAYLOR, Gail (2000), “*Particulate pollution capture by urban trees; effects of species and windspeed*”. Global Change Biology 6, 3, 995-1003.
- BENEDICT, Mark A.; McMAHON, Edward T., (2006), Green Infrastructure: Linking Landscapes and Communities, Washington, D.C.: Island Press, 299p.
- BESTARD, Angel Bujosa; NADAL, Jaume Rosselló, (2007) “*Modelling environmental attitudes toward tourism*”. Tourism Management, 28(2007), 688-695.
- BOHN, Katrin; VILJOEN, Andre (2005) “*Continuous Productive Urban Landscapes: urban agriculture as an essential infrastructure*”, The Urban Agriculture Magazine, 15 (2005): 34-36.
- BROWN, Sydney Park; WORDEN, Eva C. (2013) Edible Landscaping, University of Florida, Department of Environmental Horticulture, Gulf Coast Research and Education Center; UF/IFAS Extension.
- CHOI, Hwansuk Chris; MURRAY, Iain (2010), “*Resident attitudes toward sustainable community tourism*”. Journal of Sustainable Tourism, 18(4), 575-594.
- ÇETİN, Murat (2006), “*Teori Ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma*”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 7, Sayı 1:ss.1-20.
- ERDOĞAN, Nazmiye ve YAĞCI, Özgür (2002). “*Evaluating the Ecotourism from the Point of social, Economic and Environmental Perspectives in terms of Sustainability*”, First Tourism Congress Of Mediterranean Countries, Tourism in Mediterranean From Past To Future, 405–418, Antalya, 2002.

- ERYILDIZ, Semih (2015), “Mimarlık Eğitiminde Eko- Tasarımın Yeri ve Önemi” <http://www.mobbig.org/belge/MOBBIG-29/SemihEryildiz-Sunu-mobbig29.pdf>, Erişim Tarihi: 05.12.2015
- EKONOMİ DERNEĞİ (2015), Ekonomi Derneği Resmi Web Sitesi, http://www.ekonomi2023.org/index.php?view=article&catid=20%3Aturzm&id=88%3Amarka-kueltuerturzm-kentler-&format=pdf&option=com_content&Itemid=91 Erişim tarihi: 20.11.2015
- ERDOĞAN, Elmas (2006), “Kent ve Çevre Estetiği”, ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi Yıl: 2006 Cilt:8 Sayı:9, 68-77ss.
- FIDEGHELLI, C., SARTORI, A. and GRASSI, F., (2003). “Fruit tree Size and Architecture”. Acta Hort. 622, 279-293.
- HEISLER, Gordon M.; GRANT, Richard H. (2000), “Ultraviolet radiation in urban ecosystems with consideration of effects on human health”. Urban Ecosystems 4, 3, 193-229.
- HOFFEN, Laura Pauline von ve SÄUMEL, Ina (2014), “Orchards for edible cities: Cadmium and lead content in nuts, berries, pome and stone fruits harvested within the inner city neighbourhoods in Berlin, Germany”, Ecotoxicology and Environmental Safety 101: 233–239.
- ISLAM, Sardar .M.N., MUNASİNGHE, Mohan ve CLARKE, Matthew (2003), “Making LongTerm Economic Growth More Sustainable: Evaluating the Costs and Benefits”, Ecological Economics, Vol. 47, No. 2-3, pp. 1-19.
- İZGİ, Utarit, (1999), Mimarlıkta Süreç, Kavramlar-İlişkiler, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, Yem Yayınevi, İstanbul.
- KAPLAN, Adnan (2010), “Green infrastructure as a means to deliver a multi-scale approach over urban sustainability”. Fábos Conference on Landscape and Greenway Planning, July 8–11, Budapest, 152-153pp.
- KAPLAN, Adnan (2012), ““Green Infrastructure” Concept as an Effective Medium to Manipulating Sustainable Urban Development”. Green and Ecological Technologies for Urban Planning: Creating Smart Cities (Edited by Ozge Yalciner Ercoskun), IGI Global, Hershey, USA, 234-254pp.
- LANLING, Yu; YONGJI, Piao; DAOZHU, Jiang; SHONG, Li; HONG, Lv; ZHAOHE, Yuan (2015), “Application Research of Pomegranate in Agro-Sightseeing Parks”. Proceedings of The Third International Symposium on Pomegranate and Minor Mediterranean Fruits. Acta Horticulturae 1089:243-246pp.
- LERNER, Jeffer A. (2003), “Maryland green infrastructure assessment and greenprint program, in: Integrating land use planning & biodiversity”, Defenders of Wildlife, Washington, DC. 36-37pp.
- LOVELL, Sarah Taylor (2010), “Multifunctional Urban Agriculture for Sustainable Land Use Planning in the United States”, Sustainability, 2, ss. 2499-2522.
- MEBRATU, Desta (1998). “Sustainability and Sustainable Development: Historical and Conceptual Review”, Environ Impact Asses Review, Vol: 18, pp.493-520.
- MELL, Ian C. (2010), Green Infrastructure: Concepts, Perceptions and Its Use in Spatial Planning. PhD thesis, School of Architecture, Planning and Landscape Newcastle University, 291p.
- MCLAIN, Rebecca; POE, Melissa; HURLEY, Patrick T.; LECOMPTE-Mastenbrook, Joyce; EMERY, Marla R. (2012), “Producing edible landscapes in Seattle’s urban forest”, Urban Forestry & Urban Greening 11 (2012) 187– 194pp.
- NOVAK, David.J.; CIVEROLO, Kevin L.; RAOB, S. Trivikrama; SISTLA, Gopal; LULEY, Christopher J.; CRANE, Daniel E. (2000), “A modeling study of the impact of urban trees on ozone”. Atmospheric Environment 34, 10, 1601-1613pp.
- RAY, Richard, WALHEIM, Lance (1980) “Citrus (How to Select, Grow and Enjoy)”. Horticultural Publishing, Los Angeles, California ISBN: 0-89586-076-7
- SARTORI, Simone, LATRÔNICO, Fernanda, CAMPOS, Lucila M.S.. (2014), “Sustainability and sustainable development: a taxonomy in the field of literature”, Ambiente & Sociedade, 17, 1, ss. 01-22.
- UNEP/UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization.

- UNWTO (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook, United Nations World Tourism Organization. Madrid.
- UZUN, Funda VARNACI ve SOMUNCU, Mehmet (2011), “*Kültürel Peyzajın Korunması ve Turizm İlişkisi Bağlamında Yerel Halkın Görüşleri: İhlara Vadisi Örneği*”, Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 21-36.
- SELİM, Serdar (2015), Yeşil Altyapı Bağlamında Köyceğiz-Dalyan Havzası Planlama Kurgusu. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- XU, Weiwei; WANG, Hongtao; LU, Feifei; YUAN, Zhaohe (2015), “*Study on the Development Strategies of Tourism Industrial Economy Based on Pomegranate in Zaozhuang, China*”. Proceedings of The Third International Symposium on Pomegranate and Minor Mediterranean Fruits. Acta Horticulturae 1089:213-220
- YILMAZ, Hasan; IRMAK, Mehmet Akif (2004), “*Erzurum Kenti Açık-Yeşil Alanlarında Kullanılan Bitki Materyalinin Değerlendirilmesi*”, Ekoloji Dergisi, 13,52, 9-16ss.

BOTANİK BAHÇELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİM İLKELERİ: ÖRNEK BOTANİK BAHÇELERİ

İlke BAŞARANGİL¹

Cemre TOKATLI²

ÖZET

Botanik bahçeleri, bugün ve gelecekte turizm açısından ekonomik getirisi yadsınamayacak ticari rekreasyon işletmeleridir. Günümüzde bu turistik çekicilikleri görmeye gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin sayısı günden güne artmaktadır. Bu gerekçelerle önemli rekreasyon işletmelerinden biri olan botanik bahçelerinin yararlarının ve botanik bahçelerinin sürdürülebilir yönetim ilkelerinin ortaya çıkarılması bu araştırmanın ana amacıdır. Bu kapsamda betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Alan yazın da yer alan uluslararası botanik bahçelerinden önemli örneklerle yer verilmiş ve bu başarılı örneklerin uyguladıkları sürdürülebilir yönetim ilkeleri ortaya çıkarılmıştır. Değerlendirmeler sonucunda botanik bahçelerinde uygulanabilecek ortak sürdürülebilir yönetim ilkelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarının rekreasyon ve turizm endüstri yöneticilerine yol gösterici olacağı ileri sürülebilir.

Anahtar Kelimeler: Botanik Bahçeleri, Rekreasyon, Turizm, Sürdürülebilirlik.

GİRİŞ

Günümüzde aşırı kentleşmenin yarattığı çevre ve gürültü kirliliği, trafik yoğunluğu ve yoğun çalışma şartlarından kaynaklanan stresin olumsuz sonuçlarından kurtulmak amacıyla gerekli olan rekreasyonel alanlar rekreasyon endüstrisinin gelişimini hızlandırmaktadır (Hazar, 2014: 68). Rekreasyon kısaca bireyin boş zamanında gerçekleştirdiği, isteğe bağlı ve gönüllü olarak, bireysel ya da grupla birlikte yaptığı etkinliklerdir (Sevil vd., 2012: 21). Rekreasyon endüstrisi ise ulusal ve uluslararası düzeyde rekreasyonel hizmet sağlayan işletmeler, rekreasyon malzemesi üreten ve pazarlayan işletmeler, sosyal amaçlı organizasyonlar, rekreasyon eğitim kurumları, rekreasyon istasyonları (örneğin, spor tesisi, sergi salonu, yürüyüş yolları, piknik alanları vb.) gibi endüstri kollarıdır (Hazar, 2014: 69). İnsanların rekreatif amaçlı ihtiyaçlarını çeşitli kurum ve kuruluşların sunduğu hizmetlerden masrafsız olarak sağlayabilecekleri gibi kar amacıyla sunulan hizmetleri de aynı amaçla satın alabilmektedirler. Bu tür hizmetlere rekreasyonistlerin işletmelere *ticari rekreasyon*

¹ Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi- Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, ilkekaya@klu.edu.tr

² Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D., cemre.tokatli94@outlook.com

işletmeleri adı verilmektedir (Karaküçük, 2014: 68). Günümüzde gelişen pek çok çevre sorunu, doğal ve kültürel yaşam alanlarındaki daralma, insanoğlunu doğadan koparmakta, yeşil alan ve yeşile olan özlem özellikle kentsel mekânlarda giderek artmaktadır. Bu durum beraberinde başta stres olmak üzere birçok hastalığı beraberinde getirmektedir (Yılmaz,2012). Bu türden pek çok sorunun üstesinden gelinmesinde, kentlerde özellikle yerli ve yabancı ziyaretçilerin rekreatif ihtiyaçlarını karşılayan, turistik açıdan da önemli ticari rekreasyon işletmelerinden biri olan botanik bahçeleridir.

Botanik bahçeleri bilim müzesi niteliği taşımaktadır. Botanik bahçeleri aynı zamanda ziyaretçilerin iyi vakit geçirmelerini sağlayacak rekreasyonel niteliklere de sahiptir. Bu bahçelerin bilimsel işlevlerinin yanı sıra, bir kentin “açık ve yeşil alan” sistemi içinde topluma hizmet veren çok yönlü katkıları da olduğu bir gerçektir (Demircan ve Yılmaz, 2004:194). Botanik bahçeleri kısaca bilimsel, eğitsel ve rekreasyonelişlevleri yerine getirmektedirler (Yılmaz, 2012). Bu gerekçelerden hareketle, günümüzde hem turizm hem de ticari rekreasyon açısından önemli sayılan botanik bahçelerinin yararlarının değerlendirilmesi ve sürdürülebilir bir botanik bahçe yönetiminin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiğine yönelik ilkelerin belirlenmesi bu araştırmanın ana amaçlarını oluşturmaktadır. Çalışmanın sonuçlarının alan yazının yanı sıra turizm ve rekreasyon endüstrisi yöneticilerine önemli katkıları olacağı ileri sürülebilir. Çalışmanın ilk bölümünde rekreasyon işletmesi olarak botanik bahçelerinin tarihçesi, özellikleri ve yararları ele alınmış, ikinci bölümünde ise botanik bahçelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında kullanılabilecek yönetim ilkeleri, dünyadan çeşitli botanik bahçe örnekleri yer almaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bir Rekreasyon İşletmesi Olarak Botanik Bahçeleri ve Botanik Bahçelerinin Yararları

Bir ticari rekreasyon işletmesi olarak cazibe merkezlerinin içinde yer alan botanik bahçeleri; otsu ve odunsu bitkileri bir araya toplanıp, etiketlendiği, nesli tehlike altında bulunan bitki türlerinin tespit edildiği, korunduğu, tanıtıldığı ve bitkiler konusunda araştırmaların yapıldığı, ayrıca rekreasyonel (dinlenme-eğlenme) imkanlar sunan, bulunduğu kent, bölge veya ülkeye prestij kazandıran canlı bitki müzeleridir(Yılmaz,2012).Bahçe ve bitki ekiminin ilk örnekleri yaklaşık 3000 yıl öncesine kadar uzanarak Mısır ve Mezopotamya’da var olmuştur. Romalılarda da bitkilerin tıbbi özelliklerinin farkında olan keskin bahçıvanlar bulunmaktaydı. Dünyanın ilk botanik bahçeleri 16. ve 17. yüzyıllarda İtalya’nın bilimsel temelli fizik bahçeleridir. İlk fizik bahçesi 1543’te Luca Ghini tarafında oluşturulan Pisa Üniversitesi’nin bahçesidir (<http://www.bgci.org/resources/history/>). İlk botanik bahçeleri tıbbi bitkilerin

yetiştirilmesini amaçlarken daha sonraki dönemlerde özellikle çeşitli yörelere yapılan keşif amaçlı seyahatlerden dolayı bazı bitkilerin Avrupa ülkelerine getirildiği bilinmektedir. Zaman içerisinde bitkilerin besin değeri, tıbbi önemi ve süs özellikleri daha da ön plana çıkmış ve 16. yüzyıldan itibaren, modern anlamda botanik bahçeleri kurulmaya başlanmıştır (Ekim,1991:154). Botanik bahçelerinin işlevleri arasında;

- Botanik bahçeleri genellikle kamu düzeyinde eğitim sağlamaktadır,
- Botanik bahçeleri, genellikle bitki biyolojisini, çevredeki bitkilerin rolünü ve insanlarla bitkiler arasındaki ilişkileri anlamayı geliştirmek için misyonunun bir parçası olarak, kamu, özel sektör ve akademik kurumları kapsamaktadır,
- Botanik bahçeleri, rekreasyonel fırsatlar sağlamakta ve kentsel yapılardan kaçış sunmaktadır,
- Botanik bahçelerinin kullanıcıları, kentsel peyzajı şekillendiren profesyonellerinde yanı sıra genel halkı da içermektedir (<http://depts.washington.edu>).

Kentlerde kişi başına düşen açık alan miktarı Birleşmiş Milletler ve Dünya Tarım Örgütüne göre minimum %9 iken, İstanbul'da %1 gibi bir oranda kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde bu sağlıksız gelişmeyi durdurmak amacıyla, kentsel alanlarda daha çok yeşil alan yaratmak, bunun için farklı yolları denemek ve bir yandan da bu alanları üretken kılmak mümkün olabilmektedir. Özellikle botanik bahçelerihem turistik hem de yerel halk açısından çok büyük önem teşkil etmektedir. Kentlerdepark ve bahçeler olarak açık alanlara ayrılan oranlaraşağıda yer almaktadır (worldcitiescultureforum.com);

- Hong Kong:%41
- Londra:%38.4
- Berlin:%14.4
- New York:%14
- Paris:%9.1
- İstanbul:%1.5

Botanik bahçeleri bitkiler için hem güvenli bir liman hem de önemli turizm ve rekreasyon alanlarıdır. Botanik bahçeleri ve parklar arasındaki en önemli fark; birincisi bitki çeşitliliğini sağlarken, ikincisi büyüleyici bir yeşil çevre yaratma amacıdır (teftis.kulturturizm.gov.tr).Botanik bahçelerinde farklı çiçek, meyve bahçeleri, taş bahçeleri, kokulu bitkiler, sebze ve meyve türleri, sukkulentler, ağaç, çalı, geofitler, step bitkileri, tıbbi bitkiler, yayılıcıtırmanıcı bitkiler ile yöre ve bölge halkının ve turistlerin uğrak

mekânlarındandır. Bu bahçeler aynı zamanda bulunduğu kente, bölgeye ve ülkeye prestij kazandırmaktadır. Uluslararası Botanik Bahçelerini Koruma Birliği (BGCI) verilerine göre, dünyadaki sayıları 2000'e yaklaşan botanik bahçelerini her yıl 200 milyondan fazla ziyaretçi gezmektedir (Yılmaz, 2012). Örneğin, İngiltere'de devlet kurumlarının bahçelerinin, parklarının ve botanik bahçelerinin çok sayıda yerli ve yabancı turist çektiği bilinmektedir (Beamer, 2003'ten akt. Kozak ve Bahçe, 2009:176). BGCI'ya üye olan Atlanta Botanik Bahçesi, BerlinDahlem Botanik Bahçesi, Brooklyn Botanik Bahçesi, British Colombia Üniversitesi Botanik Bahçesi, Chicago Botanik Bahçesi, Cleveland Botanik Bahçesi, Denver Botanik Bahçeleri, Devonian Botanik Bahçesi (Edmonton), Royal Botanik Bahçeleri (Kew), FairchildTropical Botanik Bahçesi (Miami), Montreal Botanik Bahçesi, Belçika Ulusal Botanik Bahçesi, Royal Botanik Bahçesi (Kanada), Royal Botanik Bahçeleri ve Alanı (Sidney), Royal Botanik Bahçesi (Edinburg),Singapur Botanik Bahçeleri, New York Botanik Bahçesi, Van Dusen Botanik Bahçesi vb. daha birçok örnekleri bulunmaktadır (Hepcan ve Özkan, 2005: 164-165). Turistleri cezbeden bahçeler arasında dünyaca ünlü Vatikan bahçeleri ve Schönbrunn Sarayı'nın bahçeleri de yer almaktadır (Şekil 1, 2 ve 3).



Şekil 1: Vatikan Bahçeleri- Roma/ITALYA



Şekil 2-3: Schönbrunn Palace Bahçeleri- Viyana/AVUSTURYA

Türkiye’de yer alan botanik bahçelerine ise aşağıda yer almaktadır.

- Bakırköy Botanik Parkı,
- İstanbul Üniversitesi AlfredHeilbronn Botanik Bahçesi,
- Zeytinburnu Tıbbi Bitkiler Bahçesi,
- Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (<http://istanbulforkids.com/>),
- Bursa Botanik Parkı
- Karaca Arboretum (<https://tr.wikipedia.org>),
- Köyceğiz Arboretumu,
- Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi,
- Akdeniz Üniversitesi Botanik Bahçesi (<http://www.plantdergisi.com>),
- Gaziantep Botanik Bahçesi (www.gaziantepbotanik.com),
- Ata Botanik Bahçesi (<https://www.atauni.edu.tr>).
- Ordu Botanik Parkı.

Yakın bir zamanda bitmesi planlanan ve proje kapsamında yer alan botanik bahçeleri ise;

- 2018 yılına kadar bitmesi planlanan Türkiye Milli Botanik Bahçesi (Ankara),
- Proje halinde Erciyes Uluslararası Botanik Bahçesi,
- Marmaris’te Botanik Park Bitki Müzesi,
- Trabzon Botanik Parkı,
- Ataköy’e Botanik Parkı,
- Manavgat’a Botanik Parkı,
- Kayseri Gesi Bölgesi’ne Botanik Park yürütülmektedir (www.emlakkulisi.com).

Botanik bahçelerinin destinasyonların tanınmasında çok büyük etkisi vardır. Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International desExpos-BIE) ve Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Derneği (AssociationInternationale desProducteurs de l’Horticulture - AIPH) 17 Eylül 2009’da aldığı kararla Expo’yu(Uluslararası sergi organizasyonu) düzenleme hakkını elde eden Antalya, Türkiye’de düzenlenecek ilk Expo’nun ev sahibi olacaktır (https://tr.wikipedia.org/wiki/Expo_2016). EXPO’lar uluslararası projeler olarak hem hacmi ve hem de ziyaretçi sayısı bakımından dünyanın en prestijli ve en büyükprojeleri arasındadır. Türkiye’nin ilk EXPO’su olan EXPO 2016 Antalya, Nisan-Ekim 2016 tarihleri arasında düzenlenecektir. “Gelecek Nesiller için Yeşil Bir Dünya” felsefesi olan EXPO 2016 Antalya’nın teması “Çiçek ve Çocuk”, sloganı ise “Geleceği Yeşertmek” adlı Botanik Sergisi düzenlenecektir. 100 kadar ülkenin 500-5000 m2’lik bahçelerinin yer alacağı alan, Botanik

Sergisi sonrasında da ziyaretçilere açık tutulacaktır. Botanik EXPO'lar ilk olarak 1960 yılında düzenlenmiş olup, günümüze kadar 19 Botanik EXPO'su gerçekleştirilmiştir. Botanik EXPO'lar tarım, bahçecilik ve peyzaj alanlarını canlandırmak ve bu alanlarda yenilikleri teşvik etmek için düzenlenmektedir. Bugün Botanik EXPO'ları aynı zamanda bahçecilik aracılığıyla şehirlerdeki yaşamın iyileştirilmesi, deneyimlerin paylaşılması, turizm endüstrisine katkı sağlaması, kentin ve ülkenin imajını güçlendirmesi, halkın yaşam kalitesini arttırması, çevre, sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınmanın sağlanması gibi önemli görevler üstlenmektedir (www.expo2016.org.tr). Bu tür organizasyonlar ekonomik getirilerinin yanı sıra, hem sosyal hem de kültürel etkileşimi arttırmaktadır.

Çeşitliliğin anlaşılmasını, biyolojik olayların nasıl gerçekleştiğinin tanıtılmasını sağlayan botanik bahçeleri aynı zamanda ziyaretçilerine konferans, bilgilendirme notları, sergi ve kişisel konuşmalar aracılığı ile çeşitli faaliyet programı sunmaktadır (teftis.kulturturizm.gov.tr). Örneğin; “7’den 70’e eğitim” adlı eğitim programı yetişkinlere, çocuklara ve stajyerlere yönelik farklı gruplara yönelik Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi’nde verilmektedir. Bilimsel etkinliklerin yanı sıra çeşitli kurslar, hafta sonu etkinlikleri, grup projeleri gibi hem eğitsel hem de grup çalışmaları gerektiren aktiviteler yapılmaktadır (www.ngbb.org.tr). Bu açıdan bakıldığında botanik bahçelerinin hem yerel halka hem de yabancı turistlere, sosyo-kültürel açıdan yararları olduğu öne sürülebilir. Ayrıca bu bahçeler peyzaj amaçlı bitkisel üretim ve pazarlama ile ilgili sektörlerin gelişmesine katkıda bulunur (Gül ve Küçük, 2001: 30-31). Bunu yanı sıra büyük iş gücü ihtiyacı olan botanik bahçeler yerel halka ve alanında eğitim almış kişilere de istihdam yaratmaktadır.

Botanik bahçelerinin bütün turistik çekiciliklerinin yanı sıra sağlığa olan olumlu etkisi göz ardı edilemez. Psikolojik ve fizyolojik açıdan sağlığa iyi gelen botanik bahçeleri özellikle bazı hastalıkların tedavi edilmesine yardımcı olmaktadır. Hortikültürel terapi, hastalık, kaza, sosyal ve ekonomik problemler, gelişme bozuklukları, yaş ile gelen problemler nedeni ile oluşan yeti kaybı, stres, felçli hastalara, beyin kazaları, Serebral palsy, görsel zayıflıkları olanlar, yaşlılar, zeka ve fiziksel engelliler, kanser tedavisi görenler, ruh hastaları, AIDS hastaları, duygusal açıdan baskı altında olan her yaş grubu ve her bireyin yapabileceği aktiviteler bütünüdür. Son yıllarda Amerika ve Avrupa’daki ülkelerde, engelliler için hortikültürel terapinin (kişinin fiziksel, zihinsel ve kişisel gelişimi için canlı malzeme olarak bitkilerle yapılan aktiviteleri (üretim, meyve toplama vb.) uygulandığı birçok tedavi merkezi yapılmıştır. Bunlardan Chicago Botanik Bahçesi 2006 yılında, engellilere yönelik özel tasarımıyla ve bitkilerle ilgili aktiviteleri sağlaması nedeni ile ödül almıştır (Uslu ve Shakouri, 2011:135).

YÖNTEM

Turizm ve rekreasyon endüstrisi açısından değerli olan botanik bahçelerinin yararlarının ortaya konulması ve botanik bahçelerinin sürdürülebilir yönetim ilkelerinin ortaya çıkarılması bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarında rekreasyon ve turizm endüstrisi yöneticilerine öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Geliştirilen sürdürülebilir yönetim ilkeleri ile botanik bahçe yöneticileri gelecek nesillere aktarılabilen sürdürülebilir işletmeler kazanacaktır. Böylelikle işletmede gelir düzeyinin devamlılığı sayesinde botanik bahçelerinin turizm ekonomisine katkılarının da sürdürülebilir hale geleceği bir gerçektir.

Bu araştırma, betimsel bir analizdir. Öncelikle araştırma kapsamında “botanik bahçelerinin yararları nelerdir?” ve “botanik bahçelerinin sürdürülebilir yönetim ilkeleri neler olmalıdır?” soruları çerçevesinden yola çıkılmıştır. Bu amaçla, alan yazında yer alan dünya çapında faaliyet gösteren botanik bahçelerinden önemli örneklerle yer verilmiş ve bu başarılı örneklerin uyguladıkları sürdürülebilir yönetim ilkeleri ile Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Birliği (BGCI)’nin önerdiği botanik bahçeleri için sürdürülebilirlik kontrol listesinin hepsi değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda botanik bahçelerinde uygulanabilecek ortak sürdürülebilir yönetim ilkelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılmış olup, turizmde konu ile ilgili alan yazının yanı sıra konuyla ilgili T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın, Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Birliği (BGCI)’nin ve bazı uluslararası botanik bahçelerinin web sitelerinden faydalanılmıştır.

Rekreasyonel İmkânlar Sunan Uluslararası Örnek Botanik Bahçelerinde Sürdürülebilir Yönetim İlkeleri

ASLA’nın (Amerika Peyzaj Mimarlığı Topluluğu) (1999) tanımına göre peyzaj mimarlığı; “Doğal ve kültürel kaynakları koruma ve yönetme temelinde kültürel ve bilimsel birikimin (oluşturulacak çevrenin işlevsel ve yaşam kalitesini artırma yönünde) yeryüzünde uygulanması kapsamında doğal ve kültürel alanların düzenlenmesi, arazinin planlanması, tasarlanması ve yönetilmesi sanatıdır” olarak tanımlamaktadır (Gül vd., 2011:132). Peyzaj mimarisinin en önemli çalışma alanlarından biri olan botanik bahçeleri, sürdürülebilir ve estetik görüntüsünü peyzaj sayesinde kazanmaktadır. Kozak ve diğerleri (2014: 96-97), “sürdürülebilirliği, bir toplumun, ekosistemin veya sürekli olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ya da sistemin yaşamsal bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklemekten sürdürülebilmesi yeteneği” olarak tanımlanmaktadır.

Turizm işletmelerinin sorumluluk alanlarında sadece müşteri ve yatırımcı değil aynı zamanda etkiledikleri her kesimi içerdiği kabul görmektedir. Yönetimde tüm paydaşların etkileşimini esas alan bu bütünleşik örgüt sürdürülebilirliği, örgüt sosyal sorumluluğu, üçlü sorumluluk gibi terimlerin bazen bir arada kullanımını gündeme getirmiştir (Günlü, 2014: 68). Örgüt sürdürülebilirliği, Tokgöz ve Önce (2009)'ye göre faaliyetlerin gerçekleştirildiği esnada, yol açılan sosyal ve çevresel konulara örgütün hem stratejik hem de kar odaklı yanıt verme şekli olarak tanımlanmaktadır. İki temel özellik olan a) örgütün iş yapma modeli ve b) örgütlerin an'a değil geleceğe yatırım yapmasına odaklanması gerektiğini öne sürmektedirler (Günlü, 2014: 69). Rekreasyon etkinliklerinin pek çoğu botanik bahçelerinde olduğu gibi hassas ekosistemlere sahip doğal alanlarda gerçekleşmektedir. Ancak, bu alanlar ya da işletmelerdeki kullanım yoğunluğu ve kalabalık bu alanların geleceğini tehdit etmekte, rekreasyonel etkinliğin ya da işletmenin sürdürülebilirliğini zorlaştırmaktadır. Bu amaçla bu tür ticari rekreasyon işletmelerinde çevre yönetimi uygulamaları geliştirilebilmektedir. Arz ve talep koşulları "sürdürülebilir" bir yaklaşımla yönetilerek eşsiz çevre değerlerine sahip bu alanların ve işletmelerin kullanılırken de korunması sağlanabilir (Türkay, 2015: 385).

Botanik bahçelerinin sürdürülebilir bir yönetim sergileyen başarılı örnekleri yer almaktadır. Bu örnekler arasında Royal Botanik Bahçeleri Victoria Çevre Koruma Politikası (Avustralya), çevresel korumaya en çok katkıda bulunan üç temel yapıyı; "biyoçeşitlilik ve ekoloji", "toplum katılımı" ve "peyzaj" olarak tanımlanmaktadır. Royal Botanik Bahçeleri Victoria'nın sürdürülebilirlik açısından geliştirdiği ilkeler;

- **Uzun Vadeli Bakış Açısı Geliştirme:** Etkili yönetim ile mevcut ve gelecekteki faaliyetlerin çevreyi ve gelecek nesilleri nasıl etkileyebileceği üzerinde uzun vadeli bir bakış açısı yaratmak esastır.
- **Bütünleştirme:** Çevrenin korunması için entegre bir yaklaşım ile sorunlar, kararlar ve süreçleri arasındaki bağlantıları, etkileşimleri ve sinerjileri tanımlamak ve değerlendirmektir.
- **Korumak, Azaltmak, Yeniden Kullanmak, Geri-dönüşüm:** Enerji, malzeme ve suyun sürdürülebilir kullanımı sürekli iyileştirme öncelik sırasına göre aşağıdaki benimsenerek elde edilecektir; Onu yapabilir miyiz?, Daha azı ile yetinebilir miyiz?, Aynı ya da bir başka amaç için yeniden kullanılabilir mi?, Yeniden işlenebilir mi?.
- **Tasarım ve Seçim:** Malzemeler, ürün ve hizmetlerin dikkatli seçimi ve yenilikçi tasarımı, çevre üzerinde tüm faaliyetlerin etkisini en aza indirmek için gereklidir.

- **Tedarik Kaynağı:** Materyaller ve ürünler, herhangi bir yerden üretimi çevresel etkiyi azaltıp ya da artırmazsa, nerede uygulanabilir kaynaklı olacaktır.
- **İhtiyatlılık İlkesi:** Bilimsel kesinliğin olmaması nedeniyle çevre üzerinde muhtemelen daha az etkiye sahip olan yaklaşımlar ve uygulamaları benimseyerek önlemek yeterli olmayacaktır.
- **Sorumluluk:** Devlet politikası gereği, Royal Botanik Bahçesi, resen gözden geçirilmekte ve üzerinde bildirilen çevre yönetim sistemine sahip olacaktır (<http://www.rbg.vic.gov.au/sustainable-landscapes/landscapes>).

Missouri Botanik Bahçesi ABD’de 1859’da Henry Shaw tarafından kurulmuştur. Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Birliği (BGCI)’nin en eski üyesidir. Missouri Botanik Bahçesi’nin ise sürdürülebilirlik konusunda geliştirdiği ilkeler ise;

- Su tasarrufu ve su akışının kontrolü (örneğin, fışkiyeler yerine daha az su kaybına neden olan damla sulama ya da sağanak hortumları kullanmak),
- Fosil yakıtı –enerji tüketimini azaltmak (örneğin, gerçekten ihtiyaç için sadece peyzaj aydınlatma ekleme, güneş enerjisi ile çalışan ampuller kullanma, alçak gerilimli aydınlatmadan yararlanma)
- Toprağa değerli bitki materyalini geri döndürmek için kendi organik gübreni geliştirmek,
- Bahçe tasarımını geliştirmek (örneğin, kışın yapraklarını döken ağaçlar dikerek, sıcak ışınları alarak yararlanılabilir),
- Bitki bakımı gerçekleştirmektir (örneğin, bahçede böcek hasarlarını en aza indirmeyi öğrenmek) (<http://www.missouribotanicalgarden.org>).

Olbrich Botanik Bahçesi içerisinde Thai Pavillion Bahçesi, Rose Bahçesi, Sunken Bahçesi, Perennial Bahçe, Herb Bahçe, Meadow Bahçe, Rock Bahçe, Wildflower Bahçe, Rain Bahçe, Serenity Bahçe, Shade Bahçe, Eunice Fiasher Hosta, Event Bahçe, Birch Yürüyüş alanı gibi yer alan bahçe sınıfları bulunmaktadır. Örneğin, Rose Bahçesi’nde çok farklı türden gül türünü görmek mümkün iken, Sunken Bahçesi geleneksel İngiliz kültürüne ait bir bahçe özelliğine sahiptir. Olbrich Botanik Bahçesi tarafından geliştirilen sürdürülebilirlik ilkeleri ise;

- Doğru yerde doğru fidan,
- Sağlıklı toprağı koruma,
- Doğal yollardan haşere kontrolü,

- Yabani otların doğal olarak kontrolü,
- Akıllı su kullanımı,
- Çim alternatifleri,
- Yeşil bahçe tasarımları,
- Azalt, yeniden kullan, geri dönüşüm sağla
(<http://www.olbrich.org/visit/sustainability.cfm>).



Şekil 4: (<http://www.olbrich.org/gardens/thai.cfm>).

Olbrich Botanik Bahçesi, sürdürülebilirlikle ilgili fırsatlar sunmaktadır;

- Yetişkinler, çocuklar ve aileler için atölyeler ve sınıflar,
- Gruplar ve okul grupları için rehberli turlar,
- Schumacher Bahçe Kütüphanesi'nde ziyaretçiler için Bahçecilik bilgisi,
- Halk için telefonla “bahçe cevap hizmeti” sağlama,
- Bahçecilik ipuçları ve bahçe malzemeleri,
- Gönüllü fırsatlar (<http://www.olbrich.org/visit/sustainability.cfm>).

Olbrich Botanik Bahçesi, bahçelerin topluluk için sürdürülebilirliğinin sağlanmasında;

- Her yıl 250.000’den fazla ziyaretçi,
- Outdoor bahçesinin her daim ücretsiz olması,
- Bolz Serası’nın Çarşamba ve Cumartesi sabahlarının ücretsiz olması,
- Her yıl 2 düzine ücretsiz konser,
- Olbrich’in çiçek açma ve kelebekleri izleme gibi özel olaylar,
- Evlenme, toplantılar, karşılamalar gibi etkinlikler,
- 5300’den fazla ailenin Olbrich üyeliği gibi pek çok faaliyet yürütmektedir
(<http://www.olbrich.org/visit/sustainability.cfm>).

Parkın sürdürülebilirlik için yaratıcı ve yenilikçi işbirlikleri; çevresel etkileri azaltmak amacıyla üye olan işletmelere verilen “Travel Green Wisconsin Destination” sertifikası, insan ihtiyaçlarını karşılarken, sürdürülebilir bir topluluk yaratmak için “Olbrich’s Yeşil Takımı”

adı altında topluluk geliştirmeleri ve bunun için “ Doğal Adım” altında bir web sayfası tasarlamaları, son olarak sürdürülebilirliği geliştirmek için yerel örgütlerle Olbrich eğitim programları ve hizmetleri sağlamaktadır. Ortakları, “Madison Okul Topluluk Rekreasyonu, Halk Kütüphanesi, Doğa Net gibi daha birçok ortağı içermektedir (<http://www.olbrich.org/visit/sustainability.cfm>).

Tablo 1: Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Birliği (BGCI)’nin Önerdiği Botanik Bahçeleri İçin Önerdiği Sürdürülebilirlik Kontrol Listesi

Unsurlar	Amaçlar	Eylemler
Kaynak Yönetimi	Korumak, sürdürmek ve yerel çevresel kaliteyi arttırmak	<ul style="list-style-type: none"> • Ziyaretçi yönetim planı hazırlama • Hassas alanları korumak için harekete geçme • Ziyaretçi sayılarını ve davranışlarının kayıtlarını tutma; bahçeleri ne kadar süre ile gezdikleri, hediyelik eşya dükkânlarının kullanımı vb. • Bahçelerin içindeki hassa alanları gözlemleme; örn. Ziyaretçiler tarafından bu alanlar etkilenir mi? • Örneğin, yeni tuvaletlerden yeni erişim yollarına varana kadar ziyaretçilerin kullanımı ve önerilen herhangi bir gelişmenin etkisinin çevresel etkisini değerlendirme, • Ziyaretçiler ve kaynaklar arasındaki ilişkiyi anlama, • Hassa ve kırılgan alanların tanıtımından kaçınma, • Yerel turist operatörlerini ve çevresel acenteleri kapsamak, • Ziyaretçi sayılarını yıl boyunca yaymak,
Pazarlama	Yerel ve çevresel faktörlere cevaben turizmin türü ve doğasını etkilemek	<ul style="list-style-type: none"> • Pazarlamanın etkisini gözlemlemek; örn. Ziyaretçilerin bahçe hakkında ne biliyorlar? Bahçeyi nereden bulmuşlar? Web sitesi, posterler, el broşürleri vb. mi? • Uygun turizm ürünlerini tanıtmak için paketler ve ortaklıklar geliştirmek, • Ziyaretçilere sürdürülebilir mesajlarla tanıtım yapmak, örn. Tur rehberleri, eğitim programları aracılığıyla.
Eğitim	Sürdürülebilirlikle ilgili farkındalık yaratmak	<ul style="list-style-type: none"> • Koruma ile ilgili farkındalığı arttırmak, • Yaratıcı yorumlarla bölgenin özel karakterini vurgulamak, • Tur operatörleri için eğitim kurslarını sürdürmek, • Alana yerel ulaşımı kullanımı için teşvik etmek.
Ulaşım	Arabaların ve alternatif ulaşım formlarının kullanımını ve etkisini azaltmak	<ul style="list-style-type: none"> • Yerellerin yanı sıra ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetleri geliştirmek, • Tüketici trafiğini düzenlemek, • Alana seyahatin alternatif şekillerini teşvik etmek, • Toplu turizm gruplarını teşvik etmek.
Topluluk	Turizm politikaları ve kararlarında yerel insanları dâhil etmek	<ul style="list-style-type: none"> • Toplum temelli çevresel girişimleri teşvik etmek, • Ziyaretçi yönetim planının sürdürülmesinde topluluğu kapsaması, • Yerel olarak seçili üyeleri kapsaması, • Yerel satın alma girişimlerinin teşvik edilmesi, • Yerel üreticiler için ağ kurulması.
Yerel Yarar	Turizmden yerel ekonomik katkının artırılması	<ul style="list-style-type: none"> • Turizmdendaha fazla pay almak için yerelişletmelere yardımcı olunması, • Ziyaretçi merkezi, dükkânlar ve kafelerde yerli ürün ve yiyeceklerin kullanılması, • Pazarlamanın tüm yönlerinde yerel el sanatçıları ve tasarımcıların katılımının sağlanması, • Çevresel iyi uygulamaların teşvik edilmesi, • Diğer yerel işletmelerin de dâhil olabilmesi için çevresel ödöl planını tanıtmak.
Turizm Endüstrisi	Yerel turizm endüstrisinin çevresel etkisini azaltmak ve yerel işletmelerin yararlarını arttırmak.	<ul style="list-style-type: none"> • Çevresel danışmanlık, iş eğitimi ve iş geliştirmeyi sağlamak, • Yerel çevrenin girişimciliğinin farkındalığını arttırmak, • Yerel tedarik zincirini teşvik etmek, • Alanda sürdürülebilir seyahat/aktiviteler/tatilleri teşvik etmek için yerel paketleri geliştirmek.

Kaynak : (<http://www.bgci.org/cultivate/article/0410/>).

Afrika, Asya, Avrasya, Merkezi ve Güney Amerika, Avrupa, Kuzey Amerika ve Adalarda 700 civarında üyesi bulunan Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Birliği (BGCI), aşağıdaki tabloda sürdürülebilir bir turizm için botanik bahçelerinde uygulanabilir bir kontrol listesi önermektedir(<http://www.bgci.org/cultivate/article/0410/>).

SONUÇ

Botanik bahçeleri içlerinde bulundurdıkları birçok etkinliklerle gelen yerli ve yabancı turistlere farklı deneyimler yaşama fırsatı sunan ticari rekreasyon alanlarıdır. Bünyelerinde bulunan yürüme parkurları, dinlenme alanları, restoranlar, kafeler, eğitsel kurslar, hayvanat ve çocuk bahçeleri, alışveriş imkânları gibi seçeneklerle rekreatif aktivite olanakları sağlamaktadır. Botanik bahçeleri, bilimsel, eğitsel ve rekreasyonel işlevleri yerine getirmektedir. Botanik bahçelerinin aynı zamanda bulundukları kente, bölgeye ve ülkeye prestij kazandırmakta ve bulundukları yerin tanıtımına katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra botanik bahçelerinin, kentlerdeki yaşamın daha iyi hale getirilmesinde ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli görevleri bulunmaktadır. Turizm endüstrisine ekonomik katkısının yanı sıra bölge halkının yaşam kalitesini arttırmasında, çevre ve sürdürülebilirlik konularının farkına varılmasında da ciddi etkisi bulunmaktadır. Peyzaj amaçlı bitkisel üretim ve pazarlama ile ilgili sektörlerin gelişmesine yarar sağlarken, botanik bahçeler konusunda uzman kişilere istihdam da yaratmaktadır. Bunun akabinde yerel halk ve turistler arasında kültürel etkileşim sağlamaktadır. Son olarak botanik bahçeleri örneğin, meyve üretimi ve toplama gibi faaliyetlerle bazı psikolojik ve fizyolojik hastalıkların tedavi edilmesinde yardımcı olmaktadır.

Alan yazında verilen örneklerden yola çıkılarak “Botanik Bahçeleri”nde uygulanabilecek sürdürülebilir yönetim ilkeleri aşağıdaki maddeler çerçevesinde gerçekleştirilebilir;

- Sürdürülebilir, uzun vadeli bakış açısına sahip olma,
- Koruma, azaltma, yeniden kullanma ve geri- dönüşüm sağlama üzerine bir felsefenin benimsenmesi,
- Kullanılan malzemelerin, ürün ya da hizmetlerin seçiminde dikkatli davranış ve yenilikçi tasarımlar içermesi,
- Su tasarrufunun sağlanması ve su akışının kontrol edilmesi,
- Enerji tüketimini azaltıcı önlemler alınması (örneğin, güneş enerjisi ile çalışan ampuller),
- Gerekli organik gübreni kendin oluşturma ve sağlıklı toprağı koruma,

- Bahçe tasarımıını geliştirme (örneğin, tasarımda engelli ve yaşlı bireylerin de düşünülmesi),
- Doğal yollardan haşereleri kontrol etme,
- Yetişkinler, çocuklar ve gruplar için bitki ve bahçecilik bilgisinin verildiği atölyeler ve sınıflar oluşturma,
- Gruplar için bitki bilimci özel rehberli turlar düzenleme,
- Etkinlikler (örneğin, evlilik, toplantılar, konserler vb.) düzenleyerek gelir düzeyini arttırma,
- Belirli dönemlerde halkın sürdürülebilirlikle ilgili farkındalığının artırılmasına yönelik ücretsiz açık bahçe bölümleri,
- Bahçeye üyelik sağlanması (hem aileler hem de işletmeler için),
- Sürdürülebilir bir topluluk yaratmak amacıyla üye işletmelere sertifika ya da ödülleri verilmesi,
- Tanıtım amacıyla web sayfası düzenlenmesi,
- Sağlıklı kaynak yönetimi için ziyaretçilerin sayılarını, davranışlarını, ne kadar süre ile gezdiklerini, hediyeelik eşya olarak ne kadar satın aldıkları vb. kayıtların titizlikle tutulması,
- Ziyaretçilerin bahçe hakkındaki bilgileri, bahçeyi nereden duydukları gibi pazarlama ile ilgili etkileri gözlemleme,
- Eğitimlerle sürdürülebilirlik hakkında farkındalık yaratma,
- Ziyaretçilerin ulaşımla (hem botanik parka hem de parkın içerisinde) ilgili ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetler geliştirme,
- Ziyaretçi yönetim planının sürdürülmesinde topluluğu, yerel üreticileri, üyeleri de kapsamasa,
- Turizmden daha fazla pay almak için yerel işletmelere yardımcı olunması,
- Yerel işletmelerin girişimciliğinin farkına varmasının sağlanmasıdır.

Yukarıda sayılan ilkeler doğrultusunda yürütölen botanik bahçeleri yöneticilerine daha sürdürülebilir işletmeler kazandırarak rakiplerine göre fark yaratacak ve böylelikle gelir düzeyine de katkı sağlamış olacaktır. Sürdürülebilir yönetimi benimsemiş botanik bahçelerinin turizm ekonomisine katkılarının da sürdürülebilir hale geleceği bir gerçektir. Botanik turizmi açısından İğneada Longoz Ormanları önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak İğneada Longoz Ormanları'nı botanik turizmine açmak için öncelikle bölgenin yürüyüş rotalarının belirlenmesi ve ayrıca bölgeyi iyi tanıyan ve bitki biliminde uzman rehberler

bulundurulması gerekmektedir. Buuzman rehberler eşliğinde bölgeye çeşitli turlar gerçekleştirilebilir. Gelecek araştırmalar, ülkemizdeki botanik parklardaki ziyaretçilerin profili, beklentileri veya satın alma davranışları hakkında nicel araştırmalar gerçekleştirebilirler.

KAYNAKÇA

- Demircan, Neslihan; Yılmaz, Hasan (2004), “*Erzurum Kentinde Botanik Bahçesi Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma*”, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 35, Sayı: (3-4), ss. 193-200.
- Ekim, K. Esra (1991), Botanik Bahçesi Planlama Kriterleri ve Çankaya (Ankara) Botanik Bahçesi Örneği Üzerine Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Gül, Atilla; Küçük, Volkan (2001), “*Kentsel Açık-Yeşil Alanlar ve Isparta Kenti Örneğinde İrdelenmesi*”, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A, Sayı: 2, Yıl: 2001, ISSN: 1302-7085, ss. 27-48- 3031.
- Gül, Atilla; Örucü, Ömer K.; Eraslan, Şehriban (2011), “*Mezun Peyzaj Mimarlarının Eğitim ve Öğretiminden Beklentileri*”, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 2011, Cilt: 12, ss. 131-140.
- Günlü, Ebru (2014), Sürdürülebilir Turizm ve Yönetim (içinde Sürdürülebilir Turizm, Ed. Metin Kozak), Ankara: Detay.
- Hazar, Atilla (2014), Rekreasyon ve Animasyon, Ankara: Detay.
- Hepcan, Çiğdem C.; Özkan, Bülent (2005), “*Botanik Bahçelerinin Kentsel Dış Mekânlar Olarak Kullanıcılara Sunduğu Olanakların Belirlenmesi*”, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 42, Sayı: 3, ss. 159-170.
- Karaküçük, Suat (2014), Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme (7. Baskı), Erişim tarihi: 4/2/2016, <https://books.google.com.tr/books?id=3C2jBAAAQBAJ>.
- Kozak, Nazmi; Kozak, Meryem A.; Kozak, Metin (2014), Genel Turizm (16.baskı), Ankara: Detay.
- Kozak, Meryem A.; Bahçe, A. Sadık (2009), Özel İlgi Turizmi, Ankara: Detay.
- Sevil, Tuba; Şimşek, K. Yıldırım; Katırcı, Hakan ve Çelik, V. Onur (2012), Boş zaman ve rekreasyon yönetimi (Ed. Serdar Kocaekşi), Anadolu Üniversitesi Yayını: 2497; Açıköğretim Fakültesi yayını no: 1468.
- Türkay, Oğuz (2015), Rekreasyon ve Animasyon İşletmeleri (içinde Turizm İşletmeleri; Ed. Burhanettin Zengin; Şehnaz Demirkol), Sakarya: Değişim.
- Uslu, Aysel; Shakouri, Nasim (2012), “*Zihinsel ve Fiziksel Engelliler İçin Hortikültürel Terapi*”, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 1, ss. 134-143.
- Yılmaz, Hasan (2012), “*Botanik Bahçelerinin Önemi ve Atatürk Üniversitesi Ata Botanik Bahçesi*”, PlantDergisi, <http://www.plantdergisi.com/yazi-profdrhasan-yilmaz-botanik-bahcelerinin-onemi-ve-ataturk-universitesi-ata-botanik-bahcesi-9.html>, Erişim Tarihi: 02.01.2016.
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Expo_2016, Erişim Tarihi: 03.01.2016.
- <http://www.expo2016.org.tr/TR/sayfa/tema-8>, Erişim Tarihi: 05.01.2016.
- <http://www.worldcitiescultureforum.com/>, Erişim Tarihi: 06.01.2016.
- <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/1269,torlakpdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 03.01.2016.
- <http://www.ngbb.org.tr/tr/>, Erişim Tarihi: 06.01.2016.
- <http://www.missouribotanicalgarden.org/gardens-gardening/your-garden/help-for-the-home-gardener/sustainable-gardening.aspx>, Erişim Tarihi: 08.01.2016.
- <http://www.rbg.vic.gov.au/sustainable-landscapes/landscapes>, Erişim Tarihi: 03.01.2016.
- <http://www.bgci.org/cultivate/article/0410/>, Erişim Tarihi: 011.01.2016.
- <http://www.bgci.org/resources/history/>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.

<http://istanbulforkids.com/category/konu-basliklari/acik-hava-konu-basliklari/botanik-bahceleri/>, Erişim Tarihi: 16.01.2016.

<http://www.olbrich.org/visit/sustainability.cfm>, Erişim Tarihi: 16.01.2016.

<http://www.olbrich.org/gardens/thai.cfm>, Erişim Tarihi: 20.01.2016.

http://depts.washington.edu/open2100/pdf/2_OpenSpaceTypes_Space_Types/botanical_gardens.pdf, Erişim Tarihi: 27.01.2016.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Kategori:T%C3%BCrkiye'deki_botanik_bah%C3%A7eleri, Erişim Tarihi: 03.02.2016.

<http://www.plantdergisi.com/yazi-profdrhasan-yilmaz-botanik-bahcelerinin-onemi-ve-ataturk-universitesi-ata-botanik-bahcesi-9.html>, Erişim Tarihi: 11.02.2016.

www.gaziantepbotanik.com, Erişim Tarihi: 11.02.2016.

<https://www.atauni.edu.tr/ata-botanik-bahcesi>, Erişim Tarihi: 26.02.2016.

www.emlakkulisi.com, Erişim Tarihi: 03.2.2016.

SÜRDÜRÜLEBİLİR REKREATİF TURİZM KAPSAMINDA SİMBİYO ŞEHİR UYGULAMALARI

Bilal YALÇIN¹

Burcu ILGAZ YILDIRIM²

Furkan YILDIRIM³

ÖZET

Sürdürülebilirlik, yenilenemez kaynakların bir sonraki nesillere de ulaştırılabilmesi için insanların bu kaynaklar üzerine olan olumsuz etkilerinin mevcut sistemlerin taşıma kapasitelerini aşmayacak oranda tasarlanması olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir kentler ise gelişimin sürekliliğini sağlamak için sosyo-ekonomik faydaların çevresel endişelerle uyumlu hale getirildiği bölgelerdir. Simbiyo Şehir (SymbioCity) hareketi İsveç'te doğmuş olan bir sürdürülebilir şehir hareketidir. Bütüncül, sürdürülebilir ve sağlıklı kentleşme için çalışmalar yapmaktadır. Çalışmanın amacı, kentsel alanların planlanması, geliştirilmesi ve yönetimi sırasında Simbiyo Şehir yaklaşımının nasıl kullanıldığı konusunda bilgi vermek ve turizm ile ilgili olası etkileşimleri tartışmaktır. Çalışmada konu ile ilgili olarak beş adet örnek olay incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Rekreasyonel Turizm, SimbiyoŞehir, Sağlıklı Şehirler

GİRİŞ

Simbiyotik ilişki canlıların yaşamını sürdürebilmek ve gelişimlerini devam ettirebilmek adına aralarında gerçekleştirdikleri iş birliğine denmektedir. Simbiyo Şehir İsveç İş Kurumu ve SKL International tarafından işletilen bir İsveç hükümeti girişimidir. İsveç İş Kurumu, Simbiyo Şehir markasını denetlemekte ve İsveç hükümet ve endüstrisi adına ulusal ihracatını teşvik etmektedir. İsveç Uluslararası Kalkınma İşbirliği'nin bir parçası olarak SKL International, sürdürülebilirliği planlamak ve geliştirmek için Simbiyo Şehir Yaklaşımı'nı kullanarak gelişmekte olan ülkelerdeki şehirleri kapsayıcı ve yenilikçi çözümler ile desteklemektedir.

Simbiyo Şehirler, sağlığa, konfora, güvenliğe ve yaşam kalitesine odaklanan bütüncül bir kent gelişimi yaklaşımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Simbiyo Şehir kapsamında Gürcistan, Makedonya, Sırbistan ve Türkiye'den 23 şehir planlayıcısı ve mimar İstanbul'da 19-23 Ekim

¹Yrd. Doç. Dr. Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, byalcin@gumushane.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Pazarlama Bölümü, burcuilgazyildirim@akdeniz.edu.tr

³ Öğr. Gör. Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, furkanyildirim@akdeniz.edu.tr

2015 tarihinde düzenlenen bölgesel çalışmaya katılmışlardır (SymbioCity, 2015a). Simbiyo Şehir yaklaşımının kentsel yerleşimlerin planlaması, geliştirilmesi ve yönetiminde nasıl kullanıldığı çalıştayın ana konusu olmuştur.

İsveç İş Kurumu, İsveç Yatırım ile İsveç Ticaret Konseyi'nin birleşmesi ile 1 Ocak 2013 tarihinde kurulmuştur. Organizasyon, İsveç hükümeti ve bir özel girişimmülkiyetindedir. 60 ülkede ofisleri bulunmaktadır ve ticaret birlikleri, ticaret odaları, elçilikler ile yakın çalışmalarda bulunmakta ve uluslararası alanda İsveç'i tanıtmaktadır.

Yerel Yönetimler ve Bölgeler (SALAR) ve SKL International, İsveç Derneği yayını olan "Sürdürülebilir kentsel gelişme için kavramsal bir çerçeve olarak Simbiyo Şehir Yaklaşımı" anlayışını geliştirmiştir. Bu çerçeve, yerel yönetim uygulamalarına vurgu ile İsveç uygulama yöntemlerini ve deneyimlerini bir araya getirmektedir. Bu yaklaşıma dayalı olarak, SKL International öncelikle gelişmekte olan ve geçiş aşamasındaki ülkelerdeki kentsel vatandaşların yaşam koşullarını iyileştirmeyi amaçlayan girişimlerle geniş bir yelpazede çalışmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı sürdürülebilir şehirler üzerine öncü ve yenilikçi çalışmalar yapan Simbiyo Şehir girişiminin örnek uygulamalarını incelemektir. Bunun için 5 adet örnek olay seçilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Turizm açısından sürdürülebilirlik kavramı, turizmin kaynağı olan kültürel, tarihi, sosyal ve estetik değerlerin korunarak, yaşamlarını devam ettirmesi anlamına gelmektedir (Demir, 2002).

Şehirler, yaşayan sakinlerine karmaşık yapılarda yaşam koşulları sağlayan yerleşimlerdir. Sağlık düzeyleri, büyük ölçüde sakinlerin yaşam koşullarına ve tarzlarına dayanmaktadır (Takano ve Nakamura, 2001). Çalışma kapsamında yapılan araştırmalara göre sağlıklı şehirler ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Hancock ve Duhl'a göre sağlıklı şehir, insanların maksimum potansiyelini geliştirmesinde ve yaşamsal tüm fonksiyonlarını yerine getirmesinde onlara karşılıklı olarak birbirlerini destekleme olanağı tanıyan, fiziksel ve sosyal çevrenin devamlı olarak yaratıldığı ve geliştirildiği bir süreçtir (Hancock ve Duhl, 1988). Sağlıklı bir şehrin nitelikleri şöyle sıralanabilir (Barton ve Tsorou, 2000):

- Barınma kalitesi de dâhil olmak üzere, yüksek kalitede temiz ve güvenli bir fiziki çevre,
- Uzun vadede de geçerli olan istikrarlı bir ekosistem,
- Birbiriyle uyum halinde olan, destekleyen ve istismar etmeyen bir toplum,

- Hayati ve sağlıkla ilgili kararlara katılan ve alınan kararlari kontrol eden bir toplum,
- Şehir sakinlerinin tüm temel ihtiyaçlarının karşılanması,
- Kaynaklara erişebilme, haberleşme ve etkileşime girme imkânı,
- Çok yönlü ve yenilikçi bir Şehir ekonomisi,
- Eski zamanlarda yaşamış olan Şehir sakinlerinin kültürel mirası ile yeni toplum arasındaki bağların kuvvetlenmesi.

Literatüre göre, konu ile ilgili birçok girişimin gerçekleştiği görülmektedir. Bunlardan bir tanesi 1986 yılında ortaya çıkan sağlıklı Şehir projesidir. Sağlıklı Şehir projesi, Şehir sakinleri için sağlıklı bir  evre ve sağlıklı yaşam tarzını destekleyen sakinlerin tecrübelerinin ve deneyimlerinin değişmesi için 8 Şehirde beş ağı bir araya getirmeyi amaçlayan Avrupa için Dünya Sağlık  rg t  Bölge Ofisi’nin bir girişimi olarak 1986 yılında başlamıştır (Yan, 1993). Bu proje dört yıl içerisinde büyüyerek 18 Avrupa  lkesinde 30 Şehir projesinin bir ağı olarak büyümüştür. Buna ek olarak, sanayileşmiş dünyanın büyük çoğunluğunda kurulan kasaba ve Şehirlerin yüzlercesini    uluslararası ağ kapsamaktadır. Bu uluslararası Sağlıklı Şehirler ağları, Kanada, Avustralya ve Amerika Birleşik Devletlerinde bulunmaktadır (Yan, 1993: 65). Bu proje sadece sektörler arası ortaklıkların kurulması aracılığıyla bölgesel sağlığın desteklenmesi amacıyla sadece radikal bir  er eve sağlamamıştır, aynı zamanda, toplumsal değişimlerin gerçekleşmesinde toplumsal hareketin önemi bu felsefenin merkezi olmuştur. Dünya Sağlık  rg t  Avrupa Sağlıklı Şehirler girişiminin koordinatörü Tsouros bu projeyi şöyle tanımlamaktadır (Stern ve Green, 2008): “Bu yeni yaklaşımla, sağlık savunucuları insanlar üzerinde g   kullanmaktan ziyade insanlarla gücü paylaşmayı öğrenmek zorundadır.”

Sağlıklı Şehirler  zerine yapılan uygulamalardan bir diğeri de Simbiyoşehir’dir. Şehirler, demografik “ağırlık” ve tüketilen doğal kaynakların miktarından dolayı muazzam bir çevresel iz ve etkiye sahiptirler. Kentsel yaşamın her yönü, özellikle büyükŐehirlerin karayolları üzerinde milyonlarca otomobil tarafından kullanılan enerji, binaların ısıtılması ya da serinletilmesi, yeryüzünün diğer ucundan kaynak ve gıda sağlamak, gezegen üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Simbiyo Şehir yaklaşımı için, fiziksel ve sosyal hizmetlere adil erişim bir endişe kaynağıdır. Bu sistem, istihdam ve gelir yaratmak ve gelişmiş kamusal alanlarda daha iyi fırsatlar sağlamak için kamu ve özel hizmetlerin çeşitli olduğu karma bölgelerde yoğun bir şekilde uygulama alanı bulabilmektedir. İyi bir Şehir idaresi ve kalkınma planlaması, yoksul ve hassas toplulukların yaşam standartlarını geliştirmek için gereklidir (Ranhagen ve Groth, 2012). Simbiyo Şehir yaklaşımı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ile ilgili kentsel gelişim

için çok disiplinli bir yaklaşımı ve uyumu teşvik etmektedir. Simbiyoşehir yaklaşımının amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Ranhagen ve Groth, 2012):

- Paydaşlar arasında çok disiplinli işbirliğini sağlayan ve destekleyen bütünleyici bir yaklaşım olmak,
- Öncelikle yerel hükümet düzeyindekilere, bilgi ve deneyimlerin karşılıklı olarak paylaşımının inşa etme kapasitesine katkıda bulunmak,
- Bölgesel ve uluslararası kurumlar da dâhil olmak üzere yerel seviyedeki paydaşlar arasındaki işbirliği ve diyalog için temel bir hizmet vermek,
- Çok disiplinli kombinasyon ve sektör yaklaşımı kullanarak disiplinler arası farklı seviyelerdeki bütünleşik sürdürülebilirlik değerlendirmelerine rehberlik etmek.
- Sürdürülebilirliğin tüm boyutlarını dâhil ederek, kentsel alanların iyileştirilmesi için kent genelindeki stratejilere katkıda bulunmak,
- Sürdürülebilir kentsel gelişim için, bütünleşik ve pratik sistem çözümlerini planlamak için kasaba ve şehirlere yardımcı olmaktır.

Simbiyo şehir yaklaşımı ile ilgili çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Ranhagen ve Groth (2012) Simbiyo şehir üzerine editöryal bir kitap yazmıştır. Bu çalışmada sürdürülebilir kentsel gelişimin kavramlarını Simbiyo şehir yaklaşımı ile tartışmışlardır. Stern ve Green (2008), iki sağlıklı şehir projesinde toplumun katılımını konu alan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Takano ve Nakamura (2001), yapmış oldukları çalışmalarında Sağlıklı şehir projeleri için kentsel çevrelerin çeşitli göstergeleri ve sağlık seviyelerinin analizini incelemişlerdir. Ritsatakis vd. (2015), Avrupa'daki sağlıklı şehir projelerinin aşamaları boyunca sağlıktaki eşitsizliklerin sosyal belirleyicilerini ele almışlardır. Sağlıktaki eşitsizliklerdeki değişiklikleri izlemek için bazı şehirlerdeki eşitsizlik seviyelerini incelemişlerdir. O'neill ve Simard (2006), Sağlıklı şehir projelerinin son yirmi yılını inceleyerek belirleyicilerini ortaya koymuşlardır. Woo Nam ve diğerleri (2015), Kore'deki sağlıklı şehir projelerinin özelliklerinin analizini konu alan bir çalışma yapmışlardır. Bu alışmada Kore'de sağlıklı şehir uygulamalarının zorluklarını konu almışlardır. Feyerherm ve diğerleri (2014), sağlıklı şehir uygulamasının ortaklarını konu almış ve obezite sorununa odaklanmışlardır. Boonekamp ve diğerleri (1999), koordinatörlerin perspektifinden sağlıklı şehirlerin değerlendirilmesi konulu bir çalışma yapmışlardır. Çalışma kapsamında 13 şehir projeleriyle alakalı doküman analiz ederek bu projeden sorumlu olan insanlarla görüşmeler gerçekleştirmişlerdir. Hancock (2014), Sağlıklı şehirler ve topluluklar üzerine küresel bir bakış açısını konu almıştır. Çalışmada sağlıklı şehirlerin gelişimi ve farklı ülke ve

bölgelerdeki uygulamaları tartışılmıştır. Keller ve Kalache (1997), şehirlerde sağlıklı yaşlanmanın desteklenmesi üzerine çalışma yapmışlardır. Çalışma Avrupa'daki Sağlıklı Şehirler projesi üzerine incelemeyi konu almıştır. Yaşlı vatandaşların sağlıklarının desteklenmesi için çeşitli aktiviteler tartışılmıştır. 2000 yılında Sağlıklı Şehirler Projesinin gelişimi için bölgesel rehberlik konulu proje çalışması gerçekleştirilmiştir.

Simbiyo Şehir yaklaşımı aynı zamanda, yavaş şehir yaklaşımıyla da benzer özellikler göstermektedir fakat aynı kavramlar değildirler (Tablo 1). Yavaş şehir yaklaşımı, Simbiyo Şehir gibi sürdürülebilir şehir yaklaşımlarından biridir. Yavaş şehir yaklaşımlarında Simbiyo Şehir yaklaşımlarından farklı olarak Kırsal Yaşam, Tarımsal-Turistik-Esnaf ve Sanatkar gibi unsurlar da yer almaktadır. Ancak Kentsel Yaşam politikaları yavaş şehir yaklaşımında daha az yer almakta fakat Simbiyo Şehir yaklaşımında daha fazla uygulanmaktadır. Bunun dışında Simbiyo Şehir Yaklaşımı enerji ve kentsel dönüşüm politikalarına daha çok vurgu yapmaktadır.

Tablo 1.Simbiyo Şehir ve Yavaş Şehir Yaklaşımları

<i>Yaklaşım</i> <i>Politika</i>	Çevre	Alt Yapı	Kentsel Yaşam	Kırsal Yaşam	Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlar	Misafirperverlik, ve farkındalık eğitimi	Sosyal Uyum	Ortaklıklar
Simbiyo Şehir	√	√	√	–	–	–	√	√
Yavaş Şehir	√	√	–	√	√	√	√	√

√ = Eşleşme var; – = Eşleşme yok

Yöntem

Çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi kullanılmıştır. Bunun için symbiocity.org web sitesinde bulunan 15 sürdürülebilirlik temalı vakadan 5 tanesi örnek olay olarak incelenmiştir (SymbioCity, 2015b). Hava ve su temizliği, atık yönetimi, yenilenebilir enerji, enerji verimliliği ve sürdürülebilir kent planlaması ile ulaşım sistemleri çalışmamızdaki örnek olaylar kapsamında yaklaşım temelinde incelenen tematik alanlar olmuştur. Örnek olaylar Simbiyo Şehir yaklaşımlarına göre seçilmiştir. Yaklaşımın politikaları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2.Simbiyo Şehir Politikaları

<i>Yaklaşım</i> <i>Politika</i>	Çevre	Alt Yapı	Kentsel Yaşam	Sosyal Uyum	Ortaklıklar	Enerji
Simbiyo Şehir	√	√	√	√	√	√

Birinci örnek olayda İsveç'in güneyinde bulunan liman kenti Malmö'nün Batı Limanı kentsel dönüşüm projesi incelenmiştir. İkinci örnek olayda İsveç'in ikinci büyük şehri Göteborg'da bulunan bir kentsel dönüşüm projesi, üçüncü örnek olayda İsveç'in en büyük şehri olan Stockholm'de toplu ulaşımda gerçekleştirilen dönüşüm, dördüncü örnek olayda Stockholm'de gerçekleşen bir kentsel dönüşüm ve beşinci örnek olayda İsveç Kraliyet Ailesi'nin yaşadığı yerleşimde gerçekleştirilen sürdürülebilir dönüşüm projesi incelenmiştir.

Örnek Olay 1: BATI LİMANI (WESTERN HARBOUR), MALMÖ

Bir zamanlar çürüyen sanayi bölgesi parlak bir geleceğe sahip heyecan verici, sürdürülebilir bir kentsel çevreye dönüşmüştür. Sürdürülebilirlik bu eko-şehrin arkasındaki şehrin içindeki mimarlara ilham vermiştir. Batı Limanı artık kendi enerji teminini sağlayan ve atık arıtma sistemi bulunan, çok az arabanın bulunduğu, sakinleri mutlu bir yer olmuştur. Onlarca yıl süren endüstri ve liman faaliyetlerinden sonra, Batı Limanı'ndaki toprak, petrol artıkları ile kirlenmişti ve bu yüzden bölgede, kentsel dönüşüm başlamadan önce temizlik yapılmasının gerekli olduğu anlaşılmıştır. Bu yeni şehir bölgesinde artık atık sulargeleneksel konutlarda kullanılabilecek bir merkezi sistem aracılığıyla toplanarak Sjölunda Atık Su Arıtma Tesisi'ne aktarılmıştır. Haneler iki şekilde kendi gıda atıklarını ayıklamaktadır: Bazıları yerleşik atık öğütücülerini, diğerleri mobil vakum sistemini kullanmaktadır. Kamyonlar merkezi bir depodan yiyecek atıklarının toplanmakta ve Malmö'de bir belediye atık arıtma şirketi olan SYSAV'a ulaştırılmaktadır. Burada, organik parçalar biyogaz üretimi için öğütülür ve geri kalanı ısı ve elektrik üretimi için yakılmaktadır. Batı Limanı aktif açık kanallar ve barajların üzerinde bir arazi ağı aracılığıyla yüzey suyunu yönetir. Sistem yağmur suyu akışını yavaşlatır ve yemyeşil bitki örtüsü ve vorteks teknolojisi olumlu oksijen içeriği sağlamaktadır ve yosun

büyümesini azaltmaktadır. Binaların üzerindeki önemli sayıdaki yeşil çatılar, ortama çevre dostu bir atmosfer eklemiştir. Bölge, enerjide kendi kendine yeten bir durumdadır. Yenilenebilir enerji ile çalışan sistem her yıl, 6200 MWh ısıtma, 3.000 MWh soğutma ve sakinleri için 6300 MWh elektrik enerjisi üretmektedir. Sistem şehrin bu bölgesinin ısıtma sistemi ve güç şebekesine bağlanır. Cıvardaki çatılar ve duvarlar Batı Limanı ısınma ihtiyaçlarının % 15'ini karşılayan 1.400 m² büyüklüğünde güneş enerjisi toplayıcıları ile donatılmıştır. Sistem aynı zamanda 120 m² büyüklüğünde güneş panelleri içermektedir. Mal ve hizmetlere yakın erişimi bulunan bağımsız bir topluluk olarak planlanan Batı Limanı'nda neredeyse hiç araba yoktur. Çoğu sakinleri alanın dışında araçlarını park edip sonra evlerine yürümektedirler. Bisikletler ve yayalar önceliklidir ve alana kolayca yerel toplu taşıma şirketi tarafından işletilen biyogazlı otobüslerle Malmö'nün geri kalanından ulaşılabilir.

ÖRNEK OLAY 2: GÅRDSTEN, GÖTEBORG

Gardsten bölgesi 1960'daki konut reformları sırasında planlanmıştır. Uzun süre yenilenmeye muhtaç olan Gårdsten, bugün Simbiyo Şehir ilkelerine göre dönüştürülmüştür. Daha iyi ekonomi, köklü bir şekilde geliştirilmiş çevresel performans ve daha iyi kullanıcı memnuniyeti önemli başarılarıdır. Sakinlerin memnuniyeti yüksektir ve daireler için güçlü bir talep mevcuttur. 1997'de kurulan yeni bir imar geliştirici bölgede 2.000'in üzerinde daire satın aldığı zaman Gårdsten bölgesinin büyük bir yenilenmeye ihtiyacı oluşmuştur. Üstlenilen dönüşüm, alternatif enerji kaynaklarından geri dönüşüm çözümlerine sistematik çevre çalışmalarına dayalı olmuştur. Sonuç olarak, şirket şimdi dairelerin hemen yanındaki üretilmekte olan çevre dostu rüzgârdan üretilen elektrikte kendi kendine yeterli olmuştur. Bölgenin ısıtma tesisatı yenilemenin bir parçası olarak kurulmuştur ve bloklara tük hava ve besleme havası sistemleri havalandırma için verilmiştir. Güneş panelleri, bodrum akümülatör tankları vasıtasıyla binalara sıcak su sağlamak için balkon erişim bloklar üzerinde kurulmuştur. Balkonlar, dış duvarları korumak için ısı kaybını azaltmak ve bunların kullanımını artırmak için sırla kaplanmıştır. Buna ek olarak, atıkları gübreye dönüştürme makineleri evsel atıkları komşu seralarda kullanılan toprağa döndürmek için kurulmuştur. Güneş Enerjili Konutlar (Solhusen) geniş yenileme projesi, gelecekteki bakımın ve enerji kullanımının azaltılmasında iddialı bir hedefe ulaşmıştır. Modern geri dönüşüm teknolojilerinin uygulaması hem konut maliyetlerini düşürmüş ve geliştirilmiş hem de çevresel performans yol açmıştır. Kiracılar, elektrik, ısıtma ve su ölçüm donanımları ile kendi enerji harcamalarını kontrol edebilirler. Güneş enerjili konutlar hem İsveç'te hem de yurtdışında geniş ilgi çekmiştir. 2001 yılında proje en iyi çevresel boyama dalında İsveç

Boyama ve Yüklenciler Birliği ödülünü kazanmıştır. 2002 yılında Güneş Enerjili Konutlar bireysel ölçüm Büyük Enerji Ödülü'ne layık görülmüş ve 2005 yılında Yapı ve Sosyal Konut Vakfı "Dünya Habitat Ödülü" nı kazanmıştır.

ÖRNEK OLAY 3: STOCKHOLM ULAŞIM

Stockholm'de çevreye bağlılık uzun ve kesintisiz bir geleneğe sahiptir. Yüz yıl önce, ana hedef sağlıklı yerleşimler meydana getirmektir. Bugün, şehir her alanda kendi ortamını iyileştirmek için çaba göstermektedir. Trafik ve ulaşım ana odak konulardır. Trafik Stockholm'de tehlikeli salınımların, gürültünün ve sera gazı salınımlarının ana kaynağıdır. Şehir yeşil ulaşım zorluğuna cevap vermek için Stockholm programında yeşil araçları tanıtarak temiz enerjili araçlar için bir pazar atılımı gerçekleştirmiştir. 13 yıl sonra etkileyici sonuçlara ulaşılmıştır. Stockholm'de 2007 yılında satılan otomobillerin yüzde yirmisi temiz enerjili araçlar olmuştur. 2008 yılı Ekim ayında bu rakam % 35'e yükselmiştir. Tüm şehir içi otobüsler biyogaz veya etanol ile çalışmaktadır. Bu yöndeki eğilim pozitif olarak artmaktadır. 2006 yılında gündüzleri şehir içine giren ve şehir dışına çıkan otomobiller için tıkanıklık vergileri uygulamaya konmuştur. Bu girişim tahmini 30.000 ton yıllık CO₂ salınımını azaltmıştır. İlk başta, Stockholm'lülerin büyük bir çoğunluğu düzenlemeye karşı olmuş, fakat insanlar bir kez faydalarını görünce fikirlerini olumlu yönde değiştirmişlerdir. Stockholm şehir yönetim on yıl içinde yeni bisiklet yolları inşa etmiş ve mevcutları yenilemiştir. Bu 1990 yılından bu yana Stockholm'de bisiklet kullanımını iki katına çıkartmıştır. Şehir bisiklet kullanımını diğer ulaşım araçları gibi ulaşım açısından basit, kullanışlı ve güvenli bir hale getirerek Avrupa bisiklet başkenti olmayı hedeflemektedir. Bisiklet yolu ağı on yıl içinde 675km den 760km'ye kadar uzatılmıştır ve mevcut gündem olarak ağın daha da genişlemesi, daha iyi bakımı ve geliştirilmiş güvenlik önlemleri üzerine odaklanılmaktadır. Toplu taşıma son on yılda Stockholm şehir merkezine yolculuk payını % 57'den % 64'eyükselterek artırmıştır. Sabah yoğun saatlerde, bu rakam % 72'den % 78'e yükselmiştir. Bu rakamlar uluslararası standartlara göre çok yüksek rakamlardır ama daha fazla gelişme bir öncelik olmaya devam etmektedir.

Toplu taşıma araçlarını kullanmayı daha kolay ve daha cazip hale getirmek için yapılan girişimler şunlardır:

- Tramvay, metro ve banliyö trenleri için otobüs durakları ve platformlarda gerçek zamanlı bilgi
- Akıllı bilgi sistemi

- Web’de (www.trafiken.nu), yerel radyolarda ve cep telefonlarında gerçek zamanlı trafik bilgilerini kullanılabilir hale getirmek
- Kişisel yolculukların ayrıntılarını içerecek şekilde gerçek zamanlı günlük seyahat bilgileri için istenilen abonelikleri etkinleştirmek
- “Tam zamanında ulaşım” garantisi vermek

Stockholm Bölgesi’nde toplu taşıma sistemi, metro, tramvay, tren ve otobüs seferlerinden oluşmaktadır. Raylı sistem kilometre başına yolcu sayısı bakımından hâkim konumdadır ve toplu taşımanın % 65’i (yani demiryolu trafiği) düşük salınımlı olarak sınıflandırılmaktadır. Tüm demiryolu trafiği onaylı yenilenebilir elektrik enerjisi ile çalışmaktadır ve ayrıca şehir içi otobüsler de yenilenebilir enerji sistemleri ile çalışmaktadır.

ÖRNEK OLAY 4: VATANDAŞLARLA BİRLİKTE BÖLGENİN YENİDEN İMARI

Simbiyo şehir, büyüme devam ederken kentsel sistemlerin arasında kaynak tasarrufu için sinerji kurulmasına olanak sağlamaktadır. Järva, konut kıtlığı zamanında, Stockholm’de 1965 ve 1975 yılları arasında inşa edilmiş olan bir bölgedir. Proje hızla yapılmıştır ve sorunlar erken dönemde ortaya çıkmıştır. Yeni Järva yatırımlarında, kent yönetimi (kent hükümeti-şehir hükümeti de olabilir) ve dış paydaşlar eşsiz bir uzun vadeli ve geniş kapsamlı programda birlikte çalışmaktadır. Simbiyo Şehir yaklaşımı vatandaşların memnuniyetini içermektedir. Değişim süreci için başlangıç noktası, Järva bölgesinde yaşayan ve çalışan kişilerin görüş ve istekleridir. Her ikisi de zor ve kolay meseleleri ele almakta, yaşayan kişilerin Järva’da kalma ve taşınma isteklerini değerlendirebilmektedir. Bölgenin bulunduğu yerin sahip olduğu eşsiz avantajlara ilk bakıldığında bunlar; iyi ulaşım bağlantıları, doğa ve yüksek teknoloji yakınlığıdır. Genel politika, her bir eklemenin standardı yükseltmesini sağlamaktır.

Genel amaç, bölge sakinlerinin katılımı ve diğer paydaşların işbirliği ile sosyal ve ekonomik kalkınmayı sağlamaktır. Bu diyalog, dört farklı odak noktasıyla başlatılmıştır. Bu noktalar aşağıdaki gibidir;

- İyi bir konut ve daha zengin bir kentsel çevrenin nasıl oluşturulacağı,
- Günlük emniyet ve güvenliğin nasıl sağlanacağı,
- Eğitim ve dil öğretiminin nasıl geliştirilebileceği,
- Daha fazla işletme ve istihdamın bölgeye nasıl çekileceği

Järva üzerine yapılan diyalogdan ortaya çıkan bazı öneriler; konut ve kentsel çevre üzerine:

- Danışma ve diyalog üzerine değişikliklere dayandırmak,

- Her ilave yükselişte standardı sağlamak
- Dünyaya Järva'nın geleceğini göstermek (Yeni bir Stockholm Fuarı gibi)

Emniyet İçin;

- Üst sınıf gayrimenkul yönetimini Järva'nın simgesi yapmak,
- Järva'yı Stockholm'ün en temiz parçası yapmak,
- Kamu ve ortak alanları aydınlatmak,
- Daha güvenli bir çevre için ekip çalışması organize etmek,
- Sivil toplumu güçlendirmek,
- Farklı iş birliğine dayalı kültürel programların yanı sıra bölgenin mimarisi sayesinde iftihar ve özgüven inşa etmek.

Eğitim için;

- Öğrenciyi merkeze koymak,
- Uzmanlaşmaya teşvik etmek,
- Järva'daki okulları iş ve çalışma ortamı açısından bir model haline getirmek,
- Okul günleri dışında öğrencileri desteklemek,
- Daha fazla tesislerle sportif faaliyetleri desteklemek,
- Daha yüksek öğrenim ve iş yaratmak için okullar arasında bağlantı sağlamak.

Yerel işletmeler ve meslekler için;

- Bir Exploratorium (bilim müzesi) ile teknoloji ve bilimi cezbetmek,
- Dilsel ve mesleki uyum için bir rota oluşturmak, “göçmenler için İsveççe”,
- Okullar arasında daha yüksek eğitim ve iş bağlantıları yaratmak,
- Okullarda girişimler vasıtasıyla girişimciliğe teşvik etmek,
- Var olan işletmeleri korumak ve daha fazla iş alanları oluşturmak,
- Satın almak ve yerel olarak istihdam etmek,
- Daha iyi bir iş dünyası ve istihdam olanağı üzerine bir göz ile Järva altyapısını tamamlamak.
- Järvas'ın destinasyon olma potansiyelini geliştirmek.

ÖRNEK OLAY 5: ENERJİ TASARRUFU İÇİN KRALİYET REÇETESİ

İklim değişiklikleri herkesi hatta kraliyet ailesini bile etkilemektedir. İsveç'in Kraliyet ailesinin evi olan Stockholm Drottningholm Sarayı'nda Palet-tabanlı ısıtma sistemine geçilerek su salınımı %90 oranında azaltılmış ve maliyetler düşürülmüştür. Eski binaların sıcaklığını korumak -özellikle 8.000m²'lik bir 17. yy. sarayı- oldukça pahalı bir iştir. Birkaç yıl öncesine kadar, İsveç'in kraliyet ailesinin resmi konutu olan Drottningholm Sarayı'nın, ısıtma ihtiyacının üçte ikisi akaryakıtta dayanmaktaydı. Ancak yükselen petrol fiyatları ve radikal bir hükümet programı İsveç'in fosil yakıt bağımlılığını kesmek için daha çevreci ve ucuz enerji kaynağını bulmak amacıyla saray yönetimini önlem almaya itmiştir. 2006 yılından bu yana konut, bir ahşap-palet, yakıtlı kazan ve küçük ölçekli merkezi ısıtma sistemini birleştiren modern bir bio-yakıt tesisine sahiptir. Sistem aynı zamanda maksimum esneklik için iki su kaynaklı ısı pompasını bağlamaktadır. Bu yeni kurulum, yenilenebilir enerjiden yana sıvı akaryakıtın (fueloil) terk edilmesiyle zararsız hava şartlarına doğru bir harekete olanak sağlamıştır. Biyoyakıt, öncelikle ahşap-paletler aynı zamanda biraz kolza yağı, şu anda sarayın enerji ihtiyacının %92'sini karşılamaktadır. Yıllık kalorifer faturaları 1,4 milyona kadar-%50 oranında- azalmıştır ve karbondioksit salınımı %90'a kadar düşmüştür. Sarayı ısıtmak için 260 m³ akaryakıt gerekirken, 2016'dan bu yana bu miktar 15 m³ 'e kadar düşmüştür. Amaç, tamamen sıvı yakıtlı ısıtmayı kademe kademe azaltmaktır. Biyoyakıt teknolojisi, elektrik kullanımını 1300MWh'den 270 MWh'ye azaltan Halmstad merkezli Järnforsen enerji sisteminden tedarik edilmektedir. Bu sistem tüm saraya yenilenebilir enerji sağlamakta ve ayrıca 23 farklı bina ve yakınlardaki bir araştırma merkezi de dâhil olmak üzere çevredeki alanlara da hizmet vermektedir.

SONUÇ

İsveç, sağlıklı yaşam alanları oluşturma çerçevesinde evsel atıkları modern yöntemlerle işlemektedir (Anadolu Ajansı, 2015). İşlenen atıklardan elde edilen biyogaz, hem ısınma hem de elektrik üretimi için kullanılmaktadır. Atıkların yeterli olmadığı durumda ülke, ihtiyacı oranında çöp ithal etmektedir. "Petrolsüz ülke" programı çerçevesinde 2030 yılına kadar fosil yakıtların kullanımını tamamen bitirmeyi hedeflemektedir.

Sağlıklı kentler, şehir sakinleri için sağlıklı bir yaşamın kapısını açarken gerek bölge halkı gerekse ziyaretçiler açısından daha cazip bölgeler haline gelmektedir. Hanelere ve ortak yaşam alanlarına yakın olan yeşil alanlar, parklar, sportif faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği alanlar, birçok aktivite için tanzim edilmiş meydanlar gibi çeşitli imkânlar sunarak, turistik ve rekreatif faaliyetleri de olumlu yönde etkilemektedir.

Sağlıklı şehir uygulamaları şehirlere enerji kullanımında da büyük bir yol gösterici durumundadır. Özellikle her biri neredeyse küçük bir köyün enerji tüketimi kadar tüketim gerçekleştiren oteller açısından da bu yöntem, gerek enerjinin geri dönüşümü gerekse sürdürülebilirlik açısından önem teşkil etmektedir.

Turizm olayında bölge halkı ile turistlerin etkileşimi önemli unsurlardan birisidir. Turizmin turistik bölgeye getirileri olacağı gibi birçok olası zararları da mümkündür. Şehirlerin kişileri taşıma kapasitesi gerek alt yapı gerekse üst yapı bakımından düşünüldüğünde sınırlıdır. Özellikle Türkiye'deki İstanbul, Antalya ve Muğla gibi turizm döneminde oldukça kalabalıklaşan bu turistik şehirlerin Simbiyo uygulamaları gündemine alması düşünülebilir. En önemli tüketim unsurlarından biri olan büyük çaplı konaklama işletmeleri bu bağlamda incelenmelidir.

Turistik destinasyonların en önemli sorunlarından bir tanesi de ulaşım sorunudur. Sağlıklı şehirler projesi, şehrin trafik ve ulaşım planlaması ile ilgili de çalışmalar yapmaktadır. Aynı zamanda bu proje ile toplu taşıma araçlarında da iyileştirme çalışmaları öngörülmektedir. Ülkeye gelen turistlerin rahat ve güvenli bir şekilde toplu taşıma araçlarını kullanması, seyahat deneyimlerinin olumlanması anlamına gelmektedir.

Sağlıklı kentler, sürdürülebilir turizm için en temel yapıtaşlarından biri olarak görülmektedir. Turizm destinasyonları arasında kalıcı olabilmek, talep görebilmek, tüketicilerin ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanmasını sağlayan rekreatif özellikler sunabilmek uygulamaların niteliğine bağlı olmaktadır. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinde yaşam kalitesinin artırılması turizmin gelişmesine, sağlıklı yerleşimlerin ve toplumların oluşmasında etkili bir unsur olarak görülmektedir. Konu ile ilgili olarak daha sonraki çalışmalarda turistlerin deneyimlerini ve beklentilerini ölçmeye yönelik ölçekler geliştirilebilir, alan araştırmaları yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı (2015). İsveç Enerji İçin Çöp İthal Ediyor. <http://aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/isvec-enerji-icin-cop-ithal-ediyor/35171>. Erişim: 12.03.2016
- Barton, H., & Tsourou, C. (2006). *Healthy Urban Planning*. Routledge, Çeviri: Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği.
- Boonekamp, G. M., Colomer, C., Tomás, A., & Nuñez, A. (1999). Healthy cities evaluation: the co-ordinators perspective. *Health Promotion International*, 14(2), 103-110.
- Demir, C. (2002). Milli Parklarda Sürdürülebilirlik Kavramının Turizm ve Rekreasyon Faaliyetleri Açısından Analizi: Türkiye'deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(8), 87-105.
- Feyerherm, L., Tibbits, M., Wang, H., Schram, S., & Balluff, M. (2014). Partners for a Healthy City: Implementing Policies and Environmental Changes Within Organizations to Promote Health. *American Journal of Public Health*, 104(7), 1165-1168.

- Hancock, T. (2014). The little idea that could: A Global Perspective on Healthy Cities and Communities. *National Civic Review*, 103(3), 29-33.
- Hancock, T. and Duhl, L. (1988). Promoting Health in the Urban Context. Capenhezen, FADL Publishers, (Who Healthy Cities Papers, No. 1).
- Keller, I. M., & Kalache, A. (1997). Promoting healthy aging in cities: the Healthy Cities project in Europe. *Journal of Cross-Cultural Gerontology*, 12(4), 287-298.
- Nam, E. W., Lee, A., Moon, J. Y., Song, Y. L. A., & Dhakal, S. (2015). Analyze the characteristics of the healthy cities projects using HP-Source. net in Korea. *International Journal of Health Promotion and Education*, 53(5), 244-256.
- O'Neill, M., & Simard, P. (2006). Choosing indicators to evaluate Healthy Cities projects: a political task?. *Health Promotion International*, 21(2), 145-152.
- Ranham, U., & Groth, K. (2012). The SymbioCity Approach: A Conceptual Framework for Sustainable Urban Development. *Stockholm: SKL International*.
- Ritsatakis, A., Ostergren, P. O., & Webster, P. (2015). Tackling the social determinants of inequalities in health during Phase V of the Healthy Cities Project in Europe. *Health promotion international*, 30(suppl 1), i45-i53.
- Stern, R., & Green, J. (2008). A seat at the table? A study of community participation in two Healthy Cities Projects. *Critical Public Health*, 18(3), 391-403.
- SymbioCity (2015a). Regional workshop on Urban Development through the SymbioCity Approach, İstanbul, <http://www.symbiocity.org/en/News-and-event/>. Erişim: 10.02.2016
- SymbioCity (2015b). The Approach Cases, <http://www.symbiocity.org/en/approach/>. Erişim: 10.02.2016
- Takano, T., & Nakamura, K. (2001). An analysis of health levels and various indicators of urban environments for Healthy Cities projects. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 55(4), 263-270.
- Yan, J. (1993). *Community participation and the California Healthy Cities: a grounded theory study*, Requirements for the Degree, Doctor Of Philosophy University Of Southern California, Los Angeles, California.
- World Health Organization (WHO), 2000. Regional Guidelines For Developing a Healthy Cities Project. WPRO, Manila.

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYONLAR İÇİN SEYAHAT MOTİVASYONLARINDA KÜLTÜREL MESAFENİN ÖNEMİ

Serhat AYDIN¹ Hakan SEZEREL²

ÖZET

Bir turistik destinasyonun gelişiminde, turistler ve destinasyon arasındaki etkileşimin niteliği önem kazanmaktadır. Turist ve destinasyon arasındaki mesafe, turist ziyareti, kalış süresi, otellerin doluluk oranı, turizm talebi gibi değişkenleri etkilemektedir. Bu nedenle, turist tercihlerinde kültürel mesafenin bilinmesi destinasyon sürdürülebilirliği konusunda önemlidir. Bu çalışmada, kültürel mesafenin turistlerin seyahat motivasyonlarına olan etkisi sistematik alanyazın taraması yoluyla incelenmiştir. Çalışma bir ön çalışma niteliği taşımaktadır. Çalışmada, öncelikle seyahat motivasyonu ele alınmış, ardından kültürel mesafe kavramı ve turizm alanındaki ilgili çalışmalara yer verilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turist Davranışı, Seyahat Motivasyonu, Kültürel Mesafe

GİRİŞ

İnsanlar neden seyahat eder, seyahat edecekleri destinasyonları nasıl seçer, seyahat tercihlerinde etkili olan faktörler nelerdir? Özetle, neden A destinasyonu yerine B destinasyonuna ya da daha farklı bir destinasyona seyahat edilmektedir?

Bu soruların yanıtları, seyahat eden insanlar ve bu durumu sorgulayan araştırmacılar için farklılık gösterebilmektedir. İnsanlar niçin seyahat eder sorusuna, bireye ve bireyin kültürel koşullanmasına bağlı olarak çok sayıda (ufkunu genişletmek, dünyayı görmek, diğer insanları anlamak ve tanımak, iyi zaman geçirmek, günlük yaşamın sıkıcılığından kaçmak) yanıt verilmektedir (Rızaoğlu, 2012: 58). Alanyazına bakıldığında, bu sorulara yanıt verme çabasındaki çalışmaların seyahat motivasyonları kapsamında olduğu gözlemlenmektedir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Fodness, 1994; Turnbull ve Uysal, 1995; Jang ve Cai, 2002; Jang ve Wu, 2006; Albayrak, 2013; Harman, 2014).

Motivasyon, bir gereksinim ortaya çıktığında oluşan ve içten gelen itici güç olarak ifade edilebilir. Motivasyon araştırmalarının temelinde ise; insan davranışlarının nedenleri, oluşum süreçleri ve bu davranışların yönlendirilme olasılıkları yer almaktadır. Motivasyon olgusunu

¹ Arş.Gör., Anadolu Üniversitesi, serhat_aydin@anadolu.edu.tr

² Yrd.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, hakansezerel@anadolu.edu.tr

açıklamaya yönelik geliştirilen teorilerin temel amacı da, insan davranışlarını öngörmektir (Porter, 2007: 20). Motivasyon teorilerine koşturuk olarak, seyahat motivasyonu, turistlerin genel anlamıyla neden seyahat ettikleri sorusuyla ilgilenmektedir.

İnsanların seyahat motivasyonlarına, içinde bulunulan ortamdan kaçış (Crompton, 1979), kültürel deneyimler (Uysal ve Jurowski, 1994; Turnbull ve Uysal, 1995; Özgen, 2000) rahatlatma, dinlenme, eğlenme (Cha, McCleary ve Uysal, 1995) gibi etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Son yıllarda, söz konusu başlıklara kültürel mesafe kavramı da katılmıştır (Crotts, 2004; Ng, Lee ve Soutar, 2007; Bao ve McKercher, 2008; Yang ve Wong 2012; Liu, 2014; Ahn ve McKercher, 2015).

Turistlerin seyahat motivasyonları ilk kez Grinstein (1955) tarafından yapılan araştırmayla gündeme gelmiştir (Rızaoğlu, 2012: 60). Buna karşın, 1990'lı yıllara kadar, sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır (Dann, 1977; Crompton, 1979; Dann, 1981).

Turizm kapsamında seyahat motivasyonları ile ilgili alanyazın incelendiğinde ortaya konan kuramlar şu şekildedir (Özel, 2010: 65).

- a) *Gray'in Sunlust/Wanderlust Kuramı* (1970): Turistin, kendi ortamından daha güzel yerlere gitme arzusu (sunlust) ve yeni ve farklı şeyler görme arzusuna (wanderlust) dayanmaktadır. Aynı tarihte, davranışların belirli psikolojik ve fiziksel amaçları gerçekleştirmek amacıyla sergilendiği temeli üzerine kurulmuş bir ölçek çalışmasını olan Driver ve Tocher Rekreasyon Deneyimi Tercih Ölçeği (1970) yapılmıştır.
- b) *Plog'un Psikosentrizm/Alosentrizm Kuramı* (1974): Bireyin karakterinin ve kişiliğinin, tercih edeceği turizm deneyimi üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Diğer bir deyişle, güdülerin, bireyin sahip olduğu kişilik ile ilişkili olduğunu savunmaktadır.
- c) *Dann'ın İtme ve Çekme Faktörleri Kuramı* (1977): Seyahat kararının verilmesinde iki temel güdülenme faktöründen söz etmiştir. Bunlar itme ve çekme faktörleridir. İtme faktörleri, bireyin kendi içsel dünyası ile ilgilidir ve seyahat etme yönündeki gereksinimlerine yön vermektedir. Çekme faktörleri ise, bireyde seyahat etme gereksinimini karşılama isteği oluşturan unsurlardır.
- d) *Crompton'ın İtme ve Çekme Faktörleri Kuramı* (1979): Gereksinimlerin karşılanması için yapılan seçimler çok sayıda psikolojik değişkene dayalı olmakla birlikte, temelde tüm davranışlar güdüler tarafından belirlenmektedir. Kuramın ardındaki görüş, seyahat deneyiminden önce bireyin kültürel, toplumsal ya da psikolojik gereksinimlerinde bir dengesizlik durumu olduğudur.

- e) *Mayo ve Jarvis'in Karmaşıklık/Tutarlılık Gereklinimi Kuramı* (1981): Turistik amaçlı seyahatlerin büyük bir çoğunluğunu ortaya çıkaran temel unsurun değişiklik arayışı olduğu belirtilmiştir. Dengeli bir yaşam sürmek isteyen bireyler, hayatları boyunca yaşadıkları deneyimlerin bazılarında tutarlılık arayışı içine girmekte, diğer bazı deneyimlerinde ise karmaşıklık arayışı içinde olmaktadır.
- f) *Iso-Ahola'nın Sosyal/Psikolojik GÜdülenme Kuramı* (1982): Günlük hayatın karmaşasını arkada bırakarak bireysel ve toplumsal çevreden kaçma isteği ve farklı bir çevreye seyahat etme yoluyla bireysel ya da bireyler arası ödülleri elde etme isteği, turizm davranışını şekillendirmektedir.
- g) *Pearce ve Caltabiano'nun Seyahat Gereksinimleri Kuramı* (1983): Turistlerin seyahatten elde ettikleri deneyimlerin de gereksinimlere göre hiyerarşik bir sıra izlediğini, bu nedenle deneyimli bir turistin deneyimsiz bir turiste oranla daha üst seviyedeki gereksinimlere sahip olduğunu ifade etmektedir.
- h) *Pearce'in Seyahat Kariyeri Merdiveni Kuramı* (1988): Turistler belirli gereksinimlerini karşılamak amacıyla seyahat etmektedir ve bu gereksinimler, onların turizm davranışını belirlemedeki kısa ve uzun süreli güdülerini açıklamaktadır.
- i) *Fodness'ın GÜdülenme Kuramı* (1994): Turistin egosunu yükseltme, bilgisini artırma, çeşitli cezalandırıcılardan kaçınma, saygınlık kazanma ve çeşitli ödüllendiriciler arama güdülerini ile seyahat ettiği temeline dayanmaktadır.

Bu kuramlardan, üzerinde yoğun olarak çalışılan, itme ve çekme motivasyon teorileridir (Baloğlu ve Uysal, 1996). Bu teorinin altında yatan görüş, bahsedildiği üzere; insanları seyahate yönlendiren belirli itici ve çekici faktörlerin olmasıdır (Crompton, 1979; Dann, 1981). İtici faktörler, insanları seyahate yönlendiren sosyo-psikolojik motivasyonları ifade eder. Çekici faktörler ise insanların tatil için belirli bir destinasyonu seçmesini sağlayan cezbedici unsurlardır (Oh vd., 1995:124). İtici (içsel) faktörler, bulunulan ortamdan kaçış, dinlenme, macera, prestij, sağlık, ve sosyal etkileşim gibi unsurlarla ilgilidir. Çekici (dışsal) faktörler ise, güneş, sahiller, sportif aktiviteler, ucuz uçak bileti gibi bir destinasyona ait özellikler çekici unsurlarla ilgilidir (Klenosky, 2002: 385). Tablo 1'de seyahat motivasyonunu açıklamada kullanılan itici ve çekici faktörlere yer verilmektedir.

Tablo 1'de görüldüğü gibi, turistin destinasyonu tercih etmesinde farklı itici ve çekici faktörler söz konusudur. Hem itici hem de çekici bir faktör olan kültürel deneyimler, turistin bir destinasyonu seçmesinde etkilidir. Turistin seçeceği destinasyon ile arasında kültürel olarak bir mesafe (uzak veya yakın) bulunmaktadır.

Turistlerin seyahat etmesindeki motivasyonlardan biri de farklı kùltùrlere duydukları merak şeklinde belirtilmiştir. Bu bağlamda kùltürel özelliklerin varlığı destinasyon seçiminde belirleyici unsurlardan biri olarak değerdendirilmiştir (Avcıkurt, 2015: 158). Bir turistın seçeceğı destinasyon ile kendi kùltürü arasındaki mesafenin ne derece önemli olduğı ayrıca kùltürel olarak benzer bir destinasyon mu yoksa farklı bir destinasyon mu seçeceğı önem kazanmaktadır.

Tablo.1: Seyahat Motivasyonunu Açıklamada Kullanılan İtici Ve Çekici Faktörler

İtici faktörler

- Kaçış
- Yenilik
- Eğlenme
- Dinlenme ve rahatlatma
- Sosyal Etkileşim
- Prestij
- Bilgi arayışı (yeni şeyler öğrenme)
- Kùltürel deneyimler

Çekici faktörler

- Güvenlik
- Tarihi ve doğal yapılar
- Kùltürel çekicilikler
- Aile üyeleri ve akrabalar ile bir arada olma isteğı
- Eğitim
- Uygun fiyat
- Doğa
- Temizlik
- Seyahat ve konaklama imkânları

Kaynak: Alanyazından yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kùltür ve Mesafe

Kùltür, bir toplumun paylaştığı ve üyelerine yaydığı görüşler, değerler ve algılar şeklinde tanımlanmaktadır (Haviland vd. 2008: 103). Davranışları en geniş biçimde etkileyen unsur, içinde yaşadığımız kùltürdür (Odabaşı ve Barış, 2011: 313). Kùltür, insanların yaşam biçimlerini, yaşam biçimleri de onların tüketim kalıplarını (Koç, 2013: 373), turizm bağlamında bakıldığında ise turist davranışını (Doğan, 2004: 136; Rızaoğlu, 2012: 166) etkilemektedir. Turizm ekonomilerinin küreselleşmesiyle birlikte, ulusal kùltür bu konudaki araştırmaların önemli bir değişkeni haline gelmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalar (Pizam ve Jeong, 1996; Pizam ve Reichel, 1996; Crofts ve Erdmann, 2000; Kozak, 2002; Ryan, 2002) kùltürün turist tercih ve davranışlarını nasıl etkilediğini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bazı araştırmacılar, turist destinasyon seçiminde etkili olan faktörün kùltürel benzerliklerden çok kùltürel farklılıklar olduğunu savunmaktadır (McKercher ve Cros, 2003: 45; O’Leary ve Deegan, 2003:213).

Turistik kapsamda mesafe, fiziksel (iki ülke arasındaki coğrafi mesafe), zihinsel (iki ülke arasında algılanan mesafe) (Hakanson ve Ambos, 2010; Kantarcı, 2007; Sousa ve Bradley, 2006), sosyal (toplumdaki tabakalaşma sonucu bireylerin sınıf farkı) (Thurot ve Thurot, 1983), kültürel mesafe (Crotts, 2004; Kastenholz, 2010; Litvin, Crotts ve Hefner, 2004) şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Turizmde mesafenin etkisi hem ziyaretçilerin anavatanı hem de destinasyon perspektifinden incelenebilmektedir. Mesafenin turizm talebini etkilediği konusundaki ilk çalışma Greer ve Wall (1979) tarafından yapılmıştır. O tarihten itibaren mesafenin etkisi, rekreasyonel hizmetler (Hanink ve White, 1999), ulusal parklara olan talep (Paul ve Rimmawi, 1992), ikinci ev sahipliği (Müller, 2006), petrol fiyatlarına olan talep (Oh ve Hammitt, 2011) gibi konularda çalışılmıştır. Ayrıca turizmde mesafenin etkisi, destinasyon seçimi (Bao ve McKercher, 2008) konusunda araştırmalara dahil edilmiştir.

Kültürel mesafe, iki ülke arasındaki (ev sahibi ve köken ülke) kültürel benzerlik ve farklılıkları ifade etmektedir. Kültürel mesafe ölçekleri ise bir ülkenin kültürünün başka bir ülkenin kültürü ile farklılık gösterip göstermediğini ölçmektedir (Shenkar, 2001; Clark ve Pugh, 2001). Bazı kültürel mesafe ölçekleri ise; Kogut ve Singh (1988) kültürel mesafe endeksi, Clark ve Pugh (2001) kültürel mesafe kümeleme endeksi, algılanan kültürel mesafe oylaması, Jackson (2001) kültürel farklılık endeksi, West ve Graham (2004) kültürel mesafe kapsamında dilbilimsel mesafe şeklindedir.

Turizm alanında kültürel mesafenin konu edildiği çalışmalar sınırlı sayıdadır. (Ahn ve McKercher, 2015). Kültürel mesafe çalışmaları genellikle uluslararası yönetim yazınında şirketlerin yurtdışına açılma, çokuluslu işletmelerin pazara giriş stratejileri seçimi, stratejik birliklerin performansı bağlamında ele alınmıştır (Kogut ve Singh, 1988; Shenkar, 2001). Bunun bir nedeni, kültürel mesafeyi ölçmenin güçlüğüdür (Ahn ve McKercher, 2015). Ölçüm güçlükleri ve kavramsal belirsizliklere karşın, öne çıkan çalışmalar bulunmaktadır.

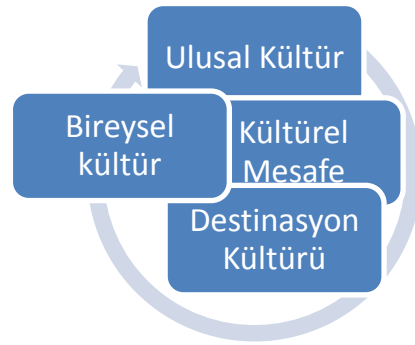
Jackson (2001), Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda ve Amerika Birleşik Devletleri gibi bireyselliğin yüksek derecede olduğu toplumlardaki insanlar kültürel olarak benzer destinasyonları ziyaret ettiğini; Kolombiya, Ekvador, Güney Kore, El Salvador gibi kollektivist toplumların ise daha çok kültürel olarak farklı destinasyonları ziyaret ettiğini saptamıştır. Bir başka çalışmada, Crotts (2004), ulusal kültürel farklılıkların uluslararası seyahat davranışını etkisini incelediği çalışmasında, boş zaman değerlendirme aktivitesi olarak ilk defa yurtdışına çıkan 302 Amerika vatandaşını çalışmaya dâhil etmiş ve sadece giden ülke kültürünü değil, gidilen ülke kültürünü de değişken olarak almıştır. Bu çalışma

sonucunda, kültürel mesafenin uluslararası seyahat davranışına aracı etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Ng. vd. (2007) çalışmalarında beş farklı kültürel mesafe ölçeği kullanarak Avustralyalı turistlerin farklı destinasyonları ziyaret etme niyetini belirlemişlerdir. Ayrıca, çalışmada kültürün dört unsurunun, turistin destinasyon seçiminde etkili olduğu ifade edilmiştir. Bu unsurlar, *turistin ulusal kültürü*, *turistin bireysel kültürü*, *gidilecek destinasyonun kültürü*, *turistin içinde bulunduğu kültür ile destinasyonun kültürü* arasındaki mesafedir.

Bir diğer çalışmada, Liu (2014) algılanan kültürel mesafenin uluslararası destinasyon seçimindeki etkisini araştırdığı çalışmada sonuç olarak, *turistlerin kültürel olarak benzer destinasyonları* seçtiğini tespit etmiştir. Ayrıca, coğrafi mesafe, yenilik arayışı eğiliminin algılanan *kültürel mesafe ve destinasyon seçimi* arasında aracı bir değişken olarak anlamlı bir etkisi olduğunu saptamıştır.

Kültürel mesafenin, Hong Kong'u ziyaret eden yabancı turistlerin davranışları üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir başka çalışmanın sonucunda, kültürel mesafenin, talep, seyahat edenlerin profili, turist davranışı, harcama ve tatmin olma durumu üzerinde aracı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Ahn ve McKercher, 2015).



Şekil 1. Kültürel Mesafenin Konumu

Şekilde kültürel mesafe değişkenleri açıklanmaktadır.

- a) Bir kişinin yaşadığı ülkedeki egemen kültür (ulusal kültür) ile bireysel değerleri arasındaki mesafe,
- b) Bireysel değerleri ile gidilecek destinasyonun değerleri arasındaki mesafe ve
- c) Ulusal kültürü ile gidilecek destinasyonun değerleri arasındaki mesafe seyahat motivasyonlarında etkili olmaktadır.

SONUÇ

Bir destinasyonun tercih edilebilir ve sürdürülebilir oluşundaki ana aktör turistlerdir. Turistlerin tercih, istek ve beklentileri destinasyonların yapılandırılmasında etkilidir. Turist davranışının nedenleri üzerinde durarak, destinasyonun nasıl yapılandırıldığını ve hangi turist gruplarına hitap ettiğini belirlemek için seyahat motivasyonları bir zemin sunmaktadır. Son yıllarda ise, seyahat motivasyonları konusu içinde gelişen ve seyahat tercihlerini etkileyen kültürel mesafe konusu önem kazanmaktadır. Konunun göreceli olarak yeni ve sınırlarını çizmenin güç oluşunun araştırmacıların ilgisini olumsuz etkilediği görülmektedir. Dahası, kavramın “kültürel yakınlık, uzaklık, benzerlik, farklılık” gibi diğer kavramlarla karıştırılması, kavramsal bir belirsizlik yaratmakta ve görgül araştırmalarda bir dizi soruna neden olmaktadır.

Sürdürülebilirlik çalışmalarında turist davranışlarının talep yönü de önemlidir. Bu çalışmada, kültürel mesafe kavramı ve konuyla ilgili çalışmaların sistematik olarak taranması ile şu sonuca ulaşılmaktadır: Turistlerin algıladıkları kültürel mesafe seyahat motivasyonlarını etkilemekte ve destinasyon tercihlerinde belirleyici olabilmektedir. Türkiye yazınında henüz ele alınmamış olan bu kavramın sürdürülebilir destinasyon yönetimine yönelik bir katkı sağlayacağı umulmaktadır.

İki ülke arasındaki kültürel mesafenin belirlenmesi sayesinde olası kültürel farklılıklardan kaynaklanabilecek çatışmaların çözümü sağlanabilir. Turistler ve yerel halk arasında oluşabilecek kültürlerarası iletişim alanyazını ile ilişkilendirilerek katkı sağlayabilir. Kültürel mesafe kavramının operasyonelleştirilmesi hem nicel hem de nitel yöntemler temelinde yapılacak çalışmalar için zemin hazırlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca kültürel mesafe ile uluslar arası kültürel farklılık ve benzerliklerin belirlenmesi turizm sektöründeki karar verici ve politika yapıcı paydaşlara yararlı olabilir.

Kültürel mesafe çalışmalarında, özellikle kültürler arası yönetim alanının ağırlığı belirgindir. Turizm alanında yapılacak çalışmalar kültürel boyutların geçerliliği, güvenilirliği ve uygulanabilirliği kapsamında yeni bilgiler sunacaktır. Söz gelimi, mevcut alanyazında toplulukçu ve bireysel kültürlerle yönelik çıkarımlar, güç mesafesi, erillik ve dişilik, belirsizlikten kaçınma, hoşgörü ve zaman yönelimi boyutlarında hangi çıkarımların yapılacağı, hangi durumlara neden olduğu sorularına yanıt vermektedir.

KAYNAKÇA

- Ahn, M. J. ve McKercher, B. (2015). The Effect of Cultural Distance on Tourism: A Study of International Visitors to Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(1), 94-113.
- Albayrak, A. (2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. *14.Ulusal Turizm Kongresi*. Kayseri. 144-164
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baloğlu, S. ve Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38.
- Bao, Y. ve Mckercher, B. (2008). The effect of distance on tourism in Hong Kong: A comparison of short haul and long haul visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 101-111.
- Cha, S., McCleary, K. W. ve Uysal, M. (1995). Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Travel Research*, 34(1), 33-39.
- Clark, T. ve Pugh, D. S. (2001). Foreign country priorities in the internationalization process: a measure and an exploratory test on British firms. *International Business Review*, 10(3), 285-303.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Crotts, J. C. (2004). The effect of cultural distance on overseas travel behaviors. *Journal of Travel Research*, 43(1), 83-88.
- Crotts, J. C. ve Erdmann, R. (2000). Does national culture influence consumers' evaluation of travel services? A test of Hofstede's model of cross-cultural differences. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(6), 410-419.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of tourism research*, 8(2), 187-219.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of tourism research*, 21(3), 555-581.
- Hakanson, L. ve Ambos, B. (2010). The antecedents of psychic distance. *Journal of International Management*, 16(3), 195-210.
- Hanink, D. M. ve White, K. (1999). Distance effects in the demand for wildland recreational services: The case of national parks in the United States. *Environment and Planning A*, 31(3), 477-492.
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezinlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.
- Haviland, W., Prins, H., Walrath, D. ve McBride, B. (2008). *Kültürel Antropoloji (Çev. İnan Deniz Erguvan Sarıoğlu)* 1.Baskı İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Jackson, M. (2001). Cultural influences on tourist destination choices of 21 Pacific Rim nations.
- Jang, S. S. ve Wu, C. M. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306-316.
- Jang, S. ve Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111-133.
- Kantarci, K. (2007). Perceptions of foreign investors on the tourism market in central Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan. *Tourism Management*, 28(3), 820-829.
- Kastenholz, E. (2010). 'Cultural proximity' as a determinant of destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 313-322.
- Klenosky, D. B. (2002). The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of travel Research*, 40(4), 396-403.
- Koç, E. (2013). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Kogut, B. ve Singh, H. (1988). The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of international business studies*, 411-432.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232.
- Litvin, S. W., Crotts, J. C. ve Hefner, F. L. (2004). Cross-cultural tourist behaviour: a replication and extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 29-37.
- Liu, H.(2014). Understanding Destination Choice from a Cultural Distance Perspective. (Master's thesis) University of South Carolina – Columbia.
- McKercher, B., ve Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58.
- Müller, D. K. (2006). The attractiveness of second home areas in Sweden: A quantitative analysis. *Current Issues in Tourism*, 9(4-5), 335-350.
- Ng, S. I., Lee, J. A. ve Soutar, G. N. (2007). Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance. *Tourism Management*, 28(6), 1497-1506.
- O'Leary, S. ve Deegan, J. (2003). People, pace, place: Qualitative and quantitative images of Ireland as a tourism destination in France. *Journal of vacation marketing*, 9(3), 213-226.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, 11. Baskı, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oh, C. O. ve Hammitt, W. E. (2011). Impact of increasing gasoline prices on tourism travel patterns to a state park. *Tourism Economics*, 17(6), 1311-1324.
- Oh, H. C., Uysal, M. ve Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Özel, Ç. H. (2010). "Güdülere dayalı yerli turist tipolojisinin belirlenmesi: İç turizm pazarına yönelik bir uygulama" Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Özgen, Ö. (2000). Kapadokya'yı Ziyaret Eden Turistlerin Genel Seyahat Motivasyonları ve Tatmin Olma Durumları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 22-34.
- Paul, B. K. ve Rimmawi, H. S. (1992). Tourism in Saudi Arabia: Asir National Park. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 501-515.
- Pizam, A. ve Jeong, G. H. (1996). Cross-cultural tourist behavior: Perceptions of Korean tour-guides. *Tourism Management*, 17(4), 277-286.
- Pizam, A. ve Reichel, A. (1996). The effect of nationality on tourist behavior: Israeli tour-guides' perceptions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 4(1), 23-49.
- Porter, M. (2007), A Definition of Motivation. Motivation, ability and confidence building in people (Ed: Mackay, A.). Oxford: Buttermann-Heinemann.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ryan, C. (2002). Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. *Annals of tourism research*, 29(4), 952-971.
- Shenkar, O. (2001). Cultural distance revisited: Towards a more rigorous conceptualization and measurement of cultural differences. *Journal of international business studies*, 519-535.
- Sousa, C. M. ve Bradley, F. (2006). Cultural distance and psychic distance: two peas in a pod?. *Journal of International Marketing*, 14(1), 49-70.
- Thurot, J. M. ve Thurot, G. (1983). The ideology of class and tourism confronting the discourse of advertising. *Annals of Tourism research*, 10(1), 173-189.
- Turnbull, D. R. ve Uysal, M. (1995). An exploratory study of German visitors to the Caribbean: Push and pull motivations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(2), 85-92.
- Uysal, M. ve Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.

- West, J., ve Graham, J. L. (2004). A linguistic-based measure of cultural distance and its relationship to managerial values. *MIR: Management International Review*, 239-260.
- Yang, Y. ve Wong, K. K. (2012). The influence of cultural distance on China inbound tourism flows: a panel data gravity model approach. *Asian Geographer*, 29(1), 21-37.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUM (SUS-TAS) ÖLÇEĞİNİN GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI: DİDİM YEREL HALK ÖRNEĞİ

Reyhan ARSLAN AYAZLAR¹

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, destinasyon bölgesinde yaşayan yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumlarını inceleyen Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeğinin (SUS-TAS) geçerliliğini analiz etmektir. Didim’de yaşayan yerel halktan elde edilen veri seti, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile test edilmiştir. Analiz sonucunda orijinal SUS-TAS ölçeğinde yer alan 44 madde 18 maddeye düşmüştür. Araştırma bulgularına göre SUS-TAS ölçeğinin Didim örneğinde geçerli olduğunu söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, SUS-TAS Ölçeği, Yerel Halk, Güvenilirlik, Geçerlilik

GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik gelişimlerinde turizmin önemli katkıları bulunmaktadır. Yeni iş alanları sağlayarak destinasyondaki yerel halkın ekonomik kalkınmasının yanı sıra turizm aynı zamanda doğal ve sosyal çevrenin gelişiminde de etkili olan endüstrilerden biridir. Bununla birlikte özellikle kitle turizminin destinasyonlar üzerindeki olumsuz etkileri gün geçtikçe artmaktadır. Bu olumsuz unsurlardan destinasyonda yaşayan yerel halk da etkilenmektedir. Yu, Chancellor ve Cole’a (2011: 57) göre bunun bir sonucu olarak, turizmin yerel halk üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik farkındalık gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada kitle turizmine karşı gelişen eko turizm, yeşil turizm, tarım turizmi gibi alternatif turizm türlerinin ortaya çıkışından bahsetmek mümkün olmaktadır. Alternatif turizm türlerinin destinasyondaki turizm olgusunun ve destinasyonun devamlılığı bir diğer deyişle sürdürülebilirliğine yönelik ihtiyaçlardan oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik kavramının kitle turizmi de dahil olmak üzere tüm turizm türlerinde benimsenmesi gereken bir felsefe olduğuna yönelik görüşler bulunmaktadır (Sonuç, 2014: 15; Kozak ve Bahçe, 2009: 94). Tosun’un da (1998: 695) ifade ettiği üzere turizmde sürdürülebilirlik anlayışı, gelecek

¹ Öğr. Gör. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, reyhanayazlar@gmail.com

nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmayan gelişim ilkelerine ters düşmeyecek bir şekilde tüm turizm türlerindeki gelişimi ifade etmektedir.

Alternatif turizm türleri, turizmin sürdürülebilir bir yaklaşımla benimsenmesine odaklanmaktadır. UNWTO (2016) sürdürülebilir turizmi “yerel halkın, endüstrinin, çevrenin ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılarken bu ihtiyaçların mevcut ve gelecek nesillere olan ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin tam anlamıyla bilincinde olan turizm” olarak tanımlamaktadır. Turizmin sürdürülebilirliği, doğal çevreye, sosyo-kültürel yapıya karşı olumsuz etkilerin ve gelir dağılımındaki eşitsizliğin azaltılmasında etkili bir yol olarak ifade edilebilir. Sırakaya-Türk ve diğerlerine (2008: 414) göre turizmin sürdürülebilirliği, yerel halk, ziyaretçiler ve endüstrinin ihtiyaç ve isteklerine yönelik denge sağlayacak girişimleri içeren bütünsel bir planlamayı gerektirmektedir.

Turizmin sürdürülebilirliği anlayışında ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç yaklaşımın öne çıktığı görülmektedir. Buna göre sürdürülebilir turizm (UNWTO, 2016) :

- Biyoçeşitlilik ve doğal mirası korumaya yardımcı ve doğanın dengesi açısından önemli olan ekolojik sürecin sürekli kılınmasını ve turizmin gelişiminde anahtar bir unsur içeren çevresel kaynakların optimum kullanımını sağlamalıdır (çevresel)
- Yerel halkın otantikliğini sağlayan sosyo-kültürel yapısına saygı duymalı, yerel halkın yaşayan geleneksel değerleri ve kültürel mirasını korumalı ve kültürler arası anlayışa katkıda bulunmalıdır (sosyal)
- Yoksulluğu azaltmaya, yerel halkın sosyal hizmetlerine, gelir elde etmelerine ve sabit iş olanaklarına katkıda bulunacak şekilde tüm paydaşlara sosyo-ekonomik yarar sağlamalı, uzun dönemli ekonomik faaliyetlerde bulunmalıdır.

Bu ilkelerden de görüldüğü üzere turizmin sürdürülebilirliğinde yerel halkın desteklenmesi üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri olarak görülmektedir. Turizmin sürdürülebilir gelişimi yerel halk için ekolojik anlamda sorumlu, sosyal anlamda uyumlu, kültürel anlamda özgün, politik anlamda eşit, teknolojik anlamda destekleyici ve ekonomik anlamda uygulanabilir bir gelişimi desteklemektedir (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005: 382).

Turizmin sürdürülebilir bir yaklaşımla devam ettirilmemesi sonucu oluşan olumsuz etkiler destinasyonun turistler tarafından tercih edilmemesine neden olabilir. Bu durum ise turizmden yarar sağlayan yerel halk için istenmeyen bir durumdur (Bardakoğlu, 2014: 122). Birleşmiş Milletler Çevre Programı’nda (2009: 34)da vurgulandığı üzere turizmin sürdürülebilir gelişimini sağlamada –yine bu gelişiminden en yüksek yararı elde edecek olan- yerel halkın

sürece dahil edilmesi önem taşımaktadır. Çeşitli araştırmacılar da yerel halkın turizm kararlarına katılımlarının sağlanmasının önemine değinmektedir. Yerel halk turizm endüstrisinin gelişimine katkı sağlamanın yanı sıra turist memnuniyetini de doğrudan etkilemektedir (Yu vd., 2011: 57; Sırakaya-Türk vd., 2008: 414). Turizmin gelişiminde bir gözlemci olarak rol oynayanın ötesinde turizm planlama sürecine bir yardımcı olarak dahil edilmelidir. Yerel halkın planlamaya dahil edilmesi durumunda yöreye ait yerel bilgilere ulaşım ve daha eşit düzeyde kararların alınması sağlanabilir (Zhang, vd., 2014: 1-2). Dolayısıyla yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumlarının değerlendirilmesine yönelik ölçümlerin yapılması özellikle destinasyon yöneticileri ve planlayıcıların yararına olacak bir durumdur (Sırakaya-Türk vd., 2008: 415). Yerel halkın katılımı ve işbirliği turizm endüstrisinin başarı veya başarısızlığının belirleyicisidir (Riberio, Silva ve Valle, 2014: 283).

Yerel halkın destinasyon yönetiminin ayrılmaz bir parçası olduğunun farkına varılması ile birlikte alan yazında yerel halkın turizmi desteklemesi, turizmin gelişimine yönelik tutumu ve son zamanlarda turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumuna odaklanıldığı görülmektedir. Yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumunun, halk desteğinin kazanılmasında önemli bir adım olduğu düşünülmektedir (Sırakaya-Türk, 2008: 1081).

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği (SUS-TAS)

Alan yazında yerel halkın turizme yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla geliştirilen çeşitli ölçme araçları bulunmaktadır (Gürsoy vd., 2002; Ko ve Stewart 2002; Lindberg ve Johnson 1997; Gürsoy ve Rutherford, 2004; Dyer, Gürsoy vd., 2007). Bu çalışmalardan yola çıkarak Choi ve Sırakaya-Türk 2005 yılında yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumunu ölçmeyi amaçlamış ve sürdürülebilir turizm tutum (SUS-TAS) ölçeğini geliştirmişlerdir.

Kısaca SUS-TAS olarak adlandırılan ölçek yalnızca sürdürülebilir turizm gelişimi ile ilgili toplumun hassasiyetini ölçmekle kalmamakta aynı zamanda sosyal değişim kuramı ile sürdürülebilirlik arasında bir köprü kurmaktadır. Yazarlar alan yazında belirtildiği üzere sürdürülebilir turizmde göz önünde bulundurulması gereken planlama, ziyaretçi yönetimi, tüm toplumun katılımı, yönetim, ulusal düzeyde politikalar ve destek, ekonomik yararların adil dağılımı ve toplumsal kaynakların korunması gibi konuları içeren sürdürülebilirliğe yönelik tüm içerikleri göz önünde bulundurarak söz konusu ölçeği geliştirmeye özen göstermişlerdir.

Çalışmada Teksas'ta yer alan bir turistik şehirde yaşayan yerel halktan veri elde edilmiştir. Sürdürülebilir politikaya yönelik çeşitli ifadelerin yer aldığı 44 madde oluşturulmuştur. Analizler sonucu 44 madde 7 boyut altında toplanmıştır: (1) sosyal maliyetler, (2) çevresel sürdürülebilirlik, (3) uzun dönem planlama, (4) algılanan ekonomik yararlar, (5) ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması, (6) toplum temelli turizm, (7) toplum katılımının maksimize edilmesi (Sırakaya-Türk vd., 2008: 415).

SUS-TAS ölçeğinin içeriğinde yer alan 7 boyut şu şekilde açıklanabilir. (Sırakaya-Türk vd., 2008: 415; Sırakaya-Türk, 2008: 1081; Yu vd, 2011: 58).

(1) Algılanan sosyal maliyetler, turistik etkinliklerdeki sosyal ve kültürel değişikliklerin yerel halktaki olumsuz algılarına yönelik olarak geliştirilen bir boyuttur. Olumsuz sosyal ve kültürel etkilerin en aza indirilmesi ile ilgilidir.

(2) Çevresel sürdürülebilirlik, fiziksel ve insan eliyle yapılan kaynakların, etik değerlerin, politikaların, standartların korunması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi anlamına gelmektedir. Bu boyut ile şundaki ve gelecekteki nesillerin çevresel kaynaklarının korunması merkeze alınmaktadır.

(3) Uzun dönem planlama, uzun vadede bütünleşmiş bir katılımı içermektedir. Sürdürülebilirliğin başarılmasında uzun dönemde dinamik ve katılımcı stratejiler içeren bir planlamanın yapılmasını öngörmektedir.

(4) Algılanan ekonomik yararlar, ekonominin en uygun hale getirilmesine karşılık gelmektedir. Yerel halkın, turizmin gelişimi ile ilgili ekonomik yarar ve maliyetlere karşı tutumları incelenmektedir.

(5) Ziyaretçi memnuniyetinin sağlanmasında, destinasyonun çekiciliğinin sürdürülmesi ve uygun araçların kullanımı gibi konular yer almaktadır. Turizmin uzun dönemdeki başarısı, gelişimi ve ekonomik olarak uygulanabilirliğinde büyük öneme sahip olan turist memnuniyetinin ölçülmesi ve yönetimine karşı yerel halkın tutumu değerlendirilmektedir.

(6) Toplum temelli turizm, yerel halkın rekreasyonel faaliyetlerin kullanımından, toplumun yeniden yatırım fonlarından, yerel halka yönelik politikalardan ve yerel katılımdan yararlanmasını yansıtmaktadır. Ekonomik özerkliğe ulaşmak amacıyla insan kaynaklarının ve yerel finansal kaynakların kullanımına karşı yerel halkın tutumu değerlendirilmektedir.

(7) Toplum katılımının maksimize edilmesi ise yerel halkın liderlik rolünü, aktif katılımı, işbirliği, bilgi, iletişim ve karar vermeye katılımı olarak değerlendirilmektedir. Planlama ve karar almada yerel halkın katılımının önemi ele alınmaktadır.

Choi ve Sırakaya-Türk'ün (2005) geliştirdiği ölçek güvenilir ve geçerli olmakla birlikte Amerika'da küçük bir kasabadaki yerel halk örnekleminde incelenmiş olması önemli bir sınırlılık olarak değerlendirilmektedir (Sırakaya-Türk, 2008: 1081). Ölçeğin zenginleştirilmesi için diğer kültürlerde de çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Yu vd, 2011: 58). Ayrıca bir kültürden elde edilen veri doğrultusunda geliştirilen bir ölçeğin başka bir kültüre doğrudan aktarılması mümkün olmamaktadır. Bu noktada kültürel farklılıklar göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla böyle bir durumda geçerlilik çalışmalarının yapılması gerekmektedir (Sırakaya-Türk vd., 2008: 415). Bu bağlamda SUS-TAS ölçeğinin Türkiye-Kıbrıs (Sırakaya-Türk vd., 2008), Indiana-Orange County (Yu vd., 2011), Güney Carolina (Sırakaya-Türk ve Gursoy, 2013) Cape Verde Adası'nda (Riberio vd., 2014) olmak üzere çeşitli destinasyonlardaki yerel halkın tutumları incelenmiş ve ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları yapılmıştır.

Sırakaya-Türk vd'nin (2008: 417) araştırmasında, Kıbrıs ve Türkiye örneklerinden elde edilen veri doğrultusunda yapılan analizler sonucunda orijinal ölçekte yer alan 44 madde 33 maddeye düşmüştür. Kùltürler arası gerçekleştirilen bu çalışmada orijinalinde olduğu gibi yedi boyut belirlenmiş ve güvenilirlik ve geçerlilik sonuçlarına ulaşılmıştır. Yu vd'nin (2011: 60) Indiana, Orange County bölgesinde gerçekleştirilen çalışmasında orijinal SUS-TAS ölçeğinde yer alan 44 madde 27 maddeye indirilmiştir. Sırakaya-Türk ve Gursoy (2013: 601) Amerika'nın Güney Carolina eyaletinde 296 katılımcı üzerinde SUS-TAS ölçeğinin yordama geçerliliği üzerine bir araştırma yapmıştır. Sırakaya-Türk vd'nin (2008) geliştirdiği kısa versiyon ölçeği inceleyen araştırmacılar 7 boyutun sürdürülebilirlik öncesi tutumlar ile ilişkisini incelemiştir. Sürdürülebilirlik öncesi tutumlar ise, desteklemede sosyal protesto ve sürdürülebilirlik öncesince ekonomik destek olmak üzere iki alt boyutta incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre SUS-TAS ölçeğinin algılanan sosyal maliyetler ve çevresel sürdürülebilirlik boyutları, sürdürülebilirlik öncesi ekonomik destek boyutunu desteklememiştir. Dolayısıyla araştırmada sürdürülebilirlik öncesine karşı SUS-TAS ölçeğinin yordayıcılığının 5 boyut ve 20 ifade ile sınırlı olduğu tespit edilmiştir (Sırakaya-Türk ve Gursoy, 2013: 603). Riberio ve diğierleri (2014: 288) Cape Verde Adası'nda SUS-TAS ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre SUS-TAS ölçeği 7 boyut altında 34 madde ile desteklenmiştir.

Sırakaya-Turk ve Gursoy'a (2013: 601) göre bir ölçeğin yararlı bir araştırma aracı olarak değerlendirilmesinden önce çeşitli araştırmalar ile geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada SUS-TAS ölçeği Türkiye/Didim örnekleminde geçerli ve güvenilir midir araştırma sorusundan yola çıkılmıştır.

YÖNTEM

SUS-TAS ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasında değerlendirmek üzere Türkiye'nin önde gelen turistik destinasyonlarından biri olan Didim'de yaşayan yerel halktan veri elde edilmiştir. Didim, Altınkum, Apollon Tapınağı gibi doğal ve tarihi cazibe unsurları sayesinde hem yerli hem de yabancı turistler için önemli turistik destinasyonlardan biri olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bölgede yaşayan yerel halkın öncelikli gelir kaynaklarından birinin turizm gelirleri olması da örneklem bölgesinin Didim olarak belirlenmesinin gerekçelerinden biridir. SUS-TAS ölçeğinin test edilmesinde öncelikle orijinal ölçek İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve iki dili de bilen iki akademisyen tarafından kontrolleri sağlanmıştır. Bu kontrollerin sonrasında Türkçe bir anket formu oluşturulmuş ve deneme amaçlı 25 adet üniversite öğrencisinin bu anketleri doldurmaları sağlanmıştır. Bu uygulama sonucunda öğrenciler tarafından tam anlaşılamayan ifadeler yeniden düzenlenmiştir. Sonrasında sahaya çıkılarak katılımcıların anketörler aracılığıyla anketleri yanıtlamaları ile veri elde edilmiştir. Kasım-Aralık 2015 ayları arasında 10 adet üniversite öğrencisi katılımcılar ile yüz yüze görüşerek anketler doldurulmuştur. Süreç sonunda Hair, Black, Babin ve Anderson'ın (2014a: 10) yapısal eşitlik modellemesi için önerdiği en az 200 ve üzeri katılımcı sayısına ulaşılmış (305) bununla birlikte uygulanacak analizlerde kayıp verinin olmaması gerektiğinden (Hair vd., 2014a: 31) 30 adet anket eksik dolduruldukları gerekçesiyle geçersiz sayılarak analizlere dahil edilmemiştir. Sonuç olarak 275 adet anket üzerinden analizler yapılmıştır.

Anket Formunun Düzenlenmesi

Araştırmada Choi ve Sırakaya-Turk'ün (2005) geliştirdiği ve algılanan sosyal maliyetler (8 ifade), çevresel sürdürülebilirlik (9 ifade), uzun dönem planlama (7 ifade), algılanan ekonomik yararlar (7 ifade), toplum merkezli ekonomi (5 ifade), ziyaretçi memnuniyeti sağlama (4 ifade) ve toplum katılımını maksimize etme (4 ifade) olmak üzere 44 ifade ve 7 boyuttan oluşan Sürdürülebilir Turizm Tutum (SUS-TAS) ölçeği kullanılmıştır. Ankette yer alan tüm ifadeler alanyazında sıklıkla kullanılan tutum ölçeklerinden biri olan 5'li Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum). Aynı zamanda

ankette katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler de yer almıştır.

BULGULAR

Araştırmada kullanılan SUS-TAS ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik değerlendirmesinde açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizlerinden (DFA) yararlanılmıştır. Birçok ifadenin kontrol edilebilmesinde yani verinin azaltılmasında açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmaktadır (Yap ve Khong, 2006: 593). Açıklayıcı faktör analizine benzetmekle birlikte felsefi açıdan ayrılan doğrulayıcı faktör analizi, yapıdaki değişkenlerin ne kadar iyi olduğunu test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Teorik anlamda belirtilen boyutların gerçekliği ne kadar yansıttığının belirlenmesinde kullanılan doğrulayıcı faktör analizi ile önceden oluşturulan bir teorinin kabul edilmesi ya da reddedilmesi sağlanmaktadır (Hair vd., 2014a: 603). Didim örnekleminde elde edilen veri aracılığıyla SUS-TAS ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin yapılmasında SPSS 18 VE AMOS 20 paket programlarından yararlanılmıştır.

Katılımcılara ait demografik verinin değerlendirilmesinde frekans analizinden yararlanılmıştır. Genel olarak bir değerlendirme yapıldığında katılımcıların çoğunun erkek, genç ve üniversite eğitime sahip bireylerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Katılımcılara ait detaylı bilgiler aşağıda verilmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcı Profili

Demografik Değişkenler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	116	42.2
	Erkek	159	57.8
Yaş	20 ve altı	59	21.5
	21-30	90	32.7
	31-40	58	21.1
	41-50	42	15.3
	50 ve üzeri	26	9.5
Eğitim	İlköğretim	41	14.9
	Lise	91	33.1
	Önlisans	112	40.7
	Lisans	27	9.8
	Lisansüstü	4	1.5
Meslek	Turizmle İlgili	117	42.5
	Turizm Dışı	158	57.5

Açıklayıcı faktör analizi kapsamında KMO ve Barlett's test değerleri, ifadelerin faktör yükleri incelenmiştir. Faktör yükü 0.50 ve üzeri değerde olan ifadelerin (Hair vd., 2014a: 115) ilgili ölçeğe ait olduğuna karar verilmiş, bu rakamın altında kalan ifadeler analizden çıkartılarak

diğer ifadeler yeniden değerlendirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizisönucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

FAKTÖRLER VE FAKTÖRLERE AİT İFADELER	FAKTÖR YÜKLERİ	<i>α</i>
<i>ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</i>		,857
Doğanın çeşitliliğine değeri verilmeli ve doğa korunmalıdır.	,732	
Turizm çevreyi korumalıdır.	,827	
Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.	,807	
Toplum çevresi şu anda ve gelecekte de korunmalıdır.	,789	
Turizmde söz sahibi olanlar çevresel koruma için çabalarını artırmalıdır.	,697	
<i>UZUN DÖNEM PLANLAMA</i>		,790
Başarılı bir turizm yönetiminin ileri seviyede bir planlama gerektirdiğine inanıyorum.	,692	
Turistik gelişimin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.	,788	
Turizm geliştirme planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	,757	
Turizm endüstrisi gelecek için planlanmalıdır.	,738	
<i>TOPLUM MERKEZLİ EKONOMİ</i>		,681
Turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgedeki toplumdan sağlanmalıdır.	,798	
Bölgede yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	,839	
<i>ALGILANAN EKONOMİK YARARLAR</i>		,767
Turizmin yerel halkın ekonomik durumu için faydalı olduğuna inanıyorum.	,739	
Turizm, yerel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	,745	
Topluma yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.	,671	
Turizm yerel hükümetin vergi gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.	,728	
<i>ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ SAĞLAMA</i>		,778
Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	,827	
Turizm endüstrisi ziyaretçilerine iyi kalitede turistik deneyimler sağlamalıdır.	,771	
Ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	,779	
<i>TOPLUM KATILIMINI MAKSİMİZE ETME</i>		,691
Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın toplumdaki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.	,769	
Turizmi geliştirme yönetimine toplumdaki tüm bireyler tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.	,787	
Bölgede yaşayanlara turizmi geliştirme ile ilgili yönetime dahil olma fırsatı sunulmalıdır.	,704	
<i>ALGILANAN SOSYAL MALİYETLER</i>		,681
Turizmin gelişmesi nedeniyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı.	,830	
Yaşadığım yerdeki boş zaman kaynakları (etkinlikleri) turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır.	,849	

Açıklayıcı faktör analizi sonrasında verideki 23 madde ile doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi kapsamında öncelikli olarak ölçeğin uygunluğunu belirlemek amacıyla uyum iyiliği indeksleri değerlendirmeye alınmıştır. Hair vd’ye (2014a: 576) göre uyum iyiliği indeksleri, öngörülen model ile veri arasındaki uygunluğu değerlendiren bir ölçüttür. Bu doğrultuda yazarlar tarafından mutlak uyum

indeksleri (GFI, RMR ve RMSEA), artırmalı uyum indeksleri (NFI, CFI ve RFI) ile özlük uyum indeksleri (PNFI ve AGFI) şeklinde bir sınıflandırma gerçekleştirilmektedir. Söz konusu uyum iyiliği indekslerine yönelik önerilen eşik değerler Tablo 3'te gösterilmektedir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008).

Tablo 3. Uyum İyiliği İndeksleri Eşik Değerleri

Uyum İyiliği İndeksi	Eşik Değerler
RMSEA	0,08 ve altı
GFI	0,90 ve üzeri
AGFI	0,90 ve üzeri
RMR	0,05 ve altı
NFI	0,90 ve üzeri
CFI	0,95 ve üzeri
RFI	0,90 ve üzeri
PNFI	0,90 ve üzeri

Modelin uyum iyiliği indeksinin değerlendirilmesinde ki-kare (χ^2) değerinin serbestlik derecesine (df) oranı da incelenmiştir. Alan yazında χ^2/df oranının 3 ve altı değerinde olmasının kabul edilebilir bir uyuma sahip olduğu değerlendirilmiştir (Riberio vd., 2014: 287).

Doğrulamalı faktör analizi bulguları söz konusu 23 ifadeyi desteklememiştir. Bu noktada Hair vd'nin (2014a: 618) önerdiği üzere faktör yükü 0.50'nin altında kalan ifadeler ölçekten çıkarılmış ve uyum iyiliği indeksleri yeniden incelenmiştir. Analiz sonucunda ölçekteki uyum iyiliği indekslerinin önerilen eşik değerlere ulaştığı gözlemlenmiştir (Tablo 4).

SUS-TAS ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasında izlenen sonraki yol yapı geçerliliğine yönelik olmuştur. Yapı geçerliliği bir ölçeğin gerçekte ne ölçtüğü ile ilgilidir (Reisinger ve Mavondo, 2007: 47). Yapı geçerliliği, uyum geçerliliği, ayırıcı geçerlilik, yüzey geçerliliği ve nomolojik geçerlilik olmak üzere dört alt grupta incelenmektedir (Hair vd., 2014a: 618). Yüzey geçerliliği ve nomolojik geçerliliğin ölçülmesi benzer şekilde gerçekleşmektedir (Hair vd., 2014a: 620). Bu çalışmada her iki geçerliliğin belirlenmesinde ölçeğin, turizm alanında uzman akademisyenler tarafından incelenmesi sağlanmıştır (Sırakaya-Türk vd., 2008: 416). Ayrıca anketin uygulanmasında önce üniversite öğrencileri üzerinde yapılan ön araştırma da yüzey geçerliliğinin sağlanmasında kullanılmıştır.

Tablo 4. Orijinal Model ve Önerilen Modelin Uyum İyiliği İndeksleri

				Mutlak Uyum İndeksleri				Artırmalı Uyum İndeksleri				Özlük Uyum İndeksleri		
	χ^2	df	χ^2/df	GFI	RMR	RMSEA		AGFI	NFI	PNFI		CFI	IFI	RFI
Orijinal Model	329,303 (p=,000)	209	1,576	,906	,024	,046		,876	,855	,706		,940	,942	,825
Önerilen Model	157,172 (p= ,000)	114	1,379	,972	,018	,037		,909	,906	,675		,972	,972	,874

Not: GFI: Goodness of Fit Index, RMR: Root Mean Square Residual, RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation, AGFI: Adjustment Goodness of Fit Index, NFI: Normed Fit Index, PNFI: Parsimony Normed Fit Index, CFI: Comparative Fit Index, IFI: Incremental Fit Index, RFI: Relative Fit Index

Tablo 5. Ölçeğe Yönelik Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER	FAKTÖR YÜKLERİ	α	CR	AVE
ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK		0,857	0,859	0,550
Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve doğa korunmalıdır.	,716			
Turizm çevreyi korumalıdır.	,833			
Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.	,745			
Toplum çevresi şu anda ve gelecekte de korunmalıdır.	,707			
Turizmde söz sahibi olanlar çevresel koruma için çabalarını artırmalıdır.	,700			
UZUN DÖNEM PLANLAMA		0,743	0,746	0,594
Turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	,772			
Turizm endüstrisi gelecek için planlanmalıdır.	,770			
ALGILANAN EKONOMİK YARARLAR		0,689	0,690	0,527
Turizmin yerel halkın ekonomik durumu için faydalı olduğuna inanıyorum.	,701			
Turizm, yerel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	,750			
ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ SAĞLAMA		0,778	0,784	0,548
Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	,787			
Turizm endüstrisi ziyaretçilerine iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	,756			
Ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	,674			
TOPLUM KATILIMINI MAKSİMİZE ETME		0,702	0,722	0,568
Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın toplumdaki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.	,665			
Turizmi geliştirme yönetimine toplumdaki tüm bireyler tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.	,833			
ALGILANAN SOSYAL MALİYETLER		0,681	0,685	0,522
Turizmin gelişmesi nedeniyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı.	,777			
Yaşadığım yerdeki boş zaman kaynakları (etkinlikleri) turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır.	,664			
TOPLUM MERKEZLİ EKONOMİ		0,681	0,690	0,530
Turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgedeki toplumdan sağlamalıdır.	,804			
Bölgede yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	,643			

Ölçeğin uyum geçerliliğinin test edilmesinde öncelikli olarak ifadelerin faktör yükleri incelenmiştir. Alan yazında faktör yüklerinde ideal olanın 0.7 ve üzeri olduğu ifade edilmekte ancak 0.5 ve üzeri değerlerin de yeterli olacağı belirtilmektedir (Hair vd., 2014a: 618). Tablo 5'te görüldüğü üzere ölçekte yer alan tüm ifadelerin faktör yükleri 0.6 ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesinde alan yazında sıklıkla ele alınan Cronbach's Alpha değerleri incelemeye alınmıştır. Cronbach's Alpha değerlerinin alan yazında da önerildiği üzere 0.60 ve üzeri olmasına dikkat edilmiştir (Hair v., 2014a:

90).Cronbach's Alpha'nın yanı sıra özellikle YEM kullanılan araştırmalarda Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt (2014b: 101) birleşik güvenilirliğin de (CR) ölçülmesini önermektedir. CR değerinde önerilen eşik değer 0.70 ve üzeri olmakla birlikte 0.60 ve üzeri değerlerin de kabul edilebilir bir düzey olduğundan söz edilmektedir (Hair vd., 2014a: 618). Bu çalışmada, ölçekteki her bir yapının Cronbach's Alpha ve CR değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir (Tablo 5).

Ölçeğin uyuşum geçerliliğinin değerlendirilmesinde AVE değerleri ele alınmıştır. AVE değerlerinin 0.50 ve üzerinde olması ölçeğin uyuşum geçerliliğine işaret etmektedir. Bu araştırmada yer alan boyutların uyuşum geçerliliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür (Tablo 5).

Orijinal SUS-TAS ölçeğinin Didim örnekleminde geçerlilik ve güvenilirlik testinin yapıldığı bu çalışmada yapının ayırıcı geçerliliğinin belirlenmesinde Bagozzi, Yi ve Philips'in (1991) önerdiği analiz tekniği kullanılmıştır. Buna göre yapıdaki AVE karekök değerlerinin korelasyon değerlerinden yüksek olması aynı zamanda değerlerin 0.90'dan düşük olması gerekmektedir. Bu araştırmada AVE karekök değerlerinin 0.90'dan düşük olduğu ve yapılar arasındaki korelasyon değerlerinin de AVE karekök değerlerinden düşük olduğu tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Tanımlayıcı İstatistikler, Korelasyon ve AVE karekök Değerleri

	\bar{x}	σ	ASM	ÇS	UDP	AEY	ZMS	TKM	TME
ASM	2.165	,783	0,72						
ÇS	4.645	,437	,041	0,74					
UDP	3.340	,548	-,070	,283	0,77				
AEY	4.383	,575	-,172	,327	,360	0,72			
ZMS	4.426	,540	-,067	,370	,276	,282	0,74		
TKM	3.958	,703	-,265	,145	,209	,191	,207	0,75	
TME	4.194	,633	-,155	,208	,253	,310	,214	,295	0,72

\bar{x} : Aritmetik ortalama, σ : Standart sapma, \sqrt{AVE} değerleri diyagonal ve kalın olarak belirtilmiştir.

SONUÇ

Hizmet sektörü içinde turizm endüstrisinin, ülkelerin ekonomiden sosyo-kültürel gelişmişliğine kadar birçok alanda katkı sağladığı görülmektedir. Bununla birlikte endüstrinin getirdiği olumsuz unsurların özellikle uzun vadedeki etkilerinin tartışılması yine turizm endüstrisinin geleceği açısından önem taşımaktadır. Bu aşamada sürdürülebilirlik kavramının kitle turizmi de dahil olmak üzere turizm endüstrisinde yer alan tüm turizm türlerine uyarlanabilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik felsefesi çerçevesinde turistik etkinliklerin

destinasyondaki ekonomiye, sosyo-kültürel yapıya ve doğal çevreye etkileri incelenmektedir. Tüm bu etkilerin destinasyonda yaşayan yerel halktan soyutlanması beklenemez.

Turizm endüstrisinin önde gelen paydaşlarından biri olarak yerel halk, turizm endüstrisinin faaliyetlerinden etkilenmektedir. Aslında bu etkilenme iki yönlü olmaktadır. Yerel halk turistik etkinliklerden olumlu yararlar elde etmekte ve olumsuz unsurlarından zarar görmekte; yerel halkın bu etkiler karşısında gelişen tutumu ise destinasyondaki turistik faaliyetleri etkilemektedir. Özellikle turistlerin destinasyondaki kabulünde önemli bir rolü olan yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik olumlu bir tutuma sahip olması gerek kendilerine gerekse resmi ve gayri resmi olmak üzere tüm kuruluşlara yarar sağlamakta aynı zamanda turistlerin tatillerini kolaylaştırmaktadır.

Konunun öneminin farkında olarak alan yazında yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumunu incelemek için ölçüm araçları geliştirilmiştir. Bu konudaki ilk girişimi gerçekleştiren Choi ve Sırakaya-Turk 2005 yılında sürdürülebilir turizm tutum ölçeğini ortaya koymuştur. Zaman içerisinde ölçeğin çeşitli araştırmacılar tarafından güvenilirlik ve geçerlilik çalışmalarının yürütüldüğü görülmektedir. Bu çalışmada orijinal SUS-TAS modelinin farklı bir zamanda ve yerde olmak üzere Didim yerel halk örneğinde geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmış ve söz konusu çalışmalara ek olarak SUS-TAS ölçeğinin zenginleştirilmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Geliştirilen bir ölçeğin başka bir kültüre uyarlanması geçerlilik ile ilgili kayıpların olması muhtemeldir. Bir kuramın değerlendirilmesinde geçerli bir ölçeğin kullanılması kritik bir öneme sahiptir. Dolayısıyla SUS-TAS ölçeğinin geçerlilik çalışmaları hem sürdürülebilir turizmle ilgili analizlerde turizm akademisyenlerine yardımcı olmakta hem de turizm politikaları ile ilgilenen tüm örgütlere sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik yerel halkın tutumunun değerlendirilmesinde katkıda bulunmaktadır (Sırakaya-Turk vd., 2008: 415). Bu çalışma ile Choi ve Sırakaya-Turk'ün, 2005 yılında geliştirmiş oldukları SUS-TAS ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları genişletilmektedir.

Araştırma bulguları yedi boyuttan oluşan SUS-TAS modelinin geçerli olduğunu kanıtlamaktadır. Beraberinde 44 ifadeye sahip olan SUS-TAS ölçeği Didim örneğinde 18 ifade ile desteklenmiştir. Dolayısıyla bulgular doğrultusunda SUS-TAS ölçeği bir turizm destinasyonun yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumlarının değerlendirilmesinde yararlı bir ölçüm aracı olarak ifade edilebilir. Sonucun önceki araştırmalar ile örtüştüğünü söylemek mümkündür (Sırakaya-Turk vd., 2008; Yu vd., 2011; Riberio vd., 2014; Sırakaya-Turk ve Gursay, 2013). Söz konusu bulgular turizmde

sürdürülebilir ilkelerin benimsenmesi noktasında Didim’de yer alan destinasyon yöneticilerine ve yasa düzenleyicilere bir görüş sağlaması açısından önemlidir. Yasa düzenleyicileri ve destinasyon yöneticileri, SUS-TAS ölçeği aracılığıyla yerel halkın turizmin sürdürülebilirliği ile ilgili tutumlarına yönelik daha iyi bir anlayış geliştirebilirler.

KAYNAKÇA

- BARDAKOĞLU, Ö.. (2014),Sürdürülebilir Turizm ve Planlama, içinde Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar (Ed. Metin Kozak), Ankara: Detay Yayıncılık.
- BİRLEŞMİŞ MİLLETLER ÇEVRE PROGRAMI (2009), Sustainable coastal tourism, An integrated planning and management approach, United Nations Environment Programme.
- BAGOZZI, R. P., YI, Y. ve PHILLIPS, L. W. (1991), Assessing construct validity in organizational research, *Aministrative Science Quartely*, 36(3), 421-458.
- CHOI, H.C. ve SIRAKEYA-TURK, E. (2005), Measuring residents’ attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale, *journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- DYER, P., GURSOY, D., SHARMA, B. ve CARTER, J. (2007), Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia, *Tourism Management*, 28, 409-422.
- HAIR, J. F., BLACK, W.. C., BABIN, B. J. ve ANDERSON, R. E. (2014a), *Multivariate Data Analysis*, Pearson New International Edition, Seventh Edition, England.
- HAIR, J. F., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M. ve SARSTEDT, M. (2014b), *A Primer On PartialLeast Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage Publications Inc., California.
- HOOPER, D., COUGHLAN, J., ve MULLER, M. (2008), Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit, *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- GURSOY, D., JUROWSKI, C. ve UYSAL, M. (2002), Resident attitudes a structural modeling approach, *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- GURSOY, D. ve RUTHERFORD, D. G. (2004), Host attitudes toward tourism an improved structural model, *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- KO, D. ve STEWART, W. P. (2002), A structural equation model of residents’ attitudes for tourism development, *Tourism Management*, 23, 521-530.
- KOZAK, M.A. ve BAHÇE, A. S.(2009),*Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- LINDBERG, K.. ve JOHNSON, R. L. (1997), Modeling resident attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- REISINGER, Y. ve MAVONDO, F. (2007), Structural equation modeling, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(4), 41-71.
- RIBERIO, M.A., SILVA, J.A. ve VALLE, P.O. (2014), Measuring residents’ attitude towards sustainable tourism: the validity of sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in Cape Verde islands, *TTRA International Conference: Tourism and the New Global Economy*, 282-294.
- SIRAKEYA-TURK, E., EKİNCİ, Y. ve KAYA, A.G. (2008), An examination of the validity of SUS-TAS in cross-cultures, *Journal of Travel Research*, 46,414-421.
- SIRAKEYA-TURK, E. (2008), Concurrent vaidity of the sustainable tourism attitude scale, *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1081-1084.
- SONUÇ, N. (2014), Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği., Metin Kozak (Editör), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara:Detay Yayıncılık. ss.14-28.
- SIRAKEYA-TURK, E. ve GURSOY, D. (2013), Predictive validity of the sustainable tourism attitude scale-SUSTAS, *Tourism Analysis*, 18(5), 601-605.

- TOSUN, C. (1998), Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey, *Tourism Management*, 19(6), 595-610.
- UNWTO (2016), Sustainable Development of Tourism <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> Erişim tarihi: 30.01.2016
- YAP, B.W. ve KHONG, K.W. (2006), Examining the Effects of Customer Service Management (CSM) on Perceived Business Performance via Structural Equation Modelling, *Applied Stochastic Models in Business and Industry*, c. 22, ss. 587-605.
- YU, C.P., CHANCELLOR, H. C. ve COLE, S.T. (2011), Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: a reexamination of the sustainable tourism attitude scale, *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.
- ZHANG, Y., COLE, S.T. ve CHANCELLOR, C.H. (2014), Facilitation of the SUS-TAS application with parsimony, predictive validity, and global interpretation examination, *Journal of Travel Research*, 1-14.

DENEYİMSEL PAZARLAMANIN HALK BİLİMİ ÜRÜNLERİNDE KULLANIMI: YAŞAYAN MÜZE ÖRNEĞİ

Ali TÜRKER¹

Gülay ÖZALTIN TÜRKER²

ÖZET

Tüketicilere satın alma süreçlerinde yaşatılacak deneyimleri ne kadar olumlu ve ne kadar farklı olursa, tüketicinin satın aldığı üründen tatmin düzeyi ve o ürünü yakınlarına tavsiye düzeyi o derece artacaktır. Özellikle turizm ürünleri gibi soyut unsurların yoğunlukta olduğu sektörlerde bu durumun etkisi artmaktadır. Halk bilimi ürünleri de somut olmayan unsurların ağırlıkta olduğu ürünlerdir. Halk bilimi, bu ürünlerin araştırılması, derlenmesi, korunması ve gelecek nesillere aktarılmasını hedeflemektedir. Ankara İli'nin Beypazarı İlçesinde kurulan 'Yaşayan Müze', bu amaçları ziyaretçilere deneyimler yaşatarak sergilemektedir. Söz konusu yöntemin turizmde de kullanılması durumunda hem Türk Halk Kültürü ürünlerinin tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılması söz konusu olacak, hem de turistlere yaşatılacak farklı deneyimlerle ziyaretçi memnuniyeti artırılmış olacaktır. Bu çalışma kavramsal bir çalışma olup 'Yaşayan Müze' örneğinin turizm literatürüne kazandırılması ve sektörde yaygınlaştırılmasının tartışmaya açılmasını amaçlamaktadır. Bu amaçla, öncelikle deneyim pazarlaması, halk bilimi ve somut olmayan kültürel miras unsurlarından bahsedilmiş; daha sonra 'Yaşayan Müze' örneği incelenmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde 'Yaşayan Müze' örneğinin turizmde yaygınlaştırılmasının önemi ve yöntemleri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Deneyim Pazarlaması, Halk Bilimi, Somut Olmayan Kültürel Miras, Yaşayan Müze.

GİRİŞ

Günümüzde tüketiciler satın alma davranışı sergilerken; fiyat, fayda, değer gibi rasyonel beklentilerin yanı sıra duygusal beklentiler içerisinde de girmektedirler. Bu bağlamda, işletmelerin kendilerine sundukları somut faydaların yanı sıra güzel duygular yaşatmaları, değerli anılar sağlamalarını da beklemektedirler (Walls vd.,2011). Modern pazarlama yaklaşımında bu beklentilerin müşterilere yaşatılacak olumlu deneyimlerle karşılanabileceği düşünülmektedir. Müşterilere yaşatılacak; duyuşsal, duygusal, bilişsel fiziksel ve sosyal deneyimler onların satın aldıkları ürüne ilişkin olarak olumlu duygular geliştirmelerini sağlayacak ve müşteri memnuniyetini arttıracaktır. Özellikle turizm gibi somut olmayan ürünlerin ağırlıkta olduğu sektörlerde deneyimsel pazarlamanın önemi de artmaktadır.

¹ Yrd.Doç.Dr.,Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca MYO, aturker@mu.edu.tr

² Öğr.Gör.Dr.,Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca MYO, gozaltin@mu.edu.tr

Halk bilimi, belli bir bölge, ülke veya daha geniş bir alanda geleneksel kültürün araştırılması, incelenmesi ve yaşatılarak genç kuşaklara aktarılmasını konu edinen bir bilim dalıdır (Ekici, 2013b). Halk bilimi ürünleri bir toplumun kültürel değerlerinden oluştuğu için somut ve somut olmayan unsurlar içermektedir. Halk bilimi ürünlerinin sergilenmesinde kullanılan etnografya müzeleri gerek ülke halkı ve gerekse turistlere Türk halk kültürü ürünlerinin aktarılmasında önemli bir rol oynamakla birlikte özellikle somut olmayan kültürel miras unsurlarının sergilenmesinde klasik müze ve sergileme anlayışı yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliği ortadan kaldırmayı amaçlayan Yaşayan Müze, 2007 yılında Ankara'nın Beypazarı ilçesinde kurulmuştur. Müzede, canlandırma, tiyatro, anlatıcı kullanma gibi uygulamalara somut ve somut olmayan kültürel miras ürünleri ziyaretçilere aktarılmaktadır.

Yaşayan müzede gerçekleştirilen sunum teknikleri pazarlama perspektifinden incelendiğinde yapılan uygulamanın aslında bir 'deneyimsel pazarlama' uygulaması olduğu görülmüştür. Müze ziyaretçilerine halk kültürü ürünleri deneyimlerle yaşatılmaya çalışılmakta bu sayede aktarılan bilgilerin kalıcı olması ve ağızdan ağza aktarımlarla yaygınlaştırılması amaçlanmaktadır. Yaşayan müze örneğinden hareketle halk bilimi ürünlerinin turizmde kullanılması için farklı destinasyonlarda benzer yöntemlerin uygulanabileceği düşünülmektedir. Kurulabilecek 'Yaşayan Müze' benzeri örneklerin işletme, yönetim ve pazarlama problemlerine ilişkin çalışmalar yapılarak bu kuruluşların sürdürülebilirliğinin sağlanması ve bu sayede Türk halk kültürü ürünlerinin sürekliliği ve yaygınlaşmasının önün açılması gerektiği düşünülmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Deneyimsel Pazarlama

Literatürde yer alan farklı kaynaklar deneyim kavramını farklı açılardan tanımlamaktadır. Örneğin Aho (2001) deneyimi, bireylerin katıldıkları etkinliklerden edindikleri mantıklı, duygusal ve duyuşal edinimler toplamı olarak tanımlarken Oh ve diğerleri (2007) ise; eğlenceli, ilgi çekici ve unutulmaz tüketim hatıraları olarak tanımlamıştır. Bireyin yaşamışlıkları olarak ifade edilebilecek deneyimde niceliksel değerlerden çok niteliksel değerler ön plana çıkmaktadır (Mannell, 1984). Deneyim kavramı, pazarlama açısından ele alındığında; tüketiciler tarafından eşsiz, unutulmaz, sürdürülebilir, anlatılarak tekrarlanan ve ağızdan ağıza tanıtımının yapılabileceği yaşantılar olarak ifade edilmektedir (Pine ve Gilmore, 1998 aktaran: Oral ve Çelik Yetim, 2014).

Deneyim kavramı müşteri katılımı ve çevresel ilişkiler olmak üzere iki boyut altında değerlendirilmektedir. Müşteri katılımı; işletmelerin müşterilere sundukları deneyimlere, müşterilerin aktif ya da pasif olarak katılımlarını ifade ederken çevresel ilişki ise deneyim ile müşterinin bir bütün oluşturmalarını ifade etmektedir (Tümer Kabadayı ve Koçak Alan, 2014). Bu bağlamda hizmetler gibi somut olmayan, tüketicinin ödediği ücret karşılığında neye sahip olacağı konusunda zihninde net bir resmin canlanmasının zor olduğu ve satın alma davranışı sonunda olumlu ya da olumsuz tavsiyede bulunurken somut görünümün aktarılamayacağı ürünlerde deneyimsel pazarlamanın önemi artmaktadır.

Deneyim kavramını pazarlama boyutu ile literatüre katan ilk isim Schmitt'tir (Uygur ve Doğan, 2013: 34). Schmitt (1999) geleneksel pazarlama anlayışında tüketicilerin rasyonel kararlar veren kişiler olarak kabul edildikleri ancak tüketicilerin fiyat, özellik, fayda gibi unsurların yanı sıra deneyimler karşılığında da satın alma davranışı gerçekleştirebildiklerini vurgulamaktadır. Araştırmacı, işletmelerin tüketiciler için eşsiz deneyimler yaratması halinde rakipleri karşısında pazarlama açısından avantaj sağlayacaklarını ifade etmektedir. *'Schmitt, dünyayla ilgili tüm kavrayışımızın 5 duyumuz aracılığıyla gerçekleşmekte olduğunu ifade etmektedir. Duyularımızın bizi, değerlerimizi, duygularımızı ve heyecanlarımızı depoladığımız belleğimizle birleştirdiğini, belleğimizin biz doğar doğmaz malzeme biriktirmeye başladığını ve bu malzemelerin aynen hareketli, kaygan bir sıvı gibi sürekli yeniden tanımlandığını ve yorumlandığını ifade etmektedir. Schmitt, mis gibi taze kurabiye kokusunun bizi zaman tüneline hızla çocukluğumuza "götürdüğünü"; belleğimizde izleri olan bir müziğin, çok uzaklardan gelse de, o an etraftaki tüm sesleri aşır iç dünyamıza ulaştığını ve bizi hüzünlendirip neşelendirdiğini söylemektedir'* (Aktaran, Uygur ve Doğan, 2013: 34). Tüketicilere unutulmaz deneyimlerin yaşatılması da bireyler üzerinde benzer bir etki yaratacak ve yaşanan deneyim sonrasında 'unutulmaz hatıralar' özlemle anılacaktır. Bu sayede özellikle memnuniyet derecesi yüksek müşterilerin tekrar satın alma ve çevrelerine olumlu ağızdan ağıza iletişim gerçekleştirme eğilimleri artacaktır.

Deneyimsel pazarlamanın; (1) duyuusal deneyim, (2) duygusal deneyim, (3) bilişsel deneyim, (4) fiziksel deneyim ve (5) sosyal deneyim olmak üzere toplam beş türü bulunmaktadır (Nagasawa, 2008). Duyusal deneyim, bireyin beş duyu organı ile algılarında deneyim yaratılmasını ifade etmektedir. Farklı bir koku, yeni bir tat, değişik bir dokunma hissi gibi yaratılan deneyim türleri duyuusal deneyime örnek verilebilir. Duygusal deneyim ise; tüketicilerin ürüne ilişkin olumlu duygusal deneyimler ve güçlü duygular edinmelerinin sağlanmasıdır. Duygusal deneyimlerin doğru yönetilebilmesi için hangi deneyimlerin

tüketicilerde hangi duyguları yaratacağının iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Yu ve Ko, 2012). Yaratıcılığa ve bilişsel fonksiyonlara yönelik entelektüel deneyimler (Nagasawa, 2008) olarak tanımlanan bilişsel deneyimde, tüketicilerin problem çözme konusunda deneyim edinmesi amaçlanmaktadır (Schmitt, 2003). Fiziksel deneyimlerle tüketicilerin aktif deneyimler edinmesi amaçlanmakta, davranış ve yaşam tarzlarında değişiklikler yaratılmaya çalışılmaktadır (Schmitt, 1999). Sonuncu deneyim türü olan sosyal deneyim ise ürün ile tüketici arasında bir bağ kurmayı amaçlamaktadır. Aynı ürünün kullananların oluşturduğu topluluklar gibi örneklerle tüketicilerin sosyal ve kültürel gruplara yönelik ilişkisel deneyimler kazanması amaçlanmaktadır (Schmitt, 2003).

Deneyimsel pazarlamanın turizm açısından önemine ilişkin gerek ulusal ve gerekse uluslararası alanda özellikle son yıllara farklı çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin, Uygur ve Doğan (2013) restoranlar üzerine yaptıkları araştırmada, deneyimsel pazarlamanın müşteri memnuniyeti üzerine etkilerini incelemişlerdir. Araştırmacılar, deneyimsel pazarlamanın müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi bulunduğu sonucuna varmışlardır. Papatya ve diğerleri (2013) ise dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri müşterileri üzerine gerçekleştirmiş oldukları çalışmada deneyimsel pazarlama sonucu müşteride yaratılan deneyimsel değerin önemi üzerinde durmuşlardır. Festivaller gibi farklı bir turizm ürünü üzerinde araştırma yapan Chen vd. (2011) ise deneyimsel değeri etkileyen en önemli faktörlerden birinin müşteri profili olduğu sonucuna varmışlardır. Literatürde deneyimsel pazarlamanın ağızdan ağza iletişim üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir çalışmaya ulaşılammıştır. Ancak olumlu deneyimler yaşayan turistlerin bu deneyimlerini aktarma eğiliminde de daha çok istekli olacakları düşünülmektedir.

Halk Bilimi ve Somut Olmayan Kültürel Miras

Geçmişten geleceğe sözle ve/veya davranışla icra edilen, her icrada yeniden şekillenebilen, zamana, mekana, insana göre uyarlanabilen gelenekli kültür ürünleri ile bu ürünleri inceleyen bilim dalının gelen adı (Durbilmez, 2013: 104) olarak tanımlanan ‘folklor’, literatürde ilk defa 1846’da William J. Thoms tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Ekici, 2006: 2). İngilizce kökenli olan ‘folklor’ terimi; halk (folk) ve bilim (lore) kelimelerinden oluştuğu için Türkçe literatürde ‘halk bilimi’ kavramı ile karşılığını bulmuştur. Halk Bilimi ilk defa 19.yy başlarında ortaya çıkmıştır. Halk kavramı bu dönem Avrupa’sında, ilkel olarak adlandırılan topluluklar ile toplumun içinde kendini medeni olarak tanımlayan kesim arasında kalan, şehirlere yakın yerlerde/taşrada yaşayan ve nüfusun büyük çoğunluğunu oluşturan kesimi

tanımlamak için kullanılmıştır (Ekici, 2013a: 1-10). Bu nedenle halk bilimi de ilk olarak ‘ilkel insanların yaşam tarzlarını izleme’ olarak ortaya çıkmıştır.

19.yy’ın ortalarından itibaren ortaya çıkan milliyetçilik akımı ile birlikte ise halk biliminin sık sık bu akıma hizmet amacıyla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu dönemde halk bilimi, ulusal kültürün kurulması, ulusal ruhun canlandırılması ve korunması gibi amaçlar gütmüştür (Çamkara, 2010: 85-86). Halk biliminin ilk dönemi olarak adlandırılabilen bu dönem içerisinde, milli bilinç oluşturma çabası içerisinde giren toplumlar kültürel kökenlerine ulaşabilmek için destanlar ve masallar başta olmak üzere halk bilimi ürünlerini derlemiş, incelemiş ve bu derlemeleri yaparken de şehirde yaşayanlara göre daha az bozulduklarına inandıkları kırsal kesimleri kendilerine araştırma alanı olarak belirlemişlerdir. Böylece halkbilim ortaya çıktığı ilk dönemde köyde yaşayan ve ‘halk’ olarak nitelendirilen toplumların edebi ürünlerini, gelenek ve göreneklerini, el sanatlarını, mutfaklarını, çeşitli inanmalarını, festival ve kutlamalarını, vb. halk bilgisi ürünlerini derleyip inceleyen bir bilim haline gelmiştir (Ekici, 2013a).

Yirminci yüzyıla gelindiğinde ise toplumlarda köyden kente göçün de hızlanması ile birlikte yeni bir yaşam tarzının ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir. Sosyal yaşam, ekonomik koşullar, toplumun coğrafi dağılımı gibi durumların değişmesi ile birlikte ‘halk’ kavramına da yeni bir bakış açısı geliştirmek gerekmiştir. 20 yy ile birlikte ‘halk’ terimi en azından ortak bir faktörü paylaşan herhangi bir insan grubunu ifade eder şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Ortak faktör; dil, din, meslek vb. gibi toplumu birbirine bağlayan herhangi bir şey olabilir. Modern ‘halk’ tanımında asıl önemli olan ‘halk’ olarak nitelendirilen insan topluluğunun kendine ait kabul ettiği geleneklere sahip olmasıdır (Dundes, 2006: 10). Halk kavramına getirilen bu yeni tanımla birlikte coğrafi ve sınıfsal sınırlamalardan kurtarılan halk bilimi, kendine kültürün her alanında çalışma sahası bulmuştur (Türker vd., 2015: 362).

Halk bilimi, bir ülke ya da belirli bir bölge halkına ilişkin maddi ve manevi alanlardaki kültürel ürünleri konu edinen, bunları kendine özgü yöntemlerle derleyen, sınıflandıran, çözümleyen, yorumlayan ve son aşamada bir birleşime vardırmayı amaçlayan bir bilim dalıdır (Örnek, 1995: 15). Halk bilimi konuları içerisinde; (1) yerleşim biçimi, üretim/tüketim biçimi vb. İnsan-Doğa İlişkileri; (2) İletişim, aile/akrabalık türleri, inançlar, hukuk, edebiyat, sanat gibi İnsan-İnsan/Toplum ilişkileri ve (3) doğum/ölüm/sünnet/evlenme törenleri, bayramlar vb. toplumda kalıplaşmış düzenli ilişkiler yer almaktadır (Balaman, 1983; Baykurt, 1976; Boratav, 1969). Ancak günümüzde geline nokta halk bilimi, halka ait kültürel unsurların tespit edilmesi, derlenmesi ve korunmasından biraz daha farklı bir boyut kazanmıştır.

Günümüzde halk bilimi; belli bir bölge, ülke veya daha geniş bir alanda geleneksel kültürün araştırılması, incelenmesi ve yaşatılarak genç kuşaklara aktarılmasını konu edinen bir bilim dalıdır (Ekici, 2013b). Tanımda da görüldüğü gibi günümüzde halk biliminin bir diğer önemli amacı da kültürel unsurların yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılmasıdır.

Halk biliminin temel konusu, halkın sahip olduğu kültürel değerlerdir. Bu değerlerin içerisinde ise en az giyim, barınma imkanları gibi somut unsurlar kadar mani, söylence, gelenek gibi somut olmayan unsurlar da yer almaktadır. Somut kültürel değerlerin derlenmesi ve korunması nispeten kolay olmakla birlikte somut olmayan kültürel değerlerin gerek derlenmesi ve gerekse korunması ve yeni kuşaklara aktarılması halk bilimi açısından önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bu alanda UNESCO'nun önemli çalışmaları bulunmaktadır. 1972 yılında *Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi*'ni kabul eden UNESCO, 1989 yılında folklorun korunması yönünde *Geleneksel ve Popüler Kültürün Korunması Tavsiye Kararı*'nı almıştır. Bu adımları; 1994 yılında *Yaşayan İnsan Hazine*leri; 1997/1998'de ise *İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Başyapıtları İlan Programları* takip etmiştir (Oğuz, 2008a: 26; Kolaç, 2009: 21). UNESCO'nun 32. Genel konferansında kabul edilen 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi' ise somut olmayan kültürel mirası korumak; ilgili toplulukların, grupların ve bireylerin somut olmayan kültürel mirasına saygı göstermek; somut olmayan kültürel mirasın önemi konusunda yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyarlılığı arttırmak ve karşılıklı değerbilirliği, uluslararası işbirliği ve yardımlaşmayı sağlamak amacıyla imzalanmıştır (Kolaç, 2009: 21).bu bağlamda somut olmayan kültürel miras unsurları;

- (1) Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar (destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar, fıkralar vb.),
- (2) Gösteri sanatları (karagöz, meddah, kukla, halk tiyatrosu vb.),
- (3) Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler (nişan, düğün, doğum, nevruz, vb. kutlamalar),
- (4) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.),
- (5) El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkari, bakırcılık, halk mimarisi) şeklinde sıralanmaktadır (Türker ve Çelik, 2012: 89).

Türkiye’de ise 14.07.2004 tarihinde TBMM tarafından çıkarılan ‘Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu’ Somut Olmayan Kültürel Miras konusundaki ilk resmi adım olmuştur. Bu kanun somut olmayan kültürel miras kavramını tanımlamakta ve bu mirasın halk biliminin inceleme alanı içerisinde yer aldığını vurgulamaktadır. UNESCO tarafından 2003 yılında imzalanan ‘Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ ise 19.01.2006 tarihinde TBMM’nde oy birliği ile kabul edilmiş ve bu sayede Türkiye’de sözleşmenin taraflarından biri haline gelmiştir (www.unesco.org.tr).

Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi’nde üye ülkelerin talepleri doğrultusunda kültürel miras listelerinin oluşturulması söz konusudur. Üç ana başlık altında toplanabilecek bu listeleri; (1) İnsanlığın somut olmayan kültürel mirası temsil listesi, (2) acil koruma gerektiren somut olmayan kültürel miras listesi ve (3) en iyi uygulama örnekleri listesi şeklinde sıralamak mümkündür (www.unesco.org.tr). Türkiye 2008 yılından itibaren bazı kültürel miras unsurlarının söz konusu listelere alınması konusunda çalışmalar yürütmektedir. Hâlihazırda UNESCO’nun somut olmayan kültürel miras listelerinde Türkiye’den on iki adet miras bulunmaktadır. Bu miras unsurları listeye girdikleri yıllarla birlikte aşağıda sıralanmıştır (www.unesco.org):

Tablo 1. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi

1	Meddahlık Geleneği (2008)	7	Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah (2010)
2	Mevlevî Sema Törenleri (2008)	8	Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)
3	Âşıklık Geleneği (2009)	9	Geleneksel Tören Keşkeği (2011)
4	Karagöz (2009)	10	Mesir Macunu Festivali (2012)
5	Nevruz* (2009)	11	Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)
6	Geleneksel Sohbet Toplantıları** (2010)	12	Ebru: Türk Kağıt Süsleme Sanatı (2014)

*Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya

** Yaren, Barana, Sıra Geceleri vb.

Somut Olmayan Kültürel Miras unsurlarının belirlenmesi söz konusu unsurların derlenmesi ve korunması açısından önemli bir adım olmakla birlikte yeterli değildir. Çünkü halk biliminin tanımı içerisinde derleme ve korumanın yanı sıra yaşatma ve genç kuşaklara aktarma da söz konusudur (Ekici, 2013b). Bu durum ise halk bilimi açısından somut olmayan kültürel mirasın yaşatılması ve genç kuşaklara aktarılmasının yollarının aranmasına yol açmıştır. Sorunun çözümüne ilişkin uluslararası düzeyde ilk çalışmalardan biri ülkemizde 2004 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu tarihte ‘Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi Sempozyumu’ ile destan, ağıt, mani, yemek gibi somut olmayan kültürel miras unsurlarının nasıl müzelenmesi gerektiğine ilişkin çözüm yolları aranmıştır.

Somut ve somut olmayan halk bilimi ürünlerinin turizmde kullanımı ve pazarlanması üzerine literatürde farklı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak alanda yapılan pek çok çalışmada Mardin ilinin kültür turizmi potansiyeli (Günel, 2005), Kastamonu şehrinin kültür ve inanç turizmi (İbret vd., 2015) gibi bir bölge veya destinasyona ait kültür turizmi ürünlerinin derlenmesinin konu edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, farklı bir çalışmada Kara (2011) turistik ve ticari halkbilimsel ürünleri Beypazarı özelinde değerlendirmiş ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının turizm açısından değerlendirilmesi üzerine katkı ve eleştirilerde bulunmuştur. Bunun dışında, efsaneler (Çıblak, 2007), el sanatları (Öter, 2010), deve güreşi festivali (Çulha, 2008), mutfak kültürü (Çokişler ve Türker, 2015) gibi pek çok Türk halk bilimi ürününün turizmde kullanımına ilişkin olarak farklı çalışmalar bulunmaktadır. Halk bilimi ürünlerinin sergilenme yöntemleri ve müzelenmesi alanında ise Demir'in (2013) çalışmaları bulunmaktadır.

Müzecilik ve Yaşayan Müze

Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM) müzeleri; *'uygarlık tarihine ait her türlü objenin, bilimsel kurallar altında sergilenerek, halkın beğeni ve kültürel birikimini zenginleştiren, araştırmacıların çalışmalarını kolaylaştırıcı ve geliştirici tarihi verilerin gelecek kuşaklara aktarıldığı mekânlar'* olarak tanımlamaktadır (www.icomturkey.org). Müzeler, kar amacı gütmeyen sürekli toplumun hizmetinde olan ve toplumun gelişimini sağlayan, kamuya açık, insanlar ve çevre için maddi delil sağlayan, toplayan, koruyan, muhafaza eden, eğitim ve eğlence olanağı da sunan kuruluşlardır (Sezgin vd., 2011: 202). Her ne kadar Sezgin vd, (2011) müzeleri kar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak tanımlamış olsalar da 'Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği'nde kavram üzerinde yapılan tanımda böyle bir vurguya rastlanmamaktadır. Yönetmelik kavramı; kültür varlıklarını tespit eden, bilimsel yöntemlerle açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, estetik zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede etkili olan daimi kuruluş olarak tanımlamaktadır (madde 4). Yönetmeliğin bu yaklaşımı, kamuya ait müzelerin dışında özel sektör tarafından kurulan ve kar amacı güden müzeler olabileceğinin bir göstergesidir.

Müzeler, topluma ait değerlerin araştırıldığı, incelendiği, korunduğu ve gelecek nesillere aktarabilmek için sergilendiği yerlerdir. Bu bağlamda müzeleri bir toplumun kültürel mirasının öğrenildiği yerler olarak da tanımlamak mümkündür. Kültürel miras halkın gelecekte nerde olmak istediği ile yakından alakalı olduğu için müzeler bu anlamda büyük önem taşımakta ve toplumun değerlerinin geçmişten geleceğe aktarılmasını sağlamaktadır

(Ashley, 2005: 5). Bu nedenle müzelerin kültürel değerlerin bulunması ve korunması gibi görevlerinin yanı sıra söz konusu değerın gelecek nesillere aktarılması gibi eğitsel bir işlevinin de var olduğunu ifade etmek mümkündür (Atagök, 1999; Riviere, 1962).

Yukarıda müzeler hakkında verilen tanımlar incelendiğinde, müzelerin kültürün araştırılması, derlenmesi, korunması ve aktarılması gibi bir dizi sorumlulukları yerine getirmesi gereken kurumlar oldukları görülmektedir. Bu sorumluluklar nedeniyle müzeciliğin genellikle kamu kurumları olduğunu ifade etmek mümkündür. Türkiye’de müzelerin çoğunluğu Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı kuruluşlar olarak faaliyet göstermektedir. Bakanlığın bünyesinde, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü kendisine bağlı faaliyet gösteren müzeleri denetlemekle yükümlüdür. Ancak Türkiye genelinde, bakanlık denetiminde, belediyeler, ticaret odaları, valilikler, kaymakamlıklar ve özel girişimciler tarafından işletilen ‘özel müze’ statüsünde 217 adet kurum bulunmaktadır (www.kulturvarliklari.gov.tr). Gerek kamu müzeleri ve gerekse özel müzeler her ne kadar kamusal sorumluluklarını yerine getirseler de ziyaretçi sayılarını artırma problemi ile karşı karşıyadırlar (Sezgin vd., 2011). Bu durum müzelerde sergilenen eserler ve bu eserlerin sergilenme şekillerine ilişkin olarak konunun pazarlama açısından değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Literatürde, müze pazarlamasında pazarlama karması elemanları (Cengiz, 2006), müşteri ilişkileri ve deneyimleri (Sezgin vd., 2011), deneyimsel pazarlama (Kızıerli, 2011) ve yeni pazar fırsatları (Komarac, 2014) gibi alanlarda yapılmış çalışmalar bulunmaktadır.

Sergilenmek istenen kültürel materyalin özelliğine göre farklı müze türleri bulunmaktadır. Literatürde kesin bir fikir birliği bulunmamakla birlikte müze türlerini; genel müzeler, arkeoloji müzeleri, sanat müzeleri, tarih müzeleri, etnografya müzeleri, doğa/tarih müzeleri, jeoloji müzeleri, bilim müzeleri, askeri müzeler ve endüstri müzeleri şeklinde sıralamak mümkündür (Boyraz, 2013: 119; Altunbaş ve Özdemir, 2012: 5). Ancak günümüzde teknolojinin de sağladığı bir takım gelişmeler sayesinde canlı müze, sanal müze gibi farklı müze çeşitleri de görülmektedir.

Ülkemizde halk bilimi ürünlerinin sergilendiği müze türü genellikle etnografya müzeleri olarak bilinirken dünyada; folk museum (halk müzesi), folklore museum (halk bilimi müzesi), living museum (canlı müze), popüler sanat müzesi, eco, econo museum (ekomüze), local (bölgesel) müze, open air museum (açık hava müzesi), folklife museum (halk yaşamı müzesi), antropoloji, etnoloji ve etnografya müzeleri gibi birinci dereceden birbirleri ile akraba olan müzeler halk bilimine hizmet veren müzeler olarak görülmektedir (Demir, 2013: 1112). Açık

hava müzeleri bu müze türleri içerisinde uluslararası alanda en yaygın olarak kullanılan müze türlerinden biridir.

Açık hava müzesi terimi ilk olarak Hazelius (1982) tarafından kullanılmıştır. İlk defa Kuzey Avrupa ülkelerinde görülmeye başlanan açık hava müzeleri hızla tüm kıtaya yayılmıştır. Avrupa'daki yoğun ilgiyle beraber ABD, Rusya ve Uzakdoğu'da da görülmeye başlanmıştır (Demir, 2013b: 146). Açık hava müzelerinde sergilenen en önemli nesne geleneksel mimarlık ürünleridir. Ait oldukları döneme uygun malzeme ve teknikle inşa edilerek dönemsel mimarî özellikleri yansıtan yapılar, özgün haliyle sergilenmekte veya yeniden işlevlendirilerek destek hizmet alanları olarak kullanılmaktadır. Konutların yanı sıra, dinî yapı, değirmen, çeşme, dükkân gibi kamusal alana ait yapılar; ahır, ağıl, kümes gibi evlerin yardımcı yapı birimleri, müze yerleşkelerinin vazgeçilmez sergi nesnelerini ve mekânlarını oluşturmaktadırlar. Mimari yapının yanı sıra bu tür müzecilikte halk yaşamı ve onun üretimine de odaklandığı görülmektedir. Sergileme yöntemi olarak ise otantik sergileme, tarih canlandırma, insan kullanımı, drama, müze tiyatrosu gibi üç boyutlu etkileşimli sergileme yöntemleri kullanılmaktadır (Demir, 2013a: 1113).

2007 yılında halk bilimi ürünlerinin sıklıkla sergilendiği etnografya müzelerinden farklı bir müze yaklaşımı olarak açık hava müzelerinin küçük boyutlu bir örneği olan 'Yaşayan Müze' kurulmuştur. Ankara'nın Beypazarı ilçesinde bölgenin ileri gelen ailelerinden biri olan Abbaszadeler tarafından yaptırılmış olan yöresel bir konak Dr. Z. Sema Demir tarafından müze haline getirilmiştir. Osmanlı mimarisinin örneklerinden tipik bir Türk evinde hizmet vermeye başlayan yaşayan müze, hâlihazırda Türkiye'nin tek uygulamalı kültür müzesi olma özelliğini taşımaktadır. Ülkemizde henüz bir örneği bulunmayan açık hava müzelerini diğer müzelerden ayıran özelliklerin başında bu tür müzelerde kullanılan sergileme yöntemleri gelmektedir. Açık hava müzelerinde kullanılan sergileme tekniği, bağlamı kurgulamaya yöneliktir. Bu anlamda çeşitli canlandırma, yorumlama teknikleri ve etkileşimli sergileme yöntemlerini kullanan Yaşayan Müze, bu müzelerin Türkiye'deki temsilcisi durumundadır (www.yasayanmuze.net).

Yaşayan Müze'de ziyaretçiler sergileme faaliyetlerinin merkezine alınmıştır. Müzede, iletişim ve etkileşim odaklı yaklaşımlar, kültürel değerlerin geçmişten gelip müze ortamında hayat bulması ile ziyaretçiler için erişilebilir, yaşanabilir bir hal almasını sağlamaktadır. Yaşayan müze, ziyaretçileri seyirci olmaktan çıkararak sergilenen gösterilerin bir parçası haline getirmektedir. Amaç, müzenin iletmek istediği düşünceleri etkili ve unutulmaz

kılmaktır (www.yasayanmuze.net). Canlandırmalar, anlatıcılar ve uygulamalar ziyaretçilerin somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarını bizzat deneyimlemelerini sağlamaktadır.

Yaşayan Müzenin sahip olduğu koleksiyon, maddi kültür ve somut olmayan kültür mirası olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır. Müzede 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başı Türk halk kültürünü yansıtan maddî kültür oda yerleştirme yöntemi ile sergilenmektedir. Klasik müze anlayışında maddi kültür unsurlarının seksionlarda, cam vitrinler arkasında sergilendiği ve sergilenen eserin önünde eser hakkında bilgi içeren etiketler, bilgi panoları gibi panoların bulunduğu görülmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin müze içerisinde dolaşımını kolaylaştırıcı yönlendirmeler de yer almaktadır. Bu müze anlayışında temel amaç koleksiyonun sergilenmesi ve sergi temasının somutlaştırılmasıdır. Ancak Yaşayan Müzede koleksiyonun maddi kültüre ait kısımları dahi klasik sergileme yöntemlerinden farklı yöntemlerle sergilenmektedir. Etiket, bilgi panosu, yönlendirme tabelası gibi klasik müze elemanlarının yerini yaşayan müzede anlatıcılar almaktadır. Anlatıcılar ya da yorumcular müze içerisinde ziyaretçilerle doğrudan iletişim içerisine girmektedirler. Böylelikle ziyaretçiler sergilenen somut eserler hakkındaki bilgileri de doğrudan anlatıcılardan temin edebilmektedirler (Demir, 2013a: 1118).

Müzede sergilenen somut olmayan kültürel miras unsurları ise; “Orta Asya'dan Getirdiklerimiz: Keçe Sanatı”, “Geleneksel Çocuk Oyunları ve Oyuncakları”, “Hızır ve İlyas Buluşması: Hıdırellez”, “Hayâl Perdesi: Karagöz ve Hacivat”, “Masal Diyarına Yolculuk: Masal Geceleri”, “İhlamur Baskının Desenlerinde Kaybolmak”, “Türk Yazı Kültürü: Göktürkçeden Osmanlıcaya...”, “Sudaki Hayal: Ebru Sanatı”, “Atasözlerimiz, Deyimlerimiz ve Öyküleri”, “Koç Boynuzu'ndan Eli Belinde'ye Türk Kültüründe Motifler”, “Geç Osmanlı Döneminde İlân-ı Aşklar”, “Gelin Kınan Kutlu Olsun”, “Masal Masal İçinde, Masal Yaşayan Müze İçinde” , “Milli Mücadelenin Kadın Kahramanları “, “Mitolojiden Tarihe Tufan ve Aşure” başlıklarıyla sergilenmektedir (www.yasayanmuze.net). Somut kültür unsurlarında olduğu gibi somut olmayan kültürel unsurların sergilenmesinde de anlatıcılar ve ziyaretçiler arasında kurulan doğrudan iletişim sergileme yönteminin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca uygun olan kültürel miras unsurları için tarihi canlandırma ve yeniden sahnelendirme teknikleri kullanılmaktadır. Örneğin çocuk oyunlarına ilişkin sergilemede, sergilenmek istenilen oyun çocuklara öğretilmekte ve anlatıcılar çocuk ziyaretçilerle oyunu oynamaktadırlar. Masallar gibi sözel miras unsurları ise ‘masal anası’ tarafından anlatılmaktadır. Bunlarla birlikte ihlamur baskı, sedef kakma, ebru, tezhip, gümüş işleme,

seramik, dokuma gibi zanaatlarla ilgili atölyeler müze içinde kurulmuş ve dileyen ziyaretçilerin bu zanaatların icrasını izlemesi dileyenlerin ise deneyimlemesi sağlanmıştır.

Yaşayan Müze’de görülen sergileme yöntemleri deneyimsel pazarlama ile paralellik göstermektedir. Müzede sergilenen ürünlerde ziyaretçiler ile anlatıcılar arasında sürekli bir iletişim kurulması, ziyaretçilerin sergilenen eserlere katılımlarının sağlanması gibi etkinlikler ziyaretçilerin farklı, yeni deneyimler edinmelerini sağlamaktadır. Kullanılan sergileme yöntemleri sayesinde ziyaretçilere duygusal, duysal, fiziksel, davranışsal ve sosyal deneyimler kazandırılmaktadır. Ziyaretçilerin edindikleri bu deneyimler sayesinde müzede edindikleri bilgiler daha kalıcı hale gelmektedir. Edinilen olumlu deneyimler nedeniyle elde edilen bilgilerin de aktarılması eğiliminin artacağı düşünülebilir. Bu nedenle sergilenen halk bilimi ürünlerinin yaşatılması ve yeni kuşaklara öğretilmesi de sağlanmış olmaktadır.

SONUÇ

Turizm gibi hizmet yoğunluklu ürünlerin bulunduğu bir sektörde deneyimsel pazarlama diğer sektörlerle kıyasla daha çok önem taşımaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, turistlerin tatil süreçleri sonunda zihinlerinde kalan şeyin edindikleri deneyimler olmasıdır. Bu bağlamda turistlerin tatil satın alırken ‘olumlu deneyimler’ satın almayı amaçladıklarını ifade etmek mümkündür. Olumlu deneyimler turistlerin zihninde yer edinmekte ve tatil sonrasında sosyal çevreleri ile paylaşabilecekleri anılar haline dönüşmektedir.

Halk bilimi ürünleri ise somun ve somut olmayan ürünleri kapsamaktadır. Halk biliminin temel amacı bu ürünleri derlemek, incelemek, sergilemek ve gelecek kuşaklara aktarmaktır. Ancak somut ürünler klasik müzecilik yöntemleri ile sergilenebilirken somut olmayan halk bilimi ürünlerinin sergilenmesi için farklı yöntemler gerekmektedir. Yaşayan Müze ve benzeri uygulamalar farklı sergileme yöntemleri ile somut ve somut olmayan halk bilimi ürünlerinin gelecek nesillere daha kalıcı bir şekilde aktarılmasının yollarını geliştirmektedirler. Bu sergileme yöntemleri incelendiğinde deneyimsel pazarlamanın yöntemleri ile örtüştüğü görülmektedir. Yaşayan Müze’de, müze ziyaretçilerine duysal, duygusal, davranışsal, fiziksel ve sosyal deneyimler yaşatılmaktadır. Bu deneyimler sonucu öğrenilen halk bilimi ürünleri ziyaretçilerin zihninde daha kalıcı olmakta ve ziyaretçiler edindikleri bu deneyimi çevreleri ile paylaşma eğilimi göstermektedirler.

Yaşayan Müze, farklı sergileme yöntemleri ile Türk kültürünü yaşatmayı amaçlayan, Ankara’nın Beypazarı ilçesinde kurulmuş olan özel bir müze girişimidir. Halk bilimi ürünlerinin yabancı turistlere daha çok aktarılabilmesi Türk Halk Kültürü’nün yaşatılması ve

tanıtılması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda benzer uygulamaların farklı destinasyonlarda uyarlanabileceği düşünülmektedir. Antalya, Muğla, İstanbul, İzmir, Kapadokya gibi farklı destinasyonlarda benzer müzecilik uygulamalarının gerçekleştirilmesi bu bölgeleri ziyaret eden turistlere de halk bilimi ürünlerinin aktarılması açısından faydalı olacaktır.

Ancak müze açmak maliyetli bir faaliyet olduğu için ve ülkemizde özel müzecilik gelişmemiş bir sektör olduğundan dolayı yatırım ve pazarlama açısından bazı problemler yaşanabileceği düşünülmektedir. Bu problemlerin başında eğitilmiş personel istihdamı gelmektedir. Halk bilimi ürünlerinin aktarılabilmesi için müzede çalışacak anlatıcıların bu alanda eğitilmiş olmaları gerekmektedir. Bu problemin aşılabilmesi için üniversitelerin halk bilimi bölümlerinden faydalanılabileceği düşünülmektedir. Böylece halk bilimi bölümü mezunlarında da yeni bir istihdam alanı açılmış olunacaktır.

Yatırım maliyetlerinin yüksek olması, kârlılığın düşük olması ve müzenin sürdürülebilirliğinin sağlanması gibi problemler müze yatırımlarına özel girişimcilerin ilgisini azaltmaktadır. Bu problemin de üniversite ve bölgesel yönetimlerle aşılabileceği düşünülmektedir. Üniversitelerin döner sermayesine bağlı ya da Kamu İktisadi Teşebbüsleri şeklinde kurulabilecek müzeler aynı zamanda üniversiteler için ekonomik kazanç sağlayabilecektir. Halk bilimi bölümlerinin de kurulacak müzeler aracılığıyla uygulama/araştırma alanları genişletilmiş olacaktır. Benzer yöntemler valilikler, bölge belediyeleri gibi yerel yönetimler açısından da değerlendirilebilir. Farklı bir yöntem olarak üniversite–yerel yönetim işbirlikleri de değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra ülkemize turist getiren tur operatörlerine yeni ürün sağlayacağı için söz konusu kuruluşların da benzeri yatırımları gerçekleştirebileceği düşünülmektedir.

Yaşanabilecek önemli problemlerden biri de kurulacak müzelerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bu sorun ziyaretçi sürekliliğinin sağlanması ile çözülebilecektir. Ziyaretçi sürekliliğinin sağlanması ise müzenin kurulduğu bölgeye turist getiren seyahat acentası ve tur operatörleri ile anlaşmaların yapılması ile sağlanabilir. Bu anlaşmalar sayesinde yurt dışında satılan paket turlar içerisinde yaşayan müzelere de yer verilmesi sağlanabilir. Aynı zamanda resort otellere tatile gelmiş turistlere sunulan günlük tur alternatifleri içerisinde müze turlarına da yer verilebilir. Bunun kurulacak olan yaşayan müze örneklerinin sedef kakma, ebru, baskı sanatı gibi kaybolmakta olan geleneksel Türk Zanaatları ile ilgili kurslar düzenlemesinin bir taraftan söz konusu zanaatların yaygınlaştırılmasını sağlarken diğer taraftan da müzenin sürdürülebilirliğini katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma halk bilimi ürünlerinin deneyimsel pazarlama yöntemleri ile turizmde kullanımına ilişkin olarak Yaşayan Müze örneğinden hareketle alternatif öneriler sunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, turizm literatüründe bu alanda yapılan ilk çalışma olması nedeniyle literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak bu çalışma bir alan araştırmasına dayanmamaktadır. Bu nedenle alanda yapılacak ileriki çalışmalarda nitel ve nicel araştırma yöntemleri ile ampirik çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Yaşayan Müze ziyaretçilerine yönelik; memnuniyet, deneyim, halk bilimi ürününü öğrenme düzeyi gibi faktörlerin ölçümünü amaçlayan araştırmaların yanı sıra ziyaretçilerin davranışlarını gözlemlemeye dayalı araştırmalar da literatür açısından alana önemli katkılar sağlayabilecektir. Ayrıca ‘Yaşayan Müze’ örneğinin üniversiteler tarafından projelendirilerek AB projeleri kapsamında uygulamaya konulması ve sonuçlarının takip edilmesi de gerek halk bilimi ve gerekse turizm açısından literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AHO, Seppo K. (2001), “Towards a General Theory of Touristic Experiences: Modeling Experience Process in Tourism”, *Tourism Review*, vol: 56, iss: 3, 4, pp. 33-37.
- ALTUNBAŞ, Aysun; ÖZDEMİR, Çiğdem (2012), “Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler”, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf?0>
- ASHLEY, Susan (2005), “State Authority and the Public Sphere: Ideas on the Changing Role of the Museum as a Canadian Social Institution”, *Museum and Society*, vol:3, iss: 1, pp. 5-17.
- ATAGÖK, Tomur (1999), “Yaşayan Müze ve Eğitim”, *Sanat Dünyamız*, sayı:71, ss. 223-227.
- BALAMAN, Ali Rıza (1983), *Gelenekler, Töre ve Törenler*, İzmir: Betim Yayınları.
- BAYKURT, Şerif (1976), *Türkiye'de Folklor*, Ankara: Kalite Matbaası.
- BORATAV, Pertev Naili (1969), *100 Soruda Türk Folkloru*, İstanbul: Gerçek Yayınları.
- BOYRAZ, Burak (2013), “Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları”, *İDİL Dergisi*, cilt: 2, Sayı: 8, ss. 113-128.
- CENGİZ, Ekrem (2006), “Müze Pazarlaması: Pazarlama Karması Elemanlarının Müzelere Uyarlanması”, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt:15, sayı: 1, ss. 187-108.
- CHEN, C. C.; TSENG, M. L.; LIN, Y. H. (2011), “Recreation Demand of Consumer with Experiential Marketing in Festival”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, iss: 25, pp. 447-453.
- ÇAMKARA, Ayşe (2010), “Modern-Ulus Devletin Kuruluş ve Gelişme Sürecinde Folklor, Şiir ve Fakelore”, *Millî Folklor Dergisi*, cilt: 22, sayı: 88, ss. 85-90.
- ÇIBLAK, Nilgün (2007), “Tarsus Kültürünün Tanıtımında Şahmeran Efsanelerinin Önemi”, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt: 16, sayı: 1, ss. 185-196.
- ÇOKİŞLER, Nazım; TÜRKER, Ali (2015), “Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği”, *Gümüşhane Üniversitesi SBE Elektronik Dergisi*, cilt: 6, sayı: 14, ss. 122-136.
- ÇULHA, Osman (2008), “Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması”, *Journal of Yasar University*, cilt: 3, sayı: 12, ss. 1827-1852.
- DEMİR, Zehra Sema (2013a), “Halk Bilimi Müzeciliğinde Deneyisel Yaklaşımlar: Yaşayan Müze”, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, vol: 8, iss: 9, pp. 1111-1125.

- DEMİR, Zehra Sema (2013b), “Türkiye’de Açık Hava Müzeleri ‘Açıldı’ Açılıyor Açık Hava Müzelerine Yeni Bir Bakış”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 25, sayı: 99, ss. 145-158.
- DUNDES, Alan (2006), “Fakelore Fabrikasyonu” (Çev. Uçar, A., Gürçayır, S.), Millî Folklor Dergisi, cilt: 18, sayı: 70, ss. 92-101.
- DURBİLMEZ, Bayram (2013), “Halk Bilimi Araştırmalarının 100. Yılında: ‘Halk Bilimi’ ile ‘Edebiyat’ın Ortak Alanları ve ‘Halk Edebiyatı’ Üzerine Bir Değerlendirme”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 25, sayı: 99, ss. 101-112.
- EKİCİ, Metin (2006), “Halk, Halk Bilimi ve Halk Bilgisi Üzerine Bir Deneme”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 12, sayı: 45, ss. 2-8.
- EKİCİ, Metin (2013a), Halkbilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri, Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- EKİCİ, Metin (2013b), “100. Yılında Türk Halk Bilimi Çalışmaları ve Türkiye Kültür Politikalarına Eleştirel Bir Bakış”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 25, sayı: 99, ss. 41-50.
- GÜNAL, Veysi (2005), “Mardin İli’nde Kültürel Turizm Potansiyeli”, Marmara Coğrafya Dergisi, sayı: 11, ss. 91-122.
- İBRET Ünal; AYDINÖZÜ Duran; UĞURLU Mustafa (2015), “Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi”, Marmara Coğrafya Dergisi, sayı: 32, ss. 239-269.
- KARA, Çiğdem (2011), “Turistik Ticari Halkbilimsel Ürünler ve Beypazarı”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 23, sayı: 89, ss. 54-65.
- KIZERLİ, Özge (2011), “Museum Marketing: Shift From Traditional to Experiential Marketing”, International Journal of Management Cases, CIRCLE Conference, pp. 173-184.
- KOLAÇ, Emine (2009), “Somut Olmayan Kültürel Mirası Koruma, Bilinç ve Duyarlılık Oluşturmada Türkçe Eğitiminin Önemi”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 21, sayı: 82, ss. 19-31.
- KOMARAC, Tanja (2014), “A New World For Museum Marketing? Facing The Old Dilemmas While Challenging New Market Opportunities”, TRŽİŠTE, vol: 26, iss: 2, pp. 199-214.
- MANNELL, Roger C. (1984), “A Psychology for Leisure Research, Leisure and Society”, vol: 7 iss: 1, pp. 13–21.
- NAGASAWA, Shin’ya (2008), “Customer Experience Management Influencing on Human Kansei to Management of Technology”, The TQM Journal, vol: 20, iss: 4, pp. 312-323.
- OH Haemoon; FIORE Ann Marie; JEOUNG Miyoung (2007), “Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications”, Journal of Travel Research, vol: 46, iss: 2, pp. 119- 132.
- ORAL Saime; ÇELİK YETİM Ayşe (2014), “Deneyimsel Değer, Tüketici Tatmini ve Tüketici Sadakati Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi, cilt: 16, sayı: 3, ss. 469-497.
- OĞUZ Öcal (2008), “SOKÜM’ün Korunması Sözleşmesine Giden Yolda 1989 Tavsiye Kararı”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 20, sayı: 80, ss. 26-32.
- ÖTER, Zafer (2010), “Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi”, Millî Folklor Dergisi, cilt: 22, sayı: 86, ss. 174-185.
- ÖRNEK, Sedat Veyis (1995), Türk Halk Bilimi, Ankara: İş Bankası Yayınları.
- PAPATYA, Nurhan; PAPATYA, Gürcan; GÜZEL, F. Özlem (2013), “Deneyimsel Değer Yaklaşımında Kritik Değer Sürücüler: Muğla Bölgesinde Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, cilt: 9, sayı: 19, ss. 87-105.
- PINE, Joseph; GILMORE, James H. (1998), “Welcome to the Experience Economy”, Harvard Business Review, ss. 97-105.
- RIVIERE, Georges H. (1962), Müzelerin Eğitimdeki Rolü Hakkında. Unesco Bölge Semineri (Çev. Selma İNAL) İstanbul: Icom Millî Komitesi Yayınları.
- SCHMITT, Bernd H., (1999), Experiential Marketing: How o Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, And Relate to Your Company and Brands, New York: Free Press.

- SCHMITT, Bernd. H. (2003), Competitive Advantage Through The Customer Experience, www.exgroup.com, Erişim: 01.03.2012.
- SEZGİN, Mete; HAŐILOĐLU, S. Burak; İNAL, Emin (2011), “Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 7, sayı: 13, ss. 201-220.
- TÜMER KABADAYI, Ebru; KOÇAK ALAN, Alev (2014), “Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi”, İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt: 6, sayı: 1, ss. 203-217.
- TÜRKER Ali; ÇELİK İsa (2012), “Somut Olmayan Kùltürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler”, Yeni Fikir Dergisi, cilt: 4, sayı: 9, ss. 86-98.
- TÜRKER Ali; KURT Sinan; ÖZALTIN TÜRKER Gülay. (2015), “Fakelore ve Folklorizmin Turizm ile İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ss. 360-371.
- UYGUR Selma Meydan; DOĞAN Sait (2013), “Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Restoranlar Üzerine Bir Araştırma”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 37, 33-48.
- WALLS Andrew R.; OKUMUS Fevzi; WANG R. Youcyeng; KWUN Dawid J.W. (2011), “An Epistemological View of Consumer Experiences”, International Journal of Hospitality Management, iss: 30, pp. 10-21.
- YU Hueiju; KO Hsien-Tang (2012), “Integrating Kano Model With Strategic Experiential Modules in Developing ICT-Enabled Services: An Empirical Study”, Management Decision, vol: 50, iss: 1, pp. 7-20.
- <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43980/ozel-muzeler.html>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- <http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- <http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists?display=default&text=&inscription=0&country=00228&multinationa>
[l=3&type=0&domain=0&display1=inscriptionID#tabs](http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists?display=default&text=&inscription=0&country=00228&multinationa), Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somut_olmayan_km/SOKM_TR.pdf, Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- <http://icomturkey.org/tr/m%C3%BCzeler#sthash.qslOjzeq.dpuf>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14442/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeligi.html>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.
- <http://www.yasayanmuze.net/page2.aspx>, Erişim Tarihi: 15.01.2016.

SORUMLU ÇEVRESEL DAVRANIŞ İLE DOĞA-TEMELLİ REKREASYON TERCİHLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: ANTALYA'YA GELEN ALMAN TURİSTLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Aslıhan DURSUN¹

Caner ÜNAL²

Meltem CABER³

ÖZET

Bu çalışma, Antalya'ya gelen Alman turistlerin sorumlu çevresel davranış seviyelerinin belirlenmesi, bunun yanı sıra düşük ve yüksek davranışsal seviye ile tercih edilen doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Antalya şehir merkezinde toplanan 120 anket kullanılarak yapılan analizler neticesinde birey, grup ve kitle boyutlarına göre sorumlu çevresel davranışı yüksek ve düşük olan katılımcıların tercih ettikleri faaliyetler arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, yüksek ortalamaya sahip olan Alman turistlerin birey boyutunda su ve denizle ilişkili (rüzgar sörfü, kano, balık avlama, rafting ve yelkencilik gibi), grup ve kitle boyutlarında macera ağırlıklı (dağcılık, avlanma, aletli dalış ve vahşi yaşam gözlemi gibi) faaliyetleri daha fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir. Buna karşılık düşük ortalamaya sahip olan katılımcıların birey boyutunda koşu, kitle boyutunda doğa yürüyüşü gibi risksiz faaliyetleri daha fazla tercih ettikleri ortaya konmuştur. Sonuçlar, sorumlu çevresel davranış seviyesi yüksek kişilerin, doğayla bütünleşme, macera ve sosyalleşme imkanları sağlayan faaliyetleri gerçekleştirme eğilimlerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Düşük sorumlu çevresel davranış seviyesine sahip kişilerin ise daha geleneksel ve fiziki açıdan risk içermeyen faaliyetlere odaklandıkları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Sorumlu Çevresel Davranış Alman Turistler, Antalya

GİRİŞ

Dünya çapında giderek artış gösteren turizm ve seyahat faaliyetleri, çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Nitekim, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme, 2015) verilerine göre, turizm sektörü dünya çapındaki trafiğin % 50'lik bölümüne sahip olup, havayolu ulaşımı nedeniyle oluşan karbondioksit salınımının % 2,5 oranında artmasına ve atmosferdeki sera gazı oluşumlarının hızlanmasına neden olmaktadır. Turistlerin yol açtığı başlıca çevresel sorunlar Lee, Jan ve Yang (2013a) tarafından flora ve fauna çeşitlerinin toplanması, vahşi yaşam alanlarına girilmesi, çevre

¹ Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D., aslican.dursun@gmail.com

² Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D., canersezer06@hotmail.com

³ Doç.Dr., Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, meltemcaber@akdeniz.edu.tr

kirliliği, aşırı kalabalıklaşma şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca egzotik canlıların turistler tarafından yasadışı yollarla doğal yaşam alanlarının dışına çıkarılmaları nedeniyle nesillerinin tükenmesi ve eko-sistemin bozulması da söz konusu olabilmektedir. Günümüzde turizm sektörünün ve turistlerin yol açmış olduğu bu tür çevresel etkilerin ortaya konabilmesi, hem turizm işletmeciliği alanında hem de farklı alanlarda çalışmalar yapan akademisyenler için önemi giderek artan bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Günlük yaşam içerisinde çeşitli rekreasyon faaliyetlerine katılan kişiler, turist vasfıyla ziyaret ettikleri destinasyonlarda da bu faaliyetlerini sürdürmeye çalışmakta veya benzer rekreasyon olanaklarına katılmaya yönelik ilgi göstermektedir. Bu sebeple özellikle doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerini tercih eden kişilerin çevre unsurlarına verdikleri önemin ve bu unsurların korunmasına yönelik sorumluluk seviyelerinin yüksek olduğu varsayılabilir. Bu çalışma, sorumlu çevresel davranışı turistler bazında ele alarak, yüksek ve düşük davranış seviyesi ile tercih edilen doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri arasındaki ilişkinin tespit etmesini amaçlamaktadır. Bu amaçla Antalya'ya gelen Alman turistlere yönelik bir anket çalışması yapılarak, hem katılımcıların sorumlu çevresel davranış seviyeleri (düşük ve yüksek) ortaya konmuş, hem de belirlenen seviyeye bağlı olarak hangi doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerinin daha fazla tercih edilmekte olduğu tespit edilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Turizm ve seyahat literatüründe, turist davranışının çevresel etkileri bağlamında çok sayıda çalışma yer almakta olup, gerçekleştirilen araştırmalarda genellikle çevresel eğitim, çevreye duyarlı tüketici davranışı, rekreasyon faaliyetleri ve çevreye duyarlı otel seçimi gibi konular ele alınmıştır (Lee vd., 2013b).

Genel olarak doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerine katılımın, çevresel konulara olan ilgiyi ve farkındalığı geliştirdiği kabul edilmekle birlikte, bu tür faaliyetlere katılım ve sorumlu çevresel davranış arasındaki ilişkiyi ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Tarrant ve Green, 1999). Buna karşılık, doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerin çevresel tutum ve davranışlarını araştırmak, rekreasyon alanında çalışmalar yapan akademisyenler açısından ilgi uyandıran bir konudur (Tarrant ve Green, 1999; Cottrell, 2003).

Sorumlu Çevresel Davranış

Çevreye karşı sorumlu davranış, Kollmuss ve Agyeman (2002) tarafından “bir kişinin doğal ve yapay dünya üzerinde en az olumsuz etkiye yol açacak bir biçimde hareket etmesi”

şeklinde tanımlanmaktadır. Sorumlu çevresel davranış, bir tür çevreyi koruma mekanizmasıdır (Chiu vd., 2014).

Sorumlu çevresel davranış bireysel açıdan; doğal kaynakların sürdürülebilirliğini veya kullanımının azaltılmasını sağlayan eylemlerin yerine getirilmesidir. Bireysel çevreye duyarlı davranışın yayılması sayesinde çevresel unsurların sürdürülebilirliğine destek sağlanabilir (Lee, 2011). Sorumlu çevresel davranış, bir bireyin çevresel gelişmelere yönelik kaygısını, bağlılığını ve ekolojik bilgisini yansıtmaktadır. Bu bağlamda bireyler duyarlılıklarını ve sorumluluklarını atık geri dönüştürme ve enerji yönetimi gibi davranış şekilleriyle yansıtmaktadır (Chiu vd., 2014).

Stern'e (2000) göre sorumlu çevresel davranışı içinde bulunan ortama ve davranışın görülme sıklığına bağlı olarak üç sınıfa ayırmak mümkündür. Bunlar, çevresel organizasyonlara ve gösterilere aktif katılım şeklinde "çevresel aktivizm", çevrenin korunmasına yönelik daha yüksek vergiler ödemeye gönüllü olmak gibi kamu kaynaklı çevre politikalarını destekleme şeklinde "kamusal alanda/aktivist olmayan davranış" ve bireysel harcama kararlarının da dahil olduğu, dar kapsamlı "özel alanda çevrecilik"tir.

Sorumlu çevresel davranış, bireyin çevreyi korumaya yönelik ne kadar aktif rol oynayabileceğinin bir göstergesidir. Bu davranış şeklinin, bireysel alışkanlıkları ve kitlesel eylemleri içeren kompozit bir niteliği de bulunmaktadır. Bireysel alışkanlıklara yönelik davranış; günlük yaşamda bireyin çevre üzerindeki kendi olumsuz etkilerini en aza indirmek için yerine getirdiği eylemlerle ilgilidir. Örneğin, kağıdın her iki yüzünü de kullanmak, boş metal kutuları ve plastik kapları geri dönüşüm kutusuna atmak gibi. Bu tür olumlu davranış şekilleri, kişisel rahatlıktan ziyade büyük ölçüde çevre kalitesine duyulan kaygılara dayanmaktadır.

Kitlesel eylemlere yönelik çevresel sorumlu davranış ise daha çok başkalarını aynı şekilde davranmaya teşvik etmeye, kamu politikalarının uygulanmasında ve şekillendirilmesinde çevreye yönelik düşünceleri için ilgili merciler üzerinde kolektif baskı oluşturmaya yöneliktir. Bu tür davranışlara örnek olarak; toplu ağaç dikme ve çevre temizleme etkinliklerinde yer almak, elektrik israfını azaltmaları için başkalarını teşvik etmek ve gürültülü inşaat araçlarının kullanımı ile ilgili denetimlerin sıklaştırılması için imza toplamak gösterilebilir (Yeung, 2002).

Turizm sektörünün olumsuz çevresel etkilerine dair bireysel ve kitlesel kaygılar yaygınlaştıkça, başta turistik konaklama tesisleri olmak üzere çok çeşitli turizm işletmelerinin

sürdürülebilirliğe bakış açıları ve bu yöndeki uygulamaları giderek önemini arttırmaktadır (Lee, 2011). Ayrıca turistlerin çevreye karşı sorumlu davranışlarda bulunmaları, ekolojik çevreye verilen zararın önlenmesinde veya azaltılmasında destek sağlamaktadır (Chiu vd., 2014).

Doğa-Temelli Rekreasyon Faaliyetleri

Rekreasyon faaliyetleri, fiziki ve psikolojik yönlerden birey gelişiminin yanısıra kültürel ve sosyal açıdan hayat kalitesinin artırılmasına da katkı sağlar (Daly, 2000). Birçok birey evi ile işyeri arasında geçen rutin hayatından sıkılarak, yıllık izin sürelerinde ve boş zamanlarında sürekli yaşadıkları ortamdaki uzaklaşmak, ruhsal ve bedensel olarak rahatlamak üzere seyahat etmektedir. Bu tür seyahatler “rekreasyon turizmi” kategorisinde ele alınmaktadır. Turistik hareketlerin yoğunluğu açısından, rekreasyon turizmine katılan turist sayısının diğer turizm türlerine kıyasla daha fazla olduğu öngörülmektedir (Yılmaz, 2007).

Ancak Budowski'nin (1976) öne sürdüğü gibi doğa-temelli turizm eylemleri ile doğa koruma çabaları arasında üç kategoriden oluşan bir ilişki vardır. Bunlardan birincisi turizmin doğa üzerinde olumsuz bir etki yaratması halinde yaşanan ‘çatışma’; ikincisi aynı alanda ve aynı zamanda turizmin ve doğa koruma çabalarının gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkan ‘ikili var oluş’, üçüncüsü ise turizmin yol açtığı çevresel sorunların bir yansıması olarak doğanın ve doğa koruma çabalarının önemini daha iyi anlaşılmasını ifade eden ‘sembiyoz’ (farklı varlıkların birbirine yararlar sağlayarak ortak yaşaması) halidir. Çatışma halindeki alanlarda erozyon artışı, hayvanların rahatsız edilmesi, görsel ve estetik değerlerde azalma gibi sorunlar yaşanmaktadır. İkili var oluş halinde ortaya çıkabilecek çevresel sorunlar için alanın farklı zaman dilimlerinde doğa koruma çabalarına ve turizme ayrılması başlıca çözüm stratejisi olarak görülmektedir. Sembiyoz durumunda yaşanan bazı sorunlar arasında turizmin geliştirilmesi amacıyla yeni doğa koruma alanlarının ilan edilmesi, ancak buna karşılık doğal alanların daha fazla zarar görmesi şeklinde yaşanan ikilemler yer almaktadır.

Rekreasyon ile ilgili literatürde, doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri genellikle karada, suda ve havada gerçekleştirilme durumlarına bağlı olarak üç kategoride ele alınmaktadır. Outdoor Participation Report’a (2014) göre ise, doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri karada ve suda olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Karada yapılan başlıca faaliyetler; doğa yürüyüşü, koşu, bisiklete binme, vahşi yaşam gözlemi, kuş gözlemi, dağcılık, paten kayma, kampçılık, avlanma, dağ kayağı ve benzeri olarak sıralanmıştır. Suda yapılan faaliyetler ise; rüzgar sörfü, rafting, su kayağı, aletli dalış, balık avlama, yelkencilik, kano ve yatçılıktan oluşmaktadır. Bu

çalışmada da Outdoor Participation Report'da (2014) yer alan iki kategori esas alınarak, karada ve suda gerçekleştirilen doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri incelenmiştir.

Günümüzde doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerine katılan kişi sayısı paralel olarak, katılımcıların çevreye yönelik ilgileri artmaktadır. Genel olarak, doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerine katılan bireylerin bu faaliyetlere güçlü bir ilgi duymaları ve bu faaliyetlerden aldıkları haz nedeniyle, çevreyi korumaya yönelik sorumluluk duygularının da gelişeceği kabul edilmektedir (Thapa ve Graefe, 2003). Ayrıca spesifik doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri, çevre örgütleri için potansiyel bir destekçi kitlesi sağlayabilir. Doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri ve sorumlu çevresel davranış arasındaki ilişkinin gücü, kullanılan çevresel kaynakların ve özel alanların korunması yönünde bir tür garanti niteliğindedir (Tarrant ve Green, 1999). Ancak doğa-temelli rekreasyon faaliyetlerine yönelik imkanlar sunan destinasyonlarda, ekonomik nedenlerden dolayı turist sayısı artışı teşvik edilmektedir. Çoğunlukla bu tür faaliyetlere katılımlardaki artış nedeniyle çevreye verilen veya verebilecek olumsuz etkilerle baş edebilmek için gerekli hazırlıklar önceden yapılmamış olabilir (Cottrell, 2003). Bu nedenle turistlerin sorumlu çevresel davranış seviyelerinin ölçümü, ziyaret ettikleri destinasyonlarda gerçekleştirdikleri doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri esnasında ortaya çıkaracakları olumlu veya olumsuz çevresel etkilerin tahminlenebilmesi açısından önem taşımaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada Antalya'ya gelen Alman turistlerin sorumlu çevresel davranış seviyelerinin tespiti için Cottrell (2003) tarafından geliştirilen ve 10 önermeden oluşan Sorumlu Çevresel Davranış Ölçeği'nin Zafeiroudi ve Hatzigeorgiadis (2014) tarafından Yunanistan'a uyarlanan versiyonu kullanılmıştır. Ölçek önermeleri, kamu üniversitesinde görev yapan bir okutman tarafından İngilizce'den Almanca'ya çevrilmiştir. Ölçeğin anlaşılabilirliği aynı üniversitedeki bir grup akademisyenin görüşü alınarak kontrol edilmiş ve herhangi bir problem olmadığı görülmüştür. Önceki araştırmalarda ölçek önermeleri doğru/yanlış şeklinde yöneltilmiş iken, Zafeiroudi ve Hatzigeorgiadis (2014) 4 puanlı Likert tipi skala (1: Asla, 4: Her Zaman, olmak üzere) tercih etmiştir. Bu çalışmada ise 7 puanlı Likert tipi skala ile (1: Asla, 7: Her Zaman olmak üzere) ölçüm yapılmıştır. Bu şekilde daha hassas bir ölçümün mümkün olacağı öngörülmüştür. Daha önceki araştırmalar, bu ölçeğin grup (4 önerme) ve birey davranışı (6 önerme) olmak üzere 2 boyuttan oluştuğunu göstermiştir. Bu çalışmada da öncelikle faktör analizi yoluyla sorumlu çevresel davranış boyutları ortaya konmuş, daha sonra her bir boyuta ait aritmetik ortalamalar dikkate alınarak katılımcılar yüksek ve düşük davranış seviyesinde

olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Araştırmada kapsamında başlıca doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri ise Outdoor Participation Report'ta (2014) yer alan başlıklardan derlenerek oluşturulmuştur. Ankette sunulan 14 rekreasyon faaliyetine ek olarak, katılımcıların 'diğer' seçeneği ile farklı rekreasyon faaliyetlerini yazabilmelerine olanak tanınmıştır. İlgili rekreasyon faaliyetlerinin yapılaş sıklığının belirlenmesi için 7 puanlı Likert tipi skala (1: Asla, 7: Her Zaman olmak üzere) kullanılmıştır. Katılımcıların demografikler özelliklerinin ve seyahat tercihlerinin ortaya konabilmesi için 6'şar adet soruya yer verilmiştir. Ocak-Eylül 2015 tarih aralığında Antalya'ya gelen Alman turist sayısının 2.612.111 olduğu göz önüne alınarak (Antalya İl Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015), araştırmanın örneklem sayısı hesaplanırken, 0,05 hata payı ile 384 adet kullanılabilir anket geridönüşü sağlanması gerektiği hesaplanmıştır. Bu amaçla 15 Ekim-30 Kasım 2015 tarihleri arasında Antalya şehir merkezinde gününbirlik turlara katılan Alman turistlerle kolayda örnekleme yolu ile temas sağlanarak, araştırmanın amacı anlatılmış ve gönüllü katılımları istenmiştir. Bu süre sonunda 130 adet anket geri dönüşü sağlanmıştır. Eksik doldurulmuş olan anketler elendikten sonra, 120 adet kullanılabilir veri kalmıştır. Zaman ve bütçe kısıtları nedeniyle evrenin tümünü temsil edecek sayıda veri elde edilememiş olmasına karşın, elde edilen anket geridönüşünün, araştırma amaçlarını test etmek üzere yapılacak analizler için yeterli olduğu kabul edilmiştir. Analiz aşamasında sorumlu çevresel davranış boyutlarına ve seviyelerine bağlı olarak, katılımcılar tarafından en fazla tercih edilen doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar olup olmadığı, bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir.

BULGULAR

Demografik Özellikler

Çalışmaya katılan Alman turistlerin demografik özellikleri Tablo 1'de özetlenmiştir. Buna göre, evli (% 72,5), orta yaş grubuna dahil (% 50,8) kadınların (%55,8) çoğunlukta yer aldığı görülmektedir. Genellikle (% 73,1) ücretli olarak çalışan bu kişilerin, aylık 1501-3000 Euro arası hane halkı gelire (% 64,7) sahip oldukları dikkat çekmektedir.

Katılımcıların seyahat tercihleri incelendiğinde, çoğunluğun (% 50,0) eşleri ile, ya da aile fertleri ile (% 37,5) yolculuk yaptığı, seyahatlerine yönelik bilgiyi sırasıyla internet, seyahat acentesi ve kişisel deneyimlere dayalı olarak elde ettikleri tespit edilmiştir. Antalya'yı tercih etmelerinde rol oynayan başlıca nedenler ise deniz, güneş ve kum, arkadaş tavsiyeleri, fiyat uygunluğu ve seyahat acentelerinin yönlendirmesi şeklinde sıralanmaktadır. Katılımcıların %

32,5'i Türkiye'ye ilk kez gelmiştir. % 38,3'ü ise ikinci kez gelmiştir. Ayrıca katılımcıların yaklaşık yarısının Antalya'ya ilk gelişidir (% 49,2) (Tablo 2).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	67	55,8
	Erkek	53	44,2
Medeni Durum	Evli	87	72,5
	Bekar	33	27,5
Yaş Grupları	19-34	26	21,7
	35-54	61	50,8
	55 ve üzeri	33	27,5
Meslek	Ücretli çalışan	87	73,1
	İşyeri sahibi	18	15,1
	Emekli	13	10,9
	Diğer	1	0,8
Aylık Hanehalkı Geliri	1-1500 Euro	25	21,6
	1501-3000 Euro	75	64,7
	3001-4500 Euro	15	12,9
	4501-6000 Euro	1	0,9

Tablo 2. Katılımcıların Seyahat Tercihleri

		Frekans	Yüzde (%)
Seyahat Eşlikçileri	Eş	60	50,0
	Aile Fertleri	45	37,5
	Arkadaş/lar	14	11,7
	Diğer	1	0,8
Daha Önce Türkiye'yi Ziyaret Etme Durumu	1 kez	39	32,5
	2 kez	46	38,3
	3 kez	23	19,2
	4 ve üzeri	12	10,0
Daha Önce Antalya'yı Ziyaret Etme Durumu	İlk kez	59	49,2
	2 ve üzeri	61	50,8
Seyahat Bilgi Kaynakları*	İnternet	92	32,2
	Seyahat acentesi yetkilisi	85	29,7
	Kişisel deneyimler	55	19,2
	Arkadaş tavsiyesi	47	16,4
	Diğer	7	2,5
Antalya'yı Tercih Etme Nedenleri*	Deniz, güneş, kum	82	17,9
	Arkadaş tavsiyesi	71	15,5
	Fiyat uygunluğu	67	14,6
	Seyahat acentelerinin yönlendirmesi	66	14,4
	Tarihi doku	59	12,9
	Doğal güzellikler	54	11,8
	İnternet reklamı	33	7,2
	Eğlence hayatı	24	5,3
	Diğer	2	0,4

*Birden fazla seçenek yapabilmek olanağı verildiğinden toplam 100%'den büyüktür.

Katılımcıların Doğa-Temelli Rekreasyon Tercihleri

En fazla tercih edilen doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri, aritmetik ortalamaları dikkate alınarak Tablo 3’de sıralanmıştır. Sonuçlara göre ilk sırada doğa yürüyüşü (ort.4,29), ikinci sırada koşu (ort. 4,23), üçüncü sırada ise vahşi yaşam gözlemi (ort. 3,65) yer almaktadır. En az tercih edilen faaliyetler arasında avlanma (ort. 1,69), kamping (ort. 1,70) ve rüzgar sörfü (ort. 1,71) bulunmaktadır.

Tablo 3. En Fazla Tercih Edilen Doğa-Temelli Rekreasyon Faaliyetleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Doğa Yürüyüşü	4,29	1,386
Koşu	4,23	1,693
Vahşi Yaşam Gözlemi	3,65	1,741
Bisiklete Binme	3,46	1,443
Kuş Gözlemi	2,85	1,745
Dağcılık	2,66	1,594
Aletli Dalış	2,66	1,183
Yelkencilik	2,31	1,402
Rafting	2,31	1,506
Kano	2,09	1,195
Balık Avlama	1,90	1,347
Rüzgar Sörfü	1,71	0,909
Kamping	1,70	0,760
Avlanma	1,69	0,877

Katılımcıların Sorumlu Çevresel Davranış Seviyeleri

Katılımcıların sorumlu çevresel davranış seviyeleri Tablo 4’te gösterilmiştir. En yüksek ortalamaya sahip önermeler arasında ‘çevresel yayınları ve televizyon programlarını izlemek’ (ort. 5,13), ‘günlük yaşamda enerji kaynaklarını tasarruflu kullanmak’ (ort. 4,86) ve ‘düşük çevre kirliliği yaratan ürünleri tercih etmek’ (ort. 4,85) yer almaktadır. En düşük ortalamalar ise ‘ormanları, sahilleri, doğal alanları v.b.ni temizlemeye yönelik organizasyonlara katılmak’ (ort. 2,21), ‘çevresel konularla ilgili toplantılara katılmak’ (ort.2,31) ve ‘ağaç dikme etkinliklerine katılmak’ (ort. 2,54) şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Sorumlu Çevresel Davranış Seviyeleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Çevresel yayınları ve televizyon programlarını takip etmek	5,13	1,229
Günlük yaşamda enerji kaynaklarını tasarruflu kullanmak	4,86	1,302
Düşük çevre kirliliği yaratan ürünleri tercih etmek	4,85	1,220
Geri dönüşümlü paket veya kutudan yapılmış ürünleri tercih etmek	4,68	1,195
Çevresel sorunlara duyarlı politikacıları desteklemek	4,10	1,480
Çevresel konularla ilgili etkinliklerde yer almak	3,31	1,500
Çevre kirliliği ile ilgili bilgi edinilebilecek kaynakları araştırmak	2,93	1,548
Ağaç dikme etkinliklerine katılmak	2,54	1,173
Çevresel konularla ilgili toplantılara katılmak	2,31	1,396
Ormanları, sahilleri, doğal alanları v.b.ni temizlemeye yönelik organizasyonlara katılmak	2,21	1,062

Sorumlu Çevresel Davranışın Alt Boyutları

Sorumlu çevresel davranış değişkeninin boyutlarının tespit edilmesi amacıyla temel bileşenler (principal components) metodu ve Varimax çevirme yöntemi kullanılarak, faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, toplam varyansın % 65,25'ini açıklayan, özdeğeri 1'in üzerinde ve her bir önermeye ait yükleri kabul edilebilir seviye olan 0,500'ün üzerinde olan üç faktör ortaya çıkmıştır (Tablo 5). Zafeiroudi ve Hatzigeorgiadis (2014) tarafından birey ve grup olmak üzere önerilen iki boyutlu yapının bu çalışmada gerçekleşmediği ve üç faktörlü yapının kabul edilebilirliğinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Elde edilen faktörler, içerdikleri önermelere bağlı olarak birey, grup ve kitle şeklinde adlandırılmıştır.

Ölçek boyutlarının güvenilirliği Cronbach's alfa katsayısı kullanılarak incelenmiş, birey ve kitle faktörlerinin yüksek (sırasıyla 0,82 ve 0,72) katsayıya sahip oldukları ancak grup faktörüne ait katsayının kabul edilebilir sınırın altında (0,53) olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu faktör, hem ölçek yapısına sağladığı katkı, hem de varyans açıklama oranının yüksekliği (% 20,86) göz önüne alınarak elenmemiş ve ileri analizler için korunmuştur.

Tablo 5. Sorumlu Çevresel Davranış Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Önermeler	Faktör Yükleri		
	Birey Davranışı	Grup Davranışı	Kitle Davranışı
Günlük yaşamda enerji kaynaklarını tasarruflu kullanmak	0,838		
Düşük çevre kirliliği yaratan ürünleri tercih etmek	0,822		
Geri dönüşümlü paket veya kutudan yapılmış ürünleri tercih etmek	0,853		
Çevresel sorunlara duyarlı politikacıları desteklemek			0,745
Çevresel konularla ilgili etkinliklerde yer almak			0,669
Çevresel yayınları ve televizyon programlarını takip etmek			0,623
Çevre kirliliği ile ilgili bilgi edinilebilecek kaynakları araştırmak		0,727	
Ağaç dikme etkinliklerine katılmak		0,723	
Çevresel konularla ilgili toplantılara katılmak		0,694	
Ormanları, sahilleri, doğal alanları v.b.ni temizlemeye yönelik organizasyonlara katılmak		0,767	
Aritmetik Ortalama	4,80	2,75	3,85
Cronbach's Alfa Katsayısı	0,82	0,53	0,72
Özdeğer	3,046	2,087	1,393
Açıklanan Varyans Oranı (%)	30,45	20,86	13,92
Toplam Açıklanan Varyans Oranı (%)	65,25		
Ölçek Cronbach's Alfa Katsayısı	0,72		
KMO 0,617; Bartlett Test-Yaklaşık Ki-kare 417,96; df 45; Anlamlılık Seviyesi 0,000			

İkinci aşamada, elde edilen her bir faktöre ait aritmetik ortalamalar hesaplanarak, sorumlu çevresel davranış seviyesi düşük ve yüksek olmak üzere katılımcıların iki gruba ayrılması öngörülmüştür. İlk olarak ‘birey davranışı’ boyutunun aritmetik ortalaması 4,80 olarak tespit edilmiştir. Bu ortalamanın üzerinde olanlar yüksek, altında olanlar ise düşük ‘birey davranışı’na sahip olarak kabul edilmiştir. Aynı şekilde ‘grup davranışı’ (aritmetik ortalama: 2,75) ve ‘kitle davranışı’ (aritmetik ortalama: 3,85) faktörleri için de yüksek ve düşük olmak üzere iki grup tanımlanmıştır.

Verinin normal dağılım gösterip göstermediği, önermelere ait basıklık ve çarpıklık değerlerine göre incelenmiş olup, “çevresel konularla ilgili toplantılara katılmak” önermesinin çarpıklık değerinin 1,262 ile tavsiye edilen 1’den düşük olma (Noar, 2003) kriterinin üzerinde olduğu görülmüştür. Ancak bu değer aşırı bir sapma olarak görülmediğinden, ilgili önermenin ilerleyen analizler için korunmasına karar verilmiştir. Bütün önermelere ait basıklık değerlerinin ise tavsiye edilen 2’den düşük olma (Noar, 2003) kriterini sağladığı görülmüştür. İlk olarak bağımsız örneklem t-testi yoluyla, ‘birey davranışı’ boyutunun düşük ve yüksek grubunda yer alan katılımcıların tercih ettikleri doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri arasında

istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar olup olmadığı test edilmiştir. Sonuç olarak (Tablo 6), sorumlu çevresel davranışı yüksek olan katılımcıların rüzgar sörfü, kano, balık avlama, rafting ve yelkencilik faaliyetlerini daha fazla tercih ettikleri, buna karşılık sorumlu çevresel davranışı düşük katılımcıların koşu faaliyetini daha sıklıkla gerçekleştirdikleri ortaya konmuştur.

Tablo 6. Düşük ve Yüksek Birey Davranışı Seviyesine Bağlı Olarak Tercih Edilen Rekreasyon Faaliyetlerindeki Farklılıklar

	Düşük (N= 59)		Yüksek (N= 61)		Anlamlılık Seviyesi
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	
Doğa Yürüyüşü	4,13	1,292	4,44	1,466	0,394
Bisiklete Binme	3,47	1,430	3,45	1,467	0,909
Kuş Gözlemi	2,83	1,609	2,88	1,880	0,864
Rüzgar Sörfü	1,55	0,676	1,86	1,072	0,061***
Kamping	1,62	0,716	1,78	0,798	0,359
Kano	1,89	0,959	2,27	1,367	0,080***
Dağcılık	2,52	1,501	2,80	1,681	0,501
Balık Avlama	1,50	0,935	2,29	1,563	0,001*
Avlanma	1,64	0,737	1,73	0,998	0,559
Rafting	1,72	0,997	2,88	1,694	0,000*
Koşu	4,59	1,451	3,88	1,844	0,021**
Yelkencilik	1,91	1,103	2,70	1,552	0,002*
Aletli Dalış	2,15	0,961	3,16	1,171	0,350
Vahşi Yaşam Gözlemi	3,27	1,760	4,03	1,652	0,866

* p < 0,01; **p< 0,05; ***p<0,1 seviyesinde anlamlı

‘Grup davranışı’ boyutuna uygulanan bağımsız örneklem t-testi sonucunda, yüksek sorumlu çevresel davranışa sahip olan katılımcıların doğa yürüyüşü, dağcılık, balık avlama, avlanma, aletli dalış ve vahşi yaşam gözlemi faaliyetlerini düşük sorumlu çevresel davranışa sahip olanlara kıyasla daha fazla tercih ettikleri belirlenmiştir (Tablo 7). Adı geçen rekreasyon faaliyetlerinin genellikle küçük gruplar halinde yerine getirildiği göz önünde bulundurularak, çevreye karşı yüksek sorumluluk taşıyan kişilerin bu faaliyetler esnasında aynı zamanda sosyal paylaşımı da hedefledikleri söylenebilir. Analiz sonuçlarına göre, düşük ortalamaya sahip katılımcıların diğer gruba kıyasla daha fazla tercih ettikleri bir faaliyet bulunmadığı görülmüştür.

Tablo 7. Düşük ve Yüksek Grup Davranışı Seviyesine Bağlı Olarak Tercih Edilen Rekreasyon Faaliyetlerindeki Farklılıklar

	Düşük (N= 63)		Yüksek (N= 57)		Anlamlılık Seviyesi
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	
Doğa Yürüyüşü	4,04	1,236	4,56	1,500	0,044*
Bisiklete Binme	3,33	1,481	3,61	1,398	0,288
Kuş Gözlemi	2,39	1,581	3,36	1,789	0,116
Rüzgar Sörfü	1,58	0,775	1,85	1,025	0,512
Kamping	1,71	0,771	1,70	0,755	0,809
Kano	1,90	1,253	2,29	1,101	0,445
Dağcılık	2,15	1,234	3,22	1,762	0,000*
Balık Avlama	1,66	1,135	2,17	1,513	0,041**
Avlanma	1,50	0,715	1,89	0,994	0,017**
Rafting	2,25	1,544	2,38	1,473	0,938
Koşu	3,93	1,721	4,56	1,614	0,447
Yelkencilik	2,07	1,323	2,57	1,450	0,700
Aletli Dalış	2,46	1,292	2,89	1,012	0,042**
Vahşi Yaşam Gözlemi	3,14	1,366	4,22	1,936	0,001*

* p < 0,01; **p< 0,05 seviyesinde anlamlı

‘Kitle’ boyutuna göre düşük ve yüksek sorumlu çevresel davranışa sahip katılımcılar arasındaki farklılıklar, bağımsız örneklem t-testi yoluyla incelenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 8’de yer almıştır. Sonuçlar, yüksek sorumlu davranış seviyesindeki kişilerin rüzgar sörfü, avlanma, rafting ve aletli dalış faaliyetlerini düşük seviyeye sahip katılımcılara kıyasla daha fazla tercih etmekte olduklarını yansıtmaktadır. Düşük sorumlu çevresel davranış seviyesindeki kişilerin ise doğa yürüyüşü faaliyetini, diğer grup üyelerine kıyasla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 8. Düşük ve Yüksek Kitle Davranışı Seviyesine Bağlı Olarak Tercih Edilen Rekreasyon Faaliyetlerindeki Farklılıklar

	Düşük (N= 63)		Yüksek (N= 57)		Anlamlılık Seviyesi
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	
Doğa Yürüyüşü	4,30	1,327	4,28	1,460	0,741
Bisiklete Binme	3,12	1,337	3,84	1,473	0,443
Kuş Gözlemi	2,96	1,857	2,73	1,620	0,344
Rüzgar Sörfü	1,46	0,617	2,00	1,085	0,001*
Kamping	1,63	0,725	1,78	0,795	0,460
Kano	1,95	1,169	2,24	1,214	0,836
Dağcılık	2,58	1,466	2,75	1,734	0,142
Balık Avlama	1,76	1,253	2,07	1,437	0,526
Avlanma	1,38	0,521	2,03	1,051	0,000*
Rafting	1,85	1,242	2,82	1,616	0,000*
Koşu	4,15	1,733	4,31	1,660	0,388
Yelkencilik	1,84	1,346	2,84	1,278	0,889
Aletli Dalış	2,31	1,189	3,05	1,059	0,000*
Vahşi Yaşam Gözlemi	3,53	1,702	3,78	1,790	0,443

* $p < 0,01$ seviyesinde anlamlı

SONUÇ

Bu araştırma, turist davranışının olumlu ve olumsuz çevresel etkilerinin önemi göz önüne alınarak gerçekleştirilmiş olup, başlıca amacı sorumlu çevresel davranış ile doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Antalya gibi deniz, güneş ve kum cazibesi ile çoğunlukla tatil amaçlı seyahatler için tercih edilen bir destinasyon, bu destinasyona gelen yerli ve yabancı turistlerin doğa ile ilişkili faaliyetlerinden doğrudan etkilenmek durumundadır. Bu nedenle, turistlerin çevresel duyarlılık seviyeleri ve günlük yaşam içerisinde gerçekleştirmeye alışkın oldukları rekreasyon faaliyetleri, destinasyonun sürdürülebilirliği üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim Lee'nin de (2011) belirtmiş olduğu üzere, tatil destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin sorumlu çevresel davranışlarının tespiti, destinasyon yetkililerinin oluşturacağı sürdürülebilir gelişim planlarının önemli bir dayanağını teşkil etmektedir.

Bu çalışmada sorumlu çevresel davranış ve rekreasyon faaliyetleri ilişkisini incelemek üzere Antalya'ya gelen turist sayısına bağlı olarak başlıca pazarlardan birini oluşturan Alman turistlerin incelenmesi hedeflenmiştir. 120 Alman turist üzerinde gerçekleştirilen anket uygulaması ile katılımcıların başlıca demografik özellikleri, sorumlu çevresel davranış seviyeleri ve günlük yaşamda en sıklıkla gerçekleştirdikleri doğa-temelli rekreasyon

faaliyetleri ortaya konmuştur. Buna göre, katılımcıların çoğunluğunu orta-yaş grubunda yer alan (% 50,8), evli (% 72,5) ve alt-orta gelir düzeyindeki (1501-3000 Euro arası aylık gelir; % 64,7) kişiler oluşturmıştır. Eş ve aile fertleriyle (%50,0; % 37,5) birlikte genellikle deniz, güneş ve kum (% 17,9) odaklı olarak Antalya'ya gelmiş olan katılımcılar, günlük yaşamlarında en fazla doğa yürüyüşü (ort.4,29), koşu (ort. 4,23), vahşi yaşam gözlemi (ort. 3,65) ve bisiklete binme (ort. 3,46) gibi faaliyetleri gerçekleştirmektedir.

Sorumlu çevresel davranışın, faktör analizi ile üç boyuttan oluştuğu, bunların birey, grup ve kitle davranışı olarak adlandırılmalarının uygun olacağı görülmüştür. Daha sonra, her üç boyutun aritmetik ortalamaları hesaplanarak, ortalamanın altında değere sahip olan katılımcılar düşük; ortalama üzerinde değere sahip olan katılımcılar ise yüksek sorumlu çevresel davranış seviyesinde kabul edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısının sorumlu çevresel davranış seviyelerinin (birey boyutunda N= 61; grup ve kitle boyutlarında N=57) yüksek, diğer yarısının ise düşük olarak ortaya konması (birey boyutunda N= 59; grup ve kitle boyutlarında N=63) grup karşılaştırmalarının yapılabilmesine olanak sağlamıştır. İlerleyen aşamada, ayrı ayrı bağımsız örneklem t-testleri ile her iki düzeydeki katılımcıların, üç boyuta göre en fazla tercih ettikleri rekreasyon faaliyetlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir.

Analiz sonuçlarına göre, yüksek ortalamaya sahip olan Alman turistlerin birey boyutunda su ve denizle ilişkili (rüzgar sörfü, kano, balık avlama, rafting ve yelkencilik gibi), grup ve kitle boyutlarında macera ağırlıklı (dağcılık, avlanma, aletli dalış ve vahşi yaşam gözlemi gibi) faaliyetleri; düşük ortalamaya sahip katılımcıların ise birey boyutunda koşma, kitle boyutunda doğa yürüyüşü gibi geleneksel ve risksiz faaliyetleri istatistiki açıdan anlamlı bir biçimde daha fazla tercih ettikleri belirlenmiştir. Çalışmaya ait bulgular, sorumlu çevresel davranış seviyesi yüksek kişilerin, doğayla bütünleşme, macera ve sosyalleşme imkanları sağlayan faaliyetleri gerçekleştirme eğilimlerine sahip olduklarını; düşük sorumlu davranış seviyesine sahip kişilerin ise fiziki risk içermeyen faaliyetlere meyilli olduklarını göstermiştir. Buckley (2004) ile Kuenzi ve McNeely'in (2008) belirttiği gibi eko-turizm ve doğada gerçekleştirilen çeşitli turizm faaliyetleri ile ilgili literatürde sıklıkla ele alınmasına karşın, doğa-temelli rekreasyon faaliyetleri kapsamında risk algısını ele alan çalışmaların sayısı azdır. Bu çalışmada gösterilmiş olduğu üzere, düşük ve yüksek riskli faaliyetleri tercih eden kişilerin sorumlu çevresel davranış seviyeleri de farklılık göstermektedir. Bu açıdan ilerideki çalışmalarda, turistlerin sorumlu davranış seviyeleri ile yüksek ve düşük risk içeren doğa-

temelli rekreasyon faaliyetlerini tercihleri arasındaki ilişkinin araştırılması ilgili literatüre katkı sağlayacaktır.

Font ve diğerlerinin (2001) önerdikleri gibi turistlerin yol açtığı veya açabileceği çevresel sorunların azaltılarak, sürdürülebilir bir gelişimin sağlanabilmesi için öncelikle ilgili destinasyonun sahip olduğu rekreasyon olanaklarının bir listesi yapılarak, daha sonra bu rekreasyon faaliyetleri esnasında ortaya çıkabilecek olan olumsuz etkiler (kirlilik, ağaçlara verilen zarar, vahşi yaşam alanlarına girilmesi gibi) sıralanmalıdır. Bu şekilde yapılacak detaylı bir analiz neticesinde, doğal çevre üzerinde en yüksek olumsuzluğa yol açabilecek rekreasyon faaliyetlerinin belirlenerek, muhtemel olumsuz etkilerinin azaltılması mümkün olabilir. Bu çalışma sonucunda Antalya'ya gelen Alman turistlerin hangi rekreasyon faaliyetlerini günlük yaşamlarında gerçekleştirdikleri ve hangi sorumlu davranış seviyesinde bulundukları belirlenmiştir. İleriki çalışmalarda, Antalya'nın sahip olduğu rekreasyon olanakları listelenerek, Almanya gibi başlıca turist gönderen pazarlar öncelikli olmak üzere destinasyona gelen turistlerin bu alanlara yönelik ilgileri ve yol açabilecekleri başlıca çevresel sorunlar tespit edilebilir. Bu sayede turist kaynaklı bir çevresel risk önleme planı geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Antalya İl Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015) <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,127688/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2012-20-.html>, Erişim Tarihi: 01.09.2015
- BUCKLEY, R. (editör). (2004). *Environmental Impacts of Ecotourism*, CABI Publishing, Wollingford, UK.
- BUDOWSKI, G.. (1976). Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis?, *Environmental Conservation*, Cilt: 3, Sayı: 1, ss.27-31.
- CHIU, Y.H.; LEE, W.; CHEN, T.H.. (2014). "Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and Implications", *Tourism Management*, Cilt:40, ss. 321-329.
- COTTRELL, S. P. (2003). "Influence of Sociodemographics and Environmental Attitudes on General Responsible Environmental Behavior among Recreational Boaters". *Environment and Behavior*, Cilt: 35, Sayı: 3, ss.347-375.
- DALY, J.. (2000). *Recreation and Sport Planning and Design*, Champaign, IL: Human Kinetics.
- FONT, X.; FLYNN, P.; TRIBE, J.; YALE, K. (2001). "Environmental Management Systems in Outdoor Recreation: A Case Study of a Forest Enterprise (UK) Site", *Journal of Sustainable Tourism*, Cilt: 9, Sayı: 1, ss. 44-60.
- KOLLMUSS, A.; AGYEMAN, J. (2002), "Mind the Gap: Why do People Act Environmentally and What are the Barriers to Pro-environmental Behavior? ", *Environmental Education Research*, Cilt: 8, Sayı: 3, ss. 239-260.
- KUENZI, C.; McNEELEY, J.. (2008). Nature-Based Tourism, ss.155-156, *Global Risk Governance* İçinde, Editörler: Ortwin RENN ve Katherine D. WALKER, Sayı:1, ss.155-178.
- LEE, T.H. (2011). "How Recreation Involvement, Place Attachment and Conservation Commitment Affect Environmentally Responsible Behavior?", *Journal of Sustainable Tourism* Cilt: 19, Sayı: 7, ss. 895-915.

- LEE, T.H.; JAN, F.H.; YANG, C.C. (2013a). "Conceptualizing and Measuring Environmentally Responsible Behaviors from the Perspective of Community-based Tourists", *Tourism Management*, Cilt: 36, ss. 454-468.
- LEE, T.H.; JAN, F.; YANG, C.C. (2013b). "Environmentally Responsible Behavior of Nature-based Tourists: A Review", *International Journal of Development and Sustainability*, Cilt:2, Sayı:1, ss.1-16.
- NOAR, S. M. (2003). "The Role of Structural Equation Modeling in Scale Development", *Structural Equation Modeling*, Cilt: 10, Sayı: 4, ss.622-647.
- OUTDOOR PARTICIPATION REPORT (2014), The Outdoor Foundation, Washington DC, USA. <http://www.outdoorfoundation.org>, Erişim Tarihi:12.10.2015.
- STERN, P. C. (2000). "Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior", *Journal of Social Issues*, Cilt. 56, ss.407-424.
- TARRANT, M. A.; GREEN, G. T. (1999). "Outdoor Recreation and the Predictive Validity of Environmental Attitudes", *Leisure Sciences*, Cilt: 21, Sayı: 1, ss. 17-30.
- THAPA, B.; GRAEFE, A. R. (2003). "Forest Recreationists and Environmentalism", *Journal of Park and Recreation Administration*, Cilt: 21, Sayı:1, ss.75-103.
- UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, (2015). <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsofTourism/EnvironmentalImpacts/EnvironmentalImpactsofTourism-GlobalLevel/tabid/78777/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 09.11.2015.
- YEUNG, S. P-M. (2002). "Teaching Approaches and the Development of Responsible Environmental Behaviour: The Case of Hong Kong", *Ethics, Place & Environment*, Cilt: 5, Sayı: 3, ss. 239-259.
- YILMAZ, Ö. D. (2007). *Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Editör: İÇÖZ, Orhan, ss.1-37, Turhan Kitapevi: Ankara
- ZAFEIROUDI, A.; HATZIGEORGIADIS, A. (2014), "Validation of the Greek Version of the Responsible Environmental Behavior Scale and Relationships with Participation in Outdoor Activities", *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, Cilt:13, ss. 20-37.

KARS İLİ KÜLTÜREL MİRAS KAYNAKLARININ KORUNMASINA YEREL PAYDAŞLARIN BAKIŞI

Çağla ÜST¹ Cansu SOLMAZ² Derya İNALTEKİN³

ÖZET

Günümüzde yerli ve yabancı ziyaretçilerin geleneksel deniz, güneş, kum tatil tipinden uzaklaşarak, farklı ve özgün bir tatil deneyimlemek istemeleri turistleri alternatif turizme yönlendirmiştir. Kültürel miras odaklı turizm de bunlardan biridir. Kültürel mirasın sürdürülebilir şekilde yönetilebilmesi için de yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri, üniversite, medya, ziyaretçiler ve yerel halk gibi yerel paydaşların bu süreçte etkin rol alması önem taşımaktadır. Kars ili somut ve somut olmayan kültürel miras bakımından zengin bir değere sahiptir. Bu değerlerin turizme kazandırılmasının kente ve halka ekonomik ve kültürel katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın amacı; Kars'taki yerel paydaşların, Kars turizminde büyük öneme sahip olan "kültürel miras"ın korunmasına yönelik algılarının ortaya çıkarılması, bu süreçte nasıl rol aldıklarının ve rol alan diğer paydaşları nasıl değerlendirdiklerinin incelenmesidir. Araştırmada nitel araştırma deseni kullanılmış olup veri toplama aracı olarak görüşme formları kullanılmıştır. Bu kapsamda kentteki 8 yerel paydaşla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Toplanan bilgiler betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; tüm paydaşların Kars ilindeki somut ve somut olmayan kültürel mirasa büyük önem verdikleri söylenebilir. Öte yandan mirasın korunması konusunda tüm paydaşların ortak hareket etmesi gerektiği ancak en büyük sorumluluğun halka düştüğü konusunda hemfikir oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Somut Kültürel Miras, Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültür Turizmi, Kars, Yerel Paydaşlar

GİRİŞ

Günümüzde turizm talebinde meydana gelen değişimlerin sonucunda, yerli ve yabancı ziyaretçiler klasikleşmiş standart ve kitlesel deniz-güneş-kuma dayanan turizm tipi dışında, farklı ve özgün turizm çeşitlerine yönelmişlerdir. Dolayısıyla, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip alanlar ve alternatif turizm türleri ilgi çekmekte ve ön plana çıkmaktadır. Bu turizm türlerinden biri de kültürel miras turizmidir. Kültürel miras, kültürel turizmin temel

¹ Öğr. Gör., Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, caglaust@gmail.com

² Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi Şereflikoçhisar Berat Cömertoğlu Meslek Yüksekokulu, cansusolmaz@aksaray.edu.tr

³ Öğr. Gör., Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, inaltekinderya@gmail.com

unsurlarından biri olarak son yıllarda önemi giderek artan ve turizmin ekonomik bir değer olarak kullandığı bir kavram olarak değerlendirilmekte ve insanın bilinen tüm zaman dilimleri içinde yaşadığı, biriktirdiği, geliştirerek, yeni sentezlerle var oluşunu sürdürerek, ve sürekliliğini sağlayarak kendinden sonrakilere aktardığı veriler dizisi olarak nitelendirilebilmektedir (Yıldız, 2011: 4).

Kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılırken bir taraftan da korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması, turizmin bölge ve yerel halk üzerinde olumsuz etkiler oluşturmamasının önüne geçilmesi planlı bir çalışmayı gerektirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir bir kültürel miras gelişimi ve yönetimi için halk, tedarikçi ortaklar, yerel yönetimler ve ziyaretçilerin daha çok çalışması ve gayret göstermeleri gerekmektedir (Nana Ato ve Mensah, 2006). Kısacası bu süreçte sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri, üniversite, medya ve yerel halk gibi yerel paydaşların etkin rol alması önem taşımaktadır. Ayrıca söz konusu kurumlarda görev yapan idareci ve liderlerin bulundukları bölgenin kültürel değerlerini bilmelerinin, önemlerini anlamalarının bu sürece katkı yapacağı düşünülmektedir.

Kars ili de gerek somut gerekse somut olmayan kültürel miras değerleri açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Türkiye Turizm Stratejisinde-2023 (2007: 33) yer alan 15 marka kentten biri olan Kars ilinde yerel paydaşların kültürel mirasa bakış açılarının ortaya çıkarılması ve bu amaçla hangi çalışmalar içinde oldukları, kısacası yerel paydaşların hangi sorumluluklar aldığı ve ne gibi etkilerde bulunduklarının incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda Kars ilinde; Kültür Turizm Müdürlüğü, Serhat Kalkınma Ajansı, Belediye, Kars Turizmciler Otelciler ve Lokantacılar Derneği, Müze, Ticaret Sanayi Odası, Yerel Medya ve Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde kültürel miras kavramı ve kültürel miras turizm ilişkisi üzerine teorik bilgi verildikten sonra araştırma kısmına geçilmiş ve elde edilen bulgular sunulmuştur. Araştırmanın son bölümü olan sonuç ve öneriler bölümünde elde edilen bulguların yorumlanmasına ve önerilere yer verilerek çalışma sonlandırılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kültürel Miras Kavramı

Kültürel miras; geçmişten miras alınan ve değişik gerekçelerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak varlığı olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eserler ile bir topluma ait değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Can, 2009: 3). Bir başka tanıma göre,

kültürel miras, bir toplumun üyelerine ortak geçmişlerini anlatan, aralarındaki dayanışma ve birlik duygularını güçlendiren bir hazinedir ve insanların tarih boyunca biriktirdikleri deneyimlerin ve geleneklerin devamlılığını, geleceğin doğru kurulmasını sağlaması açısından önemlidir (İSMEP, 2014: 12).

1972 yılında imzalanan "Dünya Kültür ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesinde; kültürel ve doğal mirasın herhangi bir parçasının bozulmasının veya yok olmasının, bütün dünya milletlerinin mirası için zararlı bir yoksullaşma teşkil ettiği, kültürel ve doğal mirasın tüm insanlığın dünya mirasının bir parçası olarak korunmasının gerekliliği ve önemi vurgulanmıştır (UNESCO, 1972).

20. yüzyılın sonunda “kültürel varlık” kavramı genel olarak, somut ve somut olmayan kültürel varlıkların oluşturduğu bir gövde olarak kabul edilmiştir (Öztürk vd. , 2015: 3). Somut kültürel miras, binaları, tarihi yerleri, anıtları ve insan eliyle yapılmış her türlü şeyi kapsamaktadır ve gelecek nesiller için korunması, saklanması önemli görülen eserlerden oluşmaktadır. Bunlar genellikle arkeolojik, mimari, teknolojik ve bilimsel eserlerdir (Can, 2009:3).

2003 yılında kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması sözleşmesinde; “Somut olmayan kültürel miras; toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar anlamına gelir” denilmektedir (UNESCO, 2003). Özellikle, sözlü gelenek ve anlatımlar, gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler, doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, el sanatları gelenekleri gibi alanlarda ortaya çıkabilecekleri vurgulanmıştır.

Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi

Günümüzde turizm faaliyetlerine katılanların eğitim seviyesinin artması, farklı kültürleri tanıma ve öğrenme isteği, teknolojinin hızla gelişmesi, seyahat etmenin kolaylığı ve sıklaşması, ziyaretçilerin beklentilerinde birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Tipik deniz güneş kum tatil tipinden uzaklaşmış, farklı ve benzersiz bir tatil deneyimleme arzusu kişileri kültürel miras turizmine yönlendirmiştir. Dolayısıyla kültürel miras kaynaklarının eşsiz ve aynı zamanda kolektif doğası, bu türden turistik yerlerin turizm endüstrisinde özel bir yer oluşturmasını sağlamaktadır (Apostolakis, 2003: 796). Ryan (2002), kültür mirası turizmini, yerel kültür ve değerlere saygılı; entelektüel ve nitelikli bir etkinlik biçimi olarak

değerlendirmektedir. Özellikle günümüzde kültürel miras odaklı turizm, en fazla tercih edilen turizm türlerinden biridir ve pazarı giderek gelişmektedir (Bahçe, 2009: 2)

Bir turistik bölgede kültürel miras odaklı turizmin uygulanması bölgeye birtakım faydalar sağlarken (kültürel değerlerin restorasyonu, geleneksel kültürün canlandırılması, kültürel unsurların sürdürülebilirliğinin sağlanması, kültür alış verişi, yeni iş alanları, istihdam, altyapı faaliyetleri vs), iyi yönetilemediği takdirde kültürel miras değerleri üzerinde geri dönüşü olmayan hasarlara da neden olabilmektedir. Turizmin kültürel varlıklar üzerindeki olumsuz etkileri, turistlerin aşırı kullanımı, turizme bağıllık, olumsuz turist davranışları, kültürel özellikler üzerindeki kontrolün kaybedilmesi, kültürel varlıkların fiziksel bozulmaları şeklinde sayılabilir (Mckercher ve Cros, 2002: 60-61; Uygur ve Baykan, 2007: 43). Uslu ve Kiper'e göre (2006: 313) "kültür ve turizm arasında simbiyotik bir ilişkinin kurulması zorunludur. Aksi takdirde biri diğerinin kaynaklarını sürekli olarak sömürürken diğeri de zamanla yok olacaktır. Oysa birinin yok olması, diğerinin de yaşamını tehdit etmesi anlamına gelmektedir".

Bu da sistemli bir planlama ve alan yönetimi ihtiyacını öne çıkartmaktadır. Korunması gerekli alanlarda turizm geliştirilirken yönetim planlaması, alanların etkin olarak korunması ve bu planlamanın nasıl gerçekleşebileceğinin net olarak belirlenmesi çok önemlidir (Yıldız, 2011: 6). Dolayısıyla bu konuda sadece ilgili kuruluşların değil; yerel halk, devlet, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, turizm sektörü gibi kurumların sürdürülebilirlik çerçevesinde beraber hareket ederek çalışmaları önem arz etmektedir.

Kars'ın Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri

Türkiye'nin kuzeydoğudaki sınır şehirlerinden biri olan Kars, turizm potansiyeli açısından Doğu Anadolu Bölgesinin önemli illerinden biridir. Aynı zamanda ülkemizin başlıca kış turizm merkezinden birisidir. Yontma Taş devrinden itibaren kesintisiz bir yerleşime sahne olan kent, tarihin çok eski devirlerine uzanan antik kalıntıları ve ören yerleri ile kültür turizmi açısından da önem taşımaktadır (www.karskulturturizm.gov.tr).

1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nın ardından gelen 40 yıllık Rus işgali sürecinde kente yine Ruslar tarafından Baltık mimari tarzında yaptırılan eserler kültür turizmi açısından eşsiz bir değer taşımaktadır. Söz konusu taşınmazlar günümüzde tescil edilerek koruma altına alınmış olup, taşınmazların büyük bir kısmı şahısların mülkiyetinde konut olarak kullanılmakla beraber bir kısmı işyeri, bir kısmı da resmi kurum olarak kullanılmaktadır (www.karskulturturizm.gov.tr).

Tablo 1. Kars İli Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri

Somut Kültürel Miras Değerleri	Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri
Arkeolojik Miras	Sözlü Gelenek ve Anlatımlar
Anı Ören Yeri (Anı Harabeleri) Çamuşlu Köyü Yazılıkaya Resimleri	Aşıklık geleneği, ağıt, masal, halk hikayesi, efsane, mani, bilmece, dua-beddua, kıssadan hisse, fıkra, atasözü ve deyimler, ninni ve tekerlemeler.
Kaleler ve Surlar	Gösteri sanatları
Kars Kalesi İnkaya Kalesi Micingirt Kümbeti Zivin Kalesi Surlar	Halk müziği, halk oyunları, halk çalgıları ve çalgı yapımı, çocuk oyunları, sportif oyunlar (cirit vb.), geleneksel tiyatro (köy seyirlik oyunları, deve oyunu, köse oyunu vb.)
Camiler ve Kiliseler	Toplumsal Uygulamalar, Ritüeller ve Şölenler
Ebul Hasan Harakani Camisi ve Türbesi Kümbet Cami Fethiye Cami Resimli Kilise Polatoğlu Kilisesi Aziz Prkich Kilisesi Menucehr Cami Genç Kızlar Kilisesi Yusuf Paşa Cami	Doğum, evlenme, ölümle ilgili gelenekler, yaylacılık, inanışlar (tekke türbe ve yatırırlarla ilgili inanışlar, yağmur duası, dini gelenekler)
Saraylar	Doğa ve Evrenle İlgili Uygulamalar
Beylerbeyi Sarayı Selçuklu Sarayı	Mevsimlik bayramlar (nevruz, hıdrellez, saya gezme, koç katımı, gündönümü, yeni yıl kutlaması), halk takvimi (eski ay ve gün hesapları), hava tahmini, halk mutfağı (yöresel yemekler, geleneksel aşçılar, tören yemekleri (düğün ve bayram), kap kacak çeşitleri
Konaklar	El Sanatları
Gazi Ahmet Muhtar Paşa Konağı Tevfik Ahmet Paşa Konağı Namık Kemal Evi Paşa Köşkü	El sanatları (gümüş işçiliği, halı-kilim, çorap yapımı, dokumacılık, ağaç işçiliği, keçe, bakırcılık, eyercilik, semercilik, deri işçiliği, taş işçiliği, bıçak yapımı vb.), yapı ustalığı, geleneksel kıyafetler, geleneksel zanaatlar demircilik, kalaycılık, nalbantlık vb.)
19.yy Baltık Mimari Örnekleri	
Katerina Av Köşkü Hekim Evi Defterdarlık Binası Sağlık Müdürlüğü Binası Eski Vali Konağı Tuncer Güvensoy Evi	
Kars Tabyaları	
Allahüekber Şehitlik Anıtı	

Kaynak: Kars İlinin Somut Olmayan Kültürel Mirasının Haritalandırılması Projesi (2016) ve Kars İli Somut Kültürel Mirası (2016).

Kars il ve ilçelerinde Kültür Turizm Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından tescillenmiş 428 bina bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Kars ilinde sit alanı kabul edilmiş toplam 27 alan (Arkeolojik Sit 23, Kentsel Sit 1, Doğal Sit 1, Tarihi Sit 2) bulunmaktadır (Kars Müze Müdürlüğü ile yapılan görüşmeler sonucunda ulaşılmıştır).

Aynı zamanda zengin bir kültürel dokunun da gözlendiği Kars, buna bağlı olarak geçmişten günümüze aktarılagelen çok sayıda somut olmayan kültürel miras değerine de sahiptir. Bunların başında ise, 2009 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine giren “Aşıklık Geleneği” bulunmaktadır.

Tablo 1’de Kars’ın bünyesinde barındırdığı somut ve somut olmayan Kültürel miras değerleri toplu olarak özetlenmeye çalışılmıştır ve öne çıkan somut kültürel miras değerlerine ait görsellerine çalışmanın sonunda yer verilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacını, Kars il merkezinde yer alan turizm paydaşlarının kültürel miras ve kültürel miras odaklı turizme yönelik düşüncelerinin ortaya çıkarılması, kültür turizminin Kars’ta geliştirilebilmesi için özellikle somut ve somut olmayan turizm varlıklarını koruma adına yürüttükleri çalışmaların incelenmesi oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından hazırlanan ve 6 adet soruyu kapsayan bir görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Görüşme formu yarı yapılandırılmış şekilde hazırlanmış açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi araştırmaya hız ve pratiklik kazandırır. Çünkü bu yöntemde araştırmacı, yakın olan ve erişilmesi kolay olan bir durum seçer (Yıldırım ve Şimşek, 2013:141). Bu kapsamda kentteki 8 yerel paydaşla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

Görüşmeler, görüşme yapılacak kişilerden randevu alınarak, 09.01.2016-19.02.2016 tarihleri arasında kendi ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Kendilerine çalışmanın amacı hakkında kısa bilgi verildikten sonra, izinleri alınarak görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Çalışma kapsamında, Kültür Turizm Müdürlüğü, Serhat Kalkınma Ajansı, Belediye, Kars Turizmciler Otelciler ve Lokantacılar Derneği, Müze, Ticaret Sanayi Odası, Medya ve Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 30-60 dakika sürmüştür. Elde edilen ses kayıtları yazıya dökülmüş, bunlara görüşme sırasında alınan kısa notlar da eklenerek betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir.

Araştırma bulguları analiz edilirken araştırmacıya kolaylık sağlaması için görüşmecilerin isimlerine yer verilmemiş, görüşmeciler görüşme sırasına göre kodlanarak analiz edilmiştir. Yapılmış olan kodlamada KARSOD (Kars Turizmciler, Otelciler, Lokantacılar Derneği) (G1), SERKA (Serhat Kalkınma Ajansı) (G2), İl Kültür Turizm Müdürlüğü (G3), Gazeteci

Yazar (G4), Kars Müzesi (G5), Ticaret, Sanayi Odası (G6), Kars Belediyesi (G7), Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu (G8).

Görüşmeye katılan paydaşlara  u sorular y neltirmi tir:

1. Kars ili kültürel mirasına ve buradaki turizm faaliyetlerine ne kadar önem veriyorsunuz ve bu konuda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?
2. Kars ili somut ve somut olmayan kültürel mirasının korunmasında kimler, hangi kurum ve kuruluşlar sorumludur?
3. Sorumlu olduğuna inandı ınız kişi, kurum ve kuruluşların bu konudaki tutumlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
4. Sizce kültürel miras kaynakları yeterince korunuyor mu?
5. Kültürel mirasın yeterince korunduğunu d   nm yorsanız bunun sebebi sizce nedir ve daha iyi koruma nasıl sağlanabilir?
6. Kars ilinin en önemli kültürel mirası sizce nedir?

BULGULAR

KARSOD (Kars Turizmciler, Otelciler, Lokantacılar Derneği) (G1): G1 bölgedeki turizm faaliyetlerine ve kültürel mirasa oldukça büyük önem verdiklerini ve i letmecili ini yaptıkları seyahat acentası ile turizme katkı sağlamaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. G1'e göre somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunmasından öncelikle yerel halk sorumludur ve nesillere aktarım halkın yardımı ve bilinci ile olur. Kamu kurum ve kuruluşlarının ( niversite, Kültür Turizm Müdürlüğü, Belediye vb.) koruma konusunda etkin görev yapması gerektiğini ancak bunun henüz ger ekle medi ini bildiren G1, daha iyi bir korumanın ancak tüm kuruluşların işbirliği içerisinde olması sonucunda ger ekle ece ine inanmaktadır. Öte yandan sahada içi yapanların bilinçli olması, i ini sevmesi ve turizmin Kars'ın vazgeçilmezi olduğunu kabul etmesi ile tüm sorunların c z lebilece ine inanmaktadır.

G1, somut ve somut olmayan kültürel mirasın yeterince korunamadı ını, bu konuda öncelikle halkın bakışının değişmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu bakışın değişmesi için Kars'ın ileri gelenlerinin, i  adamlarının bölgeye yatırım yapmaları ve Kars iline önem verdiklerini göstermeleri sonucu halkın da bakışının de i ece ine inanmaktadır. Öte yandan halkın olayın içerisine dahil edilerek onların kültürel mirası korumaya heveslendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. G1'e göre kültürel mirasın korunamamasının en önemli nedenlerinden biri ise; maddi imkanı olan mülk sahiplerinin, korumak istedikleri yapı ile ilgili karşılarına çıkan

Anıtlar Kurulu'nun restorasyon ile ilgili zorlu prosedürleridir. Yaşanan bu zorlu sürecin hem mevcut hem de potansiyel yatırımcıları demoralize ettiği düşünülmektedir.

G1, Somut olmayan kültürel mirasın korunamamasının ve nesillere aktarılamamasının en önemli nedenlerinden birinin; geçmişte usta çırak ilişkisi ile sürdürülen bu geleneğin günümüzde çıraklar tarafından unutulması ve bu nedenle bölgede unutulmaya yüz tutmasına neden olmalarıdır. Ağırlaşan hayat şartlarında bu mesleğin (Aşıklık gibi) maddi getirisinin yetersiz olması insanları başka işlere yöneltmektedir. G1'e göre bu sorunun çözümü aşıklık kadrosunun Kültür Turizm Bakanlığı bünyesine alınması ve bu kişilerin geleceklerinin güvence altına alınması şeklinde gerçekleşebilir. Kars'ta bulunan somut kültürel mirasın korunmasında bakım-onarım, restorasyon, rekonstrüksiyon gibi yöntemlerin hepsi birlikte kullanılarak daha verimli bir koruma gerçekleştirileceğine inanmaktadır. Öte yandan G1 kültürel mirasın korunmasının ancak şehirleşmenin tarihi yapıya uygun yapılması ile gerçekleşebilir görüşünü savunmaktadır. G1, Kars'ın en önemli zenginliğini ise çok kültürlülük olarak değerlendirmektedir.

SERKA (Serhat Kalkınma Ajansı) (G2): Tarihsel süreçte çok fazla medeniyete ev sahipliği yapmış şehir Kars'ta hem somut hem de somut olmayan kültürel mirasa oldukça önem verdiklerini belirten G2, 6 kez mali destek programı uyguladıklarını ve bu desteklerde öncelikli olarak turizmi ele aldıklarını belirtmiştir. Somut olmayan kültürel mirasın tespitinin zor ancak korunmasının kolay olduğunu, bunun aksine somut kültürel mirasın tespiti kolayken korunmasının zor olduğunu belirten G2, kültürel mirasın korunması konusunda en büyük sorumluluğa Kültürel Varlıkları Koruma Bölge Kurulu'nun sahip olduğunu ve bu kurulun gereken hassasiyeti gösterdiğini düşünmektedir. Kurulun herhangi bir idari bünyeden emir almamaları nedeniyle tarafsız bir şekilde işlerini yapabildiğini belirtmiştir. Mirası koruma konusunda halkında önemli derecede sorumlu olduğunu ancak bu konuda bilinçsiz olduklarını belirten G2, insanların yapılardaki taşları söküp, onları evlerinde kullanarak yapılara zarar verdiklerini belirtmiştir. G2 bu durumu; *“Halkın bu durumun bilincine varması için kişilerin genel kültür ve eğitim seviyesi yükseltilmeli ve eğitim temelde kültürün önemini anlatılarak işe başlanmalıdır”* şeklinde ifade etmiştir. Öte yandan G2, tüm resmi kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri koruma konusunda eşit sorumluluğa sahip olduğu ve hepsinin birlikte hareket etmesi sonucunda korumanın istenen seviyeye ulaşabileceği şeklinde görüş bildirmiştir. *“Son dönemlerde kültürel mirasın korunması konusunda farkındalık oluşturulmaya çalışılmaktadır. Farkındalık tam olarak tabana yayılmamıştır ancak zamanla her kesimde bu farkındalığın oluşması sağlanacaktır”* diyen G2 yaptıkları projeler ile de bu konuda önemli adımlar

attıklarını belirtmektedir. Özellikle tescilli bir binaya sahip olan kişi, sahip olduğu taşınmazdan ticari kazanç (binanın yıkılıp ev ve iş yeri yapılması vb.) elde edebileceğine inanıyorsa o eserin korunmasının oldukça zorlaştığını belirten G2 Kars'ta bu olayların oldukça fazla yaşandığına dikkat çekmektedir. Bu durumun değişmesi için devletin mülk sahiplerine maddi olarak çıkarlarını koruyucu bir değer vermesinin çözüm olabileceğini düşünmektedir. Karsta bulunan somut kültürel miras restorasyona ihtiyaç duyulmadan tedbir alınarak, küçük bakım-onarım faaliyetleri ile korunmasının daha etkin olacağını dile getiren G2'ye göre ildeki tüm kültürel miras unsurları birlikte ele alınmalıdır, somut ve somut olmayan mirası birbirinden ayırmak ve şu daha önemlidir demek zordur.

İl Kültür Turizm Müdürlüğü (G3): G3, Bölgedeki turizm faaliyetlerine önem verdiklerini, bu işin kendi görevleri olduğunu söylemiştir. Kültürel mirasın korunmasında ilk olarak vatandaşın sorumlu olduğunu, öncelikle halkın bilinçlendirilmesi gerektiğini daha sonra kurumların üstüne düşeni yapması gerektiğini belirtmiştir. *“Kars'ta kültürel mirasın korunması için herkes elinden geleni yapıyor ancak bir koordinasyonsuzluk var”* diyen G3, *“resmi kurumların görev tanımları bellidir herkes işini yapar, görev tanımı belli olmayan ise vatandaştır ve en fazla üzerinde durulması gerekende onlardır. Burada bahsi geçen kurumların en başında ise belediye gelmektedir.”* şeklinde düşüncesini belirtmiştir. G3, Tarihi Kentler Birliği'ne üye bir belediye ve 2011 yılında Marka Kent ilan edilmiş bir il olmanın getirdiği sorumluluktan dolayı görevin ilk olarak belediyeye ikinci olarak ise Bölge Koruma Kurulu'na düştüğünü düşünmektedir. *“Kültürel mirasın korunma konusunda sorumlu olan kurumlar üzerine düşen görevleri resmi olarak yapmalıdır ve yapıyordur”* diyen G3, sadece tarihi yapıyı değil yaşanmışlıkları da korumak gerektiğini düşünmektedir. İşe halkı bilinçlendirmek ile başlanması gerektiğini düşünen G3, özellikle okullarda seçmeli ders olarak kültürün korunması ve yaşatılması ile ilgili bilinç oluşturacak derslerin verilmesi gerektiğini savunmuştur. *“Özellikle belediye, eski şehir yapısını ortaya çıkararak desteklerle turistik değer taşıyan varlıkları turizme açmalıdır, halk turizm olayının içerisine dahil edilmelidir ve yurt dışında yapılan ev pansiyonculuğu uygulamaları bu bölgede de uygulanmalıdır.”* diyen G3'e göre tarihi özellik taşıyan mülk içerisinde yaşayan halk kendi hayatını sürdürürken öte yandan turizme hizmet ederse, yapıyı hem korumaya hem de nesillere aktarmaya devam edebilecektir. G3'e göre Kars'ın kültürel mirası bu zamana kadar yeterince korunamamıştır, tarihi eserleri koruyabilmek için turizm bilincini insanlarda oluşturmak gereklidir. Yok olmaya yüz tutmuş somut olmayan kültürel mirasının eğitim kurumlarında aşıklık akademisi kurularak, eski oyunlar üniversitede gösteri haline çevrilerek

ve bu işi yapan insanlara para kazandırılarak koruma sağlanabileceğine inanmaktadır. G3 kültürel mirasın korunması konusunda ise; *“Karsta kültürel miras en iyi restorasyon ile korunabilir. Tarihi kentler birliği üyeliği ve marka kent olmamızdan dolayı burada yaşayan halk daha fazla emlak vergisi ve çevre temizlik vergisi vermektedir. Bu vergiler kültürel mirasın korunmasına harcanmalıdır. Belediye bünyesinde bulunan Kudeb (Koruma, Uygulama ve Denetim Bürosu) ile varlıklara acil müdahaleler yapılmalıdır. Kültür Turizm Bakanlığı, tarihi eser mülkiyetine sahip olan kişilere % 70 proje desteği, % 40 uygulama desteği sunmaktadır ancak halk bu desteklerden faydalanmaktan ziyade o eserleri tahrip ederek ya da yıkarak yerine ticari amaçlı girişimlerde bulunmak istemektedir. Burada devlet ve belediye tescillediği varlıklar için mülk sahiplerinin çıkarlarını korumalıdır. Bu eserlerin korunması, tamiri ve sürdürülebilirliğinde mülk sahibine yeteri kadar maddi destek sağlanmalıdır.”* şeklinde görüş bildirmiştir. G3 Kars’ın en önemli kültürel mirasının 2016 yılı Ağustos ayında Dünya Kültür Mirası’na alınması ile ilgili teklif sunulacak olan Ani Ören Yeri olduğunu belirtmiştir.

Gazeteci Yazar (G4): İldeki kültürel mirasa ve turizm faaliyetlerine büyük önem veren G4, özellikle somut olmayan kültürel miras üzerine çok sayıda çalışma ve yayın yapmıştır. Yaptığı çalışmalar ile somut olmayan kültürel mirasın korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olmaktadır. G4’e göre Kars’ın kültürel mirası yeterince korunamamıştır. Kars’ta kültürel varlıkların korunması konusunda devlet kurumlarının durumunu *“Koltukta oturmak var, koltuğu doldurmak var”* şeklinde değerlendiren G4, bunu sağlamanın sırrının işini sevmekte saklı olduğunu belirtmektedir. Kars turizminin bürokratik bir çark içerisinde ezildiğini ve gerekli kurumların elini taşın altına koymadığını belirtmiştir. *“Kars’ta kültürel mirasın korunamamasında en önemli etken bilinçsizliktir. İnsanları zorlayarak bir şeyler yaptırmak yerine, halkın olayı içselleştirmesini sağlamak gerekir. Bunu da yapabilmenin en iyi yolu kültürel mirasın korunmasından sorumlu kişilerin sahaya inmesidir. Bir yeri, bir yapıyı korumak için önce onu özümsemek ve içselleştirmek gerekmektedir.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Öte yandan hükümet tarafından koruma amacıyla ayrılan bütçenin yeterli olmadığını savunan G4, var olan bütçe ile istenilen sonuçlara ulaşılamayacağını düşünmektedir. Kars’ın en önemli kültürel mirasının ve en büyük zenginliğinin çok kültürlülük olduğunu düşünen G4, *“Burada birden fazla kültürün izlerini görmenin mümkün olması Kars’ı ayrıcalıklı yapan baş özelliktir.”* şeklinde görüş bildirmiştir.

Kars Müzesi (G5): Kars’ın taşınabilir somut kültürel mirasının korunmasında önemli bir yere sahip olan G5, ildeki tüm kültürel varlıklara ve turizme büyük önem vermektedir. Ancak, Ani

Ören Yeri gibi büyük bir değeri bünyesinde barındıran şehrin hak ettiği değeri görmediğini düşünmektedir. G5, 2000’li yıllardan sonra kültürel mirasın korunmasına daha fazla önem verildiğini belirtmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı çerçevesinde çok ciddi çalışmaların yapıldığını savunan G5, günümüze ulaşan eserlerin projeler kapsamında korunduğunu belirtmiştir. Ani Ören Yeri’nde ve il şehir merkezinde mimari yapıyı ve çevresini içine alan çok fazla sayıda mimari yapının koruma amaçlı projelendirme işlemlerinin yapıldığını belirtmiştir. Kültürel mirasın korunmasında halkın bilinçsizlik nedeniyle tahrip edici davranışlar sergilediklerini ve halkın turizm faaliyetlerine ev sahibi olarak katılıp satış yapmaları, ev pansiyonculuğu yapmaları gibi faaliyetler ile bu konuya bakışlarının değişeceğini savunmaktadır. Somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunması kapsamında Dünya’daki örnekleri ele alacak olursak Türkiye’nin koruma konusunda çok iyi durumda olduğunu düşünen G5, özellikle 2003 yılında Kültür Turizm Bakanlığı’nın kurulması sonrasında bu konuda yaşanan sıkıntıların neredeyse tamamen çözüldüğü görüşünü savunmaktadır. G5’e göre, Kars’ın en önemli kültürel mirası Ani Ören Yeri ve çok büyük çeşitliliğe sahip olan somut olmayan kültürel mirasıdır.

Ticaret Sanayi Odası (G6): G6 İldeki turizm faaliyetlerine büyük önem verdiklerini ve Ticaret Sanayi Odası olarak özellikle KOBİ’lere destek konusunun öncelikleri olduğunu bildirmiştir. Bakü- Tiflis-Kars demir yolu hattı kapsamında dışarıdan gelen taleplerin artması ile 2. Organize Sanayi Bölgesi’nin kurulacağını ve bu çalışmalar içerisinde turizmde önemli paya sahip olduğunu belirtmiştir. Kars’ın temel geçim kaynağının hayvancılık ve turizm olduğu görüşünü savunan G6, geçmişten bugüne tanıtım konusunda sıkıntı yaşandığını düşünmektedir. Kültürel mirasın korunması konusunda Kalkınma Ajanslarının desteğinin yadsınamaz olduğunu belirten G6, Kars’ta Anıtlar Kurulu’nun oluşturulması ile önemli adım atıldığını ancak kültürel mirasın tam anlamıyla korunması konusunda herkesin elini taşın altına koyması gerektiğini düşünmektedir. Tarihi eserlere bilinçli veya bilinçsizce yapılan tahriplerin önüne geçebilmek için halkın duyarlılığını sağlamak adına bilinçlendirme çalışmalarının yapılması gerektiğini savunmaktadır. Özellikle tarihi eser mülk sahibi olan kişilerin ticari düşünceler nedeniyle yapının korunmasına izin vermediklerini, zaman zaman tahrip edici faaliyetlerde bulunduklarını söyleyen G6, devletin bu kapsamda kamulaştırma çalışmaları sırasında mülk sahibini maddi olarak koruyacak çalışmalar yapması gerektiğini düşünmektedir. Son birkaç yıl öncesine kadar kültürel mirasın yeterince korunamadığını, özellikle şehirleşme nedeniyle tarihi binalar civarında konumlandırılan yeni yapıların görselliği bozduğunu ve eserleri tahrip edici özellik gösterdiğini düşünmektedir. Anıtlar

kurulunun bu durum ile ilgilenmesi gerektiğini ve yaptırım gücünü kullanarak bu sorunu çözmesi gerektiği görüşünü bildirmektedir. G6'ya göre Kars'ın kültürel miras bakımından bir bütün olarak somut ve somut olmayan tüm zenginliklerinin ele alınması gerektiğini ve Kars'ın ancak bu sayede gerçek değerini göreceğini savunmaktadır.

Kars Belediyesi (G7): Tarihi Kentler Birliği üyesi olan ve Türkiye ortalamasının üzerinde bir şehir olduklarını belirten G7, Kars'ta Belediye olarak kültürel mirasa ve turizm faaliyetlerine büyük önem verdiklerini belirtmişlerdir. *“Belediye, Avrupa birliği ile yazışmaları devam eden, Serhat Kalkınma Ajansı ve Kars Belediyesi ortaklığında yapılması planlanan; Sokak Sağıklaştırma Projesi çalışması kapsamında, tarihi kamu binalarının turizme kazandırılması, cephe yenileme çalışmaları, ışııklandırma çalışmaları, kamu kurumlarının boşaltılması ve başka yerlere taşınması çalışmaları kültürel mirasın korunması ve Kars turizmi için önemli bir adımdır”* şeklinde görüş bildirmiştir. Ödenek yetersizliğinden dolayı bazı tarihi yapıları 25 yıllığına devredeceklerini belirten G7, onarım çalışmaları yapıp kullanıma açılan binaları daha sonra tekrar geri alacaklarını ve böylece daha fazla sayıda binayı koruma kapsamına alabileceklerini belirtmektedir. Kentsel sit bölgesi kabul edilen bölgeye Anıtlar Kurulu izni olmadan hiçbir şekilde müdahale edemediklerini belirten G7, yapılan imar planı sonrasında Kars'taki yapıların koruma adı altında aslında daha fazla tahrip edildiğini düşünmektedir. Mevzuatta yaşanan sıkıntılar nedeniyle amacına ulaşamayan projeler gerçekleştirildiğini, mülk sahibi olan ve binası tescillenen vatandaşın büyük sıkıntılar yaşadığını, prosedürler nedeniyle mağdur olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle binası tescillenen insanların çok kısa sürede binasını yııkma, yok etme amaçlı zarar verdiğini söyleyen G7 bunun önüne geçebilmek için mevzuatın yerel halka yönelik (maddi destekler, prosedürel gerekler) düzenlenmesi gerektiğini savunmaktadır. Kars halkının veya Kars'ta yaşayan herkesin yakın planlarının başında başka şehirlere gitmek olduğunu söyleyen G7, turizmin korunması, turizm bilincinin oluşması ve Kars'ın turizmle anılması için öncelikle yaşayan insanların mutluluğunun sağlanması gerektiğini düşünmektedir. İnsanların burayı hep basamak olarak kullandığını, bilinçsizce hizmet sunan insanların şehri ve yapıyı yok ederken kendilerini geliştirdiklerini daha sonra alanda uzmanlaştıkça burayı bıraktıklarını ve devamında yine tecrübesiz insanların gelip burada bulunan tüm güzellikleri yeniden yııkıp gittiğini anlatmaktadır. Kültürel mirası koruma konusunda Kars'ta restorasyon çalışmalarının önemini vurgulayan G7, halkın çok önemli yere sahip olduğunu ve burada halk ikna edilirse, çok şeyin yapılabileceğini düşünmektedir. Kars'ın en önemli kültürel varlığının Baltık Mimarisi izlerini taşıyan Rus yapıları olarak değerlendirmektedir.

Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu (G8): Yapılan görüşmede G8 ildeki turizm faaliyetlerine önem verdiklerini ve daha çok somut kültürel mirasın korunması amacıyla çalışmalar yaptıklarını belirtmiştir. 2011 yılında Kars'ta şubesi açılan Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu faaliyetleri incelendiğinde; ildeki birçok yapının restorasyon çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Kültürel mirasın korunmasında *“Öncelikli olarak yerel yönetimler (özellikle belediye) sorumludur ve bu kurumlar elini taşın altına koymalıdır”* görüşünü savunan G8, günümüze kadar kültürel mirasın korunması konusuna Kars ilinde gereken önemin verilmediğini belirtmiştir. İlde çok sayıda tarihi yapının askeri alan sınırları içerisinde olmasını büyük bir şans olarak değerlendiren görüşmeci, sadece bu yapıların korunabildiğini, askeri alan dışında kalan neredeyse tüm yapıların tahrip edildiğini belirtmiştir. G8, Kültürel mirasın korunması konusunda en büyük engelin halkın bakış açısı olduğunu ve eğitilmiş-eğitimsiz farkı olmaksızın herkesin olaya ticari amaçlı baktığı görüşünü savunmuştur. Tarihi bir yapıya sahip olan vatandaşın en büyük arzusunun elinde bulunan binayı yıkarak orada ticari amaçlı işler yapma olduğunu belirten G8, kurul olarak tescilli bir binada bu durumun oluşmasına meydan vermediklerini belirtmiştir. Kars ilinde bulunan somut kültürel mirasın tamamen tespit edilmesi ve restorasyon çalışmalarının tamamlanması ile ileride oluşabilecek daha büyük tahribatın önüne geçilebileceği düşüncesine sahip olan G8, devletin mülk sahibine sağladığı proje destek finansmanının yetersiz olduğunu, finansal desteğin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Finansal gücü olmayan vatandaşların taşınmazının restorasyonu konusunda en iyi çözümün bu yapıların kamulaştırılması olduğunu savunmuştur. *“Rölöve, restitüsyon, restorasyon projeleri ve ilgili mevzuat hususunda özellikle halkın ve yerel yönetimlerin şikayetçi olduğu mevzuat (Mülk sahibine verilen miktarın azlığı ve prosedürel süreçlerle ilgili sıkıntılar) ile ilgili değişiklik yapılması gereken hususlar vardır ancak yapıya müdahale konusunda esneklik sağlamak mümkün değildir, böyle bir esneklik sonucu yapılarda oluşacak tahrip edici sonuçlar kaçınılmazdır”* şeklinde görüşünü bildirmiştir.

SONUÇ

Yapılan görüşmeler sonucunda, ildeki tüm paydaşların Kars turizmine büyük önem verdiği ve turizm faaliyetlerinin gelişmesini istedikleri görülmüştür. Yerel paydaşların Kars ilinin somut ve somut olmayan kültürel mirasının oldukça zengin bir çeşitliliğe sahip olduğu ancak bu değerlerin halk tarafından kıymetinin bilinmediği, yeterince korunamadığı konusunda fikir birliği içinde oldukları görülmektedir.

Görüşmeciler, genel olarak tüm paydaşların (Kültür Turizm Müdürlüğü, Belediye, Üniversite, Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu, Sivil Toplum Kuruluşları, Kalkınma Ajansı vb.) koruma konusunda sorumlu olduğunu, bu paydaşların koordinasyon içerisinde birlikte çalışmaları gerektiğini ancak en büyük görevin ise halka düştüğünü belirtmişlerdir. Halkın gerek turizm konusunda gerekse kültür konusunda bilinç sahibi olmadığını savunan yerel paydaşlar, bu bağlamda insanların temelden alacakları eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının gerekli olduğu düşüncesine sahiptir. Özellikle somut kültürel mirasın korunması konusunda halk ile resmi kurumların çıkar çatışması yaşadığı belirtilmiştir. Halkın kültürü ve tarihi göz ardı ederek kendi maddi çıkarlarını gözetken bakış açısı ve öte yandan devletin yapıyı tescillerken mülk sahibinin çıkarlarını ikinci plana atan, yalnızca koruma amacı güden prosedürleri ve kanunları, koruma konusunda büyük sıkıntılar yaşanmasına neden olmaktadır. Bunun çözümünün iki yönlü çalışma ile mümkün olabileceğini savunan görüşmeciler; halkın bir taraftan bu konuda bilinçlendirilirken diğer taraftan kültür varlıklarını koruma konusundaki mevzuatın yeniden düzenlenmesi ve halkın maddi çıkarlarının da gözetilmesi gerektiğini düşünmektedir.

Kars'ın en önemli kültürel mirası konusunda tam bir görüş birliği sağlanamamış olmakla birlikte görüşmecilerin büyük çoğunluğuna göre "Çok Kültürlülük ve Ani Ören Yeri" ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda yerel paydaşların somut-somut olmayan kültürel mirasın bir bütünlük oluşturduğu ve il turizminin gelişimi kapsamında bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmesi gerektiği konusunda hemfikir oldukları gözlenmiştir.

Yerel paydaşlar tarafından yapılan çalışmalar incelendiğinde; özellikle somut kültürel mirasın korunması ile ilgili çalışmaların yapıldığı ve Anıtlar Kurulu'nun bu konuda çok sayıda çalışması olduğu görülmüştür. Ancak Kars ili çok zengin somut olmayan kültürel mirasa sahip olmasına rağmen, bu değerlerin gereken önemi görmediği ve koruma çalışmalarının yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kafkas Üniversitesi ve UNESCO işbirliği ile 2011 yılında, Doğu Anadolu'da Kültür Turizmi İçin İttifaklar BM Ortak Programı çerçevesinde tamamlanan Kars İlinin Somut Olmayan Kültürel Mirasının Haritalandırılması Projesi bu konuda atılmış önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

İldeki somut ve somut olmayan kültürel mirasın tam anlamıyla korunabilmesi ve nesillere aktarılabilmesi için öncelikli olarak yerel paydaşlar, halk, üniversite, turizm sektörü içinde yer alan paydaşlar birlikte hareket edebilmeli, turizm ve kültür bilinci konusunda özellikle halka bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Kars ili kültürel mirasını oluşturan varlıkların envanter çalışmaları yapılmalı ve görece daha kötü durumda olan somut kültürel mirasa

öncelik verilerek koruma çalışmalarına başlanmalıdır. Daha sonra korunma çalışmaları tamamlanan varlıklar için turizme kazandırma çalışmaları yapılmalı ve özellikle halk bu sürece dahil edilmeli, turizm faaliyetlerine üretici ve tüketici olarak katılmaları konusunda teşvik edilmelidir.

Yöre halkının geleneksel yaşam tarzlarını yansıtan öğelerin (evleri, el işleri, yemekleri vs.) turizme kazandırılması ve bu öğelerin halk tarafından sunum ve satışının yapılması ile turizm bilincinin oluşturulması sağlanabilir. Öte yandan Kars ilinin en önemli özelliğinden biri olan çok kültürlülüğün getirdiği zengin somut olmayan kültürel mirasın ortaya çıkarılması ve yazıya dökülerek korunması çalışmalarının devamının getirilmesi ve nesillere aktarılabilmesi için sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- APOSTOLAKIS, A. (2003), "The Convergence Process in Heritage Tourism", *Annals Of Tourism Research*, Cilt:30, Sayı:4, ss. 795-812.
- BAHÇE, S. (2009), "Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 25, ss. 1-12.
- CAN, M. (2009), "Kültürel Miras ve Müzecilik", *Kültür ve Turizm Bakanlığı*.
- CHRIS, R. (2002), "Tourism And Cultural Proximity: Examples From New Zealand", *Annals Of Tourism Research*, Cilt: 29, Sayı:4, ss. 952-971.
- Kars İl Kültür Turizm Müdürlüğü, <http://www.karskulturturizm.gov.tr/TR,54848/genel-bilgiler.html>, Erişim Tarihi: 09.02.2016.
- Kars İli Somut Kültürel Mirası, <http://www.karskulturturizm.gov.tr/TR,54867/gezilecek-yerler.html>, Erişim Tarihi: 14.01.2016.
- Kars İlinin Somut Olmayan Kültürel Mirasının Haritalandırılması Projesi, <http://194.27.41.8/skum/resim/proje.pdf>, Erişim Tarihi: 14.01.2016.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi 2023, (2007), <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/03/20070302-17-1.doc>, Erişim Tarihi: 13.01.2016.
- Kültürel Mirasın Korunması, ISMEP Rehber Kitaplar, (2014), <http://www.guvenliyasam.org/Contents/rehber-kitaplar/KULTUREL.pdf>, Erişim Tarihi: 03.01.2016.
- MCKERCHER, Bob; CROS, Hilary (2002) *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism And Cultural Heritage Management*, Haworth Hospitality Press.
- NANA Ato Arthur; MENSAH Victor J. (2006), "Urban Management And Heritage Tourism For Sustainable Development: The Case Of Elmina Cultural Heritage And Management Programme In Ghana", *Management Of Environmental Quality: An International Journal*, Cilt:17, Sayı: 3, ss. 299-312.
- UNESCO, "Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage 2003", (2003), <http://www.unesco.org/culture/ich/en/convention>, Erişim Tarihi: 13.01.2016.
- UNESCO, "Recommendation concerning the Protection, at National Level, of the Cultural and Natural Heritage", (1972), http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13087&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, Erişim Tarihi: 13.01.2016.
- USLU, A.; KİPER, T. (2006), "Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı", *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı:3, ss. 305-314.
- UYGUR, M.S.; BAYKAN, E. (2007), "Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri" *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:, ss. 30-49.

YILDIRIM, A.; ŞİMŞEK, H. (2013) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.

YILDIZ, S. (2011), Kültürel Miras Alan Yönetimi Kapsamında Alanya Kalesi Ziyaretçi Yönetimi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi, Antalya.



19. yy Baltık Mimari Örneği (Hekim Evi)



Ani Ören Yeri

SAFRANBOLU UNESCO MİRAS ALANINDA TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ KONUSUNDA BİR DEĞERLENDİRME

Serdar CEYLAN¹

Mehmet SOMUNCU²

ÖZET

Bu fenomenolojik çalışmanın amacı, UNESCO dünya miras alanı olan Safranbolu tarihi kentinin koruma kullanım durumunu, turizmin alandaki gelişimini ve turizmin kentteki gelişiminin alandaki etkilerinin neler olduğunu anlamaya çalışmaktır. Araştırmada kartopu örneklem yöntemi kullanılmıştır. Alanda yaşayan farklı ilgi gruplarından 15 paydaş ile yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Ses kaydına alınan görüşmeler metne aktarılmış, kodlama ve kategorilere ayırmalar ile verilerin içerik analizi yapılmıştır. Yerel yönetimin olumsuz turizm yaklaşımı, planlama ve alan yönetimi yokluğu temelinde konaklama tesislerindeki amatör işletmecilik, turizmi çeşitlendirme isteği, yoğun bir ziyaretçi baskısı, koruma kullanma durumunda eksiklikler, yerel kültürün kaybı, turizmi çeşitlendirme istekleri gibi durumlar ile turizm alanda kendi halinde gittiği görülmektedir. Alanda görülen sorunlar, planlama ve alan yönetimi olmamasından kaynaklanmaktadır. Alanın uzun vadede koruma kullanma dengesi temelinde gelecek nesillere aktarılması planlamasız zor gözükmemektedir. Tüm paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması ve turizmin tüm yıla yayılabilmesi planlama ile mümkün olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel turizm, kültürel miras, sürdürülebilirlik, UNESCO, Safranbolu.

GİRİŞ

Çevrecilik orjinine sahip olan sürdürülebilirlik kavramı, 1970’lerde önem kazanarak gelişmiştir. Sürdürülebilir kalkınma fikri, *Dünya Koruma Stratejisi*’nde ilk kez *Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği* (IUCN, 1980) tarafından vurgulanmıştır. 1987 *Brutland Komisyon Raporu*’nda, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını ortadan kaldırmadan şuanın ihtiyaçlarını karşılamak için bir gelişme olarak “sürdürülebilir kalkınma” tanımlanmıştır (WCED, 1987: 43; Zhenhua, 2003: 460). Sürdürülebilirlik esaslı gelişme felsefesinin bir takım temel prensipleri bulunmaktadır. Bunlar: Toplumsal gereksinimlere karşılık verebilen niteliksel bir büyümenin önde tutulması, doğal, kültürel, ekolojik, biyolojik tüm yenilenebilen ve yenilenemeyen kaynaklara süreklilik sağlanması, nesiller ve uluslararası kaynak

¹ Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı
serdar_ceylan_51@hotmail.com

² Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, somuncu@ankara.edu.tr

kullanımında dürüstlük üzerine gölge düşürülmemesi, çevre ve ekonomik yaşam ilişkisinde tutum davranış ve anlayışlarda ahlak unsurunun egemen kılınması ve sürdürülebilir gelişmeye katkı sağlayabilecek etik kuralların belirlenip uygulanabilmesidir (Kahraman, 1994; Demir ve Çevirgen, 2006: 96-97). Sürdürülebilir gelişmenin temel ilkeleri ise, gelişmede zorunlu ekonomik süreçlerin, biyolojik kaynakların ve çeşitliliğin devamı ile uyumlu bir ekolojik sürdürülebilirliğin sağlanması, toplumun kimliğini ön plana çıkaran kültür ve değerlerle uyumlu bir gelişmeyle sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması, kaynakların yönetimi ve etkili bir şekilde kullanılması ile gelecek nesillerin de faydalanabileceği şekilde ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır (McIntyre, 1993: 10; Demir ve Çevirgen, 2006: 97). Sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanabilmesi için, ekolojik sınırların ve daha adil standartların belirlenmesi, ekonomik faaliyetlerin yeniden dağıtımı ve kaynakların yeniden tahsisi, nüfus kontrolü, temel kaynakların korunması, kaynakları daha adil kullanma olanağı, taşıma kapasitesi ve sürdürülebilir ürün, kaynakların kullanımına sınırlama getirme, türlerin çeşitlendirilmesi, olumsuz etkilerin en düşük seviyeye indirilmesi, toplumsal kontrol, ulusal ve uluslararası alandaki siyasi sistem, ekonomik açıdan uygulanabilirlik, çevresel kalite ve etkili bir çevresel kontrol sistemi gerekmektedir (Burns ve Holden, 1995: 219; Demir ve Çevirgen, 2006: 97-98). Sürdürülebilir turizm gelişmesi için, turizmin çevreye ve ekonomiye yapacağı önemli katkıların anlaşılmasını ve bu konuda daha fazla bilgili olunmasını sağlamak, kalkınmada eşitliği sağlamak, yöre halkının yaşam düzeyinin kalitesini artırmak, ziyaretçilerin deneyimlerinin yüksek kalitede olmasını sağlamak, bu amaçların bağımlı olduğu çevrenin kalitesini muhafaza etmek gerekmektedir (Inskeep, 1991: 46; Kınacı vd., 2011: 89)

Turizm sektörünün kullanarak bir talep ögesine dönüştürdüğü belli başlı üç çevresel kaynak vardır: Bunlardan ilki olan doğal kaynaklar (deniz kıyısı, orman, ulusal parklar vb.), ikincisi beşeri kaynaklar (arkeolojik alanlar, tarihi kent dokuları vb.), üçüncüsü ise sosyokültürel kaynaklar (yeme içme, merasim, folklor gibi örf ve adetler). Turizmin gelişimi için bu kaynakların korunması gerekmektedir. Ancak turizmin gelişimi, beraberinde getirdiği hızlı yapılaşma nedeniyle çevreyi ve turizmin yararlandığı kaynakları tehdit etmektedir. Söz konusu kaynakların uzun dönemde gelecek kuşaklara aktarılabilmesi ve ekolojik dengenin korunabilmesi için nasıl bir politika izlenmelidir? Bu amaçla, kavramsal bazı farklılıklar bulunmakla birlikte, sürdürülebilir turizm, alternatif turizm, eko turizm, yeşil turizm, yumuşak turizm gibi farklı adlarla anılan turizm arayışları, literatürde son on yıldır yoğun bir şekilde tartışılmaktadır (Butler, 1996: 13; Akış, 1999: 36). Sürdürülebilirlik kavramının koruma düşüncesine yansımaları, saklamayı hedefleyen koruma yaklaşımlarının terk edilmesine neden

olmuş; bunun yerini korunacak alanların planlama bütünlüğü içerisinde kent yaşamına etkin bir şekilde katılımını hedefleyen ve kentteki tüm aktörlerin koruma sürecinde yer almasını sağlayan çözümlere yönelik arayışlar almıştır. Kentlerinin sürdürülebilirliğinin yanında kentlinin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel niteliklerinin iyileşmesinin sürekliliği bu noktada önem taşımaktadır (Yücel, 2005; Koçan ve Çorbacı, 2012: 32).

KURAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Mirası ve Dünya Miras Listesinde Türkiye

Avrupa’da 1946 yılında kurulan Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO); dünyada evrensel değerler olarak kabul edilen doğal ve kültürel varlıkları tanıtmak, toplumda bu varlıklara sahip çıkacak bilinci oluşturmak ve bunların korunma ve yaşatılması için gerekli işbirliğini sağlamak gibi amaçları ilke edinmiştir. Bu doğrultuda, 1972 yılında Paris’te düzenlenen 17. Genel konferans kapsamında “*Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme*” kabul edilmiştir. Bakanlar kurulu kararı ile Türkiye, 1982 yılında bu sözleşmeye dâhil olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Dünya genelinde 2016 yılı itibariyle UNESCO *Dünya Miras Listesi*’ne kayıtlı 1031 kültürel ve doğal varlık bulunmakta olup bunların 802 tanesi kültürel, 197 tanesi doğal, 32 tanesi ise karma (doğal/kültürel) varlıktır (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, 2015). Türkiye’den toplam 15 adet varlık, UNESCO Dünya Miras Listesi’ne girmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Safranbolu, UNESCO tarafından 17 Aralık 1994 tarihinde Dünya Miras Listesi’ne alınarak “Dünya Kültürel Miras Kenti” unvanı kazanmıştır. Safranbolu’nun konut mimarisi, 18. ve 19. yüzyıl Türk toplumun geçmişini, kültürünü, ekonomisini, teknolojisini ve yaşama biçimini yansıtan mimarlık bilgisi ile yapılmıştır.

Tarihsel ve Sosyokültürel Perspektiften Kentin Genel Durumu

14. yüzyılın başlarından itibaren Türklerin hâkimiyetinde olan Safranbolu, 18. Yüzyılda Asya ve Avrupa arasındaki ticaretin önemli bir merkezi olmuştur. Türk kentsel tarihinin bozulmamış bir örneği olan şehir, geleneksel kent dokusu, ahşap yığma evleri ve anıtsal yapılarının tamamı ile sit ilan edilmiş ender kent yerleşmelerinden birisidir (Albayrak, 2013: 69). Bir Osmanlı Dönemi kenti olan Safranbolu, daha çok 18. ve 19. yüzyıl geleneksel Türk toplum yaşantısını günümüze aktarmaktadır. Kent, Türk kültürünün ve mimarisinin bir zirvesini oluşturduğu için, mimaride yeni tarz aranmamış ve 1940’lara kadar fazla değişikliğe uğramadan bakım ve onarımlarla günümüze kadar koruna gelmiştir (Somuncu vd., 2009: 230). Uzun yıllar koruna gelen Safranbolu kenti, Osmanlı-Türk sivil mimarisinin eşsiz

güzelliklerini taşıyan evleriyle kendini dünyaya tanıtmaktadır (Gürbüz, 2009:218). Nitekim çok eski bir tarih ve zengin bir kültür üzerine temelli olan kent, Osmanlı İmparatorluğu'nun en güçlü dönemi boyunca ekonomik zenginliğin bir merkezi olmuştur. Safranbolu, günümüz döneminde, özgün tarihsel ve kültürel çevresiyle Türk sosyal yaşamının bütün geleneksel karakteristiğini sunmaktadır (Somuncu ve Yiğit, 2010: 22). Deri işlemeciliği, ağaç oymacılığı, semercilik, demircilik ve bakır işlemeciliği kentte görülen el sanatlarını oluşturmaktadır. Hala az miktarda da olsa semerci, saraç, demirci, bakırcı ve kalaycı kentte bulunmaktadır. Ayrıca iğne oyası gibi el işleri, bez dokumacılık ile yöresel kıyafetlerin üretilmesi alanın diğer kültürel kaynaklarını oluşturmaktadır (Güleryüz, 2008: 68-69).

Safranbolu, geleneksel Türk toplum yaşantısının tüm özelliklerini yansıtan, uzun tarihi geçmişiyle oluşturduğu kültürel mirası, çevresel dokusu içinde koruyan örnek bir kenttir. Safranbolu'yu Türkiye'de ve dünyada öne çıkaran en önemli unsur, geleneksel Türk mimari tarzındaki Safranbolu Evleri'dir. Bu evler, gerek kentsel konumlarıyla gerekse mimarileriyle dikkati çekmektedir (Koçan ve Çorbacı, 2012: 34). Karabük İli'nin ve bölgenin en prestijli kültürel miras kenti olan Safranbolu, *Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu* tarafından 1985 yılında, *kentsel sit alanı* ilan edilmiştir. 1991 yılında *Safranbolu Koruma İmar Planı* uygulamaya konulmuş ve 17 Aralık 1994 yılında ise, UNESCO tarafından *Dünya Miras Listesi*'ne dâhil edilmiştir (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2015a, 2015b). Osmanlı kent mimari dokusunu yansıtan Safranbolu'da yaklaşık 2000 geleneksel Türk evinden 1490 adet eser (1222 konak), “*korunması gerekli kültür varlıkları*” olarak tescil edilmiştir (Somuncu vd., 2009: 223; Gürbüz vd., 2014: 16). Tarihi yapıların korunarak gelecek nesillere kültürel miras olarak kalması ve turizm kaynağı olarak da varlığını sürdürülebilmesi için korumacılık anlayışı tescilleme işlemi dışında, iyileştirme ve geliştirme faaliyetlerini de beraberinde getirmiştir (Somuncu vd., 2009: 223). Ancak restorasyon çalışmaları için uzman eksikliği, son yıllarda bütün restorasyon çalışmasını yürütenlerin uzman olmayan kişilerden oluşmasına neden olmuştur. Bu durum, yapılarda yer yer telafisi zor olan zararlara yol açabilmektedir (Somuncu vd., 2007; Somuncu ve Yiğit, 2010: 22). Ayrıca sit alanı dışındaki yapılaşma, dünya miras alanı üzerinde baskı oluşturmaktadır. Kentsel sit alanı çevresindeki yapılaşma tarihsel kent dokusunu görsel bakımdan bozmaktadır. Bu nedenle yeni bir koruma amaçlı imar planı çalışmasına gereksinim vardır (Somuncu vd., 2009: 235). Günümüzde 40 bin üzerinde (43.975) bir nüfusa ulaşan kent, Safranbolu'nun korunması konusunda büyük çabaları olan eski belediye başkanı Ulukavak'ın da ifade ettiği gibi (Kuş ve Ulukavak, 2015: 3), geçmişte “*kendini koruyan kent*” iken, günümüzde “*korunması gerekli kent*” e

dönüşmüştür. Kent, 1976'da koruma statüsüne alınması ile uluslararası dikkatleri üzerine çekmiş ve akademik alanda ilgiyi görmeye başlamıştır. Safranbolu'da kentin korunması, turizm ve mimarlık konularında toplamda yaklaşık 41 çalışma yapılmıştır. Nitekim kentin turizmi üzerine son zamanlarda bilimsel araştırmaların sayısı hızla artmaktadır (Ayaz, Batı ve Gökmen, 2015; Ceylan ve Somuncu, 2015a, 2015b; Çakmak ve Kök, 2012; Gürbüz, 2003, 2009; Gürbüz, Türker, Ayaz, Türkmen, Kaya, Yolcu ve Şehirli, 2014; Karakaya ve Akbulut, 2010; Kıray, 1982; Türker, 2002, 2003, 2005, 2008, 2013).

YÖNTEM

Bu fenomolojik çalışmanın amacı, UNESCO dünya miras alanı olan Safranbolu tarihi kentinin koruma kullanım durumunu, turizmin alandaki gelişimini ve turizmin kentteki gelişiminin alandaki etkilerinin neler olduğunu anlamaya çalışmaktır. Alanın tarihsel ve kültürel zenginlikleri içerisinde ihtiva etmesi, bir dünya kültürel miras alanı olması, giderek artan bir ilgi görmesi ve markalaşması örneklem olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Ayrıca kültürel turizmde akademik ilginin bu saha üzerine yoğunlaşmış olması, kentin kültürel kaynaklarının hassas olması nedeniyle gelecek nesillere ulaşması ve turizmin alandaki devamlılığının sağlanması bakımından kaynakların korunması gerekliliği araştırma alanının önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın araştırma soruları, nitel araştırma desenine uygun olarak kısa tutulmuştur. Temel ve alt araştırma soruları fazlaca detaylandırılmasının araştırmayı standartlaştırıp sınırlandıracağı düşünülmüş, bu nedenle daha az sistematik olması amaçlanmıştır.

Turizm, alanının korunmasında belirleyici bir faktör müdür? Koruma kullanma durumunda gelinen nokta tatmin edici bir düzeyde midir? Alanın sürdürülebilir gelişimi için planlama ve alan yönetimi zorunlu mudur? Çalışmanın temel araştırma sorularıdır.

Turizm konakların korunmasında katkı sağlayabilmekte midir? Fazla turist alanda fiziksel bir baskı oluşturmakta mıdır? Turizmin çeşitlendirilme isteği ticari kaygılarla ilişkili midir? Yerel yönetimlerin alanın korunması ve geleceği noktasındaki pozisyonları nelerdir? Çalışmanın alt araştırma sorularıdır.

Bu çalışmanın evreni, korunan alanlarda kültür turizmi yapılan destinasyonlardır. Bu evrenin seçilme nedeni, sit alanı olup; fakat alan yönetimi ve planlama olmaksızın turizmin yapılmasının beklentileri ve sorunları ortaya çıkarabileceği varsayımından kaynaklanmaktadır. Katılımcı sayısı nitel araştırma desenine uygun olarak 15 ile sınırlı tutulmuştur. Görüşe yapılan kişi sayısının 15 kişi ile sınırlı kalmasında, görüşme verilerinde

doğunluğa ulaşılmış olması ve verinin tekrarlama durumu etkili olmuştur. Görüşme yapılan kişiler, alanın korunması ve Safranbolu'daki turizmin gelişim süreci hakkında derinlemesine bilgisi olanlardan oluşmaktadır. Bu kişiler: 2 akademisyen (Sanat tarihçi, turizmci), 2 mühendis (inşaat), 3 konak otel işletmecisi, 2 STK başkanı (kültür ve turizm), Eski İmar İşleri Müdürü, Kültür Varlıkları Koruma Bölge Kurul Müdürü, yaklaşık 40 yıldır alanın korunmasında mücadele veren emekli bir gazeteci (araştırmacı), turizm danışma bürosu personeli ve yerel halktan 2 kişiden (esnaf) oluşmaktadır.

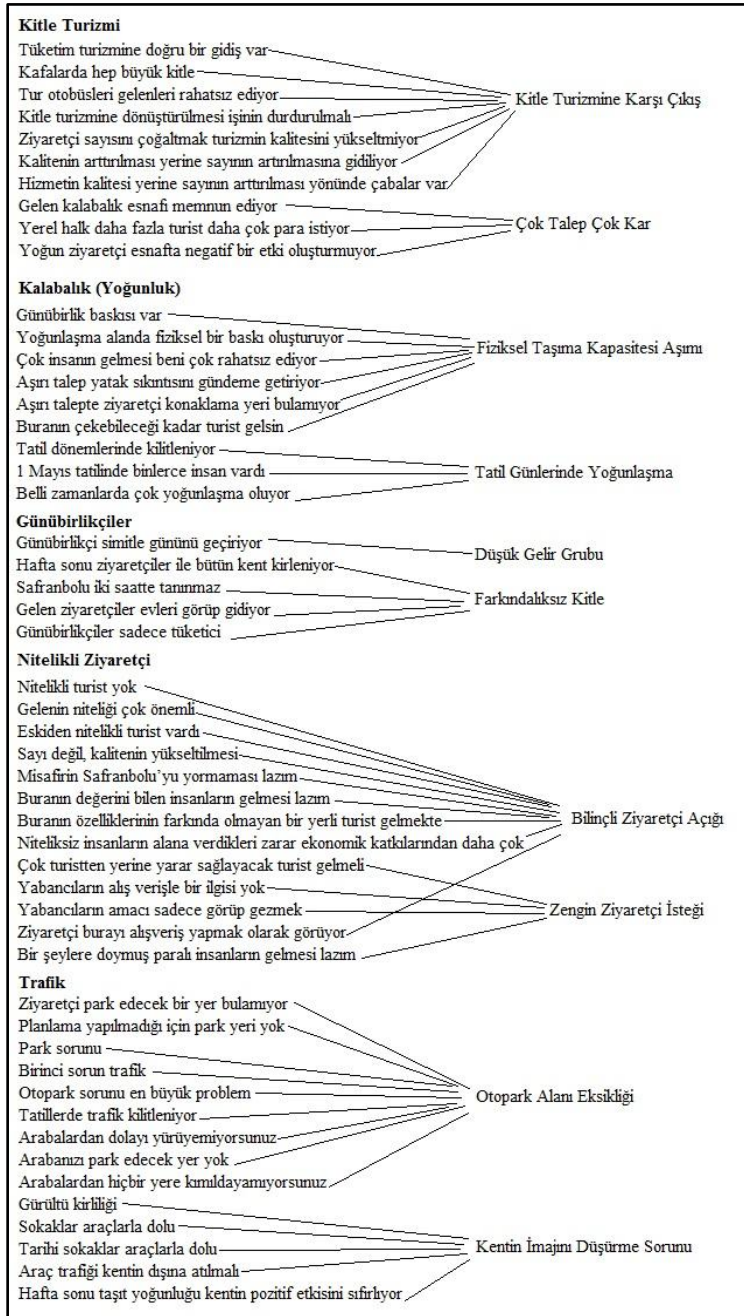
Çalışma nitel araştırma deseninde, fenomenolojik araştırma modelinde yapılmıştır. Araştırmanın veri setlerini yüz yüze derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen veriler oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, koruma-kullanma durumu, turizm ve turizm etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Bu sorular ile alanda yapılan turizmin ve koruma-kullanma durumunun tarihsel gelişimi, mevcut durumu ve geleceği anlaşılmaya çalışılmıştır. Ne-nedir sorusu yerine, “neden” ve “nasıl” soruları ile olayın-durumun tarihsel derinliğine ve arka planına gidilmeye çalışılmıştır. Ayrıca görüşme esnasında sondaj sorular sorularak konunun daha da açılması sağlanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği için, alandaki farklı kişilerle görüşerek veri çeşitlendirmesi yapılmaya çalışılmıştır. Görüşme yapılan kişilere yönlendirici soru sorulmaktan kaçınılmıştır. Görüşme yapılan mekânın sessiz olmasına dikkat edilmiştir. Randevu alınarak katılımcıların zamansal olarak uygun vakitleri gözetilerek görüşmelere etkin katılımları hedeflenmiştir.

Verilerin toplanmasında, Nisan 2015 döneminde araştırma sahasında yapılan ön görüşmeler ve alanın turizm gelişimi ve problemleri hakkında elde edilen ön bilgiler çerçevesinde, yarı yapılandırılmış görüşme formu soruları oluşturulmuştur. Mayıs 2015 döneminde Safranbolu'da saha araştırması yapılmıştır. Kartopu örneklem yöntemine göre belirlenen 15 kişi ile yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler, yarı yapılandırılmış görüşme formları üzerinden katılımcıların kendi ofislerinde gerçekleştirilmiş ve 25-50 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Ses kaydını kabul etmeyen 3 kişi için not alma yöntemine gidilerek görüşme gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde, her bir görüşmenin ses kaydı ayrı bir metne aktararak çözümlenmiş ve yazılı görüşme metinlerine dönüştürülmüştür. Bu metinler içerik analizine (tematik analize) tabi tutulmuştur. Katılımcıların görüşleri 7 kategori altında kodlanmış, kategoriler alt kategorilere ayrılmış; birbirleri ile ilişkili olan kodlar bir araya getirilerek *açık kodlama* yapılmıştır. Açık kodlamada sabit kodlar ortaya konulmuştur. Bu kodlar, olayı anlatan betimleyici kodlardır. *Aksiyel kodlamada*, açık kodlamada oluşturulan sabit kodlar bir araya getirilerek çekirdek kategoriler

oluşturulmuş ve veriler arasında yeniden bir bağlantı kurulmuştur. Bu kodlar ile bir olayın ortaya çıkmasındaki nedensel koşullar belirlenmiştir. *Seçici kodlamada* ise, temel (merkezi) kategori belirlenmiş, diğer kategorilerin merkezi kategori ile ilişkili olarak ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Diğer kategoriler merkez kategoriye bağlanarak kuramsal model ortaya konulmuştur. Yapılan tüm analizler neticesinde, destinasyondaki turizmin sürdürülebilir olup olmadığı soyutlama düzeyinde anlaşılmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Kategori 1: Ziyaretçi ve Taşıt Yoğunluğu



Kategori 2: Konaklama İşletmelerinin Niteliği

Koordinasyonsuzluk

Bir platform oluşturamıyoruz — Birlikte Hareket Açığı
 Bir araya gelemiyoruz — Birlikte Hareket Açığı
 Otelciler her fuarda olmak istiyor — Farklı Amaçlar
 Fuarda her biri ayrı bir hava alıyor — Farklı Amaçlar
 Esnaf lobisi otelciler lobisinden daha güçlü — Farklı Amaçlar

Rekabet

Otelciler birbirlerini rakip olarak görüyor — Rekabette Etik Dışılık
 Turizm işletmecileri arasında inanılmaz bir rekabet var — Rekabette Etik Dışılık
 Birbirlerinin müşterilerini çalmaya çalışıyorlar — Rekabette Etik Dışılık
 Fiyat rekabeti yapıyorlar — Kısa Süreli Fırsatçılık
 İşletmeler bindikleri dah kesiyorlar — Kısa Süreli Fırsatçılık

Otel Fiyatı

Fiyat indirdiğinde nerde olduğunu bilmeyen bir başka müşteri grubu geliyor — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 40-50 TL fiyat niteliksiz insanların yoğunlaşmasına neden olmakta — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Fiyatı indirdiğinde senin olmayan müşteri geliyor — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Oteller fiyatı düşürdükçe turizmi öldürüyor — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Konaklarda 30-40 liraya fiyat veren var — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Konakta bir kişi 200 liraya yatması lazım — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 6-7 odalı küçük işletmelerde fiyat yüksek tutulmalı — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Fiyatın artırsa orta ve alt sınıf alana gelmekten vazgeçecek — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Kısa süreli fiyat artışları buranın ismini lekeleyebilecek — Yüksek Fiyat Nitelikli Ziyaretçi
 Yoğunlukta fiyat faiz rakamlara çıkıyor — Fiyat Esnekliği
 Tatillerde fiyatlar yükselmekte — Fiyat Esnekliği
 Ne kadar talep o kadar fiyat artmalı — Fiyat Esnekliği
 Fiyatların artması gelenler için kötü bizim için iyi — Fiyat Esnekliği

Konaklama Süresi

Tüm yıl içerisinde doluluk oranı yüzde 28 — Kalış Süresi Kısıtlılığı
 Konaklama bir ya da iki gece — Kalış Süresi Kısıtlılığı
 Sorun konaklama süresinin az olması — Doluluk Açığı
 Aktivite azlığı kısa süreli konaklamaya neden olmakta — Doluluk Açığı

Nitelikli Personelsizlik

Nitelikli personel sıkıntısı var — Personel Açığı
 Kalifiye personel az — Personel Açığı
 Tek sıkıntımız eleman — Personel Açığı
 Nitelikli personel çalışmıyor — Yüksek Ücret Talebi
 Yetiştirdiğimiz eleman Antalya'ya gidiyor — Yüksek Ücret Talebi
 Nitelikli personeli doyuramıyoruz — Yüksek Ücret Talebi

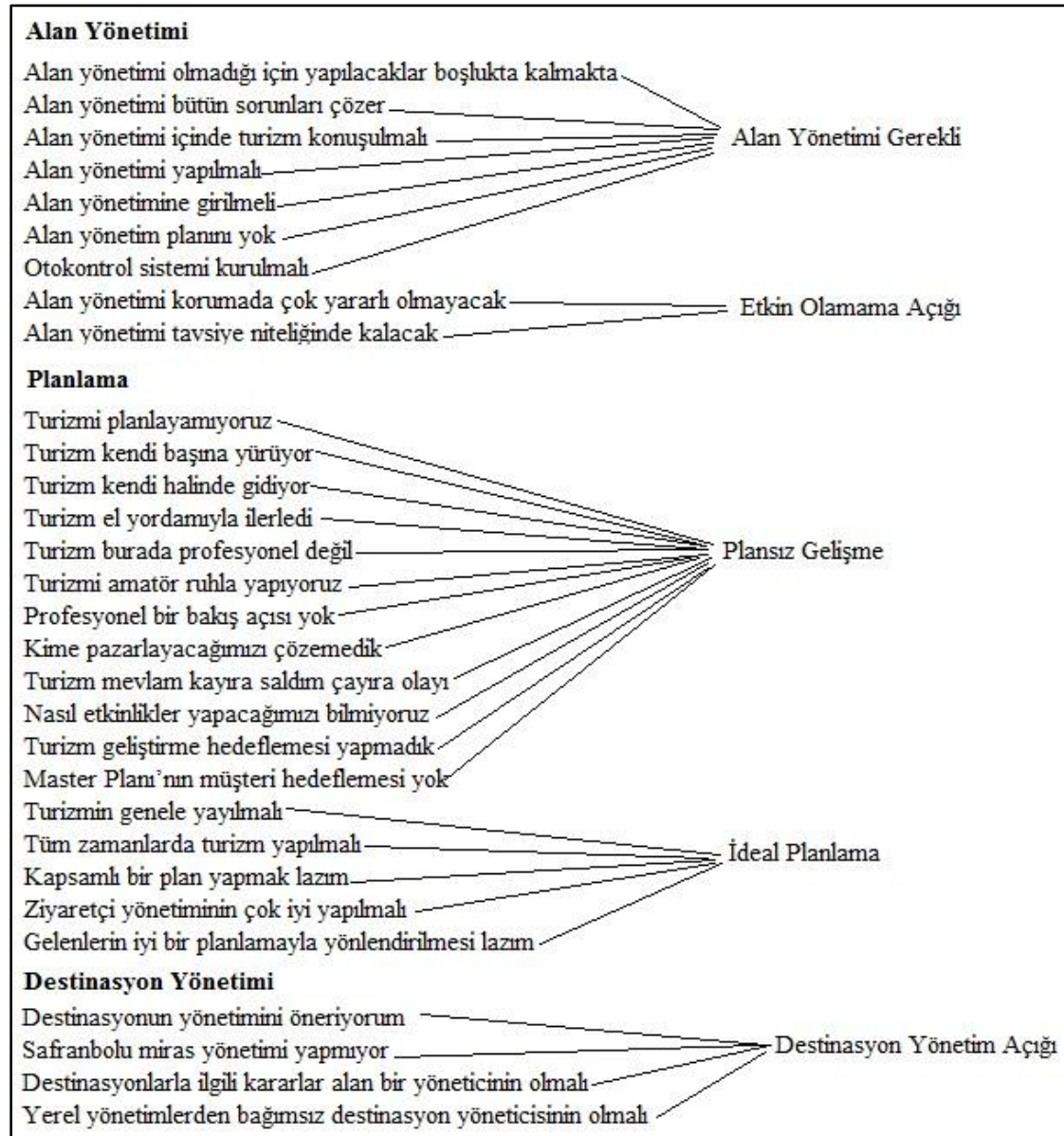
Amatör İşletmecilik

Turizm işletmecileri çok amatör — Kalite Sorunu
 Otel işletmecileri profesyonel değil — Kalite Sorunu
 Profesyonel işletmecilik yok — Kalite Sorunu
 Konak sahipleri otel işletmecisi — Kalite Sorunu
 Çoğunluğu aile işletmesi — Kalite Sorunu
 Hepsi aynı kalitede değil — Kalite Sorunu
 İstenilen seviyeye henüz ulaşamadı — Kalite Sorunu
 Kolay otel açılması niteliği düşürüyor — Kalite Sorunu
 Butik isminde açılan pansiyon olarak işletiliyor — Kalite Sorunu
 Pansiyon olarak açılan otel isminde işletiliyor — Kalite Sorunu
 Belediye otel işletmecilik izni niteliği düşürüyor — Kalite Sorunu
 Hizmet kalitesi istenilen seviyede değil — Kalite Sorunu
 Çoğu işletmeci pansiyonculuk yapmakta — Kalite Sorunu
 Her önüne çıkaran turizm işletmesi alıyor — Kalite Sorunu
 300-500 yıllık binada şehir otelciliği yapıyor — Kalite Sorunu
 Bazıları çarşafı değiştirilmekte — Kalite Sorunu
 İşletmecilerin konaklama ve turizmle ilgili eğitimi yok — Mesleki Eğitimsizlik
 İşler deneme yanılma yoluyla öğreniliyor — Mesleki Eğitimsizlik
 İşletmeciler Turizm ve Otelcilik mezunu değil — Mesleki Eğitimsizlik
 Otelciliğe 25 yaşından sonra başlanılıyor — Mesleki Eğitimsizlik

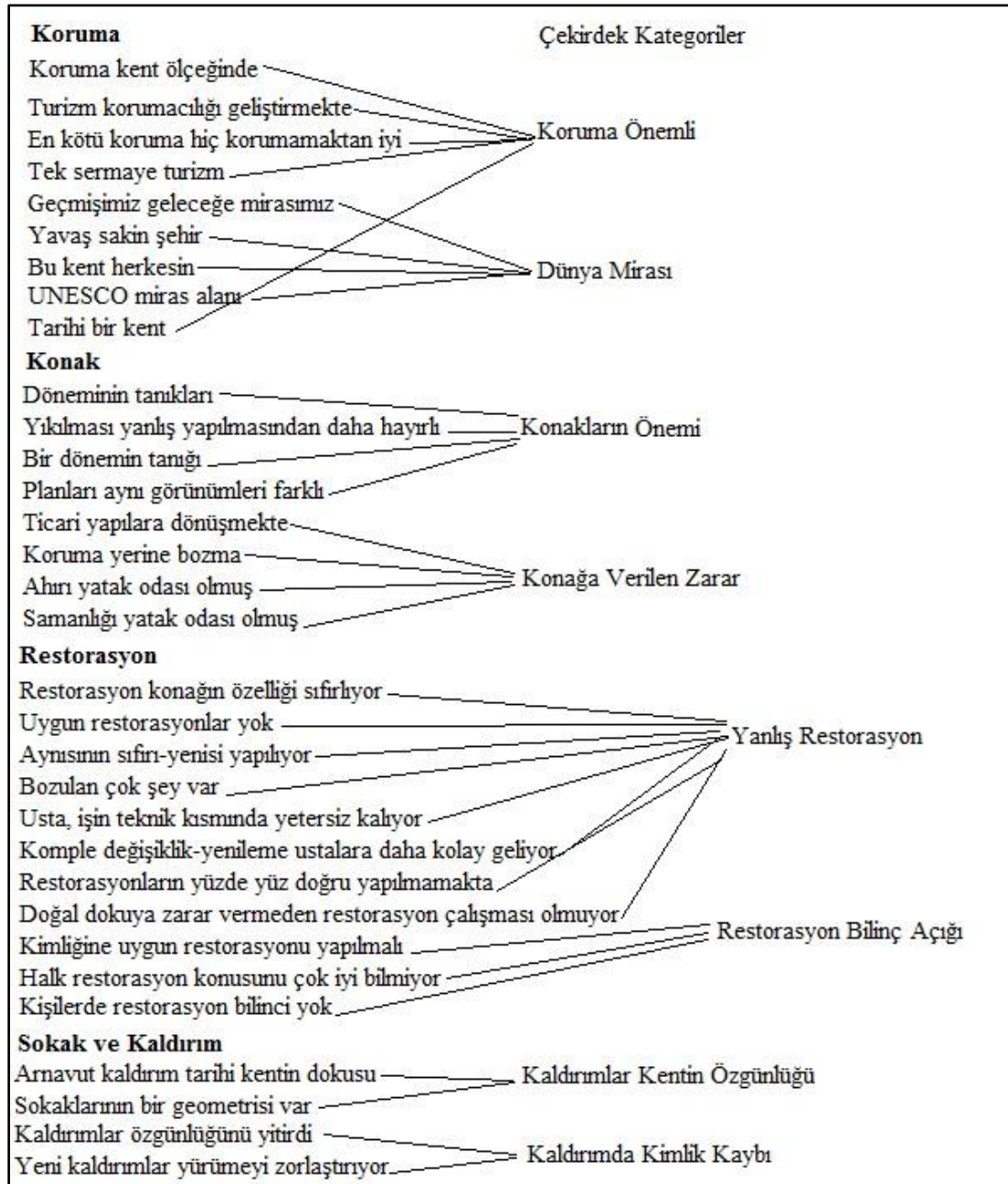
Otel Maliyeti

Kışın işletmeler kapatılıyor — Sezonluk Faaliyet
 Personel ve ısınma gideri kışın maliyeti yükseltiyor — Sezonluk Faaliyet
 İşletmelerinin çoğu mevsimlik — Sezonluk Faaliyet
 Personel çalıştırma sıkıntısı var — Küçük Ölçek
 Çok fazla personel çalıştırılmıyor — Küçük Ölçek
 Az personel hizmet kalitesini aşağı çekiyor — Küçük Ölçek

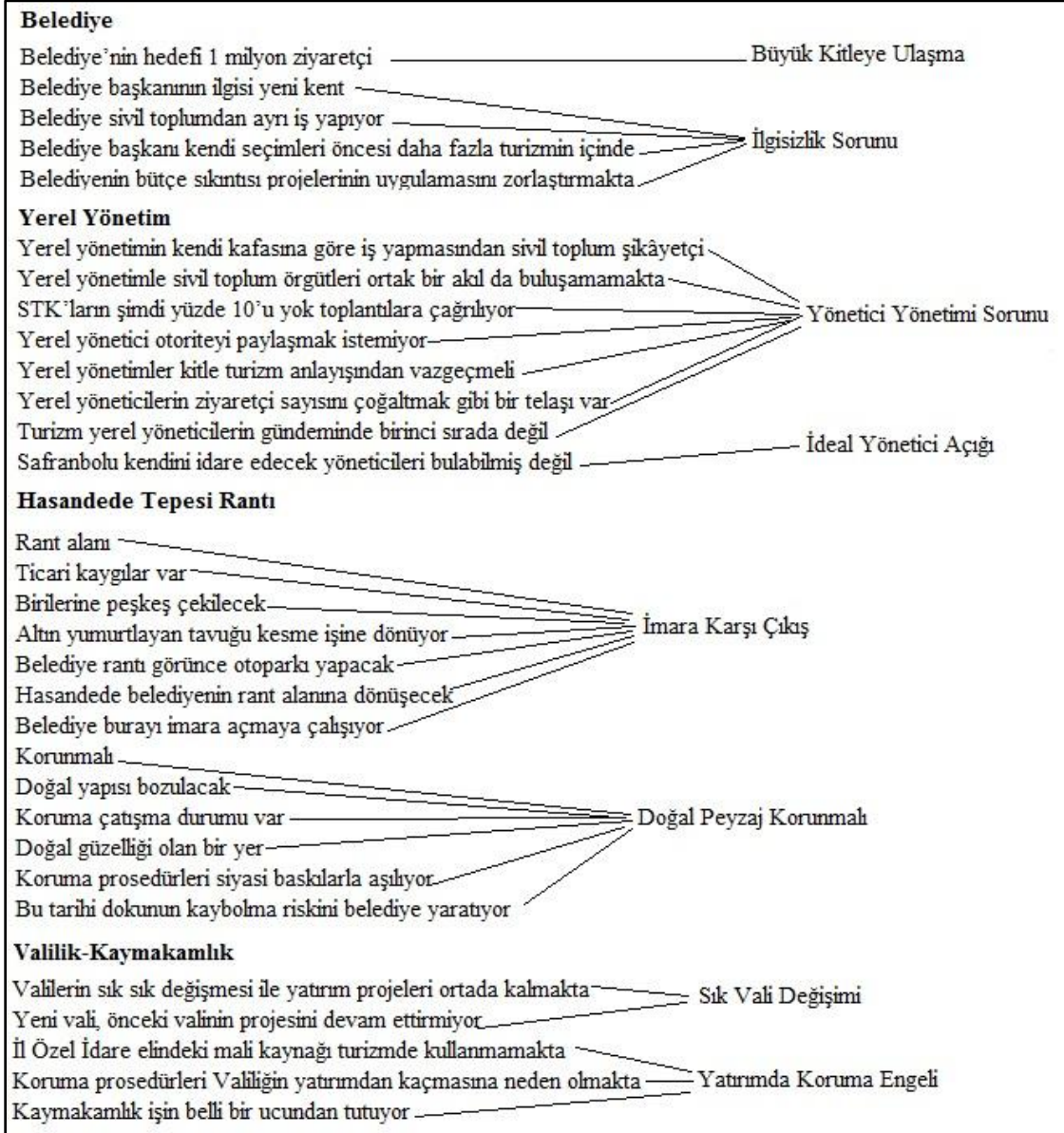
Kategori 3: Alan Yönetimi ve Planlama Yokluğu



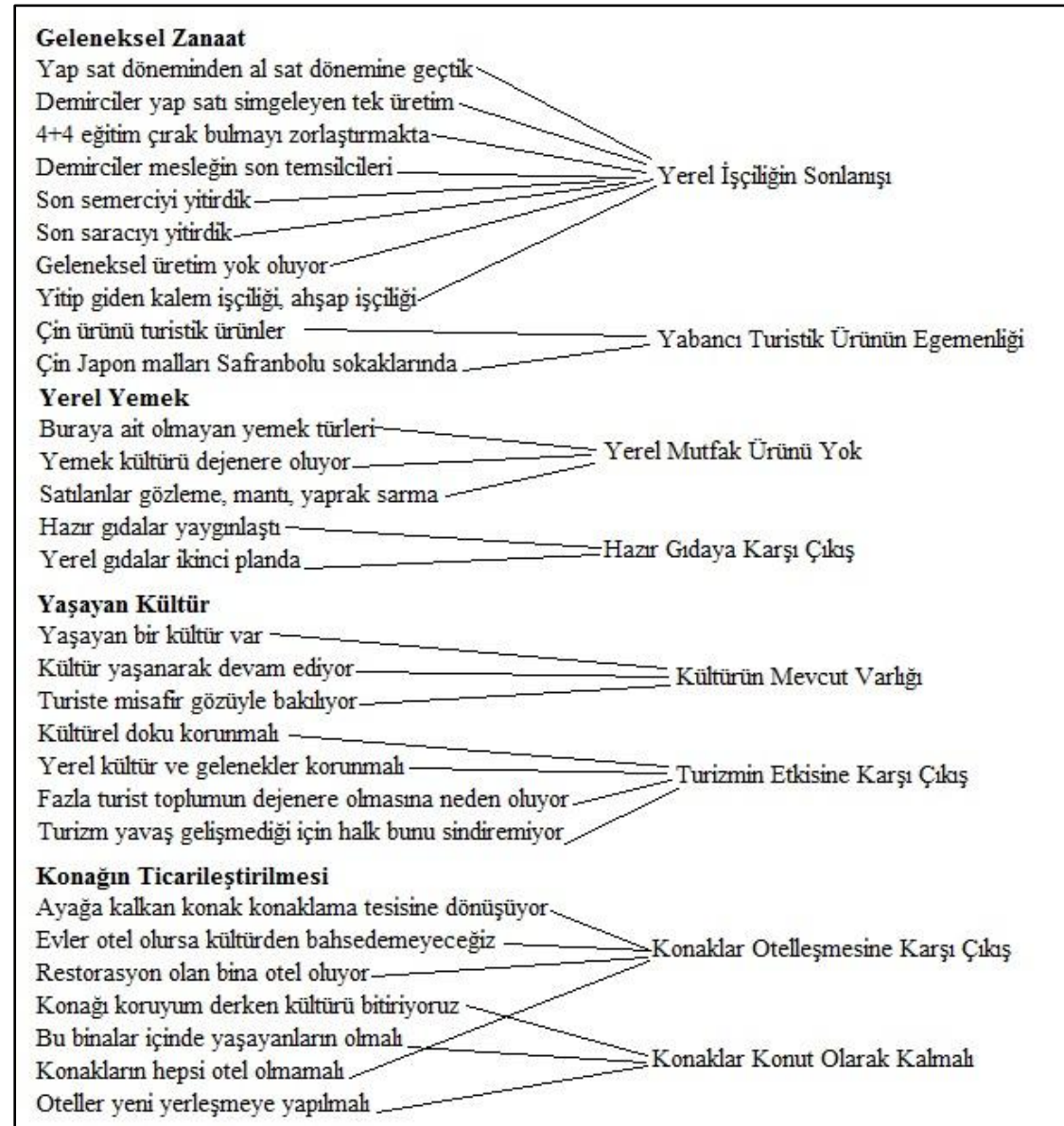
Kategori 4: Koruma Kullanma Durumu



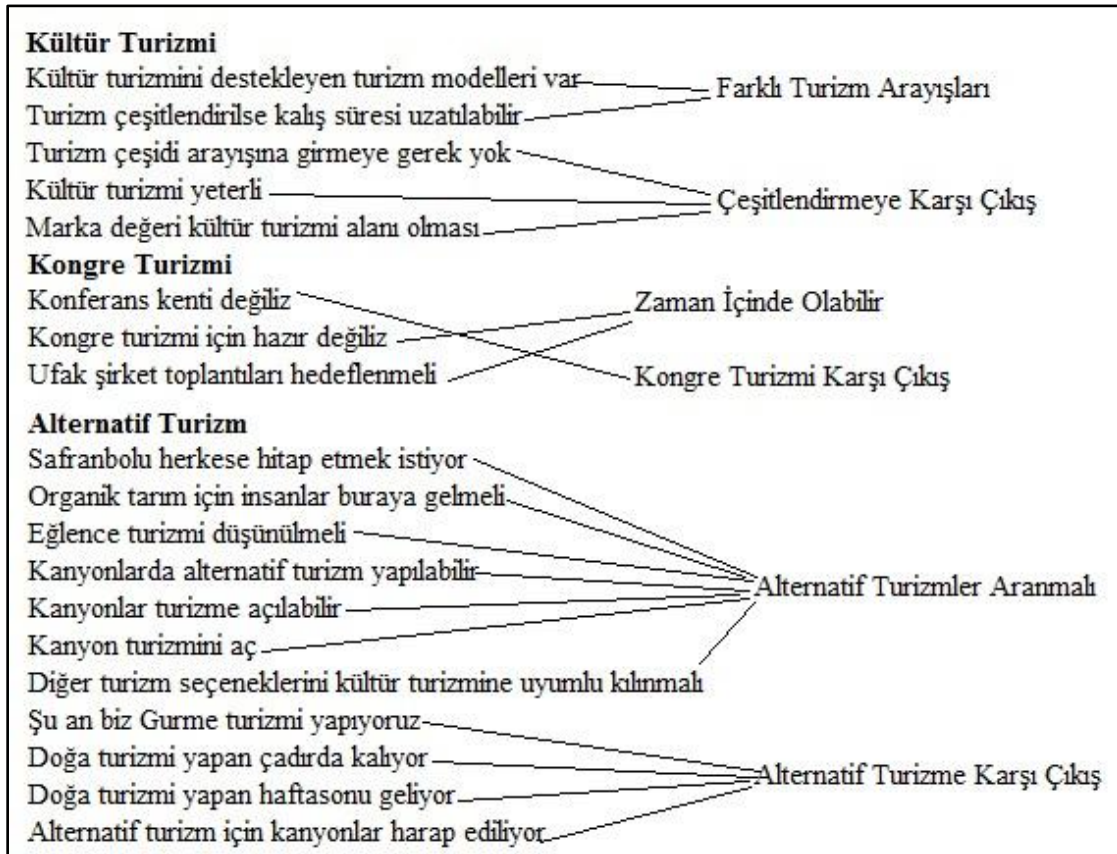
Kategori 5: Yerel Yönetimlerin Turizm Yaklaşımı



Kategori 6: Yerel Kültürün Korunması ve Geleceği

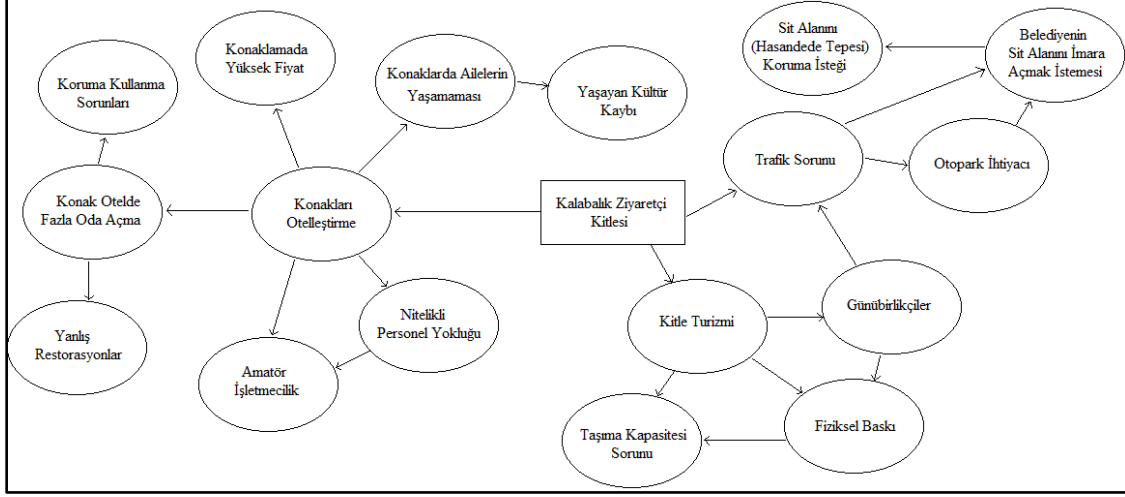


Kategori 7: Turizmi Çeşitlendirme Durumu



Dünya miras alanında korumanın önemli olduğu, ancak yanlış restorasyonlarla konaklara verilen zararların restorasyon bilincinin olmamasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Tatil günlerinde yoğun ziyaretçi nedeniyle kitle turizmine doğru bir gidişatin olduğu, bu durum nedeniyle kültür turizminin farkında olmayan düşük gelir grubundan günübirlikçilerin alanda yoğunlaştığı ve bu nedenle destinasyonda otopark sorunundan kaynaklanan yoğun trafik sorununun ortaya çıktığı görülmüştür. Konaklama işletmelerinde işletmecilerin mesleki eğitimden yoksun olduğu, profesyonel olmayan bu işletmelerde kalite sorunun olduğu ve tatil dönemlerinde kısa süreli fiyat artışları ile hareket edildiği, nitelikli personel eksikliği olduğu, sezon dışında doluluk oranında sorunlar yaşandığı belirlenmiştir. Turizmi tüm yıla yaymak ve doluluk oranını artırmak için turizmde çeşitlendirme arayışlarına gidildiği, bu doğrultuda kongre turizmi ve alternatif turizm türlerinin alanda zaman içerisinde olabileceği görüşünün ortaya çıktığı anlaşılmıştır. İthal turistik ürünlerin alandaki varlığı, yerel zanaatın sonlanmasına neden olması, konakların içinde aile yaşarken burasının bir otele dönüşmesi, yerel mutfak ürünleri yerine her yerde görülen ürünlerin pazarlanması yerel kültürün yaşaması ve devamlılığını tehlikeye soktuğu görülmüştür. **Plansız gelişme ve alan yönetiminin olmamasının** alandaki diğer sorunların ortaya çıkmasına neden olduğu anlaşılmıştır (Şekil 1).

Yerel yönetimlerin meclis çoğunluğu yetkisi ile koruma dışı kararlar alması ve kendisini destinasyonun yöneticisi olarak görmesi, büyük kitlelere ulaşmak uğruna koruma hassaslığını göz ardı etmesine neden olduğu anlaşılmıştır.



Şekil 1. Plansız Gelişimin Alanda Yarattığı Sorunlar Ağı

SONUÇ

Analiz edilen bulgular neticesinde, belirlenen 7 kategoriden temel (merkezi) olan kategorinin “*planlama ve alan yönetiminin olmaması*” olduğu anlaşılmıştır. Betimsel (açık) kodlar ve ilişkisel bağlantısı olan aksiyel kodlardaki alt kategorilerin merkezi kategorinin yokluğundan meydana geldiği belirlenmiştir. Destinasyonun koruma kullanım dengesinin gözetilmesi, ziyaretçi yönetimi ve fiziksel taşıma kapasitesinin belirlenmesi, konaklama işletmelerinin ve ziyaretçilerin niteliğinde artışın sağlanabilmesi, yerel yönetimlerin alandaki diğer tüm paydaşlarla koordineli bir şekilde çalışabilmesi, yerel kültürün korunması ve gelecek nesillere aktarımın sağlanabilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi ile doğal peyzaja zarar verilmesinin önüne geçilebilmesi için merkezi (temel) kategorinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Alanın korunması ve değerlendirilmesinde yerel yönetimler, yerel halk, sivil toplum örgütleri ve diğer paydaşlar ile işbirliği ve aktif katılım sağlanmalıdır. Bu da ancak bir planlama ve beraberinde gelececek bir alan yönetimi ile mümkün olabilecektir. Planlama ve alan yönetiminin olmaması nedeniyle kentinin korunması konusunda orta ve uzun vadede riskler görülmektedir. Tarihi konakların oda sayısının artırılması mimaride özgün dokusunun kaybedilmesine neden olacaktır. Konakların korunması ve gelecek nesiller için bir kültürel miras olarak yaşatılması, onun özgün dokusunun olabildiğince en üst düzeyde korunması ile mümkündür. Yapılan yanlış restorasyon çalışmaları, samanlık ve ağır gibi kısımların odaya dönüştürülerek evin taşıma kapasitesinin üzerinde çıkılması konakların ayakta kalabilmesini

güçleştirmektedir. Alanda turizmden dolayı öncelikli olarak ortaya çıkan sorun, yoğun ziyaretçi sayısı ve buna bağlı olarak gelişen otopark alanı eksikliğidir. Belediye, alanda görülen otopark sorununu çözmek için, kentsel sit alanı kenarında yer alan Hasandede Tepesi'ni imara açarak otopark alanı yapmak istemektedir. Bu durum, Belediye ile turizmciler arasında fikirsel çatışmaların yaşanmasına neden olmaktadır. Ayrıca Belediye'nin "*hedef 1 milyon turist*" şeklindeki turizm beklentileri ve diğer paydaşların "*az kişi gelsin, nitelikli kişi gelsin*" söylemi paydaşlar arasındaki beklentileri farklılaştırmaktadır. Alanın gelen yoğun ziyaretçi akımı ile kitle turizmine doğru bir gidişin önüne geçmek için planlama ve beraberinde gelecek bir alan yönetimi gereklidir. Turizmin alanda çeşitlendirilmesi, alana gelen ziyaretçi yoğunluğunu daha da artıracak ve tatil dönemlerinde talebe cevap veremeyen işletmelerin yatak kapasitesinin daha da zorlanmasına neden olacaktır. Ayrıca gelen yoğun ziyaretçi sayısı, hassas bir alan olan tarihi kentin üzerindeki turizmin baskısını daha da artıracak, koruma kullanım dengesini bozabilecektir. Safranbolu'da turizmin plansız gerçekleşmesi, alan yönetiminin olmaması turizmde bu arayışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Turizmin çeşitlendirilmesini isteyenlerin önemli ölçüde ticari kaygılarının ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Bu grupta yer alanların temel motivasyonu Safranbolu'ya gelen ve konaklama yapanların geceleme süresini uzatmaktır. Konakların restore edilerek otele dönüştürülmesinin ilerde konak içerisinde aile yaşamayacağı kaygısı bulunmaktadır. Konakların tamamının otel olmaması gerektiği ve bu binaların içerisinde yerel halkın da yaşaması gerekmektedir. Korunan ve yaşayan bir kentten bir tatil köyüne ya da bir turizm kentine doğru gidişin yerel kültürün korunması ve devamlılığı güçleştirecektir. Ayrıca yerel zanaatların korunması yerine Çin malı turistik ürünlerin satılması, yöreye özgü yerel yemeklerin öne çıkarılması yerine her destinasyonda görülen geleneksel mutfak ürünlerinin pazarlanması yerel kültürün geleceğini riske sokmaktadır. Tüm bu kültürel etkilerin azaltılması planlama ve alan yönetimi ile mümkün olabilecektir.

Alanın korunamaması ve çevresinde yapılaşmaya gidilmesi durumunda, kentin UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'nde kırmızı listeye alınmasına ve daha sonra listeden tamamen çıkarılmasına neden olabilecektir. Bu risklere karşı alanın hassaslığı gözetilmeli, tüm paydaşlar öncelikle alanın korunması ve turizmin sürdürülebilir bir gelişim göstermesi için mücadele vermesi gerekmektedir. Kentte alan yönetim planının olmaması, koruma bilincinin ikinci planda değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, alanda kültürel mirasın ve doğal peyzajın korunması için tüm paydaşların katılımı ile yapılacak bir planlamaya ve alan yönetiminin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Eski konaklarda insanları yaşatmak için

konakları o insanlar için cazip hale getirilmesi gerekmektedir. İçerisinde yaşayan olmayan bir tarihi yapının bakım ve korunmasının mümkün olmayacağı düşünülmeli, bu nedenle de bu mekânlar içerisinde oturan aileler için elektrik, su ve doğalgaz gibi bazı hizmetleri ücretsiz alabilmesi için iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Alandaki tüm bulgulara ve ortaya çıkan tabloya göre, alanın koruma kullanma dengesi, tarihi kentin hassaslığı, alandaki fiziksel baskı ve beraberinde gelen problemler neticesinde orta ve uzun vadede destinasyondaki mevcut turizmin sürdürülebilirliğinin mümkün olamayacağı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akış, S. (1999), “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10, ss.36-46.
- Albayrak, A. (2013), *Alternatif Turizm*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ayaz, N., Batı, T., Gökmen, F. (2015). “*Safranbolu’yu Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Destinasyon İmajı Algıları*”, *Karabük Üniv., Sosyal Bil. Enst. Dergisi*, (Ocak 2015), Özel Sayı 1.
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (2015a), Karabük, <http://bakka.gov.tr/site/sayfa/44/karabuk#.VO3QQnysWcx> (Erişim Tarihi: 25.02.2015).
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (2015b), Karabük Yatırım Destek Ofisi, <http://bakka.gov.tr/site/sayfa/32/karabuk-yatirim-destek-ofisi#.VO3abnysWcw> (Erişim Tarihi: 25.02.2015).
- Bayazıt, N. (2014). *Safranbolu Geleneksel Konutları ve Toplumsal Değişme*. Safranbolu Belediyesi, Safranbolu Araşt. Merkezi, Kültür Yay. No: 9, İstanbul: Özlem Maatbacılık.
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü. (2015), Dünya miras listesi, <http://whc.unesco.org/en/list/> (Erişim tarihi: 03.02.2016)
- Burns, P.M., Holden, A. (1995), *Tourism: A New Perspective*, Prentice Hall, London, New York.
- Butler, R.W. (1999), “*Sustainable tourism: A state-of-the-art-review*”, *Tourism Geographies*. 1(1), 7-25.
- Ceylan, S., Somuncu, M. (2015). Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Miras Alanı, *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (19-21 Kasım), Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Kastamonu, ss. 129-142.
- Ceylan, S., Somuncu, M. (2015). Safranbolu UNESCO Dünya Mirası Alanında Yerel Yönetim ve Turizm Paydaşları Arasındaki Çatışma Üzerine Bir Değerlendirme, *16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, (12-14 Kasım), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi, Çanakkale. ss. 775-789.
- Çakmak, A.Ç., Kök, İ.T. (2012), “*Destinasyon Pazarlaması ve Safranbolu’nun Destinasyon İmajının Ölçülmesi*”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 80-101.
- Demir C., Çevirgen, A. (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Güleryüz, C. (2008), *Kültür Turizminde Markalaşma: Beypazarı ve Safranbolu İlçelerinin Karşılaştırmalı Analizi (Uzmanlık Tezi)*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Gürbüz, A. (2003). “*Safranbolu’ya Gelen Yerli Turistlerin Tatmin Olma Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*”, *Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 1-21.
- Gürbüz, A. (2009). “*Safranbolu’yu Ziyaret Eden Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Turistik Ürünleri Algılama Durumu*”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 217-234.
- Gürbüz, A., Türker, N., Ayaz, N., Türkmen, F., Kaya Ş., Yolcu, T., Şehirli, M. (2014), *Safranbolu Turizm Master Planı 2015-2023*. (05 Şubat 2015). Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi.
- Inskeep, E. (1991), *Tourism Planning: An Integral and Sustainable Development Approach*. New York: John Wiley&Sons

- IUCN (1980), Wold Conservation Stragy. Gland, Switzerland: International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources.
- Kahraman, N. (1994), “Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm”, I. Turizm Sempozyumu, (17-18 Kasım 1994) Balçova/İzmir. İzmir D.E.Ü. Rektörlük Matbaası, s. 137-145, İzmir.
- Karakaya, A., Akbulut, H. (2010). “*Safranbolu’deki Turizm İşletmelerinde Kurumsal Yönetimin Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma*”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (11), 17-32.
- Kınacı, B., Albuz-Pehlivan, N., Seyhan, G. (2011), Turizm ve Çevre (Çevre Koruma). Pegem Akademi.
- Kıray, M.B. (1982). “*Safranbolu’da Konut İçi Yaşam Olanakları Sınırlamaları ve Turizm Yönü*” (İçinde M. Kıray) Toplum Bilim Yazıları, Ankara: Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yayın No: 7, 389-426.
- Koçan, N., Çorbacı, Ö.L. (2012), “*Tarihi Çevreleri Koruma Sürecinde Yeni Yaklaşımlar: Kongre Turizmi, Safranbolu Çarşı Örneğinde Bir Araştırma*”, MAKÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3(2), 31-96.
- Kuş, A., Ulukavak, K. (2015). Safranbolu: Korumada 40. Yıl (1975-2015), Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı Yayınları 2, Göksu Ofset Matbaacılık, İstanbul.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015), Dünya Miras Listesi, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44423/dunya-miras-listesi.html> (Erişim tarihi: 03.02.2016).
- McIntyre, G. (1993), Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners, World Tourism Organization, Madrid.
- Somuncu, M., Yiğit, T., Bölükbaşı-Ertürk, E. (2009), “Safranbolu Raporu”, İçinde: Türkiye’nin Dünya Miras Alanları-Koruma ve Yönetimde Güncel Durumlar, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi, s.215-240, Ankara.
- Somuncu, M., Yiğit, T. (2010), “World Heritage Sites in Turkey: Current Status and Problems of Conservation and Management”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-26.
- Türker, N. (2002). “Cultural Tourism in Safranbolu”, *12th International Research Conference of the Council for Australian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE)*, Tourism and Hospitality on the Edge, 6-9 February, Perth, Western Australia.
- Türker, N. (2003). “Sürdürülebilir Rekabette Kültürel Çekiciliklerin Rolü: Safranbolu Üzerine Bir Çalışma”, Tarihi ve Kültürel Çekicilikler Açısından Türkiye Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri, *IV. Ulusal Sempozyumu*, Dokuz Eylül Üniversitesi Bölgesel Kalkınma ve İşletme Bilimleri Araştırma ve Uygulama Merkezi, (18-19 Aralık), İzmir.
- Türker, N. (2005). Safranbolu’da Turizm: Turizmin Gelişmesi, Turistik Talebin Yapısı, Sorunlar, Çözüm Önerileri ve Gelecekte Beklentiler Üzerine Bir Çalışma. Zamanlık Yayın Basım, Safranbolu.
- Türker, N. (2013). “*Turizm Etkilerinin Ev Sahibi Toplumdaki Alguları: Safranbolu Dünya Miras Kenti Üzerine Bir Alan Araştırması*”, Revista de Cercetare Şi Interventie Sociala, 43, 114-141.
- Türker, N., Canbulat, İ. (2008). “Safranbolu- Tourism Versus Conservation”, *The 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure*, Antalya, 23-27 April.
- WCED- World Commission on Environment and Development. (1987), Our Common Future. Oxford: Oxford University Press.
- Yücel, C. (2005). “*Korunacak Alanların Planlamasında Güncel Yaklaşımlar*”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8, 223-235.
- Zhenhua L. (2003), “*Sustainable tourism development: A critique*”, Journal of Sustainable Tourism, 11 (6), 459-475.

SAFRANBOLU TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİMİNDE UNESCO’NUN ETKİLERİ

Ertuğrul DÜZGÜN¹

Ayşegül ACAR²

ÖZET

Safranbolu, günümüzde Osmanlı kültürünü yaşatan ve bu konuda merak uyandıran önemli bir bölgedir. Sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler uluslararası düzeyde fark edilmiş ve UNESCO tarafından tescil edilmiştir. Bu çalışmanın amacı da Safranbolu’nun UNESCO Dünya Miras Listesine girdikten sonraki gelişiminde sürdürülebilir turizm açısından nasıl etkilendiğini belirleyebilmektir. Bu amaca ulaşabilmek için yöntem olarak doküman incelemesi seçilerek ikincil verilerden faydalanılmıştır. Bölgenin UNESCO tarafından tescilinden sonra gelen ziyaretçi sayısı her geçen gün çoğalmış ve bilinirliği de artmıştır. Bölgenin koruma-kullanma dengesi gözetilerek korunması sürdürülebilir turizm açısından önem teşkil etmektedir. Bölgenin aşırı ticarileşmesi ve kontrolsüz planlanması bu kavrama zarar verebilecektir. Diğer önemli bir konu ise bölgenin sahip olduğu kaynağın sadece Safranbolu evlerinden ibaret olmadığı, bunun yanında birçok somut ve somut olmayan kültürel mirasın bölgede bulunmasıdır. Bu kültürel unsurların da koruma-kullanma dengesi içerisinde planlanması ve turizme katılması önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Safranbolu, UNESCO, Sürdürülebilir turizm

GİRİŞ

Günümüze sektörel açıdan bakıldığında özellikle son 20 yılda önemli bir endüstri haline gelen turizm, hizmet sektöründe yer alması sebebiyle sürekli değişen toplum düzeninden, insanların beklentileri gibi unsurlardan etkilenmektedir. Tarihsel süreç içerisinde insanların turizmden beklentileri de değişme eğilimine girmiştir. Önceleri insanlara turizm denildiğinde deniz kum ve güneşten oluşan deniz turizmi gelmekteyken şimdilerde kültürel turizm, eko-turizm ve hatta özel ilgi turizmine doğru kaydığı görülmektedir. Kültürel açıdan büyük bir potansiyele sahip olan Anadolu toprakları ise bu konuda ziyaretçilere önemli değerler sunmaktadır. Bu değerlerin sonraki nesillere olduğu gibi aktarılması noktasında devreye giren sürdürülebilir turizm kavramı kültürel, tarihi ve doğal değerlerin koruma-kullanma dengesine göre yapılmasını baz alan önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

¹ Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, duzgunertugrul@gmail.com

² Arş. Gör., Karabük Üniversitesi, aysegulacar@karabuk.edu.tr

Safranbolu, sahip olduğu sayısız kültürel ve mimari değer ile gerek ulusal düzeyde gerek uluslararası düzeyde üne kavuşmuş bir destinasyondur. Özünü Osmanlı'dan alan değerlerini koruyup günümüze kadar ulaştırmış olan kendine özgü bir kültürel merkezdir. Ergin ve diğerleri'inin (2005) de belirttiği üzere ülke bazında koruma altına alınmış elli bin kadar eserin 1120'si ilçede bulunmaktadır. Bu kültürel ve mimari değerler sadece ülke bazında koruma altına alınmak ile kalmamış uluslararası düzeyde de değer görmüştür. Bunun en önemli göstergesi olarak da Birleşmiş Milletlerin desteklediği UNESCO tarafından 1994 yılında Dünya Miras Listesine girmeye hak kazanmıştır. 2003 yılında ise Rodos'ta yapılan Avrupa Tarihi Kentler Birliği Toplantısında *En İyi Korunan Yirmi Şehir* listesi içinde yer almıştır. Bölgenin bu ödülü almasındaki en büyük katkıyı 1980'lere doğru gelişen korumacılık fikrinin benimsenmesinin oluşturduğu söylenebilir. Bu sayede yapılar aslına uygun olarak restore edilmiş ve sürdürülebilir turizm bağlamında değerlendirilmeye başlanmıştır.

Komple şehir olarak sit alanı ilan edilen ender destinasyonlardan olan Safranbolu günümüzde önemli bir yere sahiptir. Dünyaca önemi kabul edilmiş bu destinasyonun UNESCO tarafından tescilinden sonra şehrin sürdürülebilir gelişiminde ne gibi etkilerinin olduğunu sürdürülebilir turizm açısından değerlendirmek araştırmanın ana sorusunu oluşturmuştur. Bu bağlamda ilgili literatür incelenmiş ve ilgili kurumlar ile görüşülerek bilgiler toplanmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle araştırma betimsel bir çalışma niteliğinde olup araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması yapılarak konuyla ilgili olarak sürdürülebilir turizm, UNESCO ve Dünya Kültür Miras Kenti ile ilgili literatür verilmiştir. Ardından Dünya Kültür Miras Kenti olarak Safranbolu'nun turizm açısından gelişimine yönelik literatürde yapılan çalışmalardan ve resmi kurumların yayınlarından elde edilen ikincil verileri kapsayan bulgular derlenmiştir. Son olarak konuyla ilgili ulaşılan sonuç ve değerlendirmeler verilerek araştırma tamamlanmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik tanımı itibari ile bakıldığında, bahsi geçen bu kavramın Birleşmiş Milletlerin görevlendirdiği Brundland Komisyonunun çalışmaları sonucunda ortaya çıkmış olduğu, literatür taramaları sonucunda görülmektedir (Serel,1993:84). Özellikle son zamanlarda sürdürülebilirlik kavramının tüm alanlara yansımış olduğu aşikârdır. Tüm alanlarda ki

sürdürülebilirliğin ortak olan noktası insanın geleceğini baz almaları ve hangi alan da kullanılıyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleridir (Dewhurst ve Thomas, 2003: 383). Sürdürülebilirlik kavramı, sistemin işleyişi için gerekli olan temel kaynakların gelecek nesilleri düşünmeden bilinçsizce tüketilmemesi, sistemin işleyişine zarar vermeden ve yıpratmadan devamlılığın sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Karaman, 1996:102). Turizm açısından sürdürülebilirlik kavramı düşünüldüğü zaman ise turizm arzı olarak kullanılabilecek potansiyel kaynakların aslını bozmadan, tahrip etmeden ve kirlenmeden gelecekte de kullanılabilesine imkan sağlayacak şekilde faydalanılmasının düzenlenmesi olarak ifade edilebilmektedir (Birkan, 2001: 17). Sürdürülebilir turizm Mccoll ve Moisey tarafından “yönetim ve politik kararlarda özellikle yerel paydaşlardan biri olan bölge halkının katılımına önem veren, kültürel ve çevresel faktörlerin önemini göz önünde bulunduran daha ziyade küçük ölçekli bir turizm çeşidi” olarak tanımlamışlardır (Kuter ve Ünal, 2009). Ayrıca, turizmde sürdürülebilirlik kavramı, turizm ürünü olarak kullanılan yerel, kültürel ve doğal kaynakların, yapaycılıktan uzaklaştırarak doğal halleriyle korunup, ileriye yönelik kullanımı için sürekliliğinin sağlanması olarak nitelendirilebilir (Çubuk, 1996:20). Turizm Sektörünün ekonomik kalkınmada devamlılığın sağlanması noktasında önemli bir etken olduğu söylenebilir. Yani ekonomik açıdan kalkınmanın sağlanabilmesi için tüm sektörler gibi turizm sektöründe de kullanılan kaynakları kendinden sonra gelecek olan nesillerin ihtiyaçlarını giderebilecek şekilde tasarlanmalı ve bu imkânlar riske edilmeden optimum düzeyde değerlendirilmelidir (Berry ve Ladkin, 1997: 435). Bu bağlamda turizm sektöründe sürdürülebilirliğin gerçekleştirilebilmesi adına ilk olarak turizm çalışmalarının yanında doğal kaynaklar ile olan uyumuna ve turizmin kaynağına bağımlı bir endüstri olduğunun bilinmesi gerektiği savunulmaktadır. Uzun vadeli ve planlı bir çalışma olan sürdürülebilir turizm, yapaycılıktan ziyade doğallığı savunmaktadır, bu bağlamda doğa koşulların yapısına uygunluk sürdürülebilir turizmde kaçınılmaz bir faktördür ve sürekliliğin sağlanması için de doğal kaynakların yapısına zarar verme durumu sürdürülebilir turizm kavramında söz konusu değildir (Kuvan, 2002). Sürdürülebilir turizmin ana noktası çevresel faktörlerin korunmasını ve devamlılığının sağlamak için insan ve çevreyi birbirinden ayırtırmak ve insanın çevreden faydalanmasını en az seviyeye indirmek değil; aksine çevre bilincini aşılıyarak insanın çevreyle olan bütünlüğünü arttırmaya çalışmaktır. Bunun yanı sıra yeniden yapılanmaya gitmek yerine hali hazırda var olan yapıların kullanımının sağlanmasını kendine amaç edinen sürdürülebilir turizm, bu amaç doğrultusunda bölgeye has mimari özelliklerin devamlılığının sağlanması, bölgenin kültürel özelliklerini yansıtan tarihi ve arkeolojik kalıntıların doğal ortamla uyumunun bozulmamasına özen gösterir (Çakılcıoğlu,1996: 29-30).

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik kavramı, tarihsel perspektif içeren, sosyo-kültürel ve doğal değerlere sahip çıkılmasının şart olduğu, albenilerinin sürekli olarak yüksek tutulabilmesi için gereklidir (Çavuş ve Tanrısevdi, 2000: 152). Tüm dünyada ve ülkemiz sınırları içerisinde hızlı bir şekilde büyümesini sürdüren turizm sektörü, bulunduğu koşullarda yer alan doğal ve kültürel kaynaklardan beslenmektedir. Eğer turizme kaynak olan bu ve bunlar gibi değerlere sahip çıkılmazsa turizmin geleceği yöresel, bölgesel ve ülkesel bazda tehlikeye girecektir (Çubuk, 1996: 20). Bu yüzden sürdürülebilirlik kavramının tanımını turizm ile ilişkilendirdiğimiz zaman, bu kavram turizm açısından büyük önem teşkil etmektedir

Sürdürülebilir turizm, her aşamasında toplumsal sorumluluk, ekonomik verimlilik ve ekolojik duyarlılığı içermektedir. Bu sebeple alternatif olarak yumuşak turizm, ekolojik turizm, doğa turizmi, kırsal turizm gibi çeşitli tanımlamalar kullanılmaktadır (Atalık ve Gezici, 1994). Sürdürülebilir turizm gelişiminin gereklilikleri şu şekilde sıralanmıştır (UNEP, 2003'ten aktaran Korkmaz ve Başkalkan, 2011):

- Doğal, tarihi, kültürel değerlere sahip turizm kaynakları bugün turistik amaçla kullanılıp toplumsal fayda sağlandığı gibi gelecekteki toplumlarında bugün olduğu gibi kullanıp fayda sağlayabilmeleri amacı ile korunmalıdır.
- Turizm alanı olarak kullanılan bölgedeki çevre temizliği sağlanmalı ve çevre kalitesinin artırılması için gerekli önlem ve çalışmalara yapılmalıdır.
- Turizm gelişiminin planlanması ve yönetimi, ilgili alanda ciddi ekolojik ya da sosyo-kültürel sorunların tetiklenmesine izin vermeyecek biçimde yürütülmelidir.
- Bir varış noktasının turist sayısının sürekli artışının sağlanması, ekonomik olarak gelişiminin devam ettirebilmesi ve bölgenin potansiyelinin artırılabilmesi için turist memnuniyet düzeyi korunmalıdır.
- Bütün kesimdeki insanların turizm aktivitelerine katılabilmesi için turizmde çeşitlilik sağlanmalıdır.

Görüldüğü üzere sürdürülebilir turizm ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutların kesiştiği yerde kendini göstermektedir. Sürdürülebilir turizmden bahsedebilmek için bu üç boyutundan herhangi biri dışlanmadan bir bütün içinde düşünülmelidir (Inskeep, 1991: 147).

UNESCO ve Dünya Kültür Miras Kenti

Adından kısaca bahsetmek gerekirse UNESCO, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü olarak, Birleşmiş Milletler'in kurmuş olduğu özel bir kuruluş olmak üzere 1946

yılında kurulmuştur ve merkezi Paris'te yer almaktadır (Akpınar, 2007). Hedefleri milletlerarası eğitimi, bilimi ve kültürü işbirliği ile gerçekleştirmek olan bu kurum, bu hedefler doğrultusunda programlar tasarlamakta ve uygulamaktadır. UNESCO aynı zamanda tüm dünya üzerinde okuma yazma bilmeyenlerin sayısının azaltılması ve okul, kütüphane gibi kurumlara destek vermesi, geri kalmakta olan ülke halklarına sinema, radyo ve konferanslar ile kültür aşılama da çalışmaktadır.

Çalışmalarına baktığımız zaman ise UNESCO'nun faaliyetlerinden kısaca şu şekilde bahsedebilir (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu 2010-2011 Faaliyet Raporu, 2012):

Tabii İlimler: Bu konu üzerinde en önemli görevi yapılan araştırmalar süresince milletler arası işbirliği sağlamaktadır. Adı “Kurak Bölgeler” programı olarak anılan bu program UNESCO'nun 1957 tarihinde ki en önemli projesidir. Hedefi ise kural bölgeleri ve yarı kurak bölgeleri kullanılabilir tarım arazilerine dönüştürmektir. Bu kurumun bir diğer önem teşkil eden çalışması ise Avrupa Nükleer Araştırma Konsülü'ne yönelik olarak nükleer enerjilerin barış için kullanması konusunda ki yardımlarıdır.

Sosyal İlimler: UNESCO sosyal ilimler konusunda daha çok milletler arasında meydana gelen anlaşmazlıkları ortadan kaldırmak adına bazı problemlere yoğunlaşmıştır. Hızla artan sanayi ve gelişmenin bir sonucu olarak doğan sosyal sorunlar UNESCO için önemli bir problem halindedir. UNESCO, Birleşmiş Milletlerin isteği üzerine ırklar ve milliyetçilik üzerine bir takım araştırmalar gerçekleştirmiş ve ilmi açıdan ırkların doğal bağlamda, yani yaratılışları açısından birbirinden üstün olmadığına karar vermiştir.

Kültürel Faaliyetler: Günümüz dünyasında milletler arası sanatçılar ile entelektüellerin oluşturdukları teşkilatları destekleyen UNESCO, ilmin ve birbirinden farklı olan kültürlerin yayılmasını ve ihtiyacı olanlara iletilmesini de kendine önemli bir görev edinmektedir. Bu konuda ki en önemli çalışmaları ise doğu batı kültürel değerlerinin araştırılması üzerinedir. Fakat çok geniş çaplı olan bu araştırmalardan bir sonuca varılamamaktadır. UNESCO, savaş zamanlarında kültürel varlıkların korunmasından da sorumludur.

Kitle Haberleşmesi: Bu konu üzerine UNESCO ihtiyaç sahibi olan devletlere, gerekli imkânlara sahip olan devletlerden kitap, film gibi malzemeleri tedarik edip ucuza alınmasını sağlamaktadır.

Bunların yanı sıra tüm insanlığın ilgiyle izlediği, dünyada ki bütün insanlar tarafından çekiciliğe ve evrensel değerlere sahip olan doğal ve kültürel varlıkların bakımsızlık, gelişmiş güzel kullanımı, bilinçsizce tüketimi, plansız yapılaşma ve kentleşme gibi nedenlerle zarar

görmesi, hatta yok olmasının engellenebilmesi için UNESCO uluslararası bir sözleşme olan “Dünya Mirası Konvansiyonu” isimli sözleşmeyi geliştirmiştir (Somuncu ve Yiğit, 2009:390).

UNESCO tarafından 17.10.1972 ile 21.11.1972 tarihleri arasında Paris’te toplanan 17. Genel Konferansı kapsamında, “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme” 16 Kasım 1972 tarihinde kabul edilmiştir ve bu konvansiyonun önsözünde evrensel mirasın korunması için ulusların birlikte çalışmasının gerekliliği bu konvansiyonun ön sözünde belirtilmiştir (Ahunbay, 2006:17).

Bu sözleşme 177 ülke tarafından imzalanmış ve belirli nitelik ve kriterlere sahip olan kültür ve doğa varlıklar belirlenmiş ve gelecek nesillere de gösterebilmek için dünya mirası ilân edilip Dünya Mirası Listesi adı altında koruma altına alınıp yayınlanmaktadır (Akpınar, 2007).

UNESCO’nun bünyesine ait olan ve katılımı geniş boyutta olan 1972 anlaşması, gerek ulusal gerekse de uluslararası boyuttaki üye olan devletlere bazı sorumluluklar yüklemesi nedeni ile bu alan içerisindeki en kayda değer sözleşme niteliğini taşımaktadır. Türkiye, bu sözleşmeyi 23 Mayıs 1982 tarihinde onaylamıştır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2016). Ülkelerin kültür ve turizm alanındaki itibarları, bu listedeki varlıklarının sayısı ile paralellik göstermektedir. Dolayısıyla ülkeler, Dünya Mirası Listesi’ne girebilmek için bir yarış halindedirler (UNESCO, 2014).

Dünya Mirası Alanları listesine girecek değerleri belirleme yetkisi UNESCO Dünya Mirası Alanları Merkezi’ndedir. Ülkelerin hazırlamış oldukları aday başvuru dosyaları UNESCO Dünya Mirası Alanları Merkezi tarafından incelenmekte ve inceleme sonucunda uygunluk sağlıyorsa Dünya Miras Alanı olarak kaydedilmektedir (Akpınar, 2007).

Bunun yanı sıra, öncelikle bir bölgenin UNESCO prosedürlerini tam anlamıyla sağlayarak dünya miras alanı listesi içerisine dahil edilmesi, o bölgede planlama ve koruma açısından yeterli bilimsel bilgi birikiminin bulunduğu kanıtı olarak kabul edilmektedir. Her yıl toplanan UNESCO Dünya Miras Komitesinin kendi belirlemiş olduğu kriterleri yerine getiren doğal ve kültürel alanlara “Dünya Miras Alanı” denmektedir. Bu alanda gösterilen başarı ülkeler için çok önemli bir itibar kaynağıdır. Bir yerin UNESCO Dünya Miras Alanı ilan edilmesi, o yer için küresel ölçekte bir prestij kaynağı olup aynı ölçüde sorumluluk doğurmaktadır (Ringbeck, 2008). Ayrıca Dünya Miras Alanı listesine girebilen bir alan gerek uluslararası bilimsel çevrelerin gerek tur operatörlerinin ve kültürel etkinliklerin gerekse

uluslararası fonların ilgisini çekmektedir.

Harrison ve Hitchcock tarafından yapılan çalışmalar sonucu görülmüştür ki bir bölgenin veya alanın dünya miras alanı içerisine dahil edilmesi o bölgede veya alanda koruma bilincinin gelişmesine, turist sayısının artmasına, alana ilişkin olarak uluslararası fonlardan ayrılan kaynakların artmasına neden olmuştur (Harrison ve Hitchcock, 2005).

Bir alanın veya bölgenin Dünya Miras Listesi'ne dahil edilebilmesi için öncelikli adım o alanın ve ya bölgenin Dünya Mirası Geçici Listesine dahil edilmesi gerekmektedir. Geçici listeye dahil olabilme ölçütü ise, o bölge veya alanın üstün nitelikli evrensel değerlere sahip olması ve kendisine has özgün yapısı bilimsel çerçevede ispatlanmış olmalıdır. Kalıcı olarak Dünya Miras Listesi'ne geçebilmek için ise bölge veya alan adına UNESCO'ya bağlı Dünya Miras Komitesi tarafından incelenmek üzere bir dosya sunulmakta ve dosyanın kabulü doğrultusunda UNESCO Dünya Miras Listesine geçiş sağlanmaktadır. 2015 yılı itibariyle Dünya genelinde UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kayıtlı 1031 kültürel ve doğal varlık bulunmakta olup bunların 802 tanesi kültürel, 197 tanesi doğal, 32 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır. Her yıl gerçekleşen Dünya Miras Komitesi toplantıları ile bu sayı daha da artmaktadır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2016).

UNESCO 2001 yılında Dünya Mirası Sürdürülebilir Turizm Programını kurmuştur. Bu programın kurulmasındaki ana amaç sürdürülebilir turizm ve muhafaza arasındaki dengenin sağlanmasına yönelik olarak politikalar geliştirmeyi teşvik etmektir. Program, dünya miras alanlarını sürdürülebilir turizm aracılığı ile tanıtmak üzere yedi adet eylem alanı belirlemiştir (UNESCO, 2016);

- Sürdürülebilir turizm yönetim planlarının geliştirilmesi sayesinde alan yönetimlerinin kapasitesinde artışa gidilmesi,
- Turizmle ilişkili alanlarda çalışmakta olan yerel halkın eğitilerek, sektörde farkındalığı yüksek bir hizmet seviyesi sağlanması,
- Alana ilişkin üretimi, yerel, ulusal ve uluslararası seviyede tanıtarak farkındalığın artırılması,
- Koruma kampanyaları düzenlenerek, bölge halkı ve kamuda alana karşı bir sorumluluk duygusu ve farkındalık hissiyatı geliştirilmesi,
- Turizmden elde edilen gelirin alanın muhafaza edilmesi ve korunması amaçları için harcanmasının teşvik edilmesi,
- Miras alanları arasında iletişim sağlanması yoluyla, tecrübe paylaşımına gidilmesi,

- Dünya Miras alanlarının korunmasına yönelik bir anlayış inşa ederek, bu anlayış doğrultusunda ulusal turizm politikası ve endüstrilerinin düzenlenmesi olarak sıralanmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine girdikten sonraki gelişiminde sürdürülebilir turizm açısından nasıl etkilendiğini belirleyebilmektir. Araştırma alanı Türkiye'de önemli bir destinasyon olan Safranbolu Kenti ile sınırlıdır. Bildirinin konusunu ise belirtilen alandaki turizmin sürdürülebilir turizm kriterlerine göre değerlendirilmesi oluşturmaktadır.

Araştırma gözlem, doküman taraması, ikincil veriler ve mevcut kaynakların değerlendirilmesi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Dokümantasyon incelenmesi, araştırılması ve hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

BULGULAR

Dünya Kültür Miras Kenti Olarak Safranbolu'nun Turizm Açısından Gelişimi

Çalışmada, UNESCO Dünya Kültür Miras Kenti koruması altına giren kentlerde yaşanan sürdürülebilir turizmin etkilerini Safranbolu Kenti üzerinden ele alınmaktadır. Literatür çalışmalarında görüleceği üzere Dünya Kültür Miras Kenti Listesinde yer alan alanlarda ki kültürel değerlerin korunması için UNESCO'nun çalışmaları mevcuttur. Bu çalışmalar sonucunda korunan alanlar gelecek nesillerin de görebileceği birer değer haline dönüşmekte ve yaşatılabildiği her süreçte bulunduğu bölgelerin turizmine katkıda bulunmaktadır.

Turizme olan bu katkı ile sürdürülebilir turizmin gelişimi arasında direk bir etki kurabilir. Çünkü sürdürülebilir turizmin tanımından yola çıkıldığında bölgelerin turizme açık olan kültürel değerleri ne kadar uzun süre korunursa sürdürülebilir turizme yönelik gelişimi de o derece artış göstermektedir.

Türkiye'de Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün sorumluluğu altında yürüttüğü çalışmalar neticesinde bugüne kadar UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 15 adet varlığımızın alınması sağlanmıştır. Bu varlıklar;

Tablo-1. Türkiye’deki Dünya Mirası Alanları ve özellikleri

İSİM	YIL	KATEGORİ	İL
İstanbul’un Tarihi Alanları	1958	Kültür	İSTANBUL
Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri	1985	Karışık Sit(Doğa+Kültür)	NEVŞEHİR
Divriği Ulu Camii ve Şifahanesi	1985	Kültür	SİVAS
Hattuşa: Hitit Başkenti	1986	Kültür	ÇORUM
Nemrut Dağı	1987	Kültür	ADIYAMAN
Hierapolis- Pamukkale	1988	Karışık sit (Doğa+kültür)	DENİZLİ
Ksanthos – Letoon	1988	Kültür	ANTALYA/MUĞLA
Safranbolu Kenti	1994	Kültür	KARABÜK
Troya Antik Kenti	1998	Kültür	ÇANAKKALE
Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi	2011	Kültür	EDİRNE
Çatalhöyük Neolitik Kenti	2012	Kültür	KONYA
Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı	2014	Kültür	İZMİR
Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu	2014	Kültür	BURSA
Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri	2015	Kültür	DİYARBAKIR
Efes	2015	Kültür	İZMİR

Kaynak: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, (2016)

UNESCO tarafından 17 Aralık 1994 tarihinde 614 sıra numarası ile Dünya Miras Listesi'ne alınarak "Dünya Kenti" unvanını almıştır. Safranbolu'nun Dünya Miras Listesi'ne kabul edilme "Kültürel Miras" olarak ölçütleri (ii), (iv) ve (v) maddeleri ile açıklanmıştır (UNESCO, 2009’dan aktaran Canbulat, 2011: 2-3);

ii) Yüzyıllar boyunca kervan ticaretinde oynadığı kilit rolden dolayı Safranbolu refah içinde olmuş ve sonuç olarak da Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş bir bölgesinde kentsel gelişimi etkileyen genel ve mahalli mimariye yönelik standartlar oluşturmuştur.

iv) Kervan ticareti asırlar boyunca Doğu ile Avrupa arasındaki temel ticari bağ olmuştur. Sonuç olarak da bu rota boyunca karakteristik özelliklere sahip şehirler kurulmuştur. 19. yüzyılda demiryollarının gelmesiyle bu şehirler birincil varoluş amaçlarını kaybetmiş ve çoğu başka ekonomik kaynaklara yönelmiştir. Safranbolu ise bu yönde etkilenmemiş bunun sonucunda da orijinal yapısını ve binalarını önemli derecede korumuştur.

v) Kervan ticaretinin bitmesinin Safranbolu üzerinde yıkıcı etkileri olmuştur. Karabük demir-çelik fabrikalarına yakınlığı Safranbolu'ya yeni bir sosyo-ekonomik rol kazandırmıştır. Ancak Safranbolu hala dışsal etkenlere karşı hassastır. Bu bağlamda geleneksel yerleşimi korumak için devamlılık arz eden çabaların gösterilmesi gerekmektedir.

Sahip olduğu tarihi geçmiş Safranbolu'nun bir kültür turizmi destinasyonu olarak gelişmesini sağlamış, Osmanlı İmparatorluğu döneminde kervan ticaretinde önemli durak noktalarından biri olması şehre UNESCO Dünya Mirası unvanını kazandırmıştır. Bu durum şehrin hem tarihi hem de turistik açıdan önemini arttırmaktadır.

Tablo-2. Turizm İşletme Belgeli Tesislerin Oda ve Yatak Kapasite Dağılımı

TESİS ADI	TÜRÜ	ODA SAYISI	YATAK KAPASİTESİ
Zalifre Otel	3 yıldızlı otel	60	126
Uz Otel	2 yıldızlı otel	30	65
Çelik Palas Otel	3 yıldızlı otel	26	60
Bağlar Saray Otel	3 yıldızlı otel	42	120
Diamond Park Hotel	3 yıldızlı otel	26	65
Cinci Hanı	Butik/Konak	28	65
Kadioğlu Şehzade Konakları	Butik/Konak	64	155
İmren Lokum Konak	Butik/Konak	18	42
Gökçüoğlu Konağı	Butik/Konak	7	16
Paşa Konağı	Butik/Konak	10	20
Arpacıoğlu Otel	Butik/Konak	20	60
Raşitler Bağ Evi	Butik/Konak	5	12
Ebrulu Konak	Butik/Konak	23	52
Asmalı Konak Hotel	Butik/Konak	11	24
Safir Konak	Butik/Konak	9	21
Köroğlu Konağı	Butik/Konak	6	12
Nermin Hanım Konağı	Butik/Konak	10	33
Gümüş Konak	Butik/Konak	7	20
TOPLAM		402	968

Kaynak: Safranbolu Turizm Danışma Bürosu (2016), Karabük Valiliği'nden derlenmiştir

Tablo-3. UNESCO'dan sonraki (1995–2015) ziyaretçi istatistikleri

Yıllar	Yabancı Turist Sayısı	Yerli Turist Sayısı	TOPLAM
1995	2629	27644	30273
1996	3071	38745	41816
1997	5089	39788	44877
1998	9932	40488	50420
1999	4620	47862	52482
2000	5.876	57.261	63.137
2001	8.988	55.215	64.203
2002	11.051	58.381	69.442
2003	8.430	76.678	84.908
2004	13.610	78.485	92.095
2005	17.776	80.046	98.281
2006	17.405	91.098	108.503
2007	21.655	112.655	134.310
2008	17.130	125.482	142.612
2009	17.396	116.634	134.030
2010	22.619	138.121	160.740
2011	32.685	173.674	206.359
2012	38.681	183.701	222.382
2013	43.850	195.616	239.466
2014	53,601	209,843	263,444
2015	53,996	190,111	244,107

Kaynak: Safranbolu ilçe turizm müdürlüğü (2015) verilerinden derlenmiştir,

Kültürel bir destinasyon olan Safranbolu kentinin turizm alanında sahip olduğu mevcut ve potansiyel kaynakların genel anlamda bir değerlendirme yapıldığında aşağıdaki bilgiler ortaya çıkmaktadır;

Yapılan literatür incelemeleri ve gerekli kurumlar ile görüşmeler sonucunda bölgeye gelen ziyaretçi sayısının en güncel halinin 2015 yılı itibariyle elde edilebilmiştir. 1995–2015 olmak üzere 10 yıl olarak planlanan analiz süreci 1995-2015 verileri baz alınarak yorumlanmıştır. 1995-2015 yılları arası konaklama istatistikleri incelendiğinde, bölgede konaklayan turist sayısı 1995 yılında 30.273 ve bunun yaklaşık % 8,7’si yabancı turist iken, 201 yılında konaklayan toplam 244.107 turistin % 22,12’si yabancı turistir. Safranbolu Turizm Master Planı raporuna göre bu sayıya gününbirlikçiler de eklendiğinde bölgeye gelen kişi yaklaşık 750 bine ulaşmaktadır. 1994 yılında UNESCO tarafından en iyi korunan ilk 20 kent arasında gösterilen 1995 yılında 30 bin 273 turistin geldiği Safranbolu’da her geçen yıl ziyaretçi sayısı artmıştır.

Bölgeye gelen kişi sayısına bakıldığında sadece 2009 yılı için bir önceki yıla oranla düşüş görülmektedir ki bu durum da 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik krize bağlanabilir.

Tablo-4 incelendiğinde Safranbolu’nun turistik potansiyelini çoğunlukla Uzakdoğu ülkelerinin oluşturduğunu görmekteyiz. Uzak Doğulu turistlerin yöreyi tercih etmelerinde Asya ülkelerinden gelen talebin fazla olması benzer kültürel geçmişe sahip olmamıza bağlanabilir. Özdemir (2007: 133)’e göre ise Uzak Doğuluların bölgeyi tercih etmelerinde Safranbolu evlerinde ahşabın diğer yapı malzemeleri ile oluşturduğu geleneksel sivil mimari payının fazla olmasına bağlamıştır. Bununla beraber bölge stratejik konumu itibariyle Ankara ve İstanbul gibi büyük şehirlerden önemli oranda gününbirlik veya konaklamalı olarak ziyaretçileri de çekmektedir (Dilek ve Kesgingöz, 2016: 55).

Tablo-4: Safranbolu'ya Gelen Yabancı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı

SIRA	ÜLKE	2013	2014	2015
1	Tayvan	13.064	15.479	11.585
2	Almanya	5.398	6.295	2.577
3	Japonya	3.737	3.155	2.628
4	Güney Kore	3.703	4.254	3.208
5	Çin	3.673	8.749	22.377
6	Avustralya	2.122	1.928	122
7	Fransa	1.786	1.944	943
8	A.B.D.	1.484	1.403	822
9	İtalya	1.238	1.468	1.104
10	Kanada	999	729	465

Kaynak: Safranbolu ilçe turizm müdürlüğü, (2014).

Her geçen gün artan ziyaretçi sayısının ilerde bölgenin taşıma kapasitesini tehdit edebilecektir. Gürbüz (2009)'e göre, Karabük'ün 2023 turizm vizyonunda Safranbolu ilçesinin yıllar itibariyle turizm talep beklentisi Tablo-5'deki gibidir;

Tablo-5. 2023 Turizm Talep Beklentisi (Konaklayan Kişi)

Yılı	Yer. Turist	Yab. Turist	Toplam
2009	124.533,9	22.302,7	146.836,6
2010	136.103,7	23.850,4	159.954,1
2011	146.584,3	25.667,9	172.252,2
2012	155.949,7	27.685,0	183.634,7
2013	167.717,8	28.579,7	196.297,6
2014	178.662,5	29.850,3	208.512,8
2015	187.512,3	31.711,0	219.223,3
2016	195.454,4	33.279,1	228.733,5
2017	205.478,6	35.650,7	241.129,3
2018	216.977,5	36.724,9	253.702,3
2019	226.630,8	38.313,7	264.944,5
2020	236.406,1	39.879,7	276.285,8
2021	246.184,5	41.491,8	287.676,3
2022	255.685,3	43.252,4	298.937,7
2023	265.485,0	44.918,3	310.403,3

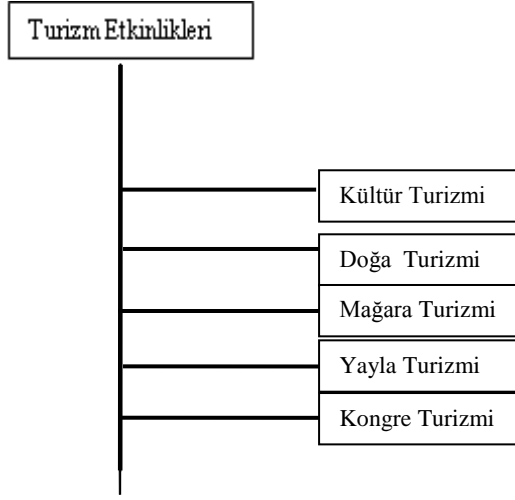
Kaynak: Gürbüz, A. (2009). Karabük 2023 Turizm Vizyonu.

Tablo-5' te görüldüğü üzere Safranbolu'ya gelen ziyaretçi sayısını belirlemeye yönelik olarak yapılan incelemede, UNESCO'ya girdiği tarih olan 1994 yılından itibaren sürekli artış 2023 yılına kadar sürmektedir. 1995 yılında 30 bin civarında olan ziyaretçi sayısı 2023'te 10 katı aşkın artarak 310 sayısına ulaşacağı hedeflenmiştir. Bu sayılara günübirlikçiler de eklendiğinde bölge gelecekteki popülerliğini artırmaya devam ettiği görülmektedir.

Bu popülerlik tek yönlü olarak kültür turizmini, mimari unsurlar ile sınırlandırmaktan ziyade bölgedeki diğer alternatiflerin de değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında bölgede gerçekleştirilen ve potansiyel olarak gerçekleştirilebileceği düşünülen etkinlikler oldukça çeşitlidir. Bu etkinlikler Şekil 1'te görülmektedir. (Gürbüz, 2002: 52);

Bölge kültür turizmine yönelik tek bir turizm türüne yönelik unsurları barındırmamakta, bununla beraber doğa, mağara, yayla ve kongre turizmi içinde potansiyel taşımaktadır. Türkiye'de turizmin çeşitlenmesi, ülke geneline yayılması ve 12 ay boyunca kesintisiz devamlılığını yaygınlaştırılma politikası çerçevesinde, birçok bölgede turizm potansiyelinin

belirlenmesi, geliştirilmesi ve değerlendirilmesi çalışmaları sürdürülmektedir (Özel, 2010). Tablo 6’da görüldüğü gibi Safranbolu Bölgesi turizmin çeşitlenmesi açısından da zengin bir potansiyele sahip bulunmaktadır.



Şekil-1. Yörede gerçekleştirilmesi mümkün turizm etkinlikleri

Tablo-6. Turizm Türleri Bakımından Safranbolu ve Çevresindeki Aktif ve Potansiyel Turistik Alanlar

Turizm Türleri	Safranbolu'daki Turistik Alanlar
Kültür Turizmi	-Çarşı ve Bağlar'daki tarihi Safranbolu evleri -Yörük Köyü ve Yazı Köy'deki tarihi evler ve diğer eserler -Tarihi çeşmeler, hamamlar, köprüler, su kemeri ve hanlar -Tarihi camiler, türbeler, tekkeler ve kiliseler -Kaya mezarları -Müzeler -Roma Dönemi Kalıntıları
Mağara Turizmi	-Bulak (Mencilis) Mağarası -Hızar Mağarası
Yayla Turizmi	-Ulu Yayla -Sarıçiçek Yaylası
Doğa Turizmi	-Keltepe, Tokathı, Düzce ve Sakaralan (Konarı) ve Şeker Kanyonları

Kaynak: (Gülbüz, 2002: 52)

Türkiye’de turizmin çeşitlenmesi, ülke geneline yayılması ve 12 ay boyunca kesintisiz devamlılığını yaygınlaştırılma politikası çerçevesinde, birçok bölgede turizm potansiyelinin belirlenmesi, geliştirilmesi ve değerlendirilmesi çalışmaları sürdürülmektedir (Özel, 2010). Tablo 6’da görüldüğü gibi Safranbolu Bölgesi turizmin çeşitlenmesi açısından da zengin bir potansiyele sahip bulunmaktadır.

SONUÇ

Zengin bir tarihi ve kültürel geçmişe sahip olan Safranbolu 1994 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Şehirleri Listesi’ne girmesinden sonraki turistik açıdan sürdürülebilir gelişimine

bakıldığında, tarihi çok eskilere dayanmakla birlikte Osmanlı İmparatorluğu'ndan birçok değer günümüze ulaşmıştır. Bölgenin gelişimini hızlandıran ana etmenin jeopolitik konumunun olduğu söylenebilir. Bakıldığında İstanbul ve Bursa gibi başkentlik yapmış illere yakınlığı bölgeye yapılan yatırımların hızlanmasına sebebiyet vermiştir. Yapılan bu yatırımlar günümüze değin süregelen kültürel değerlerin temellerini oluşturmuştur. Safranbolu Bölgesi bugün Osmanlı Dönemi'nden günümüze taşıdığı sosyo-kültürel değerler sayesinde dünya çapında ses getirmiş ve turistik açıdan ziyaret edilen önemli bir destinasyon olmuştur. Bölgenin bu denli önemli bir destinasyon olmasını sağlayan sebeplerin başında ise kendine özgün mimari ve dini yapıları olmuştur. Özellikle bölge ile bütünleşen Safranbolu evleri gerek yerli gerekse yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

Bölgeye gelen bu ziyaretçilerin buraya yapmış oldukları etki ise sürdürülebilir turizm konusunun önemine ortaya koymaktadır. Tarihsel süreç içerisinde birçok ziyaretçiyi ağırlayan Safranbolu, koruma-kullanma dengesinin göz ardı edilme lüksünün olmadığı bir destinasyondur. Bu önemli plan yapılmadığı takdirde her geçen gün artan ziyaretçi yüzünden bölge büyük tehdit içerisine girmektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre Safranbolu, 1994 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne girdiği tarihten itibaren ziyaretçi sayısı sürekli artmıştır. İlk yıllarında 30 binlerde olan ziyaretçi sayısı günümüzde ortalama 8 kat artmıştır. Araştırmacılar tarafından bu sayının 2023'te 310 bini aşması beklenmektedir. Bölgeye gelen ziyaretçiler açısından bakıldığında Safranbolu rakamsal olarak gelişmektedir. Ancak gelen ziyaretçilere bakıldığında yoğunluğunu iç pazarın oluşturduğu ve bunun uluslararası bir destinasyon olma hedefi olan bölge için bir risk oluşturduğu düşünülmektedir. Bunun sebebi olarak Safranbolu ilinin yurtdışında yeterince tanıtılmamış olduğu gösterilebilir. Benzer şekilde gelen yabancı ziyaretçilerin ise ağırlıklı olarak Uzak doğu ülkelerinden olması tek bölgeli bir ziyaretçi potansiyeline işaret etmektedir. Uluslararası bir örgüt olan UNESCO tarafından miras şehri olmanın sağladığı bilinirliğin daha fazla olması beklenmektedir.

Gelen ziyaretçileri ağırlamaya yönelik olarak konaklama tesislerinin gelişimine bakıldığında daha çok bölgede belediye belgeli konaklama tesislerinin bulunduğu ve konak tarzında tesislerin yoğunluğu oluşturduğu söylenebilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde rakamsal açıdan artan bir konaklama tesisi sayısı olmasına karşın mevcudiyetin talebi karşılayacağı düşünülmemektedir. Bölgede restore edilmeyi bekleyen birçok yapı bulunmasına karşın gerek yasal sorumluluklar gerekse mal sahiplerinin aile içi anlaşmazlıkları sebebiyle bu yapılar turizme kazandırılmamaktadır. Bu yapıların özüne sahip çıkılarak restore edilmesi ve

gelecek nesillere aktarılması sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca özellikle Osmanlı kültürünü yaşatmak ve yerel halka katkı sağlamak için ev pansiyonculuğunu geliştirmek, bölgenin oteller arasında asimile olmasının önüne geçebilecektir. Bölgeye bakıldığında kültürel miras kaynaklarının kontrolsüz bir şekilde otel, konak gibi ticari yapılara çevrilmesi sürdürülebilirlik açısından tehdit oluşturmaktadır.

Turizm faaliyetleri alışıla gelmiş kültürlerin tanınmasında en önemli etmen olmasına rağmen, kültür ve turizm aktivitelerinin bir biri ile uyum sağlaması şarttır. Aksi durumda, turizm faaliyetleri, kültürel değerlerin yozlaşmasında olumsuz bir aktör olma riski taşımaktadır. Kimliği oluşturan değerlere saygının azalması ve bu değerlerin önemsenmemesi ile kazanç sağlama arasındaki dengenin kurulamaması durumunda, turizm kültür üzerinde olumsuz etki yapacaktır. Kültür ve turizm arasında tamamlayıcı bir ilişki yani birbirine daima yarar sağlama zorunluluğu olmaksızın, geçici veya sürekli bir şekilde birlikte yaşayabilmek adına bir birliktelik kurulması zorunludur. Aksi bir durumda, biri diğerinin kaynaklarını devamlı sömürürken değeri de yok olmaya mahrum kalacaktır. Şu bir gerçektir ki birinin yok olması, diğerinin de yaşamını tehdit etmesi anlamına gelmektedir. Safranbolu'nun kültürel turizm için kaynak olan yerel kimliğinin korunması, geliştirilmesi, turizmin devamlılığı için mutlak gereklidir.

Safranbolu'nun kültürel miras şehri olması ve önemli bir turizm merkezi olması benzer özelliklere sahip birçok destinasyona örnek olmuştur. Bunların başında ise Beypazarı ve Göynük destinasyonları gelmektedir. Bu destinasyonların kültürel ve mimari özelliklerine bakıldığında benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ancak benzer özelliklere sahip bu destinasyonların birbirleri ile girişmiş oldukları rekabet sürdürülebilir gelişimin önemine işaret etmektedir. Örneğin Safranbolu'da yapılacak olan restorasyon çalışmalarının, Safranbolu'nun kültürel kimliğine uymaması ve aşırı ticarileşmenin yaşanması durumunda bölgenin sahip olduğu potansiyel ziyaretçiler kültürel kimliğin korunmasına dikkat eden diğer destinasyonlara kayabilecektir. Bu konunun farkında olan Safranbolu şehri 2003'te Rodos'ta yapılan Avrupa Tarihi Kentler Birliği Toplantısında *En İyi Korunan Yirmi Şehir* listesi içinde yer almıştır. Ancak bu tarihten itibaren geçen süreçte ticarileşmenin etkisinin her geçen gün arttığı görülmektedir.

Safranbolu'nun sürdürülebilir turizm açısından gelişimine bakıldığında daha çok kültürel turizm ön plana çıktığı görülmektedir. Kültürel turizm içerisinde ise daha çok evlere dayalı bir tanıtım stratejisinin geliştirildiği görülmektedir. Özellikle yabancı ziyaretçilerin daha çok ilgisini çeken el sanatları ve geleneksel ürünlerin (safran, lokum, bakır vb.) turizme dahil

edilmesi konusunda pek başarılı olunduğu söylenemez. Özellikle şehre ismini veren safran ve lokum gibi yöresel değerlerin tanıtılması bölgeye bırakılan gelirin artmasını sağlayacaktır. Bunun yanında bölge turizm potansiyeli olarak oldukça zengin değerlere sahiptir. Sadece kültür turizmine yönelik olarak yapılan turizm faaliyetleri yerine mağara, yayla, doğa turizmi faaliyetlerine de ağırlık verilmelidir.

Safranbolu da Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin sağlanabilmesi için bölgede ki yerel kimliğin korunmasının yanı sıra bölge ve yakın civarda yer alan doğal alanların, belli bir alanda yoğunlaşma yaşanmaması için rekreasyon faaliyetleri ile geliştirilmelidir. Bu sayede hem “Eski Çarşı” olarak adlandırılan Osmanlıdan günümüze kadar devamlılığını sağlayan turistik alanın taşıma kapasitesi daraltılabilir hem de çoğunlukla günübirlik yapılan ziyaretler, konaklama olanaklarının geliştirilmesi ile bir kaç güne yayılacaktır.

Turizm ile gelir artışının sağlanması, Safranbolu bölgesini bu anlamda kırsal nüfus içinde çekici kılmaktadır. Günübirlik kent merkezine yapılan aktiviteler, konaklama olanakları ile desteklenmelidir, böylece kırsal bölgelerde, turizmin yan ve alt dallarını besleyen ve gelir artışının kentsel yerleşimler dışındaki kırsal alanlara da yayan bir düzen oluşacaktır. Kırsal bölgede alternatif iş imkanının yaratılması, bu işin turizm sektörü gibi sosyal yönü zengin bir alanda olması, gelişmiş kentsel yörelerde az gelişmiş kırsal alana hem ekonomik hem de sosyal katkı sağlayacaktır.

Sürdürülebilir gelişimin sağlanmasında en önemli unsur olan koruma-kullanma dengesi gözetilerek yapılan planlamalar ışığında bölge turizminin planlanması ve buna uygun tanıtım faaliyetleri yapılarak bölgenin sürdürülebilir turizm mantığıyla geliştirilmesi önemli bir husustur. Bölgede yapılan tanıtım faaliyetlerinde yerel sivil toplum örgütleri ve diğer paydaşlar ile işbirliğinin yapılması önemli görülmektedir. Bölgenin yurtdışında yapılan tanıtımlarında ise teknolojinin yeniliklerinden faydalanılarak 3 boyutlu görseller kullanılmalıdır.

Safranbolu gibi Dünya Miras Listesi’ne girme niyetinde bulunan bölgelerin ilk olarak evrensel açıdan üstün değerlere sahip olması gerekmektedir. Bu üstün evrensel değerler 2011 yılında yapılmış olan Dünya Miras Listesi Sözleşmesi Uygulama Rehberi’nde yer almaktadır.

Sonuç olarak Safranbolu, günümüzde Osmanlı kültürünü yaşatan ve bu konuda merak uyandıran önemli bir bölgedir. Sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler uluslar arası düzeyde fark edilmiş ve UNESCO tarafından tescil edilmiştir. Bu bölgenin UNESCO tarafından tescilinden sonra gelen ziyaretçi sayısı her geçen gün çoğalmış ve bilinirliği de artmıştır.

Bölgenin koruma-kullanma dengesi gözetilerek korunması sürdürülebilir turizm açısından önem teşkil etmektedir. Bölgenin aşırı ticarileşmesi ve kontrolsüz planlanması bu kavrama zarar verebilecektir. Diğer önemli bir konu ise bölgenin sahip olduğu kaynağın sadece Safranbolu evlerinden ibaret olmadığı, bunun yanında birçok somut ve somut olmayan kültürel mirasın bölgede bulunmasıdır. Bu kültürel unsurların da koruma-kullanma dengesi içerisinde planlanması ve turizme katılması önemli görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahunbay, Z. (2006). İstanbul'un Tarihi Alanları, (Ed. Pulhan, G.): Dünya Mirasında Türkiye, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü 3067, *Sanat Eserleri Dizisi* 456, Ankara, 13-123.
- Akpınar, E. (2007). Türkiye'nin Dünya Miras Listesi'ndeki yeri ve yeni bir aday önerisi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 81-106.
- Atalık, G. ve Gezici, F. (1994). Çevre Duyarlı Planlama Kapsamında Turizm Eylemlerinin Değerlendirilmesi. 4. *Ulusal Bölge Bilimi/Bölge Planlaması Kongresi*, 446-463, Trabzon.
- Berry, S., ve Ladkin, A. (1997). Sustainable tourism: A regional perspective. *Tourism Management*, 1(7), 433-440.
- Birkan, İ. (2001). Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişmenin Önemi ve Koşulları. *I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kızılcahamam, Ankara, 17- 18.
- Canbulat, İ. (2011). Safranbolu UNESCO Dünya Miras Kenti. Recent Posts. *Month*. 1-48.
- Çakılcıoğlu, M. (1996). *Sürdürülebilir Turizme Yönelik Bir Yöntem Önerisi*", Doğu Karadeniz/ Trabzon İli Özelinde Bir İrdeleme (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Çavuş, Ş. ve Tanrısevdi, A. (2000) Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Ölçekli Bir Sürdürülebilir Turizm Gelişme Modeli Önerisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, Eylül-Aralık, 149-159.
- Çubuk, M. (1996) Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, *19.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu*, Mimar Sinan Üniversitesi, 20, İstanbul.
- Dewhurst, H. ve Thomas, R. (2003). Encouraging sustainable business practices in a nonregulatory environment: A case study of small tourism firms in a UK national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(5), 383-403.
- Dilek S. ve Kesgingöz H. (2016). SWOT Analysis of Safranbolu City in Terms of Tourism. *International Journal of Research in Business & Social Science Vol 5, No 1*, 54-64.
- Ergin Ö., Akçın, H., Karakış, S. ve Şahin H. (2005). Geleneksel Safranbolu Mimarisinin Kayıt Altına Alınmasına Yönelik Cbs Uygulaması: SAFRANBİS. *TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı*, 28 Mart - 1 Nisan 2005, Ankara
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji* 5, (1-2), 49-59.
- Gürbüz, A. (2009). *Karabük 2023 Turizm Vizyonu*. kentkonseyi.karabuk.bel.tr. (Erişim Tarihi: 12.03.2016)
- Gürbüz, A. (2015). Safranbolu Turizm Master Planı. (Erişim Tarihi 13.02.2016) [http://www.tasam.org/Files/Icerik/File/Turizm_Vizyonu_\(Do%C3%A7_Dr._Ahmet_G%C3%BCrb%C3%BCz\)_-_Karab%C3%BCK.pdf_c871832e-6f2c-4f4c-9723-3be3d9ade798.pdf](http://www.tasam.org/Files/Icerik/File/Turizm_Vizyonu_(Do%C3%A7_Dr._Ahmet_G%C3%BCrb%C3%BCz)_-_Karab%C3%BCK.pdf_c871832e-6f2c-4f4c-9723-3be3d9ade798.pdf)
- Harrison, D. ve Hitchcock, M. (Eds.). (2005). *The politics of world heritage: Negotiating tourism and conservation*. Channel View Publications.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Karaman, A. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve. *Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım*, 19.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.

- Korkmaz, M. ve Başkalkan, S. (2011). Eğirdir Gölü ve çevresinde turizm gelişiminin sürdürülebilirliği üzerine değerlendirmeler. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 12, 62-69.
- Kuter N. ve Ünal H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Eko turizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 146-156.
- Kuvan, Y. (2002). Korunan alan-turizm ilişkilerine yönelik kavramsal irdeleme. *First Tourism Congress of Mediterranean Countries Bildiriler Kitabı*, April 17-21, Antalya, 419-428.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2016). Dünya Miras Listesinde Türkiye. Ankara <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44423/dunya-miras-listesi.html> (Erişim Tarihi 11.02.2016)
- Özdemir, Ü. (2007). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26, 129-142.
- Özel, M. (2010). *Turizmin Çeşitlendirilmesi Bağlamında Doğa Turizmi: Ankara İli Örneği*. Uzmanlık tezi, Ankara.
- Ringbeck, B. (2008). *Management plans for World Heritage Sites: A practical guide*. Bonn: German Commission for UNESCO.
- Safranbolu Turizm Danışma Bürosu (2016), Karabük Valiliği.*
- Safranbolu ilçe turizm müdürlüğü, (2014).
- Serel, H. (1993). *Kalkınma-Çevre İlişkisi ve Sürdürülebilir Kalkınma Modeli (Türkiye Açısından Bir Değerleme)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 1993.
- Somuncu, M., Yiğit, T. (2009). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi. *V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, 387-402, Ankara.
- UNEP, (2003). Tourism and Local Agenda 21 (The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism). *United Nations Publications*, ISBN: 92-807-2267-0, 60s.
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi (2009). *Türkiye Türkiye'nin Dünya Miras Alanları / Koruma ve Yönetimde Güncel Durum*. Ankara.
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu (2012). 2010-2011 Faaliyet Raporu. http://unesco.org.tr/dokumanlar/kitaplar/faaliyet_raporu2010-2011.pdf (Erişim Tarihi 11.02.2016)
- UNESCO, (2014). <http://whc.unesco.org/,2014> (Erişim Tarihi 11.02.2016)
- UNESCO, (2016). Unesco Dünya Mirası 2015 yılı Raporu http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/jeopark/dm_bilginotu.pdf (Erişim Tarihi 15.03.2016)
- Yıldırım, A. , Şimşek , H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8.Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

KÜLTÜR TURİZMİNİN KLASİK ÇAĞLAR ÖNCESİ KÜLTÜR VARLIKLARI ÜZERİNDE ETKİLERİ: ANTALYA ÖRNEĞİ

Şebnem KURTULUŞ KIVANÇ¹

ÖZET

Bugüne kadar Antalya ve çevresinde yapılan arkeolojik çalışmalar sonucunda bölgenin geçmişinin binlerce yıl geriye gittiğinin anlaşılması, elde edilecek kültür varlıklarının korunması gerekliliğini de gündeme getirmektedir. Günümüzde koruma ve sürdürülebilirlik kavramları ile ilgili farklı uygulamalar ve bilimsel yaklaşımlar ile tüm bu yaklaşımların yanı sıra Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın getirdiği yaptırımlar da mevcuttur. Bu çalışmada arkeolojik sit alanlarında koruma ile ilgili yapılan düzenlenmelerde yaşanan sorunların incelenmesi konusu öncelikli olarak ele alınacaktır. Buna ek olarak son dönemde “Kültür Turizmi”nin Türkiye’nin önemli turizm stratejilerinden biri haline getirilmesi çalışmaları da mevcuttur. Kültürel varlıkların korunması kapsamında arkeoloji ile turizmin hem bilimsel alanda, hem de uygulama alanında birlikte çalışması kaçınılmaz bir gerçektir. Ancak arkeoloji bilimine “kültür turizmine destek olan bilim” bakış açısı ile yaklaşılması kültür varlıkları üzerinde olumsuz bir etkinin oluşması sonucunu doğurabilir. Dolayısıyla turizmin hem ülke ekonomisi hem de kültürel varlıkların korunması açısından etkileri iyi değerlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Antalya Bölgesi, Kültür Turizmi, Kültürel Miras, Koruma

GİRİŞ

Turizm, insanlığın var olduğu günden günümüze var olan bir olgudur. İlk çağlardan itibaren bütün insanlar gerek yaşamlarını devam ettirmek için gerekli olan besin maddelerini sağlamak, gerekse ticaret yapmak amacıyla seyahat etmişlerdir. Günümüzde ise turizm algısı daha farklıdır. Hem merak gidermek, hem de dinlenmek turistlerin güdülenmesini sağlayan amaçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Akdeniz Bölgesi, doğal ve kültürel varlıklar açısından çok zengindir. Bu sebeple kültür turizmi için en çok tercih edilen bölgelerdendir. Bölgeyi daraltmak gerekir ise, Antalya sunduğu turistik ürünler dolayısıyla bölge içinde en çok tercih edilen yerlerden birisidir. Turizm üzerine yapılan çalışmalar disiplinler arası bakış açısı taşınmalıdır, çünkü turizmin “ürün” olarak ele aldığı gerek doğal, gerek kültürel varlıklar “tükenmez” varlıklar değildir. Dolayısıyla bu varlıkların bilinçsizce pazarlanması ve kullanılması onların gelecek kuşaklara aktarılmasına engel olacaktır. Bu sebeple turizm uygulamaları yapılmadan önce bu varlıkların korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması için

¹ İstanbul Üniversitesi, sebnem.kurtulus.kivanc@gmail.com

gerekli çalışmaların yapılması bir zorunluluktur. Çünkü arkeolojik eserler turiste çekici görünmeleri sebebiyle değil, gelecek kuşaklara geçmişin bilgisini aktarmaları dolayısıyla önemlidir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Antalya Bölgesi

Antalya, Paleolitik dönemden günümüze kadar yerleşim görmesi dolayısıyla önemli bölgelerden biridir. Bölge özellikle Klasik Çağ, Hellenistik ve Roma Dönemi kalıntıları ile bilinse de bu çağlardan çok daha öncesine ait birçok yerleşmeye de sahiptir. Klasik Çağ yerleşmelerinin altında kaldığı için kazısı yapılamamış yerleşmeler de düşünüldüğünde, bölgedeki yerleşmelerin sayısı artmaktadır. Arkeolojik ve tarihsel anlamda bu kadar önemli eserler veren Antalya Bölgesi'nin öneminin anlaşılması için bölgenin fiziki, beşeri ve turizm coğrafyasının incelenmesi ve bölgeden elde edilen eserler doğrultusunda belirlenen kültürel sıradüzeninin ele alınması gereklidir.

Antalya, Türkiye Coğrafi Bölgelerinden Akdeniz Bölgesi'nde yer alır. Güney sınırını Akdeniz, kuzey sınırını ise Toros Dağları belirler. Doğusunda İçel (Mersin), Konya ve Karaman illeri, batısında Muğla ili bulunmaktadır(Sarı & Koçak, 2012).

Antalya sahil kesiminde Akdeniz ikliminin tipik özellikleri ile iç kesimlerdeyari-kara iklim tipi görülmektedir. Genellikle yazları sıcak ve kurak, kışlar ise yağışlı ve ılık geçer. Kışın iç kesimlerdeki sıcaklıklar kıyı kesimlerine göre daha düşüktür. İlkbaharda görülen yağışlar ise iç kesimlerde kıyı kesimine göre daha yoğundur (Sarı & Koçak, 2012).

Antalya'nın nüfusunun giderek artan bir eğriye sahip olduğu görülmektedir. Bu artış özellikle 1980'li yıllardan sonra hızlanmıştır. Bu hızlanmada kentin aldığı göçün rol oynadığı düşünülmektedir(Sarı & Koçak, 2012). Bu göçün giderek artmasında ise kentte var olan yoğun turizm uygulamalarının da önemli olduğu göz ardı edilmemelidir.

Turizm coğrafyası incelendiğinde Antalya Bölgesi yabancı turistler tarafından en çok tercih edilen bölgelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bölgenin şelaleleri ve mağaraları doğal çekicilik kaynağı iken, özellikle Klasik döneme tarihlenen arkeolojik sit alanları da kültürel çekiciliklerinin arasında yer almaktadır (Özgüç, 2007, s. 509-511).

Antalya Bölgesi'nin Kültürel Sıra düzeni ve Kazısı Yapılmış Yerleşmeler

Antalya gerek iklimi, gerek verimli toprakları sebebiyle paleolitik çağdan günümüze kadar insanların yerleşmek için tercih ettikleri bir bölge konumundadır. Günümüzde Antalya,Klasik,

Helenistik ve Roma Dönemlerinden kalma anıtsal yapıları ile bilinmektedir. Bu durum bölge kültürüne farklı bir bakış açısı kazandırmışsa da Antalya'da Klasik Çağlar'dan öncesine tarihlenen çok zengin arkeolojik eserler veren yerleşmelerin var olduğu unutulmamalıdır (Duru, 2008). Bu çalışmada, söz konusu çağlar kronolojik olarak Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, İlk Tunç, Orta ve Son Tunç Çağları ile Demir Çağı başlıkları altında ele alınacaktır.

Paleolitik Çağ: Günümüzden yaklaşık 2 milyon yıl önce başladığı bilinen Paleolitik Çağ Alt, Orta ve Üst Paleolitik olarak 3 alt döneme ayrılır. Paleolitik Çağ'a ait Antalya Bölgesinden elde edilen veriler yaklaşık 50.000 sene öncesine, Orta Paleolitik Çağ'a tarihlenmektedir (Sharp Joukowski, 1996).

Antalya'da kazısı yapılan Paleolitik Çağ yerleşmelerinin arasında Karain, Çarkini, Kızılin, Öküzini ve Suluin Mağaraları ile Belbaşı Kaya Sığınağı ve Beldibi Mağarası vardır.

Neolitik ve Kalkolitik Çağlar: Neolitik Çağ birçok kaynakta insanların tarım yapması ve havyan ve bitki evcilleştirmesi ile özdeşleştirilen bir dönem olarak geçmektedir. Ancak, bu dönemin en önemli özelliklerinden biri yerleşik yaşamın başladığının kanıtlarının arkeolojik yerleşmelerden elde edilmesi olduğunu söylemek mümkündür. Bu değişiklikte iklimde yaşanan ısınmanın etkisinin olduğu düşünülmektedir (Duru, 2008; Sharp Joukowski, 1996). Antalya Bölgesi'nin Neolitik Çağı'na ait bilgilerin çoğu Bademağacı Höyüğü'nden elde edilmiştir.

Kalkolitik Çağ bazı kaynaklarda Neolitik Çağ'dan İlk Tunç Çağı'na geçiş dönemi olarak ele alınmıştır. Bu çağda taş aletlerin kullanımı devam etmekle birlikte artık metal alet yapımı ve kullanımı da başlamıştır. Kalkolitik Çağ'ın sonuna doğru tunç eşyaların ortaya çıktığı görülebilmektedir. Bu çağa ait önemli bir diğer özellik ise insan nüfusunda görülen artış olmuştur. Bunun yanında insanların diğer yerleşmelere seyahat etmeye başladıklarına ait kanıtlar da elde edilmiştir (Duru, 2008; Sharp Joukowski, 1996). Kalkolitik Çağ aynı zamanda yönetici sınıfın ve savunma sistemlerinin de ortaya çıktığı bir çağ olarak kaynaklarda geçmektedir. Bu durumun kanıtları Antalya'nın yakın çevresindeki Hacılar ve Kuruçay Höyüklerinde görülmektedir. (Duru, 2008).

Kazısı yapılmış Kalkolitik Dönem yerleşmelerine bakıldığında Bağbaşı Höyüğü ve höyüğün hemen yakınındaki Kızılbil, Karaburun ve Boztepe Tümülüsleri görülmektedir.

İlk Tunç Çağı: Tunç Çağı kavramı kronolojik bir sıralamadan çok tuncun silah ve alet yapımında yoğun olarak kullanıldığı bir dönemi adlandırmaktadır. Tunç Çağı'nda taş ve bakır

aletlerin yerini tunç aletler almaya başlamıştır. Batı Anadolu’da tuncun yapılması ve kullanılması yaklaşık 4000 sene önceye gitmektedir. Tuncun alet yapımında kullanılmaya başlaması ile artan kalay ihtiyacı beraberinde ticaretin artışını da getirmiştir. İlk Tunç Çağının başlaması ile ilk şehir devletleri de görölmeye başlamıştır (Sharp Joukowsky, 1996). Anadolu’nun İlk Tunç Çağı’nın başlangıcına ait verileri neredeyse hiçbir kazı alanından tam olarak anlaşılabilir halde elde edilememiştir. Bu sebeple İlk Tunç Çağı’nın ilk evresinin Kalkolitik Çağ’ın devamı ya da başlı başına bir kültürün başlangıcı olduğuna dair kesin kanıtlar bulunmamaktadır (Duru, 2008).

Bölgedeki İlk Tunç Çağı bilgilerine Bademağacı Höyüğü’nde ulaşılmıştır. İlk Tunç Çağı’na buluntu veren diğer yerleşmeler Gökhöyük, Perge Akropolisi ve Karataş-Semayük ve Hacimusalar Höyüğü olarak sayılabilir.

Orta ve Son Tunç Çağları ve Demir Çağı: Anadolu’da Orta Tunç Çağı’nın ne zaman başladığı henüz net bir şekilde bilinmemektedir. 3. binin sonu, 2. binin başlarında Batı Anadolu’da birçok yerleşmenin terkedildiği ve bunların çoğunun vahşice yok edildiği görölmektedir. Orta ve Son Tunç Çağlarında görölen gelişmeler arasında; devletlerin oluşması, metalin kullanılmasını da kapsayan teknolojik gelişmelerin görülmesi, ticarete bağlı olarak ekonomik gelişmelerin ortaya çıkması, çömlekçi çarkının kullanımının yaygınlaşması ve yazının Anadolu’ya gelişi sayılabilir (Sharp Joukowsky, 1996).

Anadolu’nun Demir Çağı’na damgasını vuran olayların arasında Hitit İmparatorluğu’nun yıkılması gelmektedir. Anadolu’dan elde edilen bulgular bütün Hitit şehirlerinin yandığını göstermektedir (Sharp Joukowsky, 1996).

Genellikle Türkiye’de çok iyi araştırılmamış dönemler olan Orta ve Son Tunç Çağları ile Demir Çağı’na ait Antalya Bölgesi’nde buluntu veren sit alanları arasında Bayındır-Elmalı Tümölüsleri ile Patara Antik Kenti Tepecik Akropolü yer almaktadır.

Bu çalışma kapsamında, yukarıda adı geçen ve kazısı yapılmış/devam eden yerleşmelerden bazıları 2015 yılı içinde ziyaret edilerek günümüzdeki durumları üzerinde incelemelerde bulunulmuştur. Ziyaret edilebilen yerleşmeler haritada işaretlenmiştir.

Yerleşme Listesi

- Bademagacı Hoyuğu
- Karain Magarasi
- Gokhoyuk
- Perge
- Bayındır Tumulusleri
- Karatas-Semayuk
- Kızılbey
- Hacimusalar Hoyuğu
- Patara



Şekil 1: Ziyaret edilebilen yerleşmelerin harita üzerindeki konumları

Arkeolojik Kazılar, Tahribat ve Koruma ile İlgili Kavramlar

Arkeolojik sit alanlarında sürdürülebilir turizm uygulamaları ele alınmadan önce sit alanları ile ilgili tanımlara ve sit alanlarında koruma ile ilgili konulara değinilmelidir.

2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 3. maddesinde sit tanımı şu şekildedir (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983);

"Sit"; tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli medeniyetlerin ürünü olup, yaşadıkları devirlerin sosyal, ekonomik, mimari ve benzeri özelliklerini yansıtan kent ve kent kalıntıları, önemli tarihi hadiselerin cereyan ettiği yerler ve tespiti yapılmış tabiat özellikleri ile korunması gerekli alanlardır.

Aynı kanuna bağlı iki yönetmelik yayımlanmıştır. Bu yönetmeliklerde sit alanlarının alt başlıkları kentsel sitler, tarihi sitler, arkeolojik sitler ve tabii (doğal) sitler olarak belirtilmiştir (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012; 1987).

Tabii (Doğal) Sitler: İlginç özellikleri ve güzellikleri olan ve ender bulunan, korunması gerekli alanlar ve taşınmaz tabiat varlıklarıdır.

Kentsel Sitler: Mimari, mahalli, tarihsel, estetik ve sanat özelliği bulunan ve bir arada bulunmaları ve bir bütün olarak o yerleşmenin ait oldukları dönemin yaşam biçimini gelecek nesillere aktarmaları sebebiyle teker teker taşıdıkları kıymetten daha fazla kıymeti olan, kültürel ve tabii çevre elemanlarının (yapılar, bahçeler, bitki örtüleri, yerleşim dokuları, duvarlar, sokak ve meydanlar, vb.) birlikte bulundukları alanlardır.

Tarihi Sitler: İnsanlık tarihi, milli tarih veya askeri harp tarihi açısından çok önemli tarihi olayların cereyan ettiği ve bu sebeple korunması gerekli yerlerdir.

***Arkeolojik Sitler:** İnsanlığın varoluşundan günümüze kadar ulaşan eski uygarlıkların yer altında, yer üstünde ve su altındaki ürünlerini, yaşadıkları devirlerin sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerini yansıtan her türlü kültür varlığının yer aldığı yerleşmeler ve alanlarıdır.*

Türkiye'nin Arkeolojik Kazı Politikasında Turizmin Yeri

Arkeoloji biliminin ortaya çıktığı günden beri devletlerin politikasının bir parçası olduğu bilinmektedir. Kabul gören bir görüş, devlet politikalarının gerek kazılar üzerinde gerekse de kültürel varlıklar üzerinde yapılan bilimsel çalışmalarda negatif bir etkisinin olduğudur. Genellikle arkeolojiden elde edilen verilerin geçmiş kültürlerin anlaşılmasında önemli bir yerinin olduğundan bahsedilir. Ancak, bu doğru düşüncenin yanında modern kültürün arkeolojik eserler üzerindeki etkilerinin de göz ardı edilmemesi gereklidir (Knapp & Antoniadou, 1998).

Türkiye, arkeolojide önemli ülkelerden biridir. Bunun iki önemli sebebi vardır. Bunlardan ilki Türkiye'nin toprak altındaki zenginliği, ikincisi ise arkeoloji biliminin gelişmesine olan tarihsel katkısıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı da son yıllarda kültür varlıklarına ilişkin yeni düzenlemeler yapma çabasıdadır. Bakanlık tarafından yapılan bu düzenlemeler dünyadaki yeni bakış açılarını ve gelişen arkeolojik terminolojiyi Türkiye'ye kazandırmaktadır. Bir yandan da kültür varlıklarının turizm açısından önemli bir kaynak olduğu da gözlerden kaçmamıştır. Dolayısıyla yapılan düzenlemeler çoğunlukla toprak altından çıkarılan eserlerin turiste sergilenmesi ve bu sergileme üzerinden gelir elde edilmesi üzerine yoğunlaşmaktadır (Özdoğan, 2006, s. 9). Ancak kültür varlıkları sadece toprak altından çıkarılıp turiste sergilenmesi gereken varlıklar değildir. Kültürel varlıklar toprak altından çıkarıldıktan sonra gelecek nesillere bilgi aktarabilmek için önemli bilimsel çalışmalar yapılmalıdır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kültür varlıkları üzerindeki stratejisi kültür varlıkları üzerinden elde edilecek olan gelirin, özellikle kültür varlıklarından elde edilecek ve toplumun gelişmesinde ve bu varlıkların geleceğe aktarımında önemli olan sosyal kazanımın önüne geçtiği Özdoğan (2006, s. 11) tarafından belirtilmektedir. Dolayısıyla kültür varlıkları turizm üzerinden ekonomik kazanç sağlama konusunda bir araç haline gelmeye başlamıştır.

Arkeolojik Sit Alanlarında Tahribe Neden Olan Etkenler

İnsanların yaşam kalitesi dolayısıyla yaşamayı tercih ettikleri yerlerin bazı özellikleri vardır. Bu sebeple günümüzde de eskiden yaşamış insanların yaşadıkları yerleşim yerleri tercih edilmektedirler. Ancak, günümüzün modern toplulukları inşaatlarını makinalar kullanılarak

yapmaktadırlar. Makine kullanımı ile yapılan toplu toprak hafriyatı binlerce yıl öncesinden kalan arkeolojik kalıntılara ciddi zararlar vermektedir. Hatta bu kalıntıların çoğu varlığı bile öğrenilemeden tamamen yok edilmektedir. Bu tahribatın önüne geçilebilmesi için koruma ile ilgili önlemlerin alınması ve bu önlemler doğrultusunda hareket edilmesi gerekmektedir. Arkeolojik yerleşmelerde tahribe neden olan iki önemli faktör vardır. Bunlardan biri insanların yarattığı tahribat, diğer ise doğanın yarattığı tahribattır.

Arkeolojik sit alanlarına en büyük zararı insanların sit alanlarındayaptığı bilinçli ya da bilinçsiz tahribatlar vermektedir. Tahribat yasal eksikliklerden kaynaklanabileceği gibi ulusal ya da uluslararası kuralların hayata geçirilmemesinden de kaynaklanabilmektedir.

Kentleşme ve Tarım: Sanayi devriminden günümüze kadar kültürel mirasın korunması ile modern yaşamın ihtiyaçlarının karşılanması büyük bir çekişme halindedir. Çünkü Sanayi Devrimi'nin yeryüzü şekillerini değiştirebilecek büyüklükte yatırımların yapılmasının yolunu açtığını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla, bu değişiklikler karşısında kültür varlıklarının dayanabilmesi giderek güçleşmektedir (Özdoğan, 2010). Türkiye ise son dönemde ciddi bir altyapı yenilenmesi yolundadır. Bu yenilenme kapsamında hızla yeni yollar, limanlar, fabrikalar, hidroelektrik santralleri, turizm yatırımları, makineli tarım, kentleşme ve kent yaşamını düzenleme faaliyetleri yapılmaktadır. Bu faaliyetler arkeolojik eserlerin toprak yüzeyine çıkarılmadan yok edilmesi sonucunu doğurmaktadır ve eserlere verilen zararlar çok büyüktür (Duru, 2006). Dolayısıyla ülke kalkınmasına katkı sağlayacağı düşünüldükçe yapılan ancak iyi planlanmayan bayındırlık hareketleri kültürel mirasın yok olmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Barajlar, doğalgaz, petrol ve su için döşenen borular, höyük üstlerine kurulan su depoları, sanayi binaları, turistik tesisler veya konut yapılaşmaları ile birlikte karayolu, kavşak, liman ve havalimanı gibi yapılaşmalar kültür varlıklarının yok olmasına sebep olan kalkınma faaliyetlerindendir (Savrum ve Kortanoğlu, 2012 içinde Özdoğan, 2001).

Definecilik: Hem izinli hem de izinsiz kazılar yoluyla yapılan define aramaları toprak altında yatan kültürel mirası tehdit eder. Define aranması uzman olmayan kişiler tarafından yapılmaktadır. Çünkü izinli ya da izinsiz define arayan kişinin amacı elde ettiği eserden geçmişte yaşamış insanlara ait bilgiyi edinmek değildir. Bir arkeolojik eserin değeri eserin çıktığı yerle, tarihiyle, ait olduğu kültürle, işleviyle ve birlikte olduğu diğer nesnelerle yakından bağlantılıdır. Uzmanlık alanı arkeoloji olmayan insanlar tarafından yapılan kazılarda bilimsel yöntemler kullanılmaz, eser dışında kalan hiçbir şeyle ilgilenilmez, kayıt tutulmaz ve

belgeleme yapılmaz. Bu durum esere ait bütün bilgilerin kaybedilmesi ile sonuçlanır (Pulhan, 2007).

Savaşlar ve ideoloji: Savaşlardan kaynaklanan arkeolojik eser tahribatı ise önemli bir diğer insan kaynaklı tahribattır. Yakın zamana ait savaşlardan kaynaklanan tahribatın ne kadar büyük olduğunu gösteren çok çarpıcı örnekler vardır. Bu örneklerin içinde Türkiye'nin sınır komşusu olan ve uygarlığın doğduğu topraklar olarak bilinen Mezopotamya'nın büyük çoğunluğunu sınırlarında barındıran Irak önemli örneklerden biridir. Irak'ta Körfez Savaşı döneminde gerek yabancıların işgallerinden, gerekse de iç çatışmalardan kaynaklanan kültürel tahribat yaşanmıştır. Irakta yaşananlar sadece kültürel tahribat ile sınırlı kalmamış aynı zamanda eski eser kaçakçılığı da yapılmıştır. 1980'li yılların başından beri bölgede yaşanan savaş durumu başta bölgedeki sayısı tam olarak bilinemeyen höyüklerde eski eser bulmak adına yaşanan talan olmak üzere birçok arkeolojik eserin yok edilmesi, çalınması ya da ciddi şekilde hasarlanması ile sonuçlanmıştır (Deblauwe, Gimbel, & Selz, 2013; Pulhan, 2007).

Kültürel miras üzerinde savaşlar kadar etkili olabilecek bir diğer toplumsal durum ise belli bir ideoloji doğrultusunda kültürel mirasa bilinçli şekilde verilen zarardır. 2. Dünya Savaşı döneminde Nazi yanlılarının Yahudilere ait eserlere verdikleri zarar bu durumun örneklerindendir (Milligan, 2008). UNESCO (2004), 2003 yılında yapılan genel konferansta kültürel mirasa belli bir kasıtlı verilen zararın önünde geçilmesi gerekliliğini vurgulamış, bunun için alınması gereken önlemleri belirlemiştir. Ancak günümüzde halen ideolojiler sebebiyle eserler zarar görmektedir. İŞİD tarafından kültürel varlıklara verilen zarar ideolojilerin kültürel varlıklar üzerindeki etkilerine bir örnek olarak ele alınabilir.



Şekil 2: Palmyra Antik Kenti İŞİD saldırısından önce ve sonra(Stanson, 2015)

Doğal tahribat: Kültürel miraslara en büyük zararı insan veriyor olsa da zarar veren tek olgu insan değildir. Doğa da kültür varlıklarına verilen zarar üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Rüzgâr, yağmur, kar gibi doğa olayları ile birlikte zemin suları, hava kirliliği, sel, ısılarda yaşanan ani değişiklikler, arkeolojik sitin üzerini kaplayan bitki örtüsü, toprak altında yaşayan hayvanlar ile tavşan gibi toprağı kazan hayvanlar zaman içinde arkeolojik sitlerde aşınmalara sebep olabilmektedir (Jones, 2007, s. 21-22).

Tahribat ile ilgili bütün bu bilgilerin ışığında turizm faaliyetlerinin kentleşmenin yarattığı tahribat başlığı altında incelenmesi gereklidir. Gerek turistik tesislerin inşa edilmesi, gerek bir sit alanının turiste sergilenmek üzere restore edilmesi doğru kurallar çerçevesinde yapılmadığı sürece kültürel varlıklara geri dönülmez hasarlar verebilir.

Kültür ve Kültür Turizmi ile İlgili Kavramlar

Kültür turizmi, kültür ve kültürel miras kavramları incelendikten sonra ele alınmalıdır. Bunun sebebi, kültür turizminin bu kavramları içinde barındırmasıdır. Aynı zamanda kültür turistlerinin bu turizm çeşidini tercih etme sebepleri de kültürel miras kavramı ile birlikte ele alınmalıdır.

Kültür

Kültür, kendi içinde tanımlanması zor kavramlardan biridir. Ancak tanımın yapılması kültür turistlerinin bu turizm çeşidini tercih etme sebeplerinin anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir.

Kültürün, Latince kökenli bir sözcük olduğu ve diğer dillere buradan geçtiği düşünülmektedir. Kültür sözcüğünün Latince karşılığı olduğu düşünülen “cultura” kelimesi, “colere” fiilinin geçmiş zamanda çekimidir. Günümüzde ise “cultura” kelimesi “ekin”, “colere” kelimesi ise “sürmek” anlamlarını taşımaktadır (Harper, 2001).

Kültür kelimesinin kullanım yerine göre farklı anlamları da vardır. Bazıları kültür kelimesini edebiyat, müzik, sanat, hatta yemek için kullanır; bir biyolog için kültür bakterinin veya mikroorganizmanın gelişmesi için laboratuvar ortamında hazırlanan besin aracıdır. Antropologlar ve davranış bilimciler ise kültürü “öğrenilmiş insan davranış biçimi” olarak tanımlarlar (O’Neil, 2006).

Kültür Varlıkları ve Kültürel Miras

Kültürel miras kavramı da tıpkı kültür kavramı gibi çok geniş bir kavramdır. ICOMOS (International Council of Monuments and Sites – Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi) miras

kavramını *geçmişte ve günümüzde devam eden kültürel uygulamalar gibi elle dokunulamayan varlıkları ve doğal, kültürel çevreler, tarihi yerler gibi elle dokunulabilir varlıkları içinde bulunduran* bir terim olarak tanımlamaktadır(McKercher & Du Cros, 2002). Bu tanım bile kültürel miras kavramının ne kadar geniş bir kavram olduğunun anlaşılması için yeterlidir. Kültürel miras kavramı kendi içinde soyut ve somut miras olarak ikiye ayrılır. Arkeolojinin inceleme alanı içinde kalan kültürel varlıklar somut kültürel miras adı altında toplanan varlıklardır.

Somit kültürel miras hem taşınabilir hem de taşınamaz varlıklardan oluşur. Taşınabilir kültürel varlıklar denildiğinde akla insan tarafından yapılmış her türlü alet, araç ve gereç gelmektedir. Bu varlıkların özelliği bir yerden başka bir yere götürülebilir olmalarıdır. Bu varlıklar taşınamaz varlıklara göre daha hassas ve kırılğan yapıdadır, fiziksel hasara karşı daha korumasızdırlar. Bu varlıkların ele geçirildikleri noktalar, kullanım alanlarına bağlı olarak geçmişten getirdikleri sosyal bilgi ve yaşları çok önemlidir. Aynı zamanda kayıt altına alınmayan taşınabilir kültür varlıkları içerdikleri bilgi ile birlikte değerlerini ve anlamlarını kaybederler(McKercher & Du Cros, 2002; Özdoğan, 2006).

Kültür Turizmi ve Kültür Turisti

“Kültür turizmi nedir?” sorusunun cevabı çok basit gibi görünse de çok zordur. Bunun sebebi ise kültür turistlerini turizm yapmaya iten faktörlerin sayısı kadar kültür turizmi tanımı yapılması mümkün olmasıdır(McKercher & Du Cros, 2002). Kavram tanımlanmasında yaşanan zorluklar dolayısıyla istatistiksel veri elde edilmesini de zorlaştırmaktadır. Ancak, çok genel hatlarıyla yapılacak aşağıdaki tanım az da olsa kültür turizmi ile ilgili fikir edinilmesini sağlayabilecektir (Kurtuluş Kıvanç, 2011).

İnsanların yaşadıkları yerin dışına kültürel varlıkları görmek, yeni bilgiler edinmek, kültürel ihtiyaçlarını karşılamak ve yeni deneyimler edinmek için yaptıkları dinlence seyahatleridir.

Kültür turistini tanımlamak da kültür turistini tanılamak kadar zordur. Eğer kültür turizmi insanları bu turizm çeşidine katılmaya iten faktörlerin sayısı kadar tanım ile değerlendiriliyorsa, kültür turisti tanımlamaları da her bir kültür turizmine katılan kişilerin tercihleri ile değerlendirilmelidir. Buna rağmen, aynı kültür grubunda bulunan kültür turistlerinin benzer özelliklerinin var olduğu söylenebilir. Seyahatlerine karar vermeleri açısından ele alındığında beş farklı kültür turisti çeşidinden bahsedilebilir(McKercher & Du Cros, 2002).

- *Amacı Kültür Deneyimi Yaşamak Olan Turist:* Bu tür kültür turistinin amacı bir destinasyonu kültürü için ziyaret etmektir. Derin bir kültürel deneyim yaşanması beklenir ve seyahat türü ve destinasyon seçimi de bu yöndedir.
- *Yüzeysel Gezen Turist:* Bir destinasyon ziyaret edilirken kültür turizmi güdüsü ön planda olsa da beklentisi yüksek değildir. Bu sebeple yaşanması beklenen deneyim daha yüzeyseldir.
- *Gittiği Bölgeyi Şans Eseri Gezen ve Deneyim Yaşayan Turist:* Seyahate çıkma amacı kültür turizmi değildir. Ancak seyahate başladıktan sonra yaşadığı kültür deneyimini benimseyebilir. Destinasyonun seçilmesindeki amaç kültür deneyimlemek olmadığı halde tatil deneyimi süresince kültür arayışı artabilir.
- *Tesadüfen Kültür Deneyimi Yaşayan Turist:* Bu turist çeşidinin seyahate çıkma amacı kültür turizmi değildir ve yaşanan deneyim de yüzeyseldir. Genellikle bir başka amaç için destinasyon ziyaret edilirken, kültür deneyimi de ek olarak yaşanır.
- *Rastgele Kültür Turisti:* Bu tür turist, kültür turizmi amacıyla seyahat etmez ama buna rağmen bazı kültür etkinliklerine katılır. Katıldığı kültür etkinliğine göre deneyimi yüzeysel de olabilir, geçici olarak yüksek de olabilir.

Kültür Turizminin Kültür Varlıkları Üzerindeki Etkileri

Türkiye’de kültür turizmi dendiği zaman akla arkeolojik sit alanlarından yöresel yemek kültürüne kadar her türlü elle tutulabilir ve tutulamayan kültürel alan/etkinlik gelmektedir. Özellikle son yıllarda kültür turizminin hızla gelişen bir turizm çeşidi olduğunu söylemek de mümkündür. Unutulmaması gereken önemli konu kültürel varlıkların korunmasında karşılaşılan zorlukların çoğunun insan kaynaklı zorluklar oluşudur. Kültürel varlıklar için turizmi de içinde barındıran en büyük tehdit kentleşme faaliyetleridir. Ekonomik gelir elde etmek üzere inşa edilen otellerden, turizm literatüründe ikincil konut adı altında ele alınan yazlıklara kadar her türlü “kentleşme” faaliyeti kültürel varlıkların geri dönülmez şekilde zarar görmesinin önünü açmaktadır. Dolayısıyla, yakın bir zaman öncesinde hiçbir kentleşme tehlikesi altında olmayan birçok kültürel varlık 1980’li yıllardan beri giderek artan turizm uygulamaları sebebiyle yok olma tehlikesi altındadır (Tok, 2005).

1970’li yıllardan 1980’li yıllara kadar turizm ile amaçlanan turizmden ekonomik ve kültürel olarak yararlanmak, özellikle de gelir elde etmek olmuştur. 1982 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Yasası ile turizmde yaşanan büyümenin hızı artmıştır. Ancak bu artış

sırasında koruma konusu gereken önemi görmemiş, 1980’li yılların ortasından sonra hem doğal hem kültürel varlıkların kullanım kapasitelerinin aşılması gerektiği ile ilgili çalışmalar yapılmıştır (Akpınar, t.y.).

Turistlerin kültürel varlıkların kullanıcıları olduğu bilinen bir gerçektir ve kültürel miras kavramı ile turizm kavramı arasında bu anlamda bir ilişki vardır. Bu sebeple turizm uygulamaları gerekli önlemlerin alınması ve gereken kısıtlamaların yapılması durumunda kültürel varlıkların korunmasında önemli bir yere sahip olabilir. Bu bakış açısı ile turizmin kültürel varlıklar üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu etkiler (McKercher & Du Cros, 2002; Huh, 2002);

Olumsuz etkiler:

- Kültürel mirasın turist tarafından olması gerektiğinden fazla kullanılması
- Turistlerin olumsuz davranışları
- Planlaması iyi olmayan turizm altyapısı
- Kültürel varlık üzerindeki denetimin kaybedilmesi
- Kültürel varlıklarda gerekli koruma önlemlerinin alınmaması durumunda fiziksel bozulma oluşması

Olumlu etkiler:

- Kültürel varlığın tanınmasını, bilinmesini ve turistlerin kültürel varlıkların korunması gerektiğini anlamasını sağlar, varlığın gelecek kuşaklara aktarılmasında önemlidir
- Turizmden elde edilecek gelirin kültürel varlığın korunması için harcanması sağlanır
- Elde edilen gelirin belgeleme, planlama ve kültürel mirasın yönetimine harcanması ile varlığın sürdürülebilirliği sağlanabilir, ziyaret edilebilirliği artar
- Halkın ve turistlerin kültürel varlıklar hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak farkındalık seviyesini artırır

Antalya Bölgesi’nde Klasik Çağlar Öncesine Tarihlenen Yerleşmelerde Yapılan Turizm Uygulamaları

Çalışma kapsamında Antalya’daki Klasik Dönem Öncesine tarihlenen yerleşmelerden bir kısmı koşullarının uygunluğu dolayısıyla ziyaret edilebilmiş ve bu yerleşmelerde kazılar sırasında ve sonrasında yapılmış olan turizm uygulamalarının olup olmadığı incelenmiştir. Ziyaret edilemeyen yerleşmelerdeki en önemli engel güvenliktir. Güvenlik sorunu ile gerek doğal koşullar, gerekse de yerleşmeye ulaşım konusunda karşılaşılmıştır. Bir diğer engel ise

kazısı yapıldıktan sonra hiçbir koruma önleminin alınmadığı yerleşmenin artık yerinin bilinmemesi olmuştur.

Antalya Bölgesi'nin Klasik Çağlar Öncesine Tarihlenen Yerleşmelerinin Korunmasında Turizmin Yeri

Antalya, deniz güneş kum turizmi ile olduğu kadar kültür turizmi ile de ilgi çeken şehirlerden bir tanesidir. Özellikle Klasik Çağ'a tarihlenen birçok antik kentin varlığı turistlerin burayı ziyaret etmesi için çekicilik oluşturmaktadır. Bu sit alanları aynen korunmak zorunda olan alanlardır. Bir alanın ören yeri olarak düzenlenmesinin yapılması durumunda gezi yolu düzenlemesi, meydan tanzimi, açık otopark, WC, bilet gişesi, bekçi kulübesi gibi ünitelerin koruma kurulundan izin alınarak yapılması mümkündür. Eğer buralardaki turizm uygulamaları düzgün yönetilmezlerse kültür varlığının yok olması kaçınılmaz bir sonuçtur.

Diğer taraftan, kurallarına uygun yapılan turizm, kültür varlıklarının korunmasında önemli bir yere sahiptir. Öncelikle kültür varlıklarının restorasyonu maliyet gerektiren bir iştir ve turizmden elde edilecek gelirin restorasyona yatırılması ile kültür varlığının gelecek nesillere aktarımı sağlanabilir.

Antalya Bölgesi'nin Klasik Çağlar Öncesine Tarihlenen Yerleşmelerinde Turizm Amaçlı Yapılan Düzenlemeler ve Günümüzdeki Durum

Bölge yerleşmeleri yapılan çalışma doğrultusunda kazılar bittikten sonraki koruma durumu ve günümüzdeki turizm uygulamalarının incelenebilmesi amacıyla ziyaret edilmiştir. Bu ziyaretler sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Bademağacı Höyüğü, kazıları 2010 yılında tamamlanmış Neolitik Dönem'den Bizans Dönemi'ne kadar buluntular vermiş bir höyüktür. Antalya'nın Klasik Çağlar öncesine tarihlenen yerleşmelerinde önemli bir yere sahiptir. Ancak bütün klasik dönem öncesi yerleşmelerinde olduğu gibi Bademağacı Höyüğü'nde de kazı sonrası tahribat çok ileri seviyededir. Höyüğün giriş kapısı ve çitleri kırılmış, turistlere bilgi vermesi için yapılmış olan tabelalar devrilmiştir. "Turistin ilgisini çekmediği düşüncesi" ile "pazarlanmayan" ve "para getirmeyen" diğer Klasik Çağ öncesi yerleşmeler gibi Bademağacı Höyüğü de kazısı tamamlandıktan 5 yıl gibi kısa bir süre sonunda korunmayarak zaman içinde tamamen yok olacak bir yerleşmeye dönüşmüştür.



Şekil 3: Bademağacı Höyüğü. Höyüğü ziyaret edenlerin bilgi edinmesi amacıyla koyulmuş olan bilgilendirme tabelasının kazıdan sonra çekilmiş fotoğrafı ve günümüzdeki hali

Karain Mağarası, kazıları halen devam etmekte olan bir arkeolojik sit alanıdır. Antalya'nın Paleolitik Dönemine ait önemli buluntular veren kazı alanı aynı zamanda turistlerin de merak ettikleri yerlerden biridir. Kazısının devam ediyor olması Mağara çevresine düzenlemeler yapılarak turistlerin faydalanmasını kolaylaştırmaktadır. Mağara şehir merkezinden toplu ulaşım ile kolay ulaşılabilir bir noktada değildir. Mağaranın bağlı olduğu Yağca Köyü'ne ulaştıktan sonra yaklaşık 2 km lik bir yolun yürünmesi gerekmektedir. Mağara'nın bulunduğu yere varıldığında mağaraya doğru çıkan yolun yenilendiği görülmektedir. Bu tırmanışı kolaylaştırmak üzere aralarda dinlenme noktalarının olduğu merdiven bir yol yapılmıştır. Ancak bu düzenlemeler mağarayı ziyaret eden insanların zarar vermesinin önüne geçememiştir. Mağara içinde insan tahribatının kanıtları olan yazılar vardır.



Şekil 4: Mağara'ya çıkan merdivenler ve mağara içindeki insan tahribini gösteren yazılar

Gökhöyük, hemen yanına açılan su kanalının höyüğün bir kısmını yok etmesi dolayısıyla kazısı yapılmış, bu sebeple de yoğun insan tahribine sahne olmuş bir İlk Tunç Çağı yerleşmesidir. Günümüzde neredeyse adı bile bilinmeyen Höyük, Döşemealtı ilçesinin kanal yönünde genişlemesi dolayısıyla evler ve tarlalar arasında kalmıştır ve yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır.



Şekil 5: Çevresindeki evler ve tarlaların arasında Gökhöyük

Perge Antik Kenti, Klasik Çağ yerleşmesi olması dolayısıyla diğer yerleşmelere göre daha şanslı gibi görünse de kentin Klasik çağ öncesine tarihlenen akropolü yine turistik çekiciliğinin olmaması dolayısıyla koruma alanı dışında kalmıştır denebilir. Bununla birlikte, 1994 yılında Wolfram Martini tarafından Akropolde yapılan çalışmanın dışında bölgede kazı çalışması yapılmamıştır. Günümüzdeki kazı çalışmaları da yine turistik çekiciliğinin olması dolayısıyla antik kentte devam etmektedir. Akropolise çıkan yolun bir kısmı yenilenmiştir ancak geri kalan kısımda otların arasından dikkatli bir şekilde yukarı çıkmak gerekmektedir. Yenilenmiş yolun sonunda bir platform yapılmış ve bu platform aracılığı ile antik kentin panoramik açıdan görülebilmesi sağlanmıştır.



Şekil 8: Platformdan Akropolise çıkan yol



Şekil 7: Akropolün görünümü



Şekil 6: Platforma çıkan yol

Elmalı'daki Bayındır Köyü'ne bağlı Bayındır – Elmalı Tömölüsleri de yine turistik çekicilikleri olmadığı düşüncesi ile korumada eksik kalınan yerlerdendir. Tömölüslerin taş tepeciklerinin üzerinde ağaçlar yetişmiştir. Düz bir arazi üzerinde olmaları bulundukları yere varıldığında seçilmelerini kolaylaştırmakla birlikte gözle görülür hiçbir koruma önlemi yoktur.

Karataş – Semayük de korunmadığı için geriye hiçbir şey kalmayan kazı alanlarından biri haline gelmiştir. Höyükten çıkarılan eserler Elmalı Müzesi'nde sergilenmektedir, ancak Höyük'ün yerini 1970'li yıllarda bölgedeki kazı çalışmalarında görev almış olan köylülerin dışında bilen kalmamıştır.



Şekil 6: Bayındır A Tömölüsü'nden bir görüntü



Şekil 7: Karataş - Semayük'ten günümüze kalan

SONUÇ

Bütün bu inceleme doğrultusunda elde edilen verilerin de değerlendirilmesi ile düzgün yapılmayan turizm uygulamalarının kültürel varlıklara geri dönüşü olmayan zararlar verebileceği görülmektedir. Özellikle kültür varlığının bir araç haline getirilerek asıl amacın ekonomik kazanç olması bir kültürel varlığın korumasına yeterince emek verilmemesi anlamına gelebilecektir.

Klasik Çağlar öncesine tarihlenen yerleşmelerin korunması Klasik Çağ yerleşmelerine göre daha zordur, insan tahribi olmasa bile Klasik Çağlar öncesine tarihlenen yerleşmelerde ele

geçirilen malzeme zaman içinde doğa tarafından yok edilir. Buna ek olarak Antalya'nın turist profilinin bölgeyi özellikle deniz güneş kum turizmi için tercih ettiği durumu da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu turist tipinin kültür turizminden kazanacağı deneyim rastgele olmaktadır. Amacı kültür turizmi olmayan bu turist tipinin kültürel varlıklara zarar verme oranı kültür turizmi amacıyla seyahat eden turiste göre daha yüksektir. Bu durum ziyaret edilen yerleşmelerde karşı karşıya kalınan insan tahribatını açıklamaktadır.

Dolayısıyla Antalya'daki kültür varlıklarının turizme açılmadan önce kente gelen turist profilinin iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm uygulamalarının bu turist profilinin kültürel varlıklara en az zararı vereceği şekilde yapılması, hatta gerekli görülmesi durumunda resmi yetkili kurumlar tarafından Antalya'nın turist profilinin değiştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması kültürel varlıkların korunması ve gelecek nesillere aktarılması adına önemlidir. Kültür turizmi kültürel varlıkları yok etme amacı olmaktan çıkarılıp onları korumak için bir araç haline getirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akpınar, S. (t.y.). *Türkiye'nin Turizm Merkezlerinde Ekoturizm Yaklaşımları*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Planlama Dairesi.
- Deblauwe, F., Gimbel, D. N., & Selz, G. (2013, July 22). *The Iraq War & Archaeology*. Haziran 13, 2014 tarihinde The Iraq War & Archaeology Project: <http://iwa.univie.ac.at/> adresinden alındı
- Duru, R. (2006). Sorunlar ve Öneriler. N. Başgelen (Dü.) içinde, *Toprağın Altındaki Geçmiş: Arkeoloji Sorunlar, Öneriler, Görüşler* (s. 45-48). İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Duru, R. (2008). *M.Ö. 8000'den M.Ö. 2000'e Burdur - Antalya Bölgesinin Altının Yılı*. İstanbul: Suna & İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü.
- Harper, D. (2001). *Online Etymology Dictionary*. Mayıs 27, 2014 tarihinde <http://www.etymonline.com/index.php?term=culture> adresinden alındı
- Huh, J. (2002). *Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hospitality and Tourism Management, Blacksburg.
- Jones, K. L. (2007). *Caring for Archaeological Sites Practical Guidelines for Protecting Managing Archaeological Sites in New Zealand*. Wellington: Science & Technical Publishing.
- Knapp, B. A., & Antoniadou, S. (1998). Archaeology, Politics and the cultural heritage of Cyprus. L. Meskeel içinde, *Archaeology Under Fire. Nationalism, Politics and Heritage in the Eastern Mediterranean and Middle East* (s. 13-43). London: Routledge.
- Kurtuluş Kıvanç, Ş. (2011). *Kentsel Turizm: İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 2863 (1983).
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Milligan, A. (2008). Targeting Cultural Property: The Role of International Law. *Journal of Public and International Affairs*, 19, 91-106.
- O'Neil, D. (2006, Mayıs 26). *Human Culture*. Mayıs 27, 2014 tarihinde http://anthro.palomar.edu/culture/culture_1.htm adresinden alındı

- Özdoğan, M. (2006). *Arkeolojinin Politikası ve Politik Bir Araç Olarak Arkeoloji*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Özdoğan, M. (2010, Eylül). Barajlar ve Kültür Tarihi. *Aktüel Arkeoloji Dergisi*, s. 20-33.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Pulhan, G. (2007). Arkeolojik Varlıkların Talanı. S. Çelik Atasoy, & Z. Çulha (Dü.), *Rezan Has Müzesi Konferansları II* içinde (s. 78-93). İstanbul: Rezan Has Müzesi Yayınları.
- Sarı, C., & Koçak, İ. (2012). Coğrafi Durum. C. Sarı, Demirkaya Hilmi, S. Kurt, & B. Çeçen (Dü) içinde, *Dünden Bugüne Antalya* (s. 45-74). Antalya: Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü.
- Sharp Joukowsky, M. (1996). *Early Turkey: Anatolian Archaeology from Prehistory through the Lydian Period*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Stanson, J. (2015, September 10). *ISIS show off their destruction of 2,000-year-old temple at Palmyra*. Şubat 12, 2016 tarihinde Mail Online: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3229268/Pictured-ISIS-destruction-2-000-year-old-temple-Palmyra-left-just-one-arch-standing.html> adresinden alındı
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1987, 12 10). *Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıklarının Tespit ve Tescili Hakkında Yönetmelik*. Ocak 03, 2015 tarihinde UNESCO: http://www.unesco.org/culture/atlaws/media/pdf/turkey/turk_korunmasi_gerekli_tasinmaz_kultur_tabiat_varliklarinin_tespit_turorof.pdf adresinden alındı
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012, Mart 13). *Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlıklarının Tespit ve Tescili Hakkında Yönetmelik*. Ocak 03, 2015 tarihinde Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/03/20120313-6.htm> adresinden alındı
- Tok, C. (2005). Kültür Turizmi. *Standard Ekonomik ve Teknik Dergi*, s. 42-43.
- UNESCO. (2004). *Records of the General Conference*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

EKOTURİZM AKTİVİTELERİ KAPSAMINDA BİSİKLET TURİZMİNİN YERİ VE ÖNEMİ: ÖRNEK DESTİNASYONLAR VE TÜRKİYE

Murad Alpaslan KASALAK¹

Gizem DEMİRDİKEN²

ÖZET

Bisiklet 19. yüzyılda belirli bir seçkin tabaka tarafından kullanılan bir araç olarak ortaya çıksa da, zamanla yaygınlaşmış ve insanların sportif ve rekreasyonel amaçla kullandığı bir araç haline dönüşmüştür. Bu durum insanların, bisikletle seyahat etmesi ve turistik faaliyetlere katılmasına yol açmıştır. Bisiklet turizmi, çevreyi gezip görmek için etkili, sağlıklı ve eğlenceli bir yoldur. Bisikletin icadının Avrupa kıtasında olduğu düşünüldüğünde bisiklet turizminin ilk olarak burada görülmesi şaşırtıcı değildir. Günümüzde bisiklet turizminin farklı destinasyonlarda da gelişmekte olduğu görülmektedir. Çalışmamızda ekoturizm aktiviteleri arasında yer alan bisiklet turizminin önemi ve dünya üzerindeki örnek destinasyonlar ile Türkiye'deki bisiklet turizminin durumunun ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda bisiklet turizmi ile ilgili ikincil veriler kullanılmış ve derleme olarak ifade edilen teorik bir çalışma ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Bisiklet Turizmi, Örnek Destinasyonlar, Türkiye

GİRİŞ

Bisiklet, tarihçe olarak 19. yüzyılda ortaya çıkmış bir ulaşım aracıdır. Başlangıçta Avrupa'da sadece belirli bir elit zümre tarafından kullanılan bir araç iken, günümüzde herkes tarafından kullanılan bir araç şekline dönüşmüştür. Otomobil, uçak gibi ulaşım araçlarının icadı bisiklet gibi basit makine statüsündeki araçların ulaşımında kullanımının yaygınlığının yitirilmesine yol açmıştır. O nedenle günümüzde bisiklet, sportif ve rekreasyonel bir faaliyet olarak görülmekte ve karbon salımı vs. unsurları içermediği için doğaya zarar vermeyen bir faaliyet olarak nitelendirilmektedir.

En eski motorsuz ulaşım araçlarından biri olan bisiklet performans geliştirmenin yanı sıra doğayı keşfetmenin verdiği zevkle bütünleşir. Doğanın daha derinliklerine yol olmayan yerlerine gidebilmek, her yerden rahatlıkla geçebilmesi, gerekirse elinize alıp taşıyabilecek kadar hafif olması ile çok kısa sürede çok yer gezebilmek, aynı zamanda sürat yapıp kötü

¹ Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü, muradkasalak@akdeniz.edu.tr

² Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, gizemdemirdiken@hotmail.com

arazi koşulları ile de mücadele edebilmenin verdiği macera duygusu ile yaygın bir spor olmuştur (Erdoğan, 2003:143).

Bisikletin insanlar tarafından başta ulaşım sonra ise hoşça vakit geçirilecek sportif bir aktivite olarak kullanılması, bisiklet sporunun gelişimine ve bu sporun yarattığı bisiklet turizminin oluşumuna sebep olmuştur. Bisiklet turizmi artık belirli destinasyonlar tarafından önem verilen ve doğaya zarar vermemesi açısından ekoturizm kapsamında yer alan önemli bir aktivite olarak görülmektedir. Bu aktiviteler destinasyonların bisiklet turizmi açısından öncü olmasına yol açmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Ekoturizm Kavramı Ve Ekoturizm Aktiviteleri

Dünyada yaşanan hızlı ekonomik ve teknolojik gelişmeler sayesinde kişilerin dâhil oldukları turizm etkinliklerinde de birtakım gelişmeler, değişiklikler yaşanmaktadır. İnsanlar lüks tüketim meraklarını bir kenara bırakıp daha çok doğaya dayalı, doğa ve kültürle iç içe olabilecekleri turizm çeşitlerine katılmayı tercih etmişlerdir. Bu çerçevede doğal ve kültürel değerlerin korunması prensibinden yola çıkılarak sürdürülebilir turizm adıyla yeni bir kavramın ortaya çıkması sağlanmıştır (Arslan, 2005: 30).

Sürdürülebilir turizm, genellikle küçük çaplı ve turizmle ilgili kararlarda yerel halkın katılımına önem veren bir turizm çeşididir. Dünya Turizm Örgütü de, 1988 yılında sürdürülebilir turizmin ilkelerini belirlemiş, "Sürdürülebilir turizm; kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin ve biyolojik çeşitliliğin idame ettirilmesi sırasında sosyal, ekonomik ve estetik ihtiyaçları da sağlayacak şekilde doğal ve kültürel bütün değerlerin yönetilmesidir" olarak tanımlamıştır (Kuter ve Ünal, 2009: 147). Sürdürülebilir turizm, kırsal turizm, yeşil turizm, ekoturizm, yumuşak turizm gibi kırsal alanlarda gerçekleştirilen, birbiriyle net ayrımları bulunmayan ve birbirleri yerine de kullanılan turizm türlerinin üst unsuru olarak algılanmaktadır.

1990'lı yılların başında kitle turizmine tepki olarak ortaya çıkan ve sürdürülebilir turizmin alt dalı olarak kabul edilen ekoturizm, doğayı koruma prensibini benimseyen ve yerel halkın refahını ön planda tutan doğal alanlara yapılan seyahat olarak tanımlanmaktadır (TIES,1990). Dünyada yaşanan hızlı gelişmeler neticesinde turizm faaliyetleri, doğal ve kültürel kaynaklar üzerinde olumsuz bir etkiye sebep olmakta; bu etkilerin turizmin geleceğini tehlikeye attığı endişesi, kaynakların daha uzun dönem kullanımına dayanan yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Erdoğan, 2003: 317). Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin yaptığı

tanıma göre ise ekoturizm; doğal ve kültürel kaynakların korunması temel hedef olan, düşük ziyaretçi etkisine sahip, yerel halka sosyo-ekonomik katkısı olan, bozulmamış doğal alanlara yapılan seyahat veya ziyaret olarak tanımlanmıştır. Ekoturizm tanımlarında sıklıkla karşımıza çıkan 4 temel öge bulunmaktadır. Bunlar doğal ve kültürel çevre, ekolojik ve kültürel süreklilik, yerel düzeyde ekonomik yarar ve bilinçlenmedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün ekoturizm bileşenleri ise şu şekildedir:

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasını sağlamak
- Yerel halkın refahını ön planda tutarak, yerel halkın ve ziyaretçilerin bilinçlenmesini sağlamak
- Yenilenemeyen doğal kaynakların kullanımını asgari düzeye düşürmek
- Turizm kararlarında veya planlanmasında yerel katılımın olmasını sağlamak
- Yerel halka istihdam olanakları sağlamak
- Yerel halk ile ziyaretçilerin turizm faaliyetlerinden sorumlu bir şekilde hareket etmesini sağlamak olarak açıklamaktadır.

1998 yılında Birleşmiş Milletler tarafından 2002 yılı Uluslararası Ekoturizm Yılı ilan edilmiş ve 2001 yılı itibarıyla Avusturya, Cezayir, Mozambik, Seyşel Adaları, Brezilya, Fiji, Ekvator gibi birçok ülkede "Ekoturizmin Yönetimi, Gelişimi ve Planlanması" adı altında toplantılar düzenlenmiştir. 2002 yılında ise UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) liderliğinde Dünya Ekoturizm Zirvesi toplanmıştır. Bu zirve ekoturizm ile ilgili düzenlenen ilk zirvedir (Erdoğan, 2005:1).

Ekoturizm kavramı; doğa turizmi, alternatif turizm, kırsal turizm, yeşil turizm, yabanıl turizm olarak da bilinmektedir. Ekoturizm, bölgenin ekolojik yapısıyla birlikte ele alınması gereken bir turizm türü olduğundan turizm faaliyetlerinde doğanın ekolojik dengesini bozacak uygulamalardan kaçınmak ana amaç olmaktadır. Ekoturizmde kitle turizminin tam aksine gelen turist sayısını aza indirmek, turizmi 12 ay içine yaymak, doğal çevrenin baskıya maruz kalmasını azaltmak ve kaynakların tahribatını düzeltmek değil, hiçbir tahribata maruz kalmamasını sağlayan planlar yapmak gibi amaçlar ön planda tutulmaktadır.

Ekoturizm, ekoturist olarak adlandırılan kendine has bir turist tipini ortaya çıkarmıştır. Ekoturist, değerbilirlik, katılımcılık ve duyarlılık ruhu içinde olan, özellikle doğal ve kültürel değerleri korunan alanları ziyaret eden kişiler olarak tanımlanmaktadır. Ekoturist için çevreyi koruma bilinci ön plandadır, çevredeki kaynakları kullanırken onları tüketme amacı gütmeyiz. Ayrıca ekoturist ziyaret ettiği bölgenin yerel halkının ekonomik refahına katkıda bulunur

(Kaypak, 2012:14 ss). Ekoturizm, ekoturistlere gittiği yeri tanıma fırsatı sağlarken, doğal çevreye karşı sorumlu, koruyan ve olumsuz etkileri azaltan, aynı zamanda yerel ekonomiye büyük ölçüde katkı sağlayan bir turizm çeşididir. Bu çerçevede; ekoturizm faaliyetine katılan turistin çevreyi koruma bilinci içerisinde doğaya dayalı spor ve kültürel önemi amaçlayan şu eylemlere katılması beklenmektedir: Bisiklet turu, foto safari, kuş gözlemi, dağ yürüyüşü ve tırmanışı, botanik gezileri, yaban hayat gözlemi, mağara gezileri, akarsu sporları, sualtı dalışları, vb.

Ekoturizm çeşitli kriterlere göre gruplandırılır. Bu kriterler, turizmde kullanılan araçlar (bisiklet, balon, bot, at), gidilen yerin doğası (dağ, yayla, mağara), yapılan aktivitenin özelliği (akarsu, av, bilim, trekking) gibi çeşitlilik gösterir. Erdoğan 2003 yılındaki “Çevre ve Ekoturizm” kitabında bisiklet turizmini ekoturizm türleri arasında sıralandırmıştır. Yabancı yazında da bisiklet turizmi ekoturizm etkinlikleri arasında yer almaktadır. “Ekoturizm kapsamında yapılan etkinlikler şu şekilde sıralanabilir:

- Kuş gözlemciliği,
- Doğa yürüyüşü (Trekking),
- Yayla turizmi,
- Mağara turizmi,
- Av turizmi,
- Sualtı dalış turizmi,
- Hava sporları turizmi,
- Sportif olta balıkçılığı,
- Akarsu turizmi,
- Atlı doğa yürüyüşü turizmi,
- Bisiklet turizmi,
- Botanik turizmi,
- Yaban hayatı (fauna) gözlemciliği,
- Foto safari,
- Tarım ve çiftçilik (Agro turizm),
- Kamp karavan turizmi

Turizm sektörünü; kültürel turizm, kırsal turizm, iş turizmi, sağlık turizmi olarak sıralarsak ekoturizm ve macera turizminin, doğa turizminin bileşeni olduğu söylenebilir. Ancak ekoturizm kırsal ve kültürel turizme macera turizminden daha yakın ve bağlantılı olduğunu belirtmek gerekmektedir. (Khabbazi ve Yazgan, 2012:7).

Ülkemizde de son yıllarda gelişim göstermekte ama ekoturizm denilince akla yalnızca yayla turizmi gelmektedir. Turizm Bakanlığı da bu kapsamda, turizm ürünlerini çeşitlendirmeyi ve kıyı bölgelerindeki yoğunluğu azaltarak, ekonomik gelişmeyi daha az fayda sağlayan bölgelere dağıtmak şeklinde turizm faaliyetlerini amaçlayan politika ve planlamalar yapmaktadır.

BİSİKLET TURİZMİNİN YERİ VE ÖNEMİ

Bisiklet turizminin ilk olarak Avrupa'da görüldüğü gibi, bisikletin de ilk olarak Avrupa kıtasında icat edildiği bilinmektedir. Tekerleğin bulunması çok eski çağlarda olmasına karşın bisikletin icadı yeni sayılmaktadır. Bisiklet tek bir mucidin elinden çıkmamış, zaman içinde pek çok farklı çabanın sonucu olarak meydana getirilmiştir. Bisikletin yolculuğu, 1700 sonlarında Fransa'da başlar. İlk bisiklet 1791 yılında Conte de Sivac tarafından geliştirilmiştir. Sivac'ın Celerifere adını verdiği icat; aynı büyüklükte iki tahta tekerden oluşmuş, oturma yeri tekerleri birleştiren çubuğun üzerine yerleştirilmişti. 1817 yılında J. Nicephore Niepce, bir yıl sonra ise Alman Baron Karl VonDrais tarafından buna benzer araç tasarımları yapıldı. Alman Baron'un yaptığı araç daha popüler oldu ve kısa sürede İngiltere'de eğlence atı adı altında kullanılmaya başlandı. 1830 yılında İskoçyalı Thomas McCall pedallı bir bisiklet yaptı. Bisikletin pedalları ileri geri hareket ederek birleştirme çubuğunu harekete geçiriyor, bu sayede de arka tekerlek dönmeye başlıyordu. Ön tekerleği direkt hareket ettiren pedal sistemi ancak 1860 yılında Fransız Pierre ve Ernest Michaux kardeşler tarafından geliştirilmiştir. Kardeşler geliştirdikleri araca Velocipeden (velespit) ismini verdiler ve yılda 400 bisiklet üretilmeye başlandı. İlk büyük oranda üretim bu olmuştur (https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_McCall: 09.12.2015).

Bisiklet üretimi ve kullanımı hızla arttı. 1869'a gelindiğinde Fransa'da bisiklet yarışları yapılar duruma gelindi. Bundan bir yıl sonra Fransa'da James Starley tarafından "Peni-çeyrek peni" adıyla pedalla hareket ettirilen ön tekerleği büyük, arka tekerleği onun yarıçapı büyüklüğünde bir bisiklet tasarlanmıştır. Tekerleklerin sert lastikle kaplanıp demirin çıkarılması sayesinde sürat arttı ve ilk resmi bisiklet yarışı 1869'da Paris-Rouen arasında düzenlendi. İngiliz James Moore'un 10 saat 23 dakika ile kazandığı 126 kilometrelik bu yarış bisiklet sporunun başlangıcı olarak kabul edilir. Bu yarışın katılımcıları arasında 4 Fransız kadın da vardı. ABD'deki bisiklet yarışları ise 1878 yılında düzenlenmeye başladı (Süme ve Özsoy, 2010: 346). İlk zincirli bisiklet 1885 yılında İngiltere'de John Kemp Starley tarafından yapıldı. Bisikletlerin tekerlekleri hemen hemen ilk yapılanlarla aynı büyüklüktedir. 1800'lerin sonunda görülen fabrika sayılarındaki artış ve seri üretim faaliyetleri maliyetlerde düşüşe neden olmuş,

bisikletin geniş kitlelere ulaşması sağlanmıştır. Özellikle Belçika, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya'da bisikletlerin yaygınlaşmasına ve böylece bu ülkelerde bisiklet sporunun doğup gelişmesine ön ayak olmuştur. Bisikletin yaygınlaştığı diğer bir ülke olan Amerika Birleşik Devletleri'nde bisiklet üretimi 1869 yılında başlamıştır. Bu ülkede 1896 yılına kadar 300 değişik firmanın ürettiği 1 milyondan fazla bisikletin kullanıldığı belirlenmiştir (Süme ve Özsoy, 2010: 346).

Sağlıklı bir yaşam tarzına sahip olma isteği ve boş zaman aktiviteleri için şartların uygun olması özellikle turizmi yeniden değerlendirme ihtiyacı doğurmuştur. Bisiklet, yerleşim yerleri içinde sadece boş zaman etkinliği olarak değil aynı zamanda çevre dostu olması ve belirli bir ölçüde ulaşım için son derece pratik bir araç olması sebebiyle özellikle Batı Avrupa'da ve Amerika'da kent ve kasaba gibi yerlerde aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Bisiklet turizminin gelişimi hakkında kesin bir tarih söz konusu olmamakla birlikte, dünya çapında hızla gelişim gösteren yeşil turizm anlayışının egemen olması, son yıllarda bisiklet turlarının seyahat acenteleri tarafından doğal ve kültürel güzelliklerin çoğunlukta olduğu bölgelerde düzenlenmesi yeni bir turizm anlayışının doğmasına sebep olmuştur. Bisiklet turizmi; turist deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası olan bisiklet ile yerler arasında yapılan eğlence amaçlı seyahatler olarak tanımlanır (Mrnjavac, Kovacic, Topolsek, 2014: 174). Sustrans ise; "bisiklet ile yaşanılan yerden uzak bölgelere eğlence veya rekreasyonel amaçlı yapılan ziyaretler" olarak bisiklet turizmini tanımlamaktadır (Lamont, 2009:7). Bisiklet turizmi, "boş zamanlarını bisiklet sürerek geçiren insanların şehrin dışında hoş bir hafta sonu geçirmek amacıyla veya uzak bir destinasyona seyahat yapmak amacıyla gerçekleştirdikleri uzun bisiklet turları" olarak tanımlanabilir (Yılmaz, 2008: 68). Bisiklet kullanımı sadece sporseverlere yönelik bir faaliyet değil, seyahat severlerin aynı zamanda aktif kalmak, çevresel olumsuz etkileri en aza indirmek, yaban hayatı, doğal alanları ve şehri daha yakından deneyimlemek için bisiklet turlarını giderek benimsemektedirler.

Avrupa bisiklet turizmi için köklü bir destinasyon olarak anılmaktadır. Avrupa şehirlerinin doğal özellikleri bisikletli turistler için buraları ilginç ve çekici bir destinasyon olarak algılamalarını sağlamaktadır. Avrupa Parlamentosu'nun 2009 yılı verilerine göre; bisiklet turizminin gelirleri 44 milyar avroya ulaşmış, Avrupa'daki toplam geceleminin % 2'si bisiklet turizmine katılan turistler tarafından yapılmıştır. Almanya, % 27'lik bisikletli turist pazarı ile Avrupa'nın önde gelen bisiklet turizmi destinasyonudur (Mrnjavac, Kovacic, Topolsek, 2014). Bugün Avrupa'da modern karayolu taşımacılığında 500 milyondan fazla bisiklet kullanıldığı tahmin edilmektedir (Yılmaz, 2008: 68).

Bisiklet turizminin gelişimi, destinasyonlar için şu yararları sağlar:

- Diğer turist gruplarıyla karşılaştırıldığında bisikletli turistlerin gittikleri yerlerde yerel halka yarar sağlayacak şekilde daha fazla harcama yaptığı görülmüştür. Bu da destinasyonun daha fazla gelir elde etmesini sağlar.
- Bu tarz bir ulaşım aracı kullanımı sayesinde destinasyon üzerinde daha az olumsuz ekolojik etki yaratması ve böylelikle ekolojik turizme katkı sağlaması,
- Destinasyonda var olan eski ve şu anda yeterli derecede kullanılamayan altyapıların tekrar faaliyete geçirilmesinin sağlanması,
- Yeni ziyaretçileri destinasyona çekerek tanınırlığını arttırmak şeklinde sıralanabilir (Mrnjavac, Kovacic, Topolsek,2014).

Bir destinasyon için bisiklet turizminin varlığı, bölgenin ekonomik gelişimi için katkı sağlamaktadır. Örneğin; batı Avustralya'daki Munda Middi bisiklet yolu ormanlık bir alandaki kullanılmayan bir demiryolu ve çok sayıda küçük kasabaların olduğu bir güzergâh üzerine kurulmuştur. Buraya gelen bisikletli turistler, en az 3 günü doğal güzellikleri keşfetmek için bisiklet üzerinde geçirmekte, konaklama ve yiyecek-içecek ihtiyacını da buradaki yerel halkın işlettiği dükkânlardan temin etmektedir. Bunun sonucunda yerel halk, bisiklet turizminden büyük bir ekonomik gelir elde etmektedir (<https://www.mundabiddi.org.au/the-trail/history-of-the-trail:24.12.2015>).

Bisiklet turizmini teşvik etmek için çok sayıda girişim mevcuttur. Bu tür girişimler genellikle altyapı çalışmaları ile pazarlama kampanyalarının birleştirilmesiyle başarılı olmaktadır. Birleşik Krallık'taki Ulusal Bisiklet Ağı bu girişimlere örnek olarak verilebilir. Bu projenin vizyonu; bisikletçilerin manevi olarak haz alacağı, kırsalda yaşayanların ekonomik olarak yararlanabileceği dünya çapında, yüksek kalitede bisiklet yolu ağı yaratmaktır. Birleşik Krallık'taki Ulusal Bisiklet Ağı'na benzer bir şekilde; EuroVelo'da (Avrupa Bisiklet Rotası Ağı Projesi) Avrupa Bisikletçiler Federasyonu'nun girişimi ile kıtalararası güvenli, kalite standartlarının üzerinde bisiklet rotaları yaratmayı hedeflemektedir. Bu zamana kadar Avrupa'da 70.000 km'den fazla rota planlanmış, 45.000 km tamamlanmış geri kalanının 2020 yılına kadar tamamlanması amaçlanmaktadır. EuroVelo rotaları şu şekildedir:

Kuzey-Güney Rotaları

1. Atlantik Kıyı Rotası: Kuzey Burnu (North Cape) - Sagres 8186 km (Norveç, Birleşik Krallık, İrlanda, Fransa, İspanya, Portekiz)
2. Pilgrim Rotası: Trondheim - Santiago de Compostela 5122 km (Norveç, İsveç, Danimarka, Almanya, Belçika, Fransa, İspanya)

3. Via Francigena Rotası: Londra - Roma ve Brindisi 3900 km (Birleşik Krallık, Fransa, Belçika, Lüksemburg, İsviçre, İtalya)
4. Orta Avrupa Rotası: Kuzey Burnu - Malta 6000 km (Norveç, İsveç, Danimarka, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, İtalya, Malta)
5. Kehribar Rotası: Baltık Denizi - Adriyatik Denizi (Gdansk - Pula) 1930 km (Polonya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Slovenya, İtalya, Hırvatistan)
6. Doğu Avrupa Rotası: Kuzey Burnu - Atina 5964 km (Norveç, Finlandiya, Estonya, Letonya, Litvanya, Polonya, Slovakya, Macaristan, Sırbistan, Makedonya, Yunanistan)
7. Ren Nehri Rotası 1320 km (İsviçre, Fransa, Almanya, Hollanda)
8. Demir Perde Yolu Rotası 6800 km (Finlandiya, Rusya, Estonya, Letonya, Litvanya, Polonya, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Slovakya, Macaristan, Romanya, Sırbistan, Bulgaristan, Makedonya, Yunanistan, Türkiye)

Batı-Doğu Rotaları

1. Başkentler Rotası: Galway - Moskova 5500 km (İrlanda, Birleşik Krallık, Hollanda, Almanya, Polonya, Beyaz Rusya, Rusya)
2. Orta Avrupa Rotası: Roscoff - Kiev 4000 km (Fransa, Belçika, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Ukrayna)
3. Irmaklar Rotası: Atlantik Okyanusu - Karadeniz (Nantes - Constanta) 3653 km (Fransa, İsviçre, Almanya, Avusturya, Slovakya, Macaristan, Sırbistan, Romanya)
4. Akdeniz Rotası: Cadiz - Atina 5388 km (İspanya, Fransa, Monako, İtalya, Slovenya, Hırvatistan, Karadağ, Arnavutluk, Yunanistan)

Döngüsel Rotalar

1. Baltık Denizi Rotası (Hansa Rotası) 7930 km (Rusya, Finlandiya, İsveç, Danimarka, Almanya, Polonya, Litvanya, Letonya, Estonya, Rusya)
2. Kuzey Denizi Bisiklet Rotası 5932 km (Norveç, İsveç, Danimarka, Almanya, Hollanda, Birleşik Krallık, Norveç) (eurovelo.com: 05.01.2016)

Bir destinasyonun EuroVelo bisiklet rotasına dahil olması için şu standartları taşıyor olması gerekmektedir:

- Yol, iki bisikletin rahatça geçebileceği genişlikte olmalı,
- Yolun eğimi, % 6'dan fazla olmamalı,
- 365 gün boyunca açık olmalı, 30 kilometrede bir servis, 50 kilometrede bir konaklama imkânına sahip olmalı

- Yolun % 80'i kapalı olmalı

- Ortalama gün başına bin motorlu taşıttan fazla taşıt geçmemelidir (izmirbisiklet.org: 01.01.2016).

Birçok ülkede de bisiklet rotalarının gelişimi hızla devam etmektedir. Son 5 yılda 4000 km'den 5000 km'ye yükseltileen Kanada'nın Quebec eyaletindeki Verte bisiklet rotası bu gelişime güzel bir örnek niteliğindedir. Bisiklet turizminde sadece bisiklet rotalarının olması tek başına yeterli olmamaktadır. Bu rotaların teknik ve altyapı bakımından uygun olarak donatılması (trafik işaretleri, tabelalar, vb.) da oldukça önemli bir unsurdur. Ayrıca bisikletli turistlerin konaklamasına uygun oteller ve konaklama esnasında bisikletlerini gönül rahatlığıyla bırakabilecekleri bisiklet parkları gibi ayrıntılar bisiklet turizmi için oldukça önemlidir. Avustralya, 36 otel ile bisikletli turistlere hizmet edecek öncü ülkelerden biridir.

Bisikletli turistler bir yerden bir yere gitmek için kas gücünü kullanan yavaş gezginlerdir. Tur esnasında çok fazla kalori tüketmekte ve fazla sıvı kaybetmektedir. Bu kayıpları telafi etmek için bazı temel ihtiyaçları bulunur. Çevrelerinde bu ihtiyaçları karşılayabilecekleri özel restoran ve kafeteryaların bulunması bisikletli turistlerin seyahatlerinden üst düzey haz almalarını sağlayacaktır.

Bisiklet turizmine katılan turistlerin farklı özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Heidie Beirle 2011 yılında, 80 günde 3500 mil yol kat ederek bisikletli turistleri tanımlamak için bir çalışma yapmış ve bu çalışma neticesinde bisikletli turistleri 4 kategoriye ayırmıştır. Birinci tip bisikletli turiste, kendi kendine yeten turist adını vermiş, bu turist seyahati esnasında kamp yapma eğilimi göstermekte, ihtiyaçlarını çevredeki küçük dükkânlardan karşılamaktadır. Yolculuk merkezli gezgin adını verdiği 2. turist tipi ise; bütün günü bisiklet üzerinde geçirmekte, gün sonunda konaklama yapmak için otel aramaktadır. Etkinlik merkezli gezginler ise yerel halkın organize ettiği kısa veya uzun süreli etkinliklere, turlara katılmaktadır. Kentli gezgin adını verdiği son turist tipi ise; kırsal yaşama ilgi duyan ve yerel halkın arasına karışma isteğini ön planda tutan kişilerdir. Başka araştırmacılar da benzer bir araştırma yapmış, turistleri gezi türleri (günlük, konaklamalı), niyetleri (boş zaman, spor, vb...) ve bütçelerine (yetersiz, ekonomi, konforlu) göre gruplandırmışlardır.

Bisiklet turizmine dünya çapında ilgi giderek büyümektedir. 2011 yılında İsviçre'nin Luzern kentinde Macera Turizmi Dünya Zirvesi (The Adventure Travel World Summit) bisiklet tur operatörlerini ağırlamıştır. Bu zirveye katılanlar arasında Hırvatistan, Kolombiya, Namibya, Almanya, Venezuela, Küba, Karadağ, Yeni Zelanda, Brezilya ve Güney Asya'da bulunan bazı

lkeler vardır. Katılımcılar nceki yıla oranla bisiklet turu taleplerinde önemli bir artış olduğunu belirtmişlerdir. Bazı bisiklet dernekleri ve tur şirketleri bisiklet turizminin gelişimi için üstün bir çaba harcamaktadır. Buna rnek olarak; Amerika'da bulunan Macera Bisiklet Birliği (The Adventure Cycle Association) 2011 yılından beri bisiklet turizmine rekor düzeyde gelir ve katılım sağlamaktadır. Yine Vancouver'da bulunan BikeHike adlı uluslararası tur şirketi bisiklet turlarının son derece popüler ve talepte de günden güne bir artış olduğunu belirtmiştir.

Turizmin yıllar içinde kontrolsüz gelişimi doğal kaynaklar üzerinde büyük bir baskı yaratmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu'nun 2009 yılı raporunda Düşük Karbon Turizmi kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram turizm sektöründe düşük güç, düşük kirlilik elde etmek için kaynakların çevreye zarar vermeden verimli kullanılmasını n görmektedir. Düşük karbon turizmini benimseyerek yaban hayatının, biyolojik çeşitliliğin, doğal kaynakların korunması sağlanırken, bir yandan da sürdürülebilir turizme katkı sağlanır. Bisiklet turizmi de düşük karbon kullanımında önemli bir yere sahiptir. İnsan gücünün ön planda olduğu, çevreye hiçbir zararın olmadığı bisiklet ile seyahat eden turistlerin de ekolojik turizme büyük katkısı dokunmaktadır.

rnek Destinasyonlar ve Türkiye

Günümüzde başta Avrupa lkeleri olmak üzere birçok ülkede hem ulaşım aracı hemde sportif ve rekreasyonel faaliyet olarak kullanılan bisiklet, bisiklet turizminin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasına da aracılık etmiştir. Bu durum bazı ülkelerin bisiklet turizmini etkili kullanan ve bisiklet turizmin fayda sağlayan önemli destinasyonlar haline dönüşmesine yol açmıştır. Bu destinasyonların başlıcaları Almanya, Fransa, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'dir.

Almanya'da Bisiklet Turizmi

Eğer bir destinasyonu bisikletle keşfetmekten zevk alıyorsanız, o zaman Almanya tam size göre bir yerdir. 200'den fazla uzun mesafe bisiklet rotası ve rota üzerindeki doğal manzaraları ile Almanya bisiklet turizmi için oldukça elverişli bir yerdir. Almanya'da bisikletli turistlere özel sunulan temalı rotalar ile keyifli bir seyahat sunulmakta ve şehirlerin büyüleyici sanat eserlerini keşfetmeleri sağlanmaktadır. Trningiya bisiklet rotası bu temalı rotaya güzel bir örnektir. Almanya'da en çok tercih edilen rotalar arasında 100'e yakın kale ve sarayı görme imkânının olduğu Mnsterland bölgesinde bulunan Baltık sahil rotası (The Baltic Coast Route) ve Rgen, Usedom adasında bulunan Tuna bisiklet rotası (Danube Cycle Route)

bulunmaktadır. Almanya, bisiklet yollarının zengin çeşitliliği ile olağanüstü bir deneyim sunmaktadır.

Almanya ayrıca bisikletçi dostu otellerinden çiftlik otellerine kadar pek çok konaklama alternatifine sahiptir. Almanya'daki 5400'den fazla Bed&Bike adlı konaklama sertifikasına sahip bisiklet otelleri, bisikletli turistlerin karşılaştığı problemlerin çözümü için hizmet ve imkânlar sunar. Bisikletlerin rahatça konulabildiği park alanları, tamir yapılabilecek atölyeler ve işi bilen çalışanlar bunlardan bazılarıdır (germany.travel/cycling: 30.12.2015). Almanya, tatilini bisiklet üzerinde geçirmeyi tercih eden turistlere unutulmaz bir deneyim yaşatacak bisiklet rotaları sunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Berlin - Kopenhag Bisiklet Rotası (Küçük Denizkızı): Bu rota başkentler arası heyecanlı ve eğlenceli bir bisiklet turu deneyimi yaşatmaktadır. Rota üzerinde çok çeşitli kültürel ve doğal çekicilikler ve kıyı boyunca uzanan insanı kendine çeken kumsallar dikkat çekmektedir.

2. Romantik Yol Bisiklet Rotası: Almanya'nın ilk manzaralı rotası olmasıyla tanınmaktadır. Bisikletli turistlerin aileleri ile tercih edebileceği bir rota olan Romantik Yol, kendine ormanlık alanlar, ortaçağa ait şehirler, büyüleyici manzaralar arasında kendine yer edinmiştir. Ayrıca Würzburg şehrinde bulunan mağara-restoranlar, bisikletli turistlerin damak tadına mükemmel lezzetler bırakmaktadır.

3. Krater Rotası: 14,5 milyon yıl önce Svabya Alpleri'ne düşen meteor yüzünden çapı 25 km'ye varan iki tane krater oluşmuştur. Yıllar geçtikçe bu kraterler bisikletli turistlerin tur programlarına aldıkları bir yer olmuştur. Krater rotası, döngüsel bir rota olup, trafik yoğunluğu da kısmen azdır.

4. Main Nehri Rotası: Alman Bisiklet Federasyonu tarafından 4 yıldızla ödüllendirilen bu rota bisikletli turistlere olağanüstü panoramik bir manzara keyfi sunmaktadır. Rhön tepelerinin tarım bakımından önemli bir bölge olması dolayısıyla burada bulunan tarım alanlarıyla dolu çiftlikler, doğal yaşamı özleyen turistleri kendine çekmektedir. Çocuklu aileler için de oldukça elverişli olan bu rotada ayrıca 5 spa tesisi bulunmaktadır.

5. Yeşil Rota: Flora, fauna ve sanayinin ortasında, iki ülkeyi birleştiren bir bisiklet rotası. Almanya'nın Düren kentinden Belçika'nın Beringen kentine uzanan bu rota üzerinde Avrupa'nın en büyük kömür havzası bulunmaktadır. Buradan kalan eski kömür ocaklarını rota boyunca görmek mümkündür. Yeşil rota, bisikletli turistlere göz alabildiğine yeşil bir manzara vaat eder (www.germany.travel : 30.12.2015).

Fransa'da Bisiklet Turizmi

Dünyanın şüphesiz en prestijli bisiklet yarışına ev sahipliği yapan Fransa, bisikletli turistler için popüler bir destinasyondur. Olağanüstü coğrafyası, leziz mutfağı ve işaretli bisiklet rotaları ile Avrupa'nın önemli bisiklet turizmi merkezlerinden biri durumundadır. Burgundy Kanal etrafında bisiklet turu yapmak isteyenler hem eşsiz bir nehir manzarası ile karşı karşıya kalmakta hem de şarap severlerin damaklarına hitap etmektedir. Rhone - Rhine nehri yakınındaki Doubs Vadisi bisiklet rotası turistlere göz alabildiğine yeşil bir manzara sunarken, önemli tarihi eserleri ile kültürel düzeyde bir tur yapılmasını sağlamaktadır. Lacanau Okyanus rotasında, bir tarafta uçsuz bucaksız sahil uzanırken yolun diğer tarafında ise çam ormanlarının yer aldığı, tarihi deniz fenerlerini görebileceğiniz bir güzergâhtır (francevelotourisme.com:26.01.2016).

İngiltere'de Bisiklet Turizmi

İngiltere son birkaç yıldır bisiklet rotalarının gelişimi için büyük yatırımlar yapmaktadır. İngiltere'yi tanımak için ülkenin onlarca bisiklet rotalarından bir kaç tanesi seçilebilir. İngiltere bisiklet rotaları ağı üzerinde her 50 km de bir kamping alanları bulunmaktadır. Kamp alanında konaklamak istemeyenlere ise Bed&Breakfast tarzı konaklama işletmeleri hizmet vermektedir (bisikletizm.com:28.01.2016) .

Bisiklet rotalarından bir kaç şunlardır:

1. Bristol Demiryolu Ağı Bisiklet Rotası: Eski tren yolunun bisiklet rotası olarak düzenlenmesiyle birlikte birçok bisiklet severi bölgeye çekmektedir. Rota üzerinde tarihi binaları ve tren istasyonlarını görmek mümkün olmaktadır.
2. İki Tünel Döngüsü: Britanya'nın en uzun bisiklet ve yürüme tüneli olarak anılan Combe Down tüneli turistlere harika bir atmosfer sunmaktadır.
3. Festival Yolu Bisiklet Rotası: Bristol şehir merkezinden Avon Nehri'ne doğru 850 dekarlık şehir parkı içerisinde bulunan bisiklet rotasında eski köşkleri görebilir, geyik parkında kızıl geyikleri seyredebilirsiniz. Ayrıca İngiltere'nin Ulusal Bisiklet Ağı (National Cycle Network) yaz ayları boyunca ülkenin belirli bölgelerindeki çiftliklere bisiklet koridorları oluşturmuştur. Kendi böğürtlenlerinizi ve başka yabancı meyveleri toplayıp marketlere satma imkânı sağlayan çiftliklerde (Pittormie Fruit Farm, Behaven Fruit Farm, Charleton Fruit Farm, Barra Berries) unutulmaz bir deneyim yaşatmaktadır (sustrans.org.uk: 28.01.2016).

Amerika Birleşik Devletleri'nde Bisiklet Turizmi

Bisiklet turizmi son yıllarda hızlı bir büyüme eğilimi göstermektedir. Tur operatörleri ve seyahat plancıları da bu ilerlemenin farkında olup; gerekli çalışmaları yapmaktadır. Özellikle San Francisco ve Minneapolis şehirlerinde bisiklet turizminin büyüme oranı oldukça fazladır. Kaliforniya, ideal iklimi, doğal güzellikleri ve rahat kültürü dolayısıyla bisiklet turizmi bakımından önemli bir merkezdir. Bisiklet dostu yolları ve rotaları olması bakımından bisikletli turistler için cazibe merkezidir. Pasifik Sahil Bisiklet Rotası, Kaliforniya'nın en önemli ve bilinen bisiklet rotası olup, her yıl binlerce turisti ağırlamaktadır.

Amerika'nın Montana eyaletinde iki bisiklet rotası bulunmaktadır. Büyük Uçurum Bisiklet Rotası (The Great Divide Mountain Bicycle Route), her yıl birçok macera sever bisikletçiyi bölgeye çekmektedir. Bisikletli turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak konaklama işletmelerinden kamp alanlarına, marketlerden kafeteryalara kadar her türlü olanağı burada bulmak mümkündür. Diğer, Lewis & Clark Bisiklet Rotasıdır. İki gezginin isimlerinden esinlenen bu rota 8 bölümden oluşmaktadır.

Bisiklet turizmi için bir diğer önemli şehir Virginia eyaleti olup, şehrin doğal güzellikleri, ulusal parkları ve tarihi kaynaklarını içeren birçok bisiklet rotası bulunmaktadır. Bisiklet turları, Virginia şehrini keşfetmenin en iyi yoludur. Şehrin önemli bisiklet rotaları şu şekildedir: (viriniadot.org: 11.01.2016)

1. Mavi Tepe Park Yolu Rotası
2. Appalachia'nın Kalbi Bisiklet Rotası
3. Yeni Nehir Kent Park Rotası
4. Kuzey Yaka Miras Yolu Bisiklet Rotası
5. Virginia Rotası 695

Türkiye'de Bisiklet Turizmi

Türkiye topraklarında bisiklet, cumhuriyet öncesinde Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerine kadar uzanmaktadır. Avrupa ile eş zamanlı olarak 19. yüzyılda bisiklet ile tanışılmıştır. Bisikletin Osmanlı topraklarına girişi, Avrupa'da yaygınlaşmasının ardından çok zaman almamıştır. Tarık Gazetesi'nin 31 Ağustos 1885 tarihli sayısındaki habere göre; Mösyö Tomas İstefanis adında bir Amerikalı, yanındaki bisikletiyle önce İstanbul'a gelmiş, daha sonra İzmit üzerinden beş günlük bir yolculuktan sonra Ankara'ya ulaşmış ve oradan da Yozgat üzerinden Sivas'a geçmiştir. Bisiklet, Osmanlı Devleti'ne 19. yüzyılın sonlarında

girmiş, gördüğü ilgi üzerine kullanımı kısa sürede yaygınlaşmıştır. Kamu hizmetlerinin daha hızlı bir şekilde yerine getirilebilmesi için öncelikle posta, polis ve ordu teşkilatında kullanılmıştır. Başta İstanbul, İzmir ve Selanik olmak üzere büyük şehirlerde bisiklet yarışları yapılmıştır. Basında birçok yazı ve karikatüre konu olan ve “şeytanarabası” adı takılan bisiklete 1950’lere kadar “velospit” veya “velespit” denmeye devam edildi. Bisikletle ilgili bilgileri önce basından öğrenen İstanbul halkı bu yeni icadı velospid adıyla tanımıştır. Velospid, Fransızca Vélocipède kelimesinin bozuk telaffuzudur. 1896 yılında Levantenler ve gayrimüslimlerin yanında Türk ahaliden de yakın şehirlere bisikletle yapılan geziler dönemin gazetelerine haber olmuştur. O yılın Haziran ayında İstanbullu Şakir Bey üç arkadaşıyla İstanbul’dan Bursa’ya, oradan da 7,5 saatte Bandırma’ya gitmişlerdir. II. Meşrutiyetten sonra yaygınlaşan bisiklet cemiyetleri cumhuriyet döneminde daha organize şekilde varlığını sürdürmüştür. 1923 yılında bisiklet federasyonun kurulmasının ardından milli takım oluşturulmuştur. Türk bisikletçiler ilk defa 1924 Olimpiyatları’nda katılmak üzere Paris’e gitmiş ancak teknik nedenlerden dolayı yarışmamıştır (Süme ve Özsoy, 2010: 347-348). Geçmişi bu kadar eskiye dayanan bisiklet sporu, aynı zamanda bisiklet turizminin Türkiye’de gelişimine de aracılık etmiştir.

Bisiklete binmekten zevk alan ve tatil için farklı alternatif arayanlar için bisiklet turizmi uygun bir turizm çeşididir. Dünya çapında hızla gelişim gösteren doğaya dayalı turizm anlayışı çerçevesinde, ülkemizde de son yıllarda grup veya bireysel olarak yapılan bisiklet turlarında artış gözlenmektedir. Ayrıca özel kuruluşların, üniversitelerin ve derneklerin işbirliğinde düzenlenen çeşitli organizasyon ve festivaller, bisiklet turizminin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu festivallere örnek olarak; Kapadokya Bisiklet Festivali’ni vermek mümkündür. Bu festival gittikçe popülerlik kazanmakta ve yabancı ziyaretçi sayısını arttırmaktadır.

Türkiye'nin en iyi 10 bisiklet rotası şu şekildedir:

1. Trakya Rotası: İstanbul ve İğneada arası dağlık ve ormanlar içinde bir rota.
2. Kapadokya Rotası: Bu rotada; Avanos, Ürgüp ve Uçhisar üçgeninde bulunan muhteşem bir doğa ve patika yolları bisikletli turistlere görsel şölen yaşatmaktadır.
3. Gökova Körfez Rotası: Halikarnas Balıkcısı’nın âşık olduğu kentten Knidos’a kadar uzanan bu güzergâhta, körfezin turkuaz rengindeki koylarında soluklanıp kamp yapmak mümkündür.
4. Çamlıhemşin - Ayder - Palovit Yayla Rotası: Bahar aylarında yeşilin bin bir tonunu gözler önüne seren bu rota ekolojik bakımdan korunması gereken yerlerin başında gelmektedir.

5. Gelibolu Yarımada Rotası: Çanakkale Savaşı'nın izlerini taşıyan tarihi yarımada, bisikletli turistlere duygusal bir deneyim yaşatmaktadır.
6. Amasra - Sinop Rotası: Karadeniz'in bol yokuşlu ve virajlı sahil şeridinde bulunan rota Bartın'dan başlayıp Sinop'ta son bulmaktadır.
7. Kapıdağı Yarımada Rotası: Erdek'ten Tatlısu'ya kadar uzanan rotada eşsiz güzellikte koylar mevcuttur.
8. Dalyan - Fethiye Rotası: Dalyan ve Göcek arasında uzanan rota boyunca çeşitli meyve bahçelerini görmek mümkün olmaktadır.
9. Marmaris Rotası: Ormanın temiz havasının denizin iyot kokusuna karıştığı bu rota Marmaris'ten başlayıp Bozburun Yarımadası'nda son bulmaktadır.
10. Assos - Kaz Dağları Rotası: Assos Antik Kenti'nin bulunduğu Behramkale Köyü'nden başlayıp; Altınoluk, Akçay ve Edremit'ten geçerek Kaz Dağları'nda son buluyor. Hem antik kentleri hem de zeytin ağaçları ile dolu bölge bisiklet severlere tarihi ve doğal güzellikler sunmaktadır (muskarahaber.com: 17.11.2015). Bu rotalarda gerekli konaklama tesislerinin yeteri kadar bulunmaması ve Avrupa'daki gibi trafik güvenliğine sahip olmaması gibi alt yapı konularında eleştiriler söz konusu olmaktadır.

SONUÇ

Bisiklet turizmi, dünya çapında gün geçtikçe popülerlik kazanmaktadır. Zamanla kendi elleriyle tahrip ettiği ekolojik çevrenin olumsuzluklarına maruz kalan insanoğlu, kent hayatının tekdüzeliği ve karmaşık yaşam düzeninden bir süreliğine kaçmak için doğaya yönelmektedir. Buna istinaden bisiklet turizmi dünya çapında büyük ilgi görmekte ve gitgide gelişim göstermektedir. Ancak bu gelişim ile birlikte bisiklet turizm kapsamındaki bisiklet rotalarının tekrar ele alınması ve belirlenen rotaların eksikliklerinin giderilmesi de gerekmektedir.

Ülkelerin ekolojik dengelerini koruması ve bölge halkının da sosyo- ekonomik fayda sağlaması açısından, Avrupa ve Amerika'nın bisiklet turizminde geldiği nokta diğer birçok ülkeye örnek teşkil etmektedir. Türkiye'nin de doğal güzellikleri ve coğrafi yapısı bisiklet turizmine son derece uygundur. Bu açıdan bakıldığında, ülkemizde bisiklet turizmi desteklenmelidir.

Mevcut bisiklet rotalarının altyapısının iyileştirilmesi ve yeni rotalar belirlenmesi ülkemizin bu konuda atacağı adımların başında gelmelidir. Turizm plan ve politikalarında bisiklet

turizminin ön plana çıkarılması, seyahat acentelerinin bunu destekleyecek pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermesi son derece yerinde bir girişim olacaktır.

KAYNAKÇA

- Arslan, Y. (2005), Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi, <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s13/makale/c8s13m12.pdf>, Erişim Tarihi: 27.11.2015
- Erdoğan, N. (2003), Çevre ve (eko)turizm: 317, Erk yayıncılık, Ankara
- Erdoğan, N., (2005), Sürdürülebilirlik Açısından Türkiye’de Ekoturizm Gerçeği, <http://www.ekolojimagazin.com/?s=magazin&id=96> , Erişim Tarihi: 20.12.2015
- Kaypak, Ş. (2012), Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14, (22),11-29. <http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/haziran2012/11-29.pdf> , Erişim Tarihi: 30.11.2015
- Khabbazi, A. P. ve Yazgan, M. E. (2012). Kırsal Peysaj ve Ekoturizm. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,2(2), 5-9.
- Kuter, N ve Ünal, H. E. (2009), Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri, Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 2009, 9 (2):147
- Lamont, M. J. (2009), Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism, Southern Cross University, Journal of Sport and Tourism, 14 (1), 5-23.
- Mmjavac, E., Kovacic,N., Topolsek,D. (2014), The Logistic Product of Bicycle Destinations, Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 2
- Süme, M. Ve Özsoy, S. (2010), Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Bisiklet Sporü, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24, 345-360.
- Yılmaz, Hatice (2008). Turizm Çeşitlendirilmesi Kapsamında Ekoturizmin Ürünü Olarak Tatil Çiftlikleri: Türkiye’deki Tatil Çiftliklerine Yönelik Swot Analizi. Afyon: Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TIES (The International Ecotourism Society), (1990), Description and Ecotourism principles, <http://www.ecotourism.org> , Erişim Tarihi: 09.12.2015
- Uybat, N. (2014), Eurovelo Nedir?, <http://izmirbisiklet.org/eurovelo-nedir.html/> , Erişim Tarihi: 19.12.2015
- Anonim, "En İyi Bisiklet Rotası Kapadokya", (2015), <http://www.muskarahaber.com/haber/hurriyet-en-iyi-bisiklet-rotasi-kapadokya-16895.html> , Erişim Tarihi: 17.11.2015
- <https://www.mundabiddi.org.au/the-trail/history-of-the-trail/> , Erişim Tarihi: 24.12.2015
- <http://www.eurovelo.com/en> , Erişim Tarihi: 05.01.2016
- <http://www.sustrans.org.uk/ncn/map/walking-and-cycling-inspiration/best-regional-routes> Erişim Tarihi: 28.01.2016
- <http://www.germany.travel/tr/eglence-dinlenme/bisiklete-binme/bisiklete-binme.html> Erişim Tarihi: 30.12.2015
- <http://www.bisikletizm.com/seyahat-rehberi/avrupa/ingiltere/> , Erişim Tarihi: 28.01.2016
- https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_McCall, Erişim Tarihi: 09.12.2015

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN EKOLOJİK FARKINDALIKLARININ ÇEVRE DOSTU REKREASYON DAVRANIŞLARINA ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Üzeyir KEMENT¹

Barış DEMİRCİ²

ÖZET

Turizm öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının çevre dostu rekreasyon davranışlarına etkisinin belirlenmesi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak internet ve yüz yüze anket kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de yükseköğretim kurumlarında eğitim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 254 anket uygulanmış ve analize tabi tutulmuştur. Toplanan veriler ilgili istatistik programlarında doğrulayıcı faktör analizi, regresyon ve anova analizlerine sokulmuş ve araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır. Araştırmada regresyon analizi ile elde edilen sonuçlara göre turizm öğrencilerinin ekolojik farkındalıkları çevre dostu rekreasyon davranışını olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca turizm öğrencilerinin okudukları bölümler ile çevre dostu rekreasyon davranışları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Rekreasyon yönetimi ve gastronomi ve mutfak sanatları bölümü okuyan öğrencilerin çevre dostu rekreasyon davranışlarının turizm işletmeciliği bölümü okuyan öğrencilere nazaran daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre turizm öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının ve çevre dostu rekreasyon davranışlarının yüksek olduğundan bahsetmenin mümkün olabileceği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik farkındalık, çevre dostu rekreasyon davranışı, turizm

GİRİŞ

İnsanların yoğun tempo içerisinde çalışmaları, şehirleşme ortamının vermiş olduğu karmaşa gibi bir takım sorunlar insanların zamanlarını daha verimli kullanması bağlamında bir takım çalışmalar yapmalarını gerektirmiştir. Bu bağlamda insanlar çalışma zamanları dışında kalan dilimlerde fiziksel ve ruhsal açıdan yenilenme gereksinimlerini karşılamayı amaçlayarak farklı etkinlikler yapmaya başlamışlardır. İnsanların boş zaman dilimlerinde kendilerine vakit ayırmaları iş ortamlarında var olan strese uzaklaşmaları ve sosyal yaşamlarına renk katmaları açısından da katkılar sağladığı söylenebilir.

Bireylerin özgür iradelerini kullanarak iş hayatları ve fizyolojik ihtiyaçlarının dışındaki kalan zaman dilimlerinde gerçekleştirmiş oldukları etkinlikler rekreasyon kavramının içeriğini oluşturmaktadır. Rekreasyon etkinlikleri sayesinde bireyler hem yaşamlarında farklı

¹ Yrd. Doç. Dr., Bingöl Üniversitesi, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, ukement@bingol.edu.tr

² Arş. Gör., Osmangazi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, bdemirci@osmangazi.edu.tr

faaliyetlere yönelirken hem de psikolojik açıdan faydalar görmektedir. Sosyal hayat içerisinde kullanılan doğal alanların sürdürülebilir bir nitelik kazanması hususunda yapılan çalışmaların artmasıyla birlikte insanlar doğal alanlara yönelik faaliyetlerinde daha bilinçli davranışlar sergilemeye yönelmişlerdir. Son yıllarda çevreci gruplar oluşmaya başlamış ve doğal alanların tahribatının önlenmesine yönelik çeşitli faaliyetler gerçekleştirmişler ve bütün dünyada kitlelerini artırmaya başlamışlardır. Boş zamanlarını doğal alanlarda geçiren bireyler özellikle çevreci davranma konusunda hassas tutumlar sergilemeye başlamış ve diğer insanların da bu konuda hassas olmasına beklentiler geliştirmeye başlamıştır. Ayrıca kamu kurum ve kuruluşları tarafından yine doğal alanların korunmasına yönelik bir dizi önlemler geliştirilmiştir.

Rekreasyon faaliyetlerinin bir kısmını kapsayan turizm sektöründe çevre yanlısı çalışmalar oluşmaya başlamış (yeşil yıldız uygulaması vb.) ve doğaya verilen zararın minimize edilmesi veya tahribatın önlenmesi gibi tutumlar sektörde kullanılması gereken önemli kriterler haline gelmiştir. Tüketicilerin doğal alanların tahribatını önleyen ve toplumsal fayda sağlayacak şekilde uygulamalar gerçekleştiren (su ve elektrik tasarrufu, hayvan barınaklarına yiyecek gönderme vb.) işletmeleri tercih ettiklerine yönelik bulgular işletmelerin daha kapsamlı uygulamalarla hizmet vermeye başlamasını sağlamıştır (Gadenne, Kennedy, McKeiver, 2009; Flammer, 2013; Heiskanen, 2005). Çevre dostu uygulamaların oluşturulması konusunda henüz tam anlamıyla istenilen noktaya gelinmiş olmasa da daha iyi bir çevre ve bilinçli bir tüketici kitlesinin oluşturulması adına çalışmalar gerçekleştirilmeye devam etmektedir.

Çalışmada turizm sektöründe hizmet vermeye veya geleceğin turizm yöneticileri, eğitimcileri veya işletmecileri olmaya aday olan turizm alanı öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının çevre dostu rekreasyon davranışlarına etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Zira gelecekte turizm sektöründe olsun, rekreasyon alanında olsun söz sahibi olacak turizm alan öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının verilen eğitimler veya mesleklerine bakış açıları kapsamında edinmiş oldukları deneyimler sonucu ne düzeyde olduğunun belirlenmesi önem arz etmektedir. Schleicher (1989) hazırladığı çalışmada özellikle çevreye yönelik eğitimlerin ekolojik farkındalığa etkisi olduğunu ifade etmektedir. Buradan hareketle Türkiye’de turizm eğitimi alan öğrencilerin ekolojik farkındalıklarının belirlenmesi ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda eğitim sürecine de vurgu yapılabilmesi adına önemli olarak ifade edilebilir. Araştırmanın ilerleyen kısımlarında araştırma modeli içerisinde yer alan değişkenlere yönelik literatür incelemesi, araştırmada kullanılan yöntem kapsamında elde edilen bulguların istatistiki analizler yardımıyla yorumlanması yer almaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Ekolojik farkındalık

Son zamanlarda doğal alanların korunmasına yönelik yönetim ve pazarlama alanlarındaki uygulamalar turizm endüstrisinde hızla yayılmaya başlamış ve tüketiciler tarafından da olumlu karşılanmaya başlanmıştır. Türkiye’de turizm sektöründe çevre bilincinin artmasına yönelik gerçekleştirilen yeşil yıldız, beyaz yıldız gibi uygulamalar da bu çalışmalara örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla artık günümüzde tüketicilerin doğayı koruma konusunda bildikleri veya doğada oldukları anda koruyucu tavırları sürdürülebilirlik açısından önemli görülmektedir. Kollmuss ve Agyeman (2002: 253) hazırlamış oldukları çalışmada ekolojik farkındalık teriminin önemini vurgulayarak, terimi; “İnsan davranışlarının çevre üzerindeki etkisinden haberdar olmak” şeklinde tanımlamaktadırlar. Ayrıca ekolojik farkındalık değişkeninin iki bileşenden oluştuğunu ve bu bileşenlerin ise bilgiye dayalı (bilişsel) ve algıya dayalı (duygusal) olarak açıklamaktadırlar.

Ekolojik farkındalığın bileşenlerinde olan bilişsel farkındalık sınırlamaları incelendiğinde; birçok ekolojik problemin hızlı gerçekleşmemesi (somut olarak görünemeyecek şekilde gerçekleşen çevre tahribatları ve bireylerin bu durumu fark edememesi), yavaş ve kademeli olarak gerçekleşen ekolojik tahribatlar ve karmaşık görünümlü çevresel sorunlar şeklinde sıralanmaktadır (Kollmuss ve Agyeman, 2002). Duygusal farkındalık sınırlamalarına bakıldığında ise; ekolojik ilgisizlik ve ekolojik tepkidir (Chan, Hon, Chan ve Okumuş, 2014). Doğaya yönelik gerçekleştirilen rekreatif faaliyetlerde bulunmuş bireyler daha önce doğaya yönelik deneyimleri olmayan bireylere göre koruma çalışmaları bakımından sahip oldukları tutumların daha yüksek olduğu ifade edilebilir (Newhouse, 1991; Chawla, 1999). Dolayısıyla duygusal farkındalık oluşumunda deneyimin gücü önemli olmaktadır. Farkındalığın artması gerekliliği ve buna yönelik oluşan tepkilerde deneyimli bireyler duygusal farkındalıklarıyla hareket etmektedirler. Bilişsel ve duygusal bileşenlerin toplamını ifade eden ekolojik farkındalık kavramında deneyimler önemli olmaktadır. Örneğin turizm sektöründe çevreci ve geçmiş deneyimleri fazla olan turistler, konakladıkları otellerde kullanılan su ve enerji konularında daha duyarlı olacak şekilde planlamalar yapılıyor olması, yiyecek ve içeceklerde atıkların ayrıştırılarak hayvan barınaklarına gönderiliyor olması gibi önlemlere karşı daha pozitif düşüncelerde oldukları farklı çalışmalarca dile getirilmiştir (Han, Hsu ve Lee, 2009; Han, Hsu ve Sheu, 2010; Han ve Kim, 2010; Özer, Kement ve Gültekin, 2015). Ayrıca yine farklı çalışmalarda otel çalışanlarının tutumlarında ekolojik farkındalığın öneminden bahsedilmektedir (Chan ve Hawkins, 2010; Chan vd., 2014). Kement (2015) tarafından

hazırlanan çalışmada kamp alanlarında yine tüketicilerin çevreye yönelik davranışlarının belirlenmesinde ekolojik tutum ve bazı çevreye yönelik değişkenlerin (ekolojik kaygı vb.) kullanıldığı ve elde edilen sonuçlarda ekolojik tutumlarının, davranışlarında önem arz ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu bilgiler ışığında bu araştırmada da turizm eğitimi alan öğrencilerin ekolojik farkındalıklarının davranışlarına etkisi incelenmektedir. Buna göre;

H₁: Katılımcıların ekolojik farkındalıkları çevre dostu rekreasyon davranışlarını olumlu yönde etkiler.

Çevre Dostu Rekreasyon Davranışı

Davranış canlı organizmanın, iç ve dış etkilere karşı gösterdiği bilinçli tepki olarak ifade edilebilir. Buradan yola çıkıldığında davranışı “hareketten” ayıran nokta bilinçli olarak (refleks vb. şekilde olmaması) gerçekleşiyor olmasıdır (Georgel ve Jones, 1997). Psikolojik açıdan bakıldığında insan davranışları üç şekilde gerçekleşebilmektedir. Bunlar; bilişsel etkinlikler (duyma, algılama, bellekte saklama vb.), devinimsel etkinlikler (bedence yapılan kassal etkinlikler) ve duygusal etkinliklerdir (duygu ve coşku içeren etkinlikler) (Başaran, 2000: 15).

İnsan davranışlarını açıkladığı düşünülen bilişsel, devinimsel ve duygusal etkinlikler doğaya yönelik gerçekleştirilen rekreatif etkinlikler açısından değerlendirildiğinde; bireylerin özellikle doğal alanlarda yapmış oldukları yürüyüşler, kamp faaliyetleri gibi etkinlikler devinimsel, doğal alanların tahribatını önlemeye yönelik bir takım çalışmalar oluşturup sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik etkinlikler bilişsel ve doğal alanlara yönelik duygusal açıdan var olan merak ve heyecan sonucu gerçekleştirilen etkinlikler de duygusal etkinliklere örnek olarak gösterilebilir.

Doğaya yönelik gerçekleştirilen rekreatif etkinliklerde bireylerin özellikle somut halleriyle bir davranışta bulunmaları gerekmeyebilir. Bireylerin doğal alanları korumaya yönelik yapmış oldukları faaliyetler de (doğayı korumaya yönelik imza kampanyası, doğal alanların taşıma kapasitelerinin belirlenmesini destekleme, taşıma kapasitesi düşük olan alanların kullanıma kapatılması vb.) bir rekreasyon davranışı olarak nitelendirilebilir.

Davranışlar fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik olarak ele alınabilmektedir (Tutar, 2014; Güney, 2009; Silah, 2005; Aldag ve Fuller, 1993). Çevre dostu rekreasyon davranışı özü itibarıyla fizyolojik ve sosyolojik olabileceği gibi psikolojik olarak da gerçekleşebilir. Dolayısıyla bireyler bir grubun yapacağı davranışlar itibarıyla sosyolojik bir davranış

gerçekleştirebileceği gibi duygusal olarak tahribattan etkilenmiş bir bireyin sert önlemler alınmasına yönelik tutum ve eğilimleri de psikolojik bir davranış göstergesi olarak açıklanabilir. Tüm bu bilgiler ışığında çevre dostu rekreasyon davranışı; çevreye yönelik rekreatif etkinliklerde aktif olarak yer alan veya çevresel rekreatif aktivitelere yönelik psikolojik ve sosyolojik olarak eğilimlerde bulunan bireylerin çevre dostu rekreasyon davranışları sergilemeleri şeklinde açıklanabilir.

Alan yazını incelendiğinde çevre dostu davranış değişkeni farklı araştırmacılar tarafından çalışmalarında kullanılmıştır (Nordlund ve Garvil, 2002; Thapa, 2010; Song vd., 2012; Zhang vd., 2014; Han ve Yoon, 2015). Özellikle Song vd., (2012) yürüttükleri çalışmada festival ziyaretçilerinin çevre dostu turizm davranışlarının, ziyaretçilerin isteklerine etkisini belirlemeyi amaçlamışlar ve sonuçlar incelendiğinde ilgili değişkenin ziyaretçilerin isteklerine etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca Kement ve Güçer (2015) tarafından hazırlanan çalışmada kamp alanlarında, ekolojik tutum ve rekreasyonel motivasyon değişkenlerinin çevre dostu rekreasyon davranışına etkisi incelenmiş ve sonuçlar incelendiğinde çevre dostu rekreasyon davranışına ilgili değişkenlerin olumlu yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. Literatürde yer alan bilgiler doğrultusunda bu çalışmada da çevre dostu rekreasyon davranışı belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmada temel amaç katılımcı olarak geleceğin turizmcileri olan öğrencilerin bakış açılarını almak ve davranışa etkisi olduğu düşünülen ekolojik farkındalıklar aracılığı ile sonuçları açıklamaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda ekolojik farkındalığın çevre dostu rekreasyon davranışına etkisi incelenmektedir. Ayrıca turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin bölümleriyle ekolojik farkındalıkları ve çevre dostu rekreasyon davranışları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmektedir.

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Türkiye’de üniversitelerde eğitim görmekte olan turizm alanı öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarının çevre dostu rekreasyon davranışlarına etkisinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998: 9). Araştırma, turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin çevre dostu rekreasyon davranışlarını ve ekolojik farkındalıklarını ortaya koyduğu için yöntem açısından tanımlayıcı sınıftadır. İlgili değişkenler arasında hipotezler kurup ilişki ve etki analizleri gerçekleştirildiği için araştırma aynı zamanda açıklayıcı özelliğe de sahiptir (Clark vd., 1998: 9). Araştırmanın evrenini Türkiye’deki üniversitelere bağlı bulunan turizm fakülteleri, turizm

ve otelcilik yüksekokulları ve turizm alanına yönelik olan meslek yüksekokullarında eğitim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Turizm Araştırmaları Derneği (TURAD) (2016) tarafında yapılan incelemelere göre, Türkiye’de turizm eğitimi alan 63.886 yükseköğrenim öğrencisi vardır. Araştırmada evrenin tamamına erişilmesi mümkün olmadığı için örneklem alma yoluna gidilmiştir. Rescoe (1975), ideal bir araştırmada örneklem hacminin 30 ile 500 arasında olmasının uygun olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca çok değişkenli araştırmalar için örneklem büyüklüğünün değişken sayısının on katı ya da daha fazla alınmasının çoğunlukla daha güvenilir sonuçlar vereceğini açıklamaktadır.

Bu kapsamda araştırmada kullanılan değişken sayısı da temel alınarak daha fazlasını içerecek şekilde kolayda örneklem yöntemiyle 284 katılımcıya anket uygulanmıştır. Anketler internet ortamından ve yüz yüze olarak farklı şekillerde 2015 Aralık ve 2016 Ocak aylarında toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin istatistiki programa işlenmesi sırasında bazı anketlerin boş veya eksik olarak doldurulduğu tespit edilmiş ve ilgili anketler çalışmadan çıkartılmıştır. Çalışmada istenilen amaca ulaşılması için eksik ve boş olan 28 anket çıkartılmış ve toplam 256 anket kullanılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan sorular, ilgili literatür taraması ve uzmanların görüşleri doğrultusunda belirlenmiş (kapsam geçerliliği) daha sonra da; öncelikle turizm öğrencilerine yapılmadan önce, 30 kişilik, turizm öğrencisi olan bir grup üzerinde ön uygulama yapılmış ve (görünüş geçerliliği kapsamında) yanlış anlaşılan ya da anlaşılmayan ifadeler düzeltilmiştir. Ayrıca çalışmada ekolojik farkındalığı ölçmekte olan 3. soru olumsuz ifade içerdiği için analiz aşamasında ters çevrilmiş ve bu bölümle ilgili yapılan analizler dönüşüm sonrası ortaya çıkan yeni değerler ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket Han ve Yoon (2015)’un çalışmasından ve Kement (2015) tarafından yapılmış çalışmadan uyarlanmıştır. Araştırmada kullanılan ekolojik farkındalık soruları (EF1: Halk sağlığının üzerinde kirliliğin etkileri düşünüldenden daha fazladır, EF2: Önümüzdeki birkaç yıl içinde binlerce canlı türünün soyu yok olacak, EF3: Şu anki kirlilik seviyesinin dünyanın iklim şartlarını değiştirdiği iddiası abartıdır ve EF4: Ekolojik koruma (önlemler) hem benim hem de gelecek nesiller için daha iyi bir dünya sağlayacaktır) Han ve Yoon (2015) tarafından yürütülen çalışmadan alınmıştır. Sorular Türkçeye çevrilmiş ve sorularda çeviri esnasında anlam bozukluğu oluşup oluşmadığını belirlemek için tekrar İngilizceye çevrilerek sağlaması yapılmıştır. Çevre dostu rekreasyon davranışı soruları (ÇDRD1: Mümkün olduğunca çevreye yönelik rekreatif etkinliklerimde çevreye karşı duyarlı davranıyorum, ÇDRD2: Bireylerin hangi tür davranışlarının doğal

çevreye etki ettiği hakkında fikir sahibiyim, ÇDRD3: Çevreye yönelik rekreatif etkinliklerimde davranışlarımın doğal çevreye etkisini minimize etmeye çalışıyorum, ÇDRD4: Rekreatif etkinliklerden/ turizm etkinliklerinden çoğunlukla doğaya yönelik rekreatif etkinlikleri/eko turizm faaliyetlerini tercih ederim) Kement (2015) tarafından hazırlanan çalışmadan alınmıştır. İlgili sorular araştırmanın amacına yönelik anlam açısından değişiklik olmayacak şekilde düzenlenmiştir. Söz konusu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer alırken ikinci bölümde ekolojik farkındalık ve çevre dostu rekreasyon davranışı ölçeklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. Ölçeklere ilişkin sorular 5’li likert ölçeğine uygun olarak sıralanmıştır.

Ölçeklerin Güvenilirliği

Araştırmada Ölçekle elde edilen verilerin güvenilirliğini saptamak amacıyla Alpha Modeli ile güvenilirlik kat sayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Cronbach Alpha değerleri ankette yer alan her bir değişken için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Yapılan inceleme sonucunda ekolojik farkındalık değişkenini ölçmekte olan dört sorunun güvenilirliği 0,73, çevre dostu rekreasyon değişkenini ölçmekte olan dört sorunun güvenilirliği 0,74 olarak hesaplanmıştır. Bütün değişkenleri içeren genel güvenilirlik düzeyi ise 0,75 olarak belirlenmiştir. Hair vd. (2006: 778) ölçek güvenilirliğinin “iyi” olarak nitelendirilebilmesi için güvenilirliğin 0.70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir. Bu araştırmada belirlenen ölçek güvenilirlikleri 0.70-0.80 arasında olan “ekolojik farkındalık” ve “çevre dostu rekreasyon davranışı” ölçekleri güvenilirlik açısından “iyi” olarak kabul edilmektedir.

Tanımlayıcı İstatistikler ve Normallik Testi

Araştırmada ölçülmesi hedeflenen değişkenlerin ortalama, standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Bu değişkenlere ilişkin belirtilen değerler tabloda detaylı olarak verilmektedir. Shao (2002)’ göre çalışmada kullanılacak verilerin normal dağılım göstermesi, çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olmasına bağlıdır.

Tablo 1: Normallik Testi Sonuçları

Değişkenler	Ortalama	Standart sapma	Çarpıklık	Basıklık
Ekolojik Farkındalık	4,45	0,556	-0,784	0,238
Çevre Dostu Rekreasyon Davranışı	4,22	0,58	-0,356	-0,506

Tabloda verilen değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri ± 3 arasındadır. Dolayısıyla, veriler normal dağılım göstermektedir. Bu bilgiden hareketle, verilere regresyon, korelasyon gibi parametrik testler uygulanabilmektedir.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler incelendiğinde katılımcıların %51,6'sının erkek, %48,4'ünün bayan olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşa göre dağılımı incelendiğinde en çok katılımcının %62,1 yüzdesi ile 18-22 yaş aralığı olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Analizi

Demografik Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Erkek	132	51,6
	Kadın	124	48,4
Yaş	<18	3	1,2
	18-22	159	62,1
	23-26	73	28,5
	27-34	15	5,9
	35≤	6	2,3
Okuduğu Birim	Ön Lisans	55	21,5
	Lisans	201	78,5
Bölüm	Rekreasyon Yönetimi	33	12,9
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	54	21,1
	Seyahat İşletmeciliği	55	21,5
	Turizm İşletmeciliği	114	44,5
Aile Gelir Durumu	0-1300	75	29,3
	1301-2600	108	42,2
	2601-3900	43	16,8
	3900 ve üzeri	30	11,7

Katılımcıların %78,5'inin lisans düzeyinde eğitim aldığı, %44,5'inin turizm işletmeciliği bölümünde eğitim gördüğü ve %42,2'sinin 1301-2600 miktarında gelir durumuna sahip olduğu görülmektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi: Ölçe Modelinin Testi

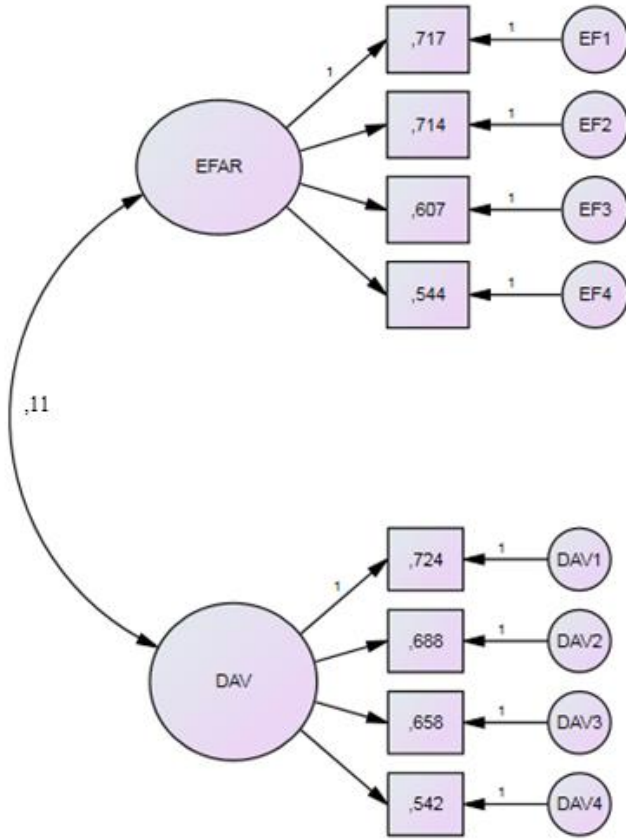
Doğrulayıcı faktör analizi ölçme modeli ölçeğin geçerliliğini test etmek için kullanılmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1988). İlgili ölçme modeli önceden oluşturulmuş bir model aracılığıyla gözlenen değişkenler yardımı ile gizil değişken oluşturmayı hedeflemektedir (Myers, 2000). Araştırmada ekolojik farkındalık ve çevre dostu rekreasyon davranışı değişkenleri ile oluşturulan ölçme modeli test edilmektedir. Böylelikle soru kâğıdındaki

ifadelerin ölçülmek istenen değişkenleri ne derece açıkladığı belirlenmektedir. Dolayısıyla birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Modelin kabul edilme durumu, analiz sonucu ortaya çıkan uyum istatistiklerinin belli değerlerin üzerinde veya altında olmasına bağlıdır (Gültekin, 2010). Araştırmada model uyumunun iyi olması için ki-karenin anlamsız çıkması gerekmektedir. Ancak, küçük örneklemelerde ki-kare genellikle anlamsız çıkarken, büyük örneklemelerde çoğunlukla anlamlı çıkmaktadır. Dolayısıyla ki-kare değeri serbestlik derecesine bölünerek (χ^2/df) analiz gerçekleştirilmektedir. Yapılan analiz sonucunda değerin 5'in altında olması ile modelin kabul edilebilir, 2'nin altında olması ise, modelin iyi bir uyuma sahip olduğu anlamına gelmektedir (Şimşek, 2007: 14). Ayrıca, uyum iyiliği indeksi (GFI) ve Karşılaştırmalı uyum indeksinin (CFI); 0,90-1.00 arası değerler vermesi uyum iyiliğinin kabul edilebilir olduğu göstermektedir (Kline, 1998; Bryne, 2001). Uyum iyiliği istatistiklerinden yorumlama kolaylığı, güven aralığı sağlama ve örneklem büyüklüğünden bağımsız tahminler sağlama açısından Yaklaşık Hata Kare Kökü (Root Mean Square Error of Approximation-RMSEA) önem arz etmektedir (Şimşek, 2007: 47). RMSEA değerinin, 0.05'in altında olması "iyi", 0,05 ile 0.08 arasında olması, "kabul edilebilir" uyum iyiliği değerini ortaya koymaktadır (Stevens, 2001; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

Araştırma değişkenlerine ilişkin ölçme modelinin doğrulayıcı faktör analizinde örtük değişkenlerden (EF: ekolojik farkındalık değişkeninden, EF1, EF2, EF3 ve EF4'e, DAV: çevre dostu rekreasyon davranışı değişkeninden, DAV1, DAV2, DAV3 ve DAV4'e olacak şekilde) gözlenen değişkenlere doğru tanımlanmış olan yollara ilişkin standardize edilmiş parametre değerleri gösterilmektedir.

Şekilde AMOS grafik menüsü yardımıyla çizilen yol diyagramında, elde edilen tüm standardize edilmiş değerlerin 1'in üzerinde olmaması gerekmektedir. 0,11 değeri EF ve DAV arasındaki standardize edilmiş korelasyon değerini göstermektedir. Standardize edilmiş çözümleme değerleri her bir maddenin (gözlenen değişkenin) kendi gizil değişkeninin ne kadar iyi bir temsilcisi olduğuna ilişkin fikir vermektedir (Hair vd., 1998; Şimşek, 2007; Aytaç ve Öngen, 2012). Yol diyagramına bakıldığında, gizil değişken olan EF ve DAV' tan gözlenen değişkene doğru yönelen tek yönlü oklar tek yönlü doğrusal ilişkiyi göstermektedir. Söz konusu değişkenler her bir maddenin kendi gizil değişkenini ne kadar iyi temsilcisi olduğuna dair ilişkin bilgi vermektedir (Aytaç ve Öngen, 2012).



Şekil 8: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Diyagramda, standardize edilmiş parametre değerlerine bakıldığında EF faktörünü en fazla etkileyen boyut 0,717’lik bir yükü “Halk sağlığının üzerinde kirliliğin etkileri düşünülen daha fazladır” sorusu ve en az etkileyen boyut ise 0,544’lük bir yükü “Ekolojik koruma (önlemler) hem benim hem de gelecek nesiller için daha iyi bir dünya sağlayacaktır” sorularıdır. Diğer bir ifade ile halk sağlığının üzerinde kirliliğin etkilerinin oldukça fazla olduğuna yönelik yüksek bir algının, ekolojik korumanın gelecek ve bireylerin kendileri için daha iyi bir dünya sunacakları hususunun önem derecesine yönelik algının daha düşük olduğu ifade edilebilir.

DAV faktörünü en fazla etkileyen boyut 0,724 ile “Mümkün olduğunca çevreye yönelik rekreatif etkinliklerimde çevreye karşı duyarlı davranıyorum” sorusu olurken, en az etkileyen boyut 0,542 ile “Rekreatif etkinliklerden/ turizm etkinliklerinden çoğunlukla doğaya yönelik rekreatif etkinlikleri/eko turizm faaliyetlerini tercih ederim” sorusu olmuştur. Diğer bir ifade ile katılımcılar çevre dostu rekreasyon davranışlarında mümkün olduğunca çevreye duyarlı davrandıklarını yoğunlukla ifade ederken, rekreatif etkinliklerde çevreye yönelik aktiviteleri daha az tercih ettiklerini verdikleri yanıtlar neticesinde ifade etmektedirler. Toplam örneklem için oluşturulan modelim uyum indekslerine bakıldığında χ^2/df (1,888) değerinin 3’ün

altında olması, GFI değerinin 0,96 olması kabul edilebilir bir uyum olduğunu, CFI değerinin 0,96 olması ve RMSEA değerinin 0,059 olması iyi bir uyum olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak elde edilen bu uyum indeksleri modelin iyi ve kabul edilebilir bir uyuma sahip olduğunu açıklamaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulmuş “H₁: Katılımcıların ekolojik farkındalıkları çevre dostu rekreasyon davranışlarını olumlu yönde etkiler” hipotezinin tespit edilebilmesi için öncelikle regresyon analizinin ön koşulu olan korelasyon analizi yapılmaktadır. Yapılan analize ilişkin detaylar tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3: Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

		EF	DAV
EF	Pearson Korelasyon	1	
	Sig.		
	N	256	
DAV	Pearson Korelasyon	,311(**)	1
	Sig.	,000	
	N	256	256

** p: 0.01

Tabloda görüldüğü üzere yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre ekolojik farkındalık ile çevre dostu rekreasyon davranışı arasında pozitif yönlü (,311) bir ilişki vardır. Bu bağlamda araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan H₁ hipotezinin açıklanması için doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tabloda detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 4: Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Std. Hata	β	T	P	Tolerans	VIF
Sabit	2,755	0,283		9,724	0,000		
EF	0,330	0,063	0,311	5,222	0,000	1.000	1.000
R= ,311 R ² = ,097 ΔR^2 = ,093 Durbin-Watson= 1,743							
F _(1,255) = 27,267 p< 0,000							

** p: 0.01

Yapılan doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ekolojik farkındalık değişkeninin çevre dostu rekreasyon davranışı değişkeni üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. bu kapsamda ekolojik farkındalık (p<0,01) ile çevre dostu rekreasyon davranışı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Çevre dostu rekreasyon davranışı ile ekolojik farkındalık arasında pozitif yönlü (R: ,311) bir ilişki vardır. Ayrıca belirlilik katsayısı (R²: 0,097) hesaplanmış olup, katılımcıların çevre dostu rekreasyon davranışlarındaki değişimin

%9,3'ünün modeldeki değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Ayrıca katılımcıların ekolojik farkındalıklarındaki bir birimlik artış çevre dostu rekreasyon davranışlarında 0,311 birimlik artış sağlamaktadır. Dolayısıyla araştırma kapsamında oluşturulmuş "*H₁: Katılımcıların ekolojik farkındalıkları çevre dostu rekreasyon davranışlarını olumlu yönde etkiler*" hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuç, turizm öğrencilerinin çevre dostu rekreasyon davranışlarında ekolojik farkındalıklarının etkisinin olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turizm alanı öğrencilerinin çevreye dostu davranışlarının yaklaşık %9'luk kısmının altında ekolojik farkındalıkları yatmaktadır. Geriye kalan %91'lik kısım ise başka nedenlerden kaynaklanmaktadır. Han ve Yoon (2015) çalışmalarında, Amerika'da yer alan konaklama işletmelerini ziyaret eden tüketicilerin ekolojik farkındalıklarının çevre dostu rekreasyon davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Çalışma Han ve Yoon (2015) tarafından yapılan çalışma ile aynı doğrultuda değerlere sahiptir. Ayrıca Kement ve Güçer (2015) tarafından yapılan ve kamp yapan tüketicilerin çevre dostu davranışlarının altında ekolojik tutum gibi değişkenlerin yer aldığı sonucuna ulaşılan çalışma ile de aynı doğrultuda sonuçlara sahiptir. Özden (2008) çalışmasında öğrencilerin ekolojik farkındalıklarını ölçmeyi hedeflemiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar Özden (2008)'un çalışması ile paralellik göstermektedir. Wong (2003) yapmış olduğu çalışmada yine üniversite öğrencilerinin ekolojik farkındalıklarını incelemiştir. Sonuçlar incelendiğinde bu çalışmada da olduğu gibi genç kesimin ekolojik farkındalığının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Korhonen ve Lappalainen (2004) yapmış oldukları çalışmada Madagaskar'da yaşayan gençlerin ekolojik farkındalıklarını, bilgilerini ve kaygılarını incelemişlerdir. Yazarların elde ettiği sonuçlara göre gençlerin ekolojik farkındalıkları yüksek çıkmıştır. Bulgular bu çalışmada elde edilen sonuçla aynı doğrultudadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda turizm öğrencilerinin bölümleri ile davranışları ve ekolojik farkındalıkları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için Anova analizi yapılmaktadır. Sonuçlar daha detaylı olarak tabloda gösterilmektedir.

Yapılan Anova analizi sonuçları incelendiğinde turizm öğrencilerinin etigim aldıkları bölümler ile çevre dostu rekreasyon davranışları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülürken, ekolojik farkındalıkları ile eğitim aldıkları bölümler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir.

Tablo 5: Anova Analiz Sonuçları

	F	Sig.
EF	2,324	,075
DAV	7,965	,000
Homojenlik Testi Sonuçları: EF (sig.): ,034; DAV(sig.): 0,000		

p: 0.05

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda öğrencilerin eğitim aldıkları bölümler ile çevre dostu rekreasyon davranışları arasındaki anlamlı farklılığın hangisinden/hangilerinden kaynaklandığını belirlemek için homojenlik testi sonuçları doğrultusunda TUKEY HSD testi yapılmıştır (Akbulut, 2010). Elde edilen sonuçlar tabloda detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 6: TUKEY HSD Analizi Sonuçları

Bölümler (a)	Bölümler (b)	Farklılık (a-b)	S. Hata	Sig.
Rekreasyon Yönetimi	Gastronomi	,00547	,12524	1,000
	Seyahat İşlet.	-,02424	,12481	,997
	Turizm İşlet.	,34051(*)	,11204	,014
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Rekreasyon	-,00547	,12524	1,000
	Seyahat İşlet.	-,02971	,10858	,993
	Turizm İşlet.	,33504(*)	,09363	,002
Seyahat İşletmeciliği ve Rehberlik	Rekreasyon	,02424	,12481	,997
	Gastronomi	,02971	,10858	,993
	Turizm İşlet.	,36475(*)	,09305	,001
Turizm İşletmeciliği	Rekreasyon	-,34051(*)	,11204	,014
	Gastronomi	-,33504(*)	,09363	,002
	Seyahat İşlet.	-,36475(*)	,09305	,001

** p: 0.05

Tabloda çevre dostu rekreasyon davranışı ve araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümler arasındaki anlamlı farklılıkların hangisi/hangileri arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD sonuçları verilmektedir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde rekreasyon yönetimi eğitimi alan öğrenciler ile turizm işletmeciliği bölümünde eğitim alan öğrencileri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. rekreasyon yönetimi eğitimi alan öğrencilerin (,34051*) turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerden daha fazla çevre dostu davranışlar sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin (,33504*) yine turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerden çevreye yönelik daha duyarlı olduğu, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin (,36475*) ise turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerden rekreatif aktivitelerde çevreye daha duyarlı oldukları tespit edilmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında rekreasyon yönetimi, gastronomi ve mutfak sanatları ve seyahat işletmeciliği bölümlerinde

okuyan öğrencilerin turizm işletmeciliği okuyan öğrencilerden çevre dostu rekreasyon davranışlarının daha fazla olduğu yorumu yapılabilir. Bu durumun nedenlerine bakıldığında özellikle rekreasyon ve seyahat işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin çevreyle yoğunluktan ilgili olmaları gösterilebilir. Zira rekreasyon alanı özü itibarıyla toplumda sağlıklı olan insanların faydalarına ilişkin faaliyetleri destekleyen bir alan iken, seyahat işletmeciliği alanında eğitim alan öğrencilerin de doğal, tarihi ve kültürel alanların kültürel miras açıdan önemini detaylı olarak benimsemektedirler. Ayrıca gastronomi alanında eğitim alan öğrencilerin kullanılan yiyecek ve içeceklerde yine doğanın önemini işliyor olmaları, insan sağlığı için önem arz eden noktaları eğitim alanlarında görmeleri bu algı ve davranış farklılığına bir neden olarak gösterilebilir.

SONUÇ

Çalışmada elde edilen sonuçlar turizm alanında eğitim görmekte olan öğrencilerin çevreye yönelik farkındalıklarının yüksek olduğunu ve bu durumun da çevreyi korumaya ve tahribatları önlemeye yönelik davranışlarına olumlu yönde etki ettiğini göstermektedir. Gelecekte turizm sektöründe çalışan, yönetici gibi bir takım sorumlulukları alacağı düşünülen turizm öğrencilerinin bu noktada olumlu davranışlara sahip olmaları gelecekte turistik ve rekreatif alanlarda sürdürülebilir çevrenin oluşturulması noktasına katkı sağlayacakları ifade edilebilir. Çevre bilincinin turizm eğitimi verilen okullarda daha da artırılması yine gerekli olarak düşünülebilir. Zira elde edilen sonuçlar her ne kadar olumlu görünse de süreçte kalıcı koruyucu ve önleyici bir bilincin oluşturulmasında yine turizm ve rekreasyon alanlarının çevre ile ilişkisinin derinlemesine işlenmesinde fayda vardır.

Çalışma sonuçlarından bir diğerinde turizm öğrencilerinin çevre dostu rekreasyon davranışlarıyla okumuş oldukları bölümler arasında anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Rekreasyon, gastronomi ve seyahat işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler ile turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan örneklem sayısının sınırlı olması bu sonucun oluşmasına etki ettiği düşünülebilir. Ayrıca Türkiye’de rekreasyon ve gastronomi bölümlerinin henüz yeterli seviyede üniversitelerde olmaması örneklemin hemen hemen yarısının turizm işletmeciliği öğrencilerinden oluşmasına ve bu durumun da sonucu etkilemesine neden olmuş olabilir.

Turizm sektöründe ve turizm alanı kamu kurum ve kuruluşlarında çevre dostu faaliyetlerin artması ile birlikte turizm alanında eğitim görmekte olan öğrencilerin de eğitimleri sürecinde gördükleriyle beraber çevre dostu davranışları ve farkındalıklarının arttığı düşünülebilir. Ayrıca gelecek zaman dilimlerinde daha fazla katılımcı ile ve yıllar itibarıyla yapılabilecek bir

çalışma ile öğrencilerin yıllar itibariyle düşünce farklılıkları ve düşüncelerindeki değişimler irdelenebilir. Bu çalışmada öğrencilerin çevre dostu rekreasyon davranışlarının %9'luk kısmını açıkladığı düşünülen farkındalık değişkeni dışından ilerleyen zamanlarda farklı değişkenler de kullanılarak yine öğrencilerin çevre dostu rekreasyon davranışlarının altında yatan etmenler derinlemesine belirlenebilir. Rekreasyon faaliyetleri bu çalışmada örnekler halinde öğrencilere sunulmamıştır. Öğrencilerin ekolojik farkındalıkları kapsamında çevre dostu rekreasyon davranışlarına yönelik geçmişte veya bugün yapmış/yapıyor oldukları hedeflenmiştir. Bu çalışmadan yola çıkarak öğrencilerin çevre dostu rekreasyon davranışlarının ölçülmesinde çevreye yönelik rekreatif etkinlikleri dikkate alınarak da ayrıca bir çalışma gerçekleştirilebilir ve bu sayede öğrencilerin gerçekten ifade ettikleri gibi mi davrandıkları da tespit edilebilir.

KAYNAKÇA

- ALDAG, Ramon. J. ve FULLER, Sally R. (1993), "Beyond fiasco: A reappraisal of the groupthink phenomenon and a new model of group decision processes", *Psychological Bulletin*, 113(3), 533.
- ANDERSON, James. C. ve GERBİNG, David. W. (1988) "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- AKBULUT, Yavuz (2010), "**Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları**", İdeal Kültür Yayıncılık.
- AYTAÇ, Mustafa, ÖNGEN, Burcu (2012), "Doğrulamalı faktör analizi ile Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi", *İstatistikçiler Dergisi*, 5(1), 14-22.
- BAŞARAN, İbrahim, Ethem (2000), "**Örgütsel Davranış, İnsanın Üretim Gücü**", Feryal Matbaası, Ankara.
- BYRNE, Barbara M. (2001), "Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument", *International Journal Of Testing*, 1(1), 55-86.
- CHAN, Eric, S. W. ve HAWKİNS, Rebecca (2010), "Attitude towards EMSs in an international hotel: Anexploratory case study", *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 641-651.
- CHAN, Eric, S. W., HON, Alice. H., CHAN, Wilco ve OKUMUS, Fevzi (2014), "What drives employees' intentions to implement green practices in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behaviour", *International Journal of Hospitality Management*, 40, 20-28.
- CHAWLA, Louise (1999), "Life paths into effective environmental action", *The Journal of Environmental Education*, 31(1), 15-26.
- CLARK, Mona, RİLEY, Morgan, WİLKİE, Emma ve WOOD, Roy, C. (1998), "**Researching and writing dissertations in tourism and Hospitality**", International Thomson Business Press.
- DİNLER, Zeynel (1998), "**Bilimsel Araştırma ve İnternet'e Bağlı Bilgi Merkezleri El Kitabı**", Ekin Kitapevi Yayınları, Bursa.
- FLAMMER, Caroline (2013), "Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors", *Academy of Management Journal*, 56(3), 758-781.
- GADENNE, David L., KENNEDY, Jessica ve MCKEİVER, Catherine (2009), "An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs", *Journal of Business Ethics*, 84(1), 45-63.
- GEORGEL, Jennifer, M. ve JONES, Gareth, R. (1997), "Experiencing work: Values, attitudes, and moods", *Human Relations*, 50(4), 393-416.

- GÜLTEKİN, Beyza (2010), “Faydacı-Hedonik Güdüler, Göz Atma Ve Marka Bilinirliğinin Anlık Alışverişe Etkisine İlişkin Bir Model Önerisi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İşletme Ana Bilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- GÜNEY, Salih (2009), “**Sosyal psikoloji**”, Nobel Yayınları, Ankara.
- HAİR, Joseph. F., BLACK, William, C., BABİN, Barry, J., ANDERSON, Rolph, E. ve TATHAM, Ronald, L. (2006), “**Multivariate data analysis**”, Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA.
- HAN, Heesup., HSU, Lee Tzang, J. ve SHEU, Chwen (2010), “Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities”, *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- HAN, Heesup, HSU, Lee Tzang J. ve LEE, Jin Soo (2009), “Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers’ eco-friendly decision-making process”, *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519-528.
- HAN, Heesup. ve KİM, Yunhi (2010), “An investigation of green hotel customers’ decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior”, *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659-668.
- HAN, Heesup. ve YOON, Hae Jin (2015), “Hotel customers’ environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism”, *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22-33.
- HEİSKANEN, Eva (2005), “The performative nature of consumer research: consumers’ environmental awareness as an example”, *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 179-201.
- KEMENT, Üzeyir (2015), “Doğaya Yönelik Gerçekleştirilen Rekreatif Etkinliklerde Tüketicilerin Çevre Dostu Rekreatyon Davranışlarının İncelenmesi: Kamping Örneği”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Rekreatyon Yönetimi Ana Bilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- KEMENT, Üzeyir ve GÜÇER, Evren (2015), “Kamping Yapan Bireylerin Çevre Dostu Rekreatyon Davranışlarına Ekolojik Tutum ve Rekreatyonele Motivasyon Değişkenlerinin Etkisinin İncelenmesi”, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(3), 16-27.
- KLİNE, Rex B. (1998), “Software review: Software programs for structural equation modeling: Amos, EQS, and LISREL”, *Journal of Psychoeducational Assessment*, 16(4), 343-364.
- KOLLMUSS, Anja ve AGYEMAN, Julian (2002), “Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?”, *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- KORHONEN, Kaisa ve LAPPALAINEN, Anu (2004), “Examining the environmental awareness of children and adolescents in the Ranomafana region, Madagascar”, *Environmental Education Research*, 10(2), 195-216.
- ÖZDEN, Mustafa (2008), “Environmental awareness and attitudes of student teachers: An empirical research”, *International Research in Geographical and Environmental Education*, 17(1), 40-55.
- ÖZER, Leyla, KEMENT, Üzeyir ve GÜLTEKİN, Beyza (2015), “Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti”, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- MYERS, Wanda Hall (2000), “**A structural equation model of family factors associated with adolescent depression**”, Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering, 61(3-B).
- NEWHOUSE, Nancy (1991), “Implications of attitude and behavior research for environmental conservation”, *The Journal of Environmental Education*, 22(1), 26-32.
- NORDLUND, Annika. M. ve GARVİLL, Jörgen (2002), “Value structures behind proenvironmental behavior”, *Environment and Behavior*, 34(6), 740-756.
- Rescoe, John, T. (1975), “**Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences**”, Holt Rinehart and Winston, New York.
- SCHERMELLEH-ENGEL, Karin, MOOSBRUGGER, Helfried, ve MÜLLER, Hans (2003), “Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures”, *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- SCHLEICHER, Klaus (1989), “Beyond environmental education: The need for ecological awareness”, *International Review of Education*, 35(3), 257-281.

- SHAO, Alan, T. (2002), “**Marketing research: An aid to decision making**”, Cincinnati, Ohio : South-Western/Thomson Learning.
- SİLAH, Mehmet (2005), “**Sosyal psikoloji: davranış bilimi**”, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- SONG, Hak Jun, LEE, Choong-Ki, KANG, Soo, K. ve BOO, Sug-Jin (2012), “The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors’ decision-making process using an extended model of goal-directed behavior”, *Tourism Management*, 33(6), 1417-1428.
- STEVENS, James, P. (2012), “**Applied multivariate statistics for the social sciences**”, Routledge.
- ŞİMŞEK, Ömer Faruk (2007), “**Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları**”, Ekinoks Yayınları, Ankara.
- THAPA, Brijesh (2010), “The mediation effect of outdoor recreation participation on environmental attitude-behavior correspondence”, *The Journal of Environmental Education*, 41(3), 133-150.
- TURAD (2016), “İstanbul Aydın Üniv. Türkiye Araştırmaları Merkezi ve TURAD İş Birliği ile Türkiye’de Yerleşik Yüksek Öğretim Kurumları Turizm Eğitim Analizi”, www.turad.org/uploads/turizm_egitim_raporu_10102010.ppt. Erişim Tarihi: 2.02.2016.
- TUTAR, Hasan (2014), “**Sosyal Psikoloji Kavramlar ve Kuramlar**”, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- WONG, Koon-Kwai (2003), “The environmental awareness of university students in Beijing, China”, *Journal of Contemporary China*, 12(36), 519-536.
- ZHANG, Yuling, ZHANG, Hong-Lei, L., ZHANG, Jie ve CHENG, Shaowen (2014), “Predicting residents' pro-environmental behaviors at tourist sites: The role of awareness of disaster's consequences, values, and place attachment”, *Journal of Environmental Psychology*, 40, 131-146.

KORUNAN ALANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOTURİZM YÖNETİMİ ÖLÇÜT VE GÖSTERGELERİNİN ÜLKEMİZ AÇISINDAN İRDELENMESİ

İnci Zeynep AYDIN¹

Atakan ÖZTÜRK²

Ufuk DEMİRCİ³

ÖZET

Son yıllarda yaşanan ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak turizm anlayışı ve aktivitelerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle doğal, kültürel ve sosyal kaynakları uzun vadede koruyan ve bu süreci ekonomik gelişme ile destekleyen sürdürülebilir turizm, ekoturizm olarak adlandırılan turizm çeşitleri önem kazanmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, ulusal ve uluslararası öneme sahip doğal ve kültürel kaynaklar ile biyolojik çeşitliliği bir servet olarak muhafaza edip geleceğe taşıyabilecek önemli bir araç olarak görülen korunan alanlarda ekoturizm faaliyetlerinin uygulanabilirliği ve sürdürülebilirliği daha fazla öne çıkmıştır. Korunan alanlardaki ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilir yönetiminin sağlanabilmesi için her şeyden önce sürdürülebilirliğin ölçülmesi ve izlenmesine katkı sağlayacak ölçüt ve gösterge setlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Dünya genelinde sürdürülebilir ekoturizm yönetimi amacına hizmet edecek çok sayıda ölçüt ve gösterge seti geliştirilmiş olsa da ülkemizde hâlihazırda amaca hizmet edecek bir ölçüt ve gösterge seti geliştirilmemiştir. Bu çalışmanın amacı, korunan alanlarda gerçekleştirilecek olan sürdürülebilir ekoturizm yönetimi için ulusal düzeyde ölçüt ve göstergelerin belirlenmesidir. Bunun için korunan alanlar, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm konuları hakkındaki her türlü kitap, makale, bildiri ve tez vb. bilimsel çalışmalar ile dünya genelinde kabul görmüş olan çeşitli ölçüt ve gösterge setlerinden materyal olarak istifade edilerek muhtemel olan ölçüt ve gösterge geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Ekoturizm, Korunan Alanlar, Ölçüt ve Göstergeler

GİRİŞ

Son yıllarda yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak turizm anlayışı ve faaliyetlerinde de önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Günümüzde turistler, tatillerini, hobilerini ve ilgi alanlarını geliştirerek, genel yaşam alanlarından farklı yöreleri tercih etmeye çalışan, bulundukları çevre ile bütünleşen, bulundukları çevrenin insanlarını ve kültürlerini tanımaya gayret eden, çevreye saygılı kişiler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Dünya genelinde deniz, kum ve güneş kaynaklarına dayalı geleneksel turizm anlayışı ve buna bağlı olarak turist profili değişmektedir (Dilek ve Şahin, 2002: 112). Geleneksel anlayışta

¹ Arş. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Mühendisliği Bölümü, iza@artvin.edu.tr

² Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Mühendisliği Bölümü, atak08@hotmail.com

³ Arş. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Mühendisliği Bölümü, udemirci08@hotmail.com

meydana gelen bu değişimin neticesinde turistler çevresel değerlerin daha çok farkına vararak, koruma-kullanma dengesini gözeterek kaynakların daha uzun vadeli kullanımına önem vermektedirler. Başka bir ifade ile turizm kaynaklarının sürdürülebilir olması arzu edilmektedir.

Sürdürülebilir turizm kavramının üç temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar, sürdürülebilir turizmin çevresel olarak doğal kaynaklar ve özellikle de korunan alanlar üzerinde düşük bir etkiye sahip olması, sosyal ve kültürel olarak yerel topluluğun sosyal yapısına ve kültürüne zarar vermemesi ve ekonomik olarak, yerel topluluklar ve diğer pek çok paydaş için sürdürülebilir ve adil gelirler oluşturarak, yerel topluluğun ekonomik refahına katkıda bulunmasıdır (Yılmaz vd., 2015:56).

Sürdürülebilir turizm kavramı ile beraber turizmin yeni çeşitlerinden alternatif turizm, doğaya dayalı turizm ve ekoturizm olarak adlandırılan turizm çeşitleri de önem kazanmaya başlamıştır. Ekoturizm, yaban hayatı ve bitki örtüsünün korunmasına, elde edilen kazanç ile istihdam ve gelir oluşturulmasına destek olurken çevre ve yerel kültür üzerinde en düşük etki yapacağı ileri sürülen bir turizm çeşididir. Aynı zamanda ekoturizm, hem kırsal yerleşmelerle iç içe olan hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türüdür. Birçok olumlu etkilerinden dolayı, turizmde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, var olan turizm türlerinin alternatifi ya da tamamlayıcısı olarak, ekoturizmin önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır (Dilek ve Şahin, 2002: 110) Nitekim son yirmi yılda ekoturizm dünya genelinde daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Ülkemizde ekoturizm faaliyetleri diğer ülkelerde olduğu gibi özellikle korunan alanlarda gelişme gösterme eğilimindedir.

Özellikle korunan alanlarda gerçekleştirilen ekoturizm etkinliklerinin doğal kaynaklara zarar vermeden sürdürülmesi ve korunan alanlarla iç içe yaşayan yerel halkın yaşam koşullarının iyileştirilmesi için ulusal ve yerel düzeyde söz konusu faaliyetlerin sürdürülebilirliğinin betimlenmesi, ölçülmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. Bu noktada istifade edilebilecek en önemli araçlar ölçüt ve göstergelerdir. Ölçüt ve göstergeler sayesinde, korunan alanlarda gerçekleşecek olan ekoturizm faaliyetlerinin belirlenmesi, ölçülmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi ve dolayısıyla ekoturizm yönetim sürecinde ortaya çıkan problemlerin belirlenmesi, sorunların temel kaynağı olan risk ve potansiyel unsurlarının ortaya konulması ve problemin çözümü için neler yapılması gerektiğine dair sağlıklı kararların verilmesi mümkün olabilecektir (UN, 2006 'ya atfen; Gürer, 2009: 11).

Burada belirlenecek olan ölçütler, korunan alanlarda yürütülen ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini farklı açılardan tanımlayan soyut araçlar olarak ifade edilebilir. Her bir

ölçüt için ayrı ayrı tanımlanan göstergeler ise, yine söz konusu korunan alanlar için ölçütlere somutluk kazandıran, ileri düzeyde betimleme işlevi gören ve nicel değerlerle ölçütlerde meydana gelebilecek değişimleri saptamaya katkı sağlayan araçlar olarak tanımlanabilir (Akyol ve Tolunay, 2014: 22). Göstergeler genellikle, karmaşık durumların veya süreçlerin nitel bir hesabını ortaya koymak için kullanılırlar (Akten ve Akten, 2014: 410).

Göstergeler sayesinde, olaylar sayısallaştırılır ve böylelikle karmaşık gerçekler anlaşılır hale gelir. Göstergelerin kullanışlı olmaları için konuyla ilgili, güvenilir, geçerli ve kolay ölçülebilir nitelikte olmaları gerekir (Rametsteiner, 2001'e atfen Durusoy, 2009:4). Dolayısıyla ölçütler korunan alanlarda yürütülen ekoturizm faaliyetlerinde sürdürülebilirlik değerlendirmesinin neye göre yapılacağını belirten ve ölçülemeyen genel kurallar iken, göstergeler ise her bir ölçütün ne olduğunu, ne anlama geldiğini, her bir ölçüte ilişkin ekoturizm etkinliklerinin sürdürülebilir bir şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğini ölçmek, izlemek ve değerlendirmek için kullanılan ve sayısal olarak ifade edilen araçlardır. Denilebilir ki, göstergeler korunan alanlarda yürütülen ekoturizm faaliyetlerinde hedeflerin, sonuçların ve başarının ölçülebilir terimlerle tanımlanmasıdır.

Bu çalışmada, dünya genelinde geliştirilmiş olan sürdürülebilir turizm/ekoturizm ölçüt ve göstergeleri ortaya konularak, bunlardan ülkemize özgü geliştirilecek sete altlık oluşturabilecek muhtemel ölçüt ve göstergeler belirlenmesine ilişkin bazı değerlendirmeler yapılmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmanın içerik ve yöntem noktasında ilgili korunan alanlar, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm konuları hakkındaki her türlü kitap, makale, bildiri ve tez vb. bilimsel çalışmalar ile dünya genelinde kabul görmüş olan çeşitli ölçüt ve gösterge setlerinden materyal olarak istifade edilmiştir.

Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Ekoturizm

Korunan alanlarla ilgili ilk açıklayıcı nitelikte tanım 1969 yılında IUCN (Dünya Doğayı Koruma Birliği) tarafından yapılan tanımdır. Burada korunan alanlar “biyolojik çeşitliliğin, doğal ve kültürel kaynakların sürekliliğini ve korunmasını sağlamak amacıyla kurulan, yasalarla ve diğer etkili araçlarla yönetilen kara ve deniz parçalarıdır” şeklinde tanımlanmıştır. IUCN tarafından korunan alanlar;

- Mutlak doğa koruma rezervi/yabanıl alan,
- Milli park,

- Doğal anıt,
- Habitat/tür yönetim alanı,
- Kara/deniz peyzaj koruma alanı
- Yönetilen kaynak koruma alanı

yönetim sınıflarına ayrılmıştır (URL 1).

Farklı şekillerde sınıflandırılmış korunan alanlarda yürütülen turizm faaliyetlerinde gerekli yönetim sistemlerinin sağlanmamış olması, korunan alanların ve biyolojik çeşitliliğin daha fazla tahribine neden olmuştur. Bu gelişmeler beraberinde korunan alanlarda sürdürülebilir ekoturizm yönetimini sağlama açısından çeşitli arayışlara neden olmuştur. Korunan alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde yönetimini sağlamak için öncelikli olarak korunan alanlar, turistler ve turizm organizasyonları ve yerel halkın katılımının sağlanması gerekmektedir. Korunan alanlarda gerçekleştirilecek koruma önlemlerinde turizmin bir çeşidi olan ve doğaya dayalı turizm olarak nitelenen, hassas ekosistemlerin korunmasını sağlayan ve bu yerlerin içinde ve çevresinde yaşayan nüfusun sosyo-ekonomik gelişmesi için de kaynak sağlayan bir araç olarak ekoturizm faaliyetleri önem kazanmaya başlamıştır (Strickland-Munro vd., 2010: 502).

Ekolojik açıdan hassas bölgelerde, turizm sektörünün geliştirilmesi hedeflendiğinde, sürdürülebilirlik kavramı öncelikli sağlanması gereken hedef olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekoturizm ise, korunan alan çevresindeki doğal ve kültürel değerlere olumlu katkılar sağlayan ve bu değerlerin sürdürülebilirliğini temel alan bir turizm çeşidi olarak görülmektedir. Ekoturizmin başarılı bir şekilde yönetilmesi ve sürdürülebilirliği ekoturizmi oluşturan bu unsurlar arasında işbirliği ile gerçekleştirilebilir.

Ekoturizm, sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirildiğinde, hassas ekosistemlerin korunmasını ve bu bölgelerin çevresinde yaşayan insanların sosyoekonomik gelişmesini sağlayacak önemli bir turizm türüdür. Ekoturizm gelirlerinin büyük çoğunluğu, bu bölgelerde yaşayan yerel halka gitmekte, o çevredeki doğal değerlerin korunmasında ve geleneksel kültürlerin yaşatılmasında kullanılmaktadır (Ozaner, 2004: 320). Bu nedenle ekoturizm gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM/EKOTURİZME İLİŞKİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÖLÇÜT VE GÖSTERGELERİ

Uluslararası Sözleşmeler ve Örgütler Tarafından Geliştirilen Turizme İlişkin Sürdürülebilirlik Ölçüt ve Göstergeleri

Doğal kaynakların sürdürülebilir bir biçimde yönetilmesi gerekliliğinin farkına varılmasıyla birlikte, özellikle 1990'lı yılların başından itibaren başta orman kaynakları olmak üzere tüm doğal kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanılması ve sürdürülebilirliğin tespit, izleme ve değerlendirilmesine yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. Bu kapsamda farklı alanlara/kaynaklara özgü sürdürülebilirlik ölçüt ve göstergeleri geliştirilmeye başlanmıştır.

İlk olarak 1992 yılında tropik ormanlara ilişkin belirlenen ölçüt ve göstergeler 10 yıl gibi bir süre içerisinde; ITTO Süreci, Montreal Süreci, Avrupa (Helsinki) Süreci, Tarapota Önergesi, Yakın Doğu Süreci, Orta Amerika Süreci, Kurak Afrika Süreci, Asya Süreci, Afrika Tomruk Kurumu Süreci ve CIFOR süreci gibi uluslararası ve bölgesel süreçlerde de gündeme alınmıştır (Durusoy, 2009:26).

Bahsi geçen uluslararası süreçlerde sürdürülebilir orman yönetimi ile ilgili ölçüt ve göstergelerden korunan alanlara hitap eden ve bu kapsamda belirlenen ölçüt ve göstergeler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Orman kaynaklarının sürdürülebilirliğine yönelik ölçüt ve göstergelerin geliştirilmesi yine doğal kaynaklara dayalı olarak faaliyetlerin gerçekleştirildiği turizm sektöründe de giderek önem kazanmıştır. 1996 yılında Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından turizmin sürdürülebilirliği için 11 başlık altında göstergeler tanımlanmıştır (Miller ve Twining-Ward, 2005). Turizm sektöründe yaşanan gelişmelere bağlı olarak sürdürülebilirlik ölçüt ve göstergelerinin güncellenmesi gerekli görülmüş ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından 2004 yılında “Turizm Destinasyonları için Sürdürülebilir Kalkınma Göstergeleri Rehberi” adlı çalışma ortaya konulmuştur. Çalışmada, ölçülebilmesi daha kolay ve veri bulunabilme olasılığı yüksek 12 temel ölçüt ve 140 adet gösterge belirlenmiştir (WTO, 2004: 245; Çalık, 2014: 36). İlgili ölçütler ve bu ölçütlere ait bazı göstergeler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 7. Uluslararası Süreçlerde Korunan Alanlara Özgü Ölçüt ve Göstergeler

SÜREÇLER	ÖLÇÜTLER	GÖSTERGELER
ITTO / 1992 Mart	Biyolojik çeşitliliğin muhafazası	Her korunan alan türünün sınıfı, ortalama büyüklüğü ve tanımlanmış sınırları
	Sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerin sürdürülebilirliği	Yerel topluluk hakları
Montreal / 1995 Şubat	Biyolojik çeşitliliğin muhafazası	Toplam orman arazi alanı içerisindeki rekreasyon alanlarının miktarı
	Çok yönlü sosyo-ekonomik hizmetlerin toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde geliştirilmesi ve uzun süreli sürdürülebilir kullanımı	Uzun vadeli talepler
	Ormanların korunması ve sürdürülebilir yönetimine yönelik yasal, kurumsal ve iktisadi yapı	Mülkiyet hakları
Tarapato /1995 Şubat	Sosyo-ekonomik fonksiyonların ve şartların sürdürülebilirliği	Yerel nüfusun yaşam kalitesi
	Ormanların biyolojik çeşitliliğin muhafazası	Rekreasyon ve turizm faaliyetlerinin artış oranı
	Yerel nüfusun ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde gerçekleştirilen sosyo-ekonomik hizmetler	Yerel nüfusun ekonomik kalkınma göstergeleri
FAO- UNEP (Yakın Doğu) / 1996 Ekim	Biyolojik çeşitliliğin muhafazası	Korunan alanların toplam miktarı Rekreasyon değeri
	Sosyo-ekonomik fonksiyonların geliştirilmesi ve şartların korunması ile geliştirilmesi	Anahtar türlerin sayısı Halkın katılım derecesi
Orta Amerika /1997 Ocak	Orman ekosistemlerinin çevresel hizmetlere katkısı	Biyolojik koridor uzunluğu ve alanı
	Biyolojik çeşitliliğin muhafazası	Korunan alanların miktarı Korunan alan sınıflandırılmasındaki ormanlık alanların miktarı
Kurak Kuşak Afrika	Orman ekosistemlerinin korunması ve biyoçeşitliliğin geliştirilmesi	Orman sektörü dış ticaret dengesi
	Sosyo-ekonomik faydalar	İstihdam
	Yasal, kurumsal ve politik çerçeve	Yerel toplulukların geliri
CIFOR / 1996	Politik ve kurumsal çerçeve	Paydaşların hak ve sorumlulukları
	Orman ekosistem bütünlüğünün muhafazası	Ekolojik hassas alanların varlığı
	Orman yönetim kaynaklarının muhafazası ve ekonomik faydaların sürdürülebilirliği	Tampon bölge
	Paydaşlar arasında işbirliği	Biyosfer rezerv fonları Yerel paydaşların sayısı

2008 yılında Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) öncülüğünde kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarından 27 organizasyon bir araya gelerek; sürdürülebilir turizm ölçütleri konusunda dünyanın her yerinde kabul edilebilir genel bir çerçeve oluşturabilmek amacıyla sürdürülebilir turizm planlamalarında kullanılabilecek ölçütleri dört temel ve 18 alt ölçüt olarak belirlemişlerdir. Temel ölçütler; toplumsal refah, doğal ve kültürel çevrenin korunması, ürün kalitesi ve turist memnuniyeti ile yönetim ve izlemedir (Gebhard vd., 2008; Somuncu ve

Yiğit, 2009; Varnacı Uzun, 2012). 18 alt ölçüte bağlı olarak 78 gösterge geliştirilmiştir. Temel ölçütler ve alt ölçütler ile göstergelerin bazıları Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 8. Dünya Turizm Örgütü Tarafından Belirlenen Sürdürülebilir Turizm Yönetimine Ait Ölçüt ve Göstergeler

Örgütler	Ölçütler	Göstergeler
Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2004)- 12 ölçüt / 140 gösterge	Turizmden yerel memnuniyet	Turizmden yerel memnuniyet derecesi
	Turizmin toplum üzerindeki etkileri	Turist sayısının yerel halka oranı Turizm kaynaklı sosyal hizmet kapasitesi ve sayısı
	Turist memnuniyetinin sürdürülebilirliği	Ziyaretçilerin memnuniyet seviyeleri Tekrarlı ziyaretçilerin yüzdesi
	Turizmin mevsimselliği	Aylık, üç aylık, yıllık turist varışları Bütün yıl faaliyette bulunan konaklama işletmelerinin yüzdesi
	Turizmin ekonomik faydaları	Turizmde istihdam edilen yerel çalışanların oranı (kadın-erkek oranı) Turizm kaynaklı gelirlerin, halkın toplam gelinine oranı
	Enerji yönetimi	Kişi başına tüketilen enerji miktarı Yenilenebilir kaynaklardan enerji tüketiminin %’si
	Su kalitesi ve korunması	Toplam ve turist başına tüketilen su miktarı Su tasarruf oranı
	İçme suyu kalitesi	Uluslararası standartlara uygun içme suyu kullanan turizm işletmelerinin oranı İçme suyu kaynaklı hastalıkların oranı
	Atık su yönetimi	Atık su yönetim sistem(ler)ine sahip turizm işletmelerinin oranları
	Katı atık yönetimi	Destinasyonda ortaya çıkan katı atık hacmi (aylık) (ton) Geri dönüşüm yapılan atıkların toplam atıklara oranı
	Turizm gelişiminin kontrolü	Arazi kullanım ve turizmi içeren gelişim planlama süreçlerinin varlığı Kontrol altındaki alanın %’si
	Turizm kaynaklı kullanım yoğunluğu	Toplam turist varışları (ortalama, aylık) Alanda metrekareye düşen turist sayısı

Tablo 9. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Tarafından Belirlenen Sürdürülebilir Turizm Yönetimine Ait Ölçüt Ve Göstergeler

Temel Ölçütler	Alt Ölçütler	Göstergeler
Toplumsal Refah	Kazanç ve gelirler	Toplumun turizmden gelir oranı Turizmden gelir elde eden aile sayısı
	İstihdam	Turizm dışı sezonda işsizlik oranı Turizm ile ilgili işlerde çalışanların oranı
	Yerel ekonominin güçlenmesi ve uzun vadeli olma durumu	Turizm sektöründe faaliyet gösteren yerel halkın oranı Alanda, turizm ile ilgili küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısı
	Yaşam koşullarının iyileşmesi	Tesvik edilen altyapı faaliyetleri Yerel halkın turizm altyapısından faydalanma oranı
	Katılım ve yerel kontrol	Bu bilgilere ulaşabilenlerin sayısı Turizmin gelişimi konusunda bilgi içeren alanların sayısı
	Turizmden memnuniyet	Turistlere karşı tutum
	Sosyal ve kültürel kalıpların güçlenmesi	Kültürel aktivite ve geleneksel etkinliklerin azalması-artması
Doğal ve Kültürel Çevrenin Korunması	Doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir kullanımı	Uygun kaynak yönetimine sahip işletmelerin oranı Turist başına günlük atık ve tüketilen su
	Doğal mirasın korunması	Korumaya turizmin finansal katkısı Koruma önlemleri ile ilgili harcamalar
	Kültürel mirasın korunması	Kültürel öğelerde turizmin katkısı Geleneksel etkinliklerin varlığı ve katılım oranı
	Çevre bilincinin artması	Koruma faaliyetlerine yerel halkın katılımını sağlamak için yapılan girişimlerin türü ve sayısı
Ürün Kalitesi ve Turist Memnuniyeti	Hizmetler ve deneyimin kalitesi	Misafirperverliğin değerlendirilmesi
	Turist memnuniyeti	Alandan memnun olan turistlerin oranı Yeniden gelen ziyaretçilerin oranı
	Turizm ürün kalitesi ve ekonomik uygulanabilirlik	Toplam turist sayısında artış Ziyaretçi harcamalarında artış
	Turistlerle sürdürülebilir iletişim	Turist davranışlarının değerlendirilmesi Turist bilgi ve tutumlarının değerlendirilmesi
	Barış için kültürel değişimi güç olarak kullanmak	Turist deneyimlerinin değerlendirilmesi
Yönetim ve İzleme		İzleme ve yönetim planının varlığı
	Planlama ve yönetim	Ziyaretçi bilgilendirme merkezlerinin varlığı ve kalitesi,
	Taşıma kapasitesi	Ziyaretçi kayıt sisteminin varlığı Turizmi de içeren, arazi kullanım ve gelişim planı süreçlerinin varlığı

Tablo 10. Sürdürülebilir Ekoturizm Yönetimine Ait Ölçüt Ve Göstergeler

Çalışmalar	Ölçütler	Göstergeler	Gösterge Sayısı
Abidin (1999) çalışması	Biyolojik çeşitliliğin korunması	Tehdit altındaki bitki ve hayvan türlerinin sayısı	11
	Çevresel bozulmalara karşı koruma	Çevresel koruma ile ilgili politika ve yasalar	11
	Arazi kullanım planlanması	Katı atık yönetim sistemleri	8
	Ekosistem fonksiyonlarının sürdürülmesi	Orman ekoloji çalışmaları	9
	Ekosistem, ekolojik sağlık ve sürecin yönetimi	Bozulmuş turizm alanlarının rehabilitasyonu ve bakımı	10
	Turizm kaynaklarının taşıma kapasitesi	Ekoturizmde kullanılan park alanlarının yüzdesi	13
	Katı atık yönetimi	Turistlerin sayısı	10
	Su, hava ve gürültü kirliliğinin kontrolü	Su kalitesine etkisi	13
	Yerel sosyal, kültürel, dini ve tarihi değerlerin korunması	Su kalitesi /kirlilik indeksi	14
	Su tutma havzası	Yerel halkın altyapı, sağlık ve eğitim gelişimi	10
	Park ve sürdürülebilir turizm yönetiminde yerel halkın katılımı	Temiz ve kaliteli nehir sistemleri	13
	Tüketici / turist memnuniyeti	Profesyonel turist rehberlerinin sayısı	13
	Ziyaretçi güvenliği	Yerel katılımla gerçekleştirilmiş festival, çalıştayların sayısı	12
	Korumaya yönelik eğitim ve halk bilincinin teşvik edilmesi	Alana tekrardan gelen ziyaretçilerin sayısı	10
	Kurumsal çerçeve	Güvenlikle ilgili şikayetlerin sayısı	13
	Sürdürülebilir ve yeterli fon	Halkın çevresel konulara karşı tutumu	13
	Doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin korunması	Hizmet içi eğitimlerin sayısı	10
	Çevresel kaynakların niteliği ve niceliği	Toplam gelir	7
	Çevresel yönetim uygulamaları	İzleme veritabanı ve envanter kaydı	7
	Çevresel öğrenim ve eğitim fırsatlarının temini	Orman yönetim uygulamalarının sayısı	10
Bender (2008) çalışması	Kültürel kaynakların korunması	Habitat ve tür çeşitliliğinin miktarı	4
	Kültürel kaynakların niteliği ve niceliği	Bitki ve hayvan türlerinin yoğunluğu	3
	Yerel katılım	Kritik alanların ekoturist taşıma kapasitesi oranı	5
	Yerel halka sosyo-ekonomik faydalar	Çevresel yönetimin ilkeleri /esaslarının tanıtım sayısı	4
	Toplumu bilinçlendirme	Birim zamanda dağıtılan broşür / kitapçık sayısı	4
	Tüketici / turist memnuniyeti	Bilgilendirici /açıklayıcı personelin sayısı	5
	Ekoturizm deneyiminin yönetimi	Ziyaretçiler, çalışanlar ve yerel halkın kültürel değerler farkındalığının değerlendirilmesi	8
	Kurumsal çerçeve/ kapasite	Kültürel varlıkların miktarı	6
		Yerel katılımı yapılan programların (festival, kurs, çalıştay vb.) sayısı	5
		Ekoturizmde çalışan yerel halkın oranı (%)	5

Bilimsel Çalışmalarda Turizme İlişkin Sürdürülebilirlik Ölçüt ve Göstergeleri

Özellikle son yirmi yılda sürdürülebilir turizm konusunda bilimsel çalışmalar da ivme kazanmış ve dünya genelinde doğal bir kaynak olan korunan alanlarda yürütülen turizm etkinliklerinin sürdürülebilirliğini ele alan ve bu kapsamda sürdürülebilir turizm ölçüt ve

göstergelerini belirlemeyi amaç edinen çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Abidin, 1999; Miller, 2001; Choi ve Sirakaya, 2005; Bender, 2008; Gebhard vd., 2009; Gallaher, 2010; Barzekar vd., 2011; Yu vd., 2011; Tali vd., 2012; Azpillaga, 2013). Bu çalışmalardan bazıları sadece ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini belirlemek amacıyla ölçüt ve gösterge setlerinin oluşturulması amacıyla yöneliktir (Abidin, 1999; Bender, 2008). Bahsi geçen çalışmalar kapsamında ortaya çıkan temel sürdürülebilir ekoturizm ölçüt ve göstergelerine Tablo 4’te yer verilmiştir. Abidin (1999) çalışmasında 16 ölçüt ve 180 gösterge; Bender (2008) çalışmasında 12 ölçüt ve 68 gösterge tanımlanmıştır.

Ülkemiz Korunan Alanlarında Sürdürülebilir Ekoturizm Yönetimine İlişkin Muhtemel Ölçüt ve Göstergelerinin Belirlenmesi

Ülkemizde mevcut durumda Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından statüsü tanımlanmış beş korunan alan türü bulunmaktadır. Bu korunan alan türleri şunlardır (URL 2):

- Milli parklar,
- Tabiatı koruma alanları,
- Tabiat parkları,
- Tabiat anıtları,
- Yaban hayatı geliştirme sahaları

Yukarıda ifade edilen korunan alanlar haricinde çeşitli uluslararası sözleşmeler (Ramsar, Bern, Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşmeler vb.) ve ulusal mevzuatımız (2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu, 6831 sayılı Orman Kanunu, 2863 Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu vb.) kapsamında da farklı korunan alan sınıfları bulunmaktadır. Dünya üzerindeki korunan alanların sayısı 100 bini aşmış ve toplam alanının ülke yüzölçümüne oranı %12’ye ulaşmışken, ülkemizdeki korunan alanların büyüklüğü yaklaşık 5,6 milyon ha olmasına rağmen, toplam alanın ülke yüzölçümüne oranı %7.24 olarak belirlenmiştir (WWF, 2008). Ülkemizdeki çeşitli sözleşmeler ve kanunlara göre düzenlenmiş olan ve korunan alanlar sistemi içinde yer alan korunan alan türleri ve toplam sayıları Tablo 5’te gösterilmiştir (URL 3).

Tablo 11. Ülkemizdeki Korunan Alanlar Ve Sayıları

Korunan Alan Türü	Korunan Alan Değeri	Sayı
Milli Park	Ulusal	40
Tabiatı Koruma Alanı	Ulusal	31
Tabiat Parkı	Ulusal	184
Tabiat Anıtı	Ulusal	107
Yaban Hayatı Geliştirme Sahası	Ulusal	80
Gen Koruma Ormanı	Ulusal	238
Muhafaza Ormanı	Ulusal	58
Doğal Sit	Ulusal	1273
Özel Çevre Koruma Bölgesi	Bölgesel	16
Ramsar Alanı	Küresel	14
Biyosfer Rezervi	Küresel	1
Dünya Miras Alanı	Küresel	11

Her ne kadar dünya genelinde çeşitli sektörlerde sürdürülebilirlik ölçüt ve göstergelerini belirlemeye yönelik bilimsel çalışmalar yaygın olsa da, ülkemizde bu alandaki çalışmalar sınırlı sayıdadır. Ormancılıkta sürdürülebilir yönetim için ölçüt ve göstergeleri ulusal düzeyde belirlemeyi amaç edinen (Durusoy, 2009; Akyol, 2010) çalışmaların yanı sıra turizm sektöründe de bu amaçla gerçekleştirilen az sayıda çalışma (Gürer, 2009; Varnacı Uzun, 2012; Çalık, 2014) bulunmaktadır. Ekoturizmin dünyadaki gelişimine paralel olarak ülkemizde de giderek yaygınlaşması ile ekoturizmi korunan alanlar özelinde ele alan bazı çalışmalarda (Yılmaz vd., 2004; Akten, 2009; Nayır, 2009; Yılmaz vd., 2009; Albayrak, 2011) ekoturizm etkinliklerinin mevcut durumunun analiz edilmesi ve ekoturizme yönelik taleplerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Lakin ülkemizde hâlihazırda ekoturizm sektörü için sürdürülebilirliğinin belirlenmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla ölçüt ve gösterge belirlenmesine yönelik bir çalışma mevcut değildir.

Ülkemizde korunan alanlara özgü sürdürülebilir ekoturizm yönetimi ölçüt ve gösterge setinin en azından ulusal ölçekte geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda yapılacak çalışmaların başlangıç noktası olarak, uluslararası süreçler ve kuruluşlar tarafından turizm alanlarının ve doğal kaynakların sürdürülebilirliğini ölçmek amacıyla geliştirilen çeşitli ölçüt ve gösterge setleri ve korunan alanlarda sürdürülebilir ekoturizm ile ilgili bilimsel çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlardan istifade edilebilir.

Bahsi geçen çalışmalar incelendiğinde ölçüt ve göstergelerin temel dayanağının “Sürdürülebilir Turizm Konseyi” ve “Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü” tarafından belirlenmiş olan ölçüt ve gösterge setleri ile Bender (2008) ve Abidin (1999) tarafından kullanılan ölçüt ve göstergelerinin olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu setler yardımıyla ülkemiz şartları da göz önünde bulundurularak, Tablo 6’da sunulan ölçüt ve göstergelerin

ülkemiz korunan alanlarında ekoturizm yönetiminin sürdürülebilirliğinin belirlenmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla geliştirilecek olan set için altlık oluşturabileceği düşünülmektedir.

SONUÇ

Ülkemizde sürdürülebilir ekoturizm ölçüt ve göstergelerinin belirlenmesi için kapsamlı bilimsel çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda konu ile ilgili paydaşların (akademisyenler, ilgili kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk) katılımıyla sektörün mevcut durumu ortaya konularak, ekoturizm faaliyetlerine yönelik ölçüt ve göstergeler belirlenmelidir.

Çalışma kapsamında önerilen ölçüt ve göstergeler temel alınarak uzman görüşlerinden istifade edilip, ülke ölçeğinde sürdürülebilir ekoturizm ölçüt ve göstergeleri oluşturulmalıdır.

Elde edilen sonuçlara göre ortaya konulan ölçüt ve göstergeler daha da zenginleştirilerek, katılımcı bir yaklaşımla uzman kişiler, ilgi ve çıkar grupları ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilerek, ülke düzeyinde belirlenmiş olan ölçüt ve göstergelerin yanı sıra korunan alanlara özgü ölçüt ve göstergelerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 12. Ülkemiz Korunan Alanlarında Sürdürülebilir Ekoturizm Yönetimine Yönelik Muhtemel Ölçüt ve Göstergeler

Ölçütler	Göstergeler
Doğal kaynakların ve biyoçeşitliliğin korunması	Kritik habitat ve ekosistemlerin durumunu koruma derecesi
	Tehlike altındaki türlerin (bitki /hayvan) koruma derecesi
	İzleme veritabanı ve envanter kaydı
Çevresel kaynakların niteliği ve niceliği	Alanın doğal güzelliğinin kullanım seviyesi ve yoğunluğu
	Çevresel niteliklerin (su, hava vb.) kalitesi
	Hayvan popülasyonunun miktarı (kuş, balık, memeliler)
	Bitki örtüsü zenginliği ve çeşitliliği
Çevresel yönetim uygulamaları	Kaynakların tesislerin iyileştirilmesi (rehabilitasyonu) ve bakımınının ekoturizme katkısı
	Kritik alanların ekoturist taşıma kapasitesi oranı
	Vandalizmin kontrolü (Ekoturistlerce zarar verilmiş korunan alan değer ve tesis sayısı)
Çevresel öğrenim ve eğitim fırsatlarının temini	Yön işaretlerinin sayısı
	Ziyaretçi bilgilendirme merkezinin aktif olarak hizmet verdiği süresi
	Bilgilendirici /açıklayıcı personelin sayısı
Kültürel kaynakların korunması	Birim zamanda kütüphaneler, arşivler ve müzelerde saklanan ve kayıt altına alınan kültürel mirasların değerlendirilmesi
	Koruma önlemleri ve eylemlerin değerlendirilmesi
Kültürel kaynakların niteliği ve niceliği	Kültürel varlıkların miktarı
	Kültürel varlıkların önem düzeyi
	Kültürel varlıkların çeşitlilik anlamında değerlendirilmesi

Yerel katılım	Yerel halkın yer aldığı katılımcı turizm ile ilgili danışma toplantılarının sayısı
	Yerel katılımı yapılan programların (festival, kurs, çalıştay vb.) sayısı
	Yerel halkı kapsayan turizm politikası ve yönetim planları
Yerel halka sosyo-ekonomik faydalar	Ekoturizmde çalışan yerel halkın oranı (%)
	Yerel halkın istihdam yapısı (mevsimsel, tam zamanlı vb.) çalışanların sayısı
	Profesyonel tur rehberlerinin sayısı
Toplumu bilinçlendirme	Eğitim yoluyla koruma farkındalığı eğitimi verilen öğrenci sayısı
	Ziyaretçiler için uygulanan bilgi, farkındalık ve tutumlarının artırılmasına yönelik programların sayısı
	Alanda ikamet edenlerin bilgi, farkındalık ve tutumlarının artırılmasına yönelik programların sayısı
Tüketici / turist memnuniyeti	Şikâyetlerin yapısı ve türü
	Şikâyetlerin sayısı
	Yeniden gelen ziyaretçilerin oranı
Ekoturizm deneyiminin yönetimi	Doğa ile etkileşimde korunan alanların kullanım seviyesi ve yoğunluğu
	Turistler ile etkileşimde ekoturistlerin sayısı
	Yolların ulaşılabilirliği
Kurumsal çerçeve/ kapasite	Personel performansı ve teknik becerinin değerlendirilmesi
	Hizmet içi eğitimlerin sayısı

KAYNAKÇA

- ABIDIN, Zaaba Z (1999), The Identification of Criteria And Indicators For The Sustainable Management of Ecotourism In Taman Negara National Park, Malaysia: A Delphi Consensus, Phd Thesis İn Department of Recreation, Parks And Tourism Resources, Morgantown, West Virginia.
- AKTEN, Sibel (2009), Korunan Doğal Alanlarda Ziyaretçi Etki Yönetim Yaklaşımı (Gölcük Tabiat Parkı Örneği), Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- AKTEN Sibel; AKTEN Murat (2014), “Doğal Kaynak Yönetimi İçin Sürdürülebilir İndikatörler ve İlkeler”, II. Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu, 22-24 Ekim 2014, Isparta, ss. 404-415.
- AKYOL, Ayhan (2010), Sürdürülebilir Orman Yönetimi Ölçüt ve Göstergelerinin Türkiye Modeli, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.
- AKYOL Ayhan; TOLUNAY Ahmet (2014), “Sürdürülebilir Orman Yönetimi Ölçüt ve Göstergelerinin Türkiye İçin Modellenmesi”, SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, 15, ss: 21-32.
- ALBAYRAK, Ferruh Fatih (2010), Korunan Alanların Ekoturizm Gelişimine Etkileri: Camili Biyosfer Rezerv Örneği, Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Artvin.
- AZPILLAGA Luis Galindo-Perez-de; FORONDO-REBLES Concepcion; GARCIA LOPEZ Ana (2013), “Territorial Sustainability in Protected Areas in Spain” Ecological Indicators, 24, pp.403–411.
- BARZEKAR Godratollah; AZİZ Azlizam; MARIAPAN Manohar; İSMAİL Mohd Hasmadi; HOSSENI Syed Mohsen (2011), “Delphi Technique For Generating Criteria and Indicators in Monitoring Ecotourism Sustainability İn Northern Forests of Iran: Case Study on Dohezar And Sehezar Watersheds”, Folia Forestalia Polonica, Series A, 53 (2), pp: 130–141.
- BENDER, Maureen Young (2008), Development of Criteria & Indicators For Evaluating Forest-Based Ecotourism Destination: A Delphi Study. Ph.D. Thesis, West Virginia University, Morgantown, West Virginia.
- CHOI HwanSuk Chris; SIRAKAYA Ercan (2005), “Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude”, Journal of Travel Research, 43, pp: 380-394.
- CHOI HwanSuk Chris; SIRAKAYA Ercan (2006), “Sustainability Indicators for Managing Community Tourism”,b Tourism Managament, 27, pp: 1274-1289.

- ÇALIK, İsmail (2014), Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Analizi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya.
- DİLEK E. Figen; ŞAHİN Şükran (2002), "Çevre Duyarlı Turizm Uygulamaları: Yeşil Otelcilik ve Ekoturizm" Kırsal Çevre Yıllığı, ss: 97-116.
- DURUSOY, İdris (2009), Türkiye Ormancılığında Sürdürülebilir Orman Kaynakları Yönetimi Ölçüt ve Göstergelerinin Ülke Ölçeğinde Belirlenmesi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon.
- GALLAHER, Joanne Esther (2010), Ecotourism as a Social-Ecological System: A Case Study in Guanacaste, Costa Rica, The University of Arizona, Graduate Interdisciplinary Program in Arid Lands Resource Sciences, Ph.D. Thesis, Arizona.
- GEBHARD Katrin; MEYER Michael; ROTH Stephanie (2009), "Criteria For Sustainable Tourism For The Three Biosphere Reserves Aggtelek, Babia Góra And Šumava, Ecological Tourism In Europe (ETE)", Bonn, Germany.
- GÜRER, Nilüfer (2009), Dağlık Alanların Kalkınmasında Turizmin Katkısı, Erzurum-Erzincan-Bayburt Bölgesi Örnek Alanı, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- KAYNAK Erdener; MARANDU Edward E. (2006), "Tourism Market Potential Analysis In Botswana: A Delphi Study", Journal of Travel Research, 45, pp:227-238.
- MILLER Graham; TWINING-WARD Lousie (2005), Monitoring for a Sustainable Tourism Transition The Challenge of Developing and Using Indicators, CABI Publishing CABI International Wallingford Oxfordshire, UK.
- NAYİR, Ozan (2009), Isparta Yöresi Korunan Doğal Alanlarında Ekoturizm Talep ve Eğilimlerinin Belirlenmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- OZANER Sancer (2004), "Ekoturizm Nedir Ne Değildir?", T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri, Cilt II, ss: 319-323, Ankara.
- RAMETSTEINER Ewald (2001), "SFM Indicators As Tools In Political And Economic Contexts: Actual And Potential Roles", Criteria and Indicators For Sustainable Forest Management eds. Raison, A.G. Brown and D.W. Flinn.
- SOMUNCU Mehmet; YİĞİT Turgut (2009), "Göreme Milli Parkı Ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi", V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, ss.387-402.
- STRICKLAND-MUNRO Jennifer K.; ALLISON Helen E.; MOORE Susan A (2010), "Using Resilience Concepts to Investigate The Impacts of Protected Area Tourism on Communities", Annals of Tourism Research, V: .37, N.2, pp:499-519.
- TALI Manijeh Ghahroudi; SADOUGH Seyed Hasan; NEZAMMAHALLEH Mohammed Ali; NEZAMMAHALLEH Sakineh Khatoon (2012), "Multi-Criteria Evaluation to Select Sites for Ecotourism Facilities: A Case Study Miankaleh Peninsula", Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol. 23, No. 3, pp: 373-394.
- UN (2006), "Global Trends and Status of Indicators of Sustainable Development", Background Paper No.2, United Nations Department of Economic and Social Affairs, Division for Sustainable Development, Commission on Sustainable Development, Fourteenth Session, 1-12 May, New York, pp: 8.
- URL 1, http://www.iucn.org/about/work/programmes/gpap_home/gpap_quality/gpap_pacategories/, IUCN Protected Areas Categories System, Erişim Tarihi: 09.03.2016.
- URL 2, <http://www.milliparklar.gov.tr/korunanalanlar/index.htm>, "Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü Sorumluluğundaki Statülü Korunan Alanlar", Erişim Tarihi: 09.03.2016.
- URL 3, <http://www.milliparklar.gov.tr/korunanalanlar/korunanalan1.htm>, "Türkiye'deki Korunan Alan Sistemi Hakkında Bilgiler", Erişim Tarihi: 08.03.2016.
- VARNACI UZUN, Funda (2012), İhlara Vadisi Kültürel Peyzaj Alanında Sürdürülebilir Turizm, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

- WTO (2004), Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook, World Tourism Organization, Madrid.
- WWF (2008), Etkin Korunan Alan Sistemlerine Doğru. Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi Korunan Alanlar İş Programı Uygulama Kılavuzu, ISBN: 978-605-60247-0-2.
- YILMAZ Ersin; OK Kenan; OKAN Taner (2004), “Ekoturizm Planlamasında Katılımcı Yaklaşımla Etkinlik Seçimi: Cehennemdere Vadisi Örneği”, Doğu Akdeniz Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, DOA Dergisi, Yayın No:30, Tarsus.
- YILMAZ Ersin; ÇOŞGUN Ufuk; KOÇAK Zekeriya; AY Zerrin; ORHAN K. Hale (2009), “Katılımcı Yaklaşımla Ekoturizm Stratejilerinin Belirlenmesi Ve Önceliklendirilmesi: Cehennemdere Vadisi Ve Köprülü Kanyon Milli Parkı Örnekleri”, Doğu Akdeniz Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, DOA Dergisi, Yayın No: 51, Tarsus.
- YILMAZ İbrahim A; ÜNAL A; ÇAKIR Gülay (2015), “Sürdürülebilir Turizm Literatürü Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye Bağlamı”, Mesleki Bilimler Dergisi, 4 (2), ss: 55-83.
- YU Chia-Pin (Simon); CHANCELLOR H. Charles; COLE Shu Tian (2011), “Measuring Residents' Attitudes Toward Sustainable Tourism: A Reexamination of The Sustainable Tourism Attitude Scale”, Journal of Travel Research, 50(1), pp: 57-63.

KIRŞEHİR İLİ MUCUR İLÇESİNİN TURİZM POTANSİYEL OLANAKLARININ İNCELENMESİ

Yasin DÖNMEZ¹ Fatih TÜRKMEN² Levent AYTEMİZ³ Suat ÇABUK⁴

ÖZET

Doğal ve kültürel değerlere sahip alanlar, sürekli olarak insanların ilgisini çekmiştir. Son zamanlarda doğal ve kültürel kaynak değerleri yönünden zengin alanlara yapılan günü birlik turlar, insanların yoğun iş hayatından kaynaklanan stresini atmaya önemli katkıda bulunmaktadır. Ülkemizde çok sayıdaki bu alanların yeterli olarak tanıtımının yapılamaması ve alt yapı eksiklikleri önemli bir sorundur. Kırşehir İli'ne bağlı olan Mucur İlçesi gerek konumu, gerekse sahip olduğu doğal ve kültürel özellikleri bakımından ülkemizin önemli yerlerinden biridir. Turizm potansiyeli bakımından önemli niteliklere sahip olması nedeni ile değerlendirilmesi gerekmektedir. İlçe sınırları içinde yer alan ve ülkemizin önemli sulak alanlarından biri olan Seyfe Gölü bulunmaktadır. Aynı zamanda ilçe kış sporlarının önemli bir merkezi olan Erciyes Dağı'na ve inanç turizm etkinlikleri yapılan Hacıbektaş'a olan yakınlığı ile de önemli bir konuma sahiptir. Ayrıca ilçe merkezinde yer alan yeraltı şehirleri ve sahip olduğu kiliseleri ile turizm potansiyeli yüksek konumdadır. Bölgenin tanıtılması ile birlikte hafta sonları ilçeden başlayıp Kapadokya bölgesine yapılacak turlar ile bölge ekonomisine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Kırsal Planlama, Mucur

GİRİŞ

Yoğun iş hayatının yanında, insanların kendilerini özgür hissettikleri boş zamanlarda, özellikle gelişmiş ülkelerde, rekreasyon faaliyetleri yeni bir boyut kazanmıştır. İşte bu faaliyetlerin en önemli aşamasını turizm oluşturmaktadır. Turizm, insanların, sürekli olarak oturdukları ve çalıştıkları yerlerin dışına seyahat etmeleri ve gittikleri yerlerdeki turizm işletmelerinin ürün ve hizmetlerini kullandıkları geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanır (Koçoğlu, 2008).

1990'lı yılların başından itibaren turistlerin satın alma tercihlerinde yapılan incelemelere göre, deniz turizminden ziyade bireysel ve özel ilgi gerektiren mekanlara doğru bir yönelme

¹ Karabük Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü yasindonmez@karabuk.edu.tr,

² Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü fatihturkmen@karabuk.edu.tr

³ Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, leventaytemiz@karabuk.edu.tr

⁴ Karabük Üniversitesi Safranbolu Fethi Toker Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi suatcabuk@karabuk.edu.tr

*Bu çalışma, "Kırşehir İli Mucur İlçesi ve Yakın Çevresinin Peyzaj Potansiyelinin Saptanması" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

ortaya çıkmıştır. İnsanların deniz kıyısında boş vakitlerini öldürmek yerine ulaşım araçlarındaki artış ve gelişme sayesinde tatil sürelerini bölerek kullanmaya başlamışlardır.

Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasını sağlayan temel etkenler, turizmin gittikçe artan olumsuz çevresel etkilerinin fark edilmeye başlanması, yeni turistik aktiviteler arayan turist sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin önem kazanması ve turizm pazarındaki genel eğilimlerin alternatif turizm çeşidine doğru kayması olarak sıralanabilir. Başlangıçta az sayıda insan tarafından ve sınırlı alanlarda yapılmakta olan alternatif turizm türleri, doğal yapısı gereği sürekli yeniliklerin arayışı içinde olan insanoğlunun bilinmezleri keşfetme tutkusuyla da sınırlarını daha geniş boyutlara ulaştırma olanağı bulmuştur (Yaşaroğlu, 1992; Yıldız ve Kalağan, 2008;43)

Ekoturizm fikri insanların doğaya karşı olan merak ve ilgilerinin birleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Ekoturizm kavramı ilk olarak 1983 yılında tanımlanmasına rağmen kavramın gelişmesi ve kamuoyu tarafından öneminin kavranması 2000’li yıllarda hız kazanmıştır (Benzer, 2006; Türker, 2013). Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 2002 yılının ekoturizm yılı olarak ilan edilmesiyle ekoturizm kavramının uluslararası anlamda önemi ve gerekliliği resmen kabul edilmiştir.

“Ekolojik turizm” yani “ekoturizm” ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, ekoturizmin doğaya dayalı turizmin bir alt kategorisi olduğu görülmektedir. Turoğlu ve Özdemir’e (2005) göre ekoturizm; doğal ve kültürel miras konulu, ziyaretçi ve yerel halkın menfaatlerini gözeten, korumacı ve eğitsel, sürdürülebilir turizm faaliyetleridir.

Ekoturizmin belli hedefleri vardır. Bu hedefleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Turoğlu ve Özdemir, 2005);

- Doğal ve kültürel mirasın korunmasına aktif olarak katkıda bulunmak,
- Halkın refah seviyesini yükseltmek,
- Yörenin doğal ve kültürel mirasını turistlere tanıtmak,
- Gruplara olduğu kadar, bireysel turistlere de en iyi imkânları sunmak,
- Geri kazanılması mümkün olmayan kaynak kayıplarını en aza indirmek,
- Turizm yönetimi ve ilgili organizasyonlarda yerel halkın katılımcı rol alması,
- Turiste tanııtma-bilgilendirme, yerel halka ise kültürel, sosyal ve ekonomik gelişme hizmeti getirmek,
- Turistlerin olduğu kadar yerel halkın da sürdürülebilir turizm konusunda bilinçlenmelerini sağlamak,

- Ekoturizm faaliyetlerindeki iş imkânlarını tekelleşikten kurtarıp, geliri yerel halk ile ilgili kurum ve kuruluşlara eşit olarak yayarak dağıtmak,
- Turizm faaliyetlerinin her anlamdaki olumsuz etkilerini en aza indirmektir.

Ekoturizm faaliyetlerini gerçekleştiren kişilere ekoturist denilmektedir. Ekoturistler daha doğal bir çevreyle ilgilenmekte ve zorlu deneyimler sunan, insanlardan uzak yerleri tercih etmektedirler (Pedersen, 2002).

Ekoturizm doğayı anlama ve doğadan zevk almanın yanı sıra, kırsal kalkınmayı desteklerken doğal çevreyi koruyacak eylemlerde bulunmayı da gerektirmektedir. Bu yönüyle ekoturizmin doğal ve kültürel zenginliklere sahip gelişmekte olan ülkelerdeki kırsal alanlar için önemli bir sürdürülebilir gelir kaynağı olduğu söylenebilir (Türker, 2013).

Bu çalışmada Mucur İlçesi'nin sahip olduğu ekoturizm olanaklarının araştırılması ve turizm potansiyelinin incelenmesi amaçlanmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Mucur Hakkında Genel Bilgiler

Araştırma alanı olan Mucur, Niğde'nin bir köyü iken 1868 yılında kasaba olmuş, Balkan Savaşı'ndan önce ilçe olması için zamanın hükümetine başvurulmuş ise de savaşın başlaması nedeniyle bu girişim bir sonuç vermemiştir. 6 Nisan 1914 günü Harbiye Nazırı Enver Paşa, Şark Cephesi'ni teftişe giderken Mucur'a da uğramış, halkın ilçe olma talebi ile karşılaşmıştır. 1918 yılında da ilçe haline getirilmiştir. Kırşehir ili 1954 yılında ilçe olunca, Mucur Nevşehir İli'nin ilçesi olmuş, 1957 yılında Kırşehir'in tekrar il olmasıyla yeniden Kırşehir'e bağlanmıştır (Anonim 2005).

Mucur, Kırşehir ilinin 7 ilçesinden en büyük yüz ölçüme sahip üçüncü, nüfus bakımından ikinci büyük ilçesidir (Şekil 1). Kırşehir, Ankara'nın 185 km. güneydoğusunda yer alır. Komşu illeri sırasıyla Ankara, Kırıkkale, Yozgat, Nevşehir ve Aksaray'dır.

İlçe, 7 mahalle ve 44 köy bulunmaktadır. 2014 genel nüfus sayımı sonuçlarına göre merkezde 5.851, köylerde ise 12.782 kişi ile toplamda 18.633 kişi yaşamaktadır.



Şekil 1. Araştırma alanının ülke içerisindeki konumu

Mucur karasal iklim etkisi altındadır. Yazları sıcak ve kurak, kışları ise soğuk ve yağışlıdır. Mucur Meteoroloji İstasyonu'nda kaydedilen yıllık ortalama sıcaklık 10,2°C'dir. En düşük aylık ortalama sıcaklık -3.8°C ile Ocak ayında, en yüksek ortalama sıcaklık 29.5°C ile Ağustos ayında gözlenmiştir Aylık ortalama yağış 53.7 mm ile Mayıs ayında maksimum seviyede iken, 5.7 mm ile Ağustos ayında minimum seviyeye düşmektedir. Yıllık ortalama yağış miktarı ise 414.1 mm seviyesindedir. Yıllık ortalama bağıl nem %65'tir.

Mucur, ulaşım açısından önemli bir konuma sahiptir. Güney Doğu ve Batı Anadolu'yu birbirine bağlayan ve en önemli yol olan E-23 Devlet karayolu üzerindedir (Şekil 2).



Şekil 2. Mucur yakın çevresi karayolu ağı

YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi; literatür taraması, doğal ve kültürel çevre verilerinin saptanması, sorunların saptanması, sonuç ve öneriler, aşamalarını kapsamaktadır.

Mucur'un Doğal ve Kültürel Özellikleri

Mucur sahip olduğu doğal ve kültürel özellikleri ile turizm potansiyeli oldukça yüksek konumdadır. İlçe'nin sahip olduğu başlıca potansiyeli yüksek alanları aşağıda verilmiştir.

Mucur Yeraltı Şehri: Mucur ilçe merkezinde,Hamidiye mahallesindedir. Ülkemizin önemli tarihi yer altı şehirlerinden birisidir. Hıristiyanlık döneminde M.S.3. ve 4. yüzyıllarda yapılmıştır (Akyürek vd., 1995).

Yeraltı şehri, Roma ve Bizans dönemlerinde savaş ve baskınlar sırasında halkın korunması için yer altı şehrinin yapıldığı bilinmektedir. Yerden 7-8 metre derinlikte, yumuşak kayalar oyularak yapılan Mucur yer altı şehrinin Kırşehir Aşıkpasha türbesi yakınlarına kadar uzandığı tahmin edilmektedir (Şekil 3). Bugün 42 odaya sahip olan yer altı şehrinde, dehlizler, ahırlar, ibadet yerleri, gizli yollar ve geçitler bulunmaktadır (Yıldırım 2000). Mucur. Yeraltı Şehri, Kayseri Kültür ve Tabiat varlıklarını Koruma Kurulu'na 1989 yılında birinci arkeolojik sit alanı olarak, kültür varlığı olarak tescil edilmiştir (Anonim 2005).



Şekil 3. Mucur yer altı şehri

Kilise (manastır): Mucur'un ilk yerleşim yerlerinden biridir. Solaklı mahallesinde yer alır. Manastır denilen bu mevkide bir kilise vardır. Yakın tarihe kadar kilise içinde boyalı resimler bulunmasına rağmen, gereken önem verilmediğinden bugün kaybolmuştur. Bu kiliseden dolayı bölgeye manastır denilmiştir. Etrafında bu özelliği taşıyan birçok mağara bulunmaktadır. Yumuşak kayaya oyulmuş olan bu mağaralar turizm açısından görülmeye değer güzelliktedir (Akyürek vd., 1995).

Aksaklı Kiliseleri ve Kalesi: Mucur'un 10 km. güneyinde Aksaklı köyünde bulunmaktadır. Köyün içinde ve etrafında bulunan kiliseler mağaralar ve ilginç şekillerden oluşan kayaların ne zaman ve kimler tarafından yapıldığı bilinmemektedir (Şekil 4). Mağaralardan çıkarılan küplerden ve tarihi eserlerde buraların Bizans dönemlerinden kalma bir yerleşim yeri olduğu tahmin edilmektedir. Kayseri Kültür ve Tabiat varlıklarını Koruma Kurulu'na 1991 yılında birinci arkeolojik ve doğal sit alanı olarak, kültür varlığı tescil edilmiştir (Yıldırım, 2000; Anonim 2005).

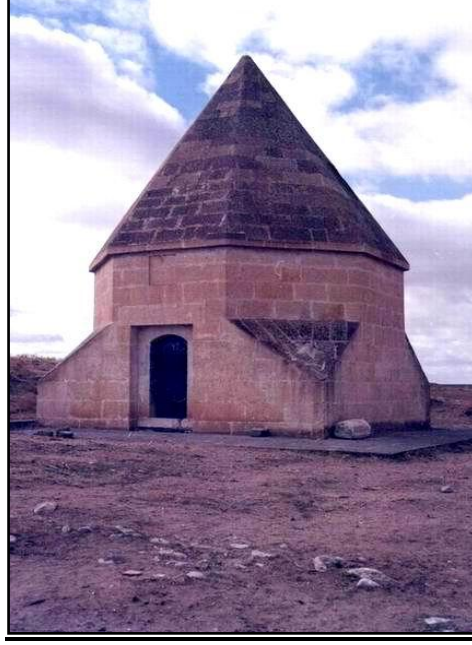
Aksaklı kalesi, Orta Anadolu'nun önemli kaleleri arasında yer almıştır. Kale içindeki ilginç odalar, geçit yerleri, kalenin uzun zamanlar bölgede bir sığınak yeri olarak kullanıldığını göstermektedir. Kaledeki gözetleme yerlerinin kalenin dışarıdan gelecek tehlikelere karşı temkinli olmak için yapılmıştır. Yıllardır gereken önem verilmediğinden bu önemli tarihi yerler harabe durumuna dönüşmeye başlamışlardır (Akyürek vd., 1995).



Şekil 4. Aksaklı Kilisesi

Aflak Baba Türbesi: Mucur'un Aflak köyündedir. Köy ismini bu türbeden almıştır. Köyün üst tarafında, küçük bir tepenin üzerinde bulunan türbe, yakınında bulunan höyük sayesinde dikkati çekmektedir. Restore edilmiş olan türbenin içinde kitabe bulunan mezar taşı vardır (Şekil 5). Resmi bir kayıt olmamasına karşın, mezar taşından anlaşıldığı kadarıyla,

Anadolu'nun fethi sırasında bölgede ölen bir askere ait olduğu sanılmaktadır (Yıldırım 2000). Türbe, Kayseri Kültür ve Tabiat varlıklarını Koruma Kurulu'nca 1996 yılında dinsel kültür varlığı olarak tescil edilmiştir (Anonim 2005).



Şekil 5. Aflak Baba Türbesi

Seyfe Gölü: Seyfe Gölü, Mucur'un 16 km kuzeyinde, 39° 13'K - 34° 23'D koordinatlarında yer almaktadır. Ankara'ya 220 km, Kırşehir'e ise 30 km uzaklıktadır. Adını batıdaki Seyfe köyünden almaktadır. 152.200 hektarlık Seyfe kapalı havzasının güney ucunda yer alır. 10.700 ha Ramsar alanı olarak belirlenmiştir. Alan 1989 yılında birinci derece Doğal Sit Alanı, 1990 yılında da Tabiatı Koruma Alanı ilan edilmiştir. 1994 yılında da Ramsar sözleşmesine dâhil edilmiştir (Şekil 6). Ornitoturizm (kuş gözlem turizmi) bakımından yüksek potansiyele sahiptir.



Şekil 6. Seyfe Gölü

Geleneksel (Folklorik) Değerler

Mucur doğal ve kültürel özelliklerinin yanı sıra folklorik değerlerde dikkati çekmektedir. Zengin halk müziği, yerel mutfak, dokumacılığı, festival ve şenlikleri en önemli öğeleridir.

Dokumacılık

Selçuklu ve Osmanlı devletinin ilk dönemlerinde önemli bir kültür merkezi olan Kırşehir, Ahilik ve Babailik gibi çeşitli esnaf teşkilatlarının öncülüğünü yapmıştır. Mimari eserleri, halıları özellikle Mucur, halı ve kilimleriyle tanınan bir şehirdir. Yörede dokunan ve en eskisi XVII. yüzyıldan kalan ve devam ederek günümüze gelen halılardan, yörede köklü bir dokuma geleneğinin varlığı söz konusudur. Kırşehir’de kurulmuş ve daha sonra Anadolu’nun çeşitli yerlerinde faaliyet göstermiş olan Bacıyan-ı Rum (Anadolu Bacıları),-köylere kadar uzanan kolları ile halı ve kilim kursları açarak köylerde dokuma yaptırmışlardır (Şekil 7). Buna paralel olarak Mucur’da dokunan halı ve kilimlerin, diğer yörelerle aynı ölçüde dokuma geleneğine sahip olduğunu söylemek gerekmektedir (Akyürek vd. 1995; Yıldırım, 2000; Anonim, 2005).



Şekil 7. Mucur halılarından örnek (Yıldırım 2000)

SONUÇ

Günümüzde aşırı kalabalıklaşma, yüksek yapı yoğunlukları ve kent merkezlerdeki yoğun iş hayatının insanlarda neden olduğu stres ve yorgunluk, insanların kentten uzak, doğal ve kültürel yapılarla sahip olan yerlere gitme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Kısa süreli tatil ve hafta sonlarında kente yakın mesafede bulunan, turizm ve rekreasyon açısından çeşitli alternatifleri bir arada bulunduran yerler, insanların her zaman ilgisini çekmiştir. Dünyada yaşanan ekonomik ve sosyal değişimlere bakıldığında, kırsal nitelikli doğal ve kültürel

özelliklere sahip bu alanlarda rekreasyon-turizm etkinliklerinin, giderek arttığı görülmektedir. Böylece gerek kaynakların akılcı kullanımları, gerekse sürdürülebilir kullanımları yerel ekonomi için önemi büyüktür.

Turizm, beraberinde getireceği potansiyel ile birlikte, değişik kültürlerin karşılaşmasından doğan kültür alışverişiyle, birçok faydayı beraberinde getirir. Değişik meslek gruplarına ihtiyaç gösterir, yerleşmenin ekonomik yaşantısının güçlenmesine ve canlılık kazanmasına sebep olur. Bölgede yapılan incelemeler ve görüşmelerden elde edinilen bilgiler ışığında ilçe halkının geçim kaynağı arayışlarının olmasına karşın kamu kurum ve kuruluşlarının yeterli ilgiyi göstermemesi neticesinde uzun vadede bölge için sürdürülebilir bir gelişimden bahsetmek söz konusu olamayacaktır. Özellikle Seyfe Gölü ve civar köylerde yapılan görüşmelerde, halkın büyük bir çoğunluğunun gölün kurutularak tarım alanlarına açılma isteğinin çevre konusundaki eğitimsizliğini ortaya koymaktadır. Halkın göl konusunda yeterince bilgilendirilmesi sağlandığı takdirde gölün ekolojiye ve bununla birlikte sağlayacağı turizm çeşitliliğine getireceği faydaları büyüktür.

Mucur, doğal güzelliklerinin yanı sıra yakın çevresindeki tarihi değerleriyle de Türkiye’de ve hatta dünyada önemi bilinen bir yerleşim yeri özelliği taşımaktadır. Yılın her döneminde yerli ve yabancı turistlerin akınına uğrayan, Kapadokya bölgesinin benzer özelliklerini taşıması bölge için önemli bir gelir kaynağını oluşturacaktır. Fakat ne yazık ki bu taşıdığı önemi halkı tarafından da yeterince bilinmemektedir.

Bölgenin tanıtılmasından önce bölgenin bir çevre düzeni planı olmalıdır. Bu plan çerçevesinde gerekli olan düzenlemeler yapılmalıdır. Şu an ilçe ile ilgili 1972 yılında yapılan nazım imar planı vardır. Bu planlar tekrar gözden geçirilerek, ekolojik veriler göz önüne alınarak, günümüz gereksinimlere göre hazırlanacak imar planı kapsamında alt yapı çalışmalarına başlanılmalıdır.

İlçede sürdürülebilir turizm anlayışı esas olmalıdır. Sürdürülebilir turizm ile rekreasyon amaçlı faaliyetlerin doğal ve kültürel çevre ile uyum içinde gerçekleştirilmelidir. Başta Ankara ve Kayseri gibi büyük kentler olmak üzere Kırıkkale, Yozgat, Nevşehir, Niğde ve Aksaray gibi pek çok ile yakın olması, rekreasyonel etkinlik ve hafta sonu tatilleri için olanak sağlamaktadır.

İlçe; Ürgüp, Göreme ve Avanos'un yer aldığı Kapadokya bölgesinin başı kabul edilmektedir. İlçede yer alan mevcut yeraltı şehirleri ve mağaraları ile benzer özellik taşımaktadır. Özellikle Seyfe Gölü’nden başlamak üzere, Mucur, Nevşehir, Ürgüp ve Göreme gibi doğal ve kültürel

zenginliklere sahip olan bu bölgeye düzenlenecek olan günübirlik veya hafta sonu gerçekleştirilecek olan turlar, bölge için önemli gelir kaynağı olacaktır.

Seyfe Gölü ve çevresinde yapılan hatalı uygulamalar, g l n geleceğini tehdit etmektedir. Bu bölgede çeşitli sivil toplum örgütleri, kamu kuruluşları ve halkında desteğini alarak bir  evre yönetim planı yapılmalı ve uygulanmalıdır. Buradaki amaç; ekolojik olarak sürdürülebilir olan turizm ve rekreasyon yönetimi uygulamalarının benimsenmesi yoluyla, önemli alanların korunmasını temin etmektir. İlçe için yapılacak bir  evre düzeni planında şu aktivitelere yer verilmesi uygun olacaktır.

-  adırlı kamp
- Piknik alanları
- Doğada serbest yürüyüş
- Tarihi alanları ziyaret ve gözlem
- Ornitoturizm (Kuş gözlemciliği)
- Bisiklet
- Kamping

Mucur halkı turizme sıcak bakmaktadır. Turizm ile ilgili neleri, nasıl yapacakları konusunda çeşitli toplantılar ve çeşitli kurslar açılarak bilin lendirilebilirler. Solaklı ve Hamidiye mahallelerindeki evler ev pansiyonculuğu, Seyfe Gölü ve çevresindeki düz arazide kamp, kamping, ornitoturizm, bisiklet ile gezinti gibi pek çok aktiviteler için uygun bir kenttir. Yapılacak günlük tur ve konaklamalı turlarda, yöre el sanatlarının sergilenmesi tanıtım ve ekonomi açısından önemlidir. Ayrıca yöresel mutfak ürünlerinin satışa sunulduğu lokantalar yeni iş imkânları oluşturulabilir.

İlçeye günlük veya konaklayarak iki günlük turlar düzenlenebilir.  rnek olarak;

Bir günlük tur:

- Seyfe Gölü
- Yer altı şehri
- Manastır
- Aflak baba türbesi
- Aksaklı kilisesi şeklinde olabilir.

Konaklamalı turlarda ise, bir günlük tura ilave olarak Kapadokya bölgesine (Hacıbektaş, Ürgüp, Göreme, Avanos ve Ihlara vadisi) yapılacak turlar bölge için önemli bir gelir kaynağı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Anonim. 2005. Mucur Kültür Envanteri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara
- Akyürek, M., Köksal, A., ve Yıldırım, M., 1995. Tarihten Günümüze Mucur, Mucur.
- Benzer N. A. (2006). Bolu-Göynük ve Yakın Çevresi Doğal ve Kültürel Kaynaklarının Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Koçoğlu P. (2008). Ekoturizmin Sürdürülebilir Turizm Politikasındaki Yeri: Dünyadaki Ekoturizm Destinasyonlarının İncelenmesi, Basılmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tanıma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Pedersen A. (2002). Managing Tourism at World Heritage Sites: a Practical Manual for World Heritage Site Managers. Published by UNESCO World Heritage Centre, Paris.
- Turoğlu H. ve Özdemir H. (2005). Bartın İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi. Doğu Coğrafya Dergisi, Sayı 13, Konya.
- Türker N. (2013). Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Bir Ekoturizm Rotası Önerisi. The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science, Volume 6, Issue 4, s. 1093-1128.
- Yaşaroğlu, Ş. A., 1992. Turizm Bilincini Geliştirme, Turizm Eğitimi Konferansı Workshop, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Yıldırım, M., 2000. Rakamlarla Mucur 2000, Mucur Ticaret ve Sanayi Odası, Mucur.
- Yıldız, Z., ve Kalağan, G., (2008), ‘‘Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri’’, Yerel Siyaset Aylık Bilimsel Siyasi Dergi, 35, 42 - 44

ÇEVRECİ DENİZ TURİZMİ FAALİYETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ İHTİYACI VE BU AMAÇLA TÜRKİYE’DE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Aziz MUSLU¹

ÖZET

Günümüzde yaşanan hızlı değişim süreci yeni iş yapış şekillerini getirmiştir. Bu iş yapış şekilleri ülkelerin kalkınma modelleri şekillenip oradan en küçük ölçekli işletmelere kadar nüfuz etmektedir. En önemli yeni yönetim anlayışlarından biri sürdürülebilir işletmeciliktir. Deniz turizmi faaliyeti sunan işletmeler için sosyal sorumluk gereği sürdürülebilir bir işletmecilik modeli geliştirmeleri zorunluluktur. Deniz turizmi hizmetleri kitleselleşirken bir dizi çevre sorununu da beraberinde getirmektedir. Her ne kadar deniz turizmi ile ilişkisi olmayan üçüncü tarafların deniz turizmi kaynaklarına verdiği zararlar çok fazla olsa da, deniz turizmi araçlarının, tesislerinin denize en çok kirliliği ve çevresel tahribatı yaptığı gibi kamuoyunda yanlış bir algı mevcuttur. Bu nedenle sektördeki tüm taraflarca kamu otoriteleri, sivil toplum örgütleri, işletmeler deniz turizmi kaynaklarının tahrip olmasının ve deniz kirliliğinin önüne geçmelidirler. Aynı zamanda bu işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliği de temiz deniz ve çevresine bağlıdır. Türkiye’de bu doğrultuda çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmaların daha arttırılması işlevsel hale getirilerek bir bilinç değişiminin yaşanması şarttır. Mavi kart çalışmaları iyi bir adım olmasına karşın uygulamada sıkıntılar getirmektedir. Mavi bayrak önemli bir sertifikasyon sistemi olmasına karşın deniz turizmi araçlarında uygulama alanı bulamamıştır. Çevreye zararsız deniz turizmi aracı işletmeciliği önemli bir ihtiyaçtır. Deniz turizmi tesis ve araç işletmelerinin sosyal sorumluk gereğinin ötesinde misyonlarının bir gereği olarak piyasaya sürdürülebilir deniz turizmi ürünleri sunmalıdırlar. Sürdürülebilir işletmecilik modellerini kurumlarında geliştirmelidirler. Çevre tahribatını azaltılması için yapılan tüm çalışmalara dahil olmalıdırlar.

Anahtar Kelimeler: Deniz Turizmi, Sürdürülebilir Yönetim, Stratejik Yönetim, Kıyı Yönetimi, Deniz İşletmeciliği

GİRİŞ

Ekonomik değer yaratma sürecinin çevreye duyarlı şekilde geliştirilmesi, günümüzün önemli ihtiyaçlarındandır. Çevreye duyarlı turistik ürünlerin geliştirilmesi sürdürülebilirlik kavramı ile ifade edilmektedir. Sürdürülebilir kavramı; sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları ile ortaya çıkmış bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınma büyümenin doğaya, çevreye doğal kaynaklara, denizlere, yaşanan sosyal ve fiziksel ortama zarar vermeden olması gerektiğini savunan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilir kalkınmayı “Bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi

¹Yrd.Doç.Dr.,Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,amuslu@gelisim.edu.tr

ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamaktır” (TÇSV, 1987:71) şeklinde tanımlayabiliriz. Doğaya gereken özen gösterilerek ve zarar vermeden insan ihtiyaçlarının karşılanması mümkün olduğundan yola çıkan sürdürülebilir kalkınma kavramı aynı zamanda sosyal ve toplumsal gelişmeyi ekonomik büyüme kavramıyla ele alır. Yenilenemez kaynakların tüketilmesine karşı olan bir anlayıştır. Çevre sorunları ve ekonomik gelişmenin arasında denge kurulamaması üzerine geliştirilmiş bir ekonomik kalkınma modelidir. Dünyanın pek çok ülkesinde benzer şekilde ortaya çıkan çevre sorunlarının temelinde ekonomi ve çevre arasındaki dengesizlik yatmaktadır. İnsanoğlu bir yandan hızla gelişen bilim, teknoloji ve sanayi ile ekonomik açıdan yaşam kalitesini yükseltirken, diğer yandan da doğaya zarar vermektedir. Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik kalkınmanın çevreye zarar vermeden sağlanması gerektiğine dikkat çeken bir kavramdır (Kaynak, 2007:43).

Sürdürülebilirlik kavramı 1987 yılında Stockholm’de yapılan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu toplantısında gündeme gelmiş fakat 1992 yılındaki Rio Konferansı’na kadar üzerinde anlaşılmış ve fikir birliğine varılmış bir tanımı yapılamamıştır (Voinov, 2011:2). Rio Bildirgesi’nin 4. maddesine göre “Çevre koruma, sürekli ve dengeli kalkınmanın gerçekleşebilmesi için kalkınma sürecinin önemli bir parçasın oluşturmali ve çevre koruma ve sürekli kalkınma, birbirinden ayrı düşünülmemelidir (Rio Declaration on Environment and Development, 1992) denilmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Stratejilerinin hedefi, tüm paydaşların iş modellerin sorumlu iş yapma prensibine dayanarak kurması, bu şekilde risklerin minimize edilmesi ve böylelikle Sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır (Göçmen, 2011:12). Sürdürülebilir büyümenin deniz turizmi sektörü içinde geliştirilmesi ve bu yönde yönetimsel modellerin oluşturulması çağımızın gerektirdiği önemli bir ihtiyaçtır. Bu doğrultuda uygulamalar ve politikalar geliştirilmelidir. İşletmeler kalite politikalarını sürdürülebilir deniz turizminin ihtiyaçlarına göre biçimlendirmelidir.

1960’lı yıllardan itibaren Avrupa’da “deniz, kum, güneş” olgusuna dayalı kitle turizminin yaygınlaşması sonucu kıyılar kirlenmiş, çevre değerleri bozulmuştur.1960-1980 dönemi, Avrupa’da turizmin çevresel değerlere yıkıcı etki yaptığı bir dönemin olduğu ileri sürülmektedir (Kahraman, 1997). Turizmin özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve az gelişmiş ada devletlerinde ekonomik gelişimin bir aracı olarak kullanımının yaygınlaşması konusunda Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar artan bir şekilde deniz parklarının, genellikle soyu tehlikede olan ekosistemlerin korunmasına ve canlı çeşitliliğinin sürdürülmesi için kurulmalarına rağmen koruma / kullanma dengesinin kurulabileceğini, deniz alanlarından koruma alanında kazançlara varılırken ekonomik kazançların da elde edilmesinin yollarının

bulunması gerekliliğini iddia eder olmuşlardır (Yercan, 2004). Bu nedenle sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının bir sonucu olarak, sürdürülebilir turizm politikaları önem kazanmıştır. Sürdürülebilir turizm, doğal, kültürel ve sosyal kaynakları uzun vadede güzelleştiren ve koruyan, olumlu ve ılımlı bir tarzda ekonomik gelişmeyi destekleyen bir turizm olarak tanımlanabilir (Scharff, 1998). Yine Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı daha kısa bir tanıma göre "Sürdürülebilir turizm ev sahibi ülkenin yaşam kalitesini geliştiren, misafirler için yüksek kaliteli hizmet tecrübesi sağlayan ve alanların çevre kalitesini arttıran bir turizm biçimidir" (Sanjay, 2000 Aktaran Sarkım, 2007). Deniz turizminde tüm taraflar ortak çıkarları doğrultusunda sürdürülebilir deniz turizmini geliştirmelidirler.

Deniz Turizmi hizmeti sunan işletmeler deniz turizmi faaliyetlerinin çevreye olan negatif etkilerini bertaraf edecek politika ve uygulamalar geliştirmelidirler. Personellerini bu konuda gerekli eğitimden geçirerek kalite politikalarına eklemelidirler. Sürdürülebilir bir gelecek sağlayabilmenin ilk koşulu ise öncelikle düşünce şeklini ve buna bağlı olarak davranışlardaki değişimi gerçekleştirebilmektedir. (Geliş, 2011). İşletmelerde, davranışlardaki değişimi gerçekleştirmek kalite yönetiminin eğitim fonksiyonuyla sağlanabilmektedir. Toplam kalite yönetiminin sürdürülebilir işletmecilik politikalarıyla oluşturulması ihtiyacı günümüz işletmecilik anlayışında olmazsa olmazlardan olarak karşımıza çıkmaktadır. 2020'den sonraki değişim sürecinde sürdürülebilirlik ana görüşlerin yanı sıra ürünler, hizmetler ve hayat tarzlarında da yer alacaktır. (Göçmen, 2011). Bu nedenle Sürdürülebilir olmayan deniz turizmi hizmeti gelecekte tüketiciler tarafında talep edilmeyecek bir üründür. İşletmeler İş Dünyasının uzun dönemdeki başarısı çevrenin ve toplumun sürdürülebilirliği ile bağlantılıdır. Hem şirketlerin, hem toplumun hem de çevrenin kazandığı bir geleceğe giden yol, yenilikçi ve çevreci iş modelinin kurulmasından geçmektedir. (Önce Kalite Dergisi, Aralık 2010). Gelecekte başarı sürdürülebilir kalkınma ile ölçülecektir (Göçmen, 2010). Deniz Turizmi sektörünün başarısı sürdürülebilir politikalarla gerçekleşebilecektir. Bütün bu gelişmeler gösteriyor ki deniz turizminde kaliteyi belirleyen unsur çevreci ürünler sunabilmekten geçmektedir.

Deniz Turizmi ekolojik bir turizm faaliyetidir. Alternatif Deniz Turizmi doğaya yakınlığı, kitle turizminden çok kültürel etkileşim hedefli turistlerin çevre bilinci odaklı yönlendirmesi ile şekillenen bir ekolojik turizm bileşenidir (Demir vd., 2010). Deniz turizmi ürünlerinden istifade edenlerde ilk oluşacak algı doğadaki canlıların, denizin, ormanların, içinde bulundukları doğal güzelliklerin tahrip olmamasıdır ve bu güzelliklerin gelecek nesillere aktarılmasıdır. Deniz turizminde tüketici tarafından böyle bir algı oluşmasına karşın, dünya

üzerinde sektörün hızlı büyümesi nedeniyle bir takım negatif gelişmeler sürdürülebilir deniz turizminin geliştirilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Son yıllarda ekonomiye önemli derecede girdi sağlayan turizm gelişmeleri, ekolojik değerleri göz ardı eden kontrolsüz uygulamalarla kıyı mekânlarını tahrip etmektedir (Keleş, 2003). Fransa’da yat limanı kapasitelerini arttırmak uğruna bataklıklar kurutulmuş, bozulan ekolojik denge ve değişen çevre niteliği göz ardı edilmiştir (Keleş, 2003). Ülkemiz de, batı Akdeniz’de ki bu gelişmelerden ders alınarak, deniz turizmi tesislerinin planlaması, sürdürülebilir bir yaklaşımla gerçekleştirilmelidir. Deniz alanlarımızın büyüklüğü ve ülkemizde deniz turizminin taşıdığı öneme rağmen çevreye yönelik ilginin gerekli düzeyde olmaması, (DPT, 2004) eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine de Ülkemiz tarafından deniz yapılarının sürdürülebilirliği ile ilgili yeterli olmasa da kamu nezdinde bazı çalışmalar yapılmaktadır.

Taşıma kapasitesi değerlendirme çalışmaları temel alınarak o deniz alanının (özellikle de kapalı koyların) hizmet verebileceği tekne sayısının ortaya konulması gerekmektedir. Bu çalışmadaki amaç limanların ve diğer tesislerinin kurulacağı alanlarda doğal dengeyi bozmadan doğal kaynakları tüketmeden sürdürülebilir bir gelişim planlayabilmektir. Doğal olarak böyle bir amaç ancak problemleri daha büyük bir ölçekle görmekle mümkündür. Bu ölçek ise, deniz turizminin bir ekonomik sektör olarak geliştiği diğer sektörlerle paralel olarak gelişmesinin öngörüldüğü “bütünleşik kıyı alanları kullanımı” ölçeğinde yapılacak çalışmalardır (Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması 2.Ara Rapor, 2009).

Günümüzde bilinç değişikliği ile sürdürülebilirlik yaşam tarzı haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik; doğa tahrip edilmeden ve ekolojik denge bozulmadan doğal kaynaklardan istifade edilmesidir. Deniz turizminde en önemli kaynaklar kıyılarımız ve denizlerimizdir. Deniz Turizminde tüm taraflarca kaynakların sürdürülebilirliği için etkin bir eğitim politikası geliştirilmelidir. "Cezai yaptırım bir çözüm değil, herkesin peşine bir polis takmak ta mümkün değil. Biz bunun bilinçlendirme vasıtası ile olacağına inanıyoruz. Bizim katı atık topladığımızı gören vatandaşlarımız teknelerindeki biriktirdikleri boş pet şişeleri bile bizim almamız için bekletiyorlar. Bu konuda en iyi yöntem vatandaşlarımızın çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirilmesidir." (Vira Haber, 2010). Ülkemizde bütünlüklü bir sürdürülebilir deniz turizmi politikası ihtiyacı mevcuttur.

Sürdürülebilirlik yani gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılamak imkânını tehlikeye atmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılamaktır (Geliş, 2011). Deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçlarını sürdürülebilir kavramına uygun olarak dizayn edip planlamalıyız.

Deniz araçlarının insan ve çevre ölçeğinde meydana getirdiği etkiler tasarım aşaması başlamadan henüz fikir aşamasındayken ele alınmalı ve tasarım, üretim ve kullanım sonrası aşamalarda alınacak önlemlerle azaltılmalıdır. Genel olarak güneş enerjisinden en yüksek düzeyde yararlanmayı sağlayan, yağmur suyunu ve rüzgâr enerjisini kullanan, geri dönüştürülmüş malzemelerle inşa edilen ve kullanılan malzemeler geri dönüşebilen ya da yeniden kullanılabilen, denizel yaşama saygılı olan, kullanıcılarına sağlıklı ve konforlu bir yaşam sağlayan deniz araçları sürdürülebilir ürünler olarak nitelendirilmelidir (Özgel, 2011). Bu tip deniz araçları kamuoyu oluşturularak teşvik edilmelidir. Otoritelerce bu tip deniz araçlarına kolaylıklar sağlanmalıdır. Niteliksel olarak marinaların ve deniz araçlarının sürdürülebilir şekilde dizayn edilmesinin yanında kalite yönetimi yaklaşımıyla sürdürülebilir işletmecilik yönetsel anlamda kurumlarda geliştirilmelidir. Deniz turizmi sektöründe sürdürülebilir işletmecilik kalite yönetimi ile geliştirilebilir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye’de Sürdürülebilir Deniz Turizmi ile ilgili Çalışmalar

Son zamanlarda çıkarılan bazı yönetmeliklerde marina ve yatlar çevre yönetimi konusunda bazı zorunluluklar getirilmiştir. Bunlardan birisi de 21 Kasım 2008’de 27061 sayılı Resmi gazetede 24 Temmuz 2009 Tarih, 27298 sayı ile Resmi Gazete yayınlanan “Çevre Denetim Yönetmeliği”’dir. Yönetmeliğe göre marinalarda çevre yönetim birimi oluşturularak çevre yönetim sisteminin oluşturulması istenmektedir (İçemer vd., 2010).

Hükümet dışı örgütlerin sürdürülebilir turizm amacıyla yaptıkları çalışmalar göz ardı edilmemelidir. Bu çerçevede hükümet dışı örgütler; devletin ve sanayinin her düzeydeki sürdürülebilir turizm danışma kuruluşlarının bir parçasıdır. Sürdürülebilir turizm planlaması ve gelişimine girdi sağlayabilir. Sürdürülebilir turizm gelişimi için sürekli yerel destek vermeli kontrolsüz turizm gelişimine karşı çıkılmalıdır (Keleş, 2003). Ülkemizde yerel düzeyde sürdürülebilir deniz turizmi için sivil toplum örgütleri önemli çalışmalar yapmaktadır. Önemli doğa tahribatlarına dikkat çekilerek, önlemler alınması sağlanmıştır.

Kıyılarımızda ayrıca Bakanlar Kurulu kararıyla ilan edilmiş bulunan Özel Çevre koruma bölgeleri' bulunmaktadır. Bu alanlarda bulunan doğal güzelliklerin, tarihi ve kültürel

Kaynakların, biyolojik çeşitliliğin, sualtı, su üstü canlı ve cansız varlıkların korunmasını ve bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak için özel alan olarak ilan edilmiştir. Deniz kıyılarında bulunan alanlar sırasıyla:

- Göksu Deltası (Mersin)

- Belek (Antalya)
- Kaş-Kekova (Antalya)
- Datça-Bozburun (Muğla)
- Fethiye Göcek (Muğla)
- Gökova (Muğla)
- Foça (İzmir)

Liman yerleri planlama çalışmalarında özel çevre koruma bölgelerine özel önem verilmelidir (Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması 2.Ara Rapor,2009).

Özellikle güney Ege ve batı Akdeniz’de mavi yolculuğun ve yatçılığın gelişimi özel çevre koruma kanunu kapsamına alınan bölgeler sayesinde sürdürülebilmektedir.

Türkiye'deki turizm olgusu Ege ve Akdeniz Bölgeleri ağırlıklı gelişim/bozulma göstermiştir. Bu bölgelerde bütüncül bir plandan yoksun ve denetimden uzak turizm yapılaşması sonucunda, çevre kalitesi bozulmaya başlamış ve altyapı eksiklikleri önemli bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Altyapı eksikliklerinin belirlenmesi amacıyla 1989 yılında Güney Anadolu Çevre Projesi (GAÇ) adı ile başlayan ve halen Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi adı ile yürütülen bir proje Turizm Bakanlığı'nca yürürlüğe konmuştur. 2020 yılı hedef alınarak, yaklaşık 4000 km'lik kıyı ve hinterlandı boyunca kanalizasyon, içme suyu, atık su arıtma, çöp toplama ve imha gibi altyapı sorunlarına çözüm getirmeyi amaçlayan proje, Dünya Bankası'nca Japon Hükümeti'nden sağlanan teknik yardım kredisi ile gerçekleştirilmektedir. Ancak, ATAK Projesi, "Yerel yönetimlerin personel, ekipman, teknik, finansal yetersizlikleri ve merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasındaki koordinasyon eksikliği gibi sorunlardan dolayı yaşama geçirilememektedir " (Karasalan ve Özelçi, 1996).

Genel anlamda turizm kaynaklı bozulmalardan etkilenen deniz turizmi faaliyetlerinin sürdürülmesi için yerel yönetimler ve kamu otoriteleri düzeyinde çalışmalar yapılması gerekmektedir. Deniz turizmi işletmeleri sürdürülebilir deniz turizmi için kamu nezdinde oluşturulan düzenlemeler ve uygulamalar için otoritelerle koordineli olarak çalışmalıdır. Ancak ne var ki bu çalışmalar koylarımızı ve doğal güzelliklerimizi korumak için yeterli gelmemektedir. Özellikle hızlı yapılaşmanın ve mavi yolculuğa uygun koyların yok olmasının önüne geçilememektedir. Son dönemlerde kamu otoriteleri teknelerden kaynaklı atık suların toplanması üzerine yoğunlaşmıştır. Asıl büyük tehlike yapılaşma sonucu koylarda oluşan bozulmalardır.

Deniz turizminin sürdürülebilirliğine ilişkin kısıtlı olsa ülkemizde kamu nezdinde bazı çalışmalar yapılmaktadır.. Deniz turizmi işletmelerinde sürdürülebilir işletmecilik anlayışını kalite sistemleri ile işletme politikalarına eklemelidirler. Gelişmiş ülkelerden deniz turizmi ürünlerini talep eden müşteriler için sürdürülebilir deniz turizmi ürünleri farklılaşmış ürünler olarak algılanmaktadır. Genellikle batılı gelişmiş ülkelerin orta sınıf eğitilmiş kitleleri deniz turizmi hizmetlerini talep etmektedir. Bu kişilerin çevreyi kirleten tahrip eden bir ürünü tüketmeleri düşünülemez.

Mavi bayrak Çalışmaları

Mavi Bayrak, gerekli standartları taşıyan nitelikli plaj ve marinalara verilen uluslararası bir çevre ödülüdür (TÜRÇEV, 2012). Ayrıca bu ödül deniz araçları içinde verilmektedir. Mavi bayrak kampanyasının temeli su kalitesinin belirlenmesi için Avrupa Birliği içinde ki çalışmalar ile başlamıştır.

Bu çalışmalar 1987 yılında Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE) tarafından yürütülen Mavi Bayrak Kampanyası adı altında birleştirilmiş önce 11 AT ülkesi daha sonra 22 ülkede başarı ile uygulanmıştır. 2001 yılında ise Avrupa'nın dışında yer alan ülkelere gelen talepler doğrultusunda kampanyanın kapsamı genişletilmiş olup Avrupa Çevre Eğitim Vakfı'nın adı Çevre Eğitim Vakfı olarak değiştirilmiştir.

Mavi Bayrak Kampanyası dört temel konu üzerinde yoğunlaşmıştır.

- Yüzme amacıyla kullanılan suyun niteliği
- Çevresel eğitim ve bilgilendirme çalışmalarının yönlendirilmesi
- Plaj düzeni ve emniyetinin sağlanması
- Çevre Yönetimi (DTO,2011)

Mavi bayrak uygulaması bir taraftan uluslararası standartlara sahip plaj, marina ve yatlarımızın ülkemizde yaygınlaşmasını sağlarken, diğer taraftan da uluslararası turizm pazarında mavi bayrak açısından eşdeğer koşullarda rekabet etme ortamı hazırlamaktadır. Uluslararası standart sembol olan Mavi Bayrak uygulaması, Mavi Bayrak Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından düzenli olarak denetlenmektedir. Mavi bayrak yaygın olarak bilindiği gibi sadece plajlara değil, yat ve marinalara da verilmektedir (Vira Haber,2012).

Mavi bayrak deniz turizminde teknelerin ve marinaların niteliklerini belirlemek için önemli bir ödüldür. Bu ödül deniz turizmi ürününün farklılaşmasına ve tercih edilmesine etki edebilecek bir niteliğe sahiptir. Mavi Bayrak Ödülü'nün, deniz suyu temiz, çevre yönetimine

duyarlı, öngörülen donatıma sahip ve çevreyi bilinçlendirme konusunda aktif plaj ve marinalara verilmiş olup, ödülün uluslararası alanda tanınmış olması dolayısıyla uluslararası turizm pazarında olumlu yönde katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir (DTO, 2011).

Mavi Bayraklı Marinalarda Gerekenler; (TÜRÇEV, 2009).

- Mavi Bayrak bilgilendirme panosu (marina pano talep formu için tıklayınız)
- En az 3 çeşit tehlikeli atığı (atık yağ, sintine, pil, akü gibi) toplamak için konteynır
- En az 3 çeşit geri dönüştürülebilen atığı (kâğıt, cam, plastik gibi) toplamak için ayrı kutular
- Yeri kolayca bulunabilen yangın söndürme ekipmanları
- Yeri kolayca bulunabilen can kurtarma ve ilkyardım malzemeleri
- Temiz ve bakımlı duş-tuvalet ve çamaşır yıkama üniteleri
- Engelliler için olanakla şeklinde özetlenebilir.

Mavi Bayrak Panosunda bulunması gerekenler ise;

- Marinada mavi bayrak kriterleri ile ilgili tüm olanakları gösteren örnek marina haritası
- Marinada yıl boyunca yapılması planlanan çevresel etkinliklerin programı

Pano Türkçe kısmına konulacak tablo Pano İngilizce kısmına konulacak tablo

- Marina kullanıcılarının hareket alanı içerisinde bulunan yakın yerlerdeki hassas ve doğal alanlar ile buralarda uyulacak çevresel davranış kuralları hakkında bilgi
- Mavi Bayrak kriterleri ve program hakkında bilgi
- Acil durumlarda aranacak yetkililerin telefon numaraları

Yatlarda Mavi Bayrak Ödülü Almak İçin Uyulması Gereken Kriterler (Mavi Bayrak, 2012)

1. Yatın “denize elverişlilik belgesi” (z)
2. Ticari yatlar için “deniz turizmi aracı işletme belgesi” (z)
3. Mavi Bayrak kriterlerini, uyulması gereken yat davranış kurallarından, yerel ve ulusal düzeyde kimlerin sorumlu olduğunu belirten Mavi Bayrak bilgilerinin sergileneceği uygun ve görünür asılı pano (ödüle hak kazanıldığı takdirde TÜRÇEV tarafından gönderilecektir) (z)

4. Sintine ve pis su tanklarının düzenli olarak marina veya başka bir toplama merkezinde çektirilmesi ve bunun belgelenmesi ve/veya yatta arıtma sistemi bulundurulması ve faal durumda bulundurulması (z)

5. Mavi Bayraklı yatlar için hazırlanan ‘Atık Takip Formu’ nun düzenli olarak işlenmesi (z)

6. Marinalarda yapılan çevre eğitim etkinliklerinden en az birine fiilen katılmış olmak .(z)

Mavi Kart Uygulamaları

Gemilerden atık alımı ve mavi kart sisteminin pilot bölge seçilen ve ilk kez Muğla kıyılarında uygulanmasının ardından sistemin Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından Antalya, İzmir ve Aydın’da da uygulanması için çalışma başlatıldı (Vira Haber, 2012).

Özel Çevre Koruma Kurumu Başkanlığı'nın tekne ve yatların atık sularını denize bırakmasına yönelik aldığı önlemler kapsamında "Atık Su Alım Üniteleri" yapımı projesini hayata geçirdiği bildirildi (CNN Türk, 11 Ocak 2011).

Mavi kart uygulamasında yasal zemin hazırlanmasına karşın uygulamada problemlerle karşılaşmaktadır. Atık alım tesislerinin olmaması operasyon süreçlerini yönetecek personelin olmaması, kamu otoritelerinin uygulamaya ilişkin yeterli bilgi donanımına sahip olamaması gibi eksikler mevcuttur. Yönetimsel olarak geliştirilen bir yaklaşım mevcut değildir. Mavi kart uygulamalarının sürdürülebilir işletmecilik yönetimi anlayışı içinde firma politikalarına eklenmesi şarttır. Çevreci işletmecilik anlayışı ancak çalışan merkezli bir anlayışla geliştirilebilir. Teknik eksikliklerin yanında görülen yönetsel eksikliklerde mevcuttur.

Mavi yolculuğun kalbi olan Bodrum ve Gökova'yı kapsayan bölgede teknelerin karada atıklarını bırakabileceği istasyon yok. Cezaların aşırı artması nedeniyle de bu yıl tekne sahipleri ve kaptanlar, atıklarını bırakacak tesis olmadığı için bir haftalık mavi yolculuk programından Gökova'yı çıkartabilirler. Bu nedenle Akyaka, Sedir Adası ve Çökertme bölgelerinde en az üç, Güllük körfezinde de en az iki atık istasyonu acilen kurulmalı (Son Dakika,12 Mart 2011). Cezai yaptırım yerine konuya ilişkin alt yapı yatırımlarının geliştirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kıyı turizmi için yapılan toplantıda deniz turizmi içinde oluşan tablo aşağıda ifade edilmiştir; Toplantıda ağırlıklı olarak “turizmde güvenliğin” yanında, kıyıların temizliği ve “Mavi Kart” uygulaması konuşuldu. Muğla İl Turizm Vekili Filiz Mutlu, Muğla’nın 131 koy ile 61 adaya sahip olduğunu belirtirken, 30 yat firması ve 857 yat ile yatlarda 7 bin 243 yatağa sahip olduğunu söyledi. Turizmde süreklilik için kıyı temizliğinin önemine dikkat çeken Mutlu,

Göcek, Dalyan, Gökova ağırlıklı olarak 1018 teknenin de günü birlik turizm yaptığını kaydetti (Deniz Haber,2010). Bu durum bütün tartışmalara karşın mavi kart uygulamasının ve gemi atık takip sisteminin bir ihtiyaç sonucu ortaya çıktığını eksikleri olsa da geliştirilmesinin gereğini ortaya koymuştur. İşletme kalite sistemlerine eklenmiş çalışan odaklı oluşturulacak bir anlayışla atık yönetimi sisteminin oluşturulması şarttır. Aşağıdaki proje insan odaklı geliştirilmediği sürece işlemesi düşünülemez.

Gemi Atık Takip Sistemi (GATS) ile de gemi atıklarının daha etkin kontrolü hedefleniyor. Projeye, gemi atık bildirimleri ile limanlarca gemi atıklarının alınması ve bertaraf aşamasında kullanılan atık transfer ve Ulusal Atık Taşıma (UATF) bilgileri elektronik ortama taşınacak. Sistem sayesinde gemilerin illegal deşarjları kontrol altına alınacak ve gemi atıkları envanteri otomatik olarak sistemde tutulacak (Boat Builder, 2012).

Muğla Valiliği ile Muğla Çevre Müdürlüğü'nce hayata geçirilen "Mavi Kart" uygulaması ile Göcek koylarında seyir halinde olan ve katı atık bulunan tekneler özel çipli kartlar yardımı ile takip ediliyor. Teknelere marinaya girişlerinde verilen kart sayesinde teknelerin, "katı atıkları, katı atık alım noktalarına kaç defa uğradıkları ve atıkların cinsleri" takip ediliyor. Göcek Belediyesi tarafından işletilen marina da 20 adet katı atık alım noktası bulunuyor (Vira Haber, 2011).

Muğla Çevre ve Şehircilik Müdürlüğü Mavi Kart yöneticisi Cem Tekin “Muğla’da 34 noktadaki kıyı tesisinde sintine atık alımı yapılıyor. 7 tane atık alım gemisi bekliyor. Muğla kıyılarında 9 Bin 561 kayıtlı deniz taşıtı bulunuyor. 4 Bin 500 adet elektronik mavi kartı ücretsiz dağıtmıştık. İl Müdürlüğümüz tarafından 5 Bin adet daha kart bastırıldı. Ayrıca mavi kart tabletleri bu yıl uygulamaya sokulacak. Tablet üzerinden mavi kartlar okunabilecek. Çevre bakanlığı sistemine bağlanacak, o tekne ile ilgili tüm bilgiler görülebilecek” dedi (Deniz Haber, 2012).

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, gemi kaynaklı deniz kirliliğinin önlenmesi ve deniz çevresinin korunması için harekete geçti. Bakanlık, “Mavi Kart” ve “Gemi Atık Takip Sistemi” uygulamalarını başlattı. Gemilerden Atık Alınması ve Atıkların Kontrolü Yönetmeliği uygulamaları çerçevesinde etkin bir atık alım ve takip sisteminin kurulması amacıyla hayata geçirilen Mavi Kart Sistemi’nde, yoğun deniz turizminin yaşandığı Muğla pilot bölge olarak belirlendi. Muğla’da bulunan tüm yat limanı ve balıkçı barınaklarında atık alım ve sistem alt yapısı oluşturularak, yatlarda ve diğer su araçlarında, online atık kayıt ve takip sistemi uygulamaları başlatıldı. Projenin tüm kıyı illerinde 2 yıl içerisinde yaygınlaştırılması öngörülüyor (Boat Builder, 2012).

Özyanık, Muğla'daki özel çevre koruma bölgelerinde teknelerin ve yatların evsel nitelikli atıklarını denize boşaltmamaları için uygulanan proje kapsamında, bugüne kadar Gökova, Marmaris, Bozburun, Akyaka, Ekincik, Selimiye, Köyceğiz, Dalyan ve Göcek'te tekne yanaşma iskelelerine atık su alım bağlantı noktasının yapımının tamamlandığını anlatarak, "Muğla'daki dünyaca ünlü koylarda gezintiye çıkan tekne ve yatlar, atık sularını artık denize boşaltmayacak. zararlı atıklar deniz yerine iskelelere kurulan atık su alım ünitelerine, aktarılacak" (CNN Türk, 12 Ocak 2011).

Gemi Atık Takip Sistemi (GATS) ile de gemi atıklarının daha etkin kontrolü hedefleniyor. Projeye, gemi atık bildirimleri ile limanlarca gemi atıklarının alınması ve bertaraf aşamasında kullanılan atık transfer ve Ulusal Atık Taşıma (UATF) bilgileri elektronik ortama taşınacak. Sistem sayesinde gemilerin illegal deşarjları kontrol altına alınacak ve gemi atıkları envanteri otomatik olarak sistemde tutulacak (Boat Builder, 2012).

Mavi kart uygulamaları toplam kalite yönetimi, emniyetli gemi yönetim sistemi gibi yönetsel yaklaşımlarla geliştirmeli. Deniz turizmin de tüm taraflar eğitimlerle bilinçlendirilmeli. Teknik gelişmeler ve cezai yaptırımların ötesinde işletme düzeyinde politikalar geliştirilerek personelin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Personelin bilinçlendirilmesi TKY sisteminin eğitim fonksiyonu ile geliştirilebilir. Deniz turizmi hizmetleri sürdürülebilir turistik ürünler olarak tüketicilere sunulabilmelidir.

SONUÇ

Türkiye’de yapılan bütün çalışmalara karşın deniz turizmi kaynakları yok olmaktadır. Bu kaynaklar ekonomik değeri olan gelecek nesiller için kazanç kapısı olabilecek özelliktedir. Türkiye ekonomisine getirisi göz önüne alındığında deniz turizminin önemi daha da belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu kaynakların gelecek nesillere aktarılması için tüm taraflar koordineli şekilde çalışmalar yürütmelidirler. Sürdürülebilir işletmecilik modelleri ile tüm çalışanlarda bu doğrultuda bilinç değişimi oluşturulmalıdır. İşletmelerin vizyon ve misyonlarının ayrılmaz bir parçası olarak sürdürülebilir işletme politikaları geliştirilmelidir. Kamu otoriteleri ve sivil toplum örgütleri çevreye verilen tahribatın en aza indirilmesi için çalışmalıdırlar. Sektörel düzeyde sürdürülebilir deniz turizmi ürünleri geliştirilmeli faaliyetler bu doğrultuda yapılmalıdır. Kamu otoriteleri deniz suyu kirliliğine yol açacak faaliyet ve yapılaşmaları engellemelidirler. Mavi kart çalışması sonuç odaklı olarak etkin hale getirilmelidir. Mavi bayraklı deniz aracı ve tesis sayısı arttırılmalı çevreci deniz turizmi faaliyetlerini destekleyecek sertifikasyon sistemleri geliştirilmelidir. Bu sistemler işlevsel olarak sürdürülebilir deniz turizmine hizmet etmelidir.

KAYNAKÇA

- Anonim, Atıklarını denize bırakmıyorlar (2011) CNN Türk.<http://www.virahaber.com/haber/atiklarini-denize-birakmiyorlar-18108.htm> (12 Aralık 2012)
- Anonim, Gökova ve Güllük'e atık alım (2011) tesisi,<http://www.virahaber.com/haber/gokova-ve-gulluke-atik-alim-tesisi-19034.htm> , (19 Mart 2011)
- Anonim, Kıyı turizmi için Muğla'da toplantı yapıldı. (2010) <http://www.denizhaber.com.tr/kiyi-turizmi-icin-muglada-toplanti-yapildi-haber-24518.htm> (25 Şubat 2010)
- Anonim, Mavi Kart ve Gemi Atık Takip Sistemi Yürürlükte, (2011) <http://www.boatbuilderturkey.com/?pid=22378>(12 Aralık 2012).
- Anonim, Deniz tutkunlarının gözdesi: Göcek, (2011) <http://www.virahaber.com/haber/deniz-tutkunlarinin-gozdesigocek--18218.htm> (19 Ocak 2011)
- Anonim, United Nations General Assmbly, “Rio Declaration on Environment and Development”, Report of the United Nations Conference on Environmentand Development, A/CONF.151/26 (Vol. I), Rio de Janeiro,1992, <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>
- Anonim, Mavi kart için tablet uygulaması geliyor (2012), <http://www.virahaber.com/haber/mavi-kart-icin-tablet-uygulamasi-geliyor-24015.htm> (12Aralık2012)
- Anonim, Deniz Ticaret Odası, “2010 Deniz Sektörü Raporu”, İstanbul 2011, s.144-147
- Anonim, Mavi Bayrak bilinci geliyor (2011) <http://www.virahaber.com/haber/mavi-bayrak-bilinci-gelisiyor-18245.htm> (12Aralık 2012)
- Anonim, Turçev Resmi sitesi, (2009) , <http://www.turcev.org.tr/content.php?conID=101> (03 Ocak 2009)
- Anonim , Mavi Bayrak Resmi Sitesi (2011) , http://www.mavibayrak.org.tr/IcerikDetay/IcerikDetay.aspx?icerik_refno=37 , (18 Aralık 2012)
- Anonim, Devlet Planlama Teşkilatı, Türkiye İktisat Kongresi (2004), 2004 Çalışma Grubu Raporları II, Ankara s.275
- Anonim, Ulaştırma Bakanlığı Demiryolları Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü “Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması 2.Ara Rapor” 27 Ağustos 2009 s.54-55

- Anonim, Önce Kalite Dergisi, (2010) “Geleceğe Giden Yol, Yenilikçi ve Çevreci Bir İş modelinde.” <http://www.kalder.org/images/uploads/KASIMARALIK2010.pdf>, Sayı 148 Kasım Aralık 2010 , s34
- Anonim, Bodrum Deniz Ticaret Odası (Bdto)’Nın Görüşleri (2008) “Vizyon 2023 -Bodrum’da Yeniden Yapılanma Ve Yeni Açılımlar Sempozyumu”, (BOSİAD) Yayını, Yayın No: 1, Bodrum 2008, s.43
- AlexeyA.Voinov, Paradoxes of Sustainability, <http://www.uvm.edu/giee/AV/PUBS/Sust-Par.html>, (22 Aralık 2011).
- DEMİR, Volkan ve Diğerleri, (2010) “Alternatif Deniz Turizmi ve Gerekliliği”, Türkiye’ nin Kıyı ve Deniz Alanları VIII. Ulusal konferansı, Türkiye Kıyıları 10 Konferansı, Trabzon, Türkiye, 27.04-01.05.2010,s.779
- Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCDE) (1987),Ortak Geleceğimiz, Çev.Belkıs Çorakçı, TÇSV Yayını ,Ankara,1987.
- GELİŞ , Hüseyin “Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin...” Önce Kalite Dergisi, Sayı 14 ,Temmuz-Ağustos (2011), s.28-29.
- GÖÇMEN, Mehmet, “Sürdürülebilir Kalkınma İş Modelinin Temelini Oluşturabilir”, Önce Kalite Dergisi, Sayı 149 ,Ocak (2011),s12-13
- İÇEMER ,Gönül ve Diğerleri (2010),“ Yat Limanlarında Atık Alımı ve Yönetimi” Türkiye Kıyıları’10 Türkiye’nin kıyı ve Deniz Alanları VIII.Ulusal Kongresi, Trabzon, 27 Nisan -1Mayıs 2010.s.985
- KAHRAMAN, Nüzhet ,“Sürdürülebilir Kalkınmanın Uygulanması Tartışma Toplantısı” ,Türkiye Çevre Vakfı Yayını, 11-12 Aralık1997 ,Ankara s.103
- KARASLAN Şule ve ÖZELÇİ, Tanyel, (1996), “Sürdürülebilir Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım” 19. Şehircilik19.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul, 1996, s.366
- KAYNAK, Muhteşem.(2007) , Kalkınma İktisadı, 2. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara, 2007.
- KELEŞ, Ayşegül (2003) , “Sürdürülebilir Turizm planlaması ve Türkiye’de Yat Turizminde Ekolojik yaklaşım” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi , Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , s.53-62
- ÖZGEL, Seval, (2011) “Deniz Araçlarının Sürdürülebilir Ürün Tasarımı Kavramı Kapsamında İncelenmesi”, Boat Builder Yat ve Tekne İmalatı Dergisi, Eylül-Ekim 2011), <http://www.boatbuilderturkey.com/?pid=22403>
- SCHARFF,Heijo.(1998), “21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları”, 1. Uluslararası Turizm Sempozyumu, 16-17 Aralık 1998, Yıldız Teknik Üniversitesi Yayını, İstanbul, s. 18
- SARKIM, Mustafa, (2007) “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi , Dokuz Eylül Üniversitesi SBE ,s.85
- YERCAN, Funda, Gökdeniz Neşer (2004), “Çekek Yerlerinin Sınıflandırılması İçin Geliştirilmiş Bir Model ve Ege Kıyılarındaki Tesislere Uygulanması” Gemi Mühendisliği ve Sanayimiz Sempozyumu, 24-25 Aralık 2004. s.21

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM LİTERATÜR İNCELEMESİ:
PRENSİPLER VE TEKNİKLER KAPSAMINDA ELE ALINAN TEMEL KONULAR
(1990-2016)

Özlem GÜZEL¹

Mustafa GÜLMEZ²

Dilara BAHTİYAR³

ÖZET

Sürdürülebilir turizm, turizme konu olan çevresel, kültürel ve doğal kaynakların kullanılırken çekiciliklerinin korunmasını ve gelişimini sağlayan uygulamaları bir araya getiren bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın içeriğini oluşturan uygulamaların tanımlanması ve yaygınlaştırılması hususunda sektör uygulayıcıları ve akademik çevre öncülük yapmalıdır. Bu husustan yola çıkılarak bu çalışmada son çeyrek asırda yani 1990'lı yıllardan günümüze kadar uzanan süreçte sürdürülebilir turizm temalı, teorik ve uygulamalı çalışmalar, prensipler ve teknikler kapsamında incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında sürdürülebilir temalı akademik çalışmaların yıllar itibarıyla giderek arttığı, sürdürülebilir turizmin on iki hedefi itibarıyla ekonomik süreklilik, yerel refah, çevresel doğallık, fiziki bütünlük ve kültürel zenginlik başlıklarının yoğunlukta olduğu görülmüştür. Buna karşılık yerel kontrol, toplumsal refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, biyolojik çeşitlilik ve kaynak verimliliğine işaret eden çalışmaların yetersiz olduğu keşfedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Turizm, Literatür Araştırması.

GİRİŞ

Sürdürülebilir kavramı çevre boyutu kapsamında varlığını 1970'li yıllarda kazanırken, 1980'li yıllardan bu yana sürdürülebilirlik, gelişim çalışmaları ve turizm araştırmalarında popülerlik kazanmıştır (Liu, 2003; Berno ve Bricker, 2001). Ancak Jayawardena (2003) ve Liu (2003) sürdürülebilir turizm yazın araştırmalarının zayıf ve yetersiz olduğu vurgulamaktadır. Liu (2003), yaptığı sürdürülebilir turizm literatürü araştırmasında kavram karışıklıklarının, yanlış ölçümlerin ve yetersiz tanımlamaların sürdürülebilirlik tartışmalarına yol açtığını belirtmektedir. Jayawardena (2003), uygulayıcıların akademisyenlerden beklentilerinin uygulanabilir pratik modeller geliştirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca geleceğe yönelik turizm araştırmalarının “işletme modeli yaratılması, iyi uygulama örnekleri, iyi uygulamaların yararlarının analiz edilmesi, müşteri ve hizmet sağlayıcıları algıları arasındaki

¹ Doç.Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ozlemguzel@akdeniz.edu.tr

² Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, mgulmez@akdeniz.edu.tr

³ Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, dilarabahtiyar0790@gmail.com

boşlukları belirlenmesi, turizm algıları ve toplumsal değerin anlaşılması, yeşil fırsatların değerlendirilmemesinin yansımaları, çevreci ürün performansı ölçümü, uygulayıcı ve akademisyenleri buluşturan ortak araştırmalar, başarı hikâyelerini geniş kitlelerle paylaşma, örnek olaylar ve eğitimin parçası olarak başarı hikâyeleri” üzerinde yapılmasını önermektedir. Marshall ve Toffel (2005), sürdürülebilir kavramının net bir tanımının yapılamayacağını ve bunun da nedeninin sürdürülebilirliğin süreklilik gerektiren bir süreç olmasından kaynaklandığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Padin ve Svensson (2013) sürdürülebilirliğin bir kavram veya yapı olarak değil, bir süreç olarak tanımlanması gerektiğini vurgulayarak sürdürülebilir turizm sürecinin de sürekli olması ve kendini yinelenmesi gerektiğini belirtmiştir. Sürecin yenilenmesi ve tanımlanmasında da şüphesiz ki bilimsel araştırmalar katkı sağlayacaktır. Bilimsel araştırmalar, “turizm, yerel toplumluklar ve çevre arasındaki içsel ilişkilerin anlaşılması, paydaşların kimliği ve rollerinin anlaşılması, destinasyonların kutup gelişim modellemelerinin sağlam temeller üzerine yerleştirilmesi, çevrenin korunmasının ötesine uzanan bir yaklaşım olarak sürdürülebilirliğin içeriğinin anlaşılması, turizmin ekonomik, çevresel, sosyo-kültürel değerler üzerindeki etkisinin irdelenmesi ve turistlerin tüketici kimliklerinin vurgulanması” hususlarında kritik önem arz etmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilir literatür araştırması üzerine odaklanan bu çalışmanın belirtilen yıllar arasında sürdürülebilirlik anlayışının yoğunlaştığı alanları keşfetmek ve eksik noktalarını belirlemek hususunda önem arz edeceği düşünülmektedir.

Sürdürülebilir Turizm

Çevre ve doğaya verilen zararların en önemli sorumlularından birisi turizm sektörüdür (Güzel, 2012; Papatya vd., 2011; Demir ve Çevirgen, 2006; Meydan, 1998). Yeşil/küresel kapitalist sistemin sıfır noktasına yaklaşırken yarattığı mahşerin dört atlısından birisi olarak ekolojik krizin varlığını vurgulayan Papatya ve diğerleri, ekolojik krizin beraberinde sürdürülebilir çevre paradoksunu yarattığını ve turizm faaliyetlerinin kendi geleceğini tehlikeye attığının fark edilmesiyle beraber ‘doğanın bir tüketim nesnesi haline dönüştürülmesi’ gerçeğinin sürdürülebilir turizm kavramını ortaya çıkardığını belirtmektedirler (2011: 223). 1980’li yıllarda Brundtland raporu ile popüler olan sürdürülebilir turizm yaklaşımı, sektörün gelişimini ve kalıcılığını sağlamayı, uzun dönemde destinasyonların çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan negatif etkilerini yok etmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilirlik ilkeleri, Dünya Turizm Örgütü’nün (WTO) yatırım raporlarında “Turizmde Küresel Etik Kodları” içerisinde vurgulanmaktadır. Turizmde Küresel Etik Kodları içinde

seyahat ve turizm hareketlerinin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel içeriklerini içeren 10 ilke den üçüncüsü *Sürdürülebilir kalkınma unsuru olarak turizm*’dir (<http://ethics.unwto.org>, 27.05.2016). Madde 3’de vurgulandığı üzere, turizm sektörü sürdürülebilir kalkınmanın temel unsurdur ve bu madde şu içeriklere sahiptir (<http://ethics.unwto.org>, 28.05.2016):

- Turizmin gelişmesinde bütün taraflar, sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme perspektifinde doğal çevreyi korumakla yükümlüdür ve ihtiyaçların giderilmesinde gelecek nesiller dikkate alınmalıdır.
- Kaynak tasarrufu, özellikle de su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık azaltan yöntemlere öncelik tanıyan turizm türleri, ulusal/bölgesel/yerel kamu yetkililerince teşvik edilmelidir.
- Okul tatilleri gibi turist akışının arttığı dönemler, turizmin çevre üzerindeki etkisini azaltacak şekilde düzenlenmelidir.
- Turizm altyapısı ve faaliyetleri, ekosistem, bioçeşitlilik ve vahşi yaşamın korunmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır.
- Doğa turizmi ve ekoturizm, turizmin gelişmesi ve zenginleşmesinde rol oynayan temel unsurlar olarak kabul edilmelidir.

Dünya Turizm Örgütü’nün (WTO) neden sürdürülebilir turizme önem verdiğine bakıldığında ise, sektörün içinde yer alan turizm işletmelerinin duyarsız uygulamalarının varlığı, yerel halkın ve turistlerin turizmin etkilerine karşı bilinçsiz olmaları gibi durumlara işaret edilebilir. Bu durumun somut örneklerini Dünya Turizm Örgütü’nün 2013 yılında yayınladığı sürdürülebilir turizm gelişimi raporunda görmek mümkündür. Raporda gelişimin en önemli gücü olarak gösterilen turizmin negatif yönleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Turizm, ağırlıklı olarak ulaştırma olanakları ve ulaştırmanın yanında konaklama gibi turizm faaliyetleri ile birlikte mevcut Karbon salınımına %5 oranında katkı yaparak iklim değişikliğine yol açmaktadır.
- Turizm işletmeleri tarafından katı ve sıvı atıkların doğru şekilde yok edilmemesi yerelde arazi ve su kirliliğine yol açmaktadır.
- Turist aktiviteleri, bazı bölgelerde sorunlar oluşturmaktadır.
- Konaklama işletmeleri arazi, su ve enerji gibi yenilenebilir olmayan ve değerli kaynakları kullanmaktadır. Bazı bölgelerde, tatil köylerinde yöre halkının kullandığı sudan daha fazla su tüketilmektedir.

- Hassas alanlarda turizm gelişiminin yetersiz yönetilmesi ve uygun olmayan aktiviteler bio çeşitliliğe zarar verebilmektedir.
- Yetersiz ziyaretçi yönetiminin olduğu yerlerde kültürel miras alanları üzerinde negatif etkiler söz konusu olabilmektedir.
- Turizm, sınırlandırılmamış girişlerin olduğu bölgelerde yerel toplumlar üzerinde suç oranı artışı, cinsel sömürü ve sosyo-kültürel geleneklerin ve değerlerin yok olması gibi negatif etkilere neden olabilmektedir.
- Turizm, iş olanakları yaratırken kötü çalışma koşullarının oluşmasına neden olabilmektedir.
- Sektörün ekonomik performansı, ekonomik durumlar, doğal olaylar ve güvenlik endişeleri gibi durumlar nedeniyle kaynak pazarlara duyarlıdır.

Sürdürülebilir turizm, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına işaret ederken turizmin bugünkü ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate almaktadır (<http://sdt.unwto.org/>, 23.03.2016). Bu doğrultuda Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Dünya Turizm Örgütü (WTO) bir araya gelerek turizm faaliyetlerinin gelecekte devam edebilmesi, çevreye ve topluma yararlarını sürdürülebilir bir şekilde artırmak için 2005 yılında 12 maddelik (ekonomik süreklilik, yerel refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, toplumsal refah, kültürel zenginlik, fiziki bütünlük, biyolojik çeşitlilik, kaynak verimliliği, çevresel doğallık) “Turizmi Daha Sürdürülebilir Hale Getirme” raporu yayımlamıştır. Bu 12 hedef dâhilinde sürdürülebilir turizm, turizmin gelişiminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlerine işaret etmektedir ve bu üç boyut arasında denge kurulmalıdır (<http://sdt.unwto.org/>, 23.03.2016). Sürdürülebilir turizmin üç boyutu arasında dengenin kurulması ve yol gösterilmesi hususunda bilimsel araştırmalar katkı sağlamalıdır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın amacı, 1990’lardan günümüze dünyada yapılan sürdürülebilir turizm temalı çalışmaları inceleyerek sürdürülebilir turizm hakkında detaylı bir literatür analizini ortaya koymaktır.

Araştırma Amacı

Sürdürülebilir turizm literatüründe yapılan çalışmaların hangi alanlara olduğu sorusuna cevap bulabilmek amacıyla bu araştırmada keşifsel bir araştırma tasarımı planlanmıştır. Kavramsal

çerçevede yapılandırılacak olan bu çalışmanın temel sorunsalı sürdürülebilir turizm literatüründe yazılmış olan makalelere ilişkin tanımlayıcı bilgilere ulaşmaktır.

YÖNTEM

Keşifsel bir araştırmaya dayalı olan bu araştırma da literatür araştırması yapılmıştır. Bu çalışmada analiz tekniği olarak içerik analizi uygulanmıştır. Literatür inceleme sürecine, Web of Science (WOS) ve Elsevier veri tabanlarında yer alan son çeyrek asırdaki başka bir ifadeyle son 25 yılda yayımlanmış makaleler dikkate alınmıştır. Dolayısıyla son çeyrek yılda yayımlanmış 72 makale incelenmiş, konuyla doğrudan ilgili olan 57 makale detaylı bir şekilde içerik bakımından analiz edilmiştir. Çeşitli indekslerden elde edilen makaleler konusu, inceleme alanı, amacı ve sonuçları bağlamında değerlendirilmiştir.

BULGULAR

WOS ve Elsevier üzerinden yapılan sürdürülebilir turizm literatür araştırması için elde edilen çalışmaların yılları, konusu, anahtar kelimeleri kronolojik olarak Tablo 1’de yer almaktadır. Uluslararası literatürde, sürdürülebilir turizm temalı bilimsel araştırmaların son yıllara doğru popülerlik kazanarak arttığını söylemek mümkündür.

Tablo1. Literatür Araştırması Özeti (1990-2016)

Yıl	Yazar/lar	Başlık	Anahtar Kelime
1991	Philip Dearden	Tourism and Sustainable Development in Northern Thailand	Trekking, turizmin fiziksel, çevresel ve ekonomik etkileri, Nepal Yerel Halk.
1992	David N. Zurick	Adventure Travel and Sustainable Tourism in the Peripheral Economy of Nepal	Nepal, Turizm, Kalkınma, Macera Turizmi.
1992	Klaus De Albuquerque	Caribbean Small-Island Tourism Styles and Sustainable Strategies	Karayipler, Küçük Adalar, Turizm, Sürdürülebilir Gelişim.
1996	Helen Horobin, Jonathan Long	Sustainable Tourism: The Role Of The Small Firm	Sürdürülebilir gelişim, Sürdürülebilirlik, Çevresel İlgi.
1999	Vasanti Gupta	Sustainable Tourism: Learning From Indian Religious Traditions	Etik, Yeşil Konular, Hindistan, Turizm
2000	Claire Dinan,	Social Marketing And	Sosyal Pazarlama,

	Adrian Sargeant	Sustainable Tourism-is There a Match?	Sürdürülebilirlik, Turizm.
2003	Zhenhua Liu	Sustainable Tourism Development: A Critique	Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir turizm yazını.
2003	Frederico Neto	A New Approach to Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection	Turizm, Sürdürülebilir Gelişim, Doğal Kaynak Yönetimi, Fakirlik Önleme.
2003	Chandana Jayawardena	Sustainable Tourism Development In Canada: Practical Challenges	Turizm, Sürdürülebilir Gelişim, Çevresel Yönetim, Sosyal Çevre, Kanada.
2003	Donald Sinclair, Chandana Jayawardena	The Development Of Sustainable Tourism In The Guianas	Sürdürülebilir Gelişim, Turizm, Turizm Gelişimi, Guinas.
2003	Lynn C. Harrison, Chandana Jayawardena, Anthony Clayton	Sustainable Tourism Development In The Caribbean: Practical Challenges	Turizm, Sürdürülebilir gelişim, Karayipler.
2004	Victor R Savage, Shirlena Huang , T C Chang	The Singapore River Thematic Zone: Sustainable Tourism In An Urban Context	Singapur Nehri, Kırsal Turizm, Turizm Sürdürülebilirliği, Tematik Alanlar.
2004	Tazim B. Jamal	Virtue Ethics And Sustainable Tourism Pedagogy: Phronesis, Principles And Practice	Sürdürülebilir Turizm İlkeleri, Uygulama Bilgeliği, Etik Turizm Eğitimi, Sosyal Bilim Pedagojisi, Aristotle, Etik.
2005	Mehmet Altınay, Kashif Hussain	Sustainable Tourism Development: A Case Study Of North Cyprus	Turizm, Sürdürülebilir gelişim, Kıbrıs.
2006	Sonja Sibila Lebe, Borut Milfelner	Innovative Organisation Approach To Sustainable Tourism Development In Rural Areas	Sibernetik, Kırsal Alanlar, Turizm
2007	Robert J. Johnston, Timothy J. Tyrrell	Management Exercises And Trainer's Note In Sustainable Tourism And Dynamics	Eğitim, Turizm Yönetimi, Sürdürülebilir Gelişim.
2007	Ute Jamrozy	Marketing of Tourism: A Paradigm Shift Toward Sustainability	Sürdürülebilir Gelişim, Turizm Gelişimi, Turizm, Pazarlama, ABD.
2007	Erick T. Byrd	Stakeholders In Sustainable Tourism Development And Their Roles: Applying Stakeholder Theory To Sustainable Tourism Development	Paydaş Teorisi, Sürdürülebilir Turizm, Toplumsal Katılım, Turizm Politikası.
2008	Mariangela Franch, Umberto	4L Tourism (Landscape, Leisure, Learning And Limit):	Küresel Isınma, Turizm, İtalya

	Martini, Federica Buffa, Gerardine Parisi	Responding To New Motivations And Expectations Of Tourists To Improve The Competitiveness Of Alpine Destinations In A Sustainable Way	
2008	Chandana Jayawardena, Daniel J. Patterson, Chris Choi, Ryan Brain	Sustainable Tourism Development In Niagara: Discussions, Theories, Projects And Insights	Turizm Gelişimi, Ekonomik Sürdürülebilirlik, Çevresel Yönetim, Kanada.
2009	Teresa C.H. Tao, Geoffrey Wall	Tourism As A Sustainable Livelihood Strategy	Sürdürülebilir Gelişim, Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilir Yaşamlar, Aborjin Toplulukları, Tayvan.
2010	Christof Pforr	Concepts of Sustainable Development, Sustainable Tourism, And Ecotourism: Definitions, Principles, And Linkages	Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm, Ekoturizm.
2010	Girish Prayag , Kiran Dookhony- Ramphul, Mootoo Maryeven	Hotel Development And Tourism Impacts In Mauritius: Hoteliers' Perspectives On Sustainable Tourism	Mauritius, Sürdürülebilir Turizm, Turizm Etkileri Ve Oteller.
2010	Pamela A. Kennett-Hensel, Julie Z. Sneathand, Paul J. Hensel	Developing Sustainable Tourism: Managers' assessment of Jamaica's Ten-year master plan	Turizm, Stratejik Planlama, Toplum planlaması, Markalaşma, Jamaika.
2010	Dainora Grundey	Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream Or reality?	Sürdürülebilir Kalkınma, Turizm Sistemi, Sürdürülebilir Turizm, Litvanya.
2011	D.H.P. Verbeek, A. Bargeman, J.T. Mommaas	A Sustainable Tourism Mobility Passage	Sürdürülebilir Hareketlilik, Turizm, Tatil Uygulama, Geçit, Turizm Geliştirme, Avrupa, Yolcu Taşımacılığı.
2011	Ming Zhao, Le Wang, Qian Fu, Yongxiang Wang, Dongwei Zhang	Promoting Living Space Protection While Ensuring Sustainable Tourism In Yuhu Village, Lijiang City	Yaşam Alanını Koruma, Turizm, Strateji, Yuhu Köyü.
2011	Kirk S. Bowman	Sustainable Tourism Certification And State Capacity: Keep It Local, Simple, And fuzzy	Turizm Yönetimi, Yeterlilik, Ekoturizm, Sürdürülebilir Turizm, Devlet Kapasitesi.
2011	Robert S. Bristow Wen, Tsann Yang Mei, Tsen Lu	Sustainable Medical Tourism in Costa Rica	Turizm, Tıbbi tedavi, Sürdürülebilir Kalkınma, Kosta Rika, Tüketici

			Davranışı.
2012	Bill Bramwell, Bernard Lane	Towards innovation in sustainable tourism research?	Sürdürülebilir Turizm, İnovasyon, Sürdürülebilirlik,
2012	Carmen Padin	A Sustainable Tourism Planning Model: Components And Relationships	Sürdürülebilir Turizm, Ekolojik, Sosyal, Ekonomik, Turizm, Turizm Geliştirme.
2012	Heather J. Gibson, Kyriaki Kaplanidou, Sung Jin Kang	Small-Scale Event Sport Tourism: A Case Study In Sustainable Tourism	Küçük Çaplı Olay Spor Turizmi, Spor komisyonları, Sürdürülebilir Turizm.
2012	Suzanne de la Barre	Wilderness And Cultural Tour Guides, Place Identity And Sustainable Tourism In Remote Areas	Uzak Alanlarda Sürdürülebilir Turizm, Kimlik, Rehberler.
2012	Daniel Scott	Why Sustainable Tourism Must Address Climate Change	İklim Değişikliği, ÇEVRE, Sürdürülebilir Turizm, Turizm Etkileri, Politika.
2012	James E. Stoddard, Carol E. Pollard, Michael R. Evans	TheTriple Bottom Line: A Framework for Sustainable Tourism Development	Sürdürülebilirlik turizm, Geliştirme.
2012	Ester M. Pereir, Reidar J. Mykletun	Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon	Rehberlik Roller, Sürdürülebilir Turizm, Ekoturizm, Amazonlar.
2013	Yulan Y. Yuan	Adding Environmental Sustainability To The Management Of Event Tourism	Turizm Yönetimi, İleri Planlama, Sorumluluk, Etkinlik Turizmi, Çevresel Sürdürülebilirlik, Etkinlik Yönetimi.
2013	Dagmar Lund-Durlacher, Frederic Dimanche	Mobilities And Sustainable Tourism: An Introduction	Hareketlilik, Sürdürülebilir Turizm, Çok Disiplinli.
2013	Carmen Padin, Göran Svensson	A multi-layermatrix model Of sustainable tourism	Turizm, Modelleme, Sürdürülebilirlik, Misafirperverlik, Matrix modeli.
2013	Gianna Moscardoa, Elena Konovalova, Laurie Murphya, Nancy McGeheeb	Mobilities, Community Well-Being And Sustainable Tourism	Yeni Hareketlilikler, Paradigma, Turizm Etkileri, Topluluk, Sürdürülebilir Turizm.
2014	Wided Batatand, Sonja Prentovic	Towards Viral Systems Thinking: A Cross-Culturalstudy Of Sustainable Tourismads	Kamu politikaları, sürdürülebilirlik, Sistem Teorisi, Sürdürülebilir Turizm, Sistematik Düşünme İletişim 2.0, Kùltürler Arası Analiz,

			Online Reklamlar.
2014	Mehmet Behzat Ekinci	The Cittaslow Philosophy In The Context Of Sustainable Tourism Development; The Case Of Turkey,	Yavaş/Sakin Şehir Felsefesi Turizm Ve Çevre Sürdürülebilir Gelişme, Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi.
2014	Emil Juvan, Sara Dolnicar	The Attitude–Behaviour Gap In Sustainable Tourism	Çevresel Sürdürülebilir Turizm, Bilişsel Çelişki Kuramı Kalitatif Araştırma.
2014	Anna Torres-Delgado, Francesc López Palomeque	Measuring Sustainable Tourism At The Municipal Level	Turizm Sürdürülebilirliği Göstergeler Turizmi, Katalonya Belediyesi.
2015	Bill Bramwell,	Theoretical Activity In Sustainable Tourism Research	Theoretical Activity, Bilgi Yaratma Sürdürülebilir Turizm, Siyasi Ekoloji Mobilite, Geçiş Yolları.
2015	Marina Farr Michelle Esparon, Natalie Stoeckl, Silva Larson	The Significance of Environmental Values For Destination Competitiveness And Sustainable Tourism Strategy Making: Insights From Australia’s Great Barrier Reef World HeritageArea	Büyük Set Resifi Dünya Mirası Alanı, Destinasyon Rekabetliliği, Çevresel Değerler, Ziyaretçi Algılamalarının Önemi ve Memnuniyeti.
2015	JoanI Liopoulou - Georgudaki, Athanasios Kalogeras, Panagiotis Konstantinopoulou s, Christos Theodoropoulos	Sustainable Tourism Management And Development Of A Greek Coastal municipality	Sürdürülebilir Kalkınma, Turizm Taşıma Kapasitesi, Leopold Matris, İliada.
2015	Kelly S. Bricker, Jeremy Schultz	Sustainable Tourism in the USA: a comparative look at the global sustainable tourism criteria	Sertifikalandırma; Global Küresel Sürdürülebilir Turizm kriterleri, sürdürülebilir turizm
2015	Paul Hanna, Katherine Johnson, Paul Stenner, Matt Adams	Foucault, sustainable tourism, and relationships with the environment (human and nonhuman)	Etik, Çevre İlişkileri Foucault Sürdürülebilir Turizm.
2015	Sylvine Pickel-Chevalier	Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France?	sürdürülebilir Gelişme; Binicilik Turizmi; Doğal Parklar.
2015	Kaewta Muangasame, Bob McKercher	The challenge of implementing sustainable tourism policy: a 360-degree assessment of Thailand's “7 Greens sustainable tourism policy	Sürdürülebilir turizm politikası, politikanın uygulanması, Tayland; Yeşil Turizm, İşbirliği konuları.

2015	R.W. (Bill) Carter, Sokhom Thok, Vicky O'Rourke, Tristan Pearce	Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review	Gelişmekte Olan Ülkeler, Güney-Doğu Asya, Sistematiik İnceleme, Sürdürülebilir Turizm, Kültürel Turizm, Ekoturizm.
2015	V. Waligo, J. Clarke, R. Hawkins	Embedding stakeholders in sustainable tourism strategies	Sürdürülebilir Turizm Girişimler, Paydaşlar, Strateji.
2015	Chih-HsingLiu, Jeou-ShyanHorng, Sheng-FangChou, Ying-ChunChen, Yi-Chun Lin, Yu-QianZhu An	Empirical Examination of the Form of Relationship Between Sustainable Tourism Experiences and Satisfaction	Yenilik, Sürdürülebilir Deneyim, Heyecan, Değer, Müşteri Memnuniyeti, Sürdürülebilir Turizm.
2016	Burçin Hatipoglu, Maria D. Alvarez, Bengi Ertuna	Barrier to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey	Sürdürülebilir turizm Planlaması, Paydaşlar, Türkiye
2016	Adriana Budeanu, Graham Miller, Gianna Moscardo, Can-Seng Ooi	Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction.	Sürdürülebilir turizm, Kültürel Cevaplar, Paydaşlar, İşletmeye Bakış.
2016	Johan Hultman, Filippa Sawe	Absence and presence of social complexity in the marketization of sustainable tourism	Sürdürülebilir turizm, balık tutma stratejisi, balıkçılık ve eğlence, kaynak yönetimi.

Çalışmalar ayrıca sürdürülebilir turizmin 12 hedefi bağlamında değerlendirilmiştir. Tablo 2'de görüldüğü üzere, temel hedeflerin her alanına işaret eden çalışmalar mevcuttur. Araştırmaların ekonomik süreklilik, yerel refah ve çevresel doğallık gibi bazı çalışma alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo2. Sürdürülebilir Turizmin 12 Hedefi ve Çalışmalar

ST 12 Hedef	Yapılan Çalışmalar
Ekonomik Süreklilik	Dearden, 1991; Zurick, 1992; Gupta, 1999; Jamrozy, 2007, Jayawarden vd., 2008; Prayag vd., 2010; Wen, 2011; Bramwel vd., 2012; Padin 2012; Gibson, 2012; Georgudaki, 2015; Chevalier, 2015; Waligo vd., 2015; Hultman vd., 2016.
Yerel Refah	Dearden, 1991; Zurick, 1992; Gupta, 1999; Neto, 2003; Sinclair ve Jayawarden, 2003; Hultman vd., 2016.

İstihdam Kalitesi	Chevalier, 2015.
Sosyal Eşitlik	Hanna vd., 2015.
Ziyaretçi Memnuniyeti	Esparon vd., 2015.
Yerel Kontrol	Jamal 2004; Muangasame ve McKercher, 2015.
Toplumsal Refah	Jamrozy, 2007; Prayag vd., 2010; Hultman vd., 2016.
Kültürel Zenginlik	Dinan ve Sargeant, 2000; Zhao vd., 2011, Padin, 2012; De la Barre 2012.
Fiziki Bütünlük	Dearden, 1991, Verbeek vd., 2011; Zhao vd., 2011, De la Barre, 2012, Ekinci, 2014.
Biyolojik Çeşitlilik	Esparon vd., 2015.
Kaynak Verimliliği	Albuquerque, 1992; Hultman vd., 2016.
Çevresel Doğallık	Dearden, 1991; Zurick, 1992; Gupta, 1999, Dinan ve Sargeant, 2000; Neto, 2003; Altinay ve Hussain 2005; Jamrozy, 2007; Prayag vd., 2010; Verbeek vd., 2011, Zhao vd., 2011; Padin, 2012; Gibson vd., 2012; De la Barre, 2012; Scott, 2012; Pereira vd., 2012; Durlacher ve Dimanche, 2013; Ekinci, 2014; Georgudaki, 2015; Chevalier, 2015.

SONUÇ

1980’li yıllardan bu yana popülerlik kazanan sürdürülebilir turizm, destinasyonlara ve yerel halka zararlarının önleme hususunda yol gösteren önemli bir yaklaşım haline gelmiştir. Yapılan bu çalışmanın amacı 1990’lardan günümüze dünyada yapılan sürdürülebilir turizm temalı çalışmaları inceleyerek sürdürülebilir turizm hakkında detaylı bir literatür analizini ortaya koymaktır. Yapılan literatür araştırmasıyla elde edilen bulgular neticesinde belirlenen tarih aralığında bilimsel araştırmaların sürdürülebilir turizmin on iki hedefi itibariyle değerlendirildiğinde; ekonomik süreklilik, yerel refah, çevresel doğallık, fiziki bütünlük ve kültürel zenginlik başlıklarının yoğunlukta olduğu görülmektedir. Buna karşılık yerel kontrol, toplumsal refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, biyolojik çeşitlilik ve kaynak verimliliğine işaret eden çalışmaların yetersiz olduğu keşfedilmiştir.

Sürdürülebilir turizmin 12 hedefinin yanı sıra sürdürülebilir turizm stratejileri ve planlama (Hultman vd., 2016; Waligo vd., 2015; Esparon vd., 2015; Georgudaki vd., 2015; Muangasame ve Mc Kercher, 2015; Palomeque ve Delgado, 2014; Durlacher ve Dimanche 2013; Padin, 2012; Stoddard vd., 2012; Kennett, 2010; Jayawarden vd 2008; Liu, 2003; Albuquerque, 1992), sürdürülebilir turizm paydaşları ve rolleri (Georgudaki vd., 2015; Waligo vd., 2015; Yuan, 2013; Pereira vd., 2012; Byrd, 2007; Liu, 2003; Horobinn ve Long 1996),

destinasyonlarda sürdürülebilir turizm rekabetçiliği (Milfelner ve Lebe, 2006; Savage vd., 2004), sürdürülebilir turizm yönetim modelleri (Savage vd. 2004) ve yenilikçi yaklaşımları (Franch vd., 2008), sürdürülebilir turizmle ilgili tanımı ve süreci, politik, hareketlilik, turizm raporlama sistemleri, geçiş yolları ve sistem değişikliği ile ilgili teorik fikirler ve kavram çalışmaları (Budeanu, 2016; Bramwell, 2015; Padin ve Svensson, 2013; Pforr, 2010; Grundey, 2010; Tyrrell ve Johnston 2007) keşfedilmiştir. Ayrıca farklı turizm türleri (inanç turizmi, medikal turizm, binicilik turizmi, etkinlik turizmi, av turizmi-balıkçılık gibi) ile sürdürülebilirlik yaklaşımı değerlendirilmiştir (Moscardoa vd., 2013; Gibson vd., 2012; Bristow, 2011; Gupta, 1999). Bunlara ilave olarak yalnızca Juvan ve Dolnicar (2014), çevreci davranışlar üzerine çalışma yapmış olup, çevreci aktivistlerin tatil yaptıkları destinasyonlarda evlerindeki kadar hassas olmadıklarını tespit etmiştir. Bu bağlamda çevreci davranışı konuları üzerinde yapılan çalışmaların önemli ancak yetersiz olduğu vurgusu yapılabilir.

Sürdürülebilir turizm çalışması yetersiz olduğunu belirten Jayawardena (2003), uygulamacıların ve akademisyenlerin ortak araştırmalarda buluşmaları gerektiğini vurgularken, gençlerin yani öğrencilerinde çevresel konularda eğitilmeleri gerektiğini ve dünyanın daha iyi yaşanılabilir bir dünya haline gelmesi için gençlere sosyal değer kavramının benimsetilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu hususta Travelife, Golden Globe gibi sürdürülebilir turizm sertifikasyon sistemleri eğitime dâhil edilebilir.

Sürdürülebilir turizm yaklaşımlarının benimsetilmesi için destinasyon, turizm işletmeleri, rehberlik gibi alanlarda iyi uygulama örneklerinin uygulayıcılar ve teorisyenler ortaklığında hikayelere dönüştürülerek paylaşılması gerekmektedir. Nitekim yapılan literatür araştırmalarında Karayipler, Kuzey Kıbrıs, İtalya, Nepal, Tayland, Niagara, Singapur, Kamboçya, Jamaika, Kosta Rika gibi destinasyon araştırmaları ve iyi uygulama örnekleri keşfedilmiştir (Carter vd., 2015; Jayawardena vd., 2008; Franch vd., 2008; Altınay ve Hussain, 2005; Savage vd., 2004; Harrison vd. 2003; Jayawardena, 2003; Albuquerque, 1992; Zurick, 1992; Dearden, 1991). Yirminci yılını kutlayan ‘Sürdürülebilir Turizm Dergisi’ Kuzey Amerika, Avrupa, Avustralya ve Yeni Zelanda’nın sürdürülebilir turizme katkılarının dikkate değer olduğunu açıklamıştır (Bramwell vd., 2012: 208). Bu bağlamda bu ülkelerde yer alan iyi uygulamalarda bilimsel araştırmalar ve mesleki eğitim projeleri ile Türkiye’ye transfer edilmelidir.

Byrd’ın (2007), sürdürülebilir turizm literatüründe yola çıkarak yaptığı araştırmasında turizm gelişiminde kimlerin paydaş olması gerektiğine dair “mevcut ziyaretçiler, gelecek ziyaretçiler,

mevcut ev sahibi toplum ve gelecek ev sahibi toplum” olmak üzere dört grup belirlemiştir. Sürdürülebilir turizm kapsamında bu dört gruba yönelik bilimsel araştırmaların yapılması ve algılarının ölçülmesi, sürdürülebilir turizm süreçlerinin yenilenmesinin öncüsü olacaktır. Bu bağlamda Jamal’ın (2004) vurguladığı gibi akademisyenler ve uygulamacılar daha proaktif olmalı ve sürdürülebilir turizm uygulamaları için ilkeleri rehber edinmelidirler.

Çalışmanın Web of Science (WOS), Elsevier veri tabanlarında yer alan çalışmaları kapsamış olması çalışmanın öngörülen önemli kısıtı olarak değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

- ALBUQUERQUE, K. D. (1992). “Caribbean Small-Island tourism Styles And Sustainable Strategies”, *Environmental Management*, 16(5); pp: 619 - 632.
- ALTINAY, M. and HUSSAIN, K. (2005), “Sustainable Tourism Development: A Case Study Of North Cyprus”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (3); pp: 272 – 280.
- BARRE,S. (2013). “Wilderness and Cultural Tour Guides, Place Identity And Sustainable Tourism in Remote Areas”, *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6); pp: 825-844.
- BATAT Wided Prentovic Sonja , (2014), "Towards Viral Systems Thinking: A Cross-Cultural Study Of Sustainable Tourism Ads", *Kybernetes*, Vol. 43 Iss 3/4 pp. 529 – 546.
- BERNO T. and BRICKER, K. (2001). “Sustainable Tourism Development: The Long Roadfrom Theory To Practice” , *International Journal of Economic Development*, 3(3); pp: 1-18.
- BOWMAN, K. S. (2011). “Sustainable Tourism Certification And State Capacity: Keep It Local, Simple, And Fuzzy”, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5 (3) pp: 269 – 281.
- BRAMWELL, B., (2015) “Theoretical Activity In Sustainable Tourism Research” *Annals of Tourism Research* 54, pp: 204–218.
- BRAMWELL, B. and LANE, B. (2012). “Towards Innovation in Sustainable Tourism Research?”, *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1); pp: 1-7.
- BRICKER, K. S. &SCHULTZ ,J. (2015), “Sustainable Tourism in the USA: A Comparative Look at the Global Sustainable Tourism Criteria” *Tourism Recreation Research* Vol. 36 (3),; pp: 215-229.
- BUDEANU A., MILLER G., MOSCARDO, G., OOI, C.S. (2016), “Sustainable Tourism, Progress, Challenges And Opportunities: An Introduction”, *Journal of Cleaner Production* 111, pp: 285-294.
- BYRD, E. T. (2007). Stakeholders in Sustainable Tourism Development And Their Roles: Applying Stakeholder Theory To Sustainable Tourism Development”, *Tourism Review*, 62 (2); 6 – 13.
- CARTER, R.W. (Bill)., Thok, Sokhom., O’Rourke, V. & Pearce, T., (2015), “Sustainable Tourism And Its Use As A Development Strategy In Cambodia: A Systematic Literature Review” *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23, No. 5, 797-818, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2014.978787>
- CHEVALIER, S. P. (2015), “Can equestri an Tourism Be A Solution For Sustainable Tourism Development In France?” *Loisir et Société / Society and Leisure*, Vol. 38, No. 1, pp: 110–134,
- DEARDEN, P. (1991). “Tourism and Sustainable Development In Northern Thailand”, *Geographical Review*, 81(4); pp: 400 - 413.
- DELGADO, Anna TORRES-, PALOMEQUE, F. L. (2014). “Measuring Sustainable Tourism At The Municipal Level” *Annals of Tourism Research* 49 122–137.
- DEMİR, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,

- DİNAN, C. and SARGEANT, A. (2000). "Social Marketing And Sustainable Tourism-is There A Match?", *International Journal Of Tourism Research*, 2; pp: 1-14.
- DURLACHER, D. L. & DIMANCHE, F. (2013). "Mobilities and Sustainable Tourism: An Introduction", *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4); pp: 505-510.
- EKİNCİ, Mehmet Behzat., (2014) "The Cittaslow Philosophy In The Context Of Sustainable" Tourism Development; The Case Of Turkey, *Tourism Management* 41, pp: 178-189.
- ESPARON, M. F. STOECKL, M. N. And LARSON, S. (2015), "The Significance Of Environmental Values For Destination Competitiveness And Sustainable Tourism Strategy Making: Insights From Australia's Great Barrier Reef World Heritage Area" *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23, No. 5, pp: 706-725, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2014.998678>
- RANCH, M. MARTINI, U. BUFFA, F. and PARISI, G. (2008). "4L Tourism (Landscape, Leisure, Learning And Limit): Responding To New Motivations And Expectations Of Tourists To Improve The Competitiveness Of Alpine Destinations in A Sustainable Way", *Tourism Review*, 63(1); 4 – 14.
- GIBSON, H. J. KAPLANIDOU, K. and KANG, S. J. (2012). "Small-Scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism", *Sport Management Review*, 15; 160–170.
- GRUNDEY, D. (2010). "Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream or reality?", *Ukio Technologinis ir Ekonominis Vystymas*, 14(2); 118-129.
- GUPTA, V. (1999). "Sustainable Tourism: Learning From Indian Religious Traditions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2/3); 91 – 95.
- GÜZEL, Ö. (2012). Kaynak Tabanlı Turizm Kapsamında Doğal Kaynakların Korunmasına Yönelik Dolyan Destinasyonunda Örnek Olay İncelemesi: Caretta Carettalar, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1 (2).
- HANNA, P., Johnson, K., STENNER, P., ADAMS, M. (2015). "Foucault, Sustainable Tourism, And Relationships With The Environment (Human And Nonhuman)" *Geojournal* (2015) 80: pp: 301–314 Doi 10.1007/S10708-014-9557-7
- HAO, H. LONG, P. and HOGGARD, W. (2014). "Comparing Property Owners' Perceptions Of Sustainable Tourism in A Coastal Resort County", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 6(1); pp: 31-51.
- HARRISON, L. C. JAYAWARDENA, C. and CLAYTON, A. (2003). "Sustainable Tourism Development in the Caribbean: Practical Challenges", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5); 294 – 298.
- HATİPOĞLU, B., Alvarez, M. D., Ertuna B., (2016), "Barrier Stakeholder Involvement In The Planning Of Sustainable Tourism: The Case Of The Thrace Region In Turkey" *Journal of Cleaner Production* 111, pp: 306-317.
- HULTMAN, J., SAWE F. (2016), "Absence And Presence Of Social Complexity In The Marketization Of Sustainable Tourism", *Journal of Cleaner Production*, 111, pp: 327-335.
- ILIOPOULOU-Georgoudaki, J. KALOGERAS, A. KONSTANTINOPOULOS, P. and THEODOROPOULOS, C. (2016). "Sustainable Tourism Management And Development of a Greek coastal municipality", *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 23(2); pp: 143-153.
- JAMAL, T. B. (2004). "Virtue Ethics And Sustainable Tourism Pedagogy: Phronesis, Principles And Practice", *Journal of Sustainable Tourism*, 12 (6); pp: 530-545.
- JAMROZY, U. (2007). "Marketing of Tourism: A Paradigm Shift Toward Sustainability", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1 (2); pp: 117 – 130.
- JAYAWARDENA, C. (2003). "Sustainable Tourism Development in Canada: practical challenges", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (7); pp: 408 – 412.
- JAYAWARDENA, C. PATTERSON, D. J. CHOI, C. and BRAİN, R. (2008). Sustainable tourism development in Niagara, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3); 258 – 277.
- JOHNSTON, R. J. and TYRRELL, T. J. (2007). "Management Exercises And Trainer's Note in Sustainable Tourism And Dynamics", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(4); 328 – 337.
- JUVAN, E. DOLNICAR, S. (2014), "The Attitude–Behaviour Gap In Sustainable" *Tourism Annals of Tourism Research* 48, pp: 76–95.

- KENNETT-Hensel, P. A. SNEATH, J. Z. and HENSEL, J. P. (2010). "Developing Sustainable Tourism: Managers Assessment Of Jamaica's Ten-Yearmaster Plan", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (2); pp: 143 – 155.
- LEBE, S. S. and MILFELNER, B. (2006). "Innovative Organisation Approach To Sustainable Tourism Development in Rural Areas", *Kybernetes*, 35(7/8); pp: 1136 – 1146.
- LIOPOULOU, J.I. - KALOGERAS, G. A., KONSTANTINOPOULOS, P.& THEODOROPOULOS, Christos., (2016)., "Sustainable Tourism Management And Development Of A Greek Coastal Municipality", *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, Volume. 23, Number. 2, pp: 143–153, <http://dx.doi.org/10.1080/13504509.2015.1102780>.
- LIU, C.-H., Horng, J.S., FANG CHOU, S., Chen, Y.C., Lin Yi-CHUN & ZHU, Y. (2015) "An Empirical Examination of the Form of Relationship Between Sustainable Tourism Experiences and Satisfaction" *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2015.1068196>
- LI U, Z. (2003). "Sustainable Tourism Development: A Critique", *Journal Of Sustainable Tourism*, 11(6); pp: 459-475.
- LONG, H. and HOROBİN, J. (1996). "Sustainable Tourism: The Role Of The Small Firm", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(5); 15 - 19.
- LUND-Durlacher, D. and DİMANCHE, F. (2013). "Mobilities and Sustainable Tourism: an Introduction", *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4); 505-510.
- MARSHALL, J. and TOFFEL, M. (2005). "Framing The Elusive Concept Of Sustainability: A Sustainability Hierarchy", *Environmental Science & Technology*, 39; pp: 673–682.
- MEYDAN, S. (1998). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi Alanya Yönelik Bir Anket Uygulaması Sonuçları, *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1; ss.82-95.
- MOSCARDOA, G. KONOVALOVA, E. MURPHYA L. and MC GEHEEB, N. (2013). "Mobilities, Community Well-Being And Sustainable Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (4); pp: 532–556.
- MUANGASAME, K., & Mckercher, B. (2015), "The Challenge Of Implementing Sustainable Tourism Policy: A 360-Degree Assessment Of Thailand's "7 Greens Sustainable Tourism Policy" *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23, No. 4, pp: 497-516, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2014.978789>.
- NETO, F. (2003). "A New Approach To Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection", *Natural Resources Forum* 27; pp: 212–222.
- PADIN, C. (2012). "A Sustainable Tourism Planning Model: Components And Relationships", *European Business Review*, 24(6); pp: 510 – 518.
- PADIN, C. and Svensson, G. (2013). "A Multi-Layermatrix Model Of Sustainable Tourism", *European Business Review*, 25 (2); pp: 206 – 216.
- PAPATYA, N. Papatya, G. ve HAMŞİOĞLU, B. (2011). Sürdürülebilir Çevre Ve Kaynak Tabanlı Turizm: Eğirdir Bölgesine İlişkin Bir Değerlendirme Eleştirel/Yapıcı bir Yaklaşım, *I. Uluslararası IV. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu ve Göller Bölgesi Değerleri Çalıştayı*, 'Turizmde Yeni Ufuklar' Bildiriler Kitabı, 1-4 Aralık, ss. 221-236.
- PEREIRA, E. M. and MYKLETUN, R.J. (2012), "Guides as Contributors To Sustainable Tourism? A Case Study From the Amazon", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1); pp: 74-94.
- PFORR, C. (2010). "Concepts Of Sustainable Development, Sustainable Tourism, And Ecotourism: Definitions, Principles, And Linkages, Scandinavian", *Journal of Hospitality and Tourism*, 1 (1); 68-71.
- PRAYAG, G. DOOKHONY-RAMPHUL, K. and MARYEVEN, M. (2010). "Hotel Development And Tourism Impacts in Mauritius: Hoteliers' Perspectives On Sustainable Tourism", *Development Southern Africa*, 27 (5); pp: 697-712.
- SAVAGE, V. R., HUANG, S. and CHANG, T. C. (2004). "The Singapore River Thematic Zone: Sustainable Tourism In An Urban context", *The Geographical Journal*, 170 (3); pp: 212–225.
- SINCLAIR, D. and JAYAWARDENA, C. (2003). "The Development Of Sustainable Tourism In The Guianas", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (7); pp: 402 – 407.

- STODDARD, J. E. POLLARD, C. E. and EVANS M. R. (2012). "The Triple Bottom Line: A Framework For Sustainable Tourism Development", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13 (3); pp: 233-258.
- TAO, C.H. T. and Wall, G. (2009). "Tourism As A Sustainable Livelihood Strategy", *Tourism Management* 30; pp: 90-98.
- VERBEEK, D. H. P. BARGEMAN, A. and MOMMAAS, J.T. (2011). A Sustainable Tourism Mobility Passage, *Tourism Review*, 66(4); pp: 45 – 53.
- WALIGO, V., J. CLARKE & R. HAWKINS, (2015), "Embedding Stakeholders In Sustainable Tourism Strategies" *Annals of Tourism Research* 55, pp: 90-93.
- WEN, R. S. B. Mei, T.Y. and Lu, T. (2011). "Sustainable Medical Tourism In Costa Rica", *Tourism Review*, 66 (2); pp: 107 – 117.
- YUAN, Y.Y. (2013). "Adding Environmental Sustainability To The Management Of Event Tourism", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7 (2); pp: 175 – 183.
- ZHAO, M. Wang, L. Fu, Q. WANG, Y. and Zhang D. (2011). "Promoting Living Space Protection While Ensuring Sustainable Tourism in Yuhu Village, Lijiang City", *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18(6); pp: 553-558.
- ZURICK, D. N. (1992). "Adventure Travel And Sustainable Tourism in The Peripheral Economy of Nepal", *Annals of The Association of American Geographers*, 82 (4); pp: 608 - 628.
- Global Code of Ethics for Tourism - Article 3, <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf>, [Erişim Tarihi: 28.05.2016]
- Global Code of Ethics for Tourism, <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>, [Erişim Tarihi: 27.05.2016]
- Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284411191>, [Erişim Tarihi: 28.05.2016]
- UNEP and WTO, (2005), *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, World Tourism Organization, WTO, France.
- WTO (2013). *Annual Report*, http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf, [Erişim Tarihi: 22.03.2016]

KIRSAL TURİZMDE EĞİTİMİN ÖNEMİ VE AVRUPA'DAN ÖRNEKLER

Fusun BAYKAL¹ Emre ATABERK²

ÖZET

Türkiye’de gelişmekte olan kırsal turizm için çok güncel ve önemi büyük olan konulardan biri de eğitimidir. Bu bildirinin amacı, kırsal turizmde eğitimin ne denli önem taşıdığını Avrupa’daki kurum ve kuruluşların çalışmalarından örnekler vererek göstermektir. Konunun işlenmesinde izlenen yöntem, öncelikli olarak literatür taramasıdır. Bu doğrultuda elde edilen kaynaklar, yazarların kişisel dokümantasyonundan ve internet veri ortamından sağlanmıştır. Çalışma bir *derleme* niteliği taşımakla birlikte, *alan araştırması* yönü de bulunmaktadır. Bu konuda birinci yazarın Avrupa’daki kırsal turizm deneyimlerinden (bilimsel, kurumsal, yerinde ziyaretler) yararlanılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre; kırsal turizmin her aşamasında (başlangıç, gelişim süreci ve yönetim) eğitim gereklidir. Avrupa’da kırsal turizm eğitimiyle ilgili çok sayıdaki kurum ve kuruluş yaz okulları, çeşitli düzeylerdeki kursları seminerler ve kongreler düzenlemekte, projeler yapmaktadır. Özellikle kırsal halk, girişimciler, işletmeciler, yöneticiler ve profesyonellere düzenli olarak eğitim verilmektedir. Eğitim programları çok çeşitlidir ve bunlar içinde mesleki eğitimlerin ayrı bir yeri vardır. Araştırmanın sonuç kısmında Avrupa’da kırsal turizm eğitimi yorumlanmakta ve Türkiye için çıkarımlar yapılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kırsal turizm, kırsal halk, girişimciler, mesleki eğitim, Avrupa

GİRİŞ

Turizm ve eğitim, ikisi de hizmet sektörü içindedir, dolayısıyla turizm ve eğitim birbirini tamamlamaktadır. *Turizm eğitimi*; sektörün gereksinim duyduğu bilgi ve beceriye sahip nitelikli işgücünün sağlanmasında çok önemli bir işleve sahiptir. Turizm sektöründe hem hizmeti üreterek sunan hem de alanın insan olduğu göz önüne alınırsa, turizmde başarının ancak eğitilmiş işgücü ile mümkün olabileceği anlaşılır. Ayrıca, halkın turizm hakkındaki bilinçlendirilmesi de eğitimin bir parçasıdır (Erdinç ve Yılmaz, 2012: 17, 19). Turizm eğitimi, emeğe dayalı turizm kesiminde verimliliği artıran, turiste doğrudan doğruya hizmet veren işgörene mesleki formasyon kazandıran, işgörenin yetki, yetenek ve sorumlulukları arasında denge kurmayı sağlayacak davranış standartlarını kazandıran süreci kapsamaktadır. Turizm eğitimi, *genel turizm eğitimi ve mesleki turizm eğitimi* olarak iki başlık altında toplanırken, her bir eğitim türü *örgün ve yaygın* eğitim olmak üzere tekrar ikiye ayrılmaktadır (Çulha, 2012: 383). Türk turizm eğitim sistemi hakkında bir başka sınıflandırma; *resmi turizm eğitimi ve*

¹Prof. Dr. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, fusun.soykan@ege.edu.tr

² Öğr. Gör. Ege Üniversitesi Bergama Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, emre.ataberk@ege.edu.tr

resmi olmayan turizm eğitimi şeklinde ikiye ayrılmaktadır (Yeşiltaş vd., 2010; Çiftçi vd., 2012: 478).

Eğitim, sürdürülebilir turizmin ayrılmaz bir parçası, kırsal turizmin başarısında en önemli etkenlerden biridir. *Kırsal turizm*; doğa ve yerel kültür odaklı bir turizm türüdür. Onun güçlü yanları konukseverliğe dayalı oluşu ve eşsiz peyzaj değerlerinin varlığıdır. Kırsal turizmi seçmek demek, kentten uzak zaman geçirmek, köylerde ve tarımsal alanların içinde yer almak demektir. Kırsal turizmin kent insanı için farklı tarafı konaklama sırasında ev sahibi-konuk ilişkilerinin güçlü olmasıdır.

Kırsal turizmde konaklama ve etkinlikler; bağımsız bir binada konaklama, bir misafir odasında konaklama, bir sosyal konaklama tesisinde konaklama, yemeğe dayalı hizmetler, tarımsal alanların ziyareti, alışveriş ağırlıklı programlar, doğa sporlarıyla ilgili kırsal turizm etkinlikleri gibi çok çeşitlidir. Kırsal turizmin çok yönlü yapısına içinde yer aldığı doğal ve kültürel ortamların hassas mekânsal özellikleri, kırsal insanın farklı kimlikleri de eklendiğinde, kırsal turizmin planlı, programlı ve projeli yürütülmesi (yönetilmesi) ve eğitim, kaçınılmaz olmaktadır. Turizm sektöründe ve ona paralel olarak kırsal turizmde sürekli yeni gelişmelerin yaşanması, eğitimin her türünün periyodik, aralıklarla, uzun ya da kısa süreli yapılmasını gerektirmektedir. O yüzden kırsal turizmde birkaç saatlik bir seminerden üniversitede yarıyıllık master programına kadar, pansiyonculuk eğitiminden dil kurslarına kadar sayısız eğitim programlarını bulmak mümkündür. Kırsal turizmde eğitimin farklı boyutları (yolları) da vardır: *kongre, sempozyum, seminer, çalıştay, projeler* vd. Bütün bu etkinlikler, kırsal turizmin bugünü ve geleceğini tartışmak açısından çok önemlidir. Kırsal turizm paydaşlarını bir araya getiren toplantılar, birebir görüşme ortamları ve tematik stantlarla zenginleştirilen sergiler, canlı performanslar, yayın satışları, eğitime ayrıca büyük katkı vermektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

AVRUPA'DA KIRSAL TURİZM

Kırsal turizm, kırsal bölgelerde tarım dışı çeşitlendirmenin başarı sembolüdür, o nedenle Avrupa'da, kırsal turizmin desteklediği bir kırsal kalkınma modeli benimsenmiştir. Kırsal turizm; yok olmakta olan çevresel ve kültürel değerleri kurtarmak ve kırsal ekonomiyi canlandırmak için en iyi fırsat olarak görülmektedir. Avrupa'da AB'nin kırsal ve bölgesel kalkınma programlarında bir kalkınma aracı olarak kırsal turizme güvenilmekte, çok geniş bir örgütlenme ağı içerisinde sağlam temeller üzerinde yönetilmektedir.

Kırsal turizm yeni bir olgu değildir. 19. yüzyılda sanayileşme sürecine giren kentlerde kirlilikten ve yeni üretim sisteminin getirdiği stresten kaçmak için bir çıkış yolu olarak kırlarda dinlenme-eğlenceye karşı bir ilgi doğmuştur.

Avrupa’da 1960-1970’lerde gelindiğinde kırsal turizmin kimliği şöyle şekillenmiştir: tarımsal gelirin tamamlayıcısı, düşük bütçeli müşteri, hizmet ve donatımda düşük seviye, bireysel çabalarla pazarlama, hemen hemen hiçbir marka ve logonun olmaması, güçlü kamu finansmanı ve desteği. Bugün ise Avrupa’da kırsal turizmin geldiği nokta şöyle açıklanabilir: 500 bin hizmet ünitesi, 6 milyon civarında yatak (%20’si agroturizme ait çiftliklerde), ülke nüfusunun yaklaşık üçte birinin tatillerinde kırsal alanları tercih etmesi, sayısız kırsal turizm örgütü, farklı konseptlerde konaklama birimleri, hizmet kalitesine ait standartlar ve özel logolar, her yaş grubuna ait özel etkinlikler vd. Bütün bu rakamlar, donanımlar, hizmetler ve gelişmeler, kırsal turizmde geniş bir rekabet ortamı yarattığından kırsal turizmde başarı için şunların gerekli olduğu vurgulanmaktadır: pazarı çeşitlendirme, kırsal kaynakları değerlendirme, destinasyon imajı ve tanınırlığını güçlendirme (Ehrlich, 2014).

Son yıllarda insanları kırsal turizme iten ve çeken birçok faktör bulunmakta, onlara turizmde küresel gelişmelerin etkisi de eklenmektedir. Bu faktörler şöyle sıralanabilir (OECD, 1994’e göre; Soykan, 2006: 76):

- İnsanların eğitim-kültür düzeylerinin artması,
- Miras değerlerine ilginin artması, koruma bilincinin uyanması,
- Boş zaman artışı,
- Bireyselleşmenin artması,
- Sessizlik ve rahatlığın çok sayıda turistin isteği haline gelmesi,
- İnsanların sağlık sorunlarına karşı giderek daha duyarlı olması ve boş zamanlarında aktif olmaya önem vermesi,
- Sağlıklı gıdalara ilginin artması,
- Ekolojinin, son yıllarda önemli bir konu haline gelmesi,
- Otantikliğin bir kalite belirtisi olarak kabul görmesi,
- Öğretici ve insanların ruhunu zenginleştirici seyahatlerin çoğalması,
- İletişim ve ulaşım araçlarının gelişmesi,
- Kırsal örgütlerin kurulması ve yaygınlaşması.

Kırsal turizm, yalnızca turistlerin ilgi alanında değildir. Günümüzde altı temel faktör turizm girişimcilerini de kırsal alanlara çekmektedir:

1. Peyzajın ilgi çekiciliği (dağlar, akarsular, göller, ormanlar, kıyılar, adalar, bataklıklar),
2. Yabani hayvanlar,
3. Kültürel miras (köyler, kasabalar, sit alanları, yapılar, etnik yapı vb.),
4. Sportif olanaklar (av, doğa yürüyüşü, kayak, balıkçılık vb.),
5. Yüksek müşteri potansiyeli (herkese hitap etmesi),
6. Yönetim, ticarileştirme (turistik ürün hazırlama) ve tanıtım konularında artan çalışmalar, yenilikler (OECD, 1994'e göre; Soykan, 2006: 74).

Avrupa'da kırsal turizm; ekoturizm, yeşil turizm, çiftlik turizmi ve agroturizm ile iç içedir. Onlara kırsal alanlardaki bisiklet turizmi, gastronomi turizmi hatta şarap turizmi gibi özel ilgi turizm türleri de eklenmektedir. Avrupa'da kırsal turizmin coğrafi dağılışıda hizmet kalitesi ve ürün çeşitliliği açısından Fransa, İtalya, Avusturya, Almanya, İsviçre, İngiltere, İspanya, Portekiz, Romanya öne çıkmaktadır. Hepsinde kırsal turizmle ilgili ulusal ya da bölgesel örgütler vardır. Ayrıca, kırsal turizmle ekoturizmi, dağ turizmi ve sportif turizmi birleştiren ülkeler de vardır: İsveç, Norveç, Finlandiya, İrlanda gibi. Bu ülkelere ek olarak son yıllarda AB'den aldıkları fonlarla ve yürütülen projelerle kırsal turizmde gelişme gösteren ülkeler de kırsal turizm rekabet ortamına katılmaya başlamışlardır: Adriyatik ülkeleri, Baltık ülkeleri, Polonya, Bulgaristan vd.

AVRUPA'DA KIRSAL TURİZM EĞİTİM ÇALIŞMALARI

Kırsal kalkınmayı amaç edinmiş ve kırsal yerleşmelerde gerçekleştirilen bir kırsal turizmdeön koşul, kırsal halkın katılımıdır ve bu bağlamda yapılması gereken, üç önemli iş bulunmaktadır: *kırsal halkın istekli olması, kırsal turizmi yönetecek bir örgütün kurulması ve eğitim çalışmaları*. Kırsal turizmin başlangıcında yerel halkın gönüllü olması ilk adımdır. Örgütlenme ve eğitim ise birbiriyle ilgili ve o nedenle eşgüdüm içinde yapılması gereken girişimlerdir. Örgütlenme, kırsal turizm için vazgeçilmez bir zorunluluktur. Bir dernek, her aşamada, her zaman aktif olarak çalışmalıdır. Hatta derneğin ilk yapacağı iş kendi elemanlarından başlayarak kırsal halka, kırsal turizmi yöneteceklerle ve girişimcilere kadar uzanan geniş bir kitleye eğitim verilmesinde görev almaktır.

Kırsal turizm ve eğitim kavramı yanyana geldiğinde, eğitim programlarını ve ilgili çalışmaları sınıflandırmak oldukça zordur. Çünkü bunların bir kısmı doğrudan kırsal turizmle ilgili, bir kısmı ise dolaylı yoldan (kırsal kalkınma, doğal ve kültürel mirası koruma vd) ilgilidir. Ayrıca; örgün eğitim-yaygın eğitim, kısa-uzun süreli eğitim, periyodik-periyodik olmayan eğitim, genel eğitim-mesleki eğitim, kırsal halk-profesyoneller-işletmecilerin eğitimi, yerinde

eğitim-uzaktan eğitim şeklinde çeşitli sınıflandırmalar yapılabilir. Fransa’da kırsal turizmi içine alan eğitim çalışmaları şu gruplara ayrılmaktadır: bir mesleğe hazırlık (başlama) eğitimi, sürekli eğitim, eylem-etkinlik eğitimi, kalkınma eğitimi. Bu eğitim çalışmalarına katılanlara diploma, sertifika veya eşdeğer belgeler verilmektedir. Bu yeterlik belgeleri bakanlık, ticaret odası, ziraat odası onaylı ya da çeşitli özel kuruluşlar onaylıdır (Moinet, 2006: 312-320, 453).

Bu bildirinin yazarları, kırsal turizmde eğitim çalışmalarını kendi gözlem ve deneyimleri doğrultusunda şu gruplara ayırmışlardır:

1. *Kırsal turizmin başlaması, gelişmesi, başarılı yönetimi ve sürdürülebilirliğini garanti etmek için çeşitli kurum ve kuruluşlar ya da eğiticiler tarafından yerinde verilen eğitimler.* Bu tür eğitimleri; genel ve özel olarak ikiye ayırmak mümkündür. Genel eğitim, bir yerde kırsal turizmin başlangıcında bilinçlendirme, aydınlatma, farkındalıkları öğretme şeklinde bir eğitim olup, kurslar ve seminerler şeklinde yürütülmektedir. Özel eğitimler ise; ihtiyaçlar, hizmetler ve etkinliklere göre şekillenmekte, kısa ya da uzun süreli mesleki eğitimleri içine almaktadır. Bu tür mesleki eğitimler, birkaç saatlik bir seminerden, bir projenin tamamını ya da bir kısmını oluşturan geniş kapsamlı, uzun süreli eğitim çalışmalarına kadar uzanmaktadır.
2. *Kırsal turizmde yenilikleri, deneyimleri paylaşmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlar ya da eğiticiler tarafından kırsal turizmin gerçekleştiği özel alan dışında, bölgesel ya da ulusal katılımlarla gerçekleşen eğitimler.* Fransa’da “SOURCE” adlı kurum-merkez, Fransa’da 21 yıl bu tür bir hizmet vermiştir. Her yıl, ülkenin farklı bir kırsal biriminde “yaz okulu” adı altında çeşitli etkinlikler yapılmıştır. Bu çerçevede gerçekleştirilmiş “atölye çalışmaları ve kırsal turizm mekanziyaretleri”nin mesleki eğitim yönü bulunmaktadır.
3. *Akademik, kamusal ve sivil toplum örgütlerinin düzenlediği kırsal turizm temalı, bilgi, tanıtım, farkındalık yaratma vd. amaçlı özel toplantılar.* Bu tür toplantılar periyodik olabildiği gibi, güncel gelişmelere göre ve ihtiyaç durumunda düzenlenmektedir.
4. *Kırsal turizmin doğal ve kültürel kaynaklarını, kırsal turizm işletmelerini ve hizmetlerini, kırsal yaşamı ve özgün etkinlikleri bir program ya da proje dahilinde öğrenmek amacıyla dışardan gelenler için verilen eğitimler.* Bu tür grup eğitimleri, çoğunlukla ilk ve orta öğretim öğrencileri içindir. Ayrıca turistler ya da yetişkin bireyler için farklı formatlarda eğitimler vardır. Genellikle çiftlikler bu hizmeti vermektedir, Fransa ve İtalya’da çok sayıda örnekleri vardır.

5. *Amacı doğrudan eğitim olmasa da, kırsal mekanları görerek, yaşayarak, deneyimleyerek, keşfederek, uygulayarak öğrenmeyi sağlayan kırsal yaşam müzeleri (ekomüzeler) ve açıkhavasergileri ve ziyaret alanları.* Ekomüzeler vb.herhangi bir yerde doğrudan kırsal turizme bağlı olmasalar da kırsal alanlarda bir ziyaret yeri olarak önem taşımaktadır. Bu bildiride iki örnek açıklanmaktadır.

Kırsal turizm mesleki eğitiminde öncelikle şu sorulara yanıt aranmalıdır: Neden eğitim ? Kimlere, ne düzeyde eğitim ? Nasıl bir yöntemle eğitim ? Hangi konularda eğitim ? Kimler tarafından bir eğitim ? Ne zaman ve ne kadar süreyle bir eğitim ?

Kırsal turizmdemesleki eğitimin birçok yararı olmakla birlikte, bunlar arasında en öne çıkanlardan biri, bir bölgedesorunları olan tarım sektörüne çözümler getirmesidir. Çünkü kırsal turizm tarımsal faaliyetlerle iç içedir.Tarımsal sorun olmasa bile işlerini çeşitlendirmek isteyen tarımsal işletme sahipleri yenilikleri öğrenmek üzere eğitim almaktadırlar. Ayrıca kırsal turizm eğitimleri, kırsal sosyo-ekonomik kalkınma açısından da çok önemlidir. Kalkınma boyutunda; dış dünyayı tanıma, kültürlenme, kendi yerel zenginliklerinin farkına varma ve onları sahiplenme, koruma bilinci kazanma, yeni ekonomik trendleri takip etme, yeniliklere uyum sağlama, kırsal meslekleri öğrenme, kadının statü kazanması gibi hem sosyal hem de ekonomik içerikli konularda eğitimler büyük katkı sağlamaktadır. Kırsal turizm eğitimi, aynı zamanda tur operatörleri, rehberler, seyahat acentası sahipleri gibiturizm profesyonellerine de verilmektedir(<http://www.formaguide.com>).

Avrupa’da kırsal turizm mesleki eğitiminde doğrudan veya dolaylı yoldan payı olan çok sayıda kurum ve kuruluş vardır. Bunlardan Avrupa çapında ve ülke bazında çok tanınmış olanlarından örnekler aşağıda verilmektedir.

Avrupa’da Kırsal Turizm Eğitimiyle İlgili Bazı Kurum ve Kuruluşlar

UNWTO-World Tourism Organization (*Dünya Turizm Örgütü*), ya kendisi doğrudan ya da işbirliği halinde, çeşitli programlar ve organizasyonlar dahilinde yaklaşık 20 yıldan bu yana kırsal turizme destek vermektedir. Bu kapsamda çeşitli ülkelerde kırsal turizmle ilgili birçok kongre ve seminerdüzenlemiştir (Soykan, 2006: 80):

- İsrail: Çevre, Yerel Kalkınma ve İstihdam İçin Bir Çözüm: Kırsal Turizm (1996)
- Sırbistan ve Karadağ: Avrupa’da Kırsal Turizm: Deneyimler ve Perspektifler (2002)
- Polonya: Avrupa’da Kırsal Turizm: Sürdürülebilir Kalkınmaya Uygunluk(2003)
- Ukrayna: Avrupa’da Kırsal Turizm: Kırsal Kalkınma İçin Bir Rehber (2003)
- İspanya: I. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi (2003)

- Romanya: Avrupa’da Kırsal ve EkoturizmSemineri: Potansiyel ve Gelecek (2004)
- Avusturya: Tatil Çiftlikleri ve Kırsal Turizmi Geliştirme (2004)
- Ukrayna (Kırım): II. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi (2005)

UNWTO’nun kırsal turizmle ilgili pek çok yayını da bulunmaktadır: Avrupa’da Kırsal Turizm (2004), Çevre, Yerel Kalkınma ve İstihdam İçin Bir Çözüm: Kırsal Turizm (1997) yalnızca iki örnektir (Soykan, 2006: 80).

Dünya Turizm Örgütü’nün 2002 yılında gerçekleştirdiği bir seminerde (WTO, 2002) kırsal turizmde eğitimin öncelikle şu kesimler için gerekli olduğu saptanmıştır:

Liderlerin (yetkililerin) eğitimi: Yerel düzeyde yönetim, ürün geliştirme ve pazarlama konularında lider pozisyonunda olanlar için eğitim şarttır. Eğitimlerle yeterli bilgi ve becerilere sahip olanlar diğer bireyleri yetiştirmek üzere görev alabilirler.

Kırsal turistik ürün üreticilerinin eğitimi: Kırsal turizm ürün sağlayıcıları ve operatörlerin eğitim almaları gereken konular şunlardır: müşteri hizmetleri, yabancı dil, ürün standartları, ticari ortakları tanıma (seçme), ürünleri öğrenme, temel pazarlama, internet.

Resmi kurum çalışanlarının eğitimi: Yerel veya kamu yönetim kurumları, turizmin sağladığı potansiyel avantajların bilincinde olmayabilirler. Bu anahtar grup için eğitim ve öğretim programları şarttır.

Avrupa Birliği: AB, kırsal turizmi bir turizm türü olarak değerlendirdiği gibi, esas olarak onu “kırsal kalkınma aracı” görmektedir. O nedenle Avrupa Bölgesel Politikası’nda ve kırsal kalkınma ile ilgili programlarda kırsal turizme yer verilmektedir.

AB Avrupa Komisyonu 1991 yılında LEADER (Links Between Actions for the Development of the Rural Economy) olarak adlandırılan ve “*Kırsal Ekonominin Geliştirilmesi için Faaliyetlerin Birleştirilmesi*” anlamına gelen bir topluluk girişimi başlatmıştır. LEADER, yerel düzeyde katılımın en üst düzeyde olduğu ve bir alanı tüm yönleriyle kalkındırmayı hedefleyen bir kalkınma modelidir. Dönemlere göre LEADER I, II ve LEADER+ yürürlüğe konmuştur. LEADER ağı içerisinde ülkeler, ekonomik anlamda riskli saydıkları bölgelerde “*Yerel Eylem Grupları*” kurarak, sayısız projeler yürütmüşlerdir. LEADER I çerçevesinde yerel kalkınmada eğitim projelerine büyük önem verilmiştir. Bu döneme ait toplam 217 yerel eylem grubundan 40’ı eğitimle ilgili projeler yapmış ve bütçelerinin %20’sini bu alana ayırmışlardır. Eğitimler farklı kesimlere (yerel aktörler ve sorumlular, öğrenciler, öğretmenler, gençler, çiftçiler, yatırımcılar vd) verilmiştir. Konular kalkınmanın çeşitli alanlarına dağılmıştır ve onlar içinde kırsal alanlarda turizmi geliştirmek de vardır (Observatoire Européen LEADER/AEIDL, 2000).

Yerel eylem gruplarının katıldığı işbirliği projeleri beş gruba ayrılmış olup, onlardan biri de kırsal turizmdir. Kırsal turizmle ilgili projelerde eğitime de yer verildiği görülmektedir. Sözelimi Fransa’da doğal çevre ve kültür kaynaklarını turizm yoluyla değerlendirilmesi konulu bir LEADER projesinde; çevre eğitimi (flora ve faunayı keşfetme), sürdürülebilir ve yeşil turizm eğitimi (eko mimari, çiftçilere misafir kabul etme eğitimi) verilmiştir (<http://www.pays6vallees.com>).

RTI-TN-RuralTourismInternational Training Network(*Kırsal Turizm Uluslararası Eğitim Ağı*):Bireysel eğitmenler, kırsal girişimciler, kuruluşlar ve enstitüler için kırsal turizm eğitimi ile ilgili bir organizasyondur.Bu ağ organizasyonu 2003 yılından beri faaliyettedir. Amacı; kırsal toplumların yaşam kalitesini iyileştirmek için bir yol olarak kırsal turizm odaklı eğitim ağını kurmak, ortak dersler ve standartlar geliştirmek, bilgi, deneyim ve iyi uygulamaları paylaşmaktır. Bugüne kadar yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak eğiticilerin eğitime ve girişimcilerin eğitime önem verilmiştir. Uluslararası eğitim çalışmaları, Avrupa Birliği’nineğitimle ilgili programlarından proje alınarak yürütölmektedir(<https://ruraltourisminternational.wordpress.com/category/projects-training-course/>).

R.E.D/M.E.R-Rurality-Environment Development/The European Countryside Movement (*Kırsallık,Kalkınma, Çevre/Avrupa Kırsallık Hareketi*): R.E.D 1980 yılında Belçika’da kurulmuştur. Avrupa kırsal kalkınma aktörlerini bir çatı altında toplayan uluslararası bir birliktir. RED, Avrupa Komisyonu ve Avrupa Konseyi’nin danışma organı statüsündedir. M.E.R, sivil toplum kuruluşlarının koordinasyonunu üstlenmiştir. RED’in kırsal alanlar ve kalkınma ile ilgili pek çok yayını vardır, konferans ve kollokyumlar düzenlemekte, kırsal kalkınma politikası, hukuksal çerçeve ve yerel kalkınma için çağdaş uygulamalar gibi konular üzerinde çalışmaktadır. Ayrıca bunlara ek olarak, aktif kırsallık için Avrupa eylem ağı ve sınırlar ötesi çalışma grupları ile işlevsel eylemler gibi aktiviteleri yönetmektedir. Bütün bu kırsal kalkınma eksenli çalışmalar içinde kırsal turizme de yer verilmektedir (<http://www.ruraleurope.org>).

ECEAT-European Centre For EcoAgro Tourism (*Avrupa Eko Agroturizm Merkezi*);bu merkezin çeşitli etkinlikleri arasında sürdürülebilir turizm ve kırsal turizmeğitimine de yer verdiği görölmektedir. Bu yaklaşımla ECEAT, profesyonel ortaklarıyla birlikte AB eğitim programlarından destek alarak çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Sözelimi, 2002-2005 yılları arasında gerçekleştirilen “*Uluslararası Kırsal Turizm*” eğitim projesi bunlardan biridir. Bu projenin amaçları şunlardır;kırsal turizm eğitim materyalienvanterinin hazırlanması,

Avrupa'da eğitimcilerin eğitimi, web tabanlı kırsal turizm eğitimi materyalleri veri tabanının oluşturulması, kırsal turizm eğitimi için standart bir Avrupa ders programının geliştirilmesi, kırsal turizm eğitimi için bir Avrupa ağıının yaratılması (<http://www.eceat-projects.org/html/training.html>).

AFRAT-l'Association pour la Formation des Ruraux aux Activités de Tourisme (Turizm Etkinlikleri İçin Kırsal Eğitim Derneği): Fransa'da 45 yıldır hizmet veren bu merkez, ulusal ve uluslararası özellik taşımaktadır. Hizmetler; bireyler, profesyoneller, proje yürütücüleri ve yerel örgütler/ağlar içindir. Turizm aktörlerine formasyon kazandırma, danışman ve uzman sağlama, kırsal turizmde yeni meslekler yaratma, yenilikçi projelere yardım etme, kırsal alanları kalkındırma ve uluslararası işbirlikleri için ortaklıklar kurma, turizm gelişme programlarına eşlik etme, sürdürülebilir turizm, dayanışma turizmi konularında *yol gösterici* olma hizmetlerine ilaveten çeşitli pedagojik yayınlar hazırlanmakta ve araştırmalar yapılmaktadır. Bugüne kadar 30 bin kişi AFRAT'tan yararlanmıştır. Bu merkezde kısa (3-20 gün) ve uzun süreli (3-7 ay) staj yapma olanağı da vardır (Moinet, 2006: 455). Eğitim programlarının başlıca konular şunlardır: turizm ve yatırım, bölge mutfağı, açık hava aktiviteleri, projeler, iş ve oryantasyon, özel mesleki eğitimler (<http://www.afrat.com>).

SOURCE-Centre National de Ressources du Tourisme et du Patrimoine Rural (Kırsal Miras ve Turizm Kaynakları Ulusal Merkezi): Fransa'da 1991 yılında kurulan bu merkez, daimi dernek statüsünde ulusal düzeyde 21 yıl hizmet vermiş ve 2012 yılında faaliyetlerini durdurmuştur. Kırsal miras ve kırsal turizmle ilgili proje sahiplerine, danışmanlara, öğrencilere, kalkınma ajansları ve araştırma kurumlarına hizmet veren bir merkez olmuştur. Misyonu; kırsal turizm ve kırsal miras aktörleri ve onların bağlı olduğu birimlerle, ayrıca devlet kurumları (bakanlıklar gibi) işbirliği içinde çalışmaktır. Merkezin faaliyetleri ve hizmetlerinin dört grupta toplandığı görülmektedir (Soykan, 2006: 82):

1. Dokümantasyon ve enformasyon hizmeti
2. Yayın hizmeti (periyodik dergi ve çeşitli koleksiyonlara ait kitaplar)
3. Toplantılar düzenleme (periyodik Kırsal Turizm Yaz Okulu, Miras ve Turizm Günleri, Kırsal Turizm Aktörleri İçin Forum)
4. Diğerleri

Bildirinin birinci yazarı 2007 yılında Kırsal Turizm Yaz Okulu'na katılmıştır. O yılın teması: “*Kırsal Destinasyonlar: Turistik Mekanlarımızı Birlikte Kuruyoruz*” olmuştur. Program süresince, mini konferanslar, atölye çalışmaları, karşılıklı görüşme saatleri ve arazi ziyaretleri

yapılmıştır. Katılımcılar, bir pansiyon sahibinden dernek sorumlularına, yerel turizm bürosu yöneticilerinden yerel yönetim görevlilerine, akademisyenlerden proje yürütücülerine ve kamu kurumlarının temsilcilerine kadar çok geniş bir yelpazede yer aldığından özellikle atölye çalışmaları ve karşılıklı görüşmelerin büyük yararı olmuştur. Ayrıca, başarılı uygulamaları ziyaret etmek ve bilgiler almak, katılımcılara “*yerinde görerek-yaşayarak-eğitim*” ya da “*fırsat eğitimi*” şeklinde büyük katkı vermiştir.

EUROGITES-European Federation of Rural Tourism (Avrupa Kırsal Turizm Federasyonu), 27 ülkede 35 üye organizasyona sahiptir. Eurogites’e bağlı 100 binden fazla konaklama birimi ve 1.800 bin yatak bulunmakta, doğrudan ve dolaylı 500 bin iş, kırsal alanlar için 37.000 milyon Euro’dan fazla gelir bu çatı altından elde edilmektedir. EUROGITES için kırsal turizmin anlamı; kırsal evlerde ve çiftliklerde konaklama, etkinlikler ve geleneksel kırsal gastronomidir. EUROGITES’in başlıca etkinlikleri arasında, kırsal turizm mesleki çalışmaları, enformasyon ağı kurma, promosyon, üyeler arasında mesleki işbirliği, workshop, kongre ve yuvarlak masa toplantılarının düzenlenmesi gelmektedir (www.eurogites.org). Bildiri yazarlarından birincisi, EUROGITES’in 2005 yılında Kırım Özerk Cumhuriyeti’nin Yalta kentinde düzenlediği “*II. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi*”ne katılmıştır. Kongrenin teması “*Kırsal Turizm Yoluyla Entegrasyon ve Kalkınma*”dır. Kongrenin amacı, kırsal turizmle ilgilenen yerel işletmecileri, sivil toplum kuruluşlarını, yerel yetkilileri ve üniversite öğretim üyelerini bir araya getirerek, kazanılan deneyimleri paylaşmak, sorunları tartışmak, çözüm önerileri üretmek, farklı ülkelerden gelenlerin kaynaşmasını sağlamaktır. Sunumlardan öne çıkanlar arasında kırsal turizmde mesleki eğitim konusu yer almıştır.

Avrupa’da Kırsal Turizm Eğitimiyle İlgili Örnek Programlar

Bu başlık altında önce, Avrupa’da kırsal turizmin yaygınlaşmaya başladığı yıllarda kapılarını kırsal turizme planlı şekilde açmayı hedefleyen ülkelere biri olan İspanya’dan iki örnek verilecek, sonra bir eğitim programının içeriği paylaşılacaktır.

İspanya’da kırsal turizmin gelişme potansiyeli en yüksek bölgelerinden biri Pireneler’dir. Göç nedeniyle nüfusu sürekli azalan, hayvancılığın hakim olduğu Ribagorça ve Sabarrebeyörelerinde, göçü önlemek ve hayvancılığı geliştirmek üzere projeler yapılmıştır. Onlardan biri dağ köylülerini turizme teşvik ederek, yöreye kırsal turizmi sokmaktır. Bu çerçevede iki ayrı kurs modülü hazırlanmıştır. Birincisi; teknik (muhasabe, Fransızca, kentleşme, animasyon, yasalar), ikincisi; deneysel (kırsal turizm uygulama örneklerini tanıtmak). Daha sonra, kırsal turizm eylem planı hazırlanarak devreye sokulmuştur. Bu aşamada

da kurslar devam etmiştir: promosyon, yönetim, turistleri eğlendirme, hizmet personeline yabancı dil, mutfak ve el sanatları eğitimi vd. (Soykan, 2000: 28).

İspanya'dan bir başka örnek Galiçya Toplumsal Kalkınma Enstitüsü'neait 1990'lı yılların başında yapılan “*Portodemouros Programı*” verilebilir. Programın hedefinde kırsal turizmi kalkınmada öncelikli sektör haline getirmek, vardır. Hazırlanan eylem planında şu hareket noktaları öngörülmüştür: teknik destek, yerel halk ve girişimciler için kırsal turizm eğitimi. Eğitim konuları çok çeşitlidir: el sanatları, yeni işler, yeni ürünler yaratmave ticarileştirme, yerel hizmetler, çevre koruma,halk kültürünü turistik sunuma hazır hale getirme, doğal çevreye uygun spor dalları geliştirme vd(Soykan, 2000:29).

RuralTourism International Training Network’ün 2004 yılı kırsal turizm eğitim programı:

Bu program dahilinde 4 düzey eğitim vardır: oryantasyon, temel, ileri, özel. Hedef gruplar şunlardır: kırsal turizme yeni başlayacaklar, kırsal turizmle ilgili bir işi olanlar, kendini geliştirmek isteyen kırsal girişimciler ve belirli konularda uzman olmak isteyen girişimciler. Kursların süresi 1-15 gün arasındadır. Temel düzeydeki kursun konuları şunlardır (RuralTourism International, 2004: 7-17):

Kırsal turizmde eğitimin her zaman sistematik ve formal yapıda olmasına gerek yoktur. Zaten gerçek kırsal turizmin farklı yanı, kendisinin öğretici işleve sahip olmasıdır. Avrupa kırsalında “*ekomüze ya da kırsal yaşam müzesi*” adı altında çok sayıdaki örnek, hem kırsal turizme destek vermekte hem de her birinin farklı eğitim uygulamaları bulunmaktadır. Bu bağlamdaaşağıda iki örnek tanıtılmaktadır.

Avrupa’da Kırsal Turizme Destek VerenFarklı Uygulamalarda Eğitimin Yeri

Ekomüzeler ya da kırsal yaşam müzeleri;kırsal bölgelerde mevcut bir kırsal yerleşmenin içinde ya da yakınında yaratılan, eğitim-öğretim yönü olan uygulama alanlarıdır. Ekomüze kavramı ilk kez, 1950’lerin başında Fransa’da doğmuş ve ilk ekomüze 1968’de doğa parkları içinde yer almıştır. Fransa’da, 1989 yılında “*Fédération des Écomusées et Musées de Société/Toplum Müzeleri ve Ekomüzler Federasyonu-FEMS*” kurulmuştur. FEMS, ekomüzeleribiraraya getiren Avrupa’daki en önemli ulusal kuruluştur. Federasyonun misyonu; araştırma, halkı bilinçlendirme, bilimsel işbirliğini teşvik etme, üyelerine mesleki eğitim verme ve ekomüzeleri iyileştirmedir.

TEMEL DÜZEY KIRSAL TURİZM EĞİTİM KURSU
1. REKREASYON VE TURİZM 1.1. Kavramlar: rekreasyon, turizm, kırsal turizm, agroturizm, ekoturizm, sürdürülebilir turizm 1.2. Kırsal turizm trendleri 1.3. Rekreasyon, çevre ve toplum ilişkileri 1.4. Rekreasyon ve turizm türleri, özel yaklaşımlar 1.5. Kırsal turizmin turizm sektörü içindeki yeri ve bulunulan bölgedeki yeri
2. KONUKSEVERLİK 2.1. Kırsal turizmde konukseverliğin önemi 2.2. Konukları kabul etme koşulları 2.3. Konuklar ile iletişim 2.4. Rekreasyonel etkinlikler hakkında konukları bilgilendirme 2.5. Yabancı dil 2.6. Zor durumlar için uygun davranış biçimleri 2.7. Çatışmayı-tartışmayı önleme yolları
3. KONAKLAMA 3.1. Konaklama türleri 3.2. Konaklama kategorileri 3.3. Kırsal alanda konaklama için temel gereksinimler 3.4. Katılımcının kendi işi için en uygun konaklama türleri
4. GIDA VE YEMEK 4.1. Geleneksel ürünler konusundaki izin ve sertifikalar 4.2. Gıda güvenliği ve sürdürülebilirliği 4.3. Bölgesel geleneksel ürünler 4.4. Bölgesel geleneksel alışkanlıklar
5. ETKİNLİKLER 5.1. Konaklama alanı çevresinde basit rekreasyonel etkinlikler düzenleme 5.2. Konaklama alanı çevresinde basit rekreasyonel etkinliklere rehberlik etme 5.3. Kırsal etkinliklere konukları dahil etme
6. DOĞA VE ÇEVRE 6.1. Önemli doğa olayları 6.2. Yakın çevre değerleri 6.3. Atıklar
7. PAZARLAMA VE PROMOSYON 7.1. Pazarlama tanımı 7.2. Promosyon tanımı 7.3. Pazarlama terimleri ve önemi 7.4. Dağıtım kanalları ve önemi
8. YASALAR 8.1. Temel konularda yasal düzenlemeler ve kurallar 8.2. Temel konularda yasal düzenlemeler ve kuralları öğrenme yerleri 8.3. Kırsal turizmle ilgili yasalar 8.4. Kırsal turizm için finans olanakları 8.5. Turist ve turizmle ilgili temel sözleşmeler
9. SAĞLIK VE GÜVENLİK 9.1. Risk envanteri 9.2. Yangın önleme tedbirleri ve söndürme teknikleri 9.3. Çalışma hayatı güvenlik önlemleri 9.4. Konukları güvenlik konusunda bilgilendirme 9.5. Konuklar için sağlıklı çevre ortamı yaratma 9.6. Hijyen koşulları 9.7. İlk yardım bilgisi
10. YÖNETİM 10.1. Örgüt tanımı ve detayı 10.2. İş planı 10.3. İş planı yapmada yardım alma 10.4. Yönetimin temel unsurları ve uygulama becerileri

Ekomüze ile ilgili başlıca kavramlar şunlardır: doğa, insan, mekan, kültürel miras, koruma, geliştirme, kalkınma, katılımcılık, sosyo-ekonomik yaşam tarzı, sürdürülebilirlik. Ekomüzeler; köy hayatını esas alır, yöreseldir, duvarları olmayan müzelerdir, bir eylem ve animasyon aktörüdür. Yerel katılıma dayalı olarak bir mekanın kültürel kimliğine odaklanır ve yerel halkın refah ve gelişimini amaçlar. O nedenle kadınlar ve erkekler bir ortak proje etrafında kendi bölgeleri ve yaşayanları için biraraya gelirler. Bu sürekli açık mekan, toplumun gelişmesine ilişkin sorunları tartışmak üzere oluşturulan bir halk yatırımdır (<http://www.fems.asso.fr>). Ekomüzeler kimi kez bir laboratuvar, okul, yerel tekniklerin ve kullanımların öğretim yeri, kimi kez bir araştırma merkezi, öğretmenlerin, zanaatkarların, araştırmacıların ve yerel nüfusun buluşma yeridir. Dahası onlar, turizm için bir çekicilik kaynağı ve bir kültürel animasyon yeridir, bazıları da yerel ekonomi için bir katkıdır (Moinet, 2006: 59)

Ecomuséed'Alsace (Alsace Eko Müzesi); Fransa'nın Alsace bölgesindedir. Ekomüze, bu bölgedeki kültürel mirası korumak üzere 1971 yılında kurulan bir derneğin projesiyle hayata geçirilmiştir. Eski bir köyün evleri sökülerek taşınmış, evler müzeninşimdiki yerine 1980 yılından itibaren yeniden montaj edilmeye başlamış, ekomüze 1984 yılında açılmıştır. Evlerle birlikte, eski mobilyalar, giyecekler, dokümanlar ve fotoğraflar da yerini almıştır. Daha sonra evlere, eski köy işlerini canlandıran birimler eklenmiştir. Bugün müze-köyde, yetmişden fazla orijinal Alsace bölgesi mimarisinde bina yer almakta olup konaklama, restoran, toplantı salonu, sergi evi gibi işlevleri vardır, köy sokaklarına dağılmış bir okul, bir kilise, bir gar, değirmenler, bir çiftlik kompleksi ve el sanatları atölyeleri (demirci, çömlekçi vd) bulunmaktadır. Ekomüzede ayrıca çok işlevli bir eğitim merkezi vardır. Burada işsizlere, engellilere, özel koruma altındaki kişilere mesleki kurslar ve rehabilitasyon eğitimleri verilmektedir. Eğitim merkezinde ayrıca halk ve yatırımcılar için teknik kurslar da (seramik, ahşap el sanatları, demircilik, mutfak) açılmaktadır. Ekomüzede çocuklar ve öğrenciler için eğitici yarışmalar, el sanatları atölyeleri ve özel eğitim günleri düzenlenmektedir. Ekomüze, her sene yenilikler sunmaktadır. Bu sene yakın çevredeki doğa koruma parkına atlı araba gezileri konmuştur. Sonuç olarak Alsace Ekomüzesi, geçmişi koruyan, yaşatan ve öğreten bir müzedir. (<http://www.ecomusee-alsace.fr>).

Le Musée Suisse en Plein Air Ballenberg (Ballenberg İsviçre Açık hava Müzesi); İsviçre'de doğayı ve kırsal yaşamı bütünleştiren bu açık hava müzesinin amacı; İsviçre'nin tüm bölgelerinden evleri, ticari binaları, tipik mobilyalarıyla birlikte biraraya toplamak, korumak ve geleneksel kırsal mimariyi sürdürmektir. Ballenberg, gösteriler, kurslar, sergiler ve yayınlar

sunan canlı bir kırsal kültür merkezidir. Açık hava müzesinde, tarihsel köylü bahçeleri, geleneksel el sanatları ve çiftlik hayvanlarıyla orijinallerine sadık kalınarak inşa edilmiş 110 binavardır. Ballenberg’de yıl içinde çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir: İsviçre değirmenler günü, folklorik danslar ve giysiler, küçük çiftlik hayvanları günü, tıbbi bitkiler günü, geleneksel çamaşır yıkama günü vd. Açık hava müzesinde geleneksel evler dışında ekili ve dikili alanlar, çayırlar ve çiftlik hayvanları, ahırlar, orman, manzara seyir noktaları, yürüyüş yolları, çamaşırhaneler, kurutma odaları, peynir yapım yerleri, restoranlar, çikolata yapım yeri, geleneksel ürün satış yerleri, piknik alanları, açık hava tiyatro sahnesi ve bir kurs merkezi bulunmakta, atlı arabalarla gezilebilmektedir. Kurs merkezinde şu kurslara örnekler verilebilir: dövme, keçe yapımı, yaz şapkaları yapımı, arıcılık, marangozluk, ağaç bakımı, sepet örme, dokumacılık, seramik vd. Ziyaretler, bireysel, grup ve öğrenci grupları şeklindedir. Gruplara ve öğrencilere, özel etkinlikler ve rehberli geziler sunulmaktadır. Müze, 2016 yılının ana temasını “*Dönüşümdeki İsviçre*” olarak seçmiştir (<http://www.ballenberg.ch>).

SONUÇ

Kırsal turizm, kırsal mekanların doğal ve kültürel özelliklerini fırsata çeviren bir turizm türüdür. Kırsal turizmin diğer turizm türleri arasındaki yeri ve önemi; sürdürülebilir turizm ilkeleri ile birebir uyumlu olması, alternatif turizm türleri içinde kırsal kalkınmaya büyük destek vermesidir. Sürdürülebilir turizm için eğitim her aşamada nasıl ki şart ise kırsal turizm için de şarttır ve uygulamaların başarısındaki en önemli etkenlerinden biridir.

Kırsal turizm günümüzde, gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin hepsinde kendine bir yer bulmuştur. Avrupa’nın gelişmiş ülkelerinde kırsal turizm; yok olmakta olan çevresel ve kültürel değerleri kurtarmak ve kırsal ekonomiyi canlandırmak için en iyi reçete olarak kabul görmektedir. Bu ülkelerin turizm sektöründe kırsal turizm, yerli turistler için kent ortamından uzakta dinlenme, keşfetme, nostalji yaşama, doğal yaşama ulaşma; dış turizm için ise bir rekabet avantajıdır. O nedenle kırsal turizmde hem kırsal büyüyü korumak, hem turistlere kaliteli hizmetler sunabilmek hem de güncel turizm yeniliklerini izlemek açısından eğitim çalışmalarının büyük yararı vardır. Bu çalışmanın “*Avrupa’da Kırsal Turizm Eğitimiyle İlgili Örnek Programlar*” başlığı adı altında verilen bazı örnekler, eğitim çalışmalarının yararını göstermektedir. Kırsal turizmde birkaç saatlik bir seminerden üniversitede yarıyillık master programına kadar, pansiyonculuk eğitiminden dil kurslarına kadar sayısız eğitim programlarını bulmak mümkündür. Kırsal turizmde meslek eğitimleri, kırsal halkı turizme hazırlamanın ötesinde kırsal sosyo-ekonomik kalkınma açısından da çok önemlidir. Ayrıca, yatırımcılar, girişimciler, işletme sahipleri, tur operatörleri, rehberler,

seyahat acentası yetkililerigibi turizm profesyonelleri de eğitim almaktadırlar. Avrupa’da eğitim çalışmaları, uluslararası, ülke ve bölge düzeyli çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılmaktadır. Avrupa’dakırsal turizmi tamamlayan ekomüzeler ya da kırsal yaşam müzeleri aynı zamanda eğitici-öğretici işleve de sahiptirler.

Avrupa’da temel düzeyde bir kırsal turizm eğitiminde; konaklama, yemek, etkinlikler, doğal çevre, sağlık, güvenlik, yasal çerçeve, pazarlama ve tanıtım, yönetim gibi ders konularına ek olarak “konukseverlik” konusunun işlenmesi dikkat çekicidir. Aslında, kırsal turizmin özünde sıcak ve samimi ilişkiler, dostluk kurma, kendini özel hissettirecek hizmetler alma, yerel insanın geleneklerini tanıma, bir kent insanı için çok önemlidir. O nedenle kentleşen ve yaşlanan Avrupa’da insanların tatillerinde kırları tercih etmesinin en büyük nedenlerinden biri konukseverliği yaşamaktır.

Avrupa’da kırsal turizm eğitimiyle ilgili bütün bu çalışmalar, Türkiye gibi kırsal turizmde işin başında olan bir ülke için deneyimleri öğrenmek açısından büyük önem taşımaktadır. Diğer taraftan önümüzdeki yıllarda Avrupa’dan Türkiye’ye kırsal turizm amaçlı gelecek potansiyel turistleri de hesaba kattığımızda ülkemizde kırsal turizm eğitim çalışmalarının yapılandırılmasına olan ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Bugüne kadar, MEB Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Kırsal Kalkınma Ajansları’nın çeşitli projelerinde verilen kurslarda, çeşitli kurumsal ve özel projelerde, belediyelerin girişimlerinde kırsal turizm eğitimi verildiği gözlenmiştir. Bu tür eğitimler daha çok, kurumsal elemanları ya da kırsal turizme açılmayı düşünen köylüleri kırsal turizm ve onun etrafındaki konularda bilinçlendirmeyi hedef almıştır. Ancak, özellikle mesleki eğitim çalışmalarında kırsal turizme özgü disiplinlerarası eğitim modüllerine ihtiyaç vardır ve eğitimlerin bir yasal dayanağı olmalı, bir yeterlik belgesi vermelidir. Kurslarda uzmanlığı olanlar görev yapmalıdır. Onun için de öncelikle eğitimcilerin eğitilmesi gerekmektedir.

Kırsal turizmle ilgili olarak politika, strateji, plan, proje ve uygulama bağlamında yükümlülükleri olan Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere ilgili diğer bakanlıklar, Kalkınma Ajansları, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), kırsal turizmin Türkiye’deki geleceğini kurmak için yasal mevzuat, stratejik plan ve eylem planlarını hazırlamaları gerekmektedir. Şüphesiz kırsal turizm işletmeciliği, örgütlenme ve eğitim ancak o zaman Avrupa düzeyine erişecek ve başarılı bir kırsal turizm gelişme gösterebilecektir.

KAYNAKÇA

- AFRAT, Association Pour la Formation des Ruraux aux Activités du Tourisme, <http://www.afrat.com/formation>, Erişim tarihi: 28.02.2016.
- ČIKIC, Jovana; PETROVIC, Marina; BRANISLAV, Đurđev (2015), "Diffusion of Knowledge and Rural Tourism Development-Example of Vojvodina", *Economics of Agriculture*, Year: 62, No: 1, ss. 123-136.
- ÇULHA, Osman (2012), "Yaygın (Sertifikalı) Mesleki Turizm Eğitimi İçin Çok Boyutlu ve Hiyerarşik Kalite Modelinin Belirlenmesi: Nitel Bir Çalışma", *Turizm Eğitimi Konferansı*, 17-19 Ekim 2012, Ankara, Tebliğler, ss. 382-402.
- EHRlich, Klaus (2014), "Rural Tourism in Europe, State of Art", 5th European Congress on Rural Tourism, Alpbach/Tyrol, 6th- 8th October 2014.
- ERDİNÇ, Saliha Başak; YILMAZ, Gökhan (2012), "Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri", *Turizm Eğitimi Konferansı*, 17-19 Ekim 2012, Ankara, Tebliğler, ss. 17-31.
- MOINET, François (2006), *Le Tourisme Rural . Concevoir, Créer, Gérer*, 4^e édition , Paris: Editions France Agricole.
- OBSERVATOIRE EUROPÉEN LEADER/AEIDL (2000), *Innover par la Formation. Innover dans la Formation, La Formation au Service du Développement Territorial, LEADER II*, Commission Européenne Direction Générale de l'Agriculture.
- RURAL TOURISM INTERNATIONAL (2004), *Course Curricula Rural Tourism (European Curricula for Courses in Rural Tourism)*. EU DG Education, Leonardo Programme 2002-2005.
- SOYKAN, Füsün (2000), "Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi (Türkçe)*, Yıl: 11, Mart-Haziran, ss. 21-33.
- SOYKAN, Füsün (2006), "Avrupa'da Kırsal Turizm Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim", II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 20-22 Nisan 2006, Balıkesir, Bildiriler Kitabı, ss. 71-87.
- WTO (2002), *Rural Tourism in Europe: Experiences and Perspectives*, WTO Seminar Conclusions, Belgrade, Yugoslavia, 24 and 25 June 2002. <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/rural-t-sem-2002-concl.pdf>, Erişim tarihi: 12.03.2016.
- <http://www.eceat-projects.org/html/training.html>
- <http://www.ballenberg.ch>, Erişim tarihi: 09.03.2016.
- <http://www.ecomusee-alsace.fr>, Erişim tarihi: 12.03.2016.
- <http://www.eurogites.org>, Erişim tarihi: 12.03.2016.
- <http://www.fems.asso.fr>, Erişim tarihi: 04.03.2016.
- <http://www.formaguide.com>, Erişim tarihi: 08.02.2016.
- <http://www.pays6vallees.com>, Erişim tarihi: 08.02.2016.
- <http://www.ruraleurope.org>, Erişim tarihi: 15.04.2006, 09.03.2016.
- <https://ruraltourisminternational.wordpress.com/category/projects-training-course>, Erişim tarihi: 08.02.2006, 09.03.2016

KORUNAN ALANLARIN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: GÜMÜŞHANE ARTABEL GÖLLERİ TABİAT PARKI ÖRNEĞİ

Murat ÖDEMİŞ¹

İsmail ÇALIK²

ÖZET

Dünya’da ve Türkiye’de çok sayıda korunan alan bulunmaktadır. Mevcut korunan alanların sayısının artması ve etkin yönetimlerinin sağlanması, hem bu alanların sürdürülebilir kılınmasını hem de turistlerin, bölge yerel halkının ve gelecek neslin kontrollü ve bilinçli bir şekilde bu alanlardan yararlanmasını sağlayacaktır. Bu anlamda ise, sürdürülebilir turizm yaklaşımından bir araç olarak yararlanılabilir. Bu kapsamda bu çalışmada, Gümüşhane Artabel Gölleri Tabiat Parkı koruma alanının mevcut turizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Çalışmada bu amaçla, Artabel Gölleri Tabiat Parkı ile ilgili kavramsal bir inceleme yapılmış ve bu alanın sürdürülebilir turizm kapsamında nasıl değerlendirilebileceğine ilişkin çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Sonuç olarak; Gümüşhane Artabel Gölleri Tabiat Parkının önemli bir turizm potansiyelini barındırdığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, doğa koşullarının bu bölgeye ulaşımı güçleştirilmesi ve bu durumun gelecekte turizmin daha da gelişmesinin önünde bir engel oluşturması sebebiyle, bu alanın çok uzun süre özgünlüğünü koruyacağı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Gümüşhane, Artabel Gölleri Tabiat Parkı, Korunan Alanlar, Sürdürülebilir Turizm.

GİRİŞ

Korunan alanlar, doğal çekicilik unsurları içerisinde, bitki ve hayvan çeşitliliği açısından özgün niteliklere sahip rekreasyonel alanlardır. Bu bölgelerin korunan alan olarak sınıflanmasındaki temel amaç, hem çevredeki flora ve fauna çeşitliliğini korumak hem de ziyaretçilerin doğal hayatı deneyimlemesini sağlamaktır. Turizm faaliyetlerine açılan korunan alanların taşıma kapasiteleri dikkate alınarak, bölgeyi ziyaret edecek ziyaretçilerin sınırlandırılması ve sürdürülebilir turizm göstergeleri bağlamında bölgedeki çevresel tahribatın boyutlarının ölçülmesi sürdürülebilir turizmin amaçları arasında yer almaktadır. Çevresel tahribatın boyutlarını azaltarak, bölge halkının ekonomik fayda sağlayacağı turizm

¹ Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mrodemis@gmail.com

² Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ismailcalik29@gmail.com

seçeneklerinin desteklenmesi, orta ve uzun vadede bölgenin turizm faaliyetleri vasıtasıyla kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

Gümüşhane ili; Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan, sınırları içerisinde 5 tabiat parkı, 1 tabiat koruma alanı, 10 tabiat anıtı, 1 yaban hayatı destekleme sahasıyla ülkemizde korunan alanların % 4’ne sahip bir ildir. İlde yer alan Artabel Gölleri Tabiat Parkı’nın bulunduğu 5 bin 859 hektarlık alan, endemik bitki çeşitliliği, krater gölleri, jeolojik ve jeomorfolojik yapısıyla kendine has özelliklere sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, Gümüşhane ilinde yer alan Artabel Gölleri Tabiat Parkı’nın korunan alanlar ve sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesidir. Bu bağlamda çalışmamızın bir diğer alt amacı ise sürdürülebilir turizm bağlamında bölgeyle ilgili somut önerilerin sunulmasıdır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Korunan Alanlar ve Sürdürülebilir Turizm

Dünya Doğayı Koruma Birliği’nin (IUCN) yapmış olduğu güncel tanıma göre; doğanın ve ilişkili ekosistem servisleri/hizmetleri ve kültürel değerlerin uzun vadeli korunması amacıyla açıkça tanımlanmış coğrafi sınırları olan, tanınmış, adanmışlık içeren ve yasal veya diğer etkin yöntemlerle yönetilen alanlardır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2016). evre ve şehircilik Bakanlığı yönetmeliğinde ise korunan alanlar; milli parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları, tabiat koruma alanları, sulak alanlar, özel evre koruma bölgeleri ve benzeri koruma statüsü bulunan, biyolojik çeşitliliğin, doğal ve bununla ilişkili kültürel kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması amacıyla ilgili mevzuata göre tespit edilen ve yönetilen kara ya da deniz alanı olarak ifade edilmektedir (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2012).

Koruma alanları yalnızca vahşi türleri korumakla kalmayıp, türlerin yaşamakta olduğu ekosistemleri de korumaya yönelik bilinçli çabaların gösterildiği alanları ifade etmektedir. Ayrıca dünyada doğal alanların büyük bir kısmının tarım ya da endüstriyel amaçlı kullanıldığı görülmektedir; bu nedenle koruma alanları geniş bir alandaki ekosistemi koruma görevini üstlenen doğal ya da doğala yakın,sınırlı ekosistemleri oluşturmaktadır (Stolton ve Dudley, 2015). 1978’de Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN) tarafındankoruma altına alınması gereken bazı alanlar üç grupta sınıflandırılmaktadır.Birinci grupta; bilimsel bilgi birikimi, ulusal parklar, tabiat anıtları, tabii koruma rezervi, muhafaza ormanı yer almaktadır. İkinci grupta; kaynak birikimi, antropolojik birikim, çoklu kullanım yönetim alanı bulunurken,

üçüncü grupta ise; biyosfer rezervi ve tabii dünya miras alanları bulunmaktadır (Dudley ve Stolton, 2007: 14).

Sürdürülebilir turizm yaklaşımı ilk kez 1980’de Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Dünya Vahşi Yaşam Fonu (WWF)’nin birlikte hazırladığı “Dünyayı Koruma Stratejisi”nde dile getirilmiştir. Söz konusu strateji; doğanın bir parçası olan insanoğlunun doğada var olan değerlerine sahip çıkması gerektiğini, aksi takdirde insanoğlunun geleceğinden söz edilemeyeceğini vurgulamaktadır (Jurincic ve Popic, 2009). Turizm, planlı ve kontrollü bir şekilde geliştirilmesi halinde insanoğlunun değerlerini koruyabilecek önemli potansiyele sahip bir sosyal etkinliktir. Ancak doğal varlıkların korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesi için, turizmin stratejik bir araç olarak sürdürülebilir turizm yaklaşımı çerçevesinde ele alınması gerekmektedir.

Turizm faaliyetlerinin koruma alanlarının sürdürülebilir kılınması anlamında potansiyel bazı yararları olmakla beraber, söz konusu koruma alanlarına çeşitli maliyetleri de bulunmaktadır. Bu etkiler çok çeşitli şekillerde kendini gösterebilmektedir. Bu anlamda etkin bir planlamanın yapılarak planlamacıların turizmin yararlarını en üst düzeye çıkarması ve maliyetlerini ise mümkün olduğunca düşürmesi gerekmektedir. Korunan alanlarda turizmin planlı olarak yürütülmesindeki temel amaç ise; korunan alanların söz konusu bölgelerde ekonomik fırsatları artırarak, doğal ve kültürel mirası koruyarak ve bölgedeki insanların yaşam kalitelerini yükselterek turizm faaliyetleri kapsamında değerlendirilmesini sağlamaktır (Eagles vd., 2002). Turizmin korunan alanlara maliyeti ise, diğer çevresel faktörlere etkisiyle birlikte değerlendirilmelidir. Bu anlamda turizmin korunan alanlara ve genel olarak çevreye etkisi iki şekilde incelenebilir. Bölgeyi ziyaret eden turist sayısının artışı ile birlikte sahiller, ormanlar, arkeolojik sit alanları ve genel çevresel değerler birer turistik ürüne dönüştürülmekte ve kullanım sürecinde çevreye atık bırakılması söz konusu olmaktadır. Böylece doğal yapı bozularak çevre kirliliği oluşmakta ve kaynaklar tükenme noktasına gelmektedir (Selimoğlu, 2004).

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın yönetmeliğinde (2012) belirtilmekte olan; sürdürülebilir koruma ve kontrollü kullanım alanlarının bazı ayırt edici özellikleri bulunmaktadır. Kesin korunacak hassas alanlar veya nitelikli doğal koruma alanlarını etkileyen, bu koruma bölgeleri ile bütünlük gösteren, korumaya katkı sağlayacak, doğal ve kültürel bakımdan uyumlu düşük yoğunlukta faaliyetler, turizm ve yerleşimlere izin veren alanlardır. Bu alanlar bazı özellikleri bünyesinde barındırması gerekmektedir. Bu alanların peyzajı ile uyumlu insan yerleşimlerini bulundurmasının yanı sıra; doğal kaynak yönetim sistemleri ve ilgili kültürel değerleri,

ekosistemleri ve habitatları içermesi ve bu alanların korunmasına, insanlar ve doğa arasında dengeli ilişkilerin kurulmasına, uygulanması mümkün durumlarda yerel halkın sosyal ve ekonomik kazançlarına ve ayrıca ulusal, bölgesel ve yerel anlamda kaynakların sürdürülebilir kullanımına ve kalkınmaya katkıda bulunması söz konusu özellikler arasında yer almaktadır (OSİB, 2012).

Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik olarak Türkiye’de 2007 yılında korunan alanlar ve çevresi için sürdürülebilir turizm gelişim stratejisi hazırlanmıştır. Söz konusu sürdürülebilir turizm gelişim stratejisi yukarıdan aşağıya doğru bir yapı sergilemekte, yani merkezden alınan kararların yerel kurumlarda uygulanmasına dayanmaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişim stratejisinde yerel organizasyonlar aktif katılımcı pozisyonunda olmakla birlikte, stratejide temel olarak özgün kaynak değerlerinin korunması amaçlanmaktadır. Buna yönelik olarak, stratejide vurgulanan bazı önemli konular bulunmaktadır. Konaklama ve diğer turizm alt yapısının korunan alanlar dışında planlanması, yöre halkı ve bölgesel ilgi gruplarının sürdürülebilir turizm gelişimi hedeflerinde paylaşımcı rol üstlenmesi, ziyaretçilerin uzun süreli konaklamalarının sağlanmasına yönelik olarak doğal ve kültürel mirası esas alan çekim noktalarının oluşturulması ile birlikte bu değerlere yönelik koruma ve saygı unsurlarının ortaya konulması ve sürdürülebilir gelişime yönelik olarak fizibilite çalışmalarının yapılması ele alınan konular arasında yer almaktadır (www.milliparklar.gov.tr).

Dünya’da ve Türkiye’de Korunan Alanlar

Dünya Korunan Alanlar Veri tabanının rakamlarına göre, dünyada kayıt altına alınmış olan 206.546 adet koruma alanı bulunmaktadır. Bunların 174.316’sı ulusal düzeydeki korunan alanlardır. Bu ulusal düzeydeki korunan alanların 32.230’u uluslararası ve bölgesel anlaşmalar ya da sözleşmelerle belirlenmiştir. Korunan alanların %95’i belli sınırlara sahip alanlardan oluşurken, kalan %5’i ise sınırı bulunmayan belli noktalardan (tek enlem ya da boylam noktaları üzerinde yer alan korunan alanlardan) oluşmaktadır. Ayrıca dünyadaki toplam korunan alanların 12,212’si (%6’sı) kısmen ya da tamamen deniz sınırları içerisinde yer almaktadır (UNEP, 2015).

Türkiye’de Temmuz 2015 dönemi itibarıyla; korunan alan türü bakımından çeşitli milli parklar (40), tabiat koruma alanları (31), tabiat parkları (203), tabiat anıtları (112), yaban hayatı geliştirme sahaları (81), Ramsar alanları (14), ulusal öneme haiz sulak alanlar (20) kayıt altında bulunmaktadır. 2012 yılı itibarıyla karasal korunan alanların büyüklüğü 5 milyon 547 bin 568 hektar olarak tespit edilmiştir. Bu alanın ülke yüzölçümüne oranının ise, % 7,24 olduğu belirtilmektedir (OSİB, 2016).

Korunan Alanlar Kapsamında Artabel Gölleri Tabiat Parkı

Gümüşhane, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan, iklim özellikleri, kültürel öğeleri (el sanatları, yiyecek-içecek, yöresel mimari, müzik, kıyafetler vb.) bakımından Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesi etkisinin hissedildiği bir ildir (Günaydın, 2013:2-3; Çalık ve Ödemiş,2015: 838). İlde tabiat koruma alanı, tabiat parkı, tabiat anıtı, yaban hayatı geliştirme sahası gibi korunan alanlar bulunmaktadır. Ülkemizde yer alan korunan alanların yaklaşık % 4 'ü Gümüşhane sınırlarındadır (www.milliparklar.gov.tr).

Tablo 1. Gümüşhane İlinde Korunan Alanlar

Tabiat Koruma Alanı	Tabiat Parkı	Tabiat Anıtı	Yaban Hayatını Geliştirme Sahası
Kürtün Örumcek Ormanları Tabiat Koruma Alanı	Artabel Gölleri Tabiat Parkı	Aliğanın Kavağı Tabiat Anıtı	Gümüşhane - Şiran Kuluca Yaban Hayatını Geliştirme Sahası
	Limni Gölü Tabiat Parkı	Kirani Evliya Ardıcı Tabiat Anıtı	
	Tomara Şelalesi Tabiat Parkı	Örumcek Ormanı Göknarı I Tabiat Anıtı	
	Karşıyaka Tabiat Parkı	Örumcek Ormanı Göknarı II Tabiat Anıtı	
	Çağlayandibi Şelalesi Tabiat Parkı	Örumcek Ormanı Göknarı III Tabiat Anıtı	
		Örumcek Ormanı Göknarı IV Tabiat Anıtı	
		Örumcek Ormanı Ladini I Tabiat Anıtı	
		Örumcek Ormanı Ladini II Tabiat Anıtı	
		Örumcek Ormanı Ladini III Tabiat Anıtı	
		Örumcek Ormanı Ladini IV Tabiat Anıtı	

Kaynak: www. milliparklar.gov.tr, Erişim Tarihi: 02.02.2016.

Gümüşhane ilindeki korunan alanlar arasında yer alan, *Artabel Gölleri Tabiat Parkı*; 1998 yılında tabiat parkı olarak ilan edilmiştir. Keskin sırtlar, V tipi vadiler ve krater göllerinin bulunduğu bölge, endemik bitki çeşitliliği bakımından da zengindir. Bölge, Gümüşhane il merkezine 50 km, Gülaçar Köyü'ne 5 km uzaklıktadır. Tabiat Parkı, Doğu Karadeniz'in Kaçkar'dan sonraki ikinci en yüksek dağı olan 3 bin 331 metrelik Abdalmusa Tepesinin de yer aldığı Gâvur Dağları üzerindedir(Doğru, 2013; OSİB, 2013: 41; Gümüşhane Valiliği, 2012:141).

5 bin 859 hektar büyüklüğündeki Artabel Gölleri Tabiat parkı jeolojik ve jeomorfolojik kaynak değerleri, flora vefauna zenginliği ve peyzaj değerleri açısından önem taşımaktadır.

Alan içerisinde 141 bitki, 30 memeli hayvan ve 88 kuş türü ile algılama üstünlüğü oluşturan 13 peyzaj değeri yer almaktadır (Doğru,2013;Günaydın,2013:54). Artabel Gölleri Tabiat Parkı alanı içerisinde sayıları 20’yi aşan sirk gölleri bulunmaktadır. Bu göller Karadağ (3331 m)’ın güney ve güneybatısında Yıldıztepe (2953 m) ve kuzeydoğusunda Kazıkbeli Geçidi çevresindedir. Bu göllerden kuzey cephede ve doğuda bulunanların en büyüğüne *Karagöl (2900 m)*, batıda bulunanların en büyüğüne ise *Karanlık Göl* denir. Karadağ ve çevresindeki *Yıldız, Karagöl, Beşgöller ve Karanlık gölleri, Artabel Gölleri* olarak da bilinmektedir (Zaman, 2007:81).

Diğer taraftan *Artabel Bölgesi*, ildeki özgün kelebek türlerinin yoğun olarak görüldüğü bölgeler arasındadır. Gümüşhane ili ülkemizde kelebek popülasyonunun yoğunlaştığı illerdendir. Öncelikli Kelebek Alanı İndeksi Türkiye verilerine göre Gümüşhane’de “*Artabel Gölleri, Tersundağı Geçidi, Spikor Geçidi, Zigana Geçidi ve Gümüşhane Merkez*” ülkemizdeki öncelikli kelebek alanları arasındadır (Karaçetin vd., 2011:64).İlde kelebek araştırmacılığı yapan Vehbi Yalçın bu konuda fikirlerini şu şekilde açıklamıştır (www.milliyet.com.tr):

“Gümüşhane’de ki kelebek tür çeşitliliğinin İngiltere, İsviçre gibi 12 ülkenin çeşit sayısından daha fazla fazladır, İrlanda 28, İngiltere 55, Norveç 99, İsveç 107, Finlandiya 116, Portekiz 118, Belarus 131, Polonya 151, Slovenya 167, Romanya 179, Sırbistan 193 ve İsviçre’nin 196 kelebek türüne ev sahipliği yaptığı dikkate alındığında Gümüşhane’nin tür sayısı konusundaki zenginliği daha kolay anlaşılacaktır”.

Artabel Bölgesi’nin ulusal ve uluslararası anlamda tanıtımı için ildeki turizm paydaşları tarafından bazı önemli projeler gerçekleştirilmiştir. Bu projelerden ilki, Köylere Hizmet Götürme Birliğinin ilçe turizmine ivme kazandırmak amacıyla hazırladığı Gümüş MarKaragöl Projesi’dir (www.aa.com.tr). Projenin bölge turizmi açısından önemini proje yetkilisi şöyle açıklamıştır:

“Proje kapsamında turistlerin konaklama başta olmak üzere atlı turizm, olta balıkçılığı, trekking, dağcılık, biyoturizm gibi alternatif turizm faaliyetlerinden yararlanmasına da imkan sağlanacaktır. Koordinatörlüğü Gülaçar Kalkınma Kooperatifi tarafından yürütülen proje çerçevesinde Artabel Gölleri Tabiat Doğal Parkı’na 3 kilometre uzaklıktaki alabalık çiftliği arazisine 10 serender, 3 yöresel ürün satış merkezi, bir ahşap ağırlıklı restoran, ahır ve manej yapımı tamamlandı. Gelecek turizm sezonuna hazır olmak üzere Konya’dan 6 at sipariş edildi.

Recai Karal- Gümüşhane

Torul Kaymakamı

Yukarıda belirtilen proje kapsamında Gülaçar Köyü’nde yapılan tesisler özel bir işletmeye kiraya verilerek “*Artabel Tatil Köyü Serender Evleri ve Atlı Turizm Merkezi*” adıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Tesiste olta balıkçılığı, atlı doğa yürüyüşü, kamping gibi turizm türlerine yönelik hizmetler sunulmaktadır.

SONUÇ

Artabel gölleri tabiat parkı, şehir merkezine uzaklığı ve araçla ulaşımın zorluğu gibi faktörler nedeniyle ziyaretlerin sınırlı düzeyde kaldığı bir bölgedir ve bu gibi nedenlerle bölge halen doğallığını korumaktadır. Bölge sürdürülebilir turizm yaklaşımı çerçevesinde, taşıma kapasitesi ve koruma/kullanma dengesi dikkate alınarak planlanabilecek doğa turizm türlerine imkân veren özelliklere sahiptir. Bu bağlamda tabiat parkı, foto safari, endemik bitki gözlemciliği, trekking, atlı doğa yürüyüşü, kamping, dağcılık gibi eko turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik potansiyelin bulunduğu söylenebilir. Halihazırda Artabel Gölleri Tabiat Parkı güzergahı üzerinde yer alan Gülaçar Köyü’nde atlı doğa yürüyüşü, kamping, kültür balıkçılığı hizmeti veren tesisler bulunmaktadır. Bölgedeki bazı işletmelerde nispeten gerçekleştirilen alabalık yetiştiriciliği faaliyetleri kültür balıkçılığı kapsamında genişletilerek yerel halkın ekonomisine katkısı artırılabilir.

Artabel Gölleri Tabiat Parkı’nın sürdürülebilir turizm göstergeleri rehberliğinde planlanmasına ilişkin Doğa Koruma ve Milli Parklar Bölge Müdürlüğü uhdesinde ve ildeki turizm paydaşlarının katılımı ile “*Artabel Gölleri Uzun Devreli Gelişme Planı*” çalışmaları kapsamında “*Gümüşhane İli Doğa Turizmi Master Planı*” hazırlanmıştır. Hazırlanan plan doğrultusunda 2013/2023 yıllarında Artabel Gölleri’nin kaynak analizi, ilgi grubu analizi ve yerel organizasyonların oluşturulması, seçkin ve yüksek değer taşıyan unsurların tespiti ile ilgili planlama çalışmalarına hız verilmiştir. Plan taslak olarak başarılı olsa da, bölgeyle ilgili somut hangi göstergelerin belirleneceği, belirlenen göstergeler rehberliğinde nasıl bir turizm politikası izleneceği ile ilgili net bilgilere yer verilmemiştir.

Bölgeyle ilgili değerlendirme yapılacak bir diğer husus da, bölgedeki kelebek çeşitliliğidir. Artabel Gölleri Tabiat Parkı, Gümüşhane’de kelebek çeşitliliğinin en yoğun olarak bulunduğu beş kelebek bölgesinden biridir. Bu noktada Gülaçar Köyü’ne kelebek müzesinin kurulması ve multidisipliner bir bakış açısıyla bölgedeki kelebek çeşitliliğinin belirlenmesine yönelik bilimsel çalışmaların teşvik edilmesi önerilebilir.

Biokaçakçılık faaliyetleri Doğu Karadeniz Bölgesi’nde sıklıkla karşılaşılan sorunlardan birisidir. Bu bağlamda Tabiat Parkı’na giriş ve çıkışların kontrol altına alınması sağlanmalıdır.

Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından bölgeye bir giriş ve danışma biriminin kurulması önerilebilir.

Sonuç olarak Artabel Gölleri Tabiat Parkı, endemik bitki ve hayvan çeşitliliğinin yoğunlaştığı, ülkemizde özgünlüğünü korumayı başarmış tabiat parklarından biridir. Orta ve uzun vadede bu bölgeye yönelik taşıma kapasitesini planlamadan yapılacak turizm yatırımlarının bölgedeki tahribatı artıracağı söylenebilir. Bu nedenle küçük gruplar halindeki eko turistlerin beklentileri doğrultusunda ve Gülaçar Köyü'nde yaşayan halkın gelir düzeyine katkı sağlayacak sürdürülebilir turizm etkinliklerinin teşvik edilmesi sağlanmalıdır. Bölgede, kültür balıkçılığı kapsamındaki alabalık yetiştiriciliği faaliyetlerinin kapsamının genişletilerek, köy halkının kamu kurumları tarafından sunulan ekonomik destekler ve sürdürülebilir turizm seçenekleri hakkında bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir. Diğer taraftan bölgedeki turizm etkinliklerinin planlanmasında öne çıkan diğer bir unsur, göllerin bulunduğu bölgeye ulaşımın yılın 3 ayı ile sınırlı olmasıdır. Bölgeye yönelik turizm hareketlerinin gelişmesinde bir engel gibi gözükse de, bu durumun uzun vadede bölgenin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlayacağı ve bölgenin tahrip edilmesini engelleyeceği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2015). “Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: Gümüşhane İli Örneği”, 16. Ulusal Turizm Kongresi, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale.
- Çalık, İ., Kaya, F., Sezerel, H., Akdu, U., Köstepen, A. ve Aras, G. (2013). “Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli”, Ed: Günaydın, İhsan, Genişletilmiş 2. Baskı, Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, Gümüşhane.
- Doğru, E. (2013). “Yükseklerde Yalnızlığı Yaşayan Güzeller: Artabel Gölleri Tabiat Parkı”, Web: <http://www.gumushane.gen.tr/v2/yukseklere-yalnizligi-yasayan-guzeller-artabel-golleri-tabiat-parki-makale,613.html#axzz3z09V8SPg>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.
- Dudley, N. and Stolton, S. (May, 2007). *Defining protected areas*. Presented in Protected Areas Categories Summit International Conference, Almeria, Spain, 1-220.
- Eagles, P. F. J., McCool, S. F. and Haynes, C. D. (2002). Sustainable tourism in protected areas. *Guidelines for Planning and Management*, 1-183.
- Gümüşhane Valiliği. (2012). “Gümüşhane Gezi Rehberi”, Gümüşhane Valiliği Yayınları, Web: <http://www.gumushanekulturturizm.gov.tr/Eklenti/7698,gumushane-gezi-rehberipdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 05.01.2016.
- Jurincic, I. and Popic, A. (2009). Sustainable tourism in protected areas on the pattern of Strunjan Landscape Park. *Varstvo Narave*, 22, 177-192.
- Karaçetin, E., Welch, H. J., Turak, A., Balkız, Ö. ve Welch, G. (2011). “Türkiye’deki Kelebeklerin Koruma Stratejisi”, Web: http://www.dkm.org.tr/Dosyalar/YayinDosya_IpMBC2oA.PDF, Erişim Tarihi: 28.01.2016.
- Selimoğlu, Ö. (2004). *Dünya’da ve Türkiye’de ekoturizm*. İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi. Web: <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-31.pdf>, Erişim Tarihi: 13.02.2016.
- Stolton, S. and Dudley, N. (2015). *Values and benefits of protected areas*, Web: <http://press.anu.edu.au/wp-content/uploads/2015/02/CHAPTER6.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.

- T. C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB). (2013). “Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013/2023”, Web:
http://gumushane.ormansu.gov.tr/Gumushane/Libraries/MASTER_PLANI/Do%C4%9Fa_Turizmi_Master_Plan%C4%B1.sflb.ashx, Erişim Tarihi: 05.02.2016.
- T. C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB). (2016). *Korunan alanlar*, Web:
<http://www.milliparklar.gov.tr/korunanalanlar/?sflang=tr>, Erişim Tarihi: 04.02.2016.
- T. C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB). (23 Mart 2012). Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’ndan korunan alanlarda yapılacak planlara dair yönetmelik, *Resmi Gazete*, 1-7.
- UNEP. (February, 2015). *The world database on protected areas (WDPA) data status report*, Web:
<http://www.proteuspartners.org/resources/wdpa-data-status-report-february-2015.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.
- Web:<http://aa.com.tr/tr/yasam/gumus-markaragol-projesi-artabeli-marka-yapacak/97090>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.
- Web: <http://www.milliparklar.gov.tr/AnaSayfa.aspx?sflang=tr>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.
- Web: <http://www.milliparklar.gov.tr/kitap/67/mobile/index.html>, Erişim Tarihi: 11.03.2016.
- Web:<http://www.milliyet.com.tr/turkiye-de-en-fazla-kelebek-cesidi-gumushane-gumushane-yerelhaber-256351/>, Erişim Tarihi: 02.02.2016.
- Zaman, M. (2007). “Doğu Karadeniz Kıyı Dağları’nda Yaylalar ve Yaylacılık”, Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayınları, Yayın No: 75, Erzurum.

YEREL HALKIN DESTİNASYON İMAJ ALGISI

Gökhan AYAZLAR¹

ÖZET

Alan yazında destinasyon imajı ile ilgili çalışmalar çoğunlukla turistlere yönelik yapılmaktadır. Bölgede yaşayan yerel halkın destinasyon algısı alan yazında az çalışılan konular arasındadır. Bu çalışmanın amacı yerel halkın destinasyon imajını incelemektir. Araştırma verileri anket yöntemi ile 328 katılımcıdan toplanmıştır. Anket uygulaması 2015 yılında Marmaris'te yürütülmüştür. Verilerin analizinde açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre yerel halkın destinasyon imajı toplum hizmetleri, fiziksel görünüm, sosyal çevre ve eğlence olanakları alt boyutlarından oluşmaktadır. Bulguların alan yazına ve destinasyon yöneticilerine katkı yapması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Destinasyon İmajı, Sürdürülebilir Turizm, Marmaris

GİRİŞ

Goeldner ve Ritchie (2002: 414) turizmin gelişiminde paydaşları genel olarak şu şekilde sınıflandırmaktadır: turistler, yerel halk, girişimciler, yerel/kamu destinasyon yöneticileri ve sivil toplum kuruluşları. Turizmin gelişimine ve sürdürülebilirliğine yönelik politikaların bu paydaşların katılımıyla başarıya ulaşabileceğine dair alan yazında fazla sayıda araştırma bulunmaktadır. Paydaşların fazlalığı ve beklentilerindeki farklılıklar neticesinde, turizm politikalarının sürdürülebilirliğinin hangi amaçlara ulaşarak gerçekleştirileceği ile ilgili uygulamalarda bir karışıklık söz konusudur. Bu konu, nerenin ve hangi turizm türünün sürdürülebilirliği üzerine konuşulduğuna bağlı olarak değişebilir (Johnston ve Tyrrell, 2005: 125). Örneğin bazıları için sürdürülebilirlik ziyaretçi sayısı, endüstriden faydalananların çeşitliliği, turistin deneyim kalitesi, olarak tanımlanırken bazıları için çevresel kaynakların korunması ya da yerel halkın yaşam kalitesi veya bazılarının kombinasyonu olarak tanımlanabilir.

Günümüzde yer alan rekabetçi çevre ve toplumlarda yaşanan olumsuz değişiklikler turizmin gelişiminin daha sürdürülebilir olmasını gerektirmektedir. Bu kapsamda turizmin sürdürülebilirliği olarak bilinen hedeflere ulaşmayı başarmak önemli olmaktadır. Bu doğrultuda turizm paydaşlarından biri olarak yerel halk, turizm yönetiminde önemli bir rol

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, gokhanayazlar@gmail.com

oynamaktadır. Yerel halk turistik destinasyonda sürekli olarak yaşayan, turizm sektöründe de çalışabilen ancak büyük bir kısmı turizme dâhil olmayan halk olarak tanımlanabilmektedir. Bununla birlikte söz konusu topluluk içinde doğrudan turizm sektörüne dâhil olan bireyler, organizasyonlar da yer almaktadır (Homsud ve Promsaard, 2015: 191). Yerel toplumun desteği ve işbirliği olmadan turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması oldukça zor olabilir. Yerel halkın turizme yönelik tutumlarının hangi faktörlerden etkilendiğinin anlaşılması, araştırmacıların uzun bir süredir ilgi alanı içerisinde yer almaktadır (Sırakaya vd., 2002). Bu bağlamda bazı araştırmacılar destinasyonlarda yaşayan yerel halkın bölge imajının, turizme yönelik geliştirdikleri tutumlara etki ettiğini ifade etmektedirler (Jutla 2000; Sharpley 2014; Styliadis vd., 2014; Hallak vd., 2012; Wang ve Chen 2015). Dolayısıyla yerel halkın bölge imajını anlamak turizme yönelik olarak geliştirebileceği tutumları anlayabilmek açısından önemli görülmektedir.

İmaj, turizm endüstrisinde önemli bir pazarlama aracı olarak kabul edilmektedir. İmaj aynı zamanda bir ürünün rekabet etmesinde ve talebin artırılmasında da önemli rol oynar. Bu noktada destinasyonların sahip oldukları imajın turistlerin tatil yeri seçim sürecinde etkili olduğu ve deneyimlerini şekillendirdiği söylenebilir. Özellikle turistlerin önceden deneyimleme şansına sahip olmadıkları bir destinasyonun imajının, turistlerin karar vermelerinde önemli bir rolü bulunmaktadır (Schofield vd., 2005: 128). Destinasyon imajının alan yazında sıklıkla yapılan tanımı, Crompton'a (1979: 409) aittir. Buna göre destinasyon imajı, bir bireyin bir destinasyonla ilgili inançları, fikirleri ve etkileridir. Güçlü bir destinasyon imajı bölgenin diğerlerinden ayrılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla bir destinasyona yönelik olumlu bir imajın inşa edilmesi ve bu imajın sürdürülmesi kritik bir öneme sahiptir. Bir destinasyonun olumsuz bir imaja sahip olması turistlerin daha iyi bir imaja sahip olan başka bir destinasyonu tercih etmelerine neden olacaktır. Başka bir ifade ile bireylerin bir destinasyona yönelik inançları, destinasyonun gerçekte sahip olduklarından daha fazla önemlidir (McDowall ve Choi, 2010: 258).

Destinasyon imajı ve etkilerine yönelik turizm alan yazınında çok sayıda araştırmanın varlığından söz etmek mümkündür. Bununla birlikte araştırmaların özellikle turistlerin destinasyon imajına odaklandığı (Echtner ve Ritchie, 1993; Baloglu ve McCleary, 1999; Tapachai ve Waryszak, 2000; Pike, 2002; Hosany, Ekinci ve Uysal, 2006; Yüksel ve Akgül, 2007; Prayag ve Ryan, 2012) sınırlı sayıda çalışmanın ise yerel halkın yaşamış oldukları destinasyona yönelik imaj algısına yöneldiği (Hsu vd., 2004; Lin vd., 2007; Styliadis vd., 2014; Homsud ve Promsaard, 2015; Nickerson ve Berry, 2014) görülmektedir. Bir diğer

deyişle alan yazında destinasyon imajı turist bakış açısıyla sıklıkla incelenmişken destinasyon imajının bir diğer yönü olan yerel halkın bakışı az sayıda çalışma ile incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı Stylidis, Biran, Sit ve Szivas, (2014) tarafından geliştirilen ölçek temelinde, yerel halkın destinasyon imajına yönelik algılarının incelenmesidir. Bu bağlamda elde edilecek bulguların, yerel halkın turizme yönelik tutumlarını anlayabilme noktasında alan yazına ve uygulamacılara faydalı olması beklenmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Yerel halkın turizme yönelik algılamalarında en fazla başvuru kaynağı olan teori sosyal değişim teorisidir. Ap (1992: 668) sosyal değişim teorisini bireyler ve grupların etkileşimlerinde sahip oldukları kaynakların değişimini açıklayan genel sosyolojik bir teori olarak tanımlamaktadır. (Andereck vd., 2005: 1061) ise sosyal değişim teorisinin turizm perspektifinden bireylerin turizme yönelik tutumlarını ve turizmin gelişimini destekleme seviyelerini turizmin çıktıları ile değerlendirmesi olarak açıklamaktadır. İnsanlar bu değişim sonucunda ortaya çıkacak olan fayda veya maliyet temelinde değerlendirmelerini yaparlar. Değerlendirmelerinde turizmin etkilerine yönelik algıları olumlu ise bölgelerinde turizmin gelişimini desteklerler. Dolayısıyla yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını etkileyen konuların anlaşılması bu bağlamda önemli görülmektedir. Yerel halkın aktif olarak desteklemediği bölgelerde turizmin sürdürülebilirliği tehdit altındadır (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011: 964). Turizmin gelişiminde sürdürülebilirliğin sağlanmasında yerel halkın desteği en temel önceliklerden sayılmaktadır (Dyer vd., 2007: 410). Turizmin gelişmesine yönelik tüm projelerde yerel halkın desteği ve işbirliğinin olmaması süreç boyunca birtakım sorunlar ile karşılaşma olasılığını artırmaktadır. Dolayısıyla yerel halkın turizmin gelişimine karşı tepkilerini ve bu tepkileri etkileyen unsurları anlamak turizm planlaması açısından bir gerekliliktir (Homsud ve Promsaard, 2015: 190). Bu değerlendirmeler doğrultusunda yerel halkın destinasyon imajının turizm gelişimine ve sürdürülebilirliğine etki edebileceği öngörülebilir.

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarının anlaşılması turizmin sürdürülebilirliği açısından kritik önem taşır (Wang vd., 2009: 28). Sürdürülebilir turizm uygulamaları arasında yerel halkın iyiliği ve esenliği yer almaktadır. Turizm endüstrisinin amaçlarıyla uyumlu olabilecek bu hedefin bazı durumlarda endüstri amaçlarıyla çelişmesi de mümkündür. Örneğin turizm endüstrisi ile yerel halkın yeni iş olanaklarına sahip olması ve gelirlerinin artması söz konusu iken, daha nitelikli çalışanların bölgeye gelmesi ve büyük firmaların iş alanlarını ele geçirmesiyle sahip olduğu imkanları kaybetmesi de söz konusu olabilir. Tosun (2001: 294)

benzer bir durumun yerel yönetim politikaları içinde geçerli olabileceğine dikkat çekmektedir. Kısıtlı kaynaklara sahip olan belediyelerin aynı anda turistlerin ve yerel halkın beklentilerine cevap verebilmesi pek mümkün görünmemektedir. Yerel yöneticilerin endüstrinin ve turistlerin ihtiyaçlarını öncelikli olarak görmesi, yerel halkın beklentilerinin göz ardı edilmesine neden olabilmektedir.

Merrilees, Miller ve Herington (2005: 64) tarafından “ara sıra turist” olarak nitelendirilen yerel halk, restoranlar, temalı parklar ve rekreasyonel faaliyetleri de kullanmaktadır. Bu fikri destekler biçimde Ryan ve Montgomery de (1994: 364) yerel halk için “hepimiz zaman zaman turistiz” ifadesini kullanmaktadır. Bu yaklaşıma göre yerel halkın turizm endüstrisi içinde aktif bir role sahip olduğunu söyleyen Ramkinsoon ve Nunkoo (2011: 129-130) yerel halkın turizme karşı olan tutumunun etki değerine dikkat çekmektedir. Dolayısıyla yerel halkın destinasyon imajına yönelik tutumu turizmi destekleme düzeyini etkilemektedir. Yerel halk turizmin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır çünkü çeşitli yollarla turizm etkinliklerine katılmaları söz konusudur. Örneğin, yerel halk, yerel hizmetleri turistlerle paylaşmakta ve bu şekilde her iki grup etkileşim içine girmektedir. Böylelikle yerel halk, turistlere unutulmaz bir hoş geldin deneyimi yaşatabilir. Dolayısıyla yerel halkın desteği ve işbirliğinin turizmin sürdürülebilirliğine yönelik gelişim projelerine önemli katkıları bulunmaktadır (Homsud ve Promsaard, 2015: 190).

Bu bağlamda Nickerson ve Berry (2014: 4) Montana, Gardiner’da yerel halk ve turistlerin algılanan imaj farklılıklarını incelemiştir. Araştırma bulguları her iki grubun farklı imaj algılarının olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte turistlerin yerel halk ile kıyaslandığında destinasyon imajına yönelik daha olumlu bir tutuma sahip oldukları belirlenmiştir. Buna karşılık yerel halk yalnızca Gardiner’ın benzersiz ve zengin bir mirasa sahip olduklarına yönelik bir imaj geliştirmişlerdir.

Schroeder (1996), yerel halkın destinasyon imajı ve turizme desteği arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bir çalışma yürütmüştür. Araştırma bulgularına göre daha olumlu bir destinasyon imajına sahip olan grup, bölgedeki turizmin gelişimi için daha fazla kaynak oluşturma eğilimi göstermektedir. Ayrıca bu gruptakiler, düşük düzeyde destinasyon imajına sahip olan gruba göre Kuzey Dakota bölgesini daha fazla önermekte ve turistik etkinliklere de daha fazla katılmaktadır. Styliadis vd. (2014) turizm gelişiminin desteklenmesinde yerel halkın kent imajının etkilerini inceledikleri bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Önerilen modele göre yerel halkın kent imajı, turizmin etkilerine yönelik algılarını etkilemekte bu durum da turizmin gelişiminin desteklenmesini etkilemektedir. Bu çalışma ile destinasyon imajının yalnızca

turistler için önemli olmadığı aynı zamanda yerel halk için de önemli bir unsur olduğu ortaya konmaktadır.

Homsud ve Promsaard (2014: 194) Tayland'da Hua-Hin (Prachubkirikhan ilinde yer alan) bölgesinde yaşayan 20 yaş ve üzerindeki yerel halk üzerinde bir araştırma yapmışlardır. 300 katılımcıdan elde ettikleri veri doğrultusunda yerel halkın destinasyon imajının turizme etkilerine, yerel halkın tatminine ve turizmi destekleme davranışlarına olan etkilerini incelemişlerdir. Bulgular önceki araştırmalar ile örtüşen bir şekilde, yerel halkın destinasyon imajının, algılanan ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler ile ilişkisi ortaya konmuştur (Stylidis vd, 2014). Algılanan ekonomik etkiler yerel halkın tatminini olumlu yönde etkilerken, sosyal etkiler olumsuz bir etkiye neden olmakta çevresel etkiler ise yerel halkın tatminini üzerinde herhangi bir etki oluşturmamaktadır. Yerel halkın tatmininin turizmi destekleme davranışını etkilediği ise bir diğer bulgu olarak belirlenmiştir.

Ramkinsoon ve Nunkoo (2011: 135) Mauritius, Port Louis'de yaşayan yerel halkın imaj algılarını araştırmıştır. Yazarlar turizmin gelişimini desteklemede etkili olabilecek şehrin dört özelliğini şu şekilde ifade etmektedirler: sosyal özellikler, ulaşım özellikleri, devlet hizmetlerinin özellikleri ve alışveriş özellikleri. Araştırma bulguları, yerel halkın alışveriş, ulaşım ve sosyal faktörlere yönelik algılarının yaşadıkları şehrin imaj algılarını etkilediğini ve imajın da turizmin gelişimine desteği etkilediğini ortaya koymuştur. Bir başka araştırma İngiltere, Warrington'da yürütülmüştür (Schofield vd. 2005: 143). Bu araştırmada turizmin gelişimi için yerel halkın yaşadıkları şehrin uygunluğuna yönelik algıları incelenmiştir. Araştırmada yerel halk ve turistler arasında sistematik bir farklılık belirlenmemiştir. Her iki grup da söz konusu destinasyonun potansiyeli olduğuna yönelik görüş bildirmişlerdir.

Yerel halk da destinasyondaki turistik etkinliklere katılmakta ve bu doğrultuda birer turistik tüketici konumuna gelmektedirler. Dolayısıyla yerel halkın destinasyonun imajına yönelik algısı, turizmin sürdürülebilirliğini etkileyecek olan algılanan yaşam kalitesi ile de ilgili olmaktadır (Xu vd., 2015: 441). Stepchenkova ve Mills (2010: 596) turistleri veya yerel halkı imaj alıcıları olarak nitelendirmektedir. Bu açıklamaya göre destinasyon imajına karşı yalnızca turistlerde bir hassasiyet bulunmamakta yerel halkın da destinasyon imajına yönelik kendi algıları bulunmaktadır. Dolayısıyla yerel halk, turistlerin bir destinasyona karşı imaj oluşturmalarında, özellikle ağızdan ağıza iletişim yoluyla, önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Yerel halk destinasyon imajına yönelik olumlu bir algıya sahipse destinasyonu başkalarına önermekte ve turistlerle tatilleri boyunca yaşadıkları etkileşimde iyi niyetlerini korumaktadırlar (Gallarza vd., 2002: 61). Yerel halk, diğer destinasyonlardan farklılaşma

yolunda önemli bir rolü olan imajın sağlamlaştırılmasına yardımcı olmaktadır. Aksi takdirde yerel halkın destinasyon imajına yönelik olumsuz bir tutuma sahip olmaları durumunda turistlere karşı kibar bir davranış içinde olmamaktadırlar. Turist ve yerel halk arasındaki etkileşimin kalitesi turistlerin deneyimine olduğu kadar yerel halkın turistlere karşı davranışlarında rahat hissetmelerine ve dolayısıyla destinasyon algılarına da katkıda bulunmaktadır (Xu vd., 2015: 443). McDowall ve Choi (2010: 254) Güney Tayland'da iki farklı destinasyondaki yerel halk arasındaki bakış açılarını incelemişlerdir. İki farklı destinasyondaki yerel halkın destinasyon imaj algısındaki sosyo-demografik farklılıklarına odaklanan araştırmacılar her iki grup arasında çok küçük farklılıkların olduğunu tespit etmiştir. Her iki grup için de Taylan'ın destinasyon imajını etkileyen en önemli unsur olarak doğal güzellikler yer almıştır.

Yerel halkın turizmin sürdürülebilir gelişimine yönelik algılarının belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalardan biri de Choi ve Sırakaya'nın (2005: 391) araştırmasıdır. Buna göre turizm yerel halka bir yanda ekonomik yararlar sağlarken öte yandan turizmin gelişimi ile ilgili birtakım sosyal maliyetler getirmektedir. Sonuç olarak yerel halkın tüm değerlerinin turizm endüstrisinde ve planlamada yer alması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Xu ve diğerleri (2015: 440) yerel halkın Hong Kong'un imajına yönelik algılarını inceledikleri bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre uygun ulaşım, terör olaylarının olmaması ve güvenlik yerel halkın destinasyon imajını etkileyen en önemli üç faktördür. Araştırma ile Hong Kong'un gelecekteki sürdürülebilir turistik gelişiminin başarısında yerel halkın etkisi de ortaya konmuş olmaktadır.

YÖNTEM

Araştırma nicel bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Araştırma amacına yönelik veriler kullanılacak olan ölçeğin önceden belirlenmiş olması ve kullanılacak olan analiz yöntemleri (Kozak, 2001) göz önünde bulundurularak anket tekniği ile toplanmıştır. Veriler Marmaris'ten 2015 Haziran-Temmuz aylarında toplanmıştır. Marmaris'in tercih edilmesinde araştırmacıya yakınlık ve Türkiye'nin önde gelen turizm merkezlerinden birisi olması etkili olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre 2014 yılında Marmaris'te yabancı ve yerli yaklaşık 860 bin turist geceleme yapmıştır. Araştırma kapsamında hedeflenen evren Marmaris'te sürekli olarak yaşayan yerel halktır. Evrenin tamamına ulaşmanın zaman ve maliyet açısından mümkün olmaması nedeniyle, sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örneklem yöntemi ve uygun görülen katılımcılar aracılığıyla (Balcı, 2007) toplamda 328 katılımcıdan veri elde edilmiştir. (Gorsuch, 1997) açıklayıcı faktör analizinde iyi

sonuçlar elde edebilmek için 300 katılımcının gerekli olduğunu ifade etmektedir. (Schinka, Brown, Borenstein ve Mortimer, 2007) ise doğrulayıcı faktör analizi için 200'ün üzerinde veri toplamayı önermektedir. Verilerin analizinde kullanılacak olan analiz yöntemleri göz önünde bulundurulduğunda katılımcı sayısının yeterli olduğu kabul edilmektedir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS ve AMOS programları aracılığı ile açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılarak incelenmiştir.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olan anket katılımcılarına ait sosyo demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır. Veriler incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun erkek (%64), lise mezunu (%45,7), turizmle ilgili bir işte çalışan (%57,6), 19-29 yaş aralığında (%57,6) ve 10-19 yıldır Marmaris'te yaşamaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara ait demografik değişkenler

Demografik Değişkenler	n	%
<i>Cinsiyet</i>		
Kadın	118	36
Erkek	210	64
<i>Eğitim</i>		
İlköğretim	29	8,8
Lise	150	45,7
Ön lisans	93	28,4
Lisans	48	14,6
Lisansüstü	8	2,4
<i>İş alanı</i>		
Turizmle ilgili	189	57,6
Turizm dışı	139	42,4
<i>Yaş</i>		
18ve altı	52	15,9
19-29	198	57,6
30-39	51	15,5
40-49	27	8,2
50 ve üzeri	9	2,7
<i>Marmaris'te yaşama süresi</i>		
1-9 yıl	80	24,4
10-19 yıl	134	40,9
20 yıl ve üzeri	114	34,8

Yerel halkın destinasyon imajını incelemek amacıyla yürütülen araştırmanın katılımcılarının çoğunluğunun 10 yıl ve üzeri Marmaris'te yaşayanlardan oluşması önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Açımlayıcı Faktör Analizi

Açımlayıcı (AFA) ve doğrulayıcı (DFA) faktör analizleri birbirlerine olan etkileri yönüyle faydalı bulunmaktadır. AFA çalışması, sonrasında yapılacak olan DFA için temel teşkil eden bir başlangıç çalışması olarak kabul edilmektedir (Fabrigar, Wegener, MacCallum ve Strahan, 1999: 277). Ölçeğe ait AFA sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır.

Elde edilen bulgular Styliadis vd. (2014) tarafından hazırlanan ölçekle benzer özellikler göstermektedir. AFA bulgularına göre yerel halkın destinasyon imajına ait dört alt boyut söz konusudur. Bu boyutlar orijinal ölçeğe sadık kalınarak aynı biçimde isimlendirilmiştir. Alt boyutlardan toplum hizmetleri ve fiziksel görünüm boyutları 4’er ifade, sosyal çevre ve eğlence olanakları boyutları ise 3’er ifade ile ölçülmektedir. Bu boyutların toplam varyans açıklama oranı ise %69,18 olarak gerçekleşmiştir. Kaise-Meyer-Olkin değeri ,713 ile ,60’ın üzerinde ve Bartlett testi değeri ise önerildiği gibi ($p<,001$) istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Tablo 2. Açımlayıcı Faktör Analizi

İfade kodu	Kavramlar/İfadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	α
	<i>Toplum Hizmetleri</i>		3,585	18,78	,800
TH 1	İyi iş olanakları sunulması	,895			
TH 4	Etkili bir yerel yönetimin varlığı	,881			
TH 3	İyi ulaşım sisteminin olması	,714			
TH 2	Etkili kamu hizmetleri verilmesi	,522			
	<i>Fiziksel Görünüm</i>		2,268	16,72	,758
FG 6	Güzel hava koşullarının olması	,848			
FG 8	Etkileyici manzaraya sahip olması	,779			
FG 7	Güzel mimari yapısının olması	,647			
FG 5	İlgi çekici antik alanlar	,619			
	<i>Sosyal Çevre</i>		2,142	15,87	,798
SÇ 13	Yaşamak için güvenli olması	,867			
SÇ 12	Cana yakın insanların varlığı	,846			
SÇ 14	Temiz olması	,787			
	<i>Eğlence Olanakları</i>		1,315	15,12	,778
EO 11	İyi restoranların varlığı	,861			
EO 10	Alışveriş için güzel alanların olması	,853			
EO 9	İyi gece hayatı olanaklarının olması	,797			

AFA güvenilirliği Cronbach’ın alfa katsayısı ile ölçülmüştür. (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014) ,70 ve üzeri değerlerin güvenilirlik için yeterli olduğunu ifade etmektedir. Ölçek yapı geçerliği içi iki temel ölçüt olan uyum geçerliği (convergent validity) ve ayırışım geçerliği (discriminant validity) incelenmiştir. (Hair et al. 2014) uyum geçerliliği için ölçekteki kavramlar arasında korelasyon olmasını, ayırışım geçerliği için ise bu korelasyonun yüksek olmamasını önermektedir. Başka bir ifadeyle alt boyutlar arasında korelasyon olmalı ancak bu korelasyon boyutların farklı kavramları ölçtüğünü gösterecek biçimde yüksek olmamalıdır.

Tablo 4’de gösterildiği gibi alt boyutlar arasındaki korelasyon farklı kavramların ölçüldüğünü ifade etmektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi

Çalışmanın bu aşamasında AFA ile faktör yükleri belirlenen ifadelerin faktör yapılarına uygunluğu DFA ile yapılmıştır. Yerel halkın destinasyon imajının incelendiği ölçeğe ait dört alt boyut söz konusudur. DFA uyum indekslerinin iyileştirilmesi sürecinde çıkartılan ifadeler sonucunda, DFA ölçüm modeli çalışmasının son durumu Tablo 3de sunulmaktadır.

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

İfade kodu	Kavramlar/İfadeler	Faktör Yükleri	AVE	CR
	<i>Toplum Hizmetleri</i>		,530	,805
TH 1	İyi iş olanakları sunulması	,927		
TH 4	Etkili bir yerel yönetimin varlığı	,878		
	<i>Fiziksel Görünüm</i>		,514	,755
FG 6	Güzel hava koşullarının olması	,863		
FG 8	Etkileyici manzaraya sahip olması	,685		
	<i>Sosyal Çevre</i>		,555	,788
SÇ 13	Yaşamak için güvenli olması	,816		
SÇ 12	Cana yakın insanların varlığı	,753		
SÇ 14	Temiz olması	,658		
	<i>Eğlence Olanakları</i>		,582	,805
EO 11	İyi restoranların varlığı	,841		
EO 10	Alışveriş için güzel alanların olması	,794		
EO 9	İyi gece hayatı olanaklarının olması	,640		

Yerel halkın destinasyon imajını belirleyen birinci boyut toplum hizmetleridir. Toplum hizmetleri alt boyutunu en güçlü açıklayan ifadeler “iyi iş olanaklarının sunulması” ve “etkili yerel yönetimin varlığı” olarak belirlenmiştir. İkinci boyut olan fiziksel görünüm ise “güzel hava koşullarının olması” ve “etkileyici manzara” ifadeleriyle açıklanmaktadır. İncelenen ölçeğin üçüncü boyutu sosyal çevre boyutudur. Sosyal çevre boyutunda “yaşamak için güvenli bir yer olması”, “cana yakın insanların varlığı” ve “temiz olması” ifadeleri en yüksek faktör yüklerine sahiptir. Ölçeğin son boyutu bölgenin eğlence olanaklarına yöneliktir. Bu boyutta ise “iyi restoranların varlığı”, alışveriş için güzel alanların olması” ve “iyi gece hayatı olanakları” ifadelerinin eğlence olanaklarını etkileyen ifadeler olduğu görülmektedir.

Ölçüm modelinin güvenilirliği için bileşik güvenilirlik (composite reliability – CR) rakamları esas alınmıştır. Tablo 3’de sunulan CR değerlerinin (Bagozzi ve Yi 2012) tarafından önerilen ,70’in üzerinde olması güvenilirlik sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 4. Ayrışım Geçerliği ve Tanımsal İstatistikler

Kavramlar	\bar{X}	σ	AVE	Kavramlar Arası Korelasyonların Karesi			
				Toplum Hizmetleri	Fiziksel Görünüm	Sosyal Çevre	Eğlence Olanakları
Toplum Hizmetleri	3,81	,84	,530	1,00	,388	,034	,360
Fiziksel Görünüm	3,83	,84	,514	,388	1,00	,202	,168
Sosyal Çevre	4,37	,51	,555	,034	,202	1,00	,144
Eğlence Olanakları	4,18	,53	,582	,360	,168	,144	1,00

\bar{X} : Aritmetik ortalama, σ : Standart sapma, AVE: Çıkartılan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted)

DFA analizinin geçerliğine ait değerlendirme ölçüm modelinin yapı geçerliği ile belirlenmiştir. Yapı geçerliği ise uyum ve ayrışım geçerlilikleri ile belirlenmiştir. DFA analizinde uyum geçerliği için (Hair vd. 2014) faktör yüklerinin ,70'den düşük olmamasını ve AVE değerlerinin ,50'den düşük olmamasını önermektedir. Tablo 3'te AVE değerlerinin önerilen değerin üzerinde olduğu görülmektedir. Faktör yüklerinde ise FG8, SÇ14 ve EO9 ifadelerinin yükleri önerilerin değerin çok az da olsa altındadır. Uyum geçerliği için önerilen bir başka ölçüt ise AVE ve CR değerlerinin kıyaslanmasıdır. CR değerinin AVE değerinden yüksek olması uyum geçerliği için önerilmektedir. Tablo 3'de sunulan değerler incelendiğinde bütün CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olması uyum geçerliğini işaret etmektedir. Üç ölçüt üzerinden değerlendirilen uyum geçerliğinin faktör düzeyleri hariç yakalandığı söylenebilir.

Ölçüm modelinin yapı geçerliği ile ilgili diğer bir geçerlik çalışması ayrışım geçerliği ile ilgilidir. (Hair vd. 2014) ayrışım geçerliğinin göstergesini AVE değerlerinin kavramlar arası korelasyonların karelerinden yüksek olmasıyla sağlamayı önermektedir. Tablo 4'te AVE değerlerinin modelde yer alan kavramlar arası korelasyon değerlerinin karesinden yüksek olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile DFA ayrışım geçerliği koşulları sağlanmıştır.

Tablo 5. DFA Uyum İndeksleri

X^2	Df	p	X^2/df	GFI	CFI	RMSA
112,276	58	,000	1,936	,950	,964	,053

Tablo 5. DFA uyum iyiliği indekslerini içermektedir. Tabloda yer alan değerler (Hu ve Bentler 1999) ve (Hair vd. 2014) tarafından önerilen aralıklardadır. Bu bulgular ışığında ölçüm modelinde yer alan kavramların model üzerinde iyi bir uyuma sahip olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Bu araştırmada yerel halkın destinasyon imaj algısı incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Marmaris'te yaşayan yerel halkın destinasyona yönelik imajı dört boyut altında incelenebilmektedir. Bu boyutlar aritmetik ortalamalarına göre sosyal çevre, eğlence olanakları, fiziksel görünüm ve toplum hizmetleri olarak sıralanmaktadır.

Tosun (2001: 300) yerel yönetimlerin merkezi yönetimler tarafından güçlendirilmesini ve yetki aktarımıyla daha güçlü kararlar alabilmesini önermektedir. Bu şekilde alınan kararların merkezi olmasından uzaklaşıp daha da yerelleşmesi ve yerel halkın beklentilerine yönelik olması sağlanabilecektir. Turizmin gelişimi için yerel halkın karar alma sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir. Bu araştırma Marmaris'te turizmin gelişimi ve planlamasında yer alan uygulayıcılar için öneriler sunmaktadır. Uygulayıcılar için en önemli zorluk yerel halkın uygulanan politikaları destekleyebilmesini sağlamaktır. Wang ve Chen (2015: 16) yerel yöneticilerin turizmi, sağladığı ekonomik gelişimin yanı sıra yöre halkının yaşam kalitesini artıran bir olgu olarak değerlendirmekte olduğunu belirtmektedir. Turistik destinasyonlarda yaşadığı bölgeden memnun olan yerel halk, turizmin sürdürülebilir gelişiminin sosyal göstergesi olarak kabul edilebilir (Williams ve Lawson, 2001: 270). Choi ve Murray (2010: 581) ise yerel halkın yaşadığı bölgeye olan aidiyet duygusuyla turizme yönelik tutumları arasında doğrudan bir ilişkiye işaret etmektedir. Bu bağlamda yerel halkın beklentilerini anlamak ve bu beklentilere yönelik hizmetler üretebilmek önemli görülmektedir. Beklentilerine uygun hizmetler alan yerel halkın turizmin sürdürülebilir gelişimine yönelik tutumlar sergilemesi beklenebilir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre Marmaris'te yaşayan yerel halkın öncelikle sosyal çevreye (\bar{x} : 4,37) çok önem verdiği, sosyal çevre kapsamında güvenliğin, bireyler arası ilişkilerin ve temizliğin öncelikleri arasında olduğu görülmektedir. Yerel halkın bölge imajı kapsamında önem verdiği ikinci konu eğlence olanakları (\bar{x} : 4,18) olmuştur. Eğlence olanakları ile iyi restoranlar, alışveriş alanları ve gece hayatına yönelik beklentiler ifade edilmektedir. Üçüncü sırada yer alan fiziksel görünüm (\bar{x} : 3,83) ise Marmaris'in hava koşulları ve etkileyici manzarası ile açıklanmaktadır. Benzer biçimde Glaeser, Kolko ve Saiz

(2000:48) bölgelerin gelişiminde fiziksel çekiciliklerin bölge popülerliği açısından önemine dikkat çekmektedir. Yerel halkın yaşadığı bölgele yönelik imajını etkileyen dördüncü faktör ise toplum hizmetleri (\bar{x} : 3,81) olmuştur. Bu faktörde sıralanan konular ise iş olanakları ve yerel yönetimin hizmetleridir. Sirgy, Gao ve Young (2008:83) toplum hizmetlerinin yerel halkın yaşam kalitesine olan etkisine dikkat çekmektedir. Sıralanan konular turizm planlamacıları için yerel halkın beklentilerinin doğru anlaşılması üzerine mesaj niteliğindedir. Bu beklentilere yönelik planlanan bölgenin turistik sürdürülebilirliğinde yerel halkın olumlu tutum göstermesi beklenebilir.

Önceki araştırmaların bazılarında (Potter ve Cantarero, 2006: 607) sosyal çevre yerel halkın en fazla önem verdiği bölge imajı olarak belirlenmiştir. Bazı araştırmacılar ise (Sirgy vd., 2008; Styliadis, 2015) araştırmalarında en önemli faktör olarak toplum hizmetlerini bulmuşlardır. Styliadis (2015:10) araştırmacıların ulaştığı bu farklılıkların bölgeye özgü dinamiklerin farklılığından kaynaklandığına dikkat çeker. Büyük şehirlerde güvensizlik ve yabancılaşma kendini hissettirirken daha küçük yerleşim bölgelerinde güven ve cana yakınlık önemle vurgulanan konular olarak görülebilir. Bu çalışmada yerel halkın öncelikli olarak önemsendiği sosyal çevre ve eğlence olanakları boyutlarının Marmaris'in tatil bölgesi olmasıyla açıklanabileceği söylenebilir.

Benzer araştırmalarda olduğu gibi bu araştırma için de bazı sınırlılıklar söz konusudur. Bulguların Marmaris'e ait olması araştırma sonuçlarının yalnızca bu bölge için geçerli olacağını gösterir. Başka bölgelerde yapılacak benzer araştırmalar bulguların genelleştirilebilmesi açısından önemli görülmektedir. Ayrıca örneklem sayısının bu tarz araştırmalara göre az olduğu söylenebilir. Yerel halkın kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı bir bölgede olması da sonuçların diğer turizm türlerinin yapıldığı yörelerle karşılaştırılmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda ileriki araştırmaların farklı turizm türlerinin gerçekleştirildiği bölgelerdeki yerel halkın imaj algısını incelemesi alan yazın ve uygulayıcılar için önemli bulgular içerecektir.

KAYNAKÇA

- ANDERECK, Kathleen L., Karin M. VALENTINE, Richard C. KNOPF; Christine A. VOGT. (2005). "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts." *Annals of Tourism Research* 32 (4): 1056–76.
- AP, John (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts." *Annals of Tourism Research* 19 (4): 665–90.
- BAGOZZI, Richard P.; Youjae YI. (2012). "Specification, Evaluation, and Interpretation of Structural Equation Models." *Journal of the Academy of Marketing Science* 40 (1): 8–34.
- BALCI, Ali (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. 6. Baskı. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- BALOGLU, Seyhmus; Ken W. MCCLEARY (1999). "A Model of Destination Image Formation." *Annals of Tourism Research* 26 (4): 868–97.

- CHOI, Hwansuk Chris; SIRAKAYA, Ercan (2005). "Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale", *Journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- CHOI, Hwansuk Chris; MURRAY, Iain (2010). "Resident attitudes toward sustainable community tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 18(4), 575-594.
- CROMPTON, John L. (1979). "Motivations for pleasure vacation." *Annals of Tourism Research* 6 (4): 408-24.
- DYER, Pam, GURSOY, Dogan, SHARMA, Bishnu; CARTER, Jenifer (2007). "Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia". *Tourism Management* 28, 409-422.
- ECHTNER, C. M.; J.R. B. RITCHIE (1993). "The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment." *Journal of Travel Research* 31 (4): 3-13.
- FABRIGAR, Leandre R., Duane T. WEGENER, Robert C. MACCALLUM; Erin J. STRAHAN (1999). "Evaluating the Use of Exploratory Factor Analysis in Psychological Research." *Psychological Methods* 4 (3): 272-99.
- GALLARZA, Martina G., SAURA, Irene Gil; GARCIA, Haydee Calderon (2002). "Destination image towards a conceptual framework", *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- GLAESER, Edward, KOLKO, Jed; SAIZ, Albert (2000). "Consumer city". *Journal of Economic Geography*, 1(1), 27-50.
- GOELDNER, R. Charles; J. R. Brent RITCHIE (2002). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 9 edition. New York: Wiley.
- GORSUCH, Richard L (1997). "Exploratory Factor Analysis: Its Role in Item Analysis." *Journal of Personality Assessment* 68 (3): 532-60.
- HAIR, Joseph F., William C. BLACK, Barry J. BABIN; Rolph E. ANDERSON (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7 th Edition. Pearson.
- HALLAK, Rob, Graham BROWN; Noel J. LINDSAY (2012). "The Place Identity – Performance Relationship among Tourism Entrepreneurs: A Structural Equation Modelling Analysis." *Tourism Management* 33 (1): 143-54.
- HOMSUD, Noppanon; PROMSAARD, Sompong (2015). The effects of residents' image and perceived tourism impact to residence satisfaction and support: A case study of Hua-Hin Prachubkirkhan, WEI International Academic Conference Proceedings, Vienna, Austria.
- HOSANY, Sameer, Yuksel EKİNCİ; Muzaffer UYSAL (2006). "Destination Image and Destination Personality: An Application of Branding Theories to Tourism Places." *Journal of Business Research* 59 (5): 638-42.
- HSU, Cathy H. C., WOLFE, Kara; KANG, Soo K. (2004). Image assessment for a destination with limited comparative advantages, *Tourism Management*, 25, 121-126.
- HU, Li-tze; Peter M. BENTLER (1999). "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives." *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* 6 (1): 1-55.
- JOHNSTON, Robert J.; Timothy J. TYRRELL (2005). "A Dynamic Model of Sustainable Tourism." *Journal of Travel Research* 44 (2): 124-34.
- JUTLA, Rajinder S. (2000). "Visual Image of the City: Tourists' versus Residents' Perception of Simla, a Hill Station in Northern India." *Tourism Geographies* 2 (4): 404-420.
- KOZAK, Nazmi (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Ders Notu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (2015). İstatistikler <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9853/istatistikler.html> Erişim Tarihi Aralık 2015
- LIN, Chung-Hsien, MORAIS, Duarte B., KERSTETTER, Deborah L.; HOU, Jing-Shoung (2007). "Examining the role of cognitive and affective image in predicting choice across natural, developed, and theme-park destinations", *Journal of Travel Research*, 46, 183-194.
- MCDOWALL, Siriporn ve CHOI, Youngsoo (2010). "Thailand's destination image through the eyes of its citizens", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 11(3), 255-274.

- MERRILESS, Bill, MILLER, Dale ve HERINGTON, Carmel (2005), The ocaasional tourist: behavioural intentions for tourist facilities, ANZMAC 2005 Conference: Tourism Marketing, Australia: Fremantle.
- NICKERSON, Norma Polovitz ve BERRY, Meredith (2014). Comparison of resident vs visitor community image, GWTTRA's Symposium Proceedings, Denver.
- NUNKOO, Robin; RAMKISSON, Haywantee (2011). "Developing a community support model for tourism." *Annals of Tourism Research* 38(3), 964-988.
- PIKE, Steve (2002). "Destination Image Analysis—a Review of 142 Papers from 1973 to 2000." *Tourism Management* 23 (5): 541–49.
- POTTER, James; CANTARERO, Rodrigo (2006). "How does increasing population and diversity affect resident satisfaction? A small community case study". *Environmental and Behaviour*, 38(5), 605-625.
- PRAYAG, Girish; Chris RYAN (2012). "Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction." *Journal of Travel Research* 51 (3): 342–56.
- RAMKISSON, Haywantee; Robin NUNKOO (2011). "City Image and Perceived Tourism Impact: Evidence from Port Louis, Mauritius." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 12 (2): 123–43.
- RYAN, Chris; MONTGOMERY, David (1994). "The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism", *Tourism Management* 15, 358-369.
- SCHINKA, John A., Lisa M. BROWN, Amy R. BORENSTEIN, and James A. MORTIMER (2007). "Confirmatory Factor Analysis of the PTSD Checklist in the Elderly." *Journal of Traumatic Stress* 20 (3): 281–89.
- SCHOFIELD, Peter, PHILLIPS, Linda; ELIOPOULOS, Kate (2005). "Positioning Warrington for day trip tourism: assessing visitor and non-visitor images", *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 16(2), 127-146.
- SCHROEDER, Tim (1996). "The relationship of residents' image of their state as a tourist destination and their support for tourism", *Journal of Travel Research*, 34, 71-73.
- SHARPLEY, Richard. (2014). "Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research." *Tourism Management* 42 (June): 37–49.

YAVAŞ ŞEHİR HAREKETİNİN YAŞAM DOYUMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ERZURUM-UZUNDERE HALKININ TUTUM VE ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Yavuz ÇETİNKAYA¹ Neslihan SERÇEOĞLU² Hacı Arslan UZAN³

ÖZET

Turizm sektöründe son yıllarda görülen önemli gelişmelerden biri de sürdürülebilir yaşam ve sürdürülebilir turizm kavramıdır. Sürdürülebilirlik anlayışını benimseyen her şehir kaynaklarını verimli bir şekilde uzun süre kullanabilmekte, gelecek nesillere aktarabilmekte ve doğrudan yaşam kalitesini yükselterek yaşam doyumuna ulaşabilmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının temelini oluşturan yerel kimliğin korunması, toplumda hızlı yaşamaya alışmış bireyleri zaman içerisinde daha yavaş yaşayan bireyler haline getirmiş ve bireylerin yaşam kalitesinin artmasına katkıda bulunmuştur. Bu kapsamda yeni gelişen bir kavram olan yavaş şehirlerde yaşayan insanların yaşamlarından doyum sağlayacakları ve yaşam kalitelerinin artacağı söylenebilir. Bunun sonucunda ise daha yerelde bulunan bölgeler yavaş şehir statüsüne erişebilmek için aday olmaktadır. Erzurum-Uzundere ilçesi 2015 yılında yavaş şehir statüsü kazanabilmek için, adaylık kriterlerini göz önünde bulundurarak adaylık sürecine dâhil olmuştur. Bu bağlamda, bu araştırma, Erzurum-Uzundere ilçesinde yaşayan halkın yavaş şehir hareketine ilişkin tutum ve algılarını belirlemeyi ve Uzundere ilçesi yavaş şehir olma statüsünü kazanırsa yerel halkın yaşam kalitesinde bir değişiklik olup olmayacağını tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yavaş Şehir Hareketi, Yaşam Doyumu, Uzundere, Erzurum

GİRİŞ

Teknolojik, bilimsel, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelerin odak noktasında bulunan modern dünyada yaşamın gün geçtikçe daha hızlı bir hale gelmesi beraberinde bir takım sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yaşamın hızlanması ve üretimden çok tüketimin olması, insanların yaşam standartlarının değişmesine, insanları toplumda daha hızlı yemek yiyen, kültürel değerleri önemsemeyen, sürekli koşuşturan ve yaşamadan doyum elde edemeyen bireyler haline dönüşmelerine sebebiyet vermektedir. Bu yaşam biçimini benimseyen veya benimsemek zorunda kalan insanların mutlu olmadıkları yapılan araştırmalarla desteklenmiştir. Bir başka deyişle ifade etmek gerekirse; küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan hızlı yaşam, insanların yaşam kalitesinin azalmasına ve yaşamlarından

¹ Arş.Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, myavuzcetinkaya@gmail.com

² Yrd.Doç.Dr.,Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, neslihanserceoğlu@hotmail.com

³ Uzundere Kaymakamlığı, haciarslanuzan@gmail.com

memnun olmamalarına sebep olmaktadır. Bu durumun fark edilmesiyle birlikte yeni bir yaşam biçimi olana yavaş şehir hareketinin temelleri atılmıştır. Bu bağlamda bu uygulama yerel halkın ve ziyaretçilerin yaşam kalitesini yükseltme amacı taşımakta, doğal ve çevresel tahribat, kültürel yozlaşma, olumsuz sosyal ilişkiler, sağlıksız beslenme gibi birçok olumsuzluğu da minimize etmeye yardımcı olmaktadır.

Yavaş şehir hareketinin temelini yaşam kalitesinin artırılması felsefesi oluşturmaktadır. Yavaş şehir hareketi insanlar üzerinde bir zaman kısıtlaması oluşturmamakta, bunun aksine insanların her şeye gerektiğinde zaman ayırmalarını amaçlamaktadır (Sezgin ve Ünüvar, 2012: 107-108). Yavaş yaşam sürdürülebilirlik olgusunu desteklemekte, yerel ve geleneksel özellikleri dikkate almaktadır. Ayrıca, bu felsefenin benimsenmesi ile birlikte; kişiye özgü üretim ve tüketim sağlanmakta, birden fazla seçenek arasında seçme şansı sunulmakta ve insanların yaşam kalitelerinin artmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

Yavaş şehir hareketinin temelini atılmasıyla birlikte üyelik kriterlerine uygun olan ilçeler yavaş şehir statüsü kazanmak için başvuru yapmaktadırlar. Erzurum-Uzundere ilçesi de yavaş şehir adaylık sürecini başlatmıştır. Uzundere; doğası, tarihi, kültürü ve sahip olduğu turistik potansiyeli ile yavaş şehir olabilecek bir ilçedir. Bu araştırmanın çıkış noktasını, yavaş şehir hareketinin Türkiye’de yoğunlaşması ve insanların bu konuda yavaş yavaş bilinç sahibi olmaları oluşturmaktadır. Araştırma yavaş şehir adaylık sürecinde olan Erzurum-Uzundere ilçesinde yaşayan yerel halk ile sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda, araştırma yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiş, yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisi tespit edilmiş ve yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasındaki ilişki incelenmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşen dünyada ortaya çıkan teknolojik gelişmeler hızla yaşanan değişimlere ayak uydurmayı zorunlu hale getirmiş, bunun sonucunda ortaya çıkan hızlı yaşam ise sosyo-kültürel ve ekonomik süreçlerin tümünde geçerli konuma gelmiştir (Yurtseven vd., 2010: 6). Özellikle şehirlerde, insanların yaşanan bu gelişmelerden kaçınması imkânsız hale gelerek daha hızlı bir yaşamın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu konu üzerine yapılan araştırmalar genellikle hızlı olmayan insanların günümüz şartlarında yaşamına devam edebilme şansının olmadığına ve zamanın gerisinde kaldığına, bu nedenle de insanların hızlı yaşamaya yönlendirildiğine veya mecbur bırakıldıklarına vurgu yapmaktadır (Güven, 2011: 113).

Yaşamın daha hızlı bir hale gelmesi insanların iş yüklerinin artmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte, hızlı yaşam nedeniyle hızlı yemek (*fast-food*) tüketimi artmış, insanlar

kendilerini sürekli meşgul hissetmeye ve sürekli tüketim eğiliminde olmaya başlamışlardır. Bu durumun önüne geçmenin temel koşulu mevcut olan yapıyı insanların lehine çevirebilecek alternatif bir yaklaşım olan yavaş şehir hareketidir.

Yavaş yaşam, insanların günlük yaşamlarını oluşturan unsurlarla ilgili zamanlarını daha dikkatli bir şekilde kullanmaları gerektiğinin altını çizmektedir. Yavaş yaşamın esası, insanların sahip oldukları zamanın anlam ve önem taşıyan aktiviteler için kullanılmasıdır (Parkins, 2004). Yavaş yaşam, yaşamın her anına zaman ayırarak yapılan her aktivite sonrasında insanların tatmin düzeylerini artırmayı amaçlamaktadır (Yurtseven vd., 2010: 2). Bunun yanı sıra, yavaş olma durumu insanlara günlük yaşamlarını oluşturan unsurlarla ilgili zamanlarını daha dikkatli bir şekilde kullanmaları gerektiğini belirtmektedir (Parkins, 2004: 363).

Sanayi devrimiyle birlikte hızın ön plana çıktığı modern dünyada insanların yaşam biçimlerinin yanı sıra yemek yeme alışkanlıklarında da değişiklikler gözlenmeye başlanmıştır. Hızın esiri olan her birey klasik yemekler yemek yerine hızlı hazır yiyeceklere yönelmiş ve ayaküstü yemek yemeyi alışkanlık haline getirmiştir. Hazır yiyeceklerin özellikle çocuklar ve gençler tarafından fazla tüketilmesi, dengesiz ve yetersiz beslenme problemini ortaya çıkarmakta ve yerel ürünlerin korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması sorununu ortaya çıkarmaktadır. 1986 yılında İspanyol merdivenlerine açılan Roma'daki 'McDonalds' restoranı, insanları hızlı yemek (*fast-food*) tüketimine yönlendirmiş ve yemek kültürünün gelişmesini engellemiştir. Bu nedenle, hızlı yemek akımını engellemek amacıyla Carlo Petrini önderliğinde bir grup 'McDonalds' restoranının açılmasını protesto etmiştir (Özkan, 2011: 11). Carlo Petrini, Roma Piazza di Spagna'da açılan McDonalds restoranına tepki olarak, Langhe Bölgesinin Cuneo ilinde 'Yavaş Yemek' (*slow food*) hareketini kurmuştur. Yavaş yemek hareketi kar amacı gütmeyen uluslararası bir organizasyon olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, ortak kültür seviyesinde olan ve güzel yemek sanatının arayışı içinde olan gönüllü üyelere dayalı olan bu hareketin üyeliği herkese açıktır (Yurtseven vd., 2010: 20). Bu hareketin temel amaçları şehir estetiğinin bozulmasını engellemek ve hızlı tüketimin önüne geçmektir (Şahinkaya, 2010). Yavaş yemek hareketi, sürdürülebilir tarım ve balıkçılığın yanı sıra sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilen hayvancılığı ve el sanatlarını desteklemektedir. Bu bağlamda, yavaş yemek hareketi taze ve yöresel ürünlerin avantajlarını ön plana çıkarmakta, aile ve arkadaşlarla birlikte yapılan öğünlerin sosyal rolüne vurgu yapmakta ve tüketicileri çevre kirliliği ve genetiği değiştirilmiş gıdaların tehlikelerine karşı uyarmaktadır (Radstrom, 2011: 94, Nilson vd., 2011: 374).

Yavaş yemek yeme hareketinin ana temasını gıdalar oluşturmaktadır. Gıdaların mevsimine göre endüstriyel olmayan tekniklerle üretilmesi, genetiğiyle oynanmış gıdaların önüne geçilmesi, yerel gıdaların üretiminin özendirilmesi ve biyolojik çeşitliliğin korunması yavaş yemek hareketinin temel hedefleri arasında yer almaktadır (Şahin ve Kutlu, 2014: 57). Ayrıca, gıdaların üretiminin yanı sıra tüketimiyle de ilgilenen yavaş yemek hareketi, yemek kültürü konusunda da çeşitli öğelere sahiptir. Yöreye özgü ürünlerle yemek üretiminin teşvik edilmesini, geleneksel yemek reçetelerinin korunmasını ve yerel ürünlerin yöreye gelen turistlere geleneksel sunum yollarıyla ulaştırılmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda, yavaş yemek hareketi kültürel değerlerin korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlamakta, çok kültürlülük ve yöresellik konularını da desteklemektedir (Sezgin ve Ünüvar, 2012: 118-120).

Yavaş yemek hareketi özgünlük, yerel tarih ve kültürel duyarlılığın yanı sıra, geleneksel el sanatlarını sürdürülebilir hale getirmeyi önemsemektedir. Yerel hassasiyet ve özgünlük, bu hareketin en etkili bileşenlerindendir (Mayer ve Knox, 2006: 324). Yavaş şehir oluşumunun, yavaş yemek hareketinden önemli ölçüde etkilendiğini söylemek mümkündür (Radstrom, 2005). Her iki oluşumunda amaçları birbirinden farklı olmasına rağmen birbirini tamamlayıcı niteliklere sahip oldukları ifade edilebilir. Her iki harekette yerel ve geleneksel kültürü korumaya odaklanmakta ve yaşamın rahat, yavaş ve keyif alarak yaşanmasını öngörmektedir (Knox, 2005).

Yavaş yemek hareketinin bir kolu olarak ortaya çıkan yavaş şehirler (Keskin, 2012: 89), şehir ve ilçelerin küreselleşmesine karşı durmak, mutluluk ve özgür iradeyi destekleyerek yaşam kalitesini ve yaşamdan alınan zevki artırmayı amaçlamaktadır (Özkan, 2011: 23). Bu bağlamda yavaş şehirlerde yaşayan insanların daha mutlu ve huzurlu olduğu gerçeğinden yola çıkılarak yavaş şehirlerin yerel halkın ve ziyaretçilerin yaşam kalitesini yükseltme amacı taşıdığı ifade edilebilir. Ayrıca, yavaş şehir ölçütleri incelendiği zaman, insanların yaşam kalitelerini artırmanın ve şehirlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasının hedeflenmesi de görülmektedir.

Yaşam kalitesi kavramı olarak, çağdaş yaşamın gelişmesi ve toplumların daha da modernleşmesi ile birlikte gündeme gelen ve sürekli bir gelişme içinde olan bir kavram olarak görülmektedir (Marans, 2007). Yaşam kalitesi en temel tanımıyla; insanların sağlıklı bir ortamda yaşayabilmesi, beslenme, korunma, barınma ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, bedensel ve tinsel gelişmesine uygun imkanları bulabilmesi, yaratıcı gücünü kullanabilmesi, içinde yaşadığı çevreye ve topluma olumlu katkıda bulunabilmesi ve doğal ve yapay yaşam

ortamlarının birbirleriyle dengeli uyumunu yansıtmasıdır (Geray, 1998: 327). Cutter (1985) yaşam kalitesini; bireyin ihtiyaç, arzu, istek, yaşam tarzı tercihleri ve genel iyi olmayı belirleyen diğer maddi ve manevi faktörleri içeren yaşamdan ve çevreden kaynaklanan mutluluğu ya da doyumunu olarak tanımlamıştır. Yaşam kalitesinin yüksek olması yaşamdan alınan doyumunda yüksek düzeyde olacağını göstermektedir. Shin ve Johnson (1978)'a göre yaşam doyumu, kişinin kendi seçtiği kriterlere göre yaşam kalitesinin genel değerlendirmesini yapmasıdır (Kangal, 2009: 31). Yaşam doyumu, bireyin yaşamındaki en önemli hedeflerden biridir (Seligman, 2007). Çünkü her birey yaşamını mutlu şekilde geçirmeyi istemekte (Hybron, 2000) ve bu nedenle yaşam kalitesini yükseltip yaşam doyumuna ulaşmaya çalışmaktadır.

İnsanların yaşamdan yüksek düzeyde doyum sağlaması belli bir takım faktörlere bağlıdır. Bunlar; günlük yaşamdan mutluluk duyma, yaşamı anlamlı bulma, amaçlara ulaşma konusunda uyumlu olma, pozitif kimliğe sahip olma, fiziksel açıdan rahat hissetme, ekonomik anlamda güvende hissetme ve sosyal ilişkilerde başarılı olma olarak ifade edilebilir (Şahin, 2008). Bu bağlamda özellikle yaşadıkları yerlerde refah seviyesi yüksek olan her bireyin yaşamından memnun olduğu söylenebilir. Yavaş şehir hareketlerinin de gerçekleştirildiği her yerde refah artışı ve doğal çevre üzerinde olumlu etkileri bulunduğu için bölgelerde yaşayan insanların doyumları olumlu yönde etkilenmektedir (Çakıcı vd., 2013: 798). Yavaş şehir hareketlerinin yaşam kalitesi ile ilişkili olan bir başka özelliği ise yavaş anlayışının benimsediği yavaş yemek kültürüdür. Yavaş yemek (*slow food*), hem bireylerin fiziksel anlamda sağlıklarını korumakta hem de toplumsal açıdan sosyal ilişkilerin geliştirilmesi konusunda yaşam kalitesini olumlu anlamda etkilemektedir.

Yavaş anlayışını kabullenen her şehir, yavaş şehir kabul edilme kriterlerinden biri olan nüfus kriterine oldukça dikkat etmelidir. Çünkü 'Yavaş Kentler Birliği'ne göre herhangi bir yerin yavaş şehir olabilmesi için nüfusunun en fazla 50.000 olması gerekmektedir. Yaşanılan yerdeki nüfusun fazla veya az olması kişiler arasındaki ilişkileri olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedir (Tosun, 2013: 233). Jacobs'a (1992) göre küçük yerleşim yerlerinde halkın birbirleriyle kurdukları ilişkiler daha yoğun ve uzun süreliken; nüfusun yoğun olduğu daha büyük yerleşim yerlerinde kişiler birbirlerini tanımamakta ve kişilerarası ilişkiler az olmaktadır. Büyük şehirlerde, kişiler arasındaki ilişkilerin asgari seviyede gerçekleşmesine paralel olarak sivil dayanışma ve kişilerin birbirlerine karşı mükellefiyetleri zayıftır (Putnam, 2000: 206; Rosero vd., 2005: 5). İnsanların yaşam kalitesini düşüren ve bu nedenle mutsuz olmasına neden olan bazı olumsuz durumlar mevcuttur. Bunlardan bazıları; iç ve dış göçlerle

nüfusu hızla artan şehirlerin çoğalması, göçlerle birlikte şehir merkezlerinde hava ve gürültü kirliliğinin artması, trafik karmaşasının artması, yaşamın daha hızlı bir hale gelmesi, toplumda kişiler arası ilişkilerde mesafelerin artması, yerel ve kültürel değerlerin bozulması olarak ifade edilebilir. Bu olumsuz sürece tepki olarak ortaya çıkan yavaş şehir hareketini uygulamayı başaran şehirlerde yaşayan her birey sosyal ilişkilerin korunduğu bir ortamda, kültürel değerlerini, fiziksel sağlığını ve yaşam kalitesini koruyarak daha yüksek yaşam doyumuna ulaşabilecektir (Tosun, 2013).

YÖNTEM

Bu çalışma, literatürde daha önce yavaş şehir olmaya aday olan bir bölge üzerine herhangi bir araştırma yapılmaması ve bir benzerinin olmaması açısından oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca literatürde yeni bir kavram olan yavaş şehir hareketinin yerel halk ve yaşam kalitesi üzerine olan etkisi bakımından da önem taşımaktadır. Yerel halkın yavaş şehir hareketini nasıl algıladığı, bu harekete destek verip vermediği ve yaşam doyumu üzerindeki etkileri ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmayla birlikte, yavaş şehir adaylık sürecinde olan Erzurum-Uzundere 'de yaşan halkın tutum ve algıları tespit edilecektir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında cevap aranacak sorular aşağıda yazıldığı gibidir.

- ❖ Uzundere halkının yavaş şehir hareketinin etkileri hakkındaki algıları ne düzeydedir?
- ❖ Uzundere halkı, yavaş şehir hareketini ne ölçüde desteklemektedir?
- ❖ Uzundere halkının yavaş şehir olmadan önceki yaşam doyumu ne düzeydedir?
- ❖ Yavaş şehir hareketi, Uzundere halkının yaşam doyumunu etkileyecek midir?

Uzundere'nin Özellikleri

Uzundere ilçesi coğrafi konumu, doğası, yüz yıllardır varlığını sürdüren yayla kültürü, doğa sporları ve tarihi eserleri ile doğa, tarih, spor ve kültür kavramlarının en güzel örneklerini içinde barındırmaktadır. Kiliselerin, kalelerin, tarihi camilerin, şapellerin, mağaraların ve mezarlık alanların bulunduğu bölgede turizm potansiyeli de oldukça yüksektir. Bölgede Türkiye'nin en yüksek şelalesi olan Tortum Şelalesi bulunmaktadır. Tortum Şelalesi hem oluşumu hem de yüksekliği açısından dünyanın en önemli şelalelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Tortum Çayı'nın suları öncelikle bir heyelan set gölü olan Tortum Gölü'nde toplanmakta ve daha sonra 22 metrelik genişlikten 48 metre yükseklikten dökülerek şelaleyi oluşturmaktadır (Karahan, 2011).

Coğrafi olarak oluşumu ve sahip olduğu doğa turizmi potansiyeli bakımından hayranlık uyandıran bir peyzaja sahip olan Tortum Gölü de önemli turizm kaynaklarından birisidir.

Coğrafi yapıdaki yükseklik farkları belirgin bir şekilde olduğundan seyrine doyumsuz manzaralar vardır. Üzerinde sandalla gezi deneyimi yaşamanın mümkün olduğu gölün doğu kıyılarını peribacaları süslerken, batı yamaçlarında çok dik ve kayalık yapılar göze çarpmaktadır. Tortum gölü, havzasından sızan suların oluşturduğu irili ufaklı ve zümrüt gibi yeşillikler arasında sıralanan göllerden oluşmaktadır. Bu bölge “Yedigöller” olarak adlandırılmakta ve Erzurum’un en ünlü mesire yeri olarak bilinmektedir. Her türlü meyve ve sebzenin yetiştirildiği bu bölgede çok büyük bir alabalık çiftliği de bulunmaktadır (DATUR, 2015).

Tortum vadisi, Çoruh havzasının önemli doğal bölümlerinden biri olarak görülmekte ve Dünya Koruma Örgütü tarafından 2000 yılında dünya genelinde korunması gereken 200 hassas ekolojik bölge olarak nitelendirilen Kafkasya Ekolojik Bölgesi’nin batı ucunda yer almaktadır. Sahip olduğu zengin doğal bitki örtüsü yanında, vadi birçok yabani meyveye de sahiptir. Bu meyvelerden bazıları; ahududu, böğürtlen, iğde, armut, kuşburnu, erik ve hanım tuzluğudur. İlçenin bulunduğu Çoruh havzasında yapılan çalışmalarda 207 farklı kuş türü tespit edilmiştir. Bu çeşitlilik kuş gözlemciliği turizminin doğmasına yol açmıştır. Kelebek çeşitliliği bakımından da çok zengin olan bölgede Türkiye’nin endemik türlerinden ve 1998 yılında yayımlanan ‘Avrupa Kelebekleri Kırmızı Kitabı’na göre Avrupa’da nesli tükenme tehlikesi altında olan minimum bir düzine türün var olması, havzayı kelebek faunası açısından daha önemli kılmaktadır. Doğaseverlerin ve maceraperestlerin sürekli akınına uğrayan ilçede dağ bisikleti ve ATV’ler için pek çok parkurun yanı sıra köy yolları, yayla yolları ve uygun dağ sırtları bulunmaktadır. Son yıllarda bu gibi spor aktivitelerine katılımı yüksek bir artış olmuştur. Aynı zamanda ilçe, coğrafi özellikleri dağcılık ve doğa sporlarının yapılması açısından doğal tabiat harikaları içermektedir. Yörede dağcılık ve kampçılık, kaya ve buz tırmanışları, dağ yürüyüşleri yapılmaktadır. Bu aktivitelere dışarıdan katılan misafirler için özel pansiyonların yanı sıra ücretsiz konaklama merkezi bulunmaktadır (Ateş, 2015:17)

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın ana kütesini Erzurum-Uzundere’de yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Örneklemenin tespitinde kullanılan örnekleme yöntemi evrendeki tüm elemanların birbirine eşit seçilme şansına sahip oldukları örnekleme türü olan oransız eleman örnekleme yöntemidir. Bu yöntem basit tesadüfi örnekleme, yalın örnekleme ve yansız örnekleme gibi isimler de verilmektedir. Basit tesadüfi örnekleme yönteminde ana kütlede yer alan her birimin önceden bilinen ve diğer birimler ile eşit seçilme ihtimalleri vardır. Başka bir ifadeyle her birim ana kütle oluşturulan diğer birimlerden bağımsız olarak seçilmektedir (Karasar, 1994). Örneklem

büyüklüğü (N), sonuçların doğru, güvenilir, geçerli ve genellenebilir olması açısından önemlidir. Örneklem büyüklüğü için temel ölçütler evreni temsil edebilmesi ve örnekleme hatasının kabul edilebilir düzeyde olmasıdır (Şimşek, 2011: 102).

Yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisinin yerel halk aracılığıyla tespit edilmeye çalışıldığı bu araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde Özdamar (2001)'in önerdiği $n = \frac{Z^2 \alpha}{H^2}$ formülünden yararlanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın gerçekleştirileceği yer olan Uzundere ilçesinin 2015 yılı nüfus verilerine ulaşılmış ve nüfusun toplamda 8058 kişiden (4056 erkek, 4002 kadın) oluştuğu tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda araştırmada evren ve örneklem ortalaması arasında izin verilebilir hata değeri (H) $\pm 0,10$ olarak alınmış ve yapılan analizler, anlamlılık düzeyi (α) 0,05 alınarak değerlendirilmiştir. Örneklem büyüklüğü ise $\sigma=1$; $H=0.10$ ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer $z_{0.05}=1.96$ olarak alınmış ve yukarıda verilen formül aracılığı ile minimum örneklem genişliği; $n=384$ olarak hesaplanmıştır. Ancak zaman kısıtlılığı ve nüfusun çok yoğun olmaması, ayrıca yöre halkının sıklıkla köylerinde bulunmaları nedeniyle 384 sayısının altında kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve dağıtılan anketlerden geri dönüşümü sağlanan, eksik veya hatalı doldurulmayan 287 anket analizlere tabi tutulmuştur.

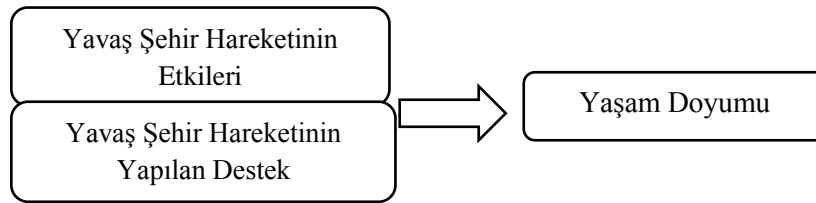
Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırmada birincil veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmanın kavramsal çerçevesi incelenirken araştırmanın temelini oluşturan yavaş şehir ve yaşam doyumu kavramlarının hangi ölçeklerle belirlendiği araştırılmış ve yapılan araştırmalar neticesinde yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisini belirlemek için anket formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket formunda 3 ölçek bulunmaktadır. Ölçeklerin tamamı Çakıcı vd. (2013) tarafından yapılan bir çalışmadan alınmıştır. Çakıcı vd. ise kullandıkları 3 ölçeğin ilkini yerel halkın yavaş şehir hareketinin etkileri hakkındaki algılarını belirlemek için oluşturmuşlardır. 26 maddeden oluşan bu ölçek oluşturulurken Kuvan ve Akan (2005) ile Özgen (2012)'in çalışmalarından yararlanmışlardır. Yerel halkın yavaş şehir hareketine ilişkin desteğini belirlemek üzere oluşturulan 4 maddelik ölçek Çakıcı vd. tarafından oluşturulmuştur. Halkın yaşam doyumunu belirlemek üzere hazırlanan 5 maddelik ölçek ise Pavot ve Diener (1993)'den Türkçe 'ye uyarlanarak anket formu oluşturulmuştur. Ölçekte değerlendirme ölçeği olarak 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeğini kullanmanın amacı, sayısal olmayan verilerin sınıflandırılabilmesini ve değerlendirilebilmesini sağlamaktır. Ölçekte her bir ifade için; *“kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım,*

katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum” şeklinde bir tercih listesi düzenlenmiştir. Anket formunun son bölümünde ise araştırmaya katılan yerel halkın demografik özelliklerinin tespitine ilişkin sorular yer almaktadır. Bunlar; “*cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir, meslek ve çalışma durumunu*” belirlemeye yönelik sorulardır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada yavaş şehir adaylık sürecinde olan Erzurum-Uzundere ilçesinde yaşayan yöre halkının yavaş şehir konusundaki tutum ve algılarını belirlemek ve yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik olarak kurulan araştırma modeli Şekil 1.’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Yukarıda tasarlanan araştırma modeli çerçevesinde geliştirilen hipotezler aşağıda yazıldığı gibidir;

Hipotez 1 (H₁): Yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 2 (H₂): Yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasında olumlu bir ilişki vardır.

Veri Analiz Teknikleri

Yavaş şehir adaylığı sürecinde olan Erzurum-Uzundere ilçesinde yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisini ölçmek ve yerel halkın tutum ve algılarını belirlemek üzere uygulanan anketler belirli kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Anket formları arasında bilimsel açıdan kullanılabilir durumda olanlar ‘*SPSS 20.0 for Windows*’ programına aktarılarak analize tabi tutulmuştur. Öncelikli olarak ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmış ve ölçekte negatif değerli ifadelerin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, demografik değişkenlerin yüzde ve frekans değerleri hesaplanarak demografik özellikler tablosu oluşturulmuştur. Ayrıca her bir ölçek için katılımcıların ölçeklere ilişkin eğilimi belirlenmiştir. Bunların yanında verilerin analizinde oluşturulan hipotezleri test etmek için ise regresyon analizi ve korelasyon analizi yapılmıştır.

Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile gerçekleştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (*yargı, önerme, soru vb.*), kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kullanılır (Ural ve Kılıç, 2013: 280). Başka bir ifadeyle güvenilirlik analizi, örneklemden örnekleme süreklilik gösteren ölçüm oranı ile ilgilidir (Netemeyer vd., 2003:10). Güvenilirlik analizi ile ilgili birçok yöntem (*Alpha, Split-Half, Guttman, Parallel, Strict Paralel*) geliştirilmiştir. Ancak ölçeklerin güvenilirliğine yönelik en yaygın olarak kullanılan yöntem “*Cronbach Alpha*” iç tutarlılık değeridir. İç tutarlılık değeri yöntemi, ölçekteki ifadelerin homojenliği ile ilgilidir (DeVellis, 2003: 27). Cronbach Alpha değeri 0 ile 1 arasında değer almaktadır ve değer 1’e yaklaştıkça tutarlılık artmaktadır. Hesaplanan Cronbach Alpha katsayısı, birime ait toplam skorun ölçekteki her bir soruya ait puanların toplanması ile elde edilen ölçeklerde, soruların benzerliğini ya da yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır. Cronbach Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2005: 405);

- ❖ $\alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- ❖ $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- ❖ $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve
- ❖ $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Ölçeklerin maddelerinin iç tutarlılığının ve homojenliğinin bir göstergesi olarak Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmış, ayrıca katılımcıların boyutlar bazında verdikleri cevapların betimleyici istatistiklerinin incelenmesi uygun görülmüştür. Her bir ölçek için minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin Betimleyici İstatistikler

Ölçek Adı	N	Standart Sapma	Ortalama	Cronbach Alpha
Etki	287	,67138	4,18	,939
Destek	287	,87353	4,91	,876
Yaşam Doyumu	287	,98801	4,67	,808

Tablo 1 incelendiğinde boyutlar arasındaki ortalamaların birbirlerine yakın olduğu anlaşılmaktadır. Ortalama değerler, araştırmaya katılanların her bir boyuta karşı ne derece olumlu veya olumsuz yaklaştıklarının bir göstergesi olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda

düşük düzeyde hesaplanan ortalama değerler olumsuz bir yaklaşımı, yüksek düzeyde hesaplanan ortalama değerler ise olumlu bir yaklaşımı belirtmektedir. Bu durumda yöre halkının yavaş şehir hareketine destek olduğu yani *“Uzundere’de turizmin gelişmesini destekliyorum”*, *“Uzundere’nin yavaş şehir olmasının bölgeye yararlı olacağını düşünüyorum”*, *“Uzundere’nin yavaş şehir olması için verilen uğraşın yararlı olacağını düşünüyorum”* ve *“Uzundere’nin yavaş şehir yolunda daha da gelişmesini arzu ediyorum”* ifadelerine katıldıkları ve destekledikleri söylenebilir. Ortalamalara bakıldığında yöre halkının yaşam doyumlarının yüksek olduğunu da söylemek mümkündür. Çünkü anket katılımcılarının çoğu açıdan ideallerine yakın bir hayat sürdürdüklerini, hayat koşullarının mükemmel olduğunu, bugüne kadar hayatlarında istedikleri her şeye sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 1’de yer alan standart sapma değerleri gözlem değerlerinin ortalama değerlerden ne derece farklılık gösterdiği konusunda bir fikir vermektedir (Alan, 2011: 110). Tablo 1 incelendiğinde en yüksek standart sapma düzeyi olan ölçek yaşam doyumu ölçeğidir. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek üzere yapılan Cronbach Alpha sonuçları incelendiğinde ise yavaş şehir hareketinin etkilerine ilişkin ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,939 yavaş şehir hareketine destek ile ilgili ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,876 ve yaşam doyumu ölçeğinin Cronbach Alpha değeri de 0,808’dir. İstatistik uygulamalarında Cronbach Alpha değerinin 0,80’den yüksek olması kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu durumda üç ölçek için de yüksek derecede güvenilir ölçekler olduğu ifade edilebilir.

BULGULAR

Araştırma sonuçlarına ilişkin olarak örneklemin demografik yapısını ortaya çıkarmak amacıyla tanımlayıcı istatistikler yapılmış ve yapılan analiz doğrultusunda elde edilen veriler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2 incelendiği zaman, araştırma kapsamında yer alan 287 katılımcının % 58,2 sini (n=167) erkek, % 41,8 ini ise (n=120) kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 64,8’i (n=186) evli iken, % 35,2’si ise (n= 101) bekârdır. Katılımcıların yaş ortalamaları incelendiği zaman, % 40,1’i (26-35) yaş aralığındaki kişilerin oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu oranı sırasıyla; % 22,3 (36-45), % 20,2 (18-25), % 16 (40 yaş üzeri) ve son olarak %1,4 (18 yaş ve altı) oranları takip etmektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılan yöre halkının % 60’dan fazlasının 18-35 yaş aralığında olduğu yani çoğunluğun genç nüfustan oluştuğu ifade edilebilir. Anketi katılan kişilerin aylık gelirleri incelendiği zaman % 36,9’unun 2001-3000

TL olduğu, % 37,7'sinin ise 2000 TL'ye kadar aylık gelirleri olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleklerine bakıldığında ise araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunu (% 37,3) memurlar oluşturmaktadır. Bu oranı ise sırasıyla esnaf (% 22), işçi (% 13,9), ev hanımı (% 6,6), serbest meslek (% 5,6), tüccar (% 4,2), işsiz (% 3,5), öğrenci ve emekli (% 2,8) ve diğer meslek grubunda (% 1,4) yer alan katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 2. Örneklemeye İlişkin Demografik Bilgiler

	N	%		N	%
Cinsiyet			Aylık Gelir		
Erkek	167	58,2	1000 TL ve altı	55	19,2
Kadın	120	41,8	1001-2000 TL	53	18,5
Yaş			2001-3000 TL	106	36,9
18 yaş altı	4	1,4	3001-4000 TL	51	17,8
18-25	58	20,2	4001-5000 TL	14	4,9
26-35	115	40,1	5001 TL ve üzeri	8	2,8
36-45	64	22,3	Meslek		
46 yaş üzeri	46	16	İşsiz	10	3,5
Medeni Durum			Öğrenci	8	2,8
Evli	186	64,8	Memur	107	37,3
Bekâr	101	35,2	İşçi	40	13,9
			Esnaf	63	22
			Tüccar	12	4,2
			Ev Hanımı	19	6,6
			Serbest Meslek	16	5,6
			Emekli	8	2,8
			Diğer	4	1,4
Toplam			287	100	

Katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplar incelendiği zaman ortaya çıkan sonuçlar aşağıda yazıldığı gibi gerçekleşmiştir. Genel olarak

katılımcılar; yavaş şehir hareketinin istihdam olanağı getireceğini (% 79,8), yaşam standartlarının yükselmesini sağlayacağını (%77), kamu hizmetlerinin kalitesini

iyileştireceğini (%72,4), yerel ekonominin canlanmasını sağlayacağını (78,1), bölge dışından gelen yatırımları artıracığını (73,9), mevcut restoranların ve hizmet kalitesinin iyileşmesini sağlayacağını (% 80,2), el sanatları, hediyelik eşya gibi ürünlere yönelik ilgiyi artıracığını (%79,1), yöresel halk oyunları, müzik, resim, heykelticilik gibi sanat alanlarına ilgiyi artırarak bu ürünlerin tanıtımlarının yapılmasını sağlayacağını (78),kültürler arası iletişimi güçlendireceği, sosyal yaşamın gelişmesini sağlayacağını (%77,1), bölgeye gelen turistlerin sayısını artıracığını (% 83,6), çevreye olumlu etkilerinin olacağını (%77,1), planlı yapılanmayı sağlayacağını (%74,9), çevreyi koruma bilincini artıracığını (%75,2), doğal kaynakların ve yeşil alanların korunmasını sağlayacağını (%72,1) ve son olarak kültürel değerlerin korunmasını (%80,9) ifade etmişlerdir.

Uzundere’de yavaş şehir hareketini yöre halkının destekleyip desteklemediğini tespit edebilmek amacıyla; destek konusuna ilişkin ölçek ifadelerine verilen cevaplar incelenmiş ve katılımcıların Uzundere’de turizmin gelişmesini destekledikleri (%82,2), Uzundere’nin yavaş şehir olmasının bölgeye yararlı olacaklarını düşündükleri (% 82,2), Uzundere’nin yavaş şehir olması için verilen uğraşın yararlı olacağını düşündükleri (%81,2) ve son olarak Uzundere’nin yavaş şehir yolunda daha da gelişmesini arzu ettikleri (%81,9) tespit edilmiştir. Uzundere’de yaşayan yöre halkının yaşam doyumlarını belirlemek amacıyla ankete katılan kişilere yöneltilen ifadelere verilen cevaplar incelenmiş ve katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (% 58,5) ideallerine yakın bir hayat sürdükleri, hayat koşullarının mükemmel olduğu (% 53,7), hayatlarından memnun oldukları (% 72,1) ve bugüne kadar istedikleri her şeye sahip oldukları (% 48,8) belirlenmiştir. Araştırmanın temel amacı doğrultusunda yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerinde olumlu etkisinin olup olmadığını belirlemek üzere çalışmanın bu aşamasında regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Yavaş Şehir Hareketi ile Yaşam Doyumu Regresyon Analizi

<i>Bağımlı Değişken</i>	<i>R</i>	<i>R2</i>	<i>Düzeltilmiş R2</i>	<i>Tahminin Standart Hatası</i>	
Yavaş Şehir Hareketinin Etkileri	0,611	0,373	0,369	0,53333	
Anova	<i>Kareler Toplamı</i>	<i>Serbestlik Derecesi</i>	<i>Kareler Ortalaması</i>	F	P
Regresyon	48,133	2	24,067	84,610	0,000
Artıklar	80,781	284	0,284		
Toplam	128,915	286			

Tablo 3’te görüldüğü gibi çoklu regresyon modeli bir bütün olarak (F,p) her düzeyde istatistiki açıdan anlamlıdır. Yavaş şehir hareketinin etkileri yöre halkının yaşam doyumunu % 37 oranında etkilemektedir. Bu verilerden hareketle “*Yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır*” şeklindeki H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere ise korelasyon analizi yapılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Yavaş Şehir Hareketi ile Yaşam Doyumu Korelasyon Analizi Sonuçları

	<i>Faktörler</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>1</i>	<i>2</i>
1	Yaşam Doyumu	287	4,15	,65543	1	
2	Yavaş Şehir Hareketi	287	4,67	,98801	,347**	1

** $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı (2- uçlu)

Tablo 4’de görüldüğü üzere yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda, Uzundere ilçesinde yaşayan yerel halkın yavaş şehir hareketini olumlu olarak algıladığı ve bu hareket aracılığıyla halkın yaşam kalitesi ve yaşam doyumlarının artacağını söylemek mümkündür. Bu bağlamda “*Yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasında olumlu bir ilişki vardır*” şeklindeki H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Yavaş şehir hareketi son yıllarda literatürde sıkça tartışılmaya başlayan, yerel halkın hem kültürünün hem de doğasının bozulmadığı bir şehirde, çevre kirliliğinden uzak bir şekilde yaşamalarına imkân veren ve günümüz modern şehir hayatına alternatif olarak sunulmuş bir kavramdır. Bu hareketin temelinde yerel ürünlerin tüketilmesi ve korunması ve geleneksel değerlere sahip çıkma olgusu yatmaktadır. Burada önemli olan ‘*hızlı*’ kelimesinin yarattığı olumsuz etkiyi engellemektir. Çünkü modern dünyada hızın esiri olan insanlar; koşuşturma içine girmekte, küçük dükkân, bakkal veya pazardan yöresel ürünler almak yerine alışveriş için büyük alışveriş merkezlerini tercih etmekte, yeme-içme ihtiyacını hızlı hazırlanabilen hızlı yiyecek ürünleriyle karşılamaktadır. Bu bağlamda, insanların daha hızlı yemek yemesine, yediği yemeğe özen göstermemesine, yöresel yemek kültürünü unutmasına, kültürel değerlere önem vermemesine neden olmaktadır. Ayrıca, küreselleşmenin sebep olduğu hızlı yaşam insanları; trafik, çevre kirliliği, görselliği rahatsız eden bir yapılaşma,

sahip olanı korumak yerine kullanma, genetiği ile oynanmış ürünler tüketme gibi birçok problemle karşı karşıya getirmiştir. Bütün bu olumsuz durumların bir sonucu olarak strese maruz kalan insanların yaşamlarından doyum elde etmemesine ve yaşam kalitesinin düşmesine neden olmuştur.

Yavaş şehir hareketi felsefesinin temeli yerelliği teşvik ederek insanların sahip olduğu potansiyeli fark etmelerini sağlamak ve bu potansiyeli gelecek nesillere ulaştırabilmek için sürdürülebilir hale getirmektir. Bu bağlamda, hızlı yaşamın sebep olduğu olumsuzlukları engellemek amacıyla ortaya çıkan yavaş yaşam, yavaş şehir ve yavaş yemek yeme gibi kavramlar insanların kaybettikleri tüm değerleri yeniden fark etmelerine yardımcı olmuştur. Bu doğrultuda yapılan bu araştırma, yavaş şehir adaylık sürecinde olan Erzurum-Uzundere ilçesinde yaşayan yerel halkın yaşam doyumlarını tespit etmeyi, yavaş şehir hareketinin etkileri hakkındaki algılarını belirlemeyi ve yavaş şehir hareketinin ne ölçüde desteklediğini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan Erzurum-Uzundere halkına anket uygulanmış ve toplamda 287 katılımcının eksiksiz bir şekilde doldurduğu anketler değerlendirmeye alınarak analize tabi tutulmuştur. Literatüre bağlı kalınarak oluşturulan 2 hipotezi test edebilmek amacıyla regresyon ve korelasyon analizleri yapılmış ve her 2 hipotezde kabul edilmiştir. Yavaş şehir hareketinin yaşam doyumu üzerindeki etkisini ölçebilmek için regresyon analizi yapılmış ve yavaş şehir hareketinin etkisinin yöre halkının yaşam doyumunu % 37 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda ilçenin yavaş şehir statüsüne ulaşmasıyla halkın yaşam doyumunun değişebileceği söylenebilir. Yavaş şehir hareketi ile yaşam doyumu arasında olumlu bir ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için ise korelasyon analizi yapılmış ve sonuç olarak Erzurum-Uzundere ilçesinde yaşayan yerel halkın yavaş şehir hareketini olumlu olarak algıladığı ve bu sonuç doğrultusunda halkın yaşam kalitesi ile yaşam doyumunun artabileceği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların ankette yer alan ifadelerle verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde ise katılımcıların tutum ve algılarının genel olarak olumlu olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, yerel halk yavaş şehir hareketinin istihdam olanaklarını iyileştireceğine, yaşam standartlarını yükselteceğine, insanlarda çevre koruma bilincini artıracığına, bölgeye gelen turist sayısını artıracığına inanmakta ve Erzurum-Uzundere ilçesinin yavaş şehir olmasının bölgeye genel anlamda yararlı olacağını düşünerek destek olmaktadır.

Sürdürülebilir turizm yerel halkın desteğini gerektiren, yerel halka fayda sağlayan bir yaklaşım tarzı olarak kabul edilmekte ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir çevre bırakmaya yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, yerel halkın desteğine ihtiyaç duyulduğu

açıkça ifade edilmeli, yerel halkın turizm faaliyetleri ile ilgili alınan kararlara katılması ve turizm karar mekanizmalarında yer alması için fırsatlar yaratılmalıdır. Yerel halkın yavaş şehir hakkında bilgisini artırmak ve yavaş yaşam felsefesinin halkın tamamı tarafından anlaşılmasını sağlamak için halka belirli yöntemler aracılığıyla bilgi verilmeli ve ilçelerinin bir yavaş şehir olabileceği fikri benimsetilmelidir. Herhangi bir bölgede yaşayan yerel halkın, bölgeyi ziyaret eden turistleri kabul etmesi ve onlarla olumlu sosyal ilişkiler kurabilmesi oldukça önem arz etmektedir. Ancak, bölgedeki turizmin gelişmesi sadece yerel halka bağlı olmamakta, bunun yanı sıra yerel yönetimler, turizm işletmeleri ve sivil toplum kuruluşları da turizmin gelişmesi açısından oldukça önemli paydaşlardır. Bu bağlamda Erzurum-Uzundere ilçesinin yavaş şehir olabilmesi için sahip olması gereken kriterleri yerine getirme yoluna gidilmelidir.

Yavaş şehir hareketi unutulmaya yüz tutmuş yöresellikleri de ön plana çıkarmayı benimsemektedir. Bu nedenden dolayı, bölgenin sahip olduğu kültürel miras gün yüzüne çıkarılarak tekrar yaşatılması sağlanmalıdır. Bölgede yaşayan halka el sanatlarına yönelik kurslar verilmeli, bu kurslar geliştirilmeli ve yöresel yemekler ile doğal ürünler daha tanınır hale getirilmelidir. Ayrıca, yerel halk yörenin organik tarım ürünlerinin üretimini ve sunumunu gerçekleştirmeli ve bu ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlamalıdır. Bu kapsamda yerli tohum teşviği için çabalar devam ettirilmelidir.

İlçede mevcut olan mimari kalitenin artırılması, var olan yapıların daha iyi hale getirilmesi, güncel mimari yaklaşımları dışlamadan sade bir yapı içinde planlanması gerekmekte ve tüm bunlar yapılırken de halkın çıkarları mutlaka gözetilmelidir. Her ne olursa olsun yerel halkının bu tarz faaliyetlerden zarar görmemesi gerekmekte ve önceliğin her zaman yerel halka verilmesi gerekmektedir. Hatta yerel halkın da bu gelişimden pay alabilmesi için yerel halk ev pansiyonculuğuna yönlendirilmeli veya butik otel gibi küçük ölçekli işletmeler açmaları teşvik edilmelidir. Araştırma yavaş şehre adaylık sürecinde olan Erzurum-Uzundere ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle araştırma sonlandıktan sonra üyeliğin kabul edilip edilmeyeceği takip edilecek ve olumlu bir sonuç alındığı takdirde aynı bölgeye tekrar araştırma uygulanarak tutum ve algıları karşılaştırılacaktır.

KAYNAKÇA

- ATEŞ, Ş (2015), Uzundere: Doğa, Tarih, Turizm, Kültür. Uzundere Belediyesi Kültür Yayınları, No:6.
- CUTTER, S. L. (1985), Rating Places: A Geographer's View On Quality of Life, Association of American Geographers, Resource Publication In Geography, Washington D.C.7, 20.

- ÇAKICI, A. C., YENİPİNAR, U. ve BENLİ, S. (2013), Seferihisar Halkının Yavaş (Sakin) Şehir Hareketi Uygulamalarına İlişkin Tutumları ve Algıları ile Yaşam Doyumları Üzerine Bir Araştırma, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 05-08 Aralık, Kayseri, 798-814.
- GERAY, C. (1998), Kentsel Yaşam Kalitesi ve Belediyeler, Türk İdare Dergisi, 421, ss 323-346.
- GÜVEN, E. (2011), Yavaş Güzeldir: Yavaş Yemekten, Yavaş Medyaya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi”. Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 1, ss. 113-121.
- DATUR, http://www.datur.com/wpcontent/uploads/2012/09/Tortum_Selalesi_Tanitim_Kitapcigi.pdf Erişim Tarihi: 08.02.2016
- HYBRON, D (2000), Two philosophical problems in the study of happiness. Journal of Happiness Studies, Cilt:1, ss. 207-225.
- JACOBS, Jane (1992), The Death and Life of Great American Cities, Vintagen Boks, NewYork.
- KANGAL, A. (2009), Üniversite Yaşam Kalitesi Ölçeğinin Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi ve Türk Üniversite Öğrencilerine Uyarlanması, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- KARAHAN, F. (2011), Tortum Şelalesi. Uzundere Köylere Hizmet Götürme Birliği, Erzurum.
- KARASAR, Niyazi(1994), Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd
- KESKİN, E. B. (2012), “Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow)”.Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1, ss. 81-99.
- KNOX, P.L. (2005), Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World, Journal of Urban Design, Cilt:10, Sayı:1, ss.1-11.
- KUVAN, Y. ve AKAN, P. (2005), Residents’ Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya, Tourism Management, Cilt: 26, ss. 691-706.
- MARANS, R. (2007), Kentsel Yaşam Kalitesinin Ölçülmesi, Çev: Handan Dülger Türkoğlu, Mimarlık Dergisi, 335. [http:// www.mimarlikdergisi.com](http://www.mimarlikdergisi.com), Erişim Tarihi: 28.12.2015
- MAYER, H., KNOX, P.L. (2006), Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World, Journal of Urban Affairs, Cilt: 28, Sayı: 4, ss. 321-334.
- NILSSON, J.H., SVARD, A.C., Widarsson, A. ve Wirell, T. (2011), ‘Cittaslow’ Eco-Gastronomic Heritage as a Tool for Destination Development”, Current Issues in Tourism, Cilt: 14, Sayı: 4, ss. 373-386.
- ÖZDAMAR, K. (2001), Paket Programlar ve İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler), (4. Baskı), Eskişehir: Kaan Yayınları.
- ÖZGEN, Ö. (2012), Seferihisar: A Sustainable Place in a Fast World, Milli Folklor, Yıl 24, Sayı 95, ss.135-146.
- ÖZKAN, H. C. (2011), Bir Sürdürülebilir Kent Modeli: Yavaş Şehir Hareketi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, İstanbul.
- PARKINS, W. (2004), Out of Time: Fast Subjects and Slow Living, Time & Society, Cilt:13 Sayı: 2/3,ss. 363-382.
- PAVOT, W., DIENER, E. (1993), Review of the Satisfaction with Life Scale, Psychological Assessment, Cilt: 5, Sayı: 2, ss. 164-172.
- PUTNAM, Robert (2000), Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, Simon and Schuster Press, New York.
- RADSTROM, S. (2011), A PlaceSustaining Framework for Local Urban Identity: an Introduction and History of Cittaslow. Italian Journal of Planning Practice, Cilt:1, Sayı: 1, ss. 90-113.
- RADSTROM, Susan. (2005), “An Urban Identity Movement Rooted in the Sustainable of Place: A Case Study of Slowes Cities and Their Application in Rural Matinoba”, Master of City Planning,University of Manitoba, Department of City Planning, s.90-113.
- ROSERO – Bixby Luis; Collado, Andrea; Seligson, A. Mitchell, (2005), “Social Capital, Urban Settings and Demographic Behavior in Latin America”, IUSSP XXV International Population Conference, Tours, France.

- SELIGMAN, M. E. P. (2007), Gerçek Mutluluk. Kalıcı Doyum Potansiyelinizi Geliştirmek İçin Yeni Olumlu Psikolojinin Kullanılması. Ankara: HYB.
- SEZGIN, M. ve Ünüvar Ş. (2012), Yavaş Şehir Sürdürülebilirlik ve Şehir Planlaması Ekseninde, Konya: Çizgi Kitabevi.
- SHIN, D. ve Johnson, D. (1978), Avowed happiness as an overall assessment of quality of life. *Social Indicators Research*, Cilt: 5, ss. 475–492.
- ŞAHİN, İ., KUTLU, S. Z. (2014), Cittaslow: Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 55-63.
- ŞAHİN, Ş. (2008), Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Tükenmişlik ve Yaşam Doyumu Düzeyleri, Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- ŞAHİNKAYA, S. (2010), Bir Yerel Kalkınma Modeli: Cittaslow ve Seferihisar Üzerine Değerlendirmeler, http://www.bagimsizsosyalbilimciler.org/Yazilar_Uye/SahinTem10.pdf (Erişim Tarihi: 04.02.2016)
- ŞİMŞEK, E. (2011), Örgütsel İletişim ve Kişilik Özelliklerinin Yaşam Doyumuna Etkileri, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- TOSUN, E. K. (2013), Yaşam Kalitesi Ekseninde Şekillenen Alternatif Bir Kentsel Yaşam Modeli: Yavaş Kentleşme Hareketi, *Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XXXII, Sayı:1, ss. 215-237.
- YURTSEVEN, H. R., KAYA, O., HARMAN, S. (2010), Yavaş Hareketi, Detay Yayıncılık, Ankara.

KIRSAL TURİZMİN ETKİLERİ ÜZERİNE YEREL HALKIN ALGILARI

Ömür UÇAR¹

ÖZET

20. yüzyıldan itibaren özellikle Avrupa ve Amerika’da hızlı kentleşme sonucunda insanlarda doğaya kaçış ihtiyacı hissedilmeye başlanmış, bunun sonucunda da alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan kırsal turizm kavramı ön plana çıkmıştır. Kırsal turizm, özünde kırsal yerleşimler ve doğal zenginlikler olan, turizm türlerinden biridir. Türkiye’de kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine imkan tanıyan bir çok destinasyon bulunmaktadır. Araştırmanın amacı, Antalya ili Konyaaltı ilçesine bağlı Doyran Mahallesi halkının turizm kapsamında kırsal turizm ile ilgili beklentilerini, kırsal turizmin Doyran Mahallesi’nin gelişmesiyle birlikte, bunun olası olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik algılarını belirlemektir. Bu çalışma nitel karakterli bir çalışma olup, verilerin toplanmasında Doyran Mahallesi’nde yaşayan 4 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sırasında yerel halkın bağlı bulunduğu Konyaaltı Belediyesi’nden bölge de turizm faaliyetlerinin gelişmesi ve artırılması konusunda beklentilerinin olduğu tespit edilmiş, bu kapsamda Konyaaltı Belediyesi’nde çalışan bu konu da uzman ve yetkili 2 kişiyle görüşme yapılmıştır. Çalışmada, yerel halkın turizm faaliyetlerinin gelişerek artmasınasıcak baktığı ve bu gelişmenin sonucunda gerçekleşecek olumlu etkilerikonusunda genel olarak bilinçli olduğu,olumsuz etkiler konusunda ise kısmen bilinçli olduğu belirlenmiştir.Ayrıca, Doyran Mahallesi halkının Konyaaltı Belediyesi yetki ve sorumlulukları konusunda bilgi sahibi olmadığı ve bölgelerinde kırsal turizmin gelişmesi konusunda belediyenin yetki ve sorumlulukları dışındabeklentilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Kırsal Alan, Kırsal Kalkınma

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşına kadar toplumun belirli bir zümresi turizm faaliyetlerine katılırken, ulaşım teknolojisinin gelişerek ucuzlaması, insanların gelirlerinde yaşanan artış, çalışanlara verilen yıllık izin hakkı vb. gelişmeler turizme daha geniş kitlelerin katılmasına yol açmıştır (Çeken, vd., 2012:12). Kentleşmenin artması turizm sektörünün çeşitlilik göstermesine ve alternatif turizm çeşitlerinin doğmasına neden olmuştur. Buna bağlı olarak daha çok bireysel hareket eden, çevre dostu, ziyaret ettiği yörede yaşayan yerel halkın sosyo-kültürel özelliklerine, gelenek ve göreneklerine ilgili, yeni şeyler öğrenmeye meraklı bir turist kitlesi oluşmaya başlamıştır.

¹ Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşl. ve Otelcilik A.B.D., ucar_omur@hotmail.com

Kırsal turizm 19. yüzyılda İngiltere’de doğaya dönüşün yaşanması ile başlamış ve daha sonra Avrupa’nın sanayileşmiş ülkelerinde yayılmaya başlamıştır. Doğaya yönelişin hızlı bir şekilde yayılmasında başta şehirlerde yaşayanların sosyo-ekonomik durumunun yükselmesi, büyük şehirlerdeki hayat zorluğu, hava kirliliği, gürültü ve stresten uzaklaşma ihtiyacı etkili olmuş ve bir çıkış yolu olarak kırlarda dinlenmeye karşı ilgi doğurmuştur. Bu yüzden insanlar, monotonluktan kaçış ve değişiklik arama ihtiyaçlarını gidermek amacıyla, sessizliğe ve doğaya yönelik rekreasyon etkinliklerini tercih etmeye başlamışlardır. Böylece, insan ile doğayı ve sanayileşmiş uygarlığı bir araya getirecek önlemlerin alınması, insanların doğaya olan özlemini giderecek mekânların oluşturulması gerekli hale gelmiştir. Bu gereksinimler doğrultusunda “kırsal turizm” denilen turizm türü doğmuştur(Ahipaşaoğlu, 2006:2).

Başlarda iç turizm hareketlerine konu olan kırsal turizm son yıllarda ulaşım olanaklarının ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte uluslararası turizmin konusu olmaya başlamıştır. Özellikle gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler kırsal turizmin kırsal gelişmeye olan katkılarını anlamakta geç kalmışlardır (Holloway ve Taylor, 2006:37-38). Çakır’ın(2012) yaptığı bir çalışmaya göre kırsal turizme ilginin artması ve yaygınlaşmasında aşağıdaki maddelerin etkisinin büyük olacağını iddia etmiştir.

- Aktif tatiller ve özel ilgi turlarına eğilimin artması,
- Kentsel yaşamın kısıtlayıcı ve kurallarla dolu ortamından uzaklaşma isteği,
- Deniz kıyılarının birbirine benzemesi,
- Özellikle gelişmiş ülkelerde nüfusun yaşlanması, onlarında kırsal doğal alanları tercih etmesi,
- Kırsal alanların birçok rekreasyonel faaliyetler için uygun ortamlara sahip olması,
- Kırsal turizmin diğer turizm türlerine kıyasla daha ucuz olması,
- Dünya da çevre bilincinin her geçen gün artmasıyla, korunmuş alanlara ilginin artması.

Kırsal turizm, kadın istihdamı, yerel ekonomilere katkı sağlaması ve halkın gelirini artırması dolayısıyla kırsal kalkınmaya destek vermesi bakımından önemli bir güce sahiptir. Kırsal turizmin her mevsim yapılmaya uygun olması ve turizmin coğrafi dağılımında bir denge unsuru olması, sürdürülebilir turizm anlayışı ile uyumlu hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca, yayla turizmi, çiftlik turizmi, akarsu turizm vb. birçok turizm türü ile uyumlu ve birçok alternatif rekreasyon faaliyetlerine uygundur. Kırsal turizm kapsamında turizm faaliyetlerine katılan turistler çevre ve kültürel mirasları koruma konusunda daha hassas bir yapıya sahiptir (Soykan, 1999:4).

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kırsal Alan ve Kırsal Turizm Kavramları

Kırsal alan kavramı kırsal turizmin gerçekleştirilmesinde kullanılan temel alan olması sebebiyle, kırsal turizmi daha net anlamak açısından tanımlanması gereken bir kavramdır. Kırsal alanlar, yaşam ve ekonomik faaliyetlerin önemli ölçüde doğal kaynakların kullanım ve değerlendirilmesine bağlı olduğu, ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişme sürecinin nispeten yavaş işlediği, gelenek ve törelerin, yaşam biçimini ve kurallarını etkilediği ve teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansıma oranının büyük ölçüde zamana yayıldığı alanlar olarak tanımlanmaktadır (Anonim.a, 2002:9).

OECD ise, kırsal alanları nüfus yoğunluğu kriterine göre tanımlamıştır. Bu değerlendirmede; nüfus yoğunluğunun 150 kişi/ km²'nin altında olduğu yerler kırsal alan sayılmaktadır (Anonim.b, 2011:2). Türkiye'de ise 1924 tarihli Köy Kanunu'na göre 20.000'den daha az nüfusa sahip yerleşim birimleri kırsal alan olarak tanımlanmaktadır (Esengül, 2005:168).Devlet Planlama Teşkilatı Sekizinci Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Raporu'nda kırsal alan; yaşamsal ve ekonomik faaliyetlerin, önemli ölçüde doğal kaynakların kullanımı ve değerlendirilmesine bağlı olduğu, ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişme süreçlerinin yavaş ilerlediği, geleneksel değerlerin hayatın şekillenmesinde etkili olduğu, yüz yüze ilişkilerin önemini koruduğu, teknolojik gelişmelerin yaşama ve üretime yansımalarının daha uzun bir zaman aldığı, sosyo-ekonomik nitelikleriyle kentsel alanlar dışında kalan mekânlardır(Anonim.c,2000:2). Kırsal alan kavramını turizm açısından değerlendirdiğimizde ise; deniz turizmi gerçekleştirilen merkezlerden uzak, kırsala özgü aktivitelerin gerçekleştirildiği, doğal ve kültürel hayatın korunduğu yerler olarak nitelendirilmektedir (Çeken vd., 2007:2).

Konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde kırsal turizm kavramının, köy turizmi (village tourism), yayla turizmi(highland tourism), çiftlik turizmi (farm tourism), tarım turizmi (agro-tourism) ve ekoturizm (ecotourism) gibi çeşitli isimlerle ifade edildiği saptanmıştır. Bu yüzden kırsal turizm ile ilgili genel kabul görmüş bir tanımdan bahsetmek çok zordur. Kırsal turizm bazı tanımlarda, daha çok çiftliklere ve doğaya yönelik yapılan, turistlerin çiftlik gezme, balık tutma, ata binme, uzun doğa yürüyüşleri vb. etkinliklere katıldıkları turizm türü olarak ele alınırken, bazı tanımlarda ise kırsal alanlarda yapılan tüm turizm etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2012:40).

Kırsal turizmin birçok farklı isimle anılması, bu kavramla ilgili değişik tanımların yapılmasına neden olmuştur. En basit şekilde “kırsal alanlara yapılan seyahat olarak” tanımlanan kırsal turizm, içeriğini tam olarak yansıtmamaktadır (Molera ve Albaladejo, 2007:758).

Turizm Bakanlığı’nın 2003 yılında yayınladığı kırsal kalkınma projesinde kırsal turizm; kırsal alanlarda doğal ve/veya tarihi çekiciliklerin belirli ölçüde bulunduğu yörelerde, ana ekonomik faaliyeti tarım olan nüfusun, tarımsal faaliyetlerini sürdürmekle birlikte evlerinin, ambarlarının kullanmadıkları uygun bölümlerini profesyonel amaçla ziyaretçi ağırlayabilecek yalın bir konaklama tesisine dönüştürerek, ek iş olarak küçük turizm işletmeciliğinin yapılması şeklinde tanımlanmaktadır (Anonim. d, 2003:2).

Akça (2004) ise kırsal turizmi “insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda çiftçilerin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğaldokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para artırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak ifade etmektedir.

Lane (1994) göre kırsal turizm; Doğaya dayanan aktiviteler, festivaller, tarihi geleneksel olaylar, sanat gösterileri, tarımsal turizm, halk tiyatrosu vb. gibi çok yönlü uygulamalardan ve çiftlik temelli turizmden eğitsel seyahate kadar herşeyi içeren karmaşık bir aktivitedir.

Yosmaoğlu ve Engin’e (2003) göre; doğa ile bütünleşme, yöresel kültürü tanıma, öğrenme beklentileri kırsal turizmin temelini oluşturmaktadır. Tarımsal üretimin yoğun olduğu yerlerde kırsal turizm daha çok önem kazanmaktadır. Kırsal turizm, bu potansiyele sahip olan ancak hala tarımsal üretimden geçimlerini sağlayan yöreleri turizme açmak ve tarım dışı istihdam alanları sağlamak bakımından önem kazanan alternatif bir ekonomik faaliyettir.

Kırsal turizmin tanımlanmasındaki temel problemler ise;

1. Şehir turizmi veya kitlesel turizm odaklı olan ancak gezi yoluyla veya satın alma yoluyla kırsal alanlara yapılan seyahatlerin kırsal turizm kapsamında değerlendirilmesi (Lane vd., 2013:27),
2. Kırsal turizmin tanımlanmasında temel anahtar sözcük olan kırsal alan kavramının net olmaması ve ülkeden ülkeye önemli düzeyde farklılık göstermesi (Tchetchik vd., 2006: 2),
3. Kırsal alanlarda gerçekleşen turizm faaliyetlerinin hepsi kırsal turizm değildir, birçoğu sadece kırsal alanlarda şehir turizmi (kitlesel turizm) formunda kurulmuş sözde tatil

köylerinden oluşmaktadır. Bualanlara seyahat eden turistlerin seyahatlerini kırsal turizm faaliyetinde yer almış olarak değerlendirmesidir (Murdoch, 1993:25)

Kırsal Turizmin Etkileri

Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri

Kırsal turizmin, ülke ekonomisine,yöre halkına ve bölgeye önemli katkıları bulunmaktadır. Öte yandan,tarımla uğraşan halkın yeterli gelir elde edememesi ve gelirlerinin istikrarsız ve belirsiz olması toplumu olumsuz etkilemektedir. Kırsal turizm faaliyetlerinde çalışarak kırsal bölgelerde yaşayan insanlar, ziyaretçilerin konaklama, yeme-içme ve alışveriş yapmalarıyla ek gelir sağlama şansı yakalayabilirler. Buna ek olarak, yeni işletmeler kurularak bölgenin istihdam kapasitesi artabilir. EuroGites 2008 yılı verilerine göre,Avrupa ülkelerindekırsal turizm, doğrudan ve dolaylı olarak 900.000 kişinin istihdam edilmesine olanak sağlarken, her yıl yaklaşık olarak 150 milyar dolar gayri safi gelire katkı da bulunmaktadır (Lane vd., 2013:10, aktaran EuroGites, 2009a). Diğer taraftan, kırsal turizm ana geçim kaynağı tarım olan yöre halkı için alternatif gelir kaynağı olabilir. İngiltere'nin dört kırsal bölgesinde yapılan çalışmaya göre, ziyaretçi harcamalarının yaklaşık %44'ünün bölgede kaldığı tespit edilmiştir (Tchetchik, vd., 2006:6, aktaran English Tourist Board, 1991). Yine bir tahmine göre, her 10000 poundluk misafir harcamasının doğrudan 3,5-4, dolaylı olarak ise 0,5 yeni iş yarattığı tahmin edilmektedir (Tchetchik, vd., 2006:6, aktaran Archer, 1974; Dower, 1980; Smith and Wylde, 1977). Kırsal turizmin yöreye olan ekonomik katkısına paralel olarak, kırsal bölgelerin alt yapısının gelişmesi ve ulaşım imkânlarının çeşitlenerek artmasına katkı sağlamaktadır(Ogarlaci ve Popa, 2007:59-60). Kırsal turizmle ilgili bahsedilen bu faydalar iç göçü önleyebilmektedir (Yeniçare, 2007:7). Tzu ve diğerleri (2005) ise kırsal turizmin daha önceden doğdukları yerden göç edenleri tekrar kendi bölgelerine gelebileceğine değinmiştir.

Kırsal turizmin ekonomik olarak bölge halkı üzerinde negatif ekonomik etkileri de olabilmektedir. Daha önceden tarım ile geçimlerine sağlayan halkın, geçim kaynaklarını turizme odaklamalarıyla tarımsal üretimin azalması bununla birlikte bu ürünlerin temininde dışa bağımlılığın ortaya çıkmasıyla elde edilen gelirlerin kırsal alanlardan kaymasına neden olabilmektedir (Yeniçare, 2007:7). Ayrıca Tchetchik ve diğerleri (2006), turizmin kırsal alanlarda hayatı pahalılaştırabileceğine vurgu yapmıştır.

Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Toplumun değer sistemlerinde toplumu oluşturan bireylerin aile ilişkilerinde, yaşam tarzlarında, gelenek ve göreneklerinde yarattığı değişimler kırsal turizmin sosyo-kültürel açıdan olumlu ve olumsuz etkilerini oluşturmaktadır.

Lane ve diğerleri (2013), kırsal turizmin en önemli sosyo-kültürel yararı, toplumun unutulmaya yüz tutmuş gelenek görenek ve törelerini tekrar hatırlatma, ziyaretçilere tanıtmaya fırsatı ve bunları yaşatma olanağı olduğunu iddia etmiştir. Diğer olumlu etkisi ise, kırsal turizm yerel halkın tarihi ve kültürel mirası koruma konusunda bilinçlenmesini sağlar (Ogarlaci ve Popa, 2007:61). Kırsal alanlarda turizmin gelişmesi ile birlikte bölge halkının ve ziyaretçilerin kültür yapısında ve yaşam tarzında karşılıklı etkileşim olmakta ve iki taraflı dostlukların gelişmesine olanak sağlamaktadır (Çeken vd., 2012:15). Kidd'in (1995) Victoria bölgesinde (Avusturalya) yaptığı bir araştırmaya göre tarım işleriyle uğraşanların %67'sinin turizm sektöründe girişimde bulunmalarının en önemli nedenlerinden birinin "yeni insanlar tanımak" olduğu tespit edilmiştir.

Kırsal turizmin bir diğer olumlu etkisi ise erkek egemen olan kırsal alanlardaki iş gücüne kadınların da katılımına olanak sağlamasıdır. Buna paralel olarak kadınların toplum içerisindeki statüsü de olumlu yönde değişecektir (Karafakı ve Yazgan, 2012: 57).

Vincent (1980), kırsal turizm gelişmesinin birbirine bağlı toplumların kapitalist akımlarına uyum sağlaması gerektirdiğine değinmiştir. Bunun da toplumun geleneklerini, aile değerlerini ve kültürünü olumsuz etkileyebileceğini iddia etmiştir.

Kırsal turizmin Fiziki Çevreye Etkisi

Kırsal turizmin, çevreye olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir. Olumlu olarak, kırsal alanların büyük yer tuttuğu bir ülkede turizmi kıyı turizminin egemenliğinden kurtararak tatilleri mekan içinde yayma (Soykan, 1999:73-74) bunlardan birisidir. Bir diğeri ise, doğanın ve doğal alanların korunması konusunda insanların ve yerel yönetimlerin bilinçlenmesidir (Akış:1999:67). Çünkü doğal çevre üzerinde yaşanacak bozulmalar kırsal turizmin varlığını tehlikeye atacaktır (Karafakı ve Yazgan, 2012: 56).

Olumsuz etkilerinin birisi, kırsal turizmin gelişmesiyle arazi ve diğer taşınmazların fiyatlarında artışlar olabilir, kira fiyatlarında aşırı artmalar yaşanabilir böylece tarım üreticisi tarımdan gelir elde etmek yerine, arazisini toprak rantı elde etmek için toprağını boş bırakabilir (Karafakı ve Yazgan, 2012: 56). Bu da doğal çevrenin bozulmasına neden olabilmektedir. Tzu ve diğerleri (2005) çalışmalarında, kırsal turizmin hava kirliliğine trafiğin

artmasına ve gürültü kirliliğine neden olabileceğine değinmiş, aynı zamanda otel inşaatlarının ve diğer turist aktivitelerinin doğal alanları olumsuz etkileyebileceğini vurgulamıştır.

YÖNTEM

Alternatif turizm çeşitleri arasında yer alan kırsal turizm, içerisinde birçok farklı turizm çeşitlerini (tarım turizmi, çiftlik turizmi, akarsu turizmi, yayla turizmi, av turizmi vb.) de kapsamı nedeniyle önemli bir yere sahiptir. Doğal ve kültürel zenginliklere sahip olan Antalya ilinde, kıyı bölgelerinde yoğunlaşmış turizmin kırsal alanlara yönlendirilmesi turizmin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, bölgenin turizm potansiyeli çok yüksek olmasına rağmen, bölgeye gelen turist sayısı beklentilerin altındadır. Söz konusu potansiyelin değerlendirilebilmesi için bölgede konu ile ilgili nitelikli çalışmalar yapılması önem arz etmektedir. Bu nedenle kırsal turizmin geliştirilmesi amacı ile Antalya ili Konyaaltı ilçesine bağlı Doyran Mahallesi çalışma kapsamında ele alınmıştır.

Araştırmanın amacı, Antalya ili Konyaaltı ilçesine bağlı Doyran Mahallesi halkının turizm kapsamında kırsal turizmle ilgili beklentilerini, kırsal turizmin Doyran Mahallesi'nde gelişerek artması durumunda, bunun olası olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik algılarını belirlemektir.

Bu amaçla çalışma kapsamında 16 ve 24 Ocak 2016 tarihlerinde Doyran Mahallesi'nde yüz yüze görüşme yöntemi anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışması desenlerinden bütüncül çoklu durum deseni kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat yönteminin kullanılmasının sebebi elde edilmek istenen verilerin ölçekli sorularla elde edilmesinin mümkün olmamasıdır. Doyran mahallesinde yaşayan ve mahalle muhtarının önerdiği ve görüşülen kişilerin önerdiği 8 kişiyle kartopu örnekleme tekniğiyle seçilmiş ve görüşme talebinde bulunulmuştur. Ancak söz konusu 8 kişiden 6'sı görüşmeyi kabul etmiştir. 4 kişiyle görüşmeden sonra diğer 2 kişinin cevaplarının ilk 4 kişinin cevaplarını tekrarladığı görülmüş bu yüzden araştırma Doyran'da 4 kişiyle sınırlandırılmıştır. Doyran'da turizmin gelişebilmesi için bağlı bulunan Konyaaltı Belediyesi'nden beklentilerin olduğu tespit edilmiş ve bu bağlamda Konyaaltı Belediyesi ile de görüşme yapılması ihtiyacı hissedilmiştir. 28 Ocak 2016 ve 1 Şubat 2016 tarihinde bu konuda uzman ve yetkin 2 kişi ile görüşme yapılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan tüm görüşmeler sesli kayıt altına alınmıştır. Araştırmanın temel sorusunu ise; *“yöre halkının kırsal turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziki çevreye etkilerine yönelik algıları nelerdir?”* oluşturmaktadır. Görüşme yapılan kişilere bu soruya cevap alabilmek için alt sorular sorulmuştur.

BULGULAR

Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, Doyran yöre halkının bölge turizminin gelişmesine yönelik sosyo-kültürel, ekonomik ve çevreye olan etkilerine ait algılarını kapsamaktadır. Çalışma kapsamında görüşülen katılımcılara ait demografik bilgiler Çizelge 1’de özetlenmiştir. Katılımcılardan bahsederken Çizelge 1’de yer alan katılımcılara ait kodlar kullanılmıştır. Çizelge 1’de yer alan katılımcılardan A, B, C ve D kişileri, çalışma kapsamında incelenen Doyran bölgesinde doğup büyümüşlerdir.

Çizelge 1. Katılımcıların demografik bilgileri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Meslek
A	43	Erkek	Mahalle Muhtarı ve Çiftçi
B	50	Kadın	Kahvaltı salonu işletmecisi
C	50	Erkek	Belediye Temizlik İşçisi
D	63	Kadın	Çiftçi ve Meyve Satıcısı
E	37	Erkek	Şehir Planlama Uzman
F	52	Erkek	Belediye Başkan Yardımcısı

Turizm hakkında düşünceleriniz nelerdir? Mahallenizde turizm geliştirilmesi hakkında düşünceleriniz nelerdir?

A Bey özellikle Doyran Mevkiinde gerçekleştirilecek turizm faaliyetlerinin bölgenin ihtiyacı olan ancak henüz karşılanmamış bazı sorunlarının daha hızlı çözüme ulaştırılacağını belirtmiştir. B Hanım, C Bey ve D Hanım kişileri ise bölgede yaşayan halkın gelirlerinin arttırılmasına olanak sağlanacağını ifade etmişlerdir.

Bölgenizin doğal güzellikleri ve kültürel miraslarından bahseder misiniz?

A Bey tarihi Likya yolunun bir bölümünün bölge sınırları içerisinde geçtiğini ve Likya dönemine ait tarihi kalıntıların, 1 adet mağara ve orman içerisinde yer alan 1 adet sulama göletinin yer aldığını belirtmiştir. Ayrıca Saklıkent kayak merkezi Doyran mevkiinde yer almakta olup, kayak merkezine giden yol bölgeden geçmektedir.

Bölgenizdeki yöresel ürünler ve Yöreye özgü el sanatları nelerdir?

A Bey ve B Hanım bölgede yapılan el sanatlarından halı ve kilimcilik yer aldığını ancak günümüzde sürdürülmediğini ve unutulduğunu belirtmiştir. D Hanım el oyları danteller ve yöresel ürünleri ise; bölgeye özgü ürünlerden yapılan reçel çeşitleri ve nar ekşisi şeklinde ifade etmiştir. A Bey, B ve D Hanım bölgenin en ünlü yöresel yemeğinin ala çorba olduğunu söylemişlerdir.

Turizm faaliyetlerinin gelişmesi durumunda unutulmuş yöreye özgü el sanatları tekrar gün yüzüne çıkabilir mi?

A Bey, B ve D Hanım yöresel el sanatlarından halı ve kilimciliğe talep olması durumunda bu sanatların tekrar yapılmayacağını çünkü halı ve kilimciliğin çok emek istediğini ve hakettiği değeri bulamayacağına inandıklarını belirtmişlerdir. D Hanım ise talep olması durumunda oya, dantel gibi küçük el işlerinin tekrar canlanabileceğini ifade etmiştir.

Kırsal turizm kapsamında Doyran Bölgesi'nde gerçekleştirilebilecek aktiviteler nelerdir?

A Bey1 adet tarihi değirmen, Likya döneminden kalma tarihi eserler, Neopolis antik kenti kalıntıları ve 7 odası bulunan yer altı mağarasına turistik turların düzenlenebileceğini belirtmiştir. C Bey ise bölgede yer alan mesire alanlarına ve sulama göletinin yer aldığı ormanlık alana günübirlik turlar, piknik aktiviteleri ve çadır kamplarına yönelik yerli ve yabancı turistlerin yönlendirilebileceğini belirtmiştir. B Hanım ise bölgenin Saklıkent kayak merkezi ve yaylasına giden yol üzerinde olduğunu ve bu alanlara bölgeden bisiklet turlarının düzenlenebileceğini belirtmiştir. B ve D Hanım bisiklet turlarına katılanların yöre halkına ait yerel işletmelerde, bölge kadınları tarafından hazırlanan yöreye özgü gözleme ve diğer hamur işi ürünlerin yapıldığı işletmelerden de yararlanabileceklerini belirtmiştir.

Turizmin Doyran Mahallesi'nde ekonomik etkileri nelerdir?

A,B,C ve D kişileri bölgede işsizlik sorununun olmadığını bölgenin temel geçim kaynağının seracılıktan sağlandığını, yöre halkının bir kısmının ise ayrıca Antalya ili merkezinde çalıştığını ve günübirlik şehir merkezine taşınmalı olarak çalışmak üzere gittiklerini belirtmişlerdir. Ancak turizmin artarak gelişmesi durumunda, bölgede oluşabilecek yeni iş olanaklarıyla birlikte, farklı yerlere çalışmaya giden yöre halkının, bölgedeki işleri tercih edeceklerini hatta kendilerine eğitim verilmesi durumunda kendi işletmelerini bile kurabileceklerini ifade etmişlerdir. A Bey ve B Hanım, turizmin gelişmesi durumunda, serada ürettikleri kendi ürünlerini yaş meyve ve sebze haline satmak yerine bölgede daha yüksek bir fiyata satabileceklerini belirtmişlerdir. Ancak B Hanım daha yüksek satabileceğini bilmesine rağmen, yaş meyve ve sebze haline satacağını tercih edeceğini, bunu etkileyen temel faktörün ise hale yapacağı satışın Pazar garantisi olması ve gelirini toplu bir şekilde temin edebilmesi olduğunu belirtmiştir.

Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte yörenin tarım ürünlerinin gerçek değerinde satılıp satılamayacağı hakkında düşünceleriniz?

A Beyturizmin gelişmesi durumunda serada yetiştirilen ürün çeşitlerinin artacağını, artan ürün çeşitleri ile yerel pazarda turistlere yönelik yapılan satışlarda artış olacağını ifade etmiştir. Ayrıca A Bey ve D Hanım ürünlerin daha yüksek fiyata satılabileceğini ve bu durumda kar marjının artacağını belirtmişlerdir. B Hanım ise işletmesinde sunduğu hizmetlerin ve satışların fiyatlarında bir değişiklik yapmayacağını ayrıca sahibi olduğu serada üretilen ürünlerin satış yerini ise değiştirmeyeceğini belirtmiştir. C Bey ise tarımsal üretim faaliyetinde bulunmadığı için konu ile ilgili görüşü olmadığını ancak bölgedeki diğer üreticiler açısından pozitif etki yaratacağını belirtmiştir.

Temel geçim kaynağınız olan tarımsal üretimden, turizm sektöründe iş olanakları yaratılması durumunda vazgeçer misiniz?

Gerek bölgenin gerekse A Bey,B ve D Hanım temel geçim kaynaklarını tarımsal üretim faaliyetlerinden seracılık oluşturmaktadır. Bu kişilerin bölgedeki turizm faaliyetlerinin artması durumunda bu faaliyetlerden yüksek gelir elde etseler bile, yıllardır yaptıkları seracılıktan vazgeçmeyeceklerini ifade etmişlerdir. C Bey ise Konyaaltı Belediyesi'ne bağlı temizlik görevlisi olarak görev yapması nedeniyle seracılık yapmamaktadır.

Bölgenizde turizm faaliyetlerinin artması bölge de hayat pahalılığına sebep olacağını düşünüyor musunuz?

A,B, C ve D kişileri, turizm faaliyetlerinin artmasının bölge halkı için hayatı pahalılaştırmayacağını ancak gelen ziyaretçiler için pazar yerinde satılan ürünlerin, kahvaltı salonunda verilen hizmetlerin ve arazilerinin fiyatının artacağını belirtmişlerdir.

Turizmin Bölge kültürel değerlerine etkileri nelerdir?

A Bey yöre halkının muhafazakâr olduğunu ve turizmin gelişmesi durumunda kültürel değerlerini koruyacağını belirtmiştir. B ve D Hanım yabancı turistlerin kültürel değerlerini negatif yönde etkileyebileceklerini ifade etmişlerdir. Bu nedenle A, B, C ve D kişileri yerli turisti yabancı turiste tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca görüşme yapılan kişilerin hepsi gelen turistlerin özellikle bölge gençlerinin yabancı dil öğrenmelerine önemli düzeyde katkı sağlayacağını vurgulamıştır.

Turizmin Bölge doğal yapısına etkileri nelerdir?

A, B, C ve D kişileri, bölgenin doğal yapısının turizmin artması ile negatif etkilenmeyeceğini aksine özellikle bölgede Belediye tarafından yapılan çalışmaların artacağını, bu sayede bölge ihtiyacının ve sorunlarının daha hızlı çözüme kavuşacağını düşünmektedirler. Buna ek olarak,

yöre halkının doğal ve kültürel zenginliklerin korunması ve yaşatılması konusunda farkındalığının artacağını belirtmişlerdir. Özellikle C Bey konu ile ilgili düşünceleri tüm bölgedeki tek temizlik çalışanı olması nedeni ile önem arz etmektedir. C Bey ise artan turizmin bilinçli turistler ve gerekli bilgilendirmeler dâhilinde çevre kirliliği ve doğal güzelliklerin tahribatına yol açmayacağını ifade etmiştir.

Bölgenize gelen turistlerle birlikte yaşayıp onlara evinizin bir odasını kiraya verir misiniz?İkinci evinizin olması durumunda bunlardan birini turizm işletmesine dönüştürmeyi düşünür müsünüz?

A,B, C ve D kişilerikendi yaşadıkları evlerinde fazla odaları dahi olsa gelen yerli ve yabancı turistlere cinsiyet farkı gözetmeksizin fazla odalarını kiraya vermeyeceklerini ancak ikinci bir evleri olmaları durumunda ikinci evlerini kesinlikle turistlere kiralayacaklarını ifade etmişlerdir. D Hanım ise yaşadığı evdeki odalarını kiraya veremeyeceğini ancak evlerinde misafir olarak kalmayı talep eden turistleri reddedemeyeceği için evinde misafir etmeyi kabul edeceğini ifade etmiştir.

A Bey ve B Hanım yeterli teşvik ve eğitimlerin verilmesi durumunda ikinci evlerin turistlerin konaklayabileceği nitelikte işletmelere dönüştürebileceklerini, ancak bu imkânların öncelikle yöre halkına tanınması gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle B Hanım böyle bir durumun söz konusu olması halinde, mevcut kahvaltı işletmesini tamamlayıcı nitelikte bir pansiyon işletebileceğini belirtmiştir.

Kırsal turizmin gelişmesi sonucu bir nüfus artışı olabilir mi?

A Bey turizmin gelişmesiyle birlikte yöredeki işletme sayısında artış olacağını ancak yörenin Antalya'ya çok yakın olması sebebiyle nüfus artışı olmayacağını belirtmiştir. B Hanım, C Bey ve D Hanım ise bu konuda herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca, A Bey, Doyran'da iş imkânı olması durumunda şehir merkezinde çalışan eşinin Doyran'a döneceğini ifade etmiştir. B Hanımda A Beyi destekler şekilde düşünmektedir, şehir merkezinde çalışan kızının iş imkânı olması durumunda Doyran'da çalışmasını tercih etmektedir.

Eşinizi turizm faaliyetlerinde çalışması hakkında ne düşünüyorsunuz?

A Bey kendi işletmesi olması durumunda eşinin çalışmasına müsaade edeceğini, yöre halkının bu fikri destekleyici görüşlere sahip olduklarını ifade etmiştir. B ve D Hanım zaten çalıştıkları için bu soru bu kişilere sorulmamıştır.

Doyran Mahallesi'nde kırsal turizmi sürdürülebilir kılmak için neler yapılabilir?

Özellikle A Bey bölgede muhtarlık görevi yaptığı için kendisi ile yapılan görüşmede bu bölüm ile ilgili diğer 3 kişi ile yapılan görüşmelerden daha fazla bilgi alınabilmektedir. B Hanım, C Bey ve D Hanım ise A Bey'in belirtmiş olduğu noktalar yöneltildiğinde bu fikirleri destekleyici görüşler beyan etmişlerdir. Bu fikirleri şu şekilde özetleyebiliriz. Bölgede kanalizasyon altyapısının olmadığını, özellikle turizmin sürdürülebilir olması için gerekli en önemli faktörlerden biri olduğunu, bunun ise Konyaaltı Belediyesi tarafından henüz gerçekleştirilmediğini ve Belediye'den beklenen faaliyetler arasında ön plana çıktığını belirtmişlerdir. Bölgedeki tarihi ören yerleri ve diğer doğal güzelliklerin yer aldığı gölet ve çevresindeki ormanlık bölgelerin yeterince tanıtımının yapılmadığını, A Bey bölge için tanıtım yapmaya çalıştığını ancak bunun yetersiz kaldığını ve yine Belediye ve diğer ilgili devlet kurumlarının tarafından bu durumun desteklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. C Bey bölgedeki ormanlık bölgelerin gerek günübirlik gelen gerekse kamp kurmak için gelen turistlerin gelebilmeleri için sulama göleti çevresinde çeşme, WC ve diğer ihtiyaçlara yönelik düzenlemeler yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda sürdürülebilir turizm faaliyetleri ve bölgeye gelen turist sayısında artış sağlanması için yöre halkının özellikle işletmecilik faaliyetleri ve diğer konularda eğitimlerle ve kalkınma projeleri ile desteklenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca C Bey Bölgede olası artacak turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için kendisinin bölgedeki temizlik işleri için yeterli olmayacağını, hatta haftada bir gelen belediye çalışanlarının genel temizlik yardımlarının da yeterli olmayacağını bölgede daimi çalışan temizlik personeli sayısının arttırılmasının faydalı olacağını ifade etmiştir. Ayrıca A Bey bölgede Konyaaltı Belediyesi tarafından peyzaj çalışmalarının yapılmadığını bu durumun sürdürülebilir turizm için sorun teşkil edeceğini ifade etmiştir.

Yukarıdan belirtilen soruların tamamı Doyran Mahallesi'ndeki 4 kişi ile yapılan görüşmelere aittir. Tüm bu görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda Konyaaltı Belediye'sinden beklenen taleplerin yoğunluğu ve turizm faaliyetlerinin arttırılması ve sürdürülebilir hale getirilebilmesi için Konyaaltı Belediyesi'nin önemli bir konuma sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Konyaaltı Belediyesi ile görüşmelerin yapılması ve belirtilen ifadeleri açıklayıcı verilerin temin edilmesi için belediye başkan yardımcısı ve şehir planlama uzmanı ile görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerden elde edilen veriler ve aşağıda ifade edilmiştir.

Konyaaltı Belediyesi olarak ilçenin turizme yönelik tanıtımı için hangi faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

E ve F Bey, ilçe turizmi için yapılan faaliyetler ile ilgili açıklamaları aynı yöndedir. Ulusal ve uluslararası fuarlarda ilçenin turizm alanlarının özellikle tanıtılmasında belediye aktif rol oynamaktadır. Ayrıca ilçede ikamet eden yabancı uyruklu kişilere yönelik çalışmalarda bulunan iki adet (Konsem, Kosim) merkez mevcuttur. Bu merkezler ilçede yaşayan yabancı uyruklu kişilerin adaptasyon sürecini rahat geçirebilmelerini sağlamaktadır. Aynı zamanda, yerel halk ile iletişim kurabilmeleri için ücretsiz Türkçe dil eğitimi verilmektedir. Ayrıca, verilen eğitimler dışında özel günler (sergiler, el sanatları tanıtımları, yöresel ürünler günleri vb.) organize edilerek yerli halk ile yabancı uyruklu kişilerin kaynaşmaları ve Türk kültürlerinin tanıtımları yapılmaktadır. Böylece yabancı uyruklu kişilerin ülkelerinde söz konusu faaliyetler sayesinde kendi ülkelerinde ilçenin ağızdan ağıza tanıtımı sağlanmaktadır.

Konyaaltı Belediyesi olarak kırsal alanlarda yapmış olduğunuzturizm faaliyetleri nelerdir?

Yaz ve kış dönemleri için ayrı ayrı yapılan çalışmalar söz konusudur. Yaz dönemi için yapılan organizasyonlardan en önemlisi Feslikan Yaylası şenlikleridir. Doyran mevkiinde yer alan Saklıkent kayak merkezinin özellikle kış döneminde turizmin arttırılması için Saklıkent Kış Festivali ve diğer günübirlik organizasyonlar düzenlenmektedir. Ayrıca Belediye kırsal bölgelerde yapılan festival, konser organizasyonlarda (çevre düzenlemeleri ve ikramlar gibi) destek olmaktadır.

Doyran Mahallesi'nde turizmin geliştirilebilmesi için KonyaaltıBelediyesi tarafından yapılmış çalışmalar var mıdır?

E Bey özellikle Doyran Mahallesi'nde yapılan organizasyonun sadece Saklıkent Kış festivali ile sınırlı olduğunu belirtmiştir. F Bey Belediye tarafından, bölge sınırları içerisinde kalan tarihi Likya yolunun bir kısmının bisiklet yolu için uygun hale getirildiğini, bu bölgenin gezilebilmesi için Likya yolu başlangıcında kiralık bisikletlerin temin edilebilmesi için bölgeye tahsis edildiğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların ve turistlerin 590 km'lik Likya yolunda güvenliklerinin sağlanması için bisikletlere GPS cihazının yerleştirildiğini ifade etmiştir. Doyran bölgesi sınırları içerisinde yer alan ekolojik pazarın çevre düzenlemeleri yapılmış, ürün satıcılarının ürünlerini sergileyebilmeleri için sergi yerleri kurulmuştur. F Bey, bölgedeki kahvaltılık salonu işletmecilerine turizmin geliştirilebilmesi için işletmecilik ve hijyen eğitimlerinin verildiğini belirtmiştir. Ayrıca her pazartesi günü gelen belediye temizlik araçları ve çalışanları özellikle pazar yerinin temizlenmesini sağlamaktadır.

Doyran mahallesi ve çevresindeki doğal ve kültürel güzelliklerin korunması, geliştirilmesi ve restorasyonu için Konyaaltı Belediyesi'nin plan, proje ve çalışmalarını engelleyen kısıtlar nelerdir?

E Bey bölgedeki doğal ve kültürel güzelliklerden orman içerisinde yer alan sulama göletinin mülkiyetinin Orman ve Su İşleri Bakanlığı'na ait olması nedeniyle gölet ve çevresinde peyzaj ve çevre çalışmaları yapma yetkilerinin olmadığını ifade etmiştir. Bölgede bulunan yer altı mağarasının ise Kültür ve Turizm Bakanlığı sorumluluğunda olduğunu bu nedenle mağara girişi ve içerisinde restorasyon çalışmalarının belediye tarafından gerçekleştirilemeyeceğini belirtmiştir. F Bey ise bölgede peyzaj çalışmaları yapmak istediklerini ancak ana hatların imar planlarının Antalya Büyükşehir Belediyesi tarafından çizilmeden Konyaaltı Belediyesi olarak bir çalışma yapamadıklarını bu sorunun giderilmesi için Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin çalışmalarını beklediklerini belirtmişlerdir. E ve F Bey'in belirtmiş olduğu bilgiler, Antalya Su ve Atık Su İdaresi'nin(ASAT) henüz bölgede kanalizasyon altyapısı çalışmalarını tamamlamadığı ve bunun Bölgedeki turizmin gelişmesi durumunda ve bölgedeki turizmin sürdürülebilir olması açısından sorun teşkil ettiği yönündedir.

Doyran mahallesi ve çevresindeki doğal ve kültürel güzelliklerin korunması, geliştirilmesi ve restorasyonu için Konyaaltı Belediyesi'nin plan, proje ve çalışmalarınız nelerdir?

F Bey bu alanı da kapsayan en büyük projelerinin Termessos Doyran ve Likya arasında kalan bölgelerin bisiklet ulaşımına uygun hale getirilebilecek şekilde birbirlerine bağlanması projesi olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Pazar yerinin genişletilmesi ve daha düzenli hale dönüştürülmesi, Doyran Mahallesi'ndeki yolun asfalt ile yeniden yapılması, yöre halkının özel günlerde (kına, düğün, cenaze günleri) kullanabilecekleri bir alanın oluşturulması projeler arasında yer almaktadır. Ayrıca yerli ve yabancı turistlerin gezebileceği bölge halkının tarihten günümüze dek kullandıkları dönemlere ait göstergelerin yer aldığı kültür müzesinin oluşturulmasıdır. Akdeniz Üniversitesi ile birlikte yapılan çalışmalardan biri ise bölgedeki bitki türlerindeki çeşitliliğin korunması ve arttırılmasına yönelik projeler yer almaktadır. Ayrıca E Bey söz konusu bölgede Belediye'nin çalışma yapmasını engelleyen bürokratik engellerin kalkması durumunda turizme yönelik yapılabilecek yatırımların olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmalar, orman arazisinde kamp kurulması ve doğa yürüyüşleri için uygun hale getirilmesi, sulama göletinin su sporlarına açılması ve günübirlik ziyaretçiler için mesire alanlarının düzenlenmesi ve genişletilebilmesidir.

SONUÇ

Doyran Mahallesi'nde yapılan çalışma sonucunda genel olarak halkın turizm faaliyetlerinin gelişimine sıcak baktığı belirlenmiştir. Bölgelerinde kırsal turizminin gelişmesinin yapacağı etkilerin kısmen farkında oldukları tespit edilmiştir.

Ogarlacı ve Popa'nın yaptığı araştırma, Doyran mahallesinde yapılan çalışmaya paralel olarak, bölge de turizm faaliyetlerinin artması durumunda bölge halkının ekonomisine katkıda bulunacağı ve bölgeye yapılan altyapı hizmetleri daha hızlı gelişerek artacağı saptanmıştır. Yeniçare'nin yaptığı araştırma da kırsal turizmin gelişmesinin iç göçü önleyeceği sonucuna ulaşılırken, bölgenin Antalya şehir merkezine yakın bir yerde konumlanmasından dolayı bölge insanın çalıştıkları yere göç etmelerine ihtiyaç duymamaktadır. Tzu ve arkadaşlarının yapmış oldukları çalışmaya paralel olarak, bölge de iş imkânı olması durumunda Doyran bölgesi dışında çalışan Doyran halkının çalışmak için tekrar bölgeye dönmeyi düşünmektedirler. Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte yöre halkının tarımsal üretimden vazgeçerek temel gelirlerini turizm faaliyetlerine bağlaması sonucu tarımsal üretimin azalmasını belirleyen Yeniçare'nin çalışmasının aksine, Doyran Mahallesi'nde yapılan çalışmanın sonucunda, bölge halkının turizm faaliyetlerinden daha yüksek gelir etseler bile temel gelir kaynağı olan tarımsal üretim faaliyetlerinden vazgeçmeyeceklerini, turizm faaliyetlerini ek gelir imkanı olarak düşündükleri tespit edilmiştir. Ayrıca, turizm faaliyetlerinin hayatı pahalılaştırma konusunda Tchetchik ve arkadaşlarının yaptığı çalışmayı kısmen destekler nitelikte bir sonuca ulaşılmıştır. Buna göre, bölge halkı için hayatı pahalılaştırmayacağını ancak gelen ziyaretçiler için sundukları ürün ve hizmetlerin pahalılaşacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Lane ve arkadaşları, kırsal turizmin en önemli sosyo-kültürel yararı, toplumun unutulmaya yüz tutmuş gelenek görenek ve törelerini tekrar hatırlatma, ziyaretçilere tanııtma fırsatı ve bunları yaşatma olanağı sunduğunu iddia ederken, Doyran Bölgesi'nde yapılan çalışmaya göre turizmin toplumun unutulmaya yüz tutmuş el sanatlarının yoğun emek gerektirdiği ve karşılığında hakettiği değeri bulamayacağı için yeniden yapılamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Kırsal turizm yerel halkın tarihi ve kültürel mirası koruma konusunda bilinçlenmesini sağlaması sonucuna ulaşan Ogarlacı ve Popa, bu çalışmayı destekler niteliktedir. Yapılan çalışmada Doyran bölgesinde turizmin gelişmesi halkın doğal ve kültürel zenginliklere olan farkındalığını artıracığı sonucuna ulaşılmıştır. Çeken ve arkadaşlarının hazırlamış olduğu çalışmaya göre; kırsal alanlarda turizmin gelişmesi ile birlikte bölge halkının ve ziyaretçilerin kültür yapısında ve yaşam tarzında karşılıklı etkileşim olmaktadır.

Bu görüşe ek olarak, Doyran mahallesinde yaşayan ve görüşme yapılan kişilerde özellikle bölgede yaşayan genç nüfusun kişisel gelişimine büyük katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir.

Karafakı ve Yazgan'ın çalışmalarına göre; kırsal turizmin bir diğer olumlu etkisi de erkek egemen olan kırsal alanlardaki iş gücüne kadınların da katılımına olanak sağlamasıdır. Buna paralel olarak kadınların toplum içerisindeki statüsü de olumlu yönde değişmesidir. Doyran Bölgesi'nde ise bayanların büyük kısmının kayıtlı olmasa bile zaten aktif olarak işgücünde yer almalarından dolayı toplumdaki statülerini etkilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Vincent, kırsal turizm gelişmesinin birbirine bağlı toplumların kapitalist akımlarına uyum sağlaması gerektirdiğine değinmiştir. Bu durumun toplumun geleneklerini, aile değerlerini ve kültürünü olumsuz etkileyebileceğini iddia ederken yapılan görüşmelerde yörede turizm faaliyetlerinin gelişmesinin yöre halkının toplum değerlerini ve kültürel yapısını etkilemeyeceği belirtilmiştir.

Bu çalışmanın sonucunda, yöre halkının turizm faaliyetlerinin gelişmesi konusunda Konyaaltı Belediyesi'nden beklentilerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu beklentilerin Belediye tarafından karşılık bulup bulamayacağını belirlemek üzere Konyaaltı Belediyesi'nden yetkili iki kişiyle görüşülmüştür. Bu görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular kısaca şu şekilde özetlenebilir: Yöre halkının beklentilerinin büyük kısmı Konyaaltı Belediyesi yetkileri dışında kalmaktadır. Ancak yöre halkının bu konuda yeterli bilgi sahibi olmaması nedeniyle beklentilerinin Konyaaltı Belediyesi tarafından karşılanmadığı ve bölge ile ilgilenilmediği görüşüne sahip olmalarına neden olmaktadır.

KAYNAKÇA

- AHİPAŞAOĞLU, Suavi (2006), “Evrin Çelteç, Sürdürülebilir Kırsal Turizm”, Ankara, Gazi Kitabevi.
- AKÇA, Hasan (2004), “Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm”, Ekonomik ve Teknik Dergi Standard, Yıl:43, Sayı:513, Ajans-Türk Matbaacılık, Ankara.
- AKIŞ, Sevgin, (1999), “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 10, ss.36-46.
- Anonim.a, “Avrupa Birliğine Üyelik Yolunda Türkiye Kırsal Kalkınma Politikası Raporu”,(2002), Kırsal Kalkınma Çalışma Grubu.
- Anonim.b, “Regional Typology”,(2012), http://www.oecd.org/gov/regionalpolicy/OECD_regional_typology_Nov2012.pdf, Erişim Tarihi: 01.01.2015
- Anonim.c, (2002). Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı. Devlet Planlama Teşkilatı. Ankara. <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20ihtisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/109/oik538.pdf>, Erişim Tarihi: 30.12.2014.
- Anonim. d, “Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2014-2020”, (2014), <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/02/20150221-12-1.pdf>, Erişim Tarihi:22.12.2015.

- AYDIN, Oğuz. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. KMÜ Sosyal ve Teknik Bilimler Araştırmalar Dergisi, Cilt:14, Sayı:23, ss.39-46.
- ÇAKIR, Ali; Gülay Çakır (2012), “Kırsal Kalkınmayı Sağlayıcı Bir Unsur Olarak Şarköy ve Çevresinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:12, Sayı:22, ss.53-60.
- ÇEKEN, Hüseyin; DALGIN, Taner; ÇAKIR, Neşe, (2012), “Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, Cilt:2, Sayı:2, ss. 11-16.
- ÇEKEN, Hüseyin; KARADAĞ, Levent; DALGIN, Taner. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Cilt: 8, Sayı:1, 1-14.
- ÇETİNKAYA, KARAFKİ Filiz; YAZGAN, Murat, (2012), “Kırsal Turizme Kavramsal Yaklaşım, Kırsal Turizmin Önemi ve Etkileri”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, ss.55-58.
- ESENGÜN, Kemal(2005), Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm. T.C. Sivas Belediye Başkanlığı Sivas Kaplıcaları ve Turizm Potansiyeli Sempozyumu. ss. 168-171.
- HOLLOWAY, J. Christopher; NEİL Taylor (2006), “The Business of Tourism”, 7th edition, England, Prentice Hall.
- KİDD, Jeffrey, (1995), “Farm Tourism in Victoria”, Victoria University of Technology, Melbourne.
- LANE, Bernard,(1994), “Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation in Bramwell”: Proceedings of the Second International School on Rural Development, Cilt:2, Sayı:1/2 ss. 102-111
- LANE, Bernard; KASTENHOLZ, Elisabeth; LİMA, Joana; MAJEWSKİ, Janusz. (2013). “Industrial Heritage and Agri/Rural Tourism in Europe”, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET\(2013\)495840_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET(2013)495840_EN.pdf), Erişim Tarihi: 10.12.2015.
- MOLERA, Lourdes; ALBALADEJO, Isabel Pilar (2007), “Profiling Segments of Tourist in Rural Areas of South-Eastern Spain”, Tourism Management, Cilt:28, Sayı: 3 s. 757-767.
- MURDOCH, Jonathan, (1993) Review of the Economic Impact of Holiday Villages for the UK Rural Development Commission, Journal of Sustainable Tourism, Cilt:1, Sayı:2, 145.
- OGÂRLACI, Monica, POPA, Nadia, (2011), “Sustainable development in rural tourism”, Lucrări Ştiinţifice, Universitatea de Ştiinţe Agricole Şi Medicină Veterinară a Banatului, Timisoara, Seria I, Management Agricol, Cilt:13 Sayı:4, ss. 55-64.
- SOYKAN, Fusun, (2003), “Kırsal Turizm ve Türkiye için Önemi”, Ege Coğrafya Dergisi: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Cilt:12, ss. 1-11.
- TCHETCHİK, Anat; FLEİSCHER, Aliza; FİNKELSHTAİN, Israel, (2006), “Rural tourism: Development, public intervention and lessons from the Israeli experience”, No. 7148.
- TZU-SHU, Chuang; KEN-SHU, Sun; İİN-CHİEN, Liou (2005), “Perceived Impacts of Rural Tourism: The Case Study of Taiwan”, <http://www.nchu.edu.tw/~add/budget/student%20abroad/inter-meeting-95/T95-3-8.pdf>, Erişim Tarihi: 12.12.2015.
- VINCENT, John A., (1980), “The Political Economy of Alpine Development: Tourism or Agriculture in St. Maurice”, Sociologia Ruralis, Cilt: 20, Sayı: 4, ss.250-271.
- YENİÇARE, Elif, (2007). Yeniçare, Elif (2012). “Kırsal Turizm Nedir ve Örnekler Üzerinde İrdelenmesi.”, <http://www.belgeler.com/blg/2kag/kirsal-turizm-peyzaj>, Erişim tarihi: 14.11.2013.
- YOSMAOĞLU, Nevzat; ENGİN, Fevzi, (2003), Bolu İl Geliştirme Planı Hizmetler Sektörü, Ankara, Devlet Planlama Teşkilatı.

YÖRESEL ETKİNLİKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME YANSIMALARINA YÖNELİK TRAKYA’DA BİR UYGULAMA

Bahadır SEZER¹ Süleyman AKKAŞOĞLU² Derman KÜÇÜKALTAN³

ÖZET

Sürdürülebilir turizm doğal çevreyi, geleneksel ve kültürel değerleri koruyarak yerel kalkınmayı amaçlayan bir kavramdır. Yerel etkinlikler ise ziyaretçilere festival ve etkinliklere dahil olma, tanıma, deneyim sağlama ve eğlenme, yöre halkınada gelir yaratma imkanı sağlamaktadır. Bu doğrultuda bu tür yerel etkinliklerin sürdürülebilir turizme olan yansımalarını ortaya koymak önemlidir. Çocuk gecesi, Balkanlardan Trakya’ya taşınmış bir halk kültürünün örneği olarak kış mevsiminin en soğuk gecesini anlatan ve çeşitli ritüellerden oluşan bir kültürel değerdir. Bu kültürel değeri sürdürebilmek amacıyla Edirne Keşan’a bağlı Çamlıca’da yapılan yöresel bir etkinlik olan Çocuk Şöleni araştırma örneğini oluşturmaktadır. Bu nedenle aşağıdaki araştırma soruları sorularak Çocuk Şöleni incelenmiştir:

- Çamlıca Çocuk Şöleni’nin aktiviteleri nelerdir?
- Çamlıca Çocuk Şöleni’nin yörenin sürdürülebilir turizmine yansımaları nelerdir?

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak gözlem ve görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışma 2008- 2016 yılları arasında düzenlenen etkinliklere gidilerek, bu süreç içerisinde yapılan faaliyetler yerinde izlenerek gerçekleştirilmiştir. Çamlıca Kültür Derneği, Çamlıca Belediyesi, Koruder Doğal Yaşam ve Çevre Derneği ve diğer paydaşlar ile görüşmeler yapılarak mevcut durum ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmada ayrıca bazı seyahat acentalarının kültür turizmi departman sorumluları ile de görüşme yapılarak uzman görüşleri alınmıştır. Sonuç olarak Çocuk Şölenin sürdürülebilir turizm açısından yöreye hem olumlu hem de olumsuz yansımaları olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Festival, Çocuk, Çamlıca, Soyut Olmayan Kültürel Değerler.

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik; ekonomik, toplumsal ve çevresel boyutları olan bir kavramdır, sadece bugünün toplumunu ve gereksinimlerini değil aynı zamanda gelecek nesillerin gereksinim ve isteklerini tehlikeye atmadan bireylerin ve toplumların yaşam kalitelerini iyileştirebilme ve geliştirebilme olanaklarının sunulması ve korunmasıdır (Aslan, 2008: 73). Sürdürülebilirlik, ekonomik gelişmenin çevresel kaynak ve değerlerin korunması ve gelecek nesillere

¹ Öğr. Gör., Trakya Üniversitesi, bahasezer@gmail.com

² Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, suleymanakkasoglu@arel.edu.tr

³ Prof. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, dermankucukaltan@arel.edu.tr

ulaştırılması prensibine dayanmaktadır (Can, 2013: 26). Sürdürülebilirlik sadece çevreyle ilgili olmayan, sosyal ve ekonomik boyutlara da sahip bir kavramdır (Eser vd., 2010: 29). Sürdürülebilirlik, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi olarak bilinmektedir. Sürdürülebilirlik, bugünün gereksinimlerini; gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkındır (Sezgin ve Kalaman, 2008: 429).

Sürdürülebilirlik tanımları yapılan bu tanımlamalarla da sınırlı değildir; sürdürülebilirlik kavramı, yaşamsal faaliyetlerin bütününde kendine yer bulduğu için birçok konuyla ilişkilendirilebilir ve farklı anlamlar yüklenebilir. Örneğin ormanların, sulak alanların sürdürülebilirliği, sürdürülebilir kentler, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir mimari vb. gibi kullanımlar, sürdürülebilirlik konusunu, üzerinde fazlaca tartışılan karmaşık bir kavram haline dönüştürmüştür (Yavuz, 2010: 65). Sürdürülebilirlik kavramı ve turizm sektörü arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Sürdürülebilirlik kavramı, temelinin doğal ve kültürel kaynaklara dayanması sebebi ile turizm sektörü için oldukça hassas ve önemli bir kavramdır (Acuner, 2015: 63).

Sürdürülebilir turizm kavramının ortaya çıkışında 1960'lı yılların en önemli turizm hareketlerini oluşturan kitle turizminin hızlı başlayarak, günümüze kadarturizmin geçirdiği tarihsel gelişim süreçleri etkili olmuştur (Demir ve Çevirgen, 2006: 100). Turizm endüstrisinin geliştiği ilk dönemlerde, dünyada kitle turizm anlayışı oldukça yaygındı, fakat kitle turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkileri sebebiyle zamanla farklı turizm anlayışlarına yönelimler gelişmiştir (Kızılırmak vd., 2014: 26). Bu yönelimler sonucu, alternatif turizm, ekoturizm, soft turizm, yavaş turizm, kırsal turizm, agro-turizm gibi sürdürülebilir turizm kavramlarının kullanımını ortaya çıkarmıştır. Sürdürülebilir turizm doğal çevreyi, geleneksel ve kültürel değerleri koruyarak yerel kalkınmayı sağlamada önemli bir unsur haline gelmiştir (Keskin ve Kızılırmak, 2015: 167). Turizmin sürdürülebilirliği, doğal ve kültürel kaynaklar ile insan arasındaki etkileşimi anlamakla ilgilidir (Zorer ve Aydoğdu, 2015: 203). Turizmin sürdürülebilir olabilmesi için, taşıma kapasitesi ve ekosistemlerin kaldırabileceği limitler içinde yönetilmeli, biyo-çeşitliliğin korunması sağlanmalıdır. Turizmin çok hızlı ve başarılı gelişimi doğal çevrede bir takım zararlara sebep olurken, doğal kaynakların tükenmesi turizmin en önemli varlığını ortadan kaldırmakta ve yörenin çekiciliğini azaltmaktadır (Seyhan ve Yılmaz, 2010: 53). Turizm sektörünün var olması ve sürdürülebilirliği turizme kaynak olan bölgesel ve yerel alanlara özgü doğal ve kültürel

değerlerin korunarak kullanılmasıyla gerçekleşebilir. Diğer bir ifadeyle turizmin fiziksel planlaması, tesislerin gerektiği gibi işletilmesi, acenta ve tur operatörlüğü ile finansman gibi konuların ekonomik karlılık yönünde olması gibi birçok kritere bağlıdır (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

Sürdürülebilirliğin temelinde, turizm kaynaklarının bugün ve gelecekte kullanımı ile ilgili bilincin önemi yatmaktadır (Sezgin ve Kalaman, 2008: 429). Sürdürülebilir turizm kavramı, turizmin gelişi güzel ve uygun olmayan bir şekilde gelişerek ev sahibi toplum üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilere bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Demir ve Çevirgen, 2006: 99).

Sürdürülebilir turizm kavramının, uzun dönemli, katılımcı, çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik uyumlu bir turizm gelişimini ifade ettiği söylenebilir (Çıracı vd., 2008: 91). Seyhan ve Yılmaz (2010: 51) Sürdürülebilir turizm kavramını yerel kaynakların korunması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, turistik tüketicilerin ve yöre halkının ihtiyaçlarının gelecek düşünülerek karşılanması, ülkenin kültürel bütünlüğüne ve çevresine uygun turizm kapasitelerinin geliştirilmesi olarak tanımlamıştır.

Sürdürülebilir turizm; sektörün önemli girdileri olan doğal ve yapay çevreyi, insan kaynaklarını olumsuz etkilemeksizin turist kapasitesini arttırmayı ve turistik ürünlerin kalitesini geliştirerek yükseltmeyi hedeflediği söylenebilir (Can, 2013: 27). Sürdürülebilir turizm ihtiyacını ortaya çıkaran temel düşünce, turizmin kaynağını oluşturan çevresel ve kültürel değerlerin uzun vade de bozulmadan yada ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri en aza indirecek şekilde kullanılmasını sağlamaktır (Eser vd., 2010: 29). Sürdürülebilir turizmin temel amaçları: Kaynakların sürdürülebilir kullanımını ve korunmasını sağlamak, aşırı kullanımı ve atıkları azaltmak, böylelikle uzun dönemli çevresel tahribatı önlemek, yerel halkın yaşam kalitesini artırmak, nesiller arasında eşitlik ilkesini korumak, ekolojik sistemler ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesiyle çevre kalitesini korumak, halkın sosyal ve kültürel bütünleşmesini sağlamak, turizm endüstrisi ve kamu arasında karşılıklı koordinasyonu sağlamak, ziyaretçiler için yüksek kalitede bir deneyim oluşturmak, turistleri ve turizm çalışanlarını sürdürülebilir turizm konusunda bilinçlendirmek olarak sıralanabilir (Yenipınar ve Eser, 2015: 820).

Sürdürülebilir turizm, çevre değerleri, toplum ve kültürün, gelişen turizmin kurbanı değil, bu gelişmeden yararlananlar olarak yürütüldüğü ve yönetildiği bir üretim sürecidir (Kahraman ve Türkay, 2012: 112). Turizmin doğal çevre kaynakları ile ilişkisi, çift yönlü bir ilişki şeklindedir. Bir yandan doğal çevre kaynakları turizm sektörü için temel girdiyi oluştururken, diğer yandan turizm faaliyetleri, doğal çevre kaynaklarının ekonomik faaliyetler amacıyla

kullanılmasını sağlamaktadır. Başka türlü katma değer oluşturamayacak ve atıl kalacak doğal çevre kaynakları, turizm faaliyetleri aracılığıyla ulusal ekonomiye gelir oluşturmaktadırlar (Küçükaltan ve Yılmaz, 2011:158). Bu açıdan düşünüldüğünde sürdürülebilir turizm hem doğal kaynakların geleceğe yönelik korunmasını sağlarken hem de bu kaynakların kullanımıyla ekonomik bir gelir sağlamaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bir Yöresel Etkinlik Türü Olarak Festival veya Şölenlerin Turizm Açısından Etkileri

Bir yerelin kaynaklarını iklim, çevre, peyzaj, tarihi alanlar, kültür, sanat, festivaller gibi zenginlikler oluşturmaktadır. Yerel kalkınmanın sağlanmasında itici sektörlerden biri olan turizm bir yandan ekonomik kalkınmayı hedeflerken diğer yandan da tarihi, doğal ve kültürel alanların korunmasını sağlayarak bu zenginliklere ve kültüre olan ilgiyi de artırmaktadır (Küçük ve Güneş, 2013: 29). Yerel kalkınmada yerelin kaynaklarından sayabileceğimiz festival ve etkinlikler, hem yörenin turizmine hem de ekonomik ve sosyo-kültürel değerlerine katkıda bulunmaktadır. Festivaller 1950 yıllara kadar genellikle ulusal kimlikleri korumak amaçlı düzenlenirken 1950’li yıllardan sonra turizm amaçlı da festivaller düzenlenmeye başlamıştır (Bilgili vd, 2012: 118). Festival ve etkinliklerin kitlesel boyut kazanması, bir taraftan yerel halkın yaşam alanlarını küreselleştirirken, diğer taraftan da yerel grupların önemini artırmıştır (Kozorog, 2011: 301). Bu sayede yöre turistik açıdan daha fazla tanınmakta ve daha fazla turist çekmektedir.

Günümüzde festival veya etkinlikler, ziyaretçilerine, bilmedikleri bir yöreni görme, farklı bir kültürü öğrenme ve yaşam tarzları farklı olan insanlarla bir araya gelme fırsatları vererek yerel turizmin gelişmesinde etkin bir rol oynamaktadırlar. Turistler tarafından giderek daha çekici görülen festivaller bütün toplumlarda bulunmakta, sıklıkla o topluma turist getirmekte ve yerel işletmelere talebi desteklemektedir (Litvin ve Fetter, 2006: 41). Turistik bir yerin tarihi ve doğal güzellikleri, sosyo-kültürel yapısı, yerel halkın yaşam tarzı ve folkloru gibi unsurlar turistlerin yer seçiminde etkili olmaktadır (Gül vd., 2013:214). Toplum içinde oluşmuş tarihi kültür mirasının sahiplenilmesi yabancıların bu mirasa olan ilgisi, toplumun bu mirası sahiplenmesi ölçüsünde artmakta ve azalmaktadır (Çulha, 2008:1830). Bu nedenle sürdürülebilirlik açısından bu tür etkinliklerin ilk önce yöre halkı tarafından sahiplenilmesi ve korunması gerekmektedir.

Festivaller, toplumdaki kültürel farklılıkları ve kimlikleri bir araya getiren, insanların birbirini anlaması ve tanınması için fırsat doğuran, sosyal bağları kuvvetlendiren etkinliklerdir.

Festivaller yerel halk için iş fırsatları ve gelir yaratmakta,olumlu bir imaj geliştirmektedir. Kültürel, sanatsal, sportif etkinlikler, etkinliklerin gerçekleştirildiği bölgeye imaj kazandırmada kullanılan etkin yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir (Tayfun ve Arslan, 2013: 192-193). Diğer taraftan özellikle sezon dışında yapılacak olan festival ve etkinlikler sürdürülebilirlik açısından turizm sezonunun uzamasına da yardımcı olabilmektedir.

Turistler, kültürel varlıkların potansiyel birer kullanıcılarıdır bu nedenle turizmin etkin bir şekilde kontrolünün sağlanması gerekmektedir (Mckercher ve Cros, 2002:59). Bir festival programının kalitesini ise, festival çevresi, faaliyet çeşitliliği, festivalin performansı ve festivalin kalitesi ile ilgili festival program içeriği, yiyecekler, hediyelik eşyalar, festival görevlileri, ulaşım, bilgilendirme hizmetleri, finansal açıdan sponsor desteği, eşzamanlılık, tecrübe ederek kazanım sağlaması, festivalin esnekliği ve geleneksel kültür ve turizm faaliyetleri ile bağlantısı belirlemektedir. Ayrıca bir festival programının temel amacı; festivalin her yönden sürdürülebilirliğini sağlamak olmalıdır (Yan vd., 2012: 655 – 658).

Turistik yörelerde düzenlenen festival ve etkinliklerin ya da şehirlere özgü sembollerin o yörenin markalaşmasına etkisi büyüktür (Yemenoğlu vd., 2013: 16). Bu nedenle ekonomik ve sosyokültürel katkısı bulunan yerel etkinliklerin süresinin uzatılması ve geleneksel hale getirilip çeşitlendirilmesi gerekmektedir (Özer ve Çavuşoğlu, 2014:200). Yerel etkinliklerin düzenli olarak gerçekleştirilmesi bölgeye olan ilgiyi arttırmakta ve bölgedeki turistik canlılığın sürekliliğini sağlamaktadır. Türkiye’de düzenlenen festivallere bakıldığında zamana göre sezonluk bir durum söz konusudur. Festival sayılarında tüm bölgelerde genel olarak yaz aylarında bir artış yaşandığı görülürken kış aylarında düzenlenen festival sayısının ise çok kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle destinasyon yöneticileri özellikle kış aylarında Çamlıca Çocuk Şöleni gibi yöresel etkinlikler geliştirebilir.Bu durum ise turizmin sezonluk özelliğinin ortadan bir nebze olsun kaldırılmasına katkıda bulunabilir (Giritlioğlu vd., 2015:316).

Somut Olmayan Kültürel Bir Değer Olarak Çocuk Gecesi

Sosyal bilimlerde festival, kısaca bir çok ritüel ve faaliyetten oluşan, sürekliliği olan bir kutlamadır (Green 1997: 296). Ritüeller bireyi toplumda yaşamak için toplumun gerektirdiği düzen bağının sıkılığına, acı çekmeye hazırlar. Bireyleri bir araya getirir, bireyler arasındaki toplumsal bağı güçlendirir, ortaklığı pekiştirir. Toplumda canlandırıcı bir işlevi vardır. Geleneklerin sürmesini, inançların tazelenmesini, değer yargılarının, törelerin kökleşmesine yardım ederek toplumu ayakta tutar. Özellikle toplumun bunalımlı dönemlerinde, kişilerin

coşku ve duygularını bir arada dile getirmelerine olanak sağlayarak bozulan dengeyi düzeltir. Ritüeller toplu gösterilerdir ve niteliği amacı ne olursa olsun hepsinde bireylerin bir araya gelmesi, aralarındaki bağların çoğalması, yakınlaşması sağlanmaktadır (And, 1974:1-2). Bocuk gecesi de Türk Halk Kültürünün bir ürünü olarak bazı ritüeller ile bir şölen havasında Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyü'nde kutlanmaktadır. Trakya tarih boyunca göç almış çeşitli kültürlerin etkisi altında kalmış bir yerdir. Trakya halk kültürü incelendiğinde özellikle Balkanlardan önemli ölçüde etkilendiği görülmektedir. Bocuk gecesi de bu Türk halk kültürünün bir ürünüdür (Artun, 1993:2).

Bocuk Gecesi ile ilgili literatürde yeterli çalışmanın olmadığı görülmektedir. En önemli çalışma Artun (1993) tarafından "Tekirdağ Adetlerinden Bocuk Gecesi ve Sedenka" adlı çalışma ile yapılmıştır. Bocuk gecesi Balkanlardan özellikle Trakya'ya taşınmış bir halk kültürünün örneğidir. Bocuk gecesi şu an Çamlıca köyü tarafından marka tescili alınmış bir etkinlik olsa da Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli'de de bilinen bir halk kültürü örneğidir. Ancak tarihler itibari ile farklılıklar göstermektedir. Örneğin Artun (1993:2) araştırmasında Bocuk gecesinin Tekirdağ'ın Mahramlı ve Osmanlı köylerinde, eski kasım başından 62 gün sonra, Buzağcı köyünde, kışın altmışında, Ortacaköy'de, kışın 72.sinde yine Ortacaköy'de eski kasımın sekizinde 61 gün sonra, Çorlu köylerinde eski kasımdan sonraki 62.gece, Dedecik köyünde ise yılbaşının yirminci gecesi yapıldığını ifade etmektedir. Çamlıca'da ise Bocuk kutlamaları her yıl eski Kasım ayının 61.günü'nün gecesi yapılmaktadır. Ancak son yıllarda etkinliğin bir şölen şeklinde kutlanmasından sonra kutlamalara olan ilgi ve katılımın yüksek olması nedeniyle Ocak ayının ikinci haftasının Cumartesi günü bir şölen şeklinde kutlanmaktadır.

Edirne Keşan Çamlıca'da Bocuk gecesi kışın en sert geçen gecesinin simgesi olarak görülmektedir. Bu gece sular donarsa, o yılın bolluk ve bereket içinde geçeceğine inanılmaktadır. Ayrıca inanışa göre Bocuk'un gece yarısı kabak tatlısı yemeyenlerin üstüne çökeceği için bu gecede evlerde kabak tatlısı pişirilmektedir.

Bocuk sözcüğünün ne anlama geldiği tam olarak bilinmemekte ancak Bocuk gecesinde "Bocuk Karısı, Bocuk Anası veya Bocuk Dede" diye adlandırılan bir varlığın beyazlar giyerek insan görünümünde gezdiğine inanılır. Artun (1993) bu âdetlerin yapılış nedenlerini araştırdığında, özde aynı olmakla birlikte bazı farklılıklar olduğunu gözlemlemiştir. Örneğin bazı köylerde "Evin bereketinin bol olması, hayvanlarda bol süt, tavuklardan bol yumurta alınması, ağaçların bol meyve vermesi" dileğidir. Eğer bu gece yapılmazsa; hayvanların sütünün kesileceğine, tavukların yumurtadan kesileceğine, ağaçların meyve vermeyeceğine

dair bir inanç vardır.Bir başka yerde ise; Bocuk gecesi "bocuk karısı"nın evleri tek tek gezdiğine inanılır. Bocuk karısı, eğer Bocuk gecesi yapılmazsa hayvanların sakinliğini alıp, huysuz yapma, hayvanların sütünün, tavukların yumurtasının kesilmesi gibi çeşitli kötülükler yaptığına inanılmaktadır. Başka bir köydeki inanışa göre ise bu günlerde Hristiyanların domuz kesip, şarap içmek gibi dini nitelikli âdetleri olduğu Balkanlardaki Türklerin de domuz etinin kokusu ölülerini rahatsız etmesin ve açığındaki yiyecekleri munda olmasın diye o gece yiyecekler toplanıp, bir eğlence düzenlenerek yenirmiş. Hristiyanların âdetleriyle bir ilgisi olmadığı söylenmektedir. Ayrıca bereketin kaçmasını önleme, bereket alma ritüeli olduğu, kendi hayvanlarının sütünün, yumurtasının başka hayvanlara gitmesini önlemek ve başka hayvanların sütünün, yumurtasının kendi hayvanlarına geçip bol süt ve yumurta almak için yapıldığı da araştırmada ortaya konmaktadır (Artun, 1993:3).

Çamlıca köyü Bocuk gecesi toplantısını bir etkinlik haline getirerek canlı tutmaya ve bu kültürü korumaya çalışmaktadır. Bocuk gecesi toplantıları son yıllarda birçok yerde pek yapılmaz da ve artık Bocuk diye bir varlığa inanılmaz da evlerde hala o gece kabak pişirilmesi, akıtma yapılması, suya tahta bırakılması, hikayeler anlatılması bir gelenek olarak devam etmektedir.

YÖNTEM

Yöresel etkinliklerin bir yörenin turizmine katkıda bulunması, doğal ve sosyo kültürel kaynaklarının tüketilmeden yöre halkına ekonomik değer katması sürdürülebilirlik açısından önemlidir.Bu bağlamda çalışmada Edirne ilinin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca Köyü'nde düzenlenen yerel bir etkinlik olan Bocuk Şöleni etkinliklerindeki faaliyetler ve bu etkinliğin etkileri sürdürülebilirlik açısından ele alınmıştır.Ayrıca bu çalışmanın literatüre sürdürülebilir turizm kapsamında katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Araştırmada sürdürülebilir turizm ile ilgili literatür taraması yapılmış ve 2004 yılından itibaren sürdürülen Bocuk Gecesi şöleni incelenerek irdelenmiştir.Araştırma nitel bir araştırmadır.Nitel denildiğinde kısaca herhangi bir şekilde istatistiksel prosedürler ya da başka sayısal araç olmaksızın bulguların üretildiği araştırmalar anlaşılabilir. En yaygın kaynaklar mülakatlar, gözlem ve anketlerdir (Altunışık vd., 2015: 304).

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak gözlem ve görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışma için 2008- 2016 yılları arasında her yıl düzenlenen Bocuk etkinliklerine gidilerek bu süreç içerisinde yapılan faaliyetlerin yerinde izlenmiş ve yaşanan problemle rtespit edilmeye çalışılmıştır. Çamlıca Kültür Derneği Başkanı, Çamlıca Belediye Başkanı, Koruder Doğal

Yaşam ve Çevre Derneği Başkanı ve diğer paydaşlar ile görüşmeler yapılarak mevcut durum ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmada ayrıca belli başlı seyahat acentalarının kültür turizmi departman sorumluları ile görüşme yapılarak bu yörenin Bocuk Şöleni ile sürdürülebilir turizm çerçevesinde değerlendirilmesinde uzman görüşleri alınmıştır.

BULGULAR

Çamlıca'da Bocuk Kutlamaları her yıl eski Kasım ayının 61.günü'nün gecesi yapılmaktadır.2008 yılından itibaren yapılan gözlemler sonucunda sonyıllarda kutlamalarda ilgi ve katılımın yüksek olması neticesinde bu tarihte esneklik gösterilerek ocak ayının ikinci haftası cumartesi günleri kutlandığı tespit edilmiştir.Çamlıca Kültür Derneği'nin önceliğinde yapılan etkinlikler, yerel yönetimlerin ve Trakya Üniversitesi'nin de desteğini alarak son yıllarda katılımın artmasıyla daha büyük bir organizasyon haline gelmiştir.Özellikle üniversite öğrencilerinin katılımıyla ulusal çapta bir etkinliğe dönüşmüştür.

Bocuk kutlamasını beldede 3 değişik şekilde görmek mümkündür (Tahir Demirel, kişisel görüşme, Aralık 2015):

- Kişisel olarak evde, adet gereği pişirilen kabak tatlısından yiyerek geceyi geçirenler.
- Mahalle toplantıları şeklinde: Bu grup toplantılar hemen her sokakta önceden belirlenen bir evde toplanarak yapılır. Geceye özgü kabak tatlısı ikramı yapılır ayrıca bazı evlerde gündüzden hazırlanan ince akıtma da ikram edilir. Kadınlardan bazıları eğlence amaçlı kılık değiştirerek korkuluk kılığına bürünürler ve genelde habersiz olan küçük çocuklar korkutulur. Bu korkuluk kılığı için tipleme Bocuk tiplemesi olup yüze nişasta ya da un sürülür, ağza takma diş takılır ve beyaz olduğuna inanılan Bocuk tipine bürünmek için beyaz çarşaf kullanılır.
- Toplu yapılan geniş katılımlı kutlamalar: Katılım düzeyi en yüksek olan ve en eğlenceli olan kutlamalardır. Bu kutlamalar Çamlıca Kültür ve Sanat Evi salonunda yapılmaktadır. Giderek artan katılım nedeni ile ilk önce sanat evinin bahçesi ve daha sonra da köy meydanına kadargeniş bir alan kullanılmaya başlanmıştır.

2004 Yılından itibaren kutlama gecesi için yapılan hazırlıklar şöyledir (Tahir Demirel, kişisel görüşme, Aralık 2015):

Köye ait eski okulun salonu hazırlanmakta, salonun bir köşesine “Bocuk Köşesi” yapılmaktadır. Bocuk Köşesine kardan adam şeklinde kabak adam yapılmaktadır, yapılan bu kabak adamın yarısı kardan adamı andırması için beyaz kabaktan ya da onu andıran köpükten diğer yarısı da gecenin sembolü olan kabaktan yapılmaktadır. Kabak adamın yanına bir de

bocuk ağacı yapılmakta, bu bazen kuru bir dal parçasından ya da ağaç dalından yapılarak üzeri süslenmektedir. Alt kısmına da değişik kabak türleri süs olarak konulmaktadır. Salonda geceye katılacak geleneksel cümbüşçü kadınlar için tef bulundurulur. Yöre halkından gece katılımcılara ikram için kabak tatlısı yapıp getirilmesi istenir. Bocuk gecesi korkutma ön planda olduğu için korku kıyafeti hazırlatılır ve bu kıyafetler hazırlıksız gelenlere gecede giymesi için verilir. Gece için bazı gereksinimler belediye ve görevlileri tarafından sağlanır. Ancak gecede katılımcılara servis ve diğer hizmetler için kasabadaki gençlere görev dağılımı yapılmaktadır.



Şekil 1: Bocuk Gecesi Kabakadam Ritüeli ve Kabak Tatlısı İkramı

Genel olarak öne çıkan görevler şunlardır: temizlik, güvenlik, servis görevlileri, mutfak görevlileri, soba görevlileri, havalandırma görevlileri, ışık sistemi görevlileri, ses sistemi görevlileri, fotoğrafçılar, ateş yakıcıları, etnografya sergi salonu rehber görevlileri, alışveriş sorumluları, giriş kapısı için karşılamacılar, meşaleciler, korku kıyafeti hazırlayıcıları, anonsçular, konuşmacılar ve bu gibi gecenin gereksinimleri doğrultusunda belde gençleri görevlendirilmektedir (Ersun Sezay Karani, Tahir Demirel, kişisel görüşme, Aralık 2015).

Bocuk Gecesi için belde halkı belediyeden anons yapılarak geceye çağrılır, belde dışındaki katılımcılar, basın ve medya ise davetiye telefon ve e-mail ile davet edilmektedir (Halil Büyükyatıkçı, kişisel görüşme, Ocak 2016). Bocuk Gecesi kutlaması, katılımcıların Kültür ve Sanat Evi'ne toplanmasıyla başlamakta, girişte katılımcılar kapıda karşılanmakta ve salona geçirilerek yer gösterilmektedir. Gecenin anlam ve önemine özgü konuşmanın ardından kabak ikramı başlar ve herkese kabak verilir ve yemesi konusunda “kabağını ye yoksa gece bocuk sırtına biner” diyerek ikaz edilir. İkram süresince salonda gecenin içeriğine özgü ses ve ışık destekli projeksiyon gösterileri yapılır, gece boyunca gençler ve çocuklar yaşlı kadınlar tarafından kendi yaşadıkları bocuk geceleri anlatılarak bilgilendirildiği, kabaklar yendikten

sonra kasabalı kadınların tef çalarak yöresel oyunlar oynadığı ve gençleri de aralarına alarak eğlendikleri gözlenmiştir.



Şekil 2:Çamlıca Kültür Sanat Evi ve Tef Çalan ve Eğlenen Yöre Halkı

Gençler gece için korkunç kılıklara bürünüp, genelde yüzlerine nişasta sürülerek maske yapılır ve korkunç kıyafetler giyerek birbirlerini korkutarak oynayıp eğlenmektedirler. Daha sonra Kültür Ve Sanat Evi bahçesinde havai fişek gösterisi için belde halkından diğer kişiler de gelerek toplanarak, ışık gösterisinin ardından meşalelerle belde meydanından başlanarak yürüyüşe çıkılır ve bu toplu yürüyüş esnasında sokaklardan geçerken her evin penceresi çalınıp korkutularak Bağdemlik denilen kasabanın çıkışındaki tepeye gelinmektedir (Tahir Demirel, Ersun Sezay Karani, kişisel görüşme, Aralık 2015).



Şekil 3: Bocuk Kılığına Giren Gençler ve Bocuk Gecesi Bağdemlik Tepesine Yürüyüş ve Köy İçinde Korkutma Ritüeli

Bağdemlik denilen alanda büyük bir ateş yakılarak ateş etrafında toplanılıp korku hikayeleri anlatılmakta ve tef çalarak ateş etrafında oynayarak eğlenilmektedir. Yaklaşık 2 saat süren ev korkutması, meşaleli yürüyüş ve ateş başı hikaye ve danslarının ardından tekrar Kültür Ve Sanat Evi'ne gelinerek gecenin ilerleyen saatine kadar eğlenceye devam edilmektedir.

Sürdürülebilir turizm için Çamlıca Bocuk etkinliğinin eksikliklerin ve yapılması gerekenlerin ortaya konması ve planlanması gerekmektedir.Genel olarak bakılırsa eksiklikler içerisinde konaklama sorunu, etkinlik öncesi ziyaretçileri oraya getirebilecek etkinliklerin olmaması ve alış veriş imkanlarının olmaması gösterilebilir(Mekin Yıkılmazsoy, kişisel görüşme, Ocak 2016).Eğer yöre halkı ve yöreye ait işletmeler ekonomik anlamda kazanım elde edemezse en azından ekonomik anlamda sürdürülebilir turizmden bahsetmek pek mümkün görülmemektedir.

Konaklama için Çamlıca'ya gelen grupların veya münferit ziyaretçilerin ağırlanabileceği bir konaklama işletmesi köy içinde mevcut olmadığı tespit edilmiştir.Bu nedenle ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi gerekmektedir. Bu konuda yerel halka ev pansiyonculuğu eğitimlerinin verilmesi, özellikle taş evlerin restorasyonu için projelerin geliştirilmesi ve bunun için kaynak oluşturulması gerekmektedir. Bu hem yöre halkının gelir kazanmasını hem de yörenin dokusunun bozulmadan konaklama ihtiyacının karşılanmasını sağlayacaktır. Özellikle yöreye ait köy evlerinin bozulmaması, yörenin görsel dokusunu bozacak büyük otellerin yapılmaması sürdürülebilirlik açısından gereklidir.

Sürdürülebilir turizm açısından yemek gibi yerele ait unsurların değer kazandırılması ve korunması önemlidir.Yöreye baktığımızda Edirne iline ait yöresel ürünlerin sunulabileceği düşünülmektedir.Ancak mevcut değerlerin yeterince değerlendirilmediği görülmektedir. Edirne tava ciğeri ve Keşan Satır Et sunulabilecek ürünler olarak görülebilir.Edirne Ciğeri, 25.07.2009 tarihli ve 27299 sayılı Resmi Gazete' de yayımlanan Coğrafi İşaretlerin Korunmasına İlişkin Tescil Talebi ilanında, “Edirne yöresinde yetiştirilmiş dana cinsi büyükbaş hayvanlardan elde edilen karaciğer, yine yöreye ait buğday unu ile ayçiçek yağı kullanılarak üretilen, malzeme seçimi, hazırlanış, pişiriliş ve servisi ustalık gerektiren yöresel bir yemek olup, servisinde ise yine Edirne mahsulü, doğal yoldan özel kurutulmuş kızartılmış kırmızı biber kullanılmaktadır” şeklinde tanımlanmaktadır. Coğrafi işaret alan diğer bir ürün “Keşan Satır Et”in ayırt edici özelliği ise etin satırla kıyılması ve etlerin mercimek tanesi büyüklüğüne getirilmesidir. Ayrıca ürün hazırlanırken sadece tuz kullanılmakta bunun dışında hiçbir katkı maddesi (kuyruk, böbrek, iç yağı, baharat, ekmek vb.) kullanılmamaktadır (Resmi Gazete, 2011). Bu ürünler yöreye özgü ticari ürünlerdir ancak sürdürülebilir turizm açısından yöreye ait ticari işletmelerin de bu etkinlik ile işletmelerinin devamını sağlaması ve gelir kazanmasının sağlanmasına destek verilmesi gereklidir.

Etkinliğin sürdürülebilirlik anlamında yöreye ve yöre insanına bir katkısı olması için ziyaretçilerin harcama yapabilecekleri yerlerin ve satılabilecek ürünlerin belirlenmesi

gerekmektedir. Ancak yöresel yemek olarak lokma, kabak tatlısı gibi unsurların ikram edilmesi dışında yöreye ait yiyeceklerin satıldığı herhangi bir alan olmadığı tespit edilmiştir. Yöreyi ziyaret edenlere özellikle köy ekmeği, yöresel peynir, yoğurt, turşu gibi ürünlerin sunulması sağlanabilir. Yine ipsala pirincinin tanıtımının ve satışının yapılabileceği standların kurulması etkinliğe özgü yöresel bir ürün olarak değerlendirilebilir. Özellikle yiyeceklerin çeşitliliği, fiyatı, hijyenik olup olmaması, yöre ile ilgisinin bulunması önemli olacaktır. Sergilenen ürünlerin temizliği ve hijyeni ile ilgili olarak gıdalarının üstünün açık olması, toz, sinek vb. unsurlara karşı gıdaların üzerlerinin kapalı olması gibi unsurlara dikkat edilmelidir.

Yörenin tanıtılması açısından Bocuk Şöleni her ne kadar başarılı bir etkinlik olsa da ekonomik sürdürülebilirlik anlamında yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle Bocuk ile ilgili belirli bir logonun belirlenmesi ve bunun kupa, anahtarlık, magnet gibi hediyelik eşyalarda kullanılarak geceye katılanların bir hatıra olarak alabilecekleri ürün olarak sunulması etkinliğe değer katacaktır. Böylelikle hem ziyaretçiler bu geceye özgü yanlarında bir hatıra objesi götürebilecek hem de yöre halkı bu ürünlerden gelir elde edebileceklerdir. Ayrıca yöresel ürünlerin satışında Edirne'ye özgü ürünlerin satışı da yapılabilir. Bunlar arasında aynalı süpürge, badem ezmesi ve badem kurabiyesi gibi ürünler sayılabilir (Mekin Yıkılmazsoy, kişisel görüşme, Ocak 2016). Sponsorluk, günümüzde sık kullanılmaya başlayan pazarlama iletişim araçlarından biridir. Sponsorluk hedef kitleye erişimde kullanılabilecek en etkin iletişim yöntemlerinden biridir (Bozkurt, 2005:315). Bu nedenle Çamlıca Bocuk Şöleni için de sponsorlara ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle yöreye özgü yiyecek-içecek ve hediyelik eşya üreten işletmelerin desteğini almak önemlidir. Özellikle gençlerin eski gelenekleri öğrenmelerinde günümüz teknolojisinden yararlanılmasında fayda vardır. Bu tanıtım faaliyetleri içerisinde ise internete özel bir önem verilmeli ve düzenlenen etkinlik için çeşitli yabancı dillerden oluşan web sayfaları hazırlanmalıdır (Erdoğan Karademir, kişisel görüşme, Ocak 2016).

Yapılan araştırmalarda Bocuk gecesinde türkülerin söylendiği, türkü eşliğinde oynandığı ve tef, darbuka veya daire çalındığı anlatılmaktadır. Ancak etkinlik sürecinin sadece belli bir bölümünde bunlar yapılmakta, çoğunlukla popüler müzikler çalınmaktadır. Bu da sürdürülebilirlik ilkeleri ile ters düşmektedir. Bu yüzden geceye özgü müziklerin çalınması bu kültürün yaşatılması ve özelliğini yitirmemesi açısından önemlidir.

Sürdürülebilir turizm açısından en önemli yansıma Çamlıca halkının kendi çabaları ile oluşturduğu Grabuna müzesidir. Tarih ve yaşanmışlığın etkilerini barındıran bu köy müzesi Bocuk etkinliğinin yapılması ile daha da önemli hale gelmiştir. Gözlemlerimiz sonucunda ve

diğer kaynakların da (gazete, televizyon haberleri gibi) verdiği bilgiye göre Bocuk etkinliği ile 2016 yılında kesin olmamak ile beraber en az 4000 kişinin yöreyi ve bu müzeyi ziyaret ettiği tahmin edilmektedir.

Bocuk Şöleni ile kaybolmakta olan bir kültürel değer canlandırılmaya çalışılmaktadır.Genel olarak Trakya’da evlerde çeşitli ritüellerle canlandırılan bu değer Çamlıca’da Bocuk Şöleni adı altında sürdürülmeye ve yaşatılmaya çalışılmaktadır.Aynı zamanda bu şölen ile yörenin turizmine de önemli katkılar sağlanmıştır.Fakat sürdürülebilir turizm sadece bir kültürün canlandırılması veya sadece korunması ile ilgili değildir.Bu kültürel değerlerin turistik bir değer kazandırmasının yanında bunun bir ekonomik değer de katması beklenmektedir.2016 yılında yapılan gecede tahmin edilenin üzerinde ziyaretçi akınının olması yörenin sürdürülebilir turizm açısından taşıma kapasitesinin belirlenmesi ve tatil ayak izi gibi ölçümlerle olumsuz etkilerinin de tespit edilmesini gerekli kılmaktadır.Sezer vd. (2013) tarafından yapılan bir araştırma Çamlıca yöre halkının turizme olumlu baktığını ortaya koymaktadır.Ancak Bocuk şöleninin yapıldığı gece artan ziyaretçi talebini karşılayabilmek için önlemler alınması gerektiği açıktır.Bu etkinlik 2016 yılı itibari ile sürdürülebilirlik açısından yörenin sosyal yaşamına zarar vermeden gerçekleştirilmektedir. Ancak sürdürülebilir turizm uzun vadeli stratejik kararlar almayı öngörür bu nedenle şu an bir sorun olamaması ileride olamayacağı anlamına gelmemektedir. Bu nedenle şu an için alınan önlemlerin yörenin sürdürülebilir turizmi açısından uzun vadede yeterli olamayacağı öngörülmektedir.

SONUÇ

Yöresel etkinlikler dışarıdan gelen ziyaretçilerle yerel halkı kaynaştırarak kültürel sürdürülebilirliği sağlamakta ve bu yolla da yerel toplumun hem ekonomik hem de sosyal kazanımlarını artırmaktadır. Günümüzde yüklendiği toplumsal işlevleri ile festivaller aslında ortak hüznün ve duyguların etkileşiminin somutlaştırdığı yaşanmışlıklardır. Çeşitli sanat ve kültürel gösterilerin yapılması, eğlence unsuru haline gelmesi, konaklama, ulaşım, yiyecek içecek, kıyafet ve hediyelik eşya pazarları ile ekonomik bir boyutlara sahiptir. Bu ekonomik unsurların sürdürülebilir turizm açısından yöre halkına ve yöreye ait işletmelere ekonomik katkı sağlaması gerekmektedir.

Türkiye’de yapılan etkinliklerin genellikle yaz aylarında yapıldığı düşünülürse, Bocuk gibi etkinliklerin düşük sezonda yapılması, turizmin on iki aya yayılması çabalarına önemli katkı sağlayacaktır.Ancak bir yörenin somut veya somut olmayan kültürel değerlerini korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak kolay değildir. Çamlıca bu konuda ilk önce Trakya

Üniversitesi'nin desteğini almış ve yerel paydaşlarla işbirliği yaparak ulusal çapta bir organizasyon ortaya çıkarmıştır. Bu etkinliklerin sürdürülebilirliği ve gelişmesi seyahat acenteleri gibi işletmelerin desteği ile daha da iyi hale getirilebilir. Bu konuda planlı çalışmaların yapılması önemlidir. Çamlıca ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar yöre halkının turizme açık olduğunu ortaya koymuştur. Bu süreçten sonra özellikle akademisyenlerin ve seyahat acentaları temsilcilerinin önerileri festival planlamacıları ve yerel yönetim tarafından dikkate alınması önerilmektedir. Mevcut durumda Bocuk Şöleninin sürdürülebilirlik açısından yörenin sosyal yaşamına olumsuz etkisi olmamaktadır. Ancak plansız bir şekilde sürdürülürse taşıma kapasitesinin aşılması ve gelen ziyaretçilerin yöre halkının kültürel değer ve yargılarını olumsuz yönde etkilemesi gibi sorunlar kaçınılmaz olabilir. Bu da sürdürülebilir turizm ilkeleri ile ters düşmektedir.

Etkinlik planlamacıları ve yöneticileri tarafından üzerinde dikkatle durulması gereken konulardan biri festival alanı ve olanakları ile ilgilidir. Diğer bir ifadeyle festival alanında park, dinlenme vb. olanakların yeterli, festival alanının büyük, temiz ve iyi tasarlanmış olması gerekmektedir. Özellikle eğlence sırasında insanların oturup dinlenebilecekleri uygun alanların yaratılmasına çalışılmalıdır. Etkinlik büyüdükçe temizlik ve güvenlik gibi konularda sorunlar yaşanabilir. Bu yüzden ihtimaller önceden değerlendirilmeli ve önlemler alınmalıdır.

Çamlıca Bocuk Şöleninin sürdürülebilir turizme olumlu yansıması isteniyorsa ziyaretçilerin zaman geçirebilecekleri, alışveriş yapabilecekleri, gezebilecekleri, yiyecek içecek hizmeti alabilecekleri alanların yaratılması ve bu sayede ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanması önerilmektedir. Bir diğer önemli unsur ise geleneksel Türk müziğinin olduğu konserler ve eğlenceler yapılarak mevcut kültürel değerlerin ve ritüellerin sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

Grabuna müzesi sürdürülebilir turizm açısından köy halkı tarafından oluşturulmuş örnek bir uygulamadır. Bu somut değer kadar somut olmayan Bocuk da önemli bir değerdir. Bu sosyo kültürel değerlerin yaşatılmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında Bocuk Şöleni hem tanıtım hem de cazibe unsuru yaratmaktadır. Bu değerlerin korunması ve sürdürülebilirliği de ancak uzun vadeli planlamalarla sağlanabilir.

Köy içerisinde bulunan taş evlerin restore edilmesi ve ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi mevcut dokunun bozulmamasını sağlayacaktır. Bu hem şölen için gelen konukların konaklama ihtiyacını karşılayacak hem yöre halkına ekonomik katkı sağlayacak hem de mevcut yapıların korunması ile de sürdürülebilirliği sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ACUNER, Elif (2015) “*Zigana Turizm Merkezi’nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi*”, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, ss.62-93.
- ALTUNİŞİK, Remzi; COŞKUN, Recai, BAYRAKTAROĞLU, Serkan; YILDIRIM, Engin (2015) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Adapazarı: Sakarya Yayıncılık
- AND, Metin, (1974) “*Dramatik Köylü Gösterilerinin Ritüel Niteliği*”, Türk Folklor Araştırmaları Yıllığı Belleten, KB MİFAD Yay., A.Ü. Basım, Ankara, ss1-11.
- ARTUN, Erman, (1993), “*Tekirdağ Adetlerinden “Bocuk Gecesi ve Sedenka”*”, Türk Kültürü Araştırmaları, Prof. Dr. Şükrü Elçin Armağanı Yıl . 29 ss.1-2
- ASLAN, Alper (2008) “*Turizm Planlamasına Yerel Toplumun Katılımı: Saklı Bahçe Akyaka Üzerine Bir İnceleme*”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19(1), ss.71-83.
- BEYHAN, Ş. Gülin; ÜNÜGÜR, S. Mete (2005) “*Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli*”, İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi Mimarlık, Planlama, Tasarım, 4(2), ss.79-87.
- BİLGİLİ, Birsen; YAĞMUR, Önder; YAZARKAN, Hakan (2012) “*Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği*”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi. 2(2), ss. 117-124.
- BOZKURT, İzzet(2005)İletişim Odaklı Pazarlama, 2. Baskı, İstanbul: MediaCat
- CAN, Emel (2013) “*Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi*”, İstanbul Journal of Social Sciences, (4), ss.23-40.
- ÇIRACI, Hale; TURGUT, Sırma; KERİMOĞLU, Ebru (2008) “*Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği*”, İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi Mimarlık, Planlama, Tasarım, 7(2), ss.89-102.
- ÇULHA, Osman (2008) “*Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması*”, Journal of Yaşar University, 3(12), ss. 1827-1852.
- DEMİR, Cengiz; ÇEVİRGİN, Aydın (2006)Turizm ve Çevre Yönetimi, Ankara: Nobel.
- ESER , Seçkin; DALGIN, Taner; ÇEKEN , Hüseyin (2010) “*Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği*”,Ege Coğrafya Dergisi, 19(2), ss.27-34.
- GİRİTLİOĞLU,İbrahim; OLCAY, Atıncı; ÖZEKİCİ, Yakup Kemal (2015) “*Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme*”, OÜSBAD Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi, Kasım,ss.306-323
- GÜL, Kudret; ERDEM, Barış; GÜL, Melike (2013) “*Yerel Festivallerin Etkinliğe Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği*”,Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2013, C.18, S.2, ss.213-239
- GREEN, Thomas A. (1997),Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music and Art. Volume I & II., California: ABC Clío
- KAHRAMAN, Nüzhet; TÜRKAY, Oğuz (2012)Turizm ve Çevre.Ankara: Detay Yayıncılık.
- KIZILIRMAK, İsmail; KAYA, Fazıl; ŞİŞİK, Leyla (2014) “*Kırsal Turizm Açısından Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki Konaklama İşletmelerinin İncelenmesi*”,Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4(2), ss.26-36.
- KOZOROG, Miha (2011)“*Festival Tourism and Production of Locality in a Small Slovenian Town*”,Journal of Tourism and Cultural Change, 9 (4), ss. 298 – 319
- KÜÇÜKALTAN, Derman; YILMAZ, İ. Alpay (2012) “*Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Ekoturizmin İğneada Ölçeğinde Uygulanabilirliği*”, 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ss.157-167.
- KÜÇÜK, Müşerref;GÜNEŞ, Gül (2013) “*Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Turizm: Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri*”, Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 22, Sayı 4, Ekim 2013, ss. 23-50
- LITVIN, Setephen. W.; FETTER, Elizabeth (2006)“*Can a Festival be too Successful? A Review of Spoleto, USA*”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18 (1), ss. 41 – 49.

- MCKERCHER, Bob; CROS, Hilory Du, (2002) *Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism And Cultural Heritage Management*, New York: The Hawort Press, Inc.
- ÖZER, Elif Zeynep; ÇAVUŞOĞLU, Fatih (2014) “*Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi*”, *International Journal of Science Culture and Sport* August, Special Issue 2, ss.191-202
- SEYHAN, Güneş; YILMAZ, B. Selin (2010) “*Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Çalışta Luxury Resort Hotel*”, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), ss.51-74.
- SEZER, Bahadır; KÜÇÜKALTAN, Derman; ÇAKIR, Ali (2013) “*Edirne - Çamlıca Beldesi’nde Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Algısı*” *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3 (2) ss.46-54
- SEZGİN, Mete; KALAMAN, Abdullah (2008) “*Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması*”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), ss.429-437.
- TAYFUN Ahmet; ARSLAN Emin (2013) “*Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali’nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma*”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2),ss.192-206.
- YAN, Qi; ZHANG, Hanqin; Lİ, Mimi; (2012), “*Programing Quality of Festivals: Conceptualization, Measurement, and Relation to Consequences*”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24 (4), ss. 653 – 673.
- YAVUZ, V. Alpagut (2010) “*Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri*”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), ss.63-86.
- YEMENOĞLU, Ece; DALGIN Taner; ÇEKEN, Hüseyin (2013) “*Geleneksel Festivallerin Kırsal Turizm Üzerindeki Etkiler: Denizli-Honaz Kiraz Festivali Örneği*”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1),ss.16-21.
- YENİPİNAR, Uysal; SEÇKİN, Eser (2015) “*Sürdürülebilir Destinasyon Yönetiminde Turist Rehberlerinin Rolü*”, 16. Ulusal Turizm Kongresi, ss.818-832.
- ZORER, Buse; AYDOĞDU, Aydoğan (2015) “*Hes Projelerinin Sürdürülebilir Turizme Etkileri: Çamlıhemşin Örneği*”, *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, ss.201-210.
- 27299 Sayılı Resmi Gazete 25 Temmuz 2009 27969 Sayılı Resmi Gazete 19 Haziran 2011

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İÇİN YEŞİL PAZARLAMA: HAVA SU PARK OTEL ÜZERİNE BİR İNCELEME

Ahmet UYAR¹

ÖZET

Bu çalışmada sürdürülebilir turizm açısından yeşil pazarlama konusu ele alınmıştır. Turizm destinasyonunu korumak için yeşil pazarlamanın hayati bir önemi vardır. Kaynak kullanımını kontrol altına alarak çevreye verilen zararın asgari seviyeye indirilmesi oldukça önemlidir. Bu amaçla yeşil pazarlama yapan ve Türkiye'nin ilk Dünya Ekolojik Oteller (Eco Hotels of The World) listesine girerek 5 yeşil yıldızlı otel olma özelliğine sahip Hava Su Park Otel bir örnek olay çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmada nitel veri toplama tekniklerinden mülakat tekniği kullanılmıştır. İşletme sahipleriyle gerçekleştirilen ve yüz yüze yapılan mülakat 4.3.2016 tarihinde, tesiste (Kumluca/Mavikent) gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre turizm tesislerinin doğayı nasıl daha iyi koruyabileceği, çevreye verilen zararların asgari seviyeye indirilmesi, çevre halkının ve paydaşların bilinçlendirilmesiyle ilgili öneriler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Turizm Pazarlaması, Yeşil Pazarlama.

GİRİŞ

Ekolojik turizm, yeni bir kavramdır. İlk kez 1992 Rio Çevre Zirvesi'nde sürdürülebilir bir dünya ve çevre için kriterler ortaya konmuştur. Bu kriterler, turizme de uyarlanarak, çevreye zarar vermeden, ondan yararlanma yöntemlerinin geliştirilmesi ve tüm yerli halkların kültürlerini yok etmeden, onların turizm faaliyetlerinden yararlanmalarının sağlanması şeklinde özetlenmiştir (<http://www.ekoturizmderneği.org>).

Ekolojik turizm kavramı işletmelerinin çevreye verdikleri zararlardan dolayı ortaya çıkmıştır. Turizm tesislerinin çevreye verdikleri bir çok zarar söz konusudur. Bu sorunlar; plansız yapılaşma, doğal kaynakların bilinçsizce tüketilmesi, kıyı bölgelerin betonlaşması, tarihi yapının bozulması, canlı türlerinin yaşam alanlarının daralması, sera gazının yaygınlaşması, tabii ortamın bozulması gibi problemlerdir (Aslan ve Aktaş, 1994: 43-45).

Dinlenmek ve gezmek insanlar için bir ihtiyaçtır. Turizm de tüm insanlar için gereklidir. Ancak doğanın tahrip edilmesi ve bozulması canlı yaşamını tehdit eden bir durumdur. Turizm faaliyetlerinin sürdürülmesi ve doğanın korunması birlikte ele alınması gereken olgulardır.

¹ Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, ahmetuyar@aku.edu.tr

Sürdürülebilir turizm yaşayan tüm canlıların doğal hayatları içerisinde ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri bir ortamın yaratılması anlamına gelmektedir. Günümüzde doğanın hızla tahrip edildiği düşünüldüğünde ekolojik turizm yaşamsal bir zorunluluktur.

Sürdürülebilir turizmin sağlanması için öncelikle turizm işletmelerinin doğaya uygun kurulması gerekmektedir. Çevredeki canlı yaşamına zarar vermeyen hatta bu çeşitliliği koruyan ve geliştiren tesisler ekolojik turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Bu tip tesislere karşı devlet teşvik edici olmalıdır. Aynı zamanda sivil toplumun ve kamuoyunun desteği de bu tip işletmelerin yaygınlaşmasına yol açacaktır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmenin çevresel kaynak ve değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması prensibine dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı turizmde uygulandığında, turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde düzenlenmesi olarak ifade edilebilir (Birkan, 2001: 17).

Sürdürülebilirlik teriminin kaynağı, genellikle Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun 1987’de yapılan toplantısında hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” başlıklı raporuna dayandırılmaktadır. Brundtland Raporu olarak da bilinen raporda sürdürülebilir kalkınma, “gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünün kuşaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek kalkınma” olarak tanımlanmıştır (WTO, 1998: 20).

Turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için kentlerde yönetici ve plancıların, turizmin sadece sayısal talep boyutunu değil, doğal ve kültürel çevreye duyarlı, yerel halk ve turistlerin beklentilerini de anlamaya çalışan bir anlayış ortaya koyması gerekmektedir. Bu amaçla, yönetici ve plancılar öncelikle ortaya çıkan bu yeni zihniyet değişikliklerini değerlendirmeli, doğal ve kültürel çevrenin potansiyelini belirlemesi beklenmektedir (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006; Enlil vd., 2011).

Sürdürülebilir turizmin temel amaçları şöyledir (WTO, 1997: 255; Erdoğan, 2003):

- 1.Kaynakların sürdürülebilir kullanımını ve korunmasını sağlamak
- 2.Aşırı kullanımı ve atıkları azaltmak, böylece uzun dönemli çevresel tahribi önlemek
- 3.Yerel toplumun yaşam kalitesini artırmak

- 4.Nesiller arasında eşitlik ilkesini korumak
- 5.Ekolojik sistemler ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesiyle çevre kalitesini korumak
- 6.Toplumun sosyal ve kültürel bütünleşmesini sağlamak
- 7.Turizm endüstrisi ve kamu arasında karşılıklı koordinasyonu sağlamak
- 8.Ziyaretçiler için yüksek kalitede bir deneyim sağlamak
- 9.Turistleri ve turizmde çalışan personeli sürdürülebilir turizm konusunda bilinçlendirmek.

Yüksek kâr sağlamaya yönelik turizm anlayışı, doğal altyapıyı hızlı bir şekilde yok ederek, ürün olarak satılan çevresel değerlerin gelecek nesillere aktarımını güçleştirmektedir. 1990'lı yıllarda turistlerin tercihlerinin bozulmamış bir çevreden yana olduğu farkına varılarak, sektörün çevresel değerleri korumaya yönelik bir misyon edinmesi gerekliliği doğmuş ve sektörün sunduğu avantajlardan ulusal ve bölgesel anlamda faydalanmak amacıyla ülkemizin değişik yörelerinde sürdürülebilir turizm anlayışıyla alternatif turizm arayışları hızlanmıştır (Özbey, 2002: 136).

Çevre bilincinin artmasıyla birlikte sürdürülebilir turizmle ilgili dünya genelinde birçok çalışma gerçekleştirilmiştir, Bunlar (Baykal, 2010: 17);

1992 – Dünya Zirvesi, Rio de Janeiro – Sürdürülebilir Gelişme Aksiyonu için uluslararası program belirlendi.

1996 – Dünya Konseyi, WTTC (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi) – Dünya Turizm Organizasyonu Sürdürülebilir Turizmin Aksiyon Planını kabul etti.

1997 – Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda Sürdürülebilir Turizm için 5 yıllık aksiyon ve uygulama planı paylaşıldı.

1999 – WTO (Dünya Turizm Organizasyonu)– Global Code of Ethics for Tourism – Turizmde Küresel Etik Kuralları ile uluslararası ve sürdürülebilir turizmin çerçevesi çizildi.

2001 – Birleşmiş Milletler Genel Kuruluna Sürdürülebilir Turizm uyarlandı.

2008 – Dünya Koruma Kongresi – Küresel Sürdürülebilirlik Turizm Kriterleri Yağmur Ormanları Anlaşması, UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı), UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu) ve UNF (Birleşmiş Milletler Kurumu) tarafından belirlendi.

Yeşil Pazarlama

Yeşil pazarlama kavramı ilk olarak Amerikan Pazarlama Birliğinin (AMA) 1975 yılında düzenlediği “ekolojik pazarlama” konulu bir seminerde tartışılmış ve literatürde yer almaya başlamıştır. İlk tanım genel olarak yeşil pazarlamayı; pazarlama faaliyetleri çevre kirliliği, enerji kullanımı ve diğer kaynak kullanımlarının olumlu veya olumsuz etkileriyle ilgili çalışmalar olarak ele almıştır (Grant, 2008: 67-71).

Günümüzün uzmanları yeşil pazarlamayı, “Tüketicilerin ve toplumun ihtiyaçlarını, kârlı ve sürdürülebilir şekilde belirlemek, tahmin ve tatmin etmekten sorumlu, bütünsel yönetim süreci” olarak tanımlamaktadır (Annick, 2004: 59). Böylece yeşil pazarlama "toplumun ihtiyaçlarını ve isteklerini tatmin etmeye yönelik değişimlerin meydana getirilmesi ve kolayca uygulanması amacıyla doğal çevreye en az seviyede zarar vermek suretiyle oluşturulmuş faaliyetler topluluğudur" şeklinde tanımlanabilmektedir (Uydacı, 2002: 84).

Oxford Üniversitesi İşletme Sözlüğüne göre yeşil pazarlamanın tanımı şu şekildedir; “İşletmelerin üretim, tanıtım ve dağıtım gibi temel pazarlama faaliyetlerini öncelikle çevrenin faydasına olması amacıyla gerçekleştirdikleri pazarlama anlayışına çevreci pazarlama yaklaşımı denmektedir” (Oxford, 2002).

Yeşil pazarlama, çevreye duyarlı tüketicileri hedef kitle olarak benimsemektedir. Bu tüketicilerin temel özelliği doğaya karşı duyarlılıklarının yüksek olması ve ürün alırken buna dikkat etmeleridir. Araştırmalar genel olarak, tüketicilerin çevreye zarar vermeyen mallar için, %10’a kadar daha fazla fiyat ödemeye razı olduklarını göstermektedir (Emgin ve Türk, 2004: 8). Ottman’a göre (1993: 77) yeşil pazarlamanın başlıca iki amacı vardır, bu amaçlar:

1. Tüketicilerin ilgisini çekebilecek ürünler üretmek ve çevreye zarar vermeyecek ürünlerin mümkün olan en uygun fiyat düzeyinde müşterilere sunulması ile işletme performansının yükseltilmesi.

2. Çevreye duyarlı ürünlerin müşterilere sunulması ve böylece işletme imajının yükseltilmesi.

İşletmeler için yeşil pazarlama kullanımının artmasına neden olarak gösterilen birçok sebep vardır. Bunlar aşağıda gösterilmiştir (Ay ve Ecevit, 2005: 239);

- İşletmelerin yeşil pazarlamayı amaçlarına ulaşma yolunda bir fırsat olarak görmeleri,
- Çevreyle ilgili faaliyetlerin rekabet edilen diğer firmalar üzerinde bir baskı unsuru olarak kullanılması,
- Ortaya çıkan atıkların azaltılmasında tarafların işbirliğine gitmeleri,

- Kaynakların etkin kullanımı ve geri kazanım çalışmaları gibi maliyet düşürücü etkilerin farkına varılması,
- Çevresel konulara duyarlılık göstererek işletmenin moral seviyesinin yükseltilmesi,
- Merkezi ve yerel yönetimlerle beraber çeşitli kurumların çevre konusundaki kurallarına ve uygulamalarına uyma zorunlulukları.

Yeşil pazarlama; pazar üzerine odaklanma, hem bilinen hem de bilinmeyen tüketici ihtiyaçlarına önem verme, işletme çapında koordineli pazarlama, uzun vadeli kârlılık üzerinde planlama, bütün faaliyetler ve kararlar için çevresel ve toplumsal yönleri ile ilgili kaygı taşıma, çevre ile ilgili fırsatları kullanmaya yönelik yenilikçilik ve uyum sağlama yeteneğine sahip olmayı içermektedir (Uydacı, 2002: 79).

İşletmeler şu üç geniş aktiviteden biri ya da daha fazlasını yaparak yeşil girişimde bulunmaktadır: (1) yeniden kullanım - reusing, (2) geri dönüşüm - recycling, (3) azaltma – reducing. Çevre yönetiminde “3R” olarak formüle edilen bu geniş faaliyetlerin amacı, şirketin pazarlama ilgi alanına eşlik eden doğal kaynak atıkları miktarının kontrolüdür (Keleş, 2007: 23).

Turizmde Yeşil Pazarlama

Ekonomik bir faaliyet olan turizm, gerçekleştiği ve geliştiği çevreler üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir. Çevre, turist kabul eden bölgelerde turist tercihlerini etkileyen ve onları harekete geçiren önemli bir çekicilik ve cazibe faktörüdür. Öte yandan turizmin varlığı ve gelişiminin en önemli unsurunu çevre oluşturmaktadır (Hacıoğlu ve Girgin, 2008: 420). Turizm ve çevre arasında güçlü bir ilişkiden söz edilebilir. Çevrenin korunması, turizmin sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşımakla birlikte korunamayan bir çevrede turizmin devamlılığının sağlanması söz konusu değildir (Akış, 1999: 36).

Turizm toplam küresel gelirin %10,3’ünü sağlayan, toplam istihdamın %8,2’sine sahip bir endüstri olarak dikkate alındığında (WTTC, 2010), çevrenin turizm için önemi daha iyi anlaşılabilir. Dünya turizm örgütü (UNWTO, 2000) tahminlerine göre 2020 yılında uluslararası turist sayısının 1.6 milyar kişiye ulaşacağı belirtilmektedir. Ayrıca, bu sayıya kendi ülkelerinde seyahat eden iç turistler dahil edilmemiştir. Yapılan araştırmalara göre, turistlerin enerji tüketimlerinin %90’ı destinasyonlara geliş-gidiş esnasında gerçekleşmektedir. Gidilecek ülkeye ulaşımında uluslararası turistlerin %43’ü uçakla seyahati, %42’si karayolunu, %15’i ise deniz ya da demiryolunu tercih etmektedir (Sagevik, 2009: 14-15). Turizm için önemli bir ulaşım aracı havayolu taşımacılığının dünyanın en hızlı büyüyen karbondioksit ve diğer sera gazları emisyonu kaynaklarından ve küresel iklim değişikliğinin

nedenlerinden birisi olduğu belirtilmektedir (Sagevik, 2009: 14-15). Bunun yanı sıra turistler gittikleri bölgelerde konaklama, yeme- içme, eğlence, alış- veriş gibi taleplerde bulunmaktadır. Bu sayılan turizm bileşenlerinin de çevre üzerinde ciddi etkiye sahip olduğu gözlenmektedir (Atay ve Dilek, 2013; 205).

Turizm sektörünün yeşillendirilmesi ile çözülmesi gereken sorunlar şunlardır (UNEP, 2012:3 Akt: Tutar, 2015: 334);

- Enerji ve sera gazı (GHG) emisyonları; turizm, küresel ölçekte sera gazı emisyonlarının artışında etkili olmaktadır. Seyahat, ulaşım, konaklama ve turizm ile ilgili yapılan tüm faaliyetler, fosil yakıtlara bağımlılık, sera gazı emisyonları ve iklim değişikliği için önemli etkiler ortaya çıkarmaktadır. Isıtma, soğutma ve aydınlatma için kullanılan enerji kaynaklarının ürettiği gazlarda sera gazı emisyonuna yol açmaktadır. Bu nedenle yenilenebilir enerji yatırımlarının desteklenmesi önemlidir.

- Su tüketimi, su kaynakları üzerindeki baskılar turistik faaliyetlerin yoğunluğuna göre artıp azalmakla birlikte, iklim değişikliği sonucu tükenmekte olan bu kaynakların daha da hızlı tükeneceği göz önünde bulundurularak bu konuda gerekli önlemler alınmalıdır. Türkiye’de bir kişi günde ortalama 217 litre su tüketirken, lüks bir otelde bir kişi tek gecede (atık su dahil) 750-1000 litre arasında su tüketebilmektedir (TÜSİAD, 2012: 29). UNEP (United Nations Environment Programme) 2003 yılında yaptığı araştırmada ABD’de turizm sektörü ve rekreasyon için tahmini su tüketimini 946 milyon m³ olarak belirlemiştir. Bunun %60’ı konaklama (peyzaj, çamaşırhane faaliyetleri vb.) ile bağlantılı olup, %13’ü ise gıdaya harcanmıştır. Deniz suyunun arıtılarak kullanılması, işletme sahiplerinin ve turistlerin bu konuda bilinçlendirilmesi ve tasarruf yapan tesislerin desteklenmesi önemlidir.

- Atık yönetimi, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde, sıvı ve katı atıklar, yeterli kanalizasyon ve arıtma tesisleri yoksa atıkları denize boşaltmakta, denizlerin temizliğini ve deniz hayvanlarının yaşamlarını tehdit etmektedir. Yerel yönetimler, işletmeciler ve ziyaretçiler arasında çevre ve atık bilincinin geliştirilmesi ve atıkların minimum zararlı imhasına yönelik düzenlemeler ve altyapının yapılması önemlidir (TÜSİAD, 2012:32). UNEP 2003 yılında yaptığı araştırmada, Avrupa’da her turistin bir günde kişi başına 1 kg, Amerika’da ise 2 kg katı atık ürettiğini ortaya koymuştur.

- Biyolojik çeşitliliğin kaybı, büyük ölçekli turizmin mercan kayalıkları, kıyı sulak alanlar, yağmur ormanları, dağlık alanlar gibi biyolojik çeşitlilik üzerinde olumsuz etkileri olmuştur.

- Kültürel mirasın etkin yönetimi, turistlerin özgün kültürlerle olan ilgileri, geleneklerin ticarileştirilmesi gibi ciddi sorunlar ortaya çıkarabilmektedir.

Araştırmanın Amacı

Hava su pak otel üzerine gerçekleştirilen çalışmanın amacı; doğaya uygun, ekolojik turizm yapan ve Dünya Ekolojik Oteller listesinde Türkiye'nin ilk ve tek 5 yeşil yıldızlı tesisi olan bir işletmenin akademik bir çalışma ile kamuoyuna tanıtılmasıdır. Böylece sürdürülebilir turizme destek olan tesisin diğer işletmelere örnek olması amaçlanmaktadır. Ayrıca ekolojik turizmin nasıl yapılabileceği, nelere dikkat edinilmesi gerektiği, işletme yöneticilerinin yeşil pazarlamaya bakış açıları, çevre halkıyla ilişkiler incelemede ele alınan diğer konulardır. Bu yaklaşımlar her bir işletme açısından farklı olabileceği için bir örnek olay çevresinde bu tecrübelerin paylaşılması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmada ekolojik turizm örneği olarak Antalya/Kumluca/Mavikentte faaliyet gösteren, Dünya Ekolojik Oteller (Eco Hotels Of The World) listesinde (<http://www.ecohotelsoftheworld.com>) Türkiye'nin ilk ve tek 5 yeşil yıldızlı tesisi olarak değerlendirilen Hava Su Park Otel incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme (mülakat) tekniği kullanılmıştır. Otelin yeşil pazarlama çabalarıyla ilgili olarak tesisin sahipleri Haluk Sağlamer ve Nur Sağlamer ile 4.3.2016 tarihinde tesiste bir görüşme yapılmıştır. Ayrıca otelle ilgili bilgiler için internetten yayılan haberler (www.kumlucamedya.com) ve otelin internet sitesinden de (<http://www.havasupark.com>) faydalanılmış, ikincil veriler olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

Çalışmada Hava Su Park Otel'in incelenmesinin nedeni, tesisin tamamıyla doğaya uygun olması, plastik ve betonun işletmede neredeyse hiç bulunmaması, çevre halkıyla gerçekleştirilen sanatsal/kültürel ilişkiler ve ekolojik turizm açısından daha gerçekçi bir alternatif olarak görülmesidir. Bu anlamda sürdürülebilir turizm anlayışı ortaya koyması nedeniyle tesis incelemeye tabi tutulmuştur.

Araştırma kapsamında, yeşil pazarlama ve ekolojik turizme ilişkin detaylı bilgilere ulaşmak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler, sürdürülebilir ve doğaya uygun turizm üzerine olmuştur.

Veri Toplama Aracı Ve Görüşme Kayıtları

Yeşil pazarlama ve sürdürülebilir turizm açısından sorular; otelin genel tanıtımı, yeşil pazarlama çabaları ve sürdürülebilir turizm için neler yapılması gerektiği gibi 3 ana temel üzerine odaklanmıştır.

Yüz yüze görüşmeler sırasında sorular açık uçlu olarak katılımcılara yöneltilmiş, gerektiğinde "Biraz daha açar mısınız", "Örnek verebilir misiniz" gibi sorularla desteklenmiştir. Bu açıdan standart bir soru formu olmakla beraber, yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yazı ile kayıt altına alınmıştır.

BULGULAR

Tesis ne zaman kuruldu ve tesisin kuruluş öyküsü nedir?

İşletme 2004 yılında, doğaya, gökyüzüne, bitkilere ve tüm canlı çeşitliliğine daha yakın olmak için kurulmuştur.

Tesisin konsepti ve doluluk oranı nedir?

Tesis sezonluk toplamda yaklaşık 1000 kişiyi ağırlamaktadır. Çadır, kamp alanı ve otel olarak kullanılmaktadır. Yarım pansiyon şeklinde hizmet vermektedir.

Tesisin misyonu nedir?

Tesisin misyonu; yavaş yaşam felsefesini benimseyen, müşteri memnuniyetini ön planda tutan, misafirlerini dinlendirmeyi amaçlayan bir yapıya sahiptir.

Tesisin diğer işletmelerden farkı nedir?

Doğal yaşamı desteklemek, misafirleriyle aynı yaşam şeklini paylaşmak ve tanışıklığı arttırmak amaçlanmaktadır. Bu otelde tanışan insanlar tatilleri bittikten sonra da görüşmeye devam etmektedirler. Dolayısıyla insan ilişkileri de otelin yapısına uygun olarak daha doğal ve sıcaktır.

Otelde yeşil pazarlama için neler yapılıyor?

Otel yerleşim yeri olarak 330 gün güneş olan bir bölgededir bu sayede güneş enerji sistemi kullanılmaktadır. Beton ve plastik tesiste neredeyse hiç kullanılmamıştır. Konaklama ahşap evlerde yapılmaktadır. Atıklar, organik ve inorganik olarak ayrıştırılmakta ve ormanda uygun bir yere gömülmektedir. Kullanılan gıda ürünleri köyden karşılanmıştır. İşlenmiş ürünlerin kullanımı en aza indirgenmiştir. Kontrollü tarım yapan seralardan ve doğal gübreyle üretilen organik ürünlerden faydalanılmaktadır.

Atık sular tesiste filtreleme yapılarak bahçe sulamasında kullanılmaktadır. Deterjan ve sabunların organik olmasına dikkat edilmektedir. Personel otelde çalışmaya başlamadan önce ekolojik turizm konusunda eğitilmektedir. Tesiste kağıt, cam, plastik, metal tüm ürünler için ayrı ayrı dönüşüm kutuları yer almaktadır.

Misafirlerin isteği üzerine ve elektrik israfı olmasın diye tesiste ütü kullanılmamaktadır. Çamaşırlar eski düzen ile yıkanıp asıldığı için ütüye ihtiyaç da duyulmamaktadır.

İşletmenin kuruluş aşamasında doğaya zarar verilmemiştir. Tesis kurmak için ağaç kesilmemiştir, doğa tahrip edilmemiş ona ayak uydurulmaya çalışılmıştır. Ayrıca gürültü kirliliği oluşmamasına özen gösterilmektedir.

Oteliniz Cittaslow (Yavaş Şehir) felsefesiyle nasıl bağdaşiyor?

Otel cittaslow felsefenin belki Türkiye'de ki ilk temsilcilerinden bir tanesidir. 2004 yılında bu yaşam şekli çok fazla bilinmiyorken otel bu felsefeyle kurulmuş ve işletilmiştir.

Otelin çevre halkıyla ilişkileri nasıldır, bölgenin tanıtımına nasıl katkı sağlıyorsunuz?

Otel işletmecileri yakın çevrede ki insanlarla çok yakın bir ilişki içerisinde yer almaktadır. Özellikle seracılık konusunda kaymakamlıkla birlikte köy halkını bilinçlendirme faaliyetleri yürütülmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için üniversiteden ve çeşitli kurumlardan uzmanlar köye getirilmiştir. Burada köylülere seracılık konusunda eğitimler verilmiştir. Bu eğitimler bazen köy kahvesinde bazen de tarlada gerçekleştirilmiştir. Eğitimlerde çiftçilere doğaya uygun seracılık anlatılmıştır. Eldiven ve maske kullanımı konusunda çiftçiler bilinçlendirilmiş, seracılık biçimi değiştirilerek alçak tünelli seracılığa geçmeleri sağlanmıştır.

Bunun yanında otel işletmecileri okullara giderek öğrencilere doğayı korumaları için neler yapabileceklerini anlatmakta, köyde yaşayan bayanlara geri dönüşümle ilgili kurslar vermekte ve köy halkıyla birlikte el işi, boyama gibi bazı sanatsal çalışmalar yapmaktadırlar.

Bölgede antik zamanlardan kalma yemekler tekrardan insanların beğenisine sunulmakta, nar reçeli, tarhana gibi yöresel yiyecekleri yerli ve yabancı turistlere tanıtılmaktadır. Böylece bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır. Bunun gerçekleşmesiyle birlikte otel yöneticileri geçmişle günümüz arasında kültürel bir bağ kurduklarını düşünmektedirler.

Oteliniz nasıl 5 yeşil yıldız almıştır, bunun için ne gibi bir inceleme gerçekleştirilmiştir?

Otel işletmecilerinin Dünya Ekolojik Oteller (<http://www.ecohotelsintheworld.com>) listesine bir başvurusu olmamıştır. Dünya ekolojik oteller birliği doğaya uygun tesisleri kendisi bulmakta ve işletmecileriyle daha sonradan bağlantıya geçmektedir. Hava Su Park Oteli de

site kendisi tespit etmiştir. Daha sonra tesise bir mail göndermiş ve ekolojik faaliyetlerle ilgili bazı bilgiler istemiştir. İşletme sahipleri gerekli bilgileri gönderdikten bir süre sonra otel Dünya Ekolojik Oteller listesinden 5 yeşil yıldız almıştır. Değerlendirme aşamasında tesisin gizli bir incelemeye tabi tutulup tutulmadığı konusunda işletme sahipleri bir bilgiye sahip değildir.

Gelecekte Ekolojik Turizm için yapmayı planladığınız faaliyetler var mıdır varsa bunlar nelerdir?

Tesis Buğday Derneğiyle iletişime geçip doğal tohumlar olarak bunlardan bamya, fasulye, çambiberi, kekik, kapari gibi doğal ürünler üretmeyi planlamaktadır.

Otelinizin tanıtımını nasıl yapıyorsunuz ?

Otelin reklam maliyeti yoktur. Tanıtımların tamamını halkla ilişkiler çabası olarak gerçekleştirmektedir. Örneğin TÜBİTAK'la birlikte yürütülen gökyüzü şenliği, köy turizmi, ekolojik ürünler ve takı sergisi gibi haber niteliği taşıyan etkinliklerle otel tanıtımlarını gerçekleştirmektedir. Bunun yanında ağızdan ağza pazarlama işletmenin tanınmasında büyük bir öneme sahiptir.

Müşterilerinizle ilişkileriniz nasıldır?

Otelde müşteri kavramından çok misafir kavramı kullanılmakta, insanlara yaklaşımda ve hizmetlerde bu felsefeye göre hareket edilmektedir. Yavaş yaşam anlayışından dolayı yüksek sesle konuşan ve bu şekilde rezervasyon isteyen insanlara rezervasyon yapılmamaktadır. Bunun yanında insan ilişkilerinde incelik ve doğallık da otelin turizm anlayışını yansıtmaktadır. Tesisin sahipleri merhaba demeyen konuklara kahvaltı verilmediklerini söylemektedir.

Tatil yorulmak için değil dinlenmek için yapılır anlayışıyla hareket eden işletme konuklarına kültürel anlamda da değer katmaya çalışmaktadır. Özellikle yabancı konuklara Türkçe öğretmek için çaba sarf eden tesis ayrıca Türk kültürünü yansıtan eğlenceler, aktiviteler, yemekler gibi hizmetlerle kültürel değişime önem verdiğini göstermektedir.

Türkiye'de turizm anlayışındaki eksiklikler nelerdir?

Otel işletmecileri her şey dahil sisteminin kalkması gerektiğini düşünmektedir. Bu sistemle birlikte çevre halkının turizmden hiç bir kazancının olmaması ve genel anlamda turizm kalitesinin düşmesinden dolayı bu uygulamaya sıcak bakmamaktadırlar. Ayrıca ekolojik

turizmin devlet tarafından desteklenmesi, misafirlere daha kaliteli hizmet verilmesi, sağlık konusuna önem verilmesi gibi hususlarda önem verdikleri konulardır.

SONUÇ

Doğanın ticari amaçla pazarlanması ve kaynakların hızla tüketilmesi insan yaşamını tehdit etmektedir. Turizm açısından yüksek kazanç uğruna ağaçların kesilmesi, canlı çeşitliliğinin yok olması, sera gazı yayılımı, plastik kullanımı, genetiği değiştirilmiş tohumlar ve su kaynaklarının tüketimi ileride dinlenmek ve yaşamak için bir doğanın var olmamasına yol açacaktır. Bu açıdan turizmin sürdürülebilir olması gerekmektedir.

Yapılan çalışmada doğaya uygun bir işletme rneği olarak Hava Su Park Otel incelenmiştir. Otel seçilirken doğayı en az tahrip eden tesisin bulunması amaçlanmış ve diğer işletmelere örnek olabilecek bir işletme incelemeye tabi tutulmuştur.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre turistik bir tesisin önceliğinin yüksek kazançtan çok çevresine zarar vermeyecek hatta kültürel, sosyal ve ekolojik olarak o bölgeyi geliştirebilecek şekilde dizayn edilmesinin ve buna uygun bir felsefeyle yönetilmesinin mümkün olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bölge halkıyla ilişkilerden, atık yönetimine, sanatsal faaliyetlerden, ekolojik turizme kadar bir çok konuda Hava Su Park Otel turizm sektörü açısından bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının bu tip tesislere önem vermesi ve maddi/manevi teşvik edici faaliyetlerde bulunması gerekmektedir. Yeşil yıldış uygulamasının kriterlerinin yükseltilmesi ve eko turizmine öncelik verilmesi gerekmektedir. Her şey dahil sisteminin yeniden gözden geçirilmesi, hizmet ve ürün kalitesinin arttırılması, turizmle uğraşan tüm kişi, kurum ya da paydaşların ekolojik turizm konusunda bilinçlendirilmesi de ayrıca tartışılmalıdır. Nicelik olarak daha fazla yabancı turisti ülkemize çekmeye çalışmaktan çok bilinçli ve eğitimi turistlerin ülkemizi ziyaret etmesine çaba sarf etmek hem doğanın korunması hem de nitelikli bir turizm anlayışı açısından hayati önemdedir. Bu faaliyetlerin yaygınlaşması doğanın korunarak uzun yıllar sürebilecek bir turizm aktivitesinin gerçekleşmesine yol açacaktır.

KAYNAKÇA

- ANNICK, Glorieux-Boutonnat (2004), "Can the Environment Help Boost Your Marketing", Australian Journal of Dairy Technology; Aug 2004; 59, 2; ABI/INFORM Trade & Industry, pg. 85.
- AKIş, Sevgin. (1999). "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 10, Sayı:1, ss:36-46.
- ASLAN, Zeynep; AKTAş Grhan, (1994). "Turizm Açısından evre Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım", evre Dergisi, Sayı: 11, ss.43-45

- ATAY Lutfi; DİLEK Emre, (2013), "Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbıy Otel Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:18, Sayı:1, ss: 203-219.
- AY, Canan ; ECEVİT, Zümrüt (2005), "Çevre Bilinçli Tüketiciler", Akdeniz İİBF Dergisi, Sayı:10, ss.238-263.
- BAYKAL, Silahtaroglu (2010),"Yeşil İş Konferansı, Turizmde Sürdürülebilirlik", http://yesiliskonferansi.com/2010/sunumlar/zeynep_silahtaroglu.pdf
- BİRKAN, İbrahim (2001). "Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişmenin Önemi ve Koşulları" I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı, Kızılcabazı, Ankara, ss: 17- 18.
- EMGİN, Övgü ; TÜRK, Zehra (Haziran 2004). Yeşil Pazarlama (Green Marketing). Mevzuat Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 78.
- ENLİL Zeynep, DİNÇER İclal, EVREN Yiğit, SEÇKİN Ebru (2011). İstanbul'da Kültür Turizmi İçin Yenilikçi Stratejiler, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- ERDOĞAN, Nazmiye (2003). Çevre ve Ekoturizm, Ankara: Erk Yayınları.
- GRANT, John. (2008) Yeşil Pazarlama Manifestosu, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- HACIOĞLU, Nejdett ve GİRGIN Kemal (2008). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yeşil Pazarlamanın Yeri ve Önemi, Adana: Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sürdürülebilirlik ve Pazarlama.
- KELEŞ, Ceyda, (2007). Yeşil Pazarlama Tüketicilerin Yeşil Ürünleri Tüketme Davranışları Ve Yeşil Ürünlerin Tüketiminde Kültürün Etkisi İle İlgili Bir Uygulama, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Adana.
- KERİMOĞLU Ebru, ÇIRACI Hale (2006). "İstanbul'da Uluslararası Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyleri", İTÜ Dergisi. Cilt: 5 Sayı: 1. ss. 35-46
- OTTOMAN, Jacquelyn (1993). Green Marketing and Opportunities for the New Marketing Age. Lincolnwood: NTC Business Book.
- Oxford University Press, A Dictionary of Business, "Green Marketing" <http://130.94.78.150/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t18.002460> (02.02.2016)
- ÖZBEY, Rana, Funda (2002). "Sustainable Tourism Development In Globalization Progress", Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference, Book: 4,Varna/Bulgaristan, 1-3, pp: 135-150.
- SAGEVİK, Margrethe (2009). Symposium on Tourism and Travel in the Green Economy, Sept 14-15 Gothenburg, Sweden.
- UNEP (2012), Working towards sustainable development. http://www.unep.org/PDF/Workingtowards_full.pdf
- UYDACI, Mert (2002). Yeşil Pazarlama, İş ahlakı Ve Çevresellik Açısından Yaklaşımlar, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- TUTAR, Filiz, Kutluay, (2015) "Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiyede Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 13, ss. 328-352.
- TÜSİAD (2012). Sürdürülebilir Turizm, İstanbul: Sis Matbaacılık.
- World Tourism Organization. (1997). International Tourism: A Global Perspective. Spain.
- WTO (2002). "International Year of Ecotourism 2002", www.worldtourism.org/sustainable/IYE-Main-Menu.html.
- http://www.ecohotelsoftheworld.com/index.php?option=com_jreviews&task=list&simplesearch=havasuu&dir=1&order=alpha&Itemid=125. Erişim Tarihi: 25.3.2016
- <http://www.ekoturizmdernegi.org/> Erişim Tarihi: 23.3.2016
- <http://www.havasupark.com>. Erişim Tarihi: 3.2. 2016
- <http://www.kumlucamedya.com/haber/123/turkiyenin-ilk-ve-tek-bes-yildizli-eko-koyu-havasuu-koy.html>. Erişim Tarihi: 6.2.2016

- SIRAKAYA, Ercan, Victor TEYE, and Sevil SONMEZ. (2002). "Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana." *Journal of Travel Research* 41 (1): 57–67.
- SIRGY, Joseph, M., GAO Tao; YOUNG, Robert F. (2008). "How does residents' satisfaction with community services influence quality of life outcomes?" *Applied Research Quality of Life*, 3, 81-105
- STEPCHENKOVA, Svetlana; MILLS, Juline E. (2010). "Destination image: a meta-analysis of 2000-2007 research", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 575-609.
- STYLIDIS, Dimitrios, Avital BIRAN, Jason SÍT; Edith M. SZIVAS (2014). "Residents' Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts." *Tourism Management* 45: 260–74.
- STYLIDIS, Dimitrios (2015). "The role of place image dimensions in residents' support for tourism development". *International Journal of Tourism Research*, doi: 10.1002/jtr.2039
- TAPACHAI, Nirundon; Robert WARYSZAK (2000). "An Examination of the Role of Beneficial Image in Tourist Destination Selection." *Journal of Travel Research* 39 (1): 37–44.
- TOSUN, Cevat (2001). "Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey." *Tourism Management* 22 (3): 289–303.
- WANG, Suosheng; Joseph S. CHEN (2015). "The Influence of Place Identity on Perceived Tourism Impacts." *Annals of Tourism Research* 52 (May): 16–28.
- WANG, Suosheng, Carina KING; Heo JINMOO (2009). "Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Case Study of Indianapolis, USA." *Tourism Today* Fall: 27–43.
- WILLIAMS, John; LAWSON, Rob (2001). "Community issues and resident opinions of tourism." *Annals of Tourism research* 28(2). 269-290.
- XU, Jing (Bill), HUI, Cato Ka Tung; CHAN, Elaine A. H. (2015) Hong Kong's destination image in the eyes of residents, *Journal of China Tourism Research*, 11(4), 440-460.
- YÜKSEL, Atila; Olcay AKGÜL (2007). "Postcards as Affective Image Makers: An Idle Agent in Destination Marketing." *Tourism Management* 28 (3): 714–25.

MALİYETLER AÇISINDAN TÜRKİYE’NİN DÜNYA MEDİKAL TURİZMİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Halil AKMEŞE¹

Sercan ARAS²

Serpil KAYA³

ÖZET

Gerek ekonomi gerekse sosyal ve kültürel yönüyle ülkeler için önemi giderek artan turizm, dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Bu hızlı gelişim ile birlikte özellikle gezi ve tatil amacı taşıyan turizm sektörü, farklı amaçlarla bütünleştiğinde alternatif hareketleri ortaya çıkarabilmektedir. Alternatif turizm olarak ifade edebileceğimiz bu hareketlerden bir tanesi de “medikal turizm”dir. Tedavi ve tatil amacıyla ülkeler arası seyahat etmek olarak ifade edilen medikal turizmin son yıllarda oldukça yaygınlaştığı görülmekte ve dünya ülkeleri arasında önemli bir gelir kaynağı olduğu bilinmektedir. Medikal turizm; düşük ücretle yüksek kalitede bakım, tedavi bekleme sürelerini kısaltma ve yeni tedavilere ulaşma imkânı sağlamaktadır. Özellikle son yıllarda dünya turizm piyasasında medikal turizme olan ilgi artmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye turizmi açısından da medikal turizmin öneminin günden güne daha da arttığı söylenebilir. Bu çalışmanın amacı medikal turizmin Türkiye’deki ve diğer bazı ülkelerdeki durumunu incelemek ve maliyet karşılaştırması yaparak rekabet avantajını değerlendirmektir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Medikal Turizm, Medikal Turizm Maliyetleri, Türkiye’de Medikal Turizm

GİRİŞ

Dünya ülkelerinde turizm sektörü doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik bir altyapı ile hızla gelişmektedir. Global dünya görüşü turizm sektörünü de etkin bir şekilde yeni arayışlara yönlendirmektedir. Deniz, kum, güneş temelli yoğun kitle turizminin yerini alternatif turizm çeşitleri almaya başlamıştır (Çontu, 2006: 6). “İnsanların turistik faaliyetler içinde olma sebeplerinden birisi de sağlıktır” (Daştan, 2014: 144). “Dünyada insanlar sahip oldukları sağlıklarını kaybetmemek veya kaybettikleri sağlıklarını yeniden kazanmak için çeşitli faaliyetlere katılmaktadır. Bu faaliyetler medikal turizm kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte uluslararası bir boyut kazanmıştır” (Özkan Demirer, 2010: 1). “Dünya nüfusunun artması, yaşam kalitesinin yükselmesi, çeşitli ülkelerde sağlık hizmeti maliyetlerinin yükselmesi sebebiyle, insanlar daha kaliteli ve ucuz hizmet alabilecekleri ülkelere yönelmişlerdir. Yaşlı

¹ Yrd. Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, hakmese@konya.edu.tr

² Arş. Gör. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi Otel İşletmeciliği Bölümü, saras@konya.edu.tr

³ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, serpill_kayaa@hotmail.com.tr

nüfusun oransal olarak artması da sağlık turizmini artıran etkenlerden biri olmuştur” (BAKA, 2011: 4).

“Medikal turizm, sağlık hizmetlerinin küreselleşmesi sonucunda ortaya çıkan, yüksek kalitede sağlık hizmetinin daha da uygun fiyata satın alınmasını sağlayan ve turizm sektörü tarafından desteklenen dünya çapında hızla yayılan bir fenomendir. Sağlık ve turizm sektörünü tek çizgide birleştiren medikal turizm, sağlık sektörünün bileşenleri ile turizm sektörü bileşenlerinin bir araya gelerek vermesi gereken hizmetler bütünüdür” (Khafızova, 2011: 1). “Dünyada son yıllar içerisinde gittikçe önem kazanan medikal turizm pazarı Türkiye için de büyük bir fırsat yaratmaktadır. Turizmin tüm yıla yayılmasını sağlayabilecek alternatif turizm çeşitlerinden biri olan medikal turizm hem turizm sektörünü hem de sağlık sektörünü olumlu yönde etkilemektedir” (Özkan Demirer, 2010: 1).

Bu çalışmanın amacı, medikal turizm hakkında bilgi vermek, Türkiye’deki ve diğer bazı ülkelerdeki medikal turizm profilini inceleyerek maliyet karşılaştırması yapmak ve medikal turizmin gelişimini incelemektir. Bu kapsamda çalışmada medikal turizm kavramına, Dünya’da ve Türkiye’de medikal turizmin gelişimine değinilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Medikal Turizm

Dünyada ve Türkiye’de turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte alternatif turizm seçenekleri gündeme gelmekte, mevsimsel kıyı turizminin yanında on iki aylık zamana yayılan sağlık turizmi önem kazanmaktadır (Göksu, 2002: 17). “İnsanları turistik amaçlı seyahate yönelten sebeplerden birisi şüphesiz sağlıktır” (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 9).

“Gelişmiş ülkelerdeki sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan çevre sorunları, hava kirliliği, stres, mevsim değişiklikleri gibi olumsuz faktörlerin yanı sıra dünya genelinde yaşanan küresel krizle birlikte ağırlaşan iş ve yaşam koşulları, kişilerin sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada gelişmekte olan ya da gelişmiş ülke vatandaşları kitle turizminin dışında bozulmamış doğası, çevresi, iklimi ve fiziksel özellikleriyle” (Türksoy ve Türksoy, 2010: 700) sağlıklarına kavuşmak ve uygun tedaviyi almak gibi amaçlarla seyahat etmektedirler (Hunter, 2007: 130). Özellikle son yıllarda insanların tatilleri süresince dinlenme, egzersiz yapma, kaplıcalara gitme sayesinde daha sağlıklı olma girişimleri beraberinde turizm endüstrisi içinde “sağlık turizmi” şeklinde yeni ve farklı bir alanı ortaya çıkarmaktadır (Connell, 2006: 1093). Sağlık ve turizmi birbirine bağlayan ilişkiler ağının merkezinde sağlığın korunması amacı yer almaktadır (Taş, 2010: 6). “Sağlık turizmi, bireylerin

mevcut sağlık durumlarını korumaya ve daha iyi hale getirmeye yönelik uygulamalar ile sağlığı bozulmuş bireylerin iyileşmelerine yönelik medikal ve paramedikal uygulamaları kapsamaktadır. Bu kapsamda sağlık turizmi başlığı altında” (Kılınç, 2013: 48) “tedavi ve cerrahi müdahale amaçlı seyahatleri vurgulayan medikal turizm son zamanlarda sağlık turizminin önemli bir unsuru olarak turizm literatürüne girmektedir” (Gölmez, 2012: 30).

Medikal turizm hızla gelişmekte olan ve küresel boyutlara sahip bir pazardır. Önemli sosyal ekonomik etkilere sahiptir ve bölgelere göre farklılıklar göstermektedir. Ancak medikal turizmin etkileri tam olarak bilinmemektedir. Sürdürülebilirlik açısından medikal turizm potansiyeli önemli bir pazar olabilir (Hunter, 2007: 138). İnsanların uzak ülkelere tıbbi maksatlı seyahat etmesini ifade etmektedir. Medikal turizmde tedavi için seyahat eden kişilerin turist olarak nitelendirilmeleri için tatil yapmalarına gerek yoktur (Hall, 2011: 7). Doktorun ön planda olduğu sağlık turizmi çeşidi olan medikal turizm, uzman cerrahi ve tedavi şekillerine ihtiyaç duyan turistlerin faaliyetlerinin bir kısmını kapsayacak şekilde düzenlenen özel tedaviler olarak ifade edilir. Son dönemlerde insanların ihtiyaçları ve tatil süresince kaplıcalara gitme, spor yapma, dinlenme gibi faaliyetler sayesinde daha sağlıklı olma istekleri sebebi ile turizm sektöründe “medikal turizm” adı altında farklı bir alan türemiştir. Medikal turizmde, “turist” turistik yerlerde dinlenme, spor yapma gibi faaliyetleri yapmakla birlikte öncelikle tedavi olma amacını taşımaktadır (Sağlık Turizmi Platformu, 2014). Turizm sektörü içinde hızla büyümekte olan, insanların uzun mesafedeki ülkelere tedavi ya da cerrahi müdahale amacıyla seyahat etmeleri ile birlikte bir pazar olarak ortaya çıkmıştır ve aynı zamanda birer tatilci olmalarını ifade eden bir kavramdır (Connell, 2006: 1094). Özellikle kendi ülkelerinde yüksek tedavi masraflarının yanı sıra tedavi ya da operasyon için uzun bekleme sürelerine katlanmak durumunda olan insanlar bu seyahatlere giderek artan oranda katılmaktadır (Sağlık Turizmi Vakfı, 2010: 21).

“Bir ülkeden diğerkülkeye herhangi bir sebeple (tedavinin ekonomik oluşu, bekleme süresinin uzunluğu veya daha kaliteli sağlık hizmeti vb.) özellikle tedavi için gidilmesidir” (Aydın, 2008: 6).

“Tedavi amaçlı sağlık turizmine ilişkin ilginin ve önemin artmasının pek çok nedenleri vardır. Gelişmiş ülkelerdeki tedavi edici sağlık hizmetlerinin pahalı olması, sağlık sistemlerinin eskimesine ve nüfus oranının artmasına bağlı olarak tedavi için bekleme sürelerinin uzaması en önemli nedenler arasındadır. İngiltere, Hollanda ya da Almanya gibi Avrupa ülkelerinde hastalara bazı operasyonlar için uzun süre sonrasına randevu verilirken, dünyadaki bazı ülkelere tedavi edici sağlık hizmetleri, bu ülkelere kıyasla hem çok daha ucuz hem de çok

kısa sürede uygulanmaktadır” (Avderen, 2011: 49). Bunun yanı sıra medikal turizm ev sahibi ülkelerde hastalar için özel olarak düzenlenen seyahat turları ile bütünleştirilmiştir. Gelişmiş ülkelerdeki yüksek tedavi fiyatlarının dışında, diğer ülkelere göre hızla ilerleyen teknolojiyi ve yüksek standartlardaki medikal uygulamaları ve turizmi içinde barındırmaktadır (Akdu, 2009: 36). Uluslararası seyahatin ucuzlaması ve dünyanın pek çok bölgesindeki tıp merkezlerinin ileri teknoloji olanaklarına ve standartlarına sahip olması, tedavi amaçlı medikal turizmi popüler hale getiren faktörler arasındadır (Avderen, 2011: 49).

Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm

“Maliyet avantajı, bekleme listeleri, uluslararası seyahatin daha kolay ve ekonomik hale gelmesi, sağlık hizmetlerinde pek çok ülkenin üst düzey teknoloji ve standartlarda sağlık hizmeti vermesi, medikal turizminin dünyanın çok geniş bir bölgesine yayılmasını sağlamıştır. Sınır ötesi hasta hareketliliği ilk çağlardan itibaren mevcuttur; ancak son yıllarda sağlık amaçlı seyahat eden hasta profili değişmiştir. Önceki dönemlerde ağırlıklı olarak az gelişmiş ülkelerde yaşayan, sınır ötesi seyahat ve tedaviyi karşılayabilecek maddi gücü olan hastalar ABD, Almanya gibi sağlık hizmetleri sunumunda gelişmiş ülkelere seyahat etmekte iken, son yıllarda ABD, AB ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde bulunan ve sağlık hizmetlerine ulaşmakta sıkıntı yaşayan hastalar tarafından tedavi amaçlı seyahatler yapılmaktadır. Dünyada en popüler destinasyonlar; Hindistan, Tayland, Singapur, Filipinler, Küba, Kolombiya, Kostarika, Macaristan, İsrail, Ürdün, Güney Afrika gibi ülkelerdir” (Topuz, 2012: 34).

Tablo 1. Yıllara Göre Türkiye’de Sağlık Hizmeti Alan Uluslararası Hasta Dağılımı

Yıllar	Hasta Sayısı
2008	74.093
2009	91.961
2010	109.878
2011	176.000
2012	261.999
2013	300.000
2014	496.324

Kaynak: Moloğlu, M (2015). Yükselen Bir Değer Olan Medikal Turizmin Türkiye Ekonomisine Katkısı, p. 677.

Tablo 1’de sağlık hizmeti alan uluslararası hasta dağılımı görülmektedir. Uluslararası hastalar; medikal turistler, turistin sağlığı kapsamında hizmet alan hastalar, sağlık alanında ikili anlaşmalı ülkelere gelen hastalar ve sosyal güvenlik kurumu kapsamında gelen hastalardan oluşmaktadır. 2013 yılında Kamu Sağlık Kuruluşları ve Özel Sağlık Kuruluşlarına gelen

toplam hasta sayısı 300.000 iken 2014 yılında toplam uluslararası hasta sayısı 469.324 olarak gerçekleşmiştir.

Medikal turizm pazarında talep Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Orta Doğu olarak üç bölgede yoğunlaşırken, bu bölgelerdeki talebin destinasyonlara dağılımı bakımından; Avrupalı medikal ziyaretçilerin favori ülkesi Hindistan, Malezya ve Tayland'dır. Malezya İslami referansı nedeni ile Ortadoğu pazarına hâkimdir. Singapur Japon pazarının temel destinasyonudur. Küba doğal olarak Orta Amerika pazarına yönelmiştir (İçöz, 2009: 2263).

Medikal turizm için dünyadaki en önemli bölge kuşkusuz Asya kıtasıdır. Bölge yılda 1,3 milyon medikal turisti çekmektedir ve Tayland, Singapur, Hindistan, Güney Kore ve Malezya gibi ülkelerle bu faaliyetin kapsamı şaşırtıcı boyutlara ulaşmıştır. Tayland'da medikal turizm hareketleri 1970'lerde cinsiyet değişimi operasyonları ile başlayıp daha sonraları estetik cerrahiye yönelim göstermiştir. Hindistan günümüzde medikal turizmin merkezi olarak kabul edilmektedir (Connell, 2006: 1095).

Hindistan, bu alanda en önemli küresel merkez haline gelebilmek için teknolojisini yenilemiş, batılı tıbbi yöntemleri uyarlamış, düşük maliyetler ve hızlı bakım sağlayabilmeyi reklamlarında vurgulamıştır. Bu ülkede 1990'ların ortasından itibaren ekonomik liberalleşme sayesinde özel hastaneler teknolojiyi ve diğer tıbbi malzemeleri daha kolay ithal edebilir hale gelmiş bu sayede de alt yapılarını batılı hastanelerin düzeyine getirebilmişlerdir. Bununla birlikte, hastanelerin düzeni ve maaşların artması sayesinde denizaşırı çalışan doktorlar da kendi ülkelerine geri dönmeye başlamışlardır. Geriye dönen doktorların çoğunun uluslararası deneyimlerinin olması, potansiyel turistleri kendilerini daha rahat hissedebilmeleri için reklamlarda kullanılabilecek bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Hindistan'daki büyük hastane zincirleri yabancı hastalar için özel tercümanlar istihdam ederken, büyük oranda İngilizce konuşabilen bir ülke olmasının avantajlarından da yararlanılmıştır. Teknolojinin batılı ülkeler düzeyine getirilmesine, doktorların deneyimli ve batılı prosedürlere aşina olmasına rağmen, iş gören maliyetleri çok düşüktür ve sigorta daha az masraflıdır. Bu ülkede kalp ameliyatı gibi enfeksiyon riski yüksek ameliyatlarda bile başarı oranları dünyanın en iyi hastaneleri ile karşılaştırılabilir durumdadır (Connell, 2006: 1095).

İnsanlar sağlık turizminde kaliteli ve ucuz hizmeti tercih etmektedirler. Gelişmekte olan ülkelerde sağlık sektörü son yıllarda oldukça gelişmiştir ve sağlık hizmetleri fiyatlarının gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bu da, gelişmekte olan ülkelerin insanlara daha cazip gelmesine sebep olmuştur. Örneğin; ABD'de

kalp bypass ameliyatının fiyatı \$129.750 iken Hindistan'da bu fiyat \$8.666' dır. Başka bir ifadeyle ABD'deki bir ameliyat parasıyla Hindistan'da yaklaşık on beş kez bypass ameliyatı olunabilir (Erdoğan ve Yılmaz, 2012: 1045-1049).

“Medikal turizm henüz tüm dünyada yeni olduğu gibi, Türkiye için de yeni bir kavram yeni bir çalışma alanıdır. Kısa bir geçmişi olmasına rağmen, sektörün tüm paydaşlarının dikkatini çeken medikal turizm, Türkiye'nin önüne yeni fırsatlar sunmaktadır” (Aydın vd., 2011: 6). “Nitelikli insan gücü ve kaliteli hizmete önem verilmektedir. Etik değerler çerçevesinde, kaliteli ve Avrupa ülkelerine göre nispeten uygun fiyatlı sağlık hizmetleri sunulmaktadır. Türkiye sahip olduğu konum ve çok çeşitli turizm olanakları sayesinde de diğer ülkelere göre avantajlı konumdadır. Küreselleşmenin etkisiyle ülkemize ulaşılabilirlik artmış; internet üzerinden sosyal iletişim araçları ve tanıtım siteleri sayesinde çeşitli turizm seçeneklerinin dünyaya anlatılması ve tanıtılması kolaylaşmıştır” (Buldukoğlu, 2014: 71). “Ortadoğu ve Arap ülkeleri kadar İngiltere, Hollanda, Rusya, Ukrayna, Almanya, Romanya, Bulgaristan gibi Avrupa ülkelerinden gelen medikal turistlerin de tercih ettiği bir destinasyon konumuna gelmiştir” (Kılınç, 2013: 103).

“Coğrafi konum ve turistik açıdan Türkiye'nin konumu, medikal turizm için büyük avantajlar taşımaktadır. Türkiye potansiyeli yüksek olan ve her yıl gelişerek yeni açılımların yapıldığı, sağlık turizminin arttığı bir ülkedir” (Bahar, 2008:26). Türkiye'nin adı akredite olmuş hastanelerin yeni projeleri ile yurtdışında yankı bulmaktadır. Türkiye medikal turizm faaliyetleri için gerekli olan tüm imkânlarla sahiptir. Bunların en başında tıbbi hizmet veren hastanelerin teknoloji ve insan gücü altyapısının iyi olması ve bunların yanı sıra gerek coğrafi konumu, gerek doğal, kültürel ve tarihi güzellikleriyle sahip olduğu turistik zenginlikler gelmektedir (Genç, 2007: 96). Özellikle özel hastanelerin sayısındaki artışla birlikte sağlık sektöründe sunulan hizmetin kalitesinin, uzman doktor ve sağlık personelinin, teknolojik imkânların da artmasının Türkiye'nin medikal turizmde ön plana çıkmasını sağlayacağı ve rakip ülkelerin önüne geçeceği düşünülmektedir. Türkiye'de medikal turizm faaliyetleri tüm imkânlarla rağmen maalesef yeterli seviyede yapılamamaktadır (Aydın, 2009: 1).

Türkiye medikal turizmde başarılı olabilmek için gerekli şartların birçoğunu taşımaktadır. Türkiye'nin dünya coğrafyasındaki yeri, var olan turizm potansiyelinin sağlık hizmetlerine yansması, hastanelerin dünya standartlarındaki teknolojik donanımı doktor ve insan kaynağı kalitesi, fiyatların gelişmiş ülkelere nazaran rekabet gücü vermesi, Türkiye'nin dünya genelinde en büyük 7. Jeotermal kaynaklara sahip ülke olması bunun yanı sıra Avrupa'da

yaşayan ve sağlık hizmetini Türkiye’de almayı tercih eden Türk vatandaşlarının varlığı Türkiye’nin avantajları olarak sayılabilir (Genç, 2007: 96).

Türkiye’de medikal turizm son yıllarda özel hastanelerin bu konuya ilgi göstermesi ile hareketlenmeye başlamıştır. A sınıfı özel hastaneler başta olmak üzere birçok hastane dünya çapındaki medikal turizm fuarlarına katılmaya başlamış ve hastalara daha iyi hizmet vermek adına “Yabancı Hasta Departmanları” kurmuştur. Medikal turizm özel ilgi gerektiren ve güven esasına dayanan bir kavram olduğu için bu departmanların kurulması hastaların işini oldukça kolaylaştırmıştır (Genç, 2007: 97). Türkiye’de sunulan medikal hizmetler genel olarak aşağıdakileri içermektedir (Akdu, 2009: 40; Daştan, 2014: 150).

- Göz ameliyatları
- Diş ameliyatları
- Tüp bebek uygulamaları
- Estetik ve plastik operasyonlar
- Kalp ve damar hastalıkları

Son verilere göre 2013 yılında Türkiye’ye sağlık turizmi için gelenlerin sayısı 300.000’i aşmış durumdadır. Bu rakama sağlık merkezlerinde yapılan operasyonlarda eklenince rakam 480.000’e yükselmektedir. Genel sağlık turizminden elde edilen gelir ise 2013 itibarıyla 2,5 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır (Sağlık Turizmi Raporu, 2014: 2). “Türkiye’nin tercih edilmesindeki tek sebep Avrupa ülkelerinden daha ucuz olması değildir. Örneğin tüp bebek tedavisi için Türkiye’yi seçenlerin gelme nedenlerinden biri, Türkiye’de ilk denemede başarılı olma oranının Avrupa ülkelerinden daha yüksek olmasıdır” (Kurşun, akt. Akdu, 2009: 41).

Bunların yanı sıra Türkiye’nin diğer tercih edilme ve rekabet avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Çevirme, 2008: 10).

- Hastanelerde alt yapı ve donanım kalitesinin yüksek olması
- Ulusal akreditasyon belgesi almış hastane sayısının artması
- Fiyat avantajları
- Doktor ve sağlık hizmeti verenlerin Avrupa standartlarına eşit yüksek seviyedeki deneyimleri
- Avrupa ve Ortadoğu arasında köprü olması
- Otelcilik hizmet kalitesi
- Ülkenin doğal ve tarihi zenginliği
- Paket program çeşitliliğinin yeterince olması

- Turizm olanakları
- AB müzakere sürecinin devam ediyor olması

“Türkiye dünyanın en çok rağbet gören sağlık turizmi destinasyonlarının başında gelmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri yüzde 50-60 oranında sağladığı tasarruftur. JCI (Joint Commission International) akreditasyonu olan hastaneler baz alınarak yapılan fiyat karşılaştırmasında tasarruf açıkça ortaya çıkmaktadır” (Sağlık Turizmi Raporu, 2014: 6). Uluslararası ortak komisyon olarak da bilinen JCI akreditasyonu hastanelerin gönüllü olarak başvurdukları; uluslararası birtakım sağlık ve yönetim standartlarını gerçekleştirmiş olmaları halinde kendilerine verilen ve hastanelerin kalite çıtasının yüksekliğini gösteren bir uyum belgesidir (Memorial Sağlık Grubu, 2015). “Bir sağlık kuruluşunun hizmet kalitesini geliştirmek için tasarlanmış bir takım koşulları sağlayıp sağlamadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bir değerlendirme sürecidir” (Etöz, 2008: 52). Türkiye’de JCI akreditasyonuna sahip toplam 43 tane sağlık kuruluşu bulunmaktadır. Bu kuruluşların 38 adedi hastane, 3 adedi klinik laboratuvar, 1 adedi ayakta tedavi merkezi ve bir adedi de tıbbi nakil merkezidir (Moloğlu, 2015: 678). Örneğin kalp bypass ameliyatının maliyeti diğer ülkelere oranla daha düşüktür. Türkiye’de bu ameliyatı neredeyse yarı fiyatına gerçekleştirmek mümkündür. Hindistan ve Tayland dışındaki diğer Avrupa ülkelerinin ameliyat fiyatlarının oldukça yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Aşağıdaki tablo, pek çok hastayı hem Türkiye’yi ziyaret edip hem de medikal müdahalesini Türkiye’de yaptırmaya sevk ettiğini göstermektedir (Sağlık Turizmi Raporu, 2014: 6-7).

Tablo 2. Medikal turizmde tercih edilen ülkelerin 2013-2015 yılları arasındaki ortalama fiyat maliyetlerinin karşılaştırılması

TIBBİ İŞLEM	ORTALAMA FİYAT (\$)						
	Türkiye	Amerika	Almanya	Hindistan	Malezya	Singapur	Tayland
By-pass	12.750-21.000	210.000	-	7.500-10.500	18.500-19.500	32.500-34.000	22.500-24.500
Kalça protezi	9.000-13.500	75.399	27.000	7.000-9.500	11.500-12.000	18.500-20.000	12.000-17.000
Kalp kapakçığı ameliyatı	13.750-23.000	274.395	-	9.500-14.000	17.500-19.500	29.000-31.000	18.500-22.000
Diz nalki	9.000-13.500	69.000	23.000	7.000-10.000	11.000-12.000	17.500-18.500	10.500-16.500
Omurga füzyon	7.000-21.000	108.127	29.000	7.500-11.500	11.000-12.000	17.500-18.500	9.700-13.500
Rahim alınması	-	-	11.000	2.500-5.000	4.500-6.000	10.000-11.000	4.500-8.000

Kaynak: Companion Global Healthcare, 2015; Moloğlu, 2015.

Sağlık amacıyla yurt dışına çıkan kişilerin çıkış amaçları arasında en önemli sebeplerden biri fiyatların farklılık göstermesidir. Ülkeler arasında tedavi maliyetlerinde belirgin farklılıklar görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere çoğu Asya ülkeleri ile daha gelişmiş ülkeler arasındaki fiyat farklılığı belirgin olup karmaşık ameliyatlara için farklılıklar daha da fazlalaşmaktadır. Dünyada medikal turizm pazarından en büyük payları alan ülkeler sıralandığında Tayland, Hindistan, Malezya, Almanya, Meksika, Güney Afrika, Brezilya, Kosta Rika ilk 10 da yer alırken, bu ülkeleri Polonya, Suudi Arabistan, İsviçre, Arjantin, Türkiye, Çin, İspanya, İngiltere, Avustralya, Güney Kore ve Tayvan takip etmektedir (Moloğlu, 2015: 676). Sağlık turizmi 2014 verilerine göre Türkiye 10. Sıraya yükselmiştir. Sağlık Bakanlığının 2023 hedefi ilk 5'in içerisinde olmak ve 20-25 milyar Amerikan doları gelir elde etmektir (Sağlık Turizmi Raporu, 2014: 2). Türkiye'nin turizm olanakları bakımından oldukça zengin olması, medikal turizmde sağlık fiyatlarının diğer ülkelere oranla daha uygun olması, devlet desteğinin bulunması ve hizmet sektörünün medikal turizme olumlu etkilerinin olması (Sağlık Turizmi Raporu, 2014: 8-9) Türkiye'nin medikal turizm alanında daha da gelişerek çok daha iyi konumlara geleceğini göstermektedir.

Türkiye'nin medikal turizm hareketlerini artırarak elde edilen gelirlerin büyütülmesine yönelik yeterli altyapı ve üstyapı faaliyetleri ile sosyal ve kültürel olanakların bulunduğu, buna karşın Türkiye'nin medikal turizm pazarından yeteri kadar pay alamadığı söylenebilir. Bu nedenle medikal turizm bir ülke politikası olarak görüldüğünde ve çalışmaların bu doğrultuda yürütülmesi halinde kalıcı bir başarı elde edebilecektir (Aydın vd. 2011: 7).

SONUÇ

Son yıllarda teknolojiye gelişmeler ülkeler arası iletişimi kolaylaştırmış, aynı zamanda bu gelişmeler sağlık sektörüne de yansımıştır. Medikal turizm, Dünyada ve Türkiye'de birçok insanın kendi ülkeleri dışındaki diğer ülkelerde konaklayarak tedavi olmayı amaçlamaları olarak tanımlanan bir sağlık turizmi çeşididir ve turizm sektöründe önemli bir konuma gelmektedir. Sağlık turizminin bir çeşidi olan medikal turizm iyi değerlendirildiğinde turizmi tüm yıla yaymayı sağlamaya yardımcı olabilecek bir unsur konumundadır. Bu hedefe ulaşma bağlamında Türkiye'de medikal turizme hizmet veren akredite olmuş hastaneler bulunmaktadır. Genel olarak baktığımızda sağlık kuruluşlarının tedavi maksatlı yaptıkları medikal turizm, insanların bekleme sürelerini kısaltarak daha çok ve daha kaliteli hizmet almalarını sağlayan aynı zamanda da maliyetlerinin, hizmetlerinin paylaştırılması sonucunda ülke ekonomisine katkı sağlayan önemli bir niş pazardır.

Literatür incelendiğinde hastaların tedavi olmak amacıyla yurt dışına seyahat etmeleri anlamına gelen medikal turizm kapsamında, hasta hareketliliğinin son yıllarda yoğunlaştığı gözlenmektedir. Aynı zamanda gelen yabancı hastaların Türkiye’yi tercih etmesinin en önemli nedenlerinden biri fiyatlarının uygun olması ve kalite standartlarının yüksek olmasıdır. Maliyetlerinin düşük olması, kaliteli hizmet verilmesi, bekleme sürelerinin kısa olması, tercih edilen bölgelerdeki tatil olanakları, ülkenin tarihi ve doğal zenginliklerinin bulunması gibi birçok etken göz önünde bulundurularak planlama yapılması gerekmektedir. Bu alanda tanıtım yeterli düzeyde yapılabilirse, Türkiye’nin medikal turizm pazarında rakip ülkelere oranla daha üst seviyelere çıkması söz konusu olabilecektir. Diğer yandan hizmet maliyetlerinin yüksek ve bekleme sürelerinin uzun olduğu ülkelere daha düşük maliyetle hizmet sunan gelişmekte olan ülkelere gidiş eğilimi olduğu görülmektedir. Bu ülkelerin seçiminde düşük maliyetin yanında kalitenin de önemli rol oynadığı söylenebilir.

Dünya çapında medikal turizm hareketliliği değerlendirildiğinde Asya en çok dikkat çeken ve sürekli olarak ilerleme kaydeden ülkelerin başında gelmektedir. Medikal turizm kapsamında özellikle Hindistan, Tayland, Singapur ve Malezya gibi ülkeler dikkat çekmektedir. Türkiye’de ameliyat maliyetlerinin doğu ve uzak doğu ülkelerinin fiyatlarına yakın olmasına karşılık Avrupa ülkeleri açısından değerlendirildiğinde maliyetlerin daha düşük olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ameliyat maliyetlerinin düşük olması ve coğrafi yakınlık nedeniyle Avrupa ülkeleri açısından Türkiye’nin cazip bir medikal turizm destinasyonu olduğu söylenebilir. Turizm ile sağlık sektörünün ortak noktası olarak bilinen medikal turizmin Türkiye’de daha iyi konuma gelebilmesi için tanıtım ve pazarlamanın iyi kullanılması gerekmektedir. Bunun sonucunda Türkiye medikal turizm açısından, içinde bulunduğu coğrafya, teknolojideki gelişmeler, sağlık kuruluşlarının artış göstermesi, tarihi ve kültürel zenginlikleri sayesinde kısa sürede ilerlemesi mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

AKDU, S. A. (2009),Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma; İstanbul ve Ankara Örneği, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Anonim, “Companion Global Healthcare”, (2015).
<http://www.companionglobalhealthcare.com/employers/comparecosts.aspx>, (Erişim Tarihi: 25.07.2015).

Anonim, Memorial Sağlık Grubu (2015).
http://www.memorial.com.tr/kurumsal/akreditasyon_jci/?referrer=ebulleten, (Erişim Tarihi: 30.08.2015).

Anonim, Sağlık Turizm Platformu (2014), http://www.saglikturizmiplatform.com/Medikal_Turizm.asp, (Erişim Tarihi: 20.06.2015).

Anonim, Sağlık Turizmi Raporu (2014).
http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf, (Erişim Tarihi: 23.07.2015).

- Anonim, T.C Sağlık Bakanlığı Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013, <http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-91778/h/turkiye-medikal-turizm-degerlendirme-raporu-2013.pdf>, (Erişim Tarihi: 28.07.2015).
- AVDEREN, S. (2011), İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Türk Sağlık Turizmi İçindeki Yeri, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Niğde.
- AYDIN, D.; AYPEK, N.; AKTEPE, C.; ŞAHBAZ, R. P. ve ARSLAN S. (2011), “*Türkiye’de Medikal Turizmin Geleceği*” Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Koordinatörü, Ankara.
- AYDIN, D. (2008), “Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Ortadoğu’daki Yeri”Sağlık Turizmi Bülteni, Eylül – Ekim, yıl: 1, sayı: 5, ss. 6-10.
- AYDIN, D. (2009), “Türkiye’de Medikal Turizmin Geleceği” Sağlık Turizmi Bülteni, Ocak – Şubat, yıl: 2, sayı: 7, ss. 1.
- BAHAR, M. (2008), “Türkiye’de Sağlık Turizmi Bilinci Artıyor” Sağlık Turizmi Bülteni, Eylül – Ekim, yıl: 1, sayı:5, ss. 26-27.
- BAKA (2011). Sağlık Turizmi Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- BULDUKOĞLU, S. (2014), Sağlık Turizminin Türkiye’deki Yeri ve Önemi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- CONNELL, J. (2006), “*Medical tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery*”Tourism Management 27 (2006) 1093–1100.
- ÇEVİRME, F. (2008), “Global Ekonomik Kriz Sağlık Turizmini Artırıyor” Sağlık Turizm Bülteni, Kasım – Aralık, yıl:1 sayı:6, ss. 9-11.
- ÇONTU, M. (2006), Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- DAŞTAN, İ. (2014), “*Türkiye’de Sağlık Turizmi: Türkiye ve Özelinde İzmir’de Sağlık Turizminin Mevcut Durum Analizi ve Strateji Önerileri*”Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:6, Sayı:10, ss.143-163.
- ERDOĞAN, S.; YILMAZ, E. (2012), “*Medical Tourism: An Assement On Turkey*”Joint Conference of the 11th International Conference of the Asia Chapter & 2nd Conference of the MENA Chapter of the AHRD & 10th International Conference on Knowledge, Economy and Management. ss. 1045-1060.
- ETÖZ, S.D. (2008), Sağlık Hizmetlerinde Kalite Belgelendirme Sistemleri Ve Akreditasyon, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- GENÇ, U. (2007), “*Türkiye’de Sağlık Turizmi*” Sağlıkta Sağlıklı Bir Dönüşüm, Çerçeve Dergisi, Cilt:15, Sayı:43, s.96-97.
- GÖKSU, Y.Z. (2002), “*Mevsimselliğin Azaltılması ve Turizmin Çeşitlendirilmesi Termal Turizm (Sağlık Turizmi)*” TC Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri, cilt:1, 12-14 Nisan, ss. 12-14.
- GÜLMEZ, Z. (2012). Türkiye’de ve Dünya’da Sağlık Turizmi ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hastane ve Sağlık Kuruluşlarında Yönetim Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- HALL, C. M. (2011), “*Health And Medical Tourism: A Kill Or Cure For Global Public Health?*”,Tourism Review, Vol. 66 Iss: 1/2, pp.4 - 15
- HUNTER, W.C. (2007), “*Medical Tourism: A New Global Niche*” International Journal Of Tourism Sciences, 7(1), ss. 129-140.
- İÇÖZ, O. (2009), “*Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm Ve Türkiye’nin Olanakları*”Journal of Yaşar University, 4(14), ss. 2257-2279.
- KHAFİZOVA, L. (2011), Medikal Turizmin Gelişmesinde Seyahat İşletmelerinin Önemi ve Türkiye’deki Durum, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- KILINÇ, E. (2013), Medikal Sağlık Turizminin Stratejik Planlaması: Isparta Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- MOLOĞLU, V. (2015), “*Yükselen Bir Değer Olan Medikal Turizmin; Türkiye Ekonomisine Katkısı*”, International Conference On Eurasian Economies. 673-680.
- ÖZKAN DEMİRER, E. (2010), Türkiye’de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- ÖZTÜRK, Y.; Y., İrfan (2002), “*Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma*” Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, sayı:2, ss. 1-14.
- TAŞ, İ. (2010), Avrupa Birliği’nde Sağlık Turizmi Kapsamında Sınır Ötesi Hasta Hareketliliği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Avrupa Birliği Anabilim Dalı, İzmir.
- TOPUZ, N. (2012), Türkiye Sağlık (Medikal) Turizm Stratejisi 2023, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- TÜRKİYE SAĞLIK VAKFI (2010), Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi-2010 Durum Tespit Raporu ve Çözüm Önerileri, Efil Yayınevi, Ankara.
- TÜRKSOY, A.; TÜRKSOY, S.S. (2010), “*Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi*” Ege Akademik Bakış, Sayı:1, Cilt: 10, s.699-725.

DÜNYA STANDARTLARINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK RAPORLAMASI: TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Ferdi BİŞKİN¹

M.A. Kadriye AKMEŞE²

Serpil KAYA³

ÖZET

Günümüzde küreselleşmenin de etkisi ile bilinçlenen tüketici talep ve beklentileri karşısında işletmeler birer vatandaş gibi sorumluluklar edinmektedirler. Sorumluluklarını yerine getirmek suretiyle işletmeler bir yandan müşteri beklentilerini karşılarken bir yandan da kendi sürdürülebilirliklerini sağlamaktadırlar. Birçok alanda işletmelere fayda sağlayan Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) uygulamalarının ilgili kesimlere duyurulması KSS raporlamasını ortaya çıkarmıştır. Bu raporlar işletme faaliyetleri ile ilgili en güvenilir bilgileri ilgili kesimlere sunarken, tüketici ve paydaşlar için de kararları konusunda yardımcı olan önemli kılavuzları oluşturmaktadır. Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının tarihi gelişimi incelenmiş ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization-UNWTO) tarafından belirlenen dünyanın turizm alanında gelişmiş ilk 10 ülkesinde KSS raporlaması üzerine bir inceleme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), KSS Raporlaması, Turizm İşletmelerinde KSS Raporlaması, Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative - GRI), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization-UNWTO).

GİRİŞ

İşletmelerde uygulanan sosyal sorumluluk faaliyetleri günümüzde işletmelerin sürdürülebilirlikleri için bir zorunluluk halini almaya başlamıştır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), kurumların sosyal hayat içinde toplumla bir bütün olarak var olmaları nedeniyle birer vatandaş gibi yükümlülüklerinin bilincinde olmalarını ifade etmektedir.

KSS faaliyetleri ile bir yandan toplum tarafından talep edilme oranını arttırmaya çalışan işletmeler diğer yandan vergi avantajı sağlama, rekabet ortamında sürdürülebilirliğini sağlama, çeşitli hedef kitlelerce tanınırlığını artırma gibi avantajlar edinmeyi hedeflemektedir. Bu avantajları elde etmesi ise KSS faaliyetlerinin topluma duyurulması ile mümkün hale gelmektedir. KSS faaliyetlerinin ilgili kesimlere ilanı, kurumlarca uygulanmış

¹Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, fbiskin@konya.edu.tr

²Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, alevakmese@gmail.com

³ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, serpill_kayaa@hotmail.com.tr

olan sosyal nitelikli faaliyetlerin, yine kurumlar tarafından hazırlanmış, toplumun gereksinimleri doğrultusunda yararlanabileceği sosyal raporların yayınlanması ile gerçekleşmektedir.

Bilişim çağı ve küreselleşmenin de etkisi ile bilinçlenen tüketiciler, kurumlardan, finansal raporlar yanında sosyal ve çevresel raporların da üretilmesini talep etmeye başlamışlardır. Bu gelişmeler ile birlikte sosyal raporlama ortaya çıkmış ve işletmeler ekonomik, sosyal ve çevresel başarılarını birlikte sunmaya başlamışlardır (Yanık ve Türker, 2012: 298). Sosyal raporlama, işletmenin sosyal konulardaki uygulamalarını toplumla paylaşma sürecidir (Aydemir, 2012: 33). Sosyal raporlar işletmelerin tercihleri doğrultusunda finansal raporların içinde bir bölüm olarak yayınlanabildiği gibi, finansal raporlardan bağımsız ayrı bir rapor olarak da yayınlanabilmektedir. Günümüzde sıkça duyulmaya başlanan “sürdürülebilirlik raporları” ile işletmeler, sosyal konularda gerçekleştirdikleri uygulamaları ve dünya standartlarındaki düzenlemelere uyumları konusundaki sertifikaları belgelemektedirler.

Bu gelişmeler doğrultusunda bu çalışmada Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) tarafından belirlenen, 2014 yılında en çok tercih edilen 10 ülkenin turizm işletmelerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlamaları üzerine bir inceleme yapılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

KSS, işletmelerin üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalardaki faaliyetleri esnasında topluma zararlı faaliyetler açısından işletmeyi sınırlayan, toplumun refahına katkıda bulunmayı zorlayan ve bunu öngören politikalar, süreçler ve eylemleri benimsemeleri olarak ifade edilebilir (Koyuncu, 2010: 6).

KSS, bir işletmenin, çevresel, sosyal ve ekonomik performans arasındaki denge için gayret etmesidir. KSS, sürdürülebilir kalkınma sağlayabilmek için bu üç performans arasındaki etkileşimi ifade etmektedir (Trang, 2011: 10). Avrupa komisyonu ise kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin faaliyetlerinde ve ilgili kesimlerle olan iletişimlerinde sosyal ve çevresel konuları da göz önünde bulundurması olarak tanımlamaktadır (Hamid, 2010: 1).

Sosyal sorumluluk, 1980’li yılların başlarında “İşletmelerin ekonomik faaliyetlerinin, onunla ilgili tarafların hiçbirinin menfaatlerine zarar verilmeden yönetilmesi” olarak tanımlanırken, günümüzde, işletmenin ekolojik çevreyle ilgili sorumluluğu da çevre bilincinin artmasıyla birlikte sosyal sorumluluk kavramının bir parçası haline gelmektedir (İlic, 2010: 305).

Değişen toplum yapısı ve küreselleşmenin etkisi ile kurumsal sosyal sorumluluk tanımı ve kapsamı zamanla değişim göstermiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamı toplumdan topluma farklılaşsa da temelde dört boyutu bulunmaktadır. KSS'nin bu dört boyutu ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik olarak bir ayrıma tabi tutulmuştur. İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bu dört farklı sorumluluk alanı belirli seviyelerde olmakla birlikte, etik ve hayırseverlik boyutu gün geçtikçe artmaktadır (İlic, 2010: 308).

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye ve Dünyadaki Tarihi Gelişimi

KSS kavramının tarihi gelişimine bakıldığında konunun yardımlaşma ile ilgisinden dolayı çok eskilere dayandığı söylenebilir. Ancak bugünkü anlamdaki KSS uygulamalarının gelişimi özellikle ABD kaynaklı olarak 19. yüzyıl sonlarında ortaya çıkmaya başlamıştır. KSS konularının yer aldığı ilk ders, 1890'ların sonunda "ticaret etiği" adı ile California Üniversitesi'nde okutulmaya başlamıştır. 20. yüzyılda ise ABD'de din adamlarının, iş adamlarının halkın yoksul kesimine yardım etmesi önerilerinde bulundukları görülmektedir. 1920'lere gelindiğinde iş etiği ile ilgili kurallar geliştirilmiştir. 1929 Krizi ve İkinci Dünya Savaşı ile bir durgunluğa giren kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve tartışmaları yarım yüzyıllık bir süreçte gelişerek bugünkü halini almıştır (Öztürk, 2013: 7-8).

Kurumsal sosyal sorumluluğun modern dönemi, 20. yüzyılın ikinci yarısında ve Howard Bowen'in 1953'teki "Social Responsibilities of the Businessman" adlı çalışması ile başlamıştır. Önceki elli yılda bu kavrama ilişkin çok sayıda tanımlama yapılmıştır. Ancak son yaklaşım, KSS'yi, işletmenin toplumun bir üyesi olarak katılım sağlaması, tüm toplumu dikkate alması ve işletmenin kazançlarından bağımsız bir biçimde tüm toplumun refahını geliştirmesi yoluyla topluma yararlı olma yönünde kaynaklarını kullanma zorunluluğu olarak ifade etmektedir (Sarıkaya, 2009: 70).

KSS kavramının Türkiye'deki tarihi gelişimine bakıldığında sosyal sorumluluk uygulamalarının ortaya çıkışının çok eskilere dayandığı söylenebilir. KSS kavramı olarak kullanılsa da sosyal yardımlar ve bağışlar ile işletmeler, sosyal hayatta varlıklarını sürdürmekteydiler. Geçmişten günümüze değin geçen süreçte sorumluluk faaliyetleri yardım kapsamından KSS kavramına ulaşmıştır.

Türkiye'de KSS uygulamalarına 2000'li yıllardan sonra etkin ve yaygın bir biçimde yer verdikleri görülmektedir. Bu gecikmenin öncelikli nedeni olarak ekonomik istikrarsızlık gösterilebilir. Bir kaç yıl ara ile yaşanan ekonomik krizler ve yüksek enflasyon oranları

kurumları temel sorumlulukları olan ekonomik sorumluluklar üzerinde yoğunlaşmalarına neden olmuştur. 2000’li yıllarda, enflasyon oranının düşmesi, kişi başına düşen milli gelirdeki artış gibi ekonomideki olumlu gelişmeler kurumların KSS uygulamalarına yönelmelerini kolaylaştırmıştır. Türkiye’deki KSS anlayışı ile ilgili bir başka kritik gelişme ise 17 Ağustos 1999 yılında meydana gelen büyük deprem sonrasında özellikle kurumsal yardımların yapılması ve bu kurumların toplumun takdirini toplamasıdır. Bu tarihten sonra kurumlar bu yardımları daha stratejik biçimde ele almaya başlamıştır. KSS bilincinin oluşmasının bir sonucu olarak Türkiye’de KSS Derneği kurulmuştur. Bu dernek 2008 yılında KSS Avrupa üyeliğine kabul edilmiştir ve Türkiye’deki KSS gelişimine dair ilk raporunu 2008 yılında yayınlamıştır. Bu derneğin çalışmaları dışında Capital dergisinin 2005 yılından itibaren her yıl Sosyal Sorumluluk Liderleri’ni sunduğu bir araştırmanın da yapıldığı görülmektedir (Öztürk, 2013: 10).

Türkiye’de son yıllarda işletmeler, bilinçli tüketicilerin beklentilerini tam olarak karşılayabilmek ve uzun vadede ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlama amacı ile KSS faaliyetlerine önem vermeye başlamışlardır. Ancak gelişmiş ülkelere kıyasla daha yeni bir kavram olması sebebi ile işletmeler, sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsallaştırma aşamasındadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması

Kurumsal sosyal sorumluluk raporları, yıllık faaliyet raporlarında ya da ayrı raporlarda işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin boyutlarının gösterildiği işletme içi ve işletme dışı menfaat sahiplerine finansal ve finansal olmayan bilgi sunan raporlardır (Yılmaz, 2010: 134).

Günümüzde Avrupa, Asya ve Amerika’da faaliyet gösteren yüzlerce şirket, kendi sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıkladıkları periyodik raporlar hazırlamaktadırlar. Finansal raporlamanın doğal bir uzantısı olarak KSS raporları işletmenin çevresel, ekonomik ve sosyal performansını açıklamada işletme raporlamasının kapsamını genişletmektedir. Bu genişleme toplumsal fayda yönünde olurken, menfaat sahiplerine finansal konularda hesap verme şeklinde ifade edilebilecek geleneksel rolün ötesinde, işletme sorumluluklarının genişletilmesi anlamını taşımaktadır (Başar ve Başar, 2006: 214).

İşletmelerin KSS raporlarını paydaşları ile iletişimin bir yolu olarak kullanmaları işletmeye paydaşları arasında olumlu imaj yaratmaktadır. Bu paylaşım, işletmelerin rakipleri ya da aynı piyasada faaliyet gösteren benzer firmalar arasında farklılıklarını göstermelerini de

sağlamaktadır. Bütün bu faydalarına rağmen, tüm dünyaca uyumlaştırılan ve uygulanan resmi bir KSS raporu yönetmeliği bulunmamaktadır (Trang, 2011: 12).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Türkiye ve Dünyadaki Gelişimi

KSS faaliyetlerine ilişkin ilk raporlama örneklerine 1970’li yıllarda rastlanmaktadır. 1970’lerde bir dizi ülke çevresel ve sosyal raporlamayı desteklemiştir. Fransa bu konuda öncü olmuş ve 1977 yılında çıkarılan “Bilan Social Kanunu” 300’den fazla çalışanı olan işletmelerin çalışma ve istihdam göstergelerini içeren çalışan raporu oluşturmasını zorunlu kılmıştır. İşletmeler tarafından yıllık olarak hazırlanan bu raporlar, işçi temsilcileri ve yöneticilerden oluşan bir komitede tartışılmakta ve onaylanmaktadır. 1980’lerin sonlarında ABD’de zehirli atıklarla ilgili 1987 “Bilgi Edinme Hakkı Kanunu”, daha sonra 1990 “Kirliliği Önleme Kanunu” olarak genişletilmiş, buna cevap olarak halk baskısıyla raporlama gelişmeye başlamıştır. 1990’ların sonunda KSS ile ilgili raporlamalar çevresel raporlar tarafından etki altına alınmıştır. 2000’li yıllarda ise KSS raporlaması hızlanarak artış göstermiş ve dünyanın her yerine yayılarak uygulanmaya başlamıştır (Yıldız, 2012: 96).

Türkiye’de işletmeler 1970’li yıllara kadar raporlarında yalnızca finansal tablolar ve finansal performans göstergelerine yer vermişlerdir. Ancak bu yıllarda toplum yapısının değişimi, sosyal eşitlik ve adalet kavramlarının öne çıkması ile birlikte bu raporlarda sosyal konulara da yer verilmeye başlanmıştır. 2000’li yıllarda ise “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması” adı altında, işletmelerin çevresel ve sosyal performanslarının sunulduğu raporlama çeşidi ortaya çıkmıştır (Aksoy, 2013: 29).

Son 50 yılda politik ve ekonomik yapıya bakıldığında Türkiye’nin şartları, ordunun müdahaleleri, yüksek enflasyon dalgalanmaları yaşayan dengesiz bir ekonomi etkisi altında uzun vadeli planlama yapabilmek ve dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma sağlamak için pek de elverişli olmadığı görülmektedir. Ekonomiyi serbestleştirmek ve gelişmiş ülkelerin ekonomisiyle rekabet edebilir bir seviyeye çıkarabilmek için 1980’lerden itibaren Türkiye ciddi ilerleme kaydetmiştir. Fakat bu süreç beraberinde birtakım dezavantajlar da getirmektedir. Artan rekabet, işletmeleri fiyat baskısı altında bırakmış ve kârlılıklarını koruyabilmek için KSS aktivitelerini ertelemeye itmiştir (Göçenoğlu ve Onan, 2008: 7). Türkiye’de KSS aktivitelerindeki bu gecikmeden dolayı KSS raporlaması da 2000’li yıllarda ortaya çıkmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ile İlgili Standartlar

Sosyal ve etik kurallar her topluma özgü olarak ortaya çıktığından KSS kavramının içeriği de toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bu nedenle küresel anlamda bir sosyal sorumluluk çerçevesinden bahsetmek oldukça güçleşmektedir. KSS raporlaması da sosyal sorumluluk faaliyetlerindeki bu değişkenlikten dolayı bir standarda bağlanamamaktadır. Bu durum küresel anlamda işletmeler ve ilgili kesimler arasındaki iletişimde karışıklıklara neden olabilmektedir. Bu karışıklıkları önlemek amacı ile 1990'lı yıllar itibariyle KSS faaliyetleri ve bunların raporlanması küresel bazı kurumlarca belirli bir standarda bağlanmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmalar kapsamında KSS ve KSS raporlaması ile ilgili çeşitli küresel geçerliliğe sahip standartlar ortaya konulmuştur. Çalışmanın bu kısmında bu standartlara değinilecektir.

SA 8000 Standartları

İşletmenin öncelikle iç çevresine karşı olan sorumluluklarını ele alan, merkezi NewYork'ta bulunan Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütü(Social Accountibility International - SAI), çalışma ortamlarının ve şartlarının iyileştirilmesi ve bunlar ile ilgili olarak gönüllülük esasına bağlı dış taraflarca denetlenebilir bir standart geliştirme, amacıyla kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ilk olarak bu kurum tarafından 1997 yılı Ekim ayında, çalışanların temel haklarını garanti altına almayı amaçlayarak yayınlanmıştır (Tütüncü, 2008: 176).

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı, çocuk iş gören, zorla çalıştırılan iş gören, sendika kurma ve toplu pazarlık hakkı, çalışma saatleri, maaş ve ücretler, sağlık ve güvenlik, ayrımcılık ve disiplin uygulamaları konularını kapsamaktadır. Bu standart ile iş görenlerle ilgili belirtilen konularda çalışan haklarının garanti altına alınması amaçlanmıştır.

ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi

ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi, özünde doğal kaynak kullanımının azaltılması, toprağa, suya, havaya verilen zararların en aza indirilmesini amaçlayan, risk analizleri tabanında kurulan bir yönetim modelidir.ISO 14000'in getirdiği standartlar sayesinde temiz bir çevre teşvik edilirken, aynı zamanda iş dünyasının, iş hacminin ve ticaretin de büyümesi amaçlanmaktadır. ISO 14000 serisi içinde belgelendirilmesi yapılan standart ISO 14001 standardıdır ve yürürlükte olan standardın tam adı ISO 14001:2004 Çevre Yönetim Sistemleri-Şartlar ve Kullanım Kılavuzu'dur (Aydemir, 2012: 79).

SA 8000 standardından farklı olarak ISO 14000 serisi standartları çevrenin ve doğal kaynakların korunmasına yöneliktir. Bu standart çerçevesinde işletmenin faaliyetlerinde çevreye en az zararın verilmesi ya da verdiği zararların tamamen ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır.

AA 1000 (Account Ability 1000)

Account Ability, sürdürülebilir kalkınmada yükümlülük anlayışını geliştirebilmek amacıyla, 1999 yılında, AA1000 standart sistemini uygulamaya geçirmiştir. Kuruluş, toplumsal denetim ve raporlama uygulamalarının profesyonelleşmesini sağlayarak, işletmeler ve toplum arasındaki güven eksikliğini gidermeyi hedeflemektedir. Bu amaçla, AA1000, toplumsal ve etik muhasebe, denetim ve raporlamanın belli bir standart çerçevesinde kalitesini arttırmayı böylelikle, işletmelerin sürdürülebilir kalkınma konusunda ilerlemelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu çerçeve içinde bir garanti ve derecelendirme sistemi de geliştirilmiştir. Öte yandan, paydaşlarla ilişkilerin belli bir kalitede sürdürülebilmesi için bu konuda da bir standart oluşturulmuştur. AA 1000 uluslararası geçerliliği, olumlu sonuçları ispatlanmış tek uygulamadır. Amacı, işletme faaliyetlerini paydaş beklentilerine göre şekillendirmek, karar alma ve uygulama süreçlerinde işletme olanakları ve hedefleri doğrultusunda paydaş katılımını sağlamaktır (Yüksel, 2009: 25).

Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative - GRI)

KSS raporlamaları ülkeden ülkeye hatta işletmeden işletmeye farklılık gösterebilmektedir. Bu durum aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin raporlarındaki verilerin karşılaştırılmasını ve bu konuda bir düzen oluşturulmasını zorlaştırmaktadır.

Global Reporting Initiative(GRI), sürdürülebilirlik raporlamalarını tüm organizasyonlar tarafından rutin ve finansal raporlamalar ile karşılaştırılabilir olarak düzenlenmesini sağlamak amacıyla 2002 yılından bu yana serbest bir sürdürülebilirlik raporlama çerçevesi sunmaktadır (Bausch, 2012: 62).

GRI, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme - UNEP) ve BM Küresel İş Birliği Sözleşmesi (United Nations Global Compact) gibi Birleşmiş Milletler programları ile yakın işbirliği içinde çalışan, dünya çapında faaliyet gösteren, kâr amacı gütmeyen ve çoklu paydaş yapısına sahip bir kuruluştur (Aydemir, 2012: 72). Bu raporlama çerçevesi sayesinde işletmeler, sosyal, çevresel ve ekonomik faaliyetlerini raporlayarak ilgili kesimlere sunabilmektedirler.

GRI'nın kuruluş amacı, küresel olarak uygulanabilir bir sosyal sorumluluk, çevre sorumluluğu ve finansal sorumluluğu içeren sürdürülebilirlik raporlaması rehberi geliştirmek ve üçlü performans raporlamasını finansal raporlama gibi rutin ve karşılaştırılabilir hale getirmektir (Aksoy, 2013: 38).

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi – BMKİS (United Nations Global Compact - UNGC)

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (BMKİS - UNGC), 2000 yılında başlatılan küreselleşmenin artan hızına paralel olarak, sürdürülebilirlik ve kurumsal sorumluluk anlayışları çerçevesinde politika üretmek ve uygulamaya geçirmek üzere oluşturulan en kapsamlı platformdur. Sözleşme işdünyası için ortak bir kalkınma kültürü oluşturmak amacıyla evrensel ilkeler öneren, yenilikçi bir kurumsal sorumluluk yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir. Yalnızca Birleşmiş Milletler organlarını ve sivil toplumu değil, tüm özel sektör işletmelerini ve kamu kuruluşlarını da kapsayan sözleşme; insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele konularında küresel çapta kabul görmüş on ilkeyi temel almaktadır (Aydemir, 2012: 62).

Tüm bu incelenen standartların içinde genel olarak küresel bir çerçeve sunan en kapsamlı raporlama şablonu GRI tarafından hazırlanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada dünya turizm örgütü verilerine dayanarak en gelişmiş 10 ülkede turizm sektöründeki işletmelerin GRI standartlarında kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırlama rakamları incelenmiştir.

Tablo 1. Birleşmiş Milletler Küresel Sözleşmesinin On İlkesi

Birleşmiş Milletler Küresel Sözleşmesi'nin On İlkesi	
İnsan Hakları	
İlke 1:	İşletmeler uluslararası ilan edilmiş olan insan haklarının korunmasına saygı duymalı ve desteklemeliler.
İlke 2:	İşletmeler insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalıdır.
Çalışan	
İlke 3:	İş dünyası, çalışanların sendikalaşma özgürlüğünü desteklemeli ve toplu pazarlık hakkını etkin biçimde tanımalı.
İlke 4:	Zorla ve zorunlu işçi çalıştırmanın engellenmesini sağlamalı.
İlke 5:	Çocuk iş gücü çalıştırmanın etkin bir şekilde kaldırılmasına katkı sağlamalı.
İlke 6:	İşe alım ve çalıştırma aşamalarında her türlü ayrımcılığın önüne geçilmeli.
Çevre	
İlke 7:	İş dünyası çevre sorunlarına yönelik önleyici yaklaşımları desteklemeli.
İlke 8:	Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü faaliyet ve oluşumu desteklemeli.
İlke 9:	Çevre dostu teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaşmasını desteklemeli.
Yolsuzlukla Mücadele	
İlke 10:	İş dünyası, haraç da dahil her türlü yolsuzlukla mücadele etmelidir.

Kaynak: Aydemir, 2012: 63.

Turizm Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları

İnsanlar, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülke veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip-görme, dinlenme, eğlenme, öğrenme gibi psikolojik ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ekonomik anlamda geniş etkiler doğuran ve turizm olarak isimlendirilen bu olay, günümüz uygarlığının temel bir özelliğini oluşturmaktadır (Yıldız, 2011: 55).

Sosyal sorumluluk konuları gündeme geldiğinde turizm sektörü genellikle şiddetli bir biçimde eleştirilir. Özellikle az gelişmiş ve doğal verileri çekicilik unsuru oluşturan ülkelerde ekonominin döviz ihtiyacının karşılanması ana hedef alınarak turizm yapılaşmasının çok hızlı ve sağlıksız gelişmesi bu olumsuz eleştirilere neden olacak uygulamalara kaynaklık etmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2010: 213).

Sosyal sorumluluk kavramına önem veren turizm işletmeleri, işletmenin topluma karşı olan yararlı etkilerini arttırmaya, olumsuz etkilerini ise azaltmaya çalışırlar. Bu çerçevede, Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi'nde belirtildiği üzere KSS; turizm işletmelerinin topluma karşı dürüst davranmaları, paydaşlar ile ilişkilerini düzenlerken sorumlu bir tutum sergilemeleri, iş görenlerinin, ailelerinin ve toplumun hayat kalitesini yükseltirken ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları gibi çok sayıda sosyal konular üzerine eğilmelerini gerektirir (Uçar ve Türker, 2013: 157).

Dünyada konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetleri incelendiğinde çok farklı örnekler dikkati çekmektedir. Örneğin (Ateşoğlu ve Türker, 2010: 213-214),

- Güney California'da beş kentteki konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri birlikte bir program şekillendirerek, alkol kullanımında yapılan hataların kişi ve çevresine verdiği zararlar ve doğru alkol kullanma alışkanlığının nasıl olması gerektiği konusunda çocuklara yönelik eğitimler vermişlerdir.
- Pennsylvania, Altoona'daki Seven Springs Resort işletmesi Ebara Environmental Engineering Company ile yiyecek atıklarının çürütülerek geri kazanımı konusunda anlaşma yaptığı ve işletmedeki tüm yiyecek atıklarının bu proje ile çürütülme işlemine tabi tutularak, bölgeye yararlı gübreler şeklinde geri dönüşümünün yapıldığı gözlemlenmektedir.
- Kanada Pasifik Otelleri'nin şirket genelinde "yeşil program" olarak adlandırılan ve 16 nokta plandan oluşan bir program uygulamaktadır. Bu program katı atıkların depolanması için arazi kullanımını %50 ve atık kâğıt oranını %20 azaltma hedeflerini

de içermektedir. Müşterilerin programlara katılımını sağlamak üzere odalara geri dönüşümü mümkün atıklar için ayrı çöp kutuları koymuşlardır. Akkor lambalardan enerji tasarruflu lambalara dönüş, duşlarda daha az su tüketimine olanak veren yeni armatürlerin kullanımı gibi çeşitli uygulamalar program içerisinde yer almaktadır.

- Türkiye’deki turizm işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetleri incelendiğinde ise, konaklama işletmeleri ile yerel yönetimler arasında sağlanan işbirlikleri sayesinde bulunan turistik bölgenin çevre düzenlemesinin yapılması, turistik bölgelerdeki okullara katkıda bulunulması gibi faaliyetlerin varlığından söz etmek mümkündür. Özellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2008 yılı Eylül ayından itibaren çevreye duyarlı konaklama işletmelerine “yeşil yıldız” verme uygulaması ve Türkiye Otelciler Federasyonu’nun (TÜROFED) sürdürülebilir turizm uygulamalarını desteklemek için enerji politikası belirleyen ve katı atık yönetimi standartlarını yerine getiren konaklama işletmelerine “beyaz yıldız” verme uygulamaları bulunmaktadır. Bu uygulamalar, Türkiye’de turizm işletmelerinin çevreye karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri konusunda teşvik edici uygulamalar olarak dikkati çekmektedir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörü milli gelire olan katkısı, sağladığı döviz gelirleri, ödemeler dengesine katkısı ve geliştirilen iş kolları ile yaratılan yeni istihdam alanları ile ülke ekonomisine katkısı oldukça büyüktür. Turizm sektörü bugün dünyada en fazla istihdam yapılan sektörlerin başında gelmektedir. Uluslararası turizmin ülkelerin refah seviyesine yaptığı katkı ve ülkelerin döviz rezervlerini arttırıcı etkisiyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için en önemli hizmet sektörü haline gelmiştir (Özçam, 2015). Ülke ekonomisinde etkisi oldukça fazla olan turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin sağlanması için sosyal sorumluluk faaliyetleri gittikçe önem kazanmaktadır. Bilinçlenen tüketiciler tercihlerinde artık öncelikli olarak toplumun faydasını gözetmektedirler. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk uygulamaları tercih konusunda gündeme gelen önemli unsurlardan biri haline gelmiştir.

Turizm işletmeleri, hizmet üreten ve çoğunlukla içinde faaliyet gösterdikleri çevreyi girdi olarak kullanan işletmelerdir. Bu bağlamda, turizm işletmeleri sürdürülebilirlikleri ve toplumun yararı için çevre konusunda daha duyarlı davranmalı, çevreyi koruyucu politikalar geliştirmeli ve bu alanda da sosyal sorumluluk faaliyetinde bulunmalıdırlar.



Turizm İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: Turizm Sektöründe Gelişmiş İlk10 Ülke Karşılaştırması

Günümüzde KSS faaliyetleri, tüketiciler tarafından tercih edilebilmeleri için işletmeler açısından gereklilik halini almıştır. Bu faaliyetlerin işletme ile ilgili birimler tarafından kolaylıkla ulaşılabilir olması için yapılan KSS faaliyetlerinin işletmelerce raporlanması gündeme gelmiştir. Bu raporlamalar alanında uzman kurumlarca denetlenip sertifikalandırılmadıkça yalnızca reklam düzeyinde kalmaktadır. Bu nedenle raporlama alanında çeşitli standartlar oluşturan uluslararası kurumlar ortaya çıkmıştır. Bunlardan en kapsamlı raporlama şablonunu oluşturan kurum Global Reporting Initiative (GRI)'dir.

Bu çalışmada Birleşmiş Milletler'e bağlı Dünya Turizm Örgütü'nün 2014 yılı en çok ziyaret edilen ülkelere ilişkin verileri doğrultusunda, turizm alanında en gelişmiş 10 ülkenin GRI standartlarında raporlama yapma sayıları incelenerek karşılaştırılmıştır.

Tablo 2'de Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine dayalı turizm alanında en gelişmiş 10 ülke yer almaktadır. Bu ülkeler sırasıyla Fransa, ABD, İspanya, Çin Halk Cumhuriyeti, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Rusya ve Meksika'dır.

Tablo 2. 2014 Yılı Varış İstikametine Göre En Çok Ziyaret Edilen Ülkeler

Sıra	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Gelen Turist sayısı (2014)	Uluslararası Gelen Turist sayısı (2013)	2014'ün 2013'e göre değişim oranı (%)	2013'ün 2012'ye göre değişim oranı (%)
1	 <u>Fransa</u>	<u>Avrupa</u>	83.7 milyon	83.6 milyon	▲ 0.1	▲ 2.0
2	 <u>ABD</u>	<u>Kuzey Amerika</u>	74.8 milyon	70.0 milyon	▲ 6.8	▲ 5.0
3	 <u>İspanya</u>	<u>Avrupa</u>	65.0 milyon	60.7 milyon	▲ 7.1	▲ 5.6
4	 <u>Çin</u>	<u>Asya</u>	55.6 milyon	55.7 milyon	▼ 0.1	▼ 3.5
5	 <u>İtalya</u>	<u>Avrupa</u>	48.6 milyon	47.7 milyon	▲ 1.8	▲ 2.9
6	 <u>Türkiye</u>	<u>Avrupa</u>	39.8 milyon	37.8 milyon	▲ 5.3	▲ 5.9
7	 <u>Almanya</u>	<u>Avrupa</u>	33.0 milyon	31.5 milyon	▲ 4.6	▲ 3.7
8	 <u>İngiltere</u>	<u>Avrupa</u>	32.6 milyon	31.1 milyon	▲ 5.0	▲ 6.1
9	 <u>Rusya</u>	<u>Avrupa</u>	29.8 milyon	28.4 milyon	▲ 5.3	▲ 10.2
10	 <u>Meksika</u>	<u>Kuzey Amerika</u>	29.1 milyon	24.2 milyon	▲ 20.5	▲ 3.2

Kaynak: TÜROFED Turizm Raporu 2015/2: 11

Tablo 3. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’ne Göre En Gelişmiş 10 Ülkenin GRI Standartlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlama Sayıları

Ülkeler	GRI’yaUyumlu Raporlama Sayısı 2014	GRI’yaUyumlu Raporlama Sayısı 2015
 Fransa	2	2
 ABD	7	2
 İspanya	10	2
 Çin	-	-
 İtalya	2	2
 Türkiye	-	-
 Almanya	4	1
 İngiltere	1	2
 Rusya	1	-
 Meksika	-	-

Kaynak: Global Reporting Initiative verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır. (<http://database.globalreporting.org/>, 10.01.2015).

Tablo 3’te Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre en gelişmiş olan 10 ülkenin GRI kapsamında hazırladıkları KSS raporlarının sayıları bulunmaktadır. Bu veriler incelendiğinde Türkiye, Meksika ve Çin Halk Cumhuriyeti’nin 2014 ve 2015 yıllarında hiç raporlama yapmadığı görülmektedir. En çok raporlamayı ise 2014 yılında 3. sırada yer alan İspanya yapmıştır. 2014 yılında İspanya’yı ABD, Almanya, Fransa, İtalya, Birleşik Krallık ve Rusya izlemektedir. 2015 yılında ise Almanya’dan 1 turizm işletmesi raporlama yaparken diğer 7 ülkeden 2’şer işletme raporlama yapmıştır.

Bu veriler incelendiğinde toplamda GRI standartlarında KSS raporlaması konusunda en gelişmiş ülkenin İspanya olduğu görülmektedir. ABD ve Almanya ise İspanya’yı takip eden diğer ülkelerdir. GRI kapsamında raporlama yapma sayıları ile Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre en gelişmişlik sıralamalarının arasında doğrusal bir ilişki olmadığı söylenebilir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’ne göre 1. sırada yer alan Fransa, raporlama konusunda 4. sırada yer almaktadır.

Burada göze çarpan bir detay ise Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü sıralamasında 6. sırada yer alan Türkiye’nin GRI standartlarında hiç raporlamasının bulunmamasıdır. Bu durum Türkiye turizm sektörü açısından oldukça olumsuz yorumlanabilir. Türkiye, gerek bulunduğu coğrafi konumun etkisi ile gerekse tarihi geçmişiyile küresel alanda dikkat çekmektedir. Turizm anlamında oldukça verimli bir konumda olmasına ve pek çok doğal ve tarihi güzelliği bünyesinde barındırmasına rağmen global düzeyde geçerliliği olan ve tüketicilerce de kabul gören GRI standartlarına uygun raporlama bulunmamaktadır. Bu durum

küresel rekabet ortamında turizm işletmelerimizin tercih edilme oranlarını olumsuz etkileyebilmektedir.

SONUÇ

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri günümüz koşullarında işletmeler için büyük önem arz eden konulardan biri haline gelmiştir. Bilinçlenen tüketici beklenti ve taleplerine cevap verebilmek için yalnızca kaliteli mal ve hizmet üretmek artık yeterli olmamaktadır. Tüketiciler tercihlerinde toplumu ilgilendiren konular ve sorunlar üzerinde hassasiyetle duran işletmeleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu durum işletmelere küresel rekabet koşullarında ayakta kalabilmeleri için ekonomik sorumlulukların dışında sosyal ve çevresel sorumluluklar da yüklemektedir. Bu sorumluluklarının bilincinde olan ve yerine getiren işletmelerin en büyük yükümlülüğü ise bu uygulamalarını güvenilir bir şekilde ilgili kesimler için raporlar halinde sunmak olmuştur.

Turizm sektörü ekonomilerde oldukça önemli bir yer tutan sektörlerden biridir. Turizm faaliyeti ile ülkelere gelen turistlerin turizm işletmelerine, destinasyonlarına ve nihai olarak da ülke gelirine katkıları fazlaca olmaktadır. Bu nedenle tüm turizm işletmeleri, turistler tarafından tercih edilebilmek ve turizm alanında talebi arttırabilmek için çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler günümüz koşullarında çoğunlukla sosyal sorumluluk faaliyetleri olarak ortaya çıkmaktadır. Artık turizm işletmeleri ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlarken, temel girdilerini oluşturan turizm destinasyonlarını korumayı, gelen turistlerin ve içinde faaliyet gösterdikleri toplumun refahını yükseltmeyi ve beklentilerini karşılamayı amaç edinmektedirler. Bu şekilde toplum tarafından destek görürken, turistlerce tercih edilebilir olmakta ve rekabet avantajı da sağlayabilmektedirler. Tüm bunların sağlanması ise gerçekçi finansal raporların yanı sıra işletmenin tüm sosyal sorumluluk faaliyetlerini içeren kurumsal sosyal sorumluluk raporlamaları ile gerçekleşmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verileri baz alındığında 2014 yılında turistler tarafından en çok tercih edilen 10 ülke, Fransa, ABD, İspanya, Çin Halk Cumhuriyeti, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Rusya ve Meksika'dır. Bu ülkelerin turizm sektörlerinin KSS raporlaması sayıları, bu alanda küresel anlamda en gelişmiş ve kabul görmüş çerçeveyi sunan Küresel Raporlama Girişimi verileri kapsamında incelendiğinde, beklenenin aksine oldukça düşük rakamlarla karşılaşmıştır. Son iki yılda en fazla raporlama sayısı İspanya'dadır ve yalnızca 12 işletme raporlama yapmıştır. İspanya'yı 9 raporlama ile ABD ve 5 raporlama ile Almanya takip etmektedir. Fransa ve İtalya 4'er raporlama yaparken Birleşik

Krallık 'da son 2 yılda yalnızca 3 turizm işletmesi raporlama yapmıştır. Rusya 1 raporlama yaparken Meksika, Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye'den hiçbir turizm işletmesi KSS raporlaması yapmamıştır.

KSS raporlaması günümüzde işletmeler açısından gereklilik halini almaya başlamışken uluslararası çerçevede turizm alanında en gelişmiş ülkelerin bu konuda oldukça pasif kaldığı görülmektedir. Bu durum bilinçlenen tüketici beklentileri karşısında ülkeleri ve işletmeleri tercih sıralamasında gerilere iterek olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bunun önüne geçmek için devletler toplumun ortak sorunlarına özellikle de çevre ile ilgili bilinçsiz kullanma sorununa dikkat çekerek turizm işletmelerini bu yönde adımlar atmaya teşvik etmelidir. İşletmelere gerekli destekler verilerek bu konuda uygulamalar gerçekleştirmelerini ve raporlama yapmalarını sağlamalıdır. Bu raporlamalar sayesinde bir yandan toplumsal sorunlar önem kazanırken bir yandan da işletmelere faaliyetlerinde şeffaflık politikası benimsetilmektedir. Devletler, mali desteklerle, sağlanan avantajlarla, KSS raporlama alanında uzman kişilerin istihdamının sağlanmasına yönelik teşviklerle ya da zorunluluklarla turizm işletmelerini KSS raporlaması yapmaya yönlendirmelidirler. Bu şekilde bir yandan KSS raporlaması yapan işletmelerin tercih edilebilirlikleri arttırılırken bir yandan da ülke turizm gelirleri arttırılmaya çalışılmalıdır.

KSS raporlamasının tüm faydaları Türkiye için de geçerli olmasına rağmen Türkiye, turizm sektöründe KSS raporlama konusunda oldukça geride kalmış durumdadır. Türkiye'de KSS bilincinin yerleştirilebilmesi, sosyal, çevresel ve ekonomik sorunların çözümlerine ilişkin çalışmalar yapılabilmesi için KSS raporlaması işletmelere benimsetilmeli ve düzenli olarak yayınlamaları sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKSOY, Çağrı (2013), *Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Önerisi ve Türkiye'deki İşletmelerde Uygulaması*. Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ATEŞOĞLU, İrfan; TÜRKER Ali (2010). "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği"*Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 207-226.
- AYDEMİR, Ebru (2012) *Hastanelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: Bir Vak'a Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAŞAR, A. Banu; BAŞAR, Mehmet (2006) "Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye'deki Durumu"*Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*: 213-230.
- BAUSCH, Lidwine (2012) *Hotel Management Beyond Economic Responsibilities: An Exploratory Research Into Csr Views and Practices Among The Hotel Sector In Malta*. Yüksek Lisans Tezi, Wageningen: Wageningen University Department of Environmental Science.

- GÖCENOĞLU, Ceyhan; ONAN, Işıl (2008) "Türkiye'de Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu"Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, <http://www.unglobalcompact.org> (10.05.2015 tarihinde erişilmiştir).
- HAMID, Abdul. "Social Science Research Network"*Social Science Research Network*. <http://Papers.Ssrn.Com/> (10.30.2015 Tarihinde Erişilmiştir).
- İLİC, Derya Kelgökmen (2010) "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması"*Ege Akademik Bakış*, 303-318.
- KOYUNCU, Nihan (2010) *Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına İlişkin Algı ve Katılımında Kampanya Türlerinin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Yapılan Pilot Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖZÇAM, Meryem. *Iktisadi.org*. <http://www.iktisadi.org/> (10.08.2015 tarihinde erişilmiştir).
- ÖZTÜRK, Mesude Canan (2013) "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı Ve Gelişimi"*Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Yazar: Mesude Canan Öztürk, Ömer Torlak, Mine Ayman, Nuray Tokgöz ve Ebru Özgen, 2-20. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- SARIKAYA, Muammer (2009) "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik*, Yazar: Murat Ertuğrul, Muammer Sarıkaya, Aytül Ayşe Özdemir, Metin Kılıç ve Sinan Yılmaz, 65-91. İstanbul: Beta Yayınları.
- Sustainability Disclosure Database. 2015. <http://database.globalreporting.org/> (10.01.2015 tarihinde erişilmiştir).
- TRANG, Thi Thuy (2011) *Corporate Social Responsibility Reporting In Large Listed Vietnamese Companies*. Doktora Tezi, Helsinki: Lahti University Of Applied Science.
- TÜROFED "Türkiye Otelciler Derneği" Turizm Raporu, 2015. <http://www.turofed.org.tr/> (01.12.2016 tarihinde erişilmiştir).
- TÜTÜNCÜ, Özkan (2008) "SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ile İş Yaşamı Kalitesi Arasındaki İlişki" *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*: 169-199.
- UÇAR, Mehmet; TÜRKER Nuray (2013) "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları" *İşletme Araştırmaları Dergisi*; 155-183.
- YANIK, Serhat; TÜRKER İpek (2012) "Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler (Tümleşik Raporlama)" *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No: 47 (Ekim 2012): 291-308.
- YILDIZ, Yüksel (2012) *Küresel İlkeler Sözleşmesi Işığında Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YILDIZ, Zafer (2011) "Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi" *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 54-71.
- YILMAZ, Harun (2010) *Havaalanı Sisteminde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı ve Raporlaması: TAV Havalimanları Holding A.Ş. Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- YÜKSEL, Mustafa (2007) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Derecelendirilmeye Tabi Tutulan İşletmelerin Finansal Göstergeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN ÖĞRENCİLERİN SEKTÖRE KARŞI TUTUMLARININ MEZUNİYET SONRASI KARIYER PLANLAMASI VE SEÇİMİNE ETKİSİ

İlker GÜNAY¹ Zeki AKINCI²

ÖZET

Turizm sektöründe kariyer yapmak amacıyla turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre karşı tutumlarının belirlenmesi ve bu tutumlarının turizm sektöründe kariyer seçimlerine etkisinin ortaya konulması verilen turizm eğitiminin kaliteli olması açısından önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmada, turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektöre karşı olan tutumları ve bu tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer seçimlerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ve öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapma isteklerini ölçmeye yönelik ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Uygulanan faktör analizi sonucunda, ankete katılan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını oluşturan 8 faktör elde edilmiştir. Bu 8 faktör içerisinde öğrencilerin mezuniyet sonrasında sektörde kariyer yapma isteklerini etkileyen en önemli faktörlerin “kişi- endüstri uyumu”, “iş arkadaşlığı ile işe bağlılık” ve “yöneticilerin tutumu” olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Turizm Eğitimi, Tutum, Kariyer, Sürdürülebilir Turizm

GİRİŞ

Turizm Sektörü, Türkiye’de özellikle 2000’li yıllardan itibaren hızlı bir gelişim göstermiş ve uluslararası rekabet gücünün en yüksek olduğu sektörlerden biri haline gelmiştir (Çatı ve Bilgin, 2013: 24). Türkiye’ye gelen turist sayısı 2001 yılında 13 milyon 450 bin ve turizm geliri 10 milyar 450 milyon dolar iken, 2015 yılı itibariyle turist sayısı 41 milyon 617 bin ve turizm geliri 31 milyar 464 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2016). Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere sadece 14 yıl gibi kısa bir sürede Türkiye’ye gelen turist sayısında %209,4 ve turizm gelirlerinde %201,1 bir artış yaşanmıştır.

Türkiye turizm sektöründe yaşanan bu olumlu gelişmeler ilerleyen yıllarda da yükselişini devam ettirmesi beklenmektedir. Sektörün bu yükselişini ve devamlılığını sürdürebilmesi için

¹ Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, ilkergunay@outlook.com

² Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, zakinci@akdeniz.edu.tr

sektörde çalışanların ve sektörde kariyer yapmayı planlayan öğrencilerin sektöre karşı olumlu tutumlarının da sürdürmesini gerekli kılmaktadır (Solmaz ve Erdoğan, 2013: 558). Bilindiği gibi, turizm işletmelerinin kaliteli mal ve hizmet üretmesi ve kaliteli kurumların geliştirilmesinin önündeki en önemli engel sektörde çalışacak nitelikli işgücünün yetersiz olmasıdır. Sektördeki işgücünün nicelik ve nitelik açısından yetersizliği hem sektör temsilcilerince hem de işletme yöneticilerince sıklıkla dile getirilmektedir (Çatı ve Bilgin, 2013: 24). Rekabetin çok sert geçtiği dünya turizm sektörüne kaliteli mal ve hizmetle girebilmek ve sektörde söz sahibi olabilmek için toplumun turizmin önemini kavraması ve yeterli sayıda nitelikli işgücünün var olması gerekmektedir. İnsanın insana, yüz yüze hizmet sunduğu turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olması nedeniyle istenilen nicelikte ve nitelikte işgören istihdamının sağlanması sektör açısından büyük bir önem arz etmektedir. İstenilen nitelikli insan gücü de ancak etkin ve kaliteli turizm eğitimi ve öğretimiyle sağlanabilir (Ehtiyar ve Üngüren, 2008: 160; Ünlüönen ve Boylu, 2005: 13). Hacıoğlu'na göre (1992: 90) turizm eğitimi, turizm konusunda bilgili, kalifiye personel ve yönetici yetiştirilmesini amaçlayan çalışmalar bütünüdür. Yapılan bu tanım çerçevesinde mesleki turizm eğitimi veren okulların amaçları; turizm sektöründe çalışacak elemanları temel eğitimden geçirerek turizm bilinci ve felsefesini kazandırmak, turizm sektörünün gelişmesine katkıda bulunmak, turizm sektörüne yetişmiş kalifiye personel sağlamak (Mısırlı, 2002: 42) ve yönetim tekniklerini öğretmek yeni kavram, fikir ve teknolojileri kavrayabilecek üst düzey turizm profesyonellerini yetiştirmek (Üzümcü ve Bayraktar, 2004: 80) olarak tanımlanabilir.

Ülkemizde turizm eğitimi veren okulların daha çok yükseköğretim düzeyinde yoğunlaştığı ve bu yoğunlaşmanın birtakım sorunları beraberinde getireceği gündeme gelmektedir. Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde turizm eğitimi veren kurumlar incelendiğinde bizdeki işleyişin aksine genellikle kurslar ve ortaöğretim düzeyinde turizm eğitiminin yoğunlaştığı görülür (Ehtiyar ve Üngüren, 2008: 161). Nihayetinde turizm eğitimi veren kurumlar hem turizm işletmelerinin ihtiyacı olan pek çok hizmeti sağlayabilecek alt kademe insan gücünü hem ara insan gücü olarak tanımlanan orta kademe işgücünü hem de turizmle ilgili kamu ve özel sektör kurumlarına yönetici, araştırmacı ve planlayıcı üst kademe insan gücünü yetiştirmelidir (Avcıkurt ve Karaman, 2002: 53).

Turizm okulları tarafından verilen turizm eğitimi, sektörle etkin bir işbirliğiyle sektörün ihtiyaçlarına uygun personelin yetiştirilmesini ve yetişmiş nitelikli personelin de sektöre karşı olumlu tutum içerisinde olmasını ve nihayetinde istenilen nicelikte ve nitelikte öğrencilerin istihdam edilmesini sağlamalıdır. Ünlüönen'in (2004: 109) belirttiği gibi, bir eğitim

sisteminin etkinliği ve kalitesi, eğittiği kişilerin yer ve konumlarıyla ölçölmektedir. Göröldüğu gibi turizm eğitimi alan öğrenciler sektörün potansiyel birer temsilcisi durumundadır. Bu nedenlerle öğrencilerin sektörde çalışma durumlarının da incelenmesi gerekmektedir. Öğrencilerin mesleki eğitim aldıkları ilgili sektöre yönelik tutumları, sektörde çalışmaya yönelik bakış açılarını, mesleklerini sevmelerini, kariyer seğıimlerini yani gelecekte sektörde çalışıp çalışmama konusunda tercihlerini etkileyecektir.

Bilindiği gibi, sürdürölebilir turizmin temelinde eğitim yatmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023’de belirtildiği üzere ölkemizimizin itibarı ve kârlılığı, eğitim kalitesinin sürekliliğine bağlı olduğu belirtilmektedir. Türk turizm endüstrisinin kaliteli hizmet anlayışından ödün vermeden sürdürölebilir kılınması için hem yerel halkın hem de turizm öğrencilerinin sürdürölebilir turizm konusunda bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Türkiye’nin de kurucuları arasında yer aldığı ve 1975 yılından bu yana tam üyesi olduğu (MFA, 2016) Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütünden (UNWTO) Tedqual (Turizm Eğitiminde Kalite) belgesine sahip iki eğitim kurumunun olması daha uzun yolumuzun olduğunu göstermektedir (UNWTO, 2016). Çalışmanın yürütöldüğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Faköltesi bu belgeye sahip olan iki eğitim kurumundan biridir.

Bu araştırmada, lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını belirlemek ve turizm sektörüne olan bu tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer kararlarını nasıl etkilediğini ortaya koymaktır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürölebilir Turizm, Turizm Eğitimi, Tutum ve Kariyer

Sürdürölebilir turizm; insanla çevrenin birlikte var olmasıyla ilişkilidir. Asıl amaç ise turizmin gelişimine paralel olarak, doğal, kültürel, ekolojik ve biyolojik tüm kaynakların korunması ve sürekliliğinin sağlanması için uygun turizm planlamasının yapılması ve uygulanmaya konmasıdır (Keskin ve Örgün, 2015: 31).

Sürdürölebilir turizm tanımında yer alan amaçlara ulaşabilmek için örgün ve yaygın turizm eğitiminin bu doğrultuda gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023’de belirtildiği üzere etkin bir eğitimin yapılabilmesi için, eğitim ve öğretimdeki yenilikler sürekli bir şekilde takip edilmeli, turizm sektöründeki bugünkü ve gelecekteki olası değişimler iyi analiz edilerek eğitim programlarının elde edilen bulgular doğrultusunda hazırlanması sağlanmalıdır ibaresi yer almaktadır.

Sadece turizm işletmelerinin kaliteli olması sürdürülebilir turizm için yeterli bir koşul değildir. Sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilmesi için istenilen nicelikte ve nitelikte işgücünün sektörde çalıştırılması gerekmektedir. Bu ise turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne olumlu tutumlarının geliştirilmesiyle ancak sağlanabilir. Bu bağlamda, işe alınacak öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapmaları doğrultusunda öğrencilerin tutumlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm, sadece kaliteli doğal ve yapay fiziki yapılara sahip olmakla değil, aynı zamanda kaliteli hizmet sunumuyla mümkün olabilmektedir. Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için gerekli koşullardan biri olan kaliteli hizmet sunumu, ancak turizm sektörüne karşı olumlu tutuma sahip bu sektörde kariyer yapmak isteyen öğrencilerin sektörde çalışmasıyla mümkün olabilecektir.

Genel anlamda eğitim, “bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme süreci” olarak tanımlanmaktadır (Ertürk, 2013: 79). İnsan üzerine yapılan uzun vadeli bir yatırım olan eğitim, ülkelerin geleceğini etkileyen ve belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Pehlivan, 2008: 7). Kozak ve Kızılırmak’a göre (2001: 9) mesleki eğitim, “bireyin iş hayatında belirli bir meslekle ilgili bilgi, beceri, iş alışkanlıklar kazandıran ve bireylerin yeteneklerini çeşitli yönleri ile geliştiren bir süreç” olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda turizm eğitimi ise, bir yandan turizm sektörünün bir parçası olan konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri gibi turizm işletmelerinin, nitelikli işgücü ihtiyacının karşılamasına yönelik olarak yürütülen bir faaliyet (Çimen ve Akbaba, 2006: 232), diğer yandan ise sektörünün ihtiyaç duyduğu, araştırma, planlama çalışmalarını yapabilecek, işletmelerin verimliliğini arttırabilecek ve sektördeki yenilikleri takip edebilecek bireylerin yetiştirilmesi için yapılan mesleği eğitim şeklinde tanımlanabilir (Yıldız, 2013: 595).

Turizm eğitimi, ülkemizde 1953 yılında Ankara ve İzmir Ticaret Liselerinde turizm meslek kurslarıyla başlayan turizm eğitimi (Ünlüöner ve Boylu, 2009: 969), günümüzde ortaöğretim, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde yürütülmeye devam etmektedir (Boylu ve Arslan, 2013: 551). Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren toplam 68 kurum bulunmakta olup bu kurumların 42’si fakülte bünyesinde, 26’sı ise yüksekokul bünyesinde eğitim vermeye devam etmektedir (ÖSYM, 2015).

Turizm eğitimi veren kurumların temel amaçları, sektörde çalışacak öğrencileri temel eğitimden geçirmek, halkın ve turizm öğrencilerin turizm konusunda bilinçlenme bilinçlenmesini sağlamak, sektörün gelişmesi için eğitmen yetiştirmek, sektörün gelişmesine

katkıda bulunmak ve bilimsel araştırmaların yapılabilmesi için olanakların yaratılmasını sağlamak olarak sıralanabilir (Çimen ve Akbaba, 2006: 232; Yıldız, 2013: 595-596).

Boylu ve Arslan (2013: 551) tarafından yapılan çalışmaya göre her eğitim düzeyinde yıllar itibariyle turizm eğitimi alan ve mezun olan öğrenci sayılarında kayda değer artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, turizm eğitimi almış öğrenci sayısının artmış olmasına rağmen mezunların çok büyük bir kısmının sektörde çalışmadığı ve bu sektörün dışında istihdam edildiği farklı çalışmalarca ortaya konmuştur (Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000; Duman vd., 2006; Pehlivan 2008; Avcıkurt vd., 2012; Cömert, 2014). Bu çalışmalardan birine örnek olarak Baltacı vd.'lerinin (2012: 23) yapmış olduğu çalışmada bilinçsiz tercih yaparak turizm bölümünde eğitim alan öğrencilerin istedikleri şartları bulamamaları sonucunda gelecekle ilgili karamsarlığa düştükleri, memnuniyetlerinin düşük düzeyde olduğu ve turizm sektöründe kariyer yapma konusunda kararsız oldukları saptanmıştır.

Turizm eğitimi almış öğrencilerin diğer sektörleri tercih etmelerinin altında yatan sebeplerden bazıları; yetersiz sosyal güvence imkânları, düşük ücret, işgücü devir hızının diğer sektörlerle göre yüksek olması, alışma saatlerinin düzensiz ve uzun olması, işin ve çalışma ortamının stresli olması, fazla mesai ücretlerinin ödenmemesi, sektörün sezonluk ve yarı zamanlı olması, yükselme olanaklarının önündeki engeller, sektörün yorucu ve yıpratıcı etkisi, yabancı dil eğitiminin eksikliği, alınan eğitimle sektörde yapılan işin uyuşmaması gibi faktörler olarak görülmektedir (Aksu ve Köksal, 2005: 445; Erdem, 2010: 1089; Yıldız, 2013: 596; Gezen ve Köroğlu, 2014: 214; Cömert, 2014: 51).

Tutum kavramı konusunda yazın alanında ortak bir tanımlamanın yapılmadığı, birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlamanın yapıldığı saptanmıştır. Tutum kavramını Kağıtçıbaşı (1998: 84), “bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilim”, Berberoğlu (1990: 16), “genelde bir bireyin herhangi bir uyarıcı karşısında olumlu ya da olumsuz tepki gösterme eğilimi”, Eren (1993: 87), “bireyin kendi dünyasının bir yönü ile ilgili olarak belirli değer yargılarına ve inançlarına bağlı olarak ortaya çıkan coşku ve tanıma süreçleri” ve Maxwell (1996: 17), “davranışlarla anlatılan ve içten gelen bir duygu” olarak ifade etmektedir. Yazın alanında tutum ile ilgili yapılan birçok tanım çerçevesinde tutumu insanlar, nesneler ve durumlar karşısında öğrenilmiş davranış eğilimleri olarak tanımlayabiliriz (Demirel, 1993: 61). Bununla birlikte burada söz konusu bu davranışlar, doğrudan gözlenebilen davranış değil, davranışı hazırlayan, onlara rehberlik eden ön eğilimler olarak ifade edilmektedir (Pehlivan, 2008: 52).

Tutumların oluşumu hakkında en önemli şey, tutumların öğrenilebileceğidir. Bireyler, aileye, çalışma arkadaşlarına, iletişim araçlarına, eğitim kurumlarına ve yaşam deneyimlerine bağlı olarak çeşitli tutumlar geliştirirler. Tutumların öğrenilmesinde ise, kişinin içinde yaşadığı ekonomik, sosyal, politik, fiziksel (doğa) ve psikolojik ortamın etkisi vardır (Kozak ve Kızılırmak, 2001: 10). Bu görüşler doğrultusunda, kişinin herhangi bir alanla ilgili geliştirdiği olumlu veya olumsuz tutumun altında konu ile ilgili düşünceleri, duyguları ve davranışlarının etkili olduğu söylenebilir. Kariyer kavramı Yeşilyaprak (2012: 7) tarafından; “bir ömür boyu yaşanan olaylar dizisi, bireyin meslek ve diğer yaşam rollerinin birbirini etkilemesi ve izlemesi sonucu oluşan genel örüntü ve gelişim çizgisinde, özellikle iş ve mesleğe ilişkin rollerinde ilerleme, duraklama ve gerilemeleri de içeren bir süreç”, Erdoğan’a göre (2003: 11) “kişinin kabiliyetleri ve ilgilerindeki değişimler, iş alanında ilerlemesi, deneyim kazanması ve değerlendirmeleri” olarak tanımlanmaktadır. Koca’ya (2010: 57) göre de kariyer, bireyin çalışma hayatı boyunca üstlendiği işlerin tamamı olmasının yanı sıra bireyin iş yerinde kendisi için tanımlanan rol ile ilgili beklenti, amaç, duygu ve arzularını gerçekleştirebilmesi için eğitilmesi ve bu eğitim ile edindiği bilgi, beceri, yetenek ve çalışma azmi ile o örgütlerde ilerleyebilmesi anlamını da taşımaktadır.

Kişinin kariyer seçimini etkileyen birçok faktör söz konusudur ve bu faktörler iki ayrı grupta toplanabilir. Bunlardan birincisi, ilgi, yetenek, değer yargılarının yer aldığı içsel (bireysel) faktörler: diğeri de, ekonomik, politik ve sosyo-kültürel yapıyı kapsayan dışsal faktörlerdir (Duman vd., 2006: 53). Ayrıca bireysel kariyer adımlarını “kendi kendini değerlendirme, örgüt içi ve örgüt dışı fırsatları belirleme, kendi şartlarına uygun hedefleri bulma, plan hazırlama ve uygulama” olmak üzere dört başlıkta toplamak mümkündür (Eryiğit, 2000: 17-20).

Doğan ve Kekeç Morkoç’a (2014: 1423) göre kariyer planlanması, bir kişinin iş hayatında sahip olmak istediği uzmanlık ve iş başarısı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda kariyer planlaması; kariyer hedeflerini belirleme, işleri ve kariyer yollarını analiz etme, olası işletmeleri belirleme, başvurma ve elde etme olarak süreçlendirilmektedir. Kariyer planlaması süreci bireyin iş yaşamına devam etmesi açısından önemli bir süreçtir. Bu süreçte elde edeceği motivasyonla kariyerinde sürekli bir ilerleme sağlayabileceğini söylemek mümkündür (Dinçer İstanbullu vd., 2013: 44).

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını belirlemek ve sektöre olan bu tutumlarının mezuniyet sonrası

kariyer kararlarını nasıl etkilediğini saptamasıdır. Bu bağlamda yapılan bu araştırma, turizm öğrencilerinin sektöre bakış açısının değerlendirilmesi ve turizm öğrencilerinin kariyer tercihlerinin anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın evrenini, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde lisans düzeyinde turizm eğitim almakta olan öğrenciler oluşturmaktadır. 2014-2015 eğitim-öğretim yılı itibariyle turizm fakültesinde eğitim almakta olan öğrenci sayısı 1,542'dir. Anket öğrencilere gönüllülük esasına göre uygulanmıştır ve 251 öğrenciye ulaşılmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 50)'a göre 1542 kişilik bir evren büyüklüğü için 200 ve daha fazla bir sayıda örnekleme ulaşmamız yeterli olacaktır. Tavşancıl (2010: 51)'a göre faktör analizinde örneklem sayısının ifade sayısının 5 ile 10 katı arasında olması gerektiğini belirtmiştir. Eğer parametrik analizler yapılacaksa, örnekleme yer alan her bir grubun üye sayısı kabul edilen alt sınır 30 olmalıdır (Ross, 2004: 212).

Veri toplama aracı olarak anket formu hazırlanmıştır. Anket formundaki soruların ilk yedisi öğrencilerin demografik özelliklerini ölçmeye yöneliktir ifadeler kısmındaki ilk 39 soru öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ölçerken devamındaki 10 soru ise öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapma isteklerini ölçmekte olup 5'li likert ölçeği türünde sorular bulunmaktadır. Anket formunda cevap aranan sorular, Duman ve diğerlerinin (2006) çalışması ve Pehlivan'ın, (2008) yüksek lisans tezinden yararlanılarak, literatür çerçevesinde hazırlanmıştır. Ankette bulunan ters önermeli ifadeler düz önermeye çevrilerek katılımcıların ifadeleri daha çabuk anlamlandırıp hızlı cevaplandırmaları sağlanmıştır.

Araştırma evreni ve örnekleme gerekli olan veriler araştırılıp incelenerek saptanmış ve anket yöntemi doğrultusunda veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programıyla analiz edilip araştırmanın bulgularına ulaşılmıştır. Bu araştırma çerçevesinde demografik değerlendirmelere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ve öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapma isteklerini ölçmekte yönelik ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Belirlenen boyutların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-testi ve ANOVA analizinden yararlanılmıştır. Sektöre olan tutumlarını belirleyen faktör boyutları ile kariyer yapma isteği arasında ilişkiyi anlayabilmek için korelasyon analizi ve sektörde kariyer yapma isteğini etkileyen boyutları anlamak için de regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümünde ankete katılan katılımcıların çeşitli demografik özelliklerine yer verilmektedir. Araştırma da katılımcıların %53'ü (133 kişi) erkeklerden oluştuğu, %55,4'ünün (139 kişi) 20–22 yaş grubunda yer aldığı, %27,9'unun (70 kişi) 1. sınıf da eğitim gördükleri, %60,2'sinin (151 kişi) stajını yaptığı, 73,7'si (185 kişi) lisede turizm eğitimi almadığı ve % 78,9'unun (198 kişi) ise ailesinde turizm sektörü çalışanı bulunmadığı Tablo 1'den anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		<i>N</i>	%
<i>Cinsiyet</i>	Kadın	118	47
	Erkek	133	53
	Toplam	251	100,0
<i>Yaş</i>	17 -19	43	17,1
	20-22	139	55,4
	23 ve üzeri	69	27,5
	Toplam	251	100,0
<i>Sınıf</i>	1. Sınıf	70	27,9
	2. Sınıf	49	19,5
	3. Sınıf	64	25,5
	4. Sınıf	68	27,1
	Toplam	251	100,0
<i>Staj</i>	Yapan	151	60,2
	Yapmayan	100	39,8
	Toplam	251	100,0
<i>Lisede Turizm Eğitimi</i>	Turizm Eğitimi Alan	66	26,3
	Turizm Eğitimi Almayan	185	73,7
	Toplam	251	100,0
<i>Ailede Turizm Sektöründe Çalışan</i>	Olan	53	21,1
	Olmayan	198	78,9
	Toplam	251	100,0

Güvenilirlik Analizi

Sosyal bilimlerde, Alfa yönetimi kullanılarak yapılan güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Cronbach Alfa değerinin 0,60'ın üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir (Kalaycı, 2009: 404). Bu çalışmada kullanılan ölçeğin Alfa yöntemi kullanılarak güvenilirlik analize tabi tutulması sonucunda Cronbach Alfa değeri 0,798 olarak bulunmuştur. Bu oran kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Faktör Analizi

Tablo 2. Sektöre Yönelik Tutumun Faktör Analizi

<i>Faktörler</i>	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
<i>Faktör 1:Terfi İmkânları</i>		% 8,28	,650
Kısa sürede sektörde iyi noktalara geleceğimi düşünüyorum.	,612		
Sektörde terfi imkânları yüksektir.	,771		
Sektörde tanındığı (torpili) olmayanın terfi etmesi kolaydır.	,723		
<i>Faktör 2:Ücret ve Ek Gelirler</i>		% 8,17	,647
Turizm sektöründeki birçok işin ücreti çok yüksektir.	,740		
Sektör dışındaki ek gelirler (prim, konaklama, ulaşım, ikramiye) yeterlidir.	,661		
Bu sektörde çok para kazanabileceğimi düşünüyorum.	,609		
Bu sektördeki birçok işin ücreti ekonomik olarak rahat bir hayat sürmek için yeterlidir.	,586		
<i>Faktör 3:İşin Doğası ve Çalışma Koşulları</i>		% 8,05	,603
Turizm sektöründeki çalışma ortamı streslidir.	,546		
Hafta sonu tatili benim için çok önemlidir.	,671		
Özel hayatım benim için çok önemlidir.	,743		
Turizm endüstrisindeki işler çok yorucudur.	,694		
<i>Faktör 4:Sektörde Eğitimin Rolü</i>		% 8,04	,637
Turizm sektöründe terfiler liyakate (hak edişe) göre yapılır	,605		
Daha önceki mezunlar sektörde iyi pozisyonlardadır.	,781		
Turizm işletmelerinde terfi kararları alınırken çalışanların eğitim düzeyi dikkate alınır.	,736		
<i>Faktör 5:İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık</i>		% 8,01	,691
Turizm sektöründe genelde çalışanlar arasında işbirliği vardır.	,777		
Turizm sektörü çalışanlarında ekip ruhu gelişmiştir.	,787		
Yöneticiler çalışanların işletmeye olan bağlılıklarını arttırmak için yeterli çaba gösterirler.	,618		
<i>Faktör 6:Yöneticilerin Tutumu</i>		% 7,22	,621
Sektörde çalışan yöneticilerin birçoğu turizm eğitimi almışlardır.	,595		
Yöneticiler gerektiğinde çalışanların mesleki eğitim almasını sağlarlar.	,765		
Yöneticiler işlerini daha iyi yapabilmeleri için çalışanlarına yetki vermektedirler.	,729		
<i>Faktör 7:Kişi Endüstri Uyumu</i>		% 7,18	,588
Kişiliğim turizm endüstrisinde çalışmaya uygundur.	,804		
Turizm sektöründeki işlerde bilgi ve becerilerimi kullanabilirim.	,727		
<i>Faktör 8:Çalışanlar Arası İlişki</i>		% 5,80	,456
Sektörde turizm eğitimi almayan çalışanlar alanlarla iyi geçinirler.	,796		
Turizm sektöründe çalışanların genelde eğitim seviyesi yüksektir.	,578		
Toplam Açıklanan Varyans		% 60,75	
Kaiser-Meyer-Olkin 0,728			
Bartlett Küresellik Testi: 1280,7;P=0, 000			

Turizm öğrencilerinin sektöre olan tutumlarını oluşturan boyutları elde etmek maksadıyla ölçekte bulunan 39 ifade Varimax döndürme yöntemiyle açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi öncesi hesaplanan KMO değeri 0,728 olarak bulunmuş olup bu değer örneklem sayısının faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir, Bartlett

Küresellik Testi'nin sonucu ise (1280,7;p=0,000) değişkenler arasında ilişkinin var olduğunu göstermektedir. Yapılan ilk faktör analizinde 12 faktör elde edilmiştir. Eşkökenliliği 0,5'in altında (Hair ve diğerleri, 1998: 113) olan dokuz ifade ve benzer faktör yükü ile birden fazla boyut altında yer alan altı ifade analizden çıkarılmıştır. Böylece öz değeri 1'den büyük ve eşkökenliliği 0,5'in üzerinde olan toplam 8 faktör elde edilmiştir. Elde edilen 8 faktörün varyans açıklama oranı % 60,75 olup kabul edilebilir eşik değerinin üzerindedir (Nakip, 2003: 412). Faktörlerin içsel tutarlılıkları için hesaplanan Cronbach Alpha değerleri 0,456 ile 0,691 arasında değişmekte olup, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermiştir (Hair ve diğerleri, 1998: 118).

Faktörler, kapsadıkları ifadeler göz önüne alınarak “Terfi İmkânları”, “Ücret ve Ek Gelirler”, “İşin Doğası ve Çalışma Koşulları”, “Sektörde Eğitimin Rolü”, “İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık”, “Yöneticilerin Tutumu”, “Kişi Endüstri Uyumu” ve “Çalışanlar Arası İlişki” olarak isimlendirilmişlerdir (Tablo 2).

Çalışmada turizm sektöründe kariyer yapma isteğini ölçmeye yönelik 10 maddelik ölçek ayrı bir faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan faktör analizinde ilk aşamada 3 boyut ortaya çıkmıştır. Ancak eşkökenliliği 0,5'in altında olan (Hair ve diğerleri, 1998: 113) maddelerin çıkarılmasıyla 4 maddeden oluşan tek bir boyut elde edilmiştir.

Tablo 3. Sektörde Kariyer Yapma İsteğinin Faktör Analizi

	Ort.	S.S.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
Faktör: Sektörde Kariyer Yapma İsteği	3,34	0,86		% 55,68	,732
Mezun olunca turizm sektöründe çalışacağım.	3,41	1,10	,791		
Bu sektörde uzun yıllar çalışırım.	3,20	1,16	,755		
Geleceğimin turizm endüstrisinin geleceği ile ilgili olduğunu düşünüyorum.	3,32	1,14	,741		
Turizm sektöründeki iş olanakları ile ilgileniyorum.	3,43	1,21	,693		
Kaiser-Meyer-Olkin ,645					
Bartlett Küresellik Testi: 261,1P=0, 000					

Faktör analizi öncesi hesaplanan KMO değeri 0,645 olarak bulunmuş olup bu değer örneklem sayısının faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir, Bartlett Küresellik Testi'nin sonucu ise (261,1;p=0,000) değişkenler arasında ilişkinin var olduğunu göstermektedir. Elde edilen faktörün varyans açıklama oranı % 55,68 olup kabul edilebilir eşik değerinin üzerindedir (Nakip, 2003: 412). Faktörlerin içsel tutarlılıkları için hesaplanan Cronbach Alpha değerlerinin 0,732 olup, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermiştir (Hair ve diğerleri, 1998: 118). Faktör, kapsadıkları ifadeler göz önüne alınarak “Sektörde Kariyer Yapma İsteği” olarak isimlendirilmiştir (Tablo 3).

Tablo 4’de turizm sektörüne olan tutum ifadeleri ve sektörde kariyer yapma düşünceleri ifadelerine yapılan faktör analizi sonucu çıkan faktörler ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığı anlamak için t-testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda kadın ve erkek katılımcılar arasında sadece “İşin Doğası ve Çalışma Koşulları” faktöründe anlamlı bir farklılığın olduğu diğer faktörlerde ise olmadığı anlaşılmıştır ($p<0,05$).

Tablo 4. Cinsiyetin Faktörler Üzerine Etkisi

<i>Faktörler</i>	<i>Kadın (118)</i>		<i>Erkek (133)</i>		<i>P</i>
	<i>Ort</i>	<i>SS.</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>	
Terfi İmkânları	2,88	0,98	2,82	0,87	0,643
Ücret ve Ek Gelirler	2,82	0,85	2,85	0,64	0,710
İşin Doğası ve Çalışma Koşulları	3,97	0,84	3,70	0,80	0,010*
Sektörde Eğitimin Rolü	2,65	0,90	2,70	0,69	0,593
İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık	3,04	0,80	3,11	0,78	0,471
Yöneticilerin Tutumu	2,84	0,91	2,91	0,80	0,515
Kişİ Endüstri Uyumu	3,55	1,04	3,65	0,96	0,411
Çalışanlar Arası İlişki	2,45	0,75	2,58	0,84	0,211
Sektörde Kariyer Yapma İsteği	3,29	0,84	3,38	0,88	0,411

* $p<0,05$

Ankete katılan katılımcıların, sınıflarıyla (1. sınıf, 2. sınıf 3. sınıf ve 4. sınıf) turizm sektörüne olan tutum ifadeleri ve sektörde kariyer yapma düşünceleri ifadelerine yapılan faktör analizi sonucu çıkan faktörler karşılaştırmak amacıyla varyans analizi yapılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan faktörlerde farkın hangi sınıflardan kaynaklandığını anlamak için scheffe testinden yararlanılmıştır.

Tablo 5. Sınıfın Faktörler Üzerine Etkisi

<i>Faktörler</i>	<i>1. Sınıf (A)</i>	<i>2. Sınıf (B)</i>	<i>3. Sınıf (C)</i>	<i>4. Sınıf (D)</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>Anlamlı Farklılık</i>
Terfi İmkânları	2,70	3,11	2,86	2,81	2,03	0,110	-
Ücret ve Ek Gelirler	2,88	2,82	2,71	2,93	1,08	0,358	-
İşin Doğası ve Çalışma Koşulları	3,69	3,96	3,89	3,80	1,17	0,321	-
Sektörde Eğitimin Rolü	2,62	2,82	2,59	2,72	0,90	0,441	-
İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık	3,28	3,15	2,87	3,00	3,47	0,017*	A-C
Yöneticilerin Tutumu	2,96	3,01	2,71	2,87	1,46	0,227	-
Kişİ Endüstri Uyumu	3,66	3,87	3,38	3,56	2,45	0,064**	B-C
Çalışanlar Arası İlişki	2,65	2,55	2,41	2,46	1,23	0,299	-
Sektörde Kariyer Yapma İsteği	3,54	3,46	3,09	3,27	3,78	0,011*	A-B

* $p<0,05$ ** $p<0,1$

Buna göre; “İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık” faktöründe, 1. sınıf ile 3. sınıf arasında anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,017<0,05$). “Kişİ Endüstri Uyumu” faktöründe, 2. sınıf ile 3. sınıf arasında anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,064<0,1$). “Sektörde Kariyer Yapma İsteği” faktöründe, 1. sınıf ile 2. sınıf ve arasında anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,011<0,05$) ($p<0,1$) (Tablo 5).

Çalışmaya katılan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını ölçen boyutlar arasındaki ilişkilerin ve bu boyutlar ile sektörde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla, elde edilen 8 faktör ile kariyer yapma isteği değişkeni korelasyon analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 6. Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Terfi İmkânları	1								
Ücret ve Ek Gelirler	,316*	1							
İşin Doğası ve Çalışma Koşulları	-,022	-,048	1						
Sektörde Eğitimin Rolü	,261*	,261*	,041	1					
İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık	,325*	,253*	-,038	,317	1				
Yöneticilerin Tutumu	,254*	,241*	-,055	,282	,364*	1			
Kişİ Endüstri Uyumu	,189*	,230*	,087	,060	,178*	,193*	1		
Çalışanlar Arası İlişki	,203*	,245*	-,087	,299*	,324*	,213*	,017	1	
Sektörde Kariyer Yapma İsteği	,312*	,212*	-,022	,136**	,399*	,339*	,477*	,133**	1

* $p < 0,01$ ** $p < 0,05$

Korelasyon analizi sonucunda araştırmada yer alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını ölçen boyutlar arasında en yüksek korelasyon, “terfi imkânları” ile “iş arkadaşları ve işe bağlılık” arasında ($r = ,325$) bulunmuştur. Pozitif yönlü bir ilişki olan bu iki faktörden anlaşılacağı üzere iş arkadaşlarıyla olan ilişkiler ve işe olan bağlılıktaki artış doğru orantılı olarak terfi imkânlarında da artmaya neden olacaktır. “Sektörde kariyer yapma isteği” faktörünü en çok etkileyen tutum faktörü “kişİ endüstri uyumu” arasında ($r = ,477$) gerçekleşmektedir (Tablo 6).

Çalışmaya katılan lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını ölçen faktörler ile öğrencilerin turizm sektörünü kariyer olarak seçme isteği arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 7’de sunulmuştur. Tablo 7 incelendiğinde, oluşturulan model anlamlı olup ($F = 17,784$; $P = 0,000$) bağımlı değişkenin %37’sini açıklamaktadır.

Tablo 7. Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standartlaşmamış Beta	Standart Hata	Standartlaşmış Beta	Anlamlılık
Sabit	0,814	0,337		
Terfi İmkânları	0,121	0,053	0,130	0,023**
Ücret ve Ek Gelirler	-0,027	0,066	-0,024	0,677
İşin Doğası ve Çalışma Koşulları	-0,029	0,053	-0,028	0,589
Sektörde Eğitimin Rolü	-0,040	0,062	-0,037	0,514
İş Arkadaşları ve İşe Bağlılık	0,272	0,065	0,250	0,000*
Yöneticilerin Tutumu	0,150	0,057	0,149	0,010**
Kişİ Endüstri Uyumu	0,339	0,046	0,395	0,000*
Çalışanlar Arası İlişki	-0,003	0,060	-0,002	0,966

Bağımlı değişken: Sektörde kariyer yapma isteği

* $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; $R^2 = 0,371$; $F = 17,784$ (0,000)

“terfi imkânları”, “iş arkadaşları ve işe bağlılık”, “yöneticilerin tutumu” ve “kişi endüstri uyumu” boyutlarının bağımlı değişkene olan etkileri anlamlı iken “ücret ve ek gelirler”, “işin doğası ve çalışma koşulları”, “sektörde eğitimin rolü” ve “çalışanlar arası ilişki” boyutlarının etkileri anlamlı değildir. Öğrencilerin sektörde kariyer yapma isteklerini en fazla etkileyen sektöre yönelik tutum faktörü “kişi endüstri uyumu” olup bunu “iş arkadaşları ve işe bağlılık” ve “yöneticilerin tutumu” takip etmektedir.

SONUÇ

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ve bu tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer kararlarını nasıl etkilediği belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmada;

Lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumlarına ilişkin 8 temel boyut elde edilmiştir. Buna göre öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını oluşturan faktörler; “terfi imkânları”, “ücret ve ek gelirler”, “işin doğası ve çalışma koşulları”, “sektörde eğitimin rolü”, “iş arkadaşları ve işe bağlılık”, “yöneticilerin tutumu”, “kişi endüstri uyumu” ve “çalışanlar arası ilişki” olarak gruplandırılmıştır. Çalışmada belirlenen bu faktörlerin öğrencilerin turizm sektörünü kariyer olarak seçme isteği üzerindeki etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

“Sektörde kariyer yapma isteği” faktörünü en çok etkileyen tutum faktörü “kişi endüstri uyumu” arasında ($r=,477$) gerçekleşmektedir. Bu bulgu, Pehlivan’ın (2008: 85) yaptığı çalışmayla aynı sonucu vermektedir. Aynı zamanda bu bulguyu, Erdinç (2012: 1575) tarafından yapılan çalışmada elde edilen bulgular desteklemektedir. Öğrencilerin % 68,2’sinin turizm sektöründe ortaöğretim döneminde staj yaparak sektör hakkında deneyime sahip oldukları belirtilmiş ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun turizm programını bilinçli tercih ettiği ifade edilmiştir. Yapılan diğer bir çalışmada turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin turizm ve otelcilik sektörüne yönelik genel olarak olumsuz tutuma sahip olduğunu ortaya koyarken, ortaöğretimde turizm sektöründe staj yaparak sektörel deneyime sahip olarak meslek yüksekokuluna yerleşen öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir (Olca ve Çelik, 2010: 295).

Kariyer yapma isteği konusunda “kişi endüstri uyumu” tutumunu takiben “iş arkadaşları ve işe bağlılık” faktörü etkili olmaktadır. İşletme içerisinde hâkim olan olumlu enformel yapıdaki arkadaşlık ilişkilerinin kişinin öncelikle işine daha sonra da örgütüne bağlılığını güçlendirdiği anlaşılmaktadır.

Örgüt kültürünü ve iklimini yansıtan yöneticilerin çalışanlara karşı tutumları önemli rol oynamaktadır. Yöneticilerin çalışanları motive etmeleri ve onları kendilerini geliştirme ve gerçekleştirme konusunda çabaları, öğrencilerin kariyer yapma isteklerini artırmada etkili olmaktadır.

Faktörlerle cinsiyetler arasında anlamlı farklılık sadece “işin doğası ve çalışma koşulları” faktöründe olduğu, yaşlar (17-19, 20-22, 23 ve üzeri), staj yapanlar – yapmayanlar ve ailesinde turizm sektöründe çalışan olanlar – olmayanların faktörlerle karşılaştırıldığında hiçbir faktör de anlamlı farklılığın olmadığı ancak lisede turizm eğitimi alanlar – almayanlar arasından sadece “yöneticilerin tutumu” faktöründe anlamlı farklılık olduğu çalışmanın diğer sorunları arasındadır.

Çalışmada 1. sınıf (3,54), okuyan öğrencilerin sektörde kalma isteği daha yüksekken 2. sınıf (3,46) ve 3. sınıfta (3,09) bu istek azalmakta fakat öğrencilerin stajlarını tamamlamaları ve sektörü her yönüyle tanımalarından ötürü 4. sınıfta (3,27) okuyan öğrencilerin sektörde kalma isteklerinde küçük bir artış olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 5). Varılan bu sonucu Erdinç ve Yılmaz (2012: 842) tarafından 12 farklı üniversitede toplamda 905 öğrenci üzerinde yaptıkları araştırma da desteklemektedir. Bu çalışmada, öğrencilerin sınıfları ilerledikçe turizmden memnuniyetleri ve yeniden turizmi seçme oranları düşmektedir. Aynı şekilde Jenkins (2001: 18) tarafından konaklama öğrencilerinin turizm kariyerlerinde geleceğe yönelik bakış açılarını ortaya koyan çalışmada, öğrencilerin eğitimleri ilerledikçe turizm sektörüne yönelik tutumları olumsuzlaşmaktadır. Diğer bir çalışmada ise Kuşluyan ve Kuşluyan (2000: 257) turizm lisans öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik kariyer algıları ve tutumları ile ilgili çalışmada öğrencilerin %68,7’sinin eğitimin ilk yılında turizm endüstrisinde çalışma niyetinin olduğu, %42,5’u turizm endüstrisinin çalışma koşulları hakkında bilgi sahibi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada öğrencilerin turizm endüstrisine bağlantısının çok zayıf olduğu belirtilmektedir.

Araştırma sonuçlarında da görüldüğü üzere öğrencilerin bilinçsiz tercih yapmakta ve bunun bir sonucu olarak yerleştikleri bölümlerde istedikleri şartları bulamamakta ve gelecekle ilgili karamsar bir yapıya bürünmektedirler. Bu durumların aşılabilmesi için özellikle orta öğretim kurumlarında verilen rehberlik hizmetlerinin daha nitelikli hale getirilmesi ve öğrencilerin geleceklerini planlayabilecekleri beceriyi onlara kazandırabilmesi gerekmektedir. Hatta üniversite tercih dönemlerinde öğrencilerin becerileriyle paralel olan bölümleri seçmeleri yönünde teşvik edici olmalıdırlar. Bunun yanı sıra öğrenciler tercih ettikleri bölümlerin niteliklerini bilmeli ve bu niteliklerin kendi potansiyelleriyle uyumlu olup olmadığını

karşılaştırmalıdır. Ancak böyle bir kritik yaptıktan sonra o bölümü tercih etme veya etmeme kararını vermelidirler (Baltacı vd., 2012: 22).

Kariyer planlaması ve meslek seçimi bir bireyin yaşamındaki en önemli kararlardan birisi olmakla birlikte kişinin mesleğe duyduğu ilgi, sahip olduğu değerler, elde edeceği tatmin gibi etmenler ve kişisel özelliklerinin de meslek seçiminde etkili olduğu görülmektedir. Yetenek, ilgi, kişilik ve isteklerine uygun bir meslek seçen bireyin, bu alanda başarılı olma olasılığının yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Erdem ve Kayran, 2013: 84–85). Bu açıdan bakıldığında bireyin öğrenim gördüğü bölümü isteyerek ve bilerek seçmiş olmasının mezun olduktan sonra mesleği yapma isteğinin kariyer değerleri üzerinde etkili olduğunu söylenebilir (Gezen ve Köroğlu, 2014: 229). Bu bağlamda turizm sektöründe profesyonel ve akademik kariyer yapmak isteyen öğrencilere turizm lisans eğitimi veren okulların öğrenci kaynağının, meslek yüksekokulların da kaynağı olan turizm eğitimi veren ortaöğretim kurumları olması önerilmektedir.

Tüm bilimsel çalışmalarda olduğu gibi, bu araştırmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın sadece Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi lisans öğrencileriyle sınırlı olması, bu çalışmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda ise örneklem sayısı artırıp diğer üniversiteler örneklem alanı seçilerek kıyaslamalar yapılabilir. Bu çalışma gelecekte öğrencilerin sektöre karşı tutumlarını olumlu ve/veya olumsuz etkileyen unsurların ortaya konulması açısından faydalı olacağı ve gelecekte bu konuda yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ülkelerin geleceğinde önemli rol oynayan insan varlığına yapılan uzun vadeli ve en önemli yatırım olarak tanımlanan eğitimin sonuçlarının dikkate alınması elzemdir. Özellikle devlet açısından yüksek maliyetli olan mesleki eğitimin istenilen nicelikte ve nitelikte insan gücü yetiştirmesi ve yetiştirilen insan gücünün öngörülen sektörlerde istihdam edilmesi bir zorunluluktur. Turizm eğitimi alan öğrencilerin sayısının artmasına rağmen, öğrencilerin turizm sektörünü tercih etmemesi, hem devlet açısından hem de turizm eğitimi alan öğrenciler açısından sosyo-ekonomik büyük bir kayıptır.

Sonuç olarak, küreselleşen turizm dünyasında ülkeler arasında yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Bu rekabette ön sıralarda sunulan turizm hizmetinde en kaliteli hizmeti sunan ülkeler yer alacaktır. Müşterilere sunulan kaliteli turizm hizmeti de verilen turizm eğitiminin kaliteli olması ve turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde istihdam edilmesiyle mümkündür. Bu bağlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizm bağlamında sektöre karşı

tutumlarının ortaya konulması, olumsuz tutum yaratan sorunların teşhis edilmesi ve çözülmesinin sağlanması büyük bir önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksu, A. ve Köksal, C. (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 436-447.
- Avcıkurt, C. Deveci, B. ve Türkmen, S. (2012). Balıkesir İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (BTİÖYO) Mezunlarının Turizm Sektöründeki İstihdam Profili, Turizm Eğitim Konferansı-Tebliğler, 109-119.
- Avcıkurt, C. ve Karaman, S. (2002), “Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programları Karşılaştırılması”, Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 11-13 Aralık 2002, Ankara. 53-65
- Baltacı, F., Üngören, E., Avsallı, H. Ve Demirel, O., N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlmesine Yönelik Bir Araştırma
- Berberoğlu, G. (1990). Kimyaya İlişkin Tutumların Ölçülmesi, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 14(6):16-27.
- Boylu, Y. ve Arslan, E. (2013). Türkiye’deki Turizm Eğitiminde Son Rakamsal Gelişmeler, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 05-08 Aralık 2013, Kayseri, 595-614.
- Cömert, M. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmak İstedikleri Alanlar ve Sektördeki İstihdamda Cinsiyet Ayrımcılığıyla İlgili Düşünceleri, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1:50-62.
- Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, 23-45.
- Çimen, H. ve Akbaba, A. (2006). Otel Yöneticilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İşgörenleri İle İlgili Değerlendirmeleri: Ankara’daki Dört Ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(12): 229-251.
- Demirel, Ö.(1993), “Eğitim Terimleri Sözcüğü”, Ankara: Useme Yayınları.
- Dinçer İstanbullu, F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm Ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi Ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 1(2):42-56.
- Doğan, M. ve Kekeç Morkoç, D. (2014). Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış Mezunların Mesleki Eğitime Yönelik Görüşleri: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği, 15. Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Aralık 2014, Ankara, 1422-1435.
- Duman, T., Tepeci, M. ve Unur, K. (2006). Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1): 51-69.
- Ehtiyar, R. ve Üngören, E. (2008). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyeleri ile Eğitime Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4):159-181.
- Erdem, B. (2010). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Animasyon Bölümüne Yönelik Tutumları: Ampirik Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış/ Ege Academic Review*, 10 (3): 1085-1113
- Erdem, B. ve Kayran, M. F. (2013). Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1):81-106.
- Erdoğan, S. B. (2012). Determeninig of College Students' Trends about Tourism Sector: A Case Study at Akdeniz Universty. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1573-1577.
- Erdoğan, S.B. ve Yılmaz, G. (2012), Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Betimleyici Bir Araştırma Turizm, Turist ve Antalya İle İlgili Görüşleri. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 06-09 Aralık 2012, Antalya, 833-844.
- Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme: Kuram ve Uygulama. Ankara: Nobel Yayınevi.

- Eren, E. (1993). Yönetim Psikolojisi, 4. Baskı, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Ertürk, S. (2013). Eğitimde Program Geliştirme. EDGE Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Eryiğit, S. (2000). Kariyer Yönetimi. Kamu İş: İş Hukuku ve İktisat Dergisi, s. 1-26, <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/616.pdf>, E.T.: 15.02.2016
- Gezen, T. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 2: 213-234.
- Hacıoğlu, N. (1992). “Yükseköğretimde Mesleki Turizm Eğitimi Geliştirme Perspektifleri”, Turizm Eğitimi, Ankara, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Yorum Basın Yayın San. Ltd. Şti.: 92.
- Hair, J., Ronald, L., Rolph, E., & William, B. (1998). Multivariate Data Analysis, 5th Edition, Prentice Hall, USA.
- Jenkins, A. K. (2001). “Making a Career of it? Hospitality Students’ future Perspectives: an Anglo-Dutch Study”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13-20.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1998). İnsan ve İnsanlar, Evrim Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (2009). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayınevi, Ankara
- Keskin, E. ve Örgün, E. (2015). Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi: Ürgüp Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3/1: 30-40
- Koca, A. İ. (2010). Kariyer seçiminde kariyer değerleri ile demografik faktör ilişkisi: Çukurova Üniversitesi’nde bir araştırma. Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 14 (1): 56-70.
- Kozak, M. A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, (12): 9-16.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes Of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey. Tourism Management, 21:251-269.
- Maxwell, J.C. (1996). Kazanan Tutum. (Çev. Ulaş Kaplan), Sistem yayıncılık, İstanbul.
- MFA, 2016, <http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-dunya-turizm-orgutu.tr.mfa>, E.T, 19.02.2016
- Mısırlı, İ. (2002). “Turizm Sektöründe Meslek Standartları ve Mesleki Belgelendirme Sistemi (Sertifikasyon)”, Anatolia Turizm Araştırma Dergisi, 13(1): 39-55.
- Nakip, M. (2003). Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve Uygulamalar, Seçkin Kitapevi, Ankara.
- Olçay, A. ve Çelik, Z. (2010). Turizm ve Otel İşletmeciliği Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Otelcilik Mesleğine İlişkin Algıları, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2), 279 -301
- ÖSYM, 2015, <http://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2015/OSYS/2015-OSYSKONTKILAVUZU15072015.pdf>, E.T, 29.01.2016
- Pehlivan, R. (2008). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektör İle İlgili Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Seçimlerine Etkisi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ross, M.R. (2004). Introduction To Probability and Statistics For Engineers and Scientists. Elsevier Academic Press, San Diego.
- Solmaz, S.A. ve Erdoğan, Ç. (2013). Turizm Eğitimi Alan Ön Lisans Ve Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 05-08 Aralık 2013, Kayseri, 557-573.
- Tavşancıl, E. (2010). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi 4. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- TÜİK, 2016, http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1609, E.T, 12.02.2016
- UNWTO, 2016, <http://themis.unwto.org/content/institutions-unwtotodqual-certified-programmes#EUROPE>, E.T, 16.02.2016

- Ünlüöner, K. (2004), “Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması 1998-1999 ve 2003-2004 Öğretim Yılları” Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 7(1): 108-130.
- Ünlüöner, K. ve Boylu, Y. (2009). Türkiye’deki Örgün Turizm Eğitime İlişkin Rakamsal Gelişmelerin Değerlendirilmesi. 10. Ulusal Turizm Kongresi, 21-24 Ekim 2009, Mersin.
- Ünlüöner, K., Boylu, Y. (2005), Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 3(12): 11-32.
- Üzümcü, T. P. ve Bayraktar, S. (2004). “Türkiye’de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yüksek Öğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel açıdan İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Bildiri Kitabı: 80.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yeşilyaprak, B. (2012). Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığına Giriş. İçinde Yeşilyaprak, B. (Editör). Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya (ss. 2-39). Ankara: Pegem Yayınevi.
- Yıldız, S.B. (2013). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açıları, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 05-08 Aralık 2013, Kayseri, 595-614.

TURİZM FAKÜLTELERİNDE EĞİTİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN TURİZM EĞİTİMİNE VE MESLEĞE YÖNELİK GÖRÜŞLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİSİ

Betül UZGİDİM¹

ÖZET

Türkiye, jeopolitik önemi, iklim elverişliliği, tarihi ve doğal değerleri ile dünyanın önde gelen turizm merkezi olma potansiyelini taşımaktadır. Ancak, Avrupa ve dünyadaki diğer turizm merkezleri ile karşılaştırıldığında ne yazık ki istenir düzeyde olmadığı görülmektedir. Turizm sektörü, ülke ekonomisine önemli bir kaynak oluştururken, aynı zamanda nüfusun önemli bir kısmına da istihdam olanağı sağlamaktadır. Ülkemizde turizm potansiyeli arttıkça, buna paralel olarak sektörde yetişmiş tecrübeli personel ihtiyacı doğmuştur. Türkiye’de böyle bir işgücünün sağlanması amacıyla, hem devlet, hem de özel okullar ile Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı eğitim merkezlerinde farklı seviyelerde turizmle ilgili alanlarda eğitim verilmektedir. Son yıllarda özellikle Turizm Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları ülke genelinde yaygınlaşmaya başlamıştır. Hangi sektörde olursa olsun sunulan hizmetin kalitesi personelin eğitimi ile doğru orantılıdır. Bu durum emek-yoğun işletmelerde daha belirgin olmaktadır. Hizmet sektöründe istihdam edilen personelin mesleki yeterliliklerini eğitim yoluyla edinmiş olmaları, müşteri memnuniyetinin artmasına da olanak sağlayacaktır. Bu da işletmelerin sürdürülebilirliği için önemli bir faktördür. Bu çalışma, Turizm Fakültelerinin Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ile Konaklama İşletmeciliği programlarında eğitim gören öğrencilerin mesleki eğitimlerine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi ve beklentilerinin değerlendirilmesi amacı ile planlanmıştır. Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde 2015-2016 güz döneminde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Veriler, araştırmacı tarafından hazırlanan anket formları ile bizzat toplanmış ve analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilir turizm, turizm eğitimi, turizm fakülteleri.

GİRİŞ

Dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almakta olan turizm sektörü, bugün dünya gayri safi hasılasının önemli bölümünü oluşturan bir sektör konumundadır. Geniş kitlelere iş imkanı sağlamasının bir sonucu olarak istihdamın en yoğun olduğu sektörlerden biri olma avantajına sahip olan turizm sektörü, aynı zamanda ülke için etkin bir pazarlama ve reklam aracı olma özelliğini de sürdürmektedir. Özetle bugünkü ekonomik

¹ Öğretmen, Milli Eğitim Bakanlığı, gazi.ada2016@gmail.com

ortamda kısa sürede harekete geçirilebilecek en büyük döviz getiri kaynağı ve en önemli büyüme potansiyeline sahip olan turizm sektörü Türkiye ekonomisi ve ödemeler dengesi içinde önemli bir yere sahiptir (İstanbul Ticaret Odası, 2007).

TURSAB 2014 Turizm sezonu raporunda 2010 ile 2030 yılları arasında uluslararası turist sayısının her yıl 43 milyon artacağı ifade edilmiştir. Bu durum emek yoğun işletmeler için kalifiye eleman ihtiyacını da beraberinde getirecektir. Turizm sektöründe hizmet sunan emek yoğun işletmelerde hizmetin kalitesi ise ancak alanında eğitim almış personeller çalıştırmakla mümkündür. Unutulmamalıdır ki turistler destinasyon tercihinde bulunurken hizmet kalitesini göz önünde bulundurmaktadırlar. Müşterilerin konaklama işletmelerinden memnun ayrılmaları işletmelerin sektörde sürdürülebilirliği için ilk hedefleri arasında olmalıdır.

Turizmin mevsimsellik etkisi, toplam istihdam üzerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Düşük veya yüksek sezonda, turizm istihdamının % 85'ini oteller ve lokantalar sektörü oluşturmaktadır. Öte yandan, bu iki sektörün her birinin, istihdam payları, sezona göre farklılık göstermektedir. Örneğin konaklama sektörünün toplam istihdamdan aldığı pay yaz aylarında % 35'in üzerine çıkarken, kış aylarında % 25'lere kadar inmektedir. (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği, 2014) bu yapısı eğitilmiş personelin 12 ay çalışabilecekleri sektörlere yönelmelerine sebebiyet vermektedir. Bu durum emek yoğun işletmeler için bir kayıptır. Alanında uzman personellerin hizmet sunduğu işletmelerde hata olasılığı ya da müşteri şikayetleri minimum düzeyde olmaktadır.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın (2011) turizm sektöründeki istihdam sorularına yönelik araştırmasında çalışanların diploma, ustalık, kalfalık ve hizmet içi eğitim sertifikaları dikkate alınmış ve %46'sının sertifikasız çalıştığı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra uzun çalışma saatlerine rağmen düşük ücretler de istihdamın sorunları arasındadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın 2011 verilerine göre turizm sektöründe hizmet sunan personelin %12'si asgari ücret almakta görünüyorsa da %88'lik kısmının gerçekte asgari ücret aldığı ortaya çıkmıştır.

Sektörün uluslararası rekabet gücünün artırılması, modern turizm anlayışının getirdiği hizmet kalitesinin sağlanması, turistler ile hizmet edenler arasındaki ilişkilerin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi için, turizm sektöründe istihdam edilen personelin alanında uzman olmasını ve yabancı dil bilmesini zorunlu hale gelmiştir. Çünkü sektörde istihdam edilen personelin, misafirlere daha kaliteli hizmet sunabilmesi için onlarla daha sağlıklı bir iletişim kurması gerekmektedir (Davras ve Bulgan, 2012).

Turizm sektöründeki işletmelerin en önemli hedeflerinden biri müşterilerine kaliteli hizmet sunmaktır. Hizmetin kalitesi işletmelerin sektörde devamlılığının sağlanması, ayakta

durabilmesi için vazgeçilmez unsurdur. Kişileri bir destinasyona çeken çekici faktörler destinasyonun sahip olduğu özellikleri ile ilgilidir (Baloğlu ve Uysal, 1996). Doğal çekicilikler, kültürel ve tarihi kaynaklar, festivaller, diğer eğlence olanakları ve konaklama imkanları ve sunulan hizmetin kalitesi çekici faktörler arasında yer almaktadır (Kim ve Lee, 2002). Verilen hizmetin kalitesine yönelik hizmeti satın alanların ilk ve en önemli izlenimleri hizmeti sunan çalışanların sergiledikleri davranışlardan oluşmaktadır. İşletmelerde alanında eğitim almış personelin istihdam edilmesi çalışanların iş hedeflerini gerçekleştirmese, kalite standartlarında hizmet üretilmesine, işlerin zamanında tamamlanmasına ve sorun çıktığında çözüm üretilmesine olanak sağlar. Turizm hizmetleri tam anlamıyla standartlaştırılmadığından anlık olarak hatalı hizmet ortaya çıkarmak mümkündür. Sektörde deneyimli ve alanda eğitilmiş personelin hizmet verdiği işletmelerde müşteri şikayetleri ve iş sahasında hatalar en az oranda olmaktadır. Bu nedenle yöneticiler hizmet kalitesinin personel eğitimi ile paralel olduğunu daima göz önünde bulundurmalarıdır.

Türkiye’de turizm eğitimi örgün ve yaygın turizm eğitimi olmak üzere iki kategoride verilmektedir. Örgün turizm eğitimi ülkemizde, ortaöğretim ve yükseköğretim düzeylerinde yapılmaktadır. Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri ile Özel AOTML’lerde, Anadolu Aşçılık Meslek Liselerinde ve Anadolu Meslek Liselerinde verilmektedir. İlköğretim üzerine dört yıl süreli bu eğitim programları ile turizm sektörüne ara kademede çalışacak nitelikli elemanlar yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi ise ön lisans, lisans ve lisansüstü programları ile gerçekleştirilmektedir. Yükseköğretim düzeyindeki turizm eğitimi ile turizm sektörüne çeşitli kademelerde yöneticiler yetiştirmek hedeflenmektedir. Yaygın turizm eğitimi ülkemizde çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından verilmektedir. Başta Milli Eğitim Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere çeşitli özel eğitim kurumları da yaygın turizm eğitimi faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Profesyonel Turist Rehberliği Kursları, Uluslararası Turizm Eğitimi, Yaygın Turizm Eğitimi Faaliyetleri, Yaygın Mesleki Turizm Eğitimi olmak üzere dört kategoride toplanmaktadır (Aydemir, 2008).

Turizm eğitimi, bir sektör eğitimi olması ve bu alanda staj eğitimini de kapsamından dolayı diğer birçok eğitim türünden farklılaşır (Dağdeviren, 2007). Turizm eğitimi, turizm olayının ve fonksiyonlarının halka ve öğrenim görenlere öğretilmesi ve turizm hakkında bilgili, kalifiyeli çalışan ve yönetici yetiştirilmesi amacıyla yapılan çalışmalar olarak tanımlanmaktadır (Maviş, 1992). Bu eğitim turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin

nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamaya yönelik yapılmaktadır (Erdoğan ve Yılmaz, 2012). Yapılan araştırmalar turizm eğitimi alan nitelikli personelin önemli bir bölümünün turizm sektöründe çalışmak istemediklerini veya çalışmadıklarını göstermektedir. Türk turizm sektörü turizm eğitimi almış önemli sayıda işgücüne gereksinim duymasına rağmen, turizm eğitimi alan işgücünün önemli bir bölümü turizm sektörü dışındaki sektörlerde istihdam edilmektedir (Duman vd., 2006). Lisanseğitimi almış personelin turizm sektöründe istihdam edilmemesinin farklı nedenleri olabilir. bu nedenlerden bazıları sektörün dezavantajlarından kaynaklanmaktadır. Uzun çalışma saatleri, staj yapılan yerlerde konaklama ile ilgili yaşanan sorunlar, sektörün öğrencilere sunduğu kariyer imkanlarının yetersizlikleri bunlara örnek olarak gösterilebilir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin sektördeki çalışma şartlarını değerlendirmeleri ve sektörde kariyer yapmaya bakış açıları, ileriki yıllardaki istihdam tercihlerinin önemli bir göstergesi olabilir. Bu araştırmanın amacı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, aldıkları eğitime stajlara ve sektöre bakış açılarının ortaya çıkarılması, sektörde çalışma istekleri ve kariyer beklentilerini saptamaya çalışmaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Türü

Araştırma tarama modelinde bir çalışmadır. Bu yöntemle elde edilen bulgular, varolan sorunların çözüme ulaştırılabilmesinde araştırmacıya kolaylıklar sağlamaktadır (Kaptan 1977:129). Bu modelin, bu tür araştırmaların yürütülmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada öğrencilerin, okulda almış oldukları eğitimi stajlarda hayata geçirebilme düzeyleri, staj dönemlerinde iş güvenliği konaklama ve çalışma şartları açısından yaşadıkları olumlu olumsuz durumlar ve kariyer planları belirlenmeye çalışılmıştır. Buradan elde edilen bulguların, eğitim-öğretim programının içerik olarak getirilebilmesinde yol gösterici olabileceği düşünülmüştür. Söz konusu verilerin sağlıklı ve güvenli bir biçimde elde edilebilmesi için anket tekniği kullanılmıştır.

Evren Örneklem

Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 2015-2016 güz yarıyılında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş 124 öğrenci oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları ve Analizi

Araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden birisi olan anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket yöntemi, sistematik gözlem ile verilere ulaşılabilmesi, bir defada çok sayıda veri

toplama olanağı sağlaması, maliyet olarak ekonomik olması ve elde edilen verilerin sayısal olarak ifade edilebilmesi nedeniyle tercih edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Bu bağlamda ilgili literatür taranarak soru formu araştırmacı tarafından çalışmanın amacına uygun olacak şekilde düzenlenmiştir ve 13 sorudan oluşan bir anket geliştirilmiştir. Geliştirilen soru formu katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye, fakültede sunulan eğitime, stajlara ve sektöre yönelik sorulardan oluşmuştur. Hem öğrencilerin daha sağlıklı değerlendirme yapmalarına olanak sağlamak, hem de daha yüksek bir geri dönüş oranı sağlamak amacıyla anket uygulaması, araştırmacıların sınıflara ders esnasında girerek anket formlarını öğrencilere dağıtmaları ve hemen sonrasında dolu formları geri toplamaları şeklinde gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonunda elde edilen 124 anket formunun hiçbirinde herhangi bir veri kaybının olmadığı ve değerlendirmeye uygun olduğu görülmüştür.

BULGULAR

Tablo 1’de örneklemin demografik özellikleri sunulmuştur. Tablo 1’e göre katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde 63 kız ve 61 erkek olduğu görülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Konaklama İşletmeciliği bölümünde eğitim görmektedir. Katılımcıların %20’sinin Turizm lisesinden mezun oldukları bilinmektedir. Tablo 1’e göre katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde 63 kız ve 61 erkek olduğu görülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Konaklama İşletmeciliği bölümünde eğitim görmektedir. Katılımcıların %20’sinin Turizm lisesinden mezun oldukları bilinmektedir. Katılımcıların üniversite sınavında kazanılan bölümün kaçınıcı tercih olduğu sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde %39’unun ilk 3 tercihi arasında, %27’sinin 4. Ve 7. tercihler arasında, %12.9’unun 8. ve 11’inci tercihler arasında yer aldığı, %0.09’unun 12-15. tercihler arasında ve %11.2’sinin ise 16 ve üzeri tercihleri arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların okumakta oldukları bölümü tercih etme nedenleri incelendiğinde %60.4’ünün kendi isteği ile, %12’sinin yakınının tavsiyesi ile ve %27.4’ünün ise tesadüfen bu bölümü tercih ettikleri söylenebilir.

Tablo 1. Örneklemin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Kız	63	50.8
Erkek	61	49.1
Öğrencinin okumakta olduğu bölüm		
Konaklama İşletmeciliği	113	91.1
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	11	.09
Öğrencinin mezun olduğu lise		
Turizm	25	20.1
Diğer	99	79.8
Üniversite sınavında kazanılan bölümün kaçınıcı tercih olduğu		
1-3	49	39.5
4-7	34	27.4
8-11	16	12.9
12-15	11	.09
16 ve üzeri	14	11.2
Öğrencinin Bölümü Tercih Etme Nedeni		
Kendi isteği ile	75	60.4
Yakınının tavsiyesi ile	15	12
Tesadüfen	34	27.4
Mezun Olduktan Sonra Çalışmayı Düşündüğü Sektör		
Turizm	61	49.1
Kamu	31	25
Kendi işi	32	25.8

Katılımcıların mezun olduktan sonra çalışmayı düşündükleri sektör sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde %49.1'inin turizm sektöründe, %25'inin kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri, %25.8'inin ise kendi işini kurmak istedikleri bilinmektedir. Katılımcıların aldıkları eğitim ve stajlara yönelik görüşleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2'den elde edilen bulgulara göre katılımcıların lisans dönemindeki eğitimin gerçek iş alanına uygunluğu hakkındaki görüşleri incelendiğinde anlamlı farklılık görülmektedir. Buna göre katılımcıların eğitimlerinin gerçek iş hayatına uygunluğunu %3'ünün yeterli, %69'unun geliştirilebilir ve %27'sinin yetersiz bulduğu görülmektedir. Okulun fiziki donanımının gerçek iş hayatına uygunluğu ile ilgili görüşlerinde de anlamlı farklılık görülmektedir. Buna göre katılımcıların 0.008'inin okulun fiziki donanımını yeterli bulduğu, %41.9'unun geliştirilebilir ve %55.6'sının yetersiz bulduğu söylenebilir. Katılımcıların mevcut eğitim programının eksik yönleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde %67.7'si uygulamalı derslerin yetersiz olduğunu, %9'u teknolojiye yeterince yararlanılamadığını ve %24.1'i ise ders içeriklerinin sektörden uzak olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların staj dönemlerinde iş güvenliği ile ilgili karşılaşılan sorunlar konusundaki görüşleri incelendiğinde %23.3'ü çalışma alanlarında iş güvenliğinin çok zayıf olduğunu, %56.4'ü çalışma alanlarında iş güvenliğinin

biraz daha geliştirilmesi gerektiğini ve %20.1'i ise çalışma alanlarında iş güvenliğinin sağlandığını belirtmiştir. Katılımcıların staj dönemlerinde konaklama ile ilgili yaşadıkları sorunlar incelendiğinde %31.4'ü uygun konaklama yerlerinin bulunmadığını, %35.4'ü konaklama yerlerinin yeterince hijyenik olmadığını, %9'unun konaklama yerlerinin güvenli olmadığını ve %25'i ise konaklama alanlarının iş sahalarından uzak olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Örneklemin Eğitim ve Stajlara Yönelik Görüşlerine Göre Dağılım

	n	%
Lisans Dönemindeki Eğitimin Gerçek İş Alanına Uygunluğu		
Yeterli	4	.032
Geliştirilebilir	86	69.3
Yetersiz	34	27.4
Okulun Fiziki Donanımının Gerçek İş Hayatına Uygunluğu		
Yeterli	1	.008
Geliştirilebilir	52	41.9
Yetersiz	69	55.6
Mevcut Eğitim Programının Eksik Yönleri		
Uygulamalı derslerin yetersiz olması	84	67.7
Teknolojiden yeterince yararlanılamaması	11	.9
Ders içeriklerinin sektörden uzak olması	30	24.1
Stajlarda Yaşanan İş Güvenliği Sorunları		
Çalışma alanlarında iş güvenliği çok zayıf	29	23.3
Çalışma alanlarında iş güvenliği geliştirilebilir	70	56.4
Çalışma alanlarında iş güvenliği sağlanıyor	25	20.1
Stajlarda Yaşanan Konaklama Sorunları		
Uygun konaklama yerlerinin olmaması	39	31.4
Konaklama yerlerinin hijyenik olmaması	44	35.4
Konaklama yerlerinin güvenli olmaması	11	.09
Konaklama yerlerinin çalışma alanından uzak olması	31	25
Stajlarda Çalışma Saatleri Açısından Yaşanan Sorunlar		
Uzun çalışma saatlerinin olması	73	58.8
Ek çalışma saatlerinin olması	17	13.7
Vardiyalı sistemin zor olması	8	.06
Dinlenme molalarının yetersiz olması	23	18.5
Okulda Edinilen Bilginin Stajlarda Uygulamaya Geçirilmesi		
Uygun olmayan işlerin verilmesi	71	57.2
Eğitimin işe aktarılamaması	54	43.5

Katılımcıların staj dönemlerinde çalışma saatleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde %58.8'inin çalışma saatlerini uzun bulduğu, %13.7'sinin ek çalışma saatleri nedeni ile sorun yaşadığı, %6'sının vardiyalı sistemin sorunlu bulduğu ve %18.5'inin ise dinlenme molalarını yetersiz bulduğu söylenebilir. Katılımcıların okulda edinilen bilgilerin stajlarda uygulamaya geçirilmesi ile ilgili görüşleri incelendiğinde %57.2'si stajlarda uygun olmayan işlerin

verildiğini ve %43.2'si ise eğitimin işe aktarılamadığını belirtmişlerdir. Mezun olunan lise programına göre örneklemin çalışmayı düşündüğü sektör, bölümü tercih etme nedenleri ve tercih sıralamasına göre dağılım tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Mezun Olunan Lise Programına Göre Örneklemin Çalışmayı Düşündüğü Sektör, Bölümü Tercih Etme Nedenleri ve Tercih Sıralamasına Göre Dağılım

Sorular				Turizm		Diğer	
				n	%	n	%
Mezun	Olduktan	Sonra	Turizm	13	10.4	48	38.7
Örneklemin	Çalışmayı	Düşündüğü	Kamu	9	.072	22	17.7
Sektör			Kendi İşini Kurmak	3	.024	29	23.3
Bölümü tercih etme nedenleri			Kendi isteği ile	21	16.9	54	43.5
			Yakınının tavsiyesi ile	4	.032	11	.09
			Tesadüfen	0	0	34	27.4
Bölümün kaçınıcı tercihi olduğu			1-3	17	13.7	32	25.8
			4-7	4	.032	30	24.1
			8-11	0	0	14	11.2
			12-15	1	.008	12	.09
			16 ve üzeri	3	.024	11	.09

Tablo 3 'e göre katılımcıların mezun oldukları bölüme göre mezun olduktan sonra çalışmayı düşündükleri sektör incelendiğinde turizm mezunlarının %10.4'ünün ve diğer liselerden mezun olanların %38.7'sinin turizm sektöründe çalışmayı düşündükleri, turizm mezunlarının %7'sinin ve diğer liselerden mezun olanların %17.7'sinin kamu sektöründe; turizm mezunlarının %2'sinin ve diğer liselerden mezun olanların %23'ünün ise kendi işinde çalışmayı düşündükleri söylenebilir. Katılımcıların mezun oldukları bölüme göre bölümü tercih etme nedenleri incelendiğinde turizm mezunlarının %16.9'unun ve diğer liselerden mezun olanların %43.5'inin kendi isteği ile, turizm liselerinden mezun olanların %3'ünün ve diğer liselerden mezun olanların %9'unun yakının tavsiyesi ile, turizm mezunlarından hiç kimsenin ve diğer liselerden mezun olanların %27.4'ünün bu bölümü tesadüfen tercih ettikleri görülmektedir. Mezun olunan bölüme göre bölümün kaçınıcı tercihi olduğu incelendiğinde turizm mezunlarının %13.7'sinin ve diğer liselerden mezunların %25.8'inin ilk 3 tercihi arasında yer aldığı, turizm mezunlarının %3'ünün ve diğer lise mezunlarının %24'ünün 4 ile 7. tercihleri arasında yer aldığı, turizm mezunlarının hiçbirisi ve diğer lise mezunlarının %11.2'sinin 8 ile 11. tercihleri arasında yer aldığı, turizm mezunlarından 1 kişinin ve diğer lise mezunlarının %9'unun 12 ile 15. tercihler arasında yer aldığı, turizm mezunlarının %2'sinin ve diğer lise mezunlarının %9'unun okumakta oldukları bölümün 16. ve üzeri

tercihleri arasında yer aldığı bilinmektedir. Cinsiyete göre örneklemin staj görüşlerinin dağılımı Tablo 4’te sunulmuştur.

Cinsiyete göre katılımcıların stajlarda iş güvenliği yönünden yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %9’unun ve erkek öğrencilerin %13.7’sinin çalışma alanlarında iş güvenliğini çok zayıf buldukları, kız öğrencilerin %32’sinin ve erkek öğrencilerin %24’ünün çalışma alanlarında iş güvenliğini geliştirilebilir buldukları, kız öğrencilerin %8’inin ve erkek öğrencilerin %11’inin çalışma alanlarında iş güvenliğini yeterli buldukları görülmektedir. Cinsiyete göre katılımcıların staj dönemlerinde yaşadıkları konaklama sorunları ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara göre kız öğrencilerin %16’sı ve erkek öğrencilerin %15’i uygun konaklama yerlerinin bulunmadığını, kız öğrencilerin %21.7’si ve erkek öğrencilerin %13.7’si konaklama yerlerinin hijyenik olmadığını, kız öğrencilerin %5.6’sı ve erkek öğrencilerin %3.2’si konaklama yerlerinin yeterince güvenli olmadığını, kız öğrencilerin %9.6’sı ve erkek öğrencilerin %15.3’ü ise konaklama yerlerinin çalışma alanlarına uzak mesafelerde yer aldığını ifade etmişlerdir.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Örneklemin Staj Görüşlerinin Dağılımı

Sorular			Kız		Erkek	
			n	%	n	%
Stajlarda iş güvenliği yönünden yaşanan olumsuzluklar	güvenliği yaşıyan	Çalışma alanlarında iş güvenliği çok zayıf	12	.096	17	13.7
		Çalışma alanlarında iş güvenliği geliştirilebilir				
		Çalışma alanlarında iş güvenliği sağlanıyor	40	32.2	30	24.1
Staj dönemlerinde yaşanan konaklama sorunları	konaklama	Uygun konaklama yerinin olmaması	11	.088	14	11.2
		Konaklama yerlerinin hijyenik olmaması	20	16.1	19	15.3
		Konaklama yerlerinin güvenli olmaması	27	21.7	17	13.7
		Konaklama yerlerinin çalışma alanına uzaklığı	7	.056	4	.032
			12	.096	19	15.3
Staj dönemlerinde çalışma saatleri ile ilgili sorunlar	dönemlerinde	Uzun çalışma saatleri	45	36.2	28	22.5
		Ek çalışma saatleri	6	.048	11	.09
		Vardiyalı sistem	3	.024	5	.04
		Dinlenme molalarının yetersiz olması	9	.072	14	11.2
Stajlarda edinilen bilginin uygulamaya geçirilme durumu	okulda bilginin	Uygun olmayan işlerin verilmesi	40	32.2	31	25
		Eğitimin işe aktarılamaması	25	20.1	29	23.3

Cinsiyete göre katılımcıların staj dönemlerinde çalışma saatleri ile ilgili yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %36.2’si ve erkek öğrencilerin %22.5’i çalışma saatlerinin gereğinden uzun olduğunu, kız öğrencilerin %4.8’i ve erkek öğrencilerin %9’u ek çalışma saatlerinin sorun yarattığını, kız öğrencilerin %2.8’i ve erkek öğrencilerin %4’ü vardiyalı sistemin zor olduğunu, kız öğrencilerin %7.2’si ve erkek öğrencilerin ise %11.2’si ise

dinlenme molalarının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların stajlarda okulda edinilen bilgilerin uygulamaya aktarılması ile ilgili yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %32.2'si ve erkek öğrencilerin %25'i stajlarda uygun olmayan işlerin verildiğini, kız öğrencilerin %20.1'i ve erkek öğrencilerin %23.3'ü ise eğitimin işe aktarılmasında sorunlar yaşandığını ifade etmişlerdir.

TARTIŞMA

Akomanning vd. (2011), turizm eğitimi alan stajyerlerin yeterliliklerini belirlemek amacıyla konaklama işletmeleri ve endüstriyel işletme yöneticileri üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda, stajyerlerin yöneticilerin beklentilerini karşılamadığı, bu nedenle staj süresince stajyerlerin birtakım zorluklarla karşılaştığı belirlenmiştir.

Arman ve Şahin (2013), Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde eğitime devam eden ve staj uygulamalarına katılacak olan öğrencilerin turizm sektöründeki işletmelerden beklentilerini belirlemek amacıyla 202 öğrenci üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonucunda, öğrencilerin staj yerlerine pozitif düşüncelerle ve istekli gittiklerini ve staj uygulamaları esnasında çalışma arkadaşlarının tutumlarını olumlu olarak değerlendirdiklerini saptamıştır.

Gökdeniz vd. (2002), lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin stajdan beklentileri ve yaşadıkları sorunlara çözüm önerileri geliştirmek amacıyla 4 ve 5 yıldızlı 50 otel yöneticisi ile 80 öğrenci üzerinde araştırmanın sonucunda, öğrencilerin ücret, sigorta vb. konularında sorunlar yaşadıklarını, stajda öğrencilerin yabancı dil konusunda eksikliklerinin bulunduğunu tespit etmiştir.

Kozak (1999), Anadolu Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı öğrencilerinin stajlarla ilgili algılamalarını belirlemek amacıyla 115 öğrenci üzerinde yürüttüğü araştırma sonucunda, öğrencilerin sektörü tanıma, gerçek yaşam deneyimi edinme ve kuramsal bilgileri uygulamaya aktarabilme ile stajdan memnun kaldıkları sonucunu tespit etmiştir. Christou (1999), Yunanistan'da farklı düzeylerde turizm eğitimi almış ve son üç yıl içinde mezun olan öğrencilerin staj dönemine ilişkin görüşlerini değerlendirmek amacıyla 83 mezun öğrenci üzerinde gerçekleştirildiği araştırma sonucunda, öğrencilerin stajı, okulda kazandıkları bilgi ve becerileri gerçek hayatta uygulamak için etkin bir yol olarak gördükleri sonucu elde edilmiştir.

Çetin (2005)'in Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler üzerine yapmış olduğu araştırmasında stajda yaşanan bir çok sorun olduğu saptanmıştır. Stajyerlerin sektörü tanıma, aldıkları akademik eğitimi kısmen de olsa gerçek yaşam deneyimine dönüştürebilme, takım çalışması becerisi kazanma, tatil yapma şansı gibi olumlu kazanımlar elde ettiklerini; işe adaptasyon, iletişim kurmada güçlükler, yeterince uygulama becerisi geliştiremememe, yabancı dil, uzun çalışma saatleri, yetersiz ücret, uygun olmayan işler, stajyerin ucuz iş gücü olarak görülme, stajda verilen eğitimin yetersizliği, yönetici ve süpervizör deneyimi kazanma fırsatlarının sınırlılığı gibi olumsuz durumlarla karşılaştıklarını göstermiştir. Öğrencilerin stajda karşılaştıkları olumsuzluklar nedeniyle, sektörde kariyer yapma yönünde motivasyonlarının düştüğü ve sektörde çalışmaya sıcak bakmadıkları belirlenmiştir.

Kozak (1999) tarafından Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Bölümü öğrencilerine yönelik yapılan bir , öğrenciler bir taraftan stajın mesleği sevmelerinde iyi derecede olumlu etkisi olduğunu belirtmekte, diğer taraftan staj sırasında çalışma saatlerinin uzun ve vardiyaların iyi düzenlenmediği, ücretlerin düşük olduğunu,yöneticilerin stajyer öğrencilere önem vermediğini, yöneticilerin stajyerlere iş öğretmekte istekli olmadıklarını ve staj yapılan işletmelerdeki insan ilişkilerinin iyi olmadığını, staj süresinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir.

Charles (1992), Barrows ve diğerleri (1993), lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik yaptıkları çalışmalarda staj yapan öğrencilerin, staj yapmayan öğrencilere kıyasla sektöre daha olumsuz baktıklarını ya da staj yapan öğrencilerin stajdan sonra sektöre bakış açılarının daha olumsuz olduğunu tespit etmişlerdir.

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkanı ve Barut Otelleri Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Barut yapmış olduğu açıklamasında Turizmin mevsimselliği nedeniyle eğitim almış çalışanları sektörde tutamadıklarını; 12 ay çalışabilecekleri sektöre kaydıklarını. Çevresinde yerleşim yerinin olmadığı tesislerde servis ve lojman olanakları sağlandığını, ancak nitelikli personeli çekmek için bunların yeterli olmadığını, standartların üzerinde maaş gibi cazip olanaklar yaratılması gerektiğini,bunun dışında Türkiye'de işsizlik oranının fazla olduğunu ancak nitelikli eleman aradığında seçme şansının azaldığını ifade etmiştir.

Yapılan çalışmaların sonuçları bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Staj dönemlerinde yaşanan olumsuzluklar, vardiyalı sistemin zorluğu, düşük ücret karşılığında ağır görev ve sorumlulukların verilmesi öğrencilerin sektöre karşı olumsuz tavır geliştirmelerine ve bir kısmının kariyer planlamasını farklı sektörlerde kurgulamalarına sebebiyet vermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Turizm Fakültelerinin Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ile Konaklama İşletmeciliği programlarında eğitim gören öğrencilerin mesleki eğitimlerine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi ve beklentilerinin değerlendirilmesi amacı ile planlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde 63 kız ve 61 erkek olduğu, büyük bir çoğunluğunun Konaklama İşletmeciliği bölümünde eğitim gördüğü ve %20'sinin Turizm lisesinden mezun oldukları bilinmektedir.

Üniversite sınavında kazanılan bölümün katılımcıların %39'unun ilk 3 tercihi arasında, %27'sinin 4. Ve 7. tercihler arasında, %12.9'unun 8. ve 11'inci tercihler arasında yer aldığı, %0.09'unun 12-15. tercihler arasında ve %11.2'sinin ise 16 ve üzeri tercihleri arasında yer aldığı, okumakta oldukları bölümü tercih etme nedenlerine göre %60.4'ünün kendi isteği ile, %12'sinin yakınının tavsiyesi ile ve %27.4'ünün ise tesadüfen bu bölümü tercih ettikleri, mezun olduktan sonra %49.1'inin turizm sektöründe, %25'inin kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri, %25.8'inin ise kendi işini kurmak istedikleri bilinmektedir.

Katılımcıların eğitimlerinin gerçek iş hayatına uygunluğunu %3'ünün yeterli, %69'unun geliştirilebilir ve %27'sinin yetersiz bulduğu, katılımcılardan sadece 1 kişinin okulun fiziki donanımını yeterli bulduğu, %41.9'unun geliştirilebilir ve %55.6'sının yetersiz bulduğu söylenebilir. Bunun dışında katılımcıların %67.7'si uygulamalı derslerin yetersiz olduğunu, %9'u teknolojiye yeterince yararlanılamadığını ve %24.1'i ise ders içeriklerinin sektörden uzak olduğunu, %23.3'ü çalışma alanlarında iş güvenliğinin çok zayıf olduğunu, %56.4'ü çalışma alanlarında iş güvenliğinin biraz daha geliştirilmesi gerektiğini ve %20.1'i ise çalışma alanlarında iş güvenliğinin sağlandığını, %31.4'ü uygun konaklama yerlerinin bulunmadığını, %35.4'ü konaklama yerlerinin yeterince hijyenik olmadığını, %9'unun konaklama yerlerinin güvenli olmadığını ve %25'i ise konaklama alanlarının iş sahalarından uzak olduğunu, %57.2'si stajlarda uygun olmayan işlerin verildiğini ve %43.2'si ise eğitimin işe aktarılamadığını, %58.8 i çalışma saatlerini uzun bulunduğunu, %13.7'sinin ek çalışma saatleri nedeni ile sorun yaşandığını, %6'sı vardiyalı sistemin sorunlu bulunduğunu ve %18.5'i ise dinlenme molalarının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların mezun oldukları bölüme göre mezun olduktan sonra çalışmayı düşündükleri sektör incelendiğinde turizm mezunlarının %10.4'ünün ve diğer liselerden mezun olanların %38.7'sinin turizm sektöründe çalışmayı düşündükleri, turizm mezunlarının %7'sinin ve diğer liselerden mezun olanların %17.7'sinin kamu sektöründe; turizm mezunlarının %2'sinin

ve diğer liselerden mezun olanların %23'ünün ise kendi işinde çalışmayı düşündükleri söylenebilir. Bunun dışında bu bölümü %16.9'unun ve diğer liselerden mezun olanların %43.5'inin kendi isteği ile, turizm liselerinden mezun olanların %3'ünün ve diğer liselerden mezun olanların %9'unun yakının tavsiyesi ile, turizm mezunlarından hiç kimsenin ve diğer liselerden mezun olanların %27.4'ünün bu bölümü tesadüfen tercih ettikleri görülmektedir.

Mezun olunan bölüme göre bölümün kaçınıcı tercih olduğu incelendiğinde turizm mezunlarının %13.7'sinin ve diğer liselerden mezunların %25.8'inin ilk 3 tercihi arasında yer aldığı, turizm mezunlarının %3'ünün ve diğer lise mezunlarının %24'ünün 4 ile 7. tercihleri arasında yer aldığı, turizm mezunlarının hiçbirisi ve diğer lise mezunlarının %11.2'sinin 8 ile 11. tercihleri arasında yer aldığı, turizm mezunlarından 1 kişinin ve diğer lise mezunlarının %9'unun 12 ile 15. tercihler arasında yer aldığı, turizm mezunlarının %2'sinin ve diğer lise mezunlarının %9'unun okumakta oldukları bölümün 16. ve üzeri tercihleri arasında yer aldığı bilinmektedir.

Cinsiyete göre katılımcıların stajlarda iş güvenliği yönünden yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %9'unun ve erkek öğrencilerin %13.7'sinin çalışma alanlarında iş güvenliğini çok zayıf buldukları, kız öğrencilerin %32'sinin ve erkek öğrencilerin %24'ünün çalışma alanlarında iş güvenliğini geliştirilebilir buldukları, kız öğrencilerin %8'inin ve erkek öğrencilerin %11'inin çalışma alanlarında iş güvenliğini yeterli buldukları görülmektedir.

Cinsiyete göre katılımcıların staj dönemlerinde yaşadıkları konaklama sorunları ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara göre kız öğrencilerin %16'sı ve erkek öğrencilerin %15'i uygun konaklama yerlerinin bulunmadığını, kız öğrencilerin %21.7'si ve erkek öğrencilerin %13.7'si konaklama yerlerinin hijyenik olmadığını, kız öğrencilerin %5.6'sı ve erkek öğrencilerin %3.2'si konaklama yerlerinin yeterince güvenli olmadığını, kız öğrencilerin %9.6'sı ve erkek öğrencilerin %15.3'ü ise konaklama yerlerinin çalışma alanlarına uzak mesafelerde yer aldığını ifade etmişlerdir.

Cinsiyete göre katılımcıların staj dönemlerinde çalışma saatleri ile ilgili yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %36.2'si ve erkek öğrencilerin %22.5'i çalışma saatlerinin gereğinden uzun olduğunu, kız öğrencilerin %4.8'i ve erkek öğrencilerin %9'u ek çalışma saatlerinin sorun yarattığını, kız öğrencilerin %2.8'i ve erkek öğrencilerin %4'ü vardiyalı sistemin zor olduğunu, kız öğrencilerin %7.2'si ve erkek öğrencilerin ise %11.2'si ise dinlenme molalarının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların stajlarda okulda edinilen bilgilerin uygulamaya aktarılması ile ilgili yaşadıkları sorunlar incelendiğinde kız öğrencilerin %32.2'si ve erkek öğrencilerin %25'i stajlarda uygun olmayan işlerin verildiğini, kız öğrencilerin %20.1'i ve erkek öğrencilerin %23.3'ü ise eğitiminin işe aktarılmasında sorunlar yaşandığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun okudukları bölüme kendi istekleri ile ve ilk 7 tercihleri arasında girdikleri görülmektedir ve yine katılımcıların büyük bir bölümü mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı düşündüklerini ifade etmişlerdir.

ÖNERİLER

Örneklemin önemli bir kısmı okul döneminde aldıkları eğitimin gerçek iş alanına uygunluğunu yetersiz bulduklarını belirtmişlerdir. Bu durumun öğrencilerin meslek algılarını olumsuz etkileyebileceğinden staj dönemlerinde stajyerlere verilen iş dağılımının eğitimleri ile paralellik göstermesinin sağlanmasının ve fakültelerde uygulamalı derslerin artırılmasının verimli olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte ders içerikleri ve materyalleri sektöre uygun olarak geliştirilmelidir. Stajlarda verilen görevlerin öğrencilerin eğitim alanında olması hizmetin kalitesini artıracak, hata yapma olasılığını azaltacaktır. Staj dönemi öğrencilerin gerçek anlamda meslekle yüzyüze geldikleri ve ilk deneyimlerini yaşadıkları yerdir. Stajlardaki deneyimler öğrencilerin kariyer planlamasını önemli ölçüde etkilemektedir. Stajyerlerin konaklama alanlarında yaşadıkları güvenlik, hijyen ve uzaklık gibi sorunlar giderilmelidir ayrıca çalışma alanlarında personelin iş güvenliği tam olarak sağlanmalıdır ve ek çalışma saatleri personelin isteğine bağlı olarak verilmeli, ücret dağılımı adil yapılmalıdır. Bu durum stajyerlerin kendilerini güvende hissetmelerini sağlayacak, motivasyonlarını artıracak ve sektöre karşı tutumlarını olumlu yönde etkileyecektir. İşletmelerin sürdürülebilirliği ise eğitilmiş personelin sunduğu kaliteli hizmet anlayışıyla mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (2014) *Turizm sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye katkısı*. Antalya: Retma Matbaa.
- Akomaning, E., Voogt, J. M., Pieters, J. M. (2011). Internship in Vocational Education and Training: *Stakeholders' Perceptions of its Organisation*, *Journal of Vocational Education and Training*, 63(4), 575-592.
- Altınay, M. (1996). Turizm Öğrencilerinin Stajdan Beklentileri ve Doğu Akdeniz Üniversitesi Örneği, *Turizmde Seçme Makaleler*, İstanbul:TUGEV, 26: 1-13.
- Arman, A., Şahin, T. (2013). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Stajlarında İşletmelerden Beklentileri: Mengen Aşçıları Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Örneği, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 13-24.

- Aydemir, B. (2008). Turizm sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye katkısı. Uzamanlık Tezi. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara.
- Barrows, C.W., Partlow C.G. ve Montgomery, R.J. (1993). Students' Perceptions of Career Opportunities in Club Management, *Hospitality and Tourism Educator*, 5 (4):17-20.
- Charles, R.K. (1992). Career Influences, Expectations, and Perceptions of Caribbean Hospitality and Tourism Student: A third World Perspective, *Hospitality and Tourism Educator*, 4 (3): 9-14.
- Christou, E. S. (1999). Hospitality Management Education In Greece: An Exploratory Study, *Tourism Management*, 20(6), 683-691.
- Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2011). *Turizm Sektöründe Çalışma Sürelerinin İyileştirilmesi Programlı Teftişi Sonuç Raporu*, Ankara.
- Çetin, Ş. (2005). Öğrenci stajlarında yararlanılan dersler üzerine ampirik bir değerlendirme: mersin turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2, Güz: 153-169.
- Dağdeviren, A. (2007). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davras, G. M., ve Bulgan, G. (2012). Meslek yüksekokulu (MYO) öğrencilerinin İngilizce hazırlık eğitimine yönelik tutumları: Isparta MYO turizm ve otel işletmeciliği örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 227-1316
- Erdinç, S.B. ve Yılmaz, G. (2012), Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Betimleyici Bir Araştırma Turizm, Turist ve Antalya İle İlgili Görüşleri. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 06-09 Aralık 2012, Antalya, 833-844.
- Gökdeniz A., Çeken H. ve Erdem, B.(2002).Okul-Sektör İşbirliği Çerçevesinde Stajdan Beklentiler, Sorunlar ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Uygulama. İçinde *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop* (ss.343-367). Ankara
- İstanbul Ticaret Odası (2007). Türkiye’de Turizm Ekonomisi.Yayın no:69 İstanbul.İTO Yayınları.
- Kaptan, S. (1977). *Bilimsel Araştırma Teknikleri*. 2. Baskı. Ankara: Tekışık Matbaası ve Rehber Yayınevi.
- Kozak, N. (1992). “Türkiye’de Üniversite Düzeyi Mesleki Turizm Eğitimi’ne Yönelik Programların Sorunları ve Bazı Öneriler”. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, 9-11 Aralık, (ss. 209-211). Ankara, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Kim, S.S., ve Lee, C.K. (2002). “Push And Pull Relationships”. *Annals Of Tourism Research*, 29, (1), 257–260.
- Kozak, M.A. (1999). Konaklama Sektöründe Kariyer Planlama Yöntemleri ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar Üzeri- ne Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9-16.
- Kozak, A. M. (1999). Eskişehir Meslek Yüksekokulu Öğrenci Stajları Üzerine Bir Araştırma: Turizm-Otelcilik ile Diğer Programların Karşılaştırılması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10: 37-44.
- Maviş, F. (1992). “Meslek Yüksekokullarında Turizm Programı ve Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Ders Programı”. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop*, 9- 11 Aralık, (ss. 169-172). Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Soybalı, H., Bayraktaroğlu, E., (2013). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Uygulama Olanaklarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 24, Sayı 2, Güz: 185 - 199, 2013.
- Timur, A. (1992). Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları. *Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop*, 9-11 Aralık, (ss. 47-53). Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitim Genel Müdürlüğü.
- UNWTO (2014). Tourism Highlights 2014 Edition. Tourism in the world: Key figures. http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlig-hts14_en.pdf (Erişim 12 Haziran 2015).

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM TÜRLERİNE İLİŞKİN BİLİŞSEL YAPILARININ BELİRLENMESİ

Altan DEMİREL¹

İlker GÜNAY²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, tamamlayıcı bir ölçme ve değerlendirme tekniği olan Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) kullanılarak 2015-2016 eğitim-öğretim yılı Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin (1. Sınıf, 2. Sınıf, 3. Sınıf ve 4. Sınıf) turizm türlerine yönelik bilişsel yapılarını araştırmak ve turizm türlerinin birbiriyle olan ilişkilerinin tespit etmektir. Bu çalışma, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören toplam 160 turizm öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Öğrencilerin anahtar kavramlara verdikleri cevaplar, ilgili kategoriler (kitle turizmi, alternatif turizm, kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi) altında toplanmıştır. Bu veriler ışığında gerekli analizler yapılmış ve kesme noktası (KN) tekniği kullanılarak kavram ağları çizilmiş ve yorumlanmıştır. Ayrıca turizm öğrencilerinin belirlenen turizm türlerine ilişkin bilişsel yapıları belirlenirken konuyla ilgili pek çok kavramın da olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda konuyla ilgili sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kelime İlişkilendirme Testi, Kitle Turizmi, Alternatif Turizm, Kültür Turizmi, Sürdürülebilir Turizm, Özel İlgi Turizmi

GİRİŞ

Latince dönme hareketi olarak ifade edilen “tornus” sözcüğünden türemiş olan turizm kavramı, aynı zamanda İngilizcedeki “touring” ve “tour” deyimlerinin de kökenini oluşturmaktadır. “Tour” deyimini anlam olarak dairesel bir hareket, bazı site ve yörelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değişimini ifade ederken “touring” deyimini ise zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır (Akçakaya, 2014: 5).

Endüstri devrimi sonrası işçi sınıfı ücretli izin hakkı elde etmiştir. Kazanılan bu hakkın sonucunda boş zaman elde etmesine paralel olarak kitlesel bir nitelik kazanan ve bu anlamda, toplumsal bir olgu haline gelen turizmin geçmişi çok eski tarihlere dayanmaktadır. Ancak İlk ve Orta Çağdaki turizmin niteliği ile günümüz modern toplumdaki turizmin niteliği çok

¹ Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, altandemirel@hotmail.com

² Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, ilkergunay@outlook.com

farklıdır. İlk ve Orta Çağda sadece soyluların katıldığı turizm hareketi günümüzde tüm toplum kesimlerini içine alan bir etkinlik haline gelmiş (Tuna ve Yanardağ, 2014: 23) ve özellikle bu gelişme 2. Dünya savaşı sonrası hızlanmıştır (Akman, 2007: 16).

Hızlı gelişen turizm hareketlerine paralel olarak, turistik ürün çeşitlendirmesinin yapılması gerekmektedir. Turizm pazarlamasında kullanılacak turistik ürün çeşitlendirmesinin temel amacı, ülkelerin ve yerel bölge elemanlarının sahip olduğu mevcut ve potansiyel kaynakların farklı alanlarda kullanımı yoluyla, turistlerin istek ve beklentilerine cevap verecek, turizmi tek mevsime sıkışmaktan kurtararak yılın her ayına ve mevsimine yaymak ve son olarak her geçen gün hızla büyüyen turizm gelirlerinden elde edilecek payın arttırması olarak sayılabilir (Akgül, 2003: 6).

Çalışmada kullanılan anahtar kavramlar (kitle turizmi, alternatif turizmi kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi) çalışma başlangıcında Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapan öğretim üyelerine birbiriyle ilişkili olan turistik ürün çeşitleri soruldu ve konularla ilgili literatür taramasından sonra en çok tekrar eden turizm türleri çalışmanın anahtar kavramları olarak belirlenmiştir. Seçilen bu anahtar kavramlar ile kelime ilişkilendirme testi (KİT) kullanılmış ve öğrencilerin bu kavramlar hakkında akıllarına ilk gelen 5 kelimeyi 30 saniye içerisinde yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplara, Bahar, Johnstone ve Sutcliffe (1999) tarafından ortaya konulan Kesme Noktası (KN) tekniği uygulanmış ve anahtar kavramlar arasındaki bağlantılı kelimeler şekiller yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin belirlenen anahtar kavramlarla ilgili bilişsel yapılarının belirlenmesini amaçlayan bu çalışma, literatür taraması, yöntem, bulgular ve son olarak sonuçlar ve öneriler olmak üzere dört ana başlıktan oluşmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kitle Turizmi

20. Yüzyılın başlarına denk gelen ve turizm sektörünün başlangıcı olarak bilinen kitle turizmi, 1960lardan sonra alt ve orta gelir sınıfına dâhil insanların katıldığı bir turizm türü olarak bilinmektedir. Endüstri devrimi sonrası işçi sınıfının gelir düzeyinin yükselmesi ve ücretli izin hak elde etmeleriyle boş zaman olgusu ortaya çıkmıştır. Özellikle hava taşımacılığının yaygınlaşması, bireylerin kitlesel olarak hareket etmelerine olanak sağlamış, maliyetlerin azaltılmasına imkân vermiş ve bunların neticesinde ise kendine özgü bir organizasyon ve pazar oluşturmuştur (Kısa Ovalı, 2007: 66).

Almanya ve İskandinav ülkelerinde başlayıp gelişen kitle turizmi (Kısa Ovalı, 2007: 66) tüm dünya ülkelerinde yaygın hale gelmiştir. Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de kitle turizminin sunduğu ekonomik etkilerinden yararlanmak istemiştir ve 1960lı yıllarda bu turizm şeklini teşvik etmeye yönelik çalışmaları başlatmıştır. Bu çalışmaların sonunda 5 yıllık kalkınma planlaması yapılarak özellikle Akdeniz ve Ege gibi kıyı bölgelerde büyük bir yatırım ve kalkınma sağlanmıştır. Fakat bu yatırım ve kalkınmanın sonucu olarak 1990’lardan bu yana belli destinasyonlarda kitle turizminin olumsuz ekonomik ve çevresel etkileri de belirginleşmeye başlamıştır (Soyak, 2013: 2).

Özet olarak kitle turizmi, yoğun turist nüfusunu kısa bir sezonda genellikle kıyı alanları üzerine inşa edilen tatil köyleri, oteller veya temalı otellerde konuklatma şeklinde, yedirme-içirme, eğlendirme, gezdirme ve daha çok para harcamalarının sağlanmasına dayalı bir pazar politikası sağlayarak, kurulan alan üzerinde taşıma kapasitesini zorlayan hatta aşan bir tavırla süregelmiştir. Turistlerin daha çok harcama yapmalarını sağlamaya yönelik olan bu turistik süreç (Kısa Ovalı, 2007: 65);

- Görsel kirlilik,
- Çevresel kirlilik,
- Tür kayıpları ve ekolojik dengenin bozulması,
- Kültürel bozulmalar olarak kendini göstermiştir.

Alternatif Turizm

Ülkelerin elinde bulundurduğu turistik öğelerden en doğru şekilde yararlanabilmesi, sadece kitle turizmine bağlanmadan, birçok beklentiyi kapsamına alan, bilinenin aksine alternatif turizm türlerine doğru yön değiştirmesini gerektirmektedir. Turizm açısından henüz güzellikleri ortaya çıkmamış, doğa tahribi olmayan ve sosyo-kültürel cazibesi bulunan ülkeler, kaynaklarını ölçülü kullanmakta ve korumaya özen göstermektedir ayrıca turizmde ürün yelpazesini geniş tutmayı sağlayacak alternatif turizm etkinliklerine yönelmektedirler. Turistik bir amacı olan insanların, farklı bir tecrübe edinmek, yeni yerler görmek ve yeni yerleri ortaya çıkarma isteği alternatif turizmine duyulan ilgiyi ortaya çıkarmaktadır (Çeken vd., 2012: 11).

1990’dan günümüze tüketicilerin farklılaşan istekleriyle beraber, dünyada büyüyen kitle turizmi türlerine göre ekolojik ve iktisadi olarak daha sürdürülebilir turizm çeşitleri oluşmaya başlamıştır (Soyak, 2013: 2). Bazı alternatif turizm çeşitleri şunlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016):

- Sağlık Turizmi
- Yayla Turizmi
- Kış Turizmi
- Golf Turizmi
- Av Turizmi
- Dağcılık
- İnanç Turizmi
- Kongre Turizmi
- Yat Turizmi
- Mağara Turizmi

Kültür Turizmi

Kültür turizminden bahsetmeden önce kültür kavramı üzerinde durmak gerekmektedir. Kültür sözcüğünden bahsetmek gerekirse; kelime, Latince'deki “Cultura” ya da “Colere” sözcüğünden kaynaklanmaktadır. Klasik Latince’de bu sözcük, ‘bakmak’ ya da ‘yetiştirmek’ anlamına gelmektedir. Tarımsal anlamda ekip biçmek, sürmek ve ürün yetiştirmek şeklinde kullanılan Cultura’nın, ilk kez insan deneyimi ve onun yaşama tarzı olarak anlam kazanması, Almanya’da 1750 tarihinden sonra ortaya çıkan gelişmeler sonrasına rastlamaktadır. Kavram, ilk zamanlar insanın bilişsel kapasitesinin oluşturduğu bir değer olarak kullanılmıştır. 1843’de Gustav Klemn tarafından yazılan insanlığın Genel Kültür Tarihi’ adlı kitapta ‘Kültür’ kelimesi, bariz bir şekilde göstermektedir ki; bir insan grubunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak yaşama tarzı haline gelmiştir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 34).

Kültürün taşıyıcılarından biri turizmdir ve kültürü, dünyanın herhangi bir yerindeki insana, dünyanın başka bir yerini tanıtabilmekte, fikir sahibi olma fırsatı sunabilmekte ve orada yaşama olanağı sağlayabilmektedir. Buna bağlı olarak kültür turizmi bir turistin bir bölgeye ilgi duyması ile ona göre bir tüketim sağlaması durumunda alternatif turizm kapsamına girmektedir. Kültür turizmi; kişilerin devamlı olarak bulundukları yerden ayrılarak, kültürel gereksinimlerini karşılamak için öğrenme ve görme amacıyla kültürel çekicilikleri ziyaret etmesidir (Tarsuslugil, 2013: 16).

Sürdürülebilir Turizm

1972 yılında Birleşmiş Milletler tarafından Stockholm’de düzenlenen “İnsanın Çevresi” (UNCHE: United Nations Conference on the Human Environment) konulu konferansa kadar önemi anlaşılamayan sürdürülebilirlik kavramı, 1987 yılında Brundtland tarafından yayınlanan ve dünyada Brundtland Raporu olarak bilinen çalışma sonrasında tekrar gündeme gelmiştir. Bu rapora göre, sürdürülebilirlik elde bulunan kıt kaynaklara zarar verilmeden

gelecek nesillerin de ihtiyaçları karşılanabilecek şekilde aktarılması olarak belirtilmiştir (Alkan, 2015: 6693).

Sürdürülebilir turizm, bir ülkenin elinde bulundurduğu doğal, kültürel ve sosyal kaynakları uzun dönemde gelişen, muhafaza edilen, ekonomik büyümeyi destekleyen bir turizm olarak belirtilmektedir. Sürdürülebilir turizmin ilerlemesi için asıl amaç, turizm faaliyetleriyle birlikte ekonominin gelişimini ve sahip olunan çevresel ve sosyal değerklerin korunmasıdır (Nayir vd., 2008: 548). Çevreye verilen zararların önlenmesi ve kaynakların sürdürülebilir kullanımını amaçlayan sürdürülebilir turizm özellikleri:

- Doğayı ön planda tutması
- Biyoçeşitliliğin korunmasına katkı sağlaması
- Yerel toplumların mutlu ve sağlıklı yaşamasını desteklemesi
- Olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin en aza indirgenmesi için faaliyetlerini hem turistler hem de yerel halkın sorumluluğunda düzenlemesi
- Yenilenebilir kaynakları en üst düzeyde kullanılması

Özel İlgi Turizmi

Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) “Tourism: 2020 Vision” raporunda, eğlence ve boş zaman faaliyetlerinin günümüzde giderek önemli bir konuma geldiği ve her geçen gün turistlerin harcama yönelimlerini giderek artmakta ve özel ilgi alanlarının bir yansıması haline geldiği vurgulanmaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003: 11; Üner, 2014: 5).

Literatür incelendiğinde özel ilgi turizmi ile ilgili farklı tanımlar bulunmaktadır. Özel ilgi turizmi, “ilgilerinin belirli alanlarda yoğunlaşan, bu ilgilerden doyum sağlamak isteyen turistlerin gerçekleştirdikleri seyahat türleri” şeklinde (Akyurt Kurnaz, 2013: 5), diğer bir tanımda ise, “kişilerin ya da grupların özel ilgi motifleri tarafından yönlendirilen uyarlanmış boş zaman ve yenilenme tecrübeleridir.” şeklinde tanımlanmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2009: 115). Özel ilgi turizmi ile ilgili birçok tür olmasıyla beraber bunların en fazla bilinenleri şunlardır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003: 15; Akıncı, 2006: 54-55): Antika, Arkeoloji, Atletizm, Kuş Gözlemciliği, Botanik, şatolar, Golf, Motor Yarışları, Müzik, Resim, Kayak, Balık Avlama

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, 2015-2016 eğitim-öğretim yılı Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin belirlenen turizm türleri (kitle turizmi, alternatif turizm, kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi) üzerindeki bilgilerinin ölçülmesi ve kavramların birbiriyle olan ilişkilerinin tespit edilmesidir.

Bu amacı gerçekleştirebilmek için çalışmada Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) kullanılmıştır. Belirlenen anahtar kavramlar (kitle turizmi, alternatif turizm, kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi) çalışma başlangıcında Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde görev yapan öğretim üyelerine, birbiriyle ilişkili olan turistik ürün çeşitleri sorulup ve konularla ilgili literatür taramasından sonra en çok tekrar eden turizm türleri çalışmanın anahtar kavramları olarak belirlenmiştir.

Kelime ilişkilendirme testi bir kişi veya grubun kavramsal yapısını belirlemek için kullanılan bir veri toplama tekniğidir (Kurt, 2013: 216). Bu tekniğin 3 temel özelliğinin olduğu bilinmektedir, bu özellikler; anahtar kavrama verilen cevapların sayısı, verilen cevapların çeşidi ve bir anahtar kavram çiftine verilen cevapların aynı ya da birbiriyle örtüşen özellikte olmalarıdır şeklinde sıralanabilir (Yüce ve Önel, 2015: 330).

Evren ve Örneklem

2015–2016 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde yapılan bu çalışmaya; Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören toplam 2138 turizm öğrencisinden 160ı katılmıştır. Örneklem dâhil olan öğrenciler belirlenirken, her sınıf (1. sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf ve 4. sınıf) ve cinsiyetten (kadın ve erkek) 20şer öğrenci gelişigüzel örneklem tekniği kullanılarak belirlenmiştir.

Gelişigüzel örneklem tekniği: araştırmacının saptanan örneklem büyüklüğüne göre herhangi bir şekilde evrenin bir parçasını seçmesidir. Herhangi bir fakülteye gidip saptanacak sayıda rastlanan öğrenciyi örneklem alma gelişigüzel örneklemedir (Arlı ve Nazik, 2001: 75).

Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Bu araştırmada kelime ilişkilendirme testi kullanılmıştır. Kelime ilişkilendirme, insanların araştırmada kullanılan kavramlar arasında ilişki kurup kurmadığını belirlemek için düzenlenmiş bir tekniktir. Özetle kelime ilişkilendirme testinde anahtar kavramlarla ilgili, çalışmaya katılan bireylerin bilişsel yapısını ve bu yapıdaki kavramlar arasında ilişkilerin

yeterli düzeyde olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılan bir tekniktir (Kurt, Ekici ve Aksu, 2013: 246).

Bu çalışma iki ayrı aşamaya ayrılmaktadır. İlk aşamada anahtar kavramların belirlenmesi amacıyla konularla ilgili literatür taramasından sonra çıkan sonuçlar çalışmanın anahtar kavramları olarak belirlenmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise belirlenen bu anahtar kavramlar öğrencilere sunulmuş ve 30 saniye gibi kısa bir sürede öğrencilerin anahtar kavramlar ile ilgili ilişki kurdukları kelimelerin yazılması istenmiştir (Yüce ve Önel, 2015: 330).

Bu araştırmada turizm öğrencilerinin kelime ilişkilendirme testini tamamlamaları için “kitle turizmi”, “alternatif turizm”, “kültür turizmi”, “sürdürülebilir turizm” ve “özel ilgi turizmi” anahtar kavramları sorulmuştur. Kavramlar aşağıdaki formatta bir uyarıcı kelime olarak sunulmuştur.

Kitle Turizmi:.....

Kitle Turizmi:.....

Kitle Turizmi:.....

Kitle Turizmi:.....

Kitle Turizmi:.....

Anahtar kavram olarak yer alan “Kitle Turizmi” terimi alt alta beş kez tekrarlanmıştır ve öğrencilerin kitle turizmi ile ilgili akıllarına gelen ilk beş kelimeyi 30 saniye içinde yazmaları istenmiştir. Bu uygulama her bir kavram için aynı kurallar çerçevesinde uygulanmıştır. Anahtar kavramın beş kez yazılmasının nedeni, katılımcının uyarıcı ile ilişki kurduğu kelimeleri alt alta yazarken uyarıcı terimden uzaklaşma riskinin önlenmesidir. Katılımcı bir kelime yazdıktan sonra tekrar kavram doğrultusunda gitmezse, anahtar kavramın yerine alt tarafta yazdığı önceki kelimelerle ilişkili kelimeleri yazmak zorunda kalacaktır. Bu durum testin amacına ters düşebilir. Uyarıcı terim beş kez tekrar edilerek bu durum engellenmeye çalışılmıştır (Yüce ve Önel, 2015: 330).

Verilerin Analizi

Veri analizine başlamak için öncelikle katılımcıların cevap kâğıtları 1’den 160’a kadar numaralandırılmış, cinsiyet ve sınıflarına göre ayrılmıştır. Veriler içerik analizi yöntemine göre analiz edilmiştir. İçerik analizinde temel amaç, verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bunun için de birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve kategoriler

çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Kurt, 2013: 218).

Kelime ilişkilendirme testi sonucunda her bir anahtar kavram için katılımcılar tarafından üretilen cevap sayısı ve niteliği o kavramın anlaşılıp anlaşılmadığını belirlemektedir. Çünkü verilen anahtar kavramının iyi anlaşılması bu kavrama cevap olarak verilen kelimelere bağlıdır. Hiçbir kelime ile ilişkilendirilmemiş anahtar kavramın anlamsız olduğu ve kelime ilişkilendirildikçe arttığı iddia edilmektedir (Taşdere, Özsevgeç ve Türkmen, 2014: 134).

Yapılan bu çalışmada bundan önceki çalışmalarda olduğu gibi (Kurt, 2013: 218; Kurt, Ekici ve Aksu, 2013: 247; Kurt ve Ekici, 2013a: 894; Kurt ve Ekici, 2013b: 744; Ekici ve Kurt, 2014: 276; Kaya ve Akış, 2015: 565; Yüce ve Önel, 2015: 330) anahtar kavramla ilişkisiz olduğu düşünülen ve 1 kez tekrarlanan kelimeler değerlendirilmeye alınmadan çıkarılmıştır. Birçok çalışma veri analiz tekniğinin bu tipinin güvenli sonuçlar sağladığını göstermektedir (Kurt, 2013: 218).

Anahtar kavramla ilişkisiz olduğu düşünülen ve 1 kez tekrarlanan kelimeler analizden çıkarıldıktan sonra Bahar, Johnstone ve Sutcliffe (1999), tarafından ortaya konulan kesme noktası (KN) tekniği yardımıyla kavramlar arası ağ oluşturulmuştur (Taşdere, Özsevgeç ve Türkmen, 2014: 134). Bu ağı oluşturabilmek için öncelikle 5 anahtar kavram için hangi kelime veya sözcüğün kaçar defa tekrarlandığını ortaya koyan bir frekans tablosu oluşturulmuştur. Oluşturulan bu frekans tablosu yardımıyla, 5 ile 9 arası tekrar edilen kelimeler kırmızı çizgiler, 10 ile 14 arası tekrar edilen kelimeler mavi çizgiler, 15 ile 19 arası tekrar edilen kelimeler yeşil çizgiler, 20 ve üzeri tekrar edilen kelimeler sarı çizgiler yardımıyla kavramlar arası ağ şekilleri oluşturulmuştur.

BULGULAR

Bu bölümünde çalışmaya katılan katılımcıların 5 anahtar kavramla ilgili verdikleri cevaplar cinsiyet ve sınıf olarak ayrı ayrı tablolastırılmıştır.

Aşağıda yer alan tablolarda anlamlı kelime sayısı sütununda anahtar kavramla ilgisi olmayan ve 1 kez tekrar edilen kelimelerin çıkarıldığı anlatılmak istenmiştir ve bu tablolar yorumlanırken anlamlı kelime sayısı ve anlamlı tekrar sayısı temel alınarak yorumlanmıştır.

Tablo 1. Kitle Turizmi KİT Analiz Sonuçları

	Toplam Kelime Sayısı	Toplam Tekrar Sayısı	Anlamlı Kelime Sayısı	Anlamlı Tekrar Sayısı
Kadın	90	352	47	309
Erkek	106	332	45	271
1. Sınıf	56	124	23	91
2. Sınıf	68	159	22	113
3. Sınıf	73	163	22	112
4. Sınıf	76	170	32	126

Tablo 1’de görüldüğü üzere kitle turizminde kadın katılımcılarda 47 farklı kelime, toplamda 309 defa tekrar edilmişken, erkek katılımcılarda ise 47 farklı kelime, toplamda 271 defa tekrar edilmiştir. Buradan da anlaşılabacağı üzere kitle turizmi başlığı altında anlamlı kelime sayısı ve tekrarı kadınlarda erkeklere göre daha yüksektir ve kadınların kitle turizmi konusunda bilgileri daha fazla olduğu söylenilebilir. Analiz sonuçlarını sınıfsal olarak değerlendirmek gerekirse 4. Sınıfta okuyan öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı (32) hem de tekrar sayıları (126) alt sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha fazladır.

Tablo 2. Alternatif Turizm KİT Analiz Sonuçları

	Toplam Kelime Sayısı	Toplam Tekrar Sayısı	Anlamlı Kelime Sayısı	Anlamlı Tekrar Sayısı
Kadın	113	269	34	190
Erkek	107	280	48	221
1. Sınıf	54	94	19	59
2. Sınıf	81	125	19	63
3. Sınıf	79	144	23	88
4. Sınıf	66	186	25	145

Tablo 2’de görüldüğü üzere alternatif turizminde erkek katılımcılarda 48 farklı kelime, toplamda 221 defa tekrar edilmişken, kadın katılımcılarda ise 34 farklı kelime, toplamda 190 defa tekrar edilmiştir. Buradan da anlaşılabacağı üzere alternatif turizm başlığı altında anlamlı kelime sayısı ve tekrarında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek sonuçlar elde ettiği ve erkeklerin alternatif turizmi konusunda bilgileri daha fazla olduğu söylenilebilir. Analiz sonuçlarını sınıfsal olarak değerlendirmek gerekirse 4. Sınıfta okuyan öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı (25) hem de tekrar sayıları (145) alt sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha fazladır.

Tablo 3. Kültür Turizmi K T Analiz Sonuçları

	Toplam Sayısı	Kelime	Toplam Sayısı	Tekrar	Anlamlı Sayısı	Kelime	Anlamlı Sayısı	Tekrar
Kadın	127		334		50		257	
Erkek	124		328		50		254	
1. Sınıf	71		143		21		93	
2. Sınıf	93		158		26		91	
3. Sınıf	76		166		32		122	
4. Sınıf	65		195		40		170	

Tablo 3'te görüldüğü üzere kültür turizminde kadın ve erkek katılımcıların 50 farklı kelimeyle eşit sayıda olduğu, anlamlı tekrar sayısında ise kadınlarda 257'iken erkeklerde 254 defa tekrar edilmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere kültür turizmi ba lı ı altında anlamlı tekrar sayısı kadınlarda erkeklere göre daha yüksektir ve kadınların kültür turizmi konusunda bilgileri daha çok kelime tekrarı olduğu söylenilebilir. Analiz sonuçlarını sınıfsal olarak değerlendirmek gerekirse 4. Sınıfta okuyan öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı (40) hem de tekrar sayıları (170) alt sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha fazladır.

Tablo 4. Sürdürülebilir Turizm K T Analiz Sonuçları

	Toplam Sayısı	Kelime	Toplam Sayısı	Tekrar	Anlamlı Sayısı	Kelime	Anlamlı Sayısı	Tekrar
Kadın	103		254		35		186	
Erkek	101		276		44		219	
1. Sınıf	62		94		12		44	
2. Sınıf	68		117		18		67	
3. Sınıf	55		130		23		98	
4. Sınıf	59		185		31		157	

Tablo 4'te görüldüğü üzere sürdürülebilir turizminde erkek katılımcılarda 44 farklı kelime, toplamda 219 defa tekrar edilmişken, kadın katılımcılarda ise 35 farklı kelime, toplamda 186 defa tekrar edilmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere sürdürülebilir turizm ba lı ı altında anlamlı kelime sayısı ve tekrarında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek sonuçlar elde ettiği ve erkeklerin sürdürülebilir turizm konusunda bilgilerinin daha fazla olduğu söylenilebilir. Analiz sonuçlarını sınıfsal olarak değerlendirmek gerekirse 4. Sınıfta okuyan öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı (31) hem de tekrar sayıları (157) alt sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha fazladır.

Tablo 5. Özel İlgi Turizmi KİT Analiz Sonuçları

	Toplam Sayısı	Kelime	Toplam Sayısı	Tekrar	Anlamlı Sayısı	Kelime	Anlamlı Sayısı	Tekrar
Kadın	137		304		47		214	
Erkek	124		289		53		218	
1. Sınıf	78		111		18		51	
2. Sınıf	92		154		31		93	
3. Sınıf	80		141		23		84	
4. Sınıf	69		187		33		151	

Tablo 5’de görüldüğü üzere özel ilgi turizminde erkek katılımcılarda 53 farklı kelime, toplamda 218 defa tekrar edilmişken, kadın katılımcılarda ise 47 farklı kelime, toplamda 214 defa tekrar edilmiştir. Buradan da anlaşılabileceği üzere özel ilgi turizmi başlığı altında anlamlı kelime sayısı ve tekrarında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek sonuçlar elde ettiği ve erkeklerin özel ilgi turizmi konusunda bilgilerinin daha fazla olduğu söylenilebilir. Analiz sonuçlarını sınıfsal olarak değerlendirmek gerekirse 4. Sınıfta okuyan öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı (33) hem de tekrar sayıları (151) alt sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha fazladır.

Bütün anahtar kavramlarda 4. Sınıftaki öğrencilerin hem anlamlı kelime sayısı hem de anlamlı tekrar sayısı bir önceki sınıflara göre en yüksektir. Bu sonuç da beklenen bir sonuçtur.

Turizm öğrencileri kitle turizmi, alternatif turizm, kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi anahtar kavramlarına verdikleri ve verilen cevaplar neticesinde kavramların aralarındaki bağlantıları ortaya koymak için yürütülen bu çalışmada kelime ilişkilendirme testi kullanılmıştır.

Belirlenen her bir anahtar kavram için ardı ardına 5 kez ve her kavramın karşısı boş bırakıldı ve öğrencilerden bu boşluklara anahtar kavramlarla ilgili akla gelen 5 kelime yazmaları istendi. Her bir kavram için 30 saniye süre tanındı. Daha sonra ortaya çıkan kelimelerle bir frekans tablosu oluşturuldu. 5 ten az tekrar eden kelimeler frekans tablosunda gösterilmedi.

Tablo 6. Anahtar Kavramlara İlişkin Bulgular

	Kitle Turizmi	Alternatif Turizm	Kültür Turizmi	Sürdürülebilir Turizm	Özel İlgi Turizmi
Acente	12				
Anadolu			12		
Anıtlar			7		
Antalya	7		6		
Antik			28		
Arkeoloji			13		
Aspendos			10		
Av Turizmi		14			10

Bilgi			11		
Bireysel					6
Camii			10		
Charter	8				
Çevre		5		19	
Çevreci		8		5	
Dağ					10
Dağcılık		13			14
Dalış					19
Değerler			9		
Devamlılık				16	
Dil			6		
Deniz–Kum–Güneş	32	12		41	
Doğa		24	8	35	5
Doğa Turizmi		5		5	
Dört Mevsim		7		25	
Düzensizlik	7				
Efes			13		
Ekoturizm		22		37	
Farklılık		12			
Fotoğrafçılık					5
Fuar					6
Gelenek–Görenek			33		
Gezi	10	5	10		5
Golf Turizmi		8			19
Grup	54				
Her Şey Dâhil	29				
Heykel			5		
Hobi					22
İnanç Turizmi		6	11		9
İnsan	9				
İstanbul			9		
İş		5		7	
Kalabalık	42				
Kaleiçi			6		
Kalıntı			9		
Kapadokya			12		
Kaplıca		7			8
Kâr		6		7	
Kayak		17		5	20
Kış Turizmi		9		6	
Kilise			8		
Kişisel					14
Kongre Turizmi		7		9	
Köy		7	6		
Kuş Gözlemciliği		8			15
Kültür	11	11	12	7	
Kültür turizmi					6
Merak					5
Miras			12		
Müze			40		
Müzik					5
Okçuluk					6
Tur Operatörü	10				
Otel	30	6		5	
Otobüs	15				
Ören yeri			8		
Örf Adet			9		

Özel ilgi		5			
Paket Tur	8				
Para	8				
Paraşüt					11
Rafting		6			14
Rehber	21		6		
Sağlık Turizmi		34		5	
Sanat			16		5
Sex Turizmi					9
Seyahat	8				
Spor Turizmi	5	30			33
Sürdürülebilirlik				10	
Süreklilik		11		36	
Şarap Turizmi		6			8
Tapınak			5		
Tarih		6	48	6	5
Tarihi Eser			13		
Tarihi Yer			11		
Taşıma Kapasitesi				5	
Thomas Cook	5				
Tiyatro					5
Topluluk	57				
Trekking					19
Tur	10				
Turist	15		5		
Ucuz	10				
Uçak	9				
Ulaşım	7				
V.İ.P					5
Yaşlılar	10				
Yat Turizmi					13
Yayla Turizmi		24		9	
Yaz-Kış		10		10	
Yeşil				5	
Yiyecek			13		8
Toplam	449	356	440	315	344

Anahtar kavramlara göre ortaya çıkan kavram ağıımızı şu şekilde yorumlayabiliriz:

1- Kesme noktası 20 ve yukarısı: Kitle turizmi kavramı için 6 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Her şey dâhil, kalabalık, topluluk, rehber, grup ve oteldir. Alternatif turizm kavramı için 5 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Ekoturizm, doğa, sağlık turizmi, yayla turizmi ve spor turizmidir. Kültür turizmi kavramı için 4 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Gelenek-görenek, antik, müze ve tarihtir. Sürdürülebilir turizm kavramı için 5 kelime, 20 ve üzeri olup bu kelimeler: Süreklilik, dört mevsim, deniz-kum-güneş, doğa ve ekoturizmdir. Özel ilgi turizmi kavramı için 3 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Spor turizmi, kayak ve hobidir (Şekil 1).

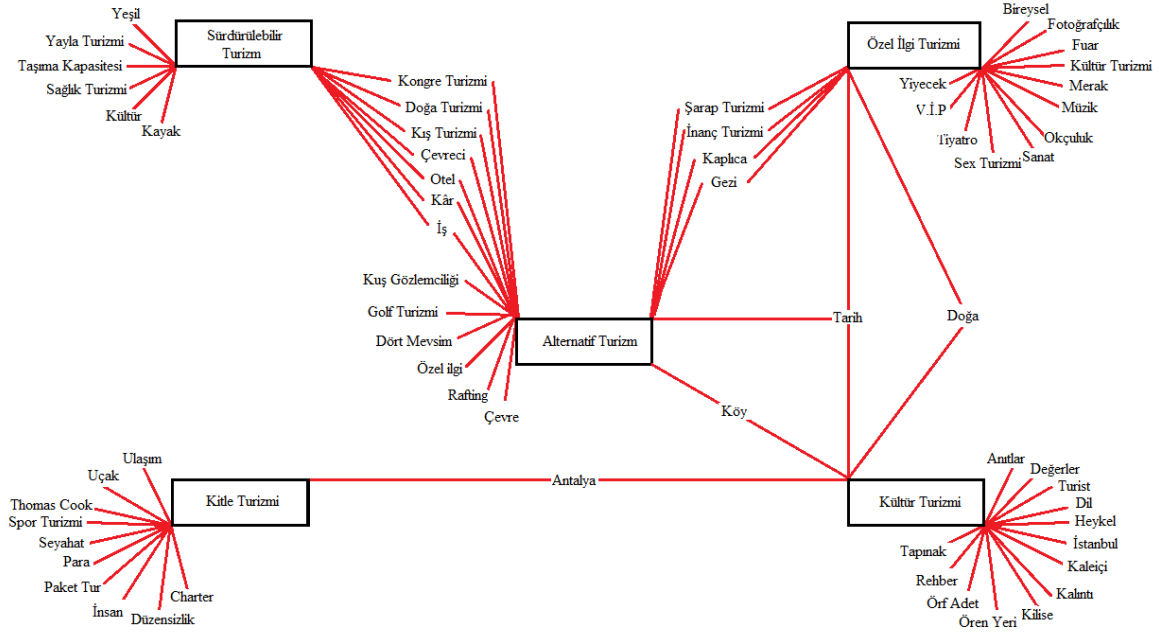
2- Kesme noktası 15-19 arasında: Kitle turizmi kavramı için 2 kelime, 15-19 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Turist ve otobüstür. Alternatif turizm kavramı için 1 kelime, 15-

19 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelime: Kayaktır. Kültür turizmi kavramı için 1 kelime, 15-19 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelime: Sanattır. Sürdürülebilir turizm kavramı için 2 kelime, 15-19 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Devamlılık ve çevredir. Özel ilgi turizmi kavramı için 5 kelime, 15-19 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Kuş gözlemciliği, golf turizmi, devamlılık, trekking ve dalıştır (Şekil 2).

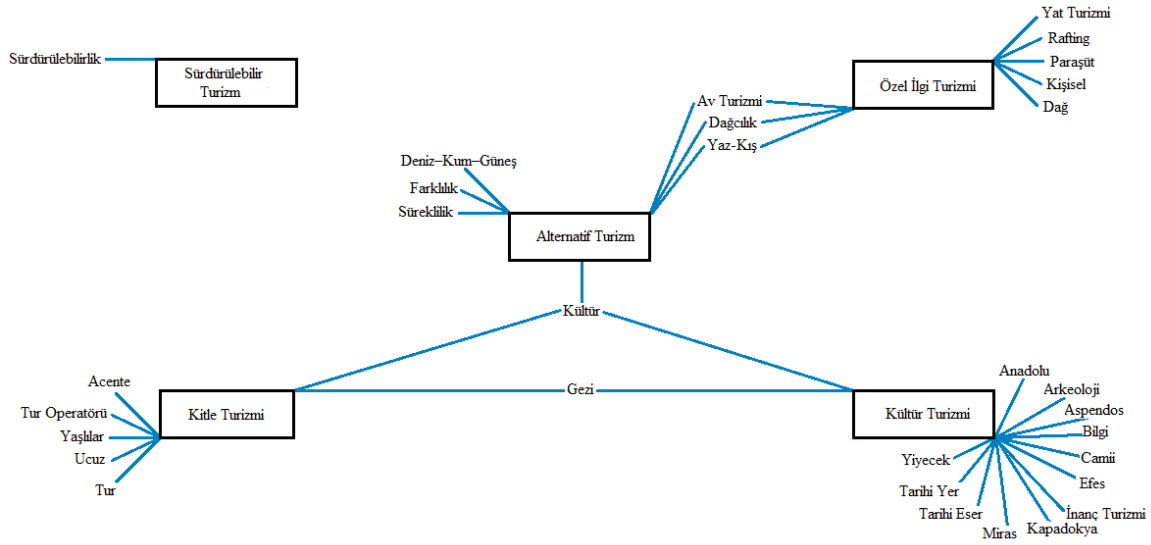
3- Kesme noktası 10-14 arası: Kitle turizmi kavramı için 5 kelime, 10-14 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Acente, tur operatörü, yaşlılar, ucuz ve turdur. Alternatif turizm kavramı için 6 kelime, 10-14 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Deniz-kum-güneş, farklılık, süreklilik, av turizmi, dağcılık ve yaz-kıştır. Kültür turizmi kavramı için 12 kelime, 10-14 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Anadolu, arkeoloji, Aspendos, bilgi, camii, Efes, inanç turizmi, Kapadokya, miras, tarihi eser, tarihi yer ve yiyecektir. Sürdürülebilir turizm kavramı için 1 kelime, 10-14 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelime: Sürdürülebilirliktir. Özel ilgi turizmi kavramı için 8 kelime, 10-14 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Av turizmi, dağcılık, yaz-kış, yat turizmi, rafting, paraşüt, kişisel ve dağdır (Şekil 3).

4- Kesme noktası 5-9 arası: Kitle turizmi kavramı için 11 kelime, 5-9 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Antalya, charter, düzensizlik, insan, paket tur, para, seyahat, spor turizmi, Thomas Cook, uçak ve ulaşımıdır. Alternatif turizm kavramı için 20 kelime, 5-9 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Çevre, çevreci, gezi, kaplıca, doğa turizmi, dört mevsim, golf turizmi, inanç turizmi, iş, kâr, kış turizmi, kongre turizmi, köy, kuş gözlemciliği, otel, özel ilgi, rafting, şarap turizmi, tarihtir. Kültür turizmi kavramı için 17 kelime, 5-9 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Antalya, köy, tarih, doğa, anıtlar, değerler, turist, dil, heykel, İstanbul, Kaleiçi, kalıntı, kilise, ören yeri, örf-adet, rehber ve tapınaktır. Sürdürülebilir turizm kavramı için 13 kelime, 5-9 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Kongre turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, çevreci, otel, kâr, iş, yeşil, yayla turizmi, taşıma kapasitesi, sağlık turizmi, kültür ve kayaktır. Özel ilgi turizmi kavramı için 18 kelime, 5-9 aralığında tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Şarap turizmi, inanç turizmi, kaplıca, gezi, tarih, doğa, yiyecek, V.İ.P, tiyatro, sex turizmi, sanat, okçuluk, müzik, merak, kültür turizmi, fuar, fotoğrafçılık ve bireyseldir (Şekil 4).

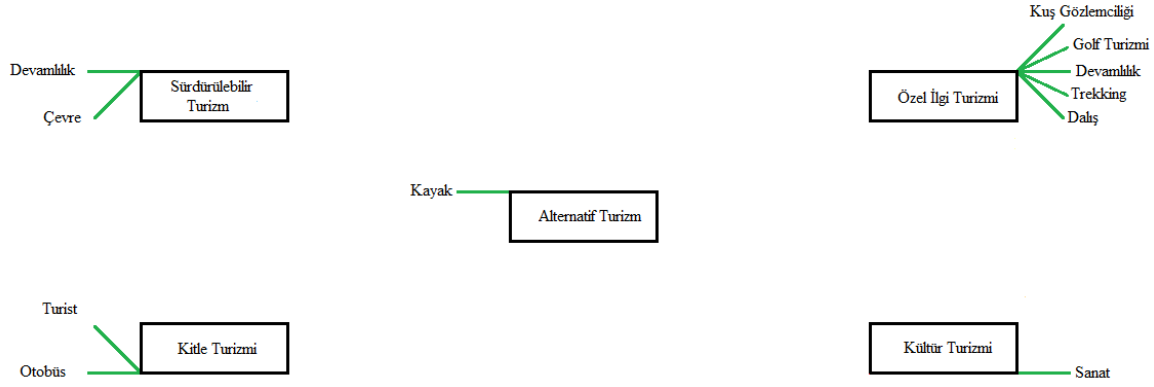
Ayrıca anahtar kavramlara bağlı olarak çizilen kavram ağlarında; Kesme noktası 20 ve üzeri sarı renkli, kesme noktası 15 ile 19 arası yeşil renkli, kesme noktası 10 ile 14 arası mavi renkli, kesme noktası 5 ile 9 arası kırmızı renkli çizgiler yardımıyla kavramlar arası ağ şekilleri oluşturulmuştur.



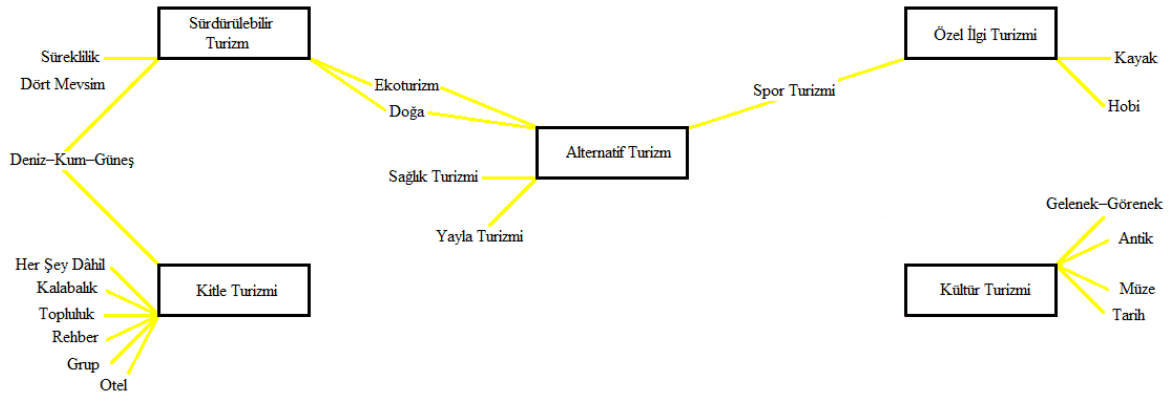
Şekil 1. Anahtar Kavramlara Göre Oluşturulan Kavram Ağı (Kesme Noktası 5 ile 9 arası)



Şekil 2. Anahtar Kavramlara Göre Oluşturulan Kavram Ağı (Kesme Noktası 10 ile 14 arası)



Şekil 3. Anahtar Kavramlara Göre Oluşturulan Kavram Ağı (Kesme Noktası 15 ile 19 arası)



Şekil 4. Anahtar Kavramlara Göre Oluşturulan Kavram Ağı (Kesme Noktası 20 ve üzeri)

SONUÇ

Turizm öğrencilerinin belirlenen (kitle turizmi, alternatif turizm, kültür turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi) anahtar kavramlar üzerindeki bilgilerinin ölçülmesi ve kavramların birbiriyle olan ilişkilerinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmanın sonuçları;

5 defadan az tekrarlanan kelimeler çıkarıldıktan sonra araştırmada toplam 101 farklı kelime ve elde edilen kelimeler toplam 1904 defa tekrar edilmiştir. 5 anahtar kavramın kelime dağılımı şu şekildedir; Kitle turizmi 27 farklı kelime 449 tekrar, alternatif turizm 32 farklı kelime 356 tekrar, kültür turizmi 35 farklı kelime 440 tekrar, sürdürülebilir turizm 23 farklı kelime 315 tekrar ve son olarak özel ilgi turizminde ise 32 farklı kelime 344 tekrar elde edilmiştir.

Kelime ilişkilendirme testinde anahtar kavramlara verilen yanıtların sayısı ve niteliği o kavramın anlaşılıp anlaşılmadığını belirlemektedir. Bu çalışmada verilen cevaplar 4 ayrı

kategoride (5-9 arası, 10-14 arası, 15-19 arası, 20 ve üzeri) incelenmiş ve 20 ve üzeri tekrar edilen kelimeler her bir anahtar kavramın en anlamlı kelimeleridir. Kitle turizmi kavramı için 6 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Her şey dâhil, kalabalık, topluluk, rehber, grup ve oteldir. Alternatif turizm kavramı için 5 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Ekoturizm, doğa, sağlık turizmi, yayla turizmi ve spor turizmidir. Kültür turizmi kavramı için 4 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Gelenek-görenek, antik, müze ve tarihtir. Sürdürülebilir turizm kavramı için 5 kelime, 20 ve üzeri olup bu kelimeler: Süreklilik, dört mevsim, deniz-kum-güneş, doğa ve ekoturizmdir. Özel ilgi turizmi kavramı için 3 kelime, 20 ve üzeri sayıda tekrar edilmiş ve bu kelimeler: Spor turizmi, kayak ve hobidir.

20 ve üzeri tekrarlanan kelimeler içerisinde kitle turizmiyle sürdürülebilir turizm arasında ortak olan kelime deniz-kum-güneş, sürdürülebilir turizmle alternatif turizm arasında ekoturizm ve doğa kelimeleri, alternatif turizm ve özel ilgi turizmi arasında ise spor turizmi kavramı ortak kullanılmıştır.

Anahtar kavramlar üzerinde yapılan literatür taramasıyla öğrencilerin verdikleri bu cevaplar örtüştüğü ve öğrencilerin anahtar kavramlar üzerinde bilgi sahibi oldukları sonucuna varılmıştır.

Çalışmada kullanılan teknik akademisyen ve öğretmenlerin belirli bir konuda geleneksel bilgi ölçme teknikleri dışında alternatif bir yol olabileceğini göstermektedir.

Kavramların öğretiminde öğrencilerin her bir öğretim kademesinde kelimelerle ilişkisel düşünmeyi öğretmesi gerekir bu sonuçla da öğrencilerin bilişsel yapıları daha iyi gelişebilir.

Bu teknik farklı çalışmalarda kullanılarak genişletilebilir ve bu tekniğin hazırlanması ve hızlı bir şekilde uygulanması, ilerleyen zamanla da daha çok yaygınlaşmasının önünü açmaktadır.

Sonuç olarak her eğitim kademesinde kavram öğretimine ve kavramsal öğrenmeye önem verilmesi ve bu yönde eğitim-öğretim faaliyetlerinin düzenlenmesi anlamlı öğrenmeler açısından oldukça gereklidir. Diğer taraftan öğrencilerin kavramları başarıyla öğrenmelerini gerçekleştirmelerini sağlamak amacıyla bilişsel stratejileri etkin kullanımları yönünde eğitim almalarıyla, kavramlara ait bilişsel yapılarının kalıcı ve doğru olması sağlanabilir (Kurt, 2013: 235-236).

KAYNAKÇA

- Akçakaya, E. (2014), “Kent Otellerinin Güncel Tasarım Kriterleri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akgül, O. (2003), “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği”, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Akman, A.D. (2007), “Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akıncı, Z. (2006), “Sürdürülebilir Turizm Açısından Özel İlgi Turizminin Değerlendirilmesi”, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu (28-29 Nisan 2006) Bildiriler Kitabı, Antalya, ss.53- 61.
- Alkan, C. (2015), “Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama”, Journal of Yasar University, 10/40, ss.6692-6710.
- Arılı, M. ve Nazik, H. (2001). “Bilimsel araştırmaya giriş”. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aykurt Kurnaz, H. (2013). Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bahar, M., Jonstone, A. H. & Sutcliffe, R. G. (1999). “Investigation of Students’ Cognitive Structure in Elementary Genetics Through Word Association Tests”, Journal of Biological Education. 33 (3): 134–141.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012), “Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2 (2): 11-16.
- Ekici, G. Ve Kurt, H. (2014). “Öğretmen Adaylarının “Aids” Kavramı Konusundaki Bilişsel Yapıları: Bağımsız Kelime İlişkilendirme Testi Örneği” Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl:18 S:3, ss. 267-306.
- Kaya, B. ve Akış, A. (2015). “Coğrafya Öğrencilerinin “Hava” Kavramıyla İlgili Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi İle Belirlenmesi” Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/7 Spring 2015, ss. 557-574.
- Kısa Ovalı, P. (2007). “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”, E-MEGARON, YTÜ Mimarlık Fakültesi E-dergisi, Cilt 2, Sayı No:2, Haziran 2007, İstanbul, ss:64-79.
- Kozak, M. A. ve Bahçe S. (2009). “Özel İlgi Turizmi”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kurt, H. (2013). “Biyoloji Öğretmen Adaylarının “Enzim” Konusundaki Bilişsel Yapılarının Belirlenmesi”, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33(2): 211-243.
- Kurt, H. ve Ekici, G. (2013).a “Biyoloji Öğretmen Adaylarının “Bakteri” Konusundaki Bilişsel Yapılarının Ve Alternatif Kavramlarının Belirlenmesi”, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/8 Summer 2013, ss. 885-910.
- Kurt, H. ve Ekici, G. (2013).b “Virüs Nedir? Biyoloji Öğretmen Adaylarının Virüs Konusundaki Bilişsel Yapıları”, International Online Journal of Educational Sciences, 2013, 5(3), ss.736-756.
- Kurt, H., Ekici, G. ve Aksu, Ö. (2013). “Tuz: Biyoloji Öğretmen Adaylarının Zihinsel Modelleri”, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Cilt:2 Sayı:4 Makale No:27: 244-255.
- Kuter, N. ve Ünal, H.E. (2009), “Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri”, Kastamonu Üni., Orman Fakültesi Dergisi, 9 (2): 146-156.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016, <http://www.ktb yatirimisletmeler.gov.tr/TR,9872 /alternatif -turizm-turleri.html>, Erişim Tarihi: 18.03.2016.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). “Kültür Turizmi Ve Turizmin Kültürel Kültür Turizmi Ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 2, ss. 30-49.
- Nayır, O., Özaltın, O. ve Gül, A. (2008), “Türkiye ‘de Ekoturizm Kavramı ve SWOT Analizi”, IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 23–27 Nisan 2008, Belek, Antalya ss.547-563.

- Soyak, M. (2013), “Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi”, Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı 4, ss.1-18.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003), “Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme”, Anatolia. Cilt 14. Sayı 1. Bahar. ss: 9-22. Ankara.
- Tarsuslugil, G. (2013). “Kültür Turizmi ve Uluslararası Tanınırlık: Ankara Hamamönü Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Taşdere, A., Özsevgeç, T. ve Türkmen, L. (2014). “Bilimin Doğasına Yönelik Tamamlayıcı Bir Ölçme Aracı: Kelime İlişkilendirme Testi, Fen Bilimleri Öğretimi Dergisi, 2(2): 129-144.
- Tuna, M. ve Yanardağ, A.A. (2014), “Turizm Sosyolojisi”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Üner, E. H. (2014). Her Şey Dâhil Sisteminde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yüce, Z., Önel, A. (2015). “Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Biyoçeşitliliğe İlişkin Kavramsal İlişkilendirme Düzeyleri”, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15(1), 326-341.

SOSYAL MEDYANIN TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Barış ÖZCAN¹

Zeki AKINCI²

ÖZET

Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte rekabetin artması işletmeleri tüketici odaklı yaklaşım göstermeye yöneltmiştir. Sosyal medya tüketici davranışlarına yön vermekle beraber tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetler hakkında geri bildirimde bulunabilmelerini sağlamaktadır. Sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşabilmesi ve tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemesi, işletmeleri de bu teknolojik gelişimden faydalanmaya itmiştir. Sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama ve Seyahat bölümü öğrencilerinden 250 kişiye anket tekniği uygulanmış ve elde edilen veriler yorumlanmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde faktör analizi, t-testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, öğrenci tüketici davranışları, sosyal medya pazarlaması

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesine paralel olarak, internet ve bilgisayar alanındaki gelişmeler bilgiye erişimi kolaylaştırmış, bu durumda işletmeler ve tüketiciler arasındaki doğrudan etkileşimi artırmıştır. İşletme-tüketici ilişkisinin interaktif bir şekil alması sonucu, işletmeler tarafından tüketicilerin istek ve ihtiyacı olan ürün ve hizmetlerin daha sağlıklı analiz edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır (Yıldız, 2014: 6).

Sosyal medya insanların fikir alışverişi yapabileceği, görüşlerini açıklayabileceği, sanal bir ortam sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının bir ürün veya hizmetle ilgili olarak yaptıkları yorumlar olumlu ya da olumsuz marka algısı oluşturarak tüketicilerin kararlarını etkilemektedir (Toksarı vd., 2014:3).

Sosyal medyanın günümüzde her kesime, her insana, her an ulaşabilmesinin önemini anlayan işletmelerde tüketiciye ulaşmak için çok etkili olan sosyal medyayı değerlendirmekte ve pazarlama birimlerinde etkin bir biçimde kullanılmaktadır (Terkan, 2014: 58). Pazarlamacılar sosyal medya sayesinde tüketicileri izleyebilmekte, onların düşüncelerine ve tercihlerine yön

¹ Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., barisozcan@hotmail.com

²Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, zakinci@akdeniz.edu.tr

veren etmenleri belirlemekte ve onların kararlarını yönlendirmeye çalışmaktadırlar (Kara ve Coşkun, 2012: 74).

Özgen ve Doymuş (2013) ise yapılan araştırmalarda sosyal medya kullanıcılarının %57'sinin sosyal medya üzerinden bir markayla iletişime geçtiğini, %40'ının en az bir marka sayfasını takip ettiğini, kullanıcıların %20'sinin haftada en az iki kez alacağı ürün hakkında araştırma yaptığını, %33'ünün ürün hakkında yorum yaptığını %20'sinin de tavsiyede bulunduğunu belirtmiştir. Uluslar arası Tüketici Araştırmaları Kuruluşu GFK (*Gesellschaft für Konsumforschung*) (2011) araştırmasına göre, Türkiye'deki tüketicilerin %52'si sosyal medyada ürünler hakkında yer alan yorumları okumaktadır (Emirza vd., 2012: 21).

Bu çalışmada sosyal medya kullanıcıları olarak turizm eğitimi alan öğrencilerin satın alma öncesi ve sonrası nasıl bir davranış sergilediklerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçtan yola çıkarak sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkinliği ölçülmeye çalışılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Medya

Günümüzün bilgi, iletişim ve teknoloji çağı olmasından dolayı bu alanda yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin etkileri de bilim dallarının araştırma konusunu oluşturmaktadır. İnternet çevresinde en hızlı gelişen iletişim teknolojilerinden biri sosyal medyadır (Erol ve Hassan, 2014:805). Sosyal medyanın genel kabul görmüş tek tanımı yoktur. Sosyal medya ile ilgili yapılan çeşitli tanımlardan yola çıkarak, sosyal medyanın, tüketicilere ve yayıncılara içerik oluşturma fırsatı veren, içerik oluşturmada özgürlük sağlayan, web tabanlı yayın teknolojileri topluluğu olarak tanımlanabilmektedir (Şahbaz ve Bayram, 2013:251). Sosyal medya; forumlar ve bloglar, videolar, linkler, sosyal ağlardaki profil sayfaları ve daha farklı içerikleri ifade eden geniş bir kavramdır (Dikme, 2013:6). Sosyal medya araçları aracılığıyla, mesajlar; metin, ses, fotoğraf, resim ve video yoluyla yayınlanabilmekte, kullanıcıların yapmış oldukları bildirimlerin, takipçiler, izleyiciler tarafından yorum yapılmasına, yanıt verilmesine ya da video izlenilmesine olanak sağlamaktadır (Baş vd., 2013:285).

Mavnacıoğlu (2009) sosyal medyanın temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- ✓ Sosyal medya, zaman ve mekan sınırlaması tanımadan, tartışmanın ve paylaşımın esas alındığı bir internet uygulamaları zinciridir.
- ✓ Sosyal medya kullanıcıları, kendi ürettikleri içerikleri kolay bir şekilde internet ortamında yayımlamaktadır.

- ✓ Sosyal medya kullanıcıları, diğer kullanıcıların içeriklerini, yorumlarını takip etmektedir.
- ✓ Sosyal medyanın temeli, kuralları belirlenmiş bir iletişime değil samimi bir sohbet mantığına dayanır.
- ✓ İçerikler detaylı incelendiğinde informal oldukları ve zamanla kullanıcılar arasında bir dedikodu zincirine dönüşebildiği görülmektedir.

We are social tarafından hazırlanan internet ve sosyal medya istatistikleri raporu incelendiğinde; 2015 yılında Türkiye genelinde 37,7 milyon aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır. Buna göre 76,7 milyonluk nüfusun olduğu ülkemizde aktif internet kullanıcı penetrasyonunun (toplam nüfus içerisindeki internet kullanıcısı) %49 olduğu görülmektedir (Wearesocial, 2015). Ayrıca, Türkiye’de 40 milyon aktif sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Bu sosyal medya hesaplarının penetrasyon oranının ise %52 olduğu saptanmıştır (DijitalAjanslar, 2015).

İşletme literatüründe, sosyal medyanın tüketiciler arasındaki etkileşimleri kolaylaştırdığı kadar pazarlamacılar ve tüketiciler arasındaki etkileşimleri de kolaylaştırdığına ilişkin çalışmalar artmaktadır. Çünkü sosyal medya, katılımcılar için önemli bir “referans grubu” hizmeti görmektedir. Bu noktada tüketici davranışlarının sosyal medyadan nasıl etkilendiği anlaşılmaya çalışılmaktadır (Akar, 2010b: 114).

Sosyal Medya Araçları

Günümüzde rekabet ortamının artmasıyla işletmeler, geleneksel medya ile tüketicilere ulaşmayı yeterli görmemekte ve tüketicilerin bulunduğu bütün platformlarda önerilerini sunmaya çalışmaktadırlar. İşte bu nedenle birçok işletme internet ve sosyal medyada tüketicilere ulaşarak pazarlama faaliyetlerini yürütmektedir. Tüketiciler de artık bilgi kaynağı olarak sadece geleneksel medya araçlarını kullanmayıp, artan şekilde internet ve sosyal medya araçlarını kullanmaktadır (Ergenç, 2013: 2).

Sosyal medya araçları, her gün bünyesine yenilerini katmaktadır. Sosyal medya araçları bazı özellikleri itibariyle birbirinden farklılaşabilmektedir. Sosyal medya araçları; bloglar, mikrobloglar, sosyal ağlar, wikiler, içerik paylaşım toplulukları, podcastlar ve forum gibi farklı özelliklere sahip siteler olarak ortaya çıkabilmektedir. Sosyal medya araçlarını aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür. Bunlar (Akar, 2010a: 96; Bostancı, 2010: 83; Özkömürcü, 2012; Dawley, 2009:111; Kaplan ve Haenlein, 2010:64):

- Sosyal Ağlar: Myspace, Facebook, Orkut, Bebo, Windowslive, V Kontakte, Google+, Friendster, Odnoklassniki, MyHeritage, Meetup, My Yahoo!, FriendFeed, Gdgt, Chime.in, Path, So.cl.
- Mikrobloglar: Twitter, Tumblr, DayTum, Threewords. Bloglar: Wordpress, Blogger, LiveJournal, My Opera, Technorati, Posterous.
- Profesyonel Ağlar: Linked in, Xing, Coroflot, Viadeo. Fotoğraf Paylaşım: Flickr, PhotoBucket, Instagram, Fotolog, Dailyboth, Picasa, Gravator, Panoramio, Foodspotting. Wikiler: Wikipedia, Wikileaks, Wikia, Wikihow, Wikinews.
- Video Paylaşım: You Tube, Yahoo! Video, Vlog, Google Video, Metacafe, Dailmation, Vimeo.
- Sosyal İşaretleme: Digg, Reddit, Delicious, Stumble Upon. Podcastler: Apple iTunes.
- Sanal Dünyalar: World of Warcraft, Metin 2, Second Life, eMeez, Active Worlds, EverQuest, Ultima Online, Lineage şeklindedir.

Tüketici Davranışı Ve Sosyal Medyadan Etkilenişi

Tüketici davranışı, bireylerin veya grupların, ürünleri, hizmetleri, fikirleri veya deneyimleri seçmesi, satın alması, tüketmesi, kullanması ve kullandıktan sonra elden çıkarması ile ilgili süreçler olarak tanımlanabilir (Koç, 2013: 35). Başka bir tanıma göre tüketici davranışı, bireylerin veya grupların ihtiyaç ve arzularını karşılamak için; ürün, hizmet, fikir ve deneyimleri seçmeleri, satın almaları, kullanmaları ve elinde bulundurmalarını kapsayan süreçler olarak ifade edilmektedir (Durmaz vd., 2011: 116).

Tüketiciler satın alma kararı verirken, “Ne satın alayım?, Ne kadar satın alayım?, Nereden satın alayım?, Ne zaman satın alayım? ve Nasıl satın alayım?” gibi sorulara cevap arayarak satın alma kararlarını verirler (Koç, 2013: 456). Bu bağlamda tüketici davranışlarını etkileyen unsurları; sosyal faktörler, psikolojik faktörler, kişisel faktörler, pazarlama çabaları ve ekonomik faktörler olarak sınıflandırabiliriz (Yıldız, 2014: 8). Nihayetinde tüketicilerin satın alma karar süreci; problemin farkına varılması, bilgi toplama ve alternatiflerin belirlenmesi, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası davranış aşamalarından oluşmaktadır (Kotler ve Armstrong, 1996: 158).

Günümüzde teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi, rekabetin artması işletmeleri daha yaratıcı hareket etmeye ve tüketici odaklı yaklaşım göstermeye yöneltmiştir. Sosyal medyanın yaşama girmesiyle, kilometrelerce uzak kişilere, geniş kitlelere ulaşabilmesi, işletmeleri de bu teknolojik gelişimden faydalanmaya itmiştir (Terkan, 2014:63).

Sosyal medya tüketicilerle daha iyi ilişkilerin kurulmasına fırsat veren, hem işletmelere hem de tüketicilere kolaylık sağlayan, ve bu nedenle en çok tercih edilen sosyal medya aracı bir yandan tüketicilere ilgili ürün veya hizmet hakkında bilgi sunmakta, daha önceden tüketicilerin o ürün veya hizmet hakkında yapmış oldukları yorumları görebilmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde milyonlarca insanın olumlu ya da olumsuz tutumu ölçülebilmektedir. Bu durumun işletmeler için hem avantaj hem de dezavantaj olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda İşletmeler ürünleri ve hizmetleri ile ilgili yapılan yorumlar ve tepkiler karşısında kendilerine yeni bir yol haritası seçmek durumunda kalmaktadır (Olgun, 2015: 487-489). Ayrıca, sosyal medya pazarlamacıları, tüketicilerle birlikte interaktif bir iletişim ortamı sağlamakta ve tüketicilerle var olan ilişkilerin geliştirilmesi fırsatı vermektedir. Pazarlamacıların %85’inde sosyal medya pazarlamasının en büyük yararlarından birinin tüketicilerle birlikte karşılıklı iletişim kurabilmeleri olduğunu söylemektedirler (Toksarı vd., 2014: 6).

Tüketiciler artık hem araştırma sürecinde hem de satın alma sürecinde sosyal medyayı yoğun olarak kullanmaktadır. Sosyal medya platformlarında buluşan tüketiciler, diğer insanlarla iletişime geçerek alacakları ürün ve hizmet ile ilgili bir fikir sahibi olmaktadır. 2009 yılında The Nielson Company tarafından yapılan bir araştırmaya göre tüketicilerin %90’ı tanıdıkları kişilerin önerilerine güvenmektedir (Dirik, 2012:81). Tüketiciler, deneyimli tüketici bilgi ve yorumlarını, işletme tarafından sunulan bilgiden daha güvenilir ve inandırıcı bulmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2012:6).

YÖNTEM

Araştırmanın Önemi ve Amacı

Sosyal medyanın günümüz dünyasında her zaman her yerde kolaylıkla kullanılması, 7’den 70’e milyarlarca kişinin sosyal medya sitelerinde gezinmesi, işletmelerin pazarlama ve pazarlama iletişimi stratejilerinde değişime neden olmakla birlikte tüketicilerinde satın alma kararını etkilemektedir. İşte bu noktada tüketiciyi sosyal medyanın ne kadar etkilediğini ve tüketicinin satın alma öncesi ve sonrası davranışlarını ne kadar farklılaştırdığını ortaya koymak önemlidir. Bu çalışmada da sosyal medyanın tüketicilerin satın alma öncesi ve sonrası davranışlarını nasıl ve ne ölçüde etkilediğini belirlemek amaçlanmıştır.

Araştırma Yöntemi ve Örneklemi

Araştırma yöntemi olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında ise anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda İşlek (2012) tarafından kullanılan ölçeğin

araştırma amacına uygun olduğu belirlenmiş ve gerekli düzenlemeler yapılarak bu ölçek kullanılmıştır. Ankette demografik sorular ile beraber toplamda 80 adet ifadeye yer verilmiştir. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde demografik özellikler ile ilgili sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise sosyal medya araçları kullanımı ve hangi özelliklerin ne kadar kullanıldığını ortaya koymayı amaçlayan ifadeler bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışını etkileme derecesini ölçen ifadeler yer almaktadır. Sosyal medya araçları kullanımında (1:Hiçbir zaman, 2:Çok nadir, 3:Ara sıra, 4: Sık Sık, 5: Her zaman) ve sosyal medya araçlarının satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışına etkisine yönelik ifadeleri ölçmek için (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3:Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum) 5’li likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde, “Konaklama İşletmeciliği” ve “Seyahat İşletmeciliği” bölümlerinde lisans eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrenci sayısı 2014-2015 bahar dönemi itibariyle 346 Konaklama İşletmeciliği bölümü ve 333 Seyahat İşletmeciliği bölümü olmak üzere toplam 679 öğrencidir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) ise evren büyüklüğü 750 olan çalışmalar için %95 güven aralığı %5 hata payı ile örneklem büyüklüğünün 254 olması gerektiğini ifade etmiştir. Bu nedenle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle 250 kişiye anket uygulanmıştır.

BULGULAR

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Değişkenlerinin Yüzde ve Frekans Dağılımları

Değişkenler		f	%	Toplam
Cinsiyet	Erkek	139	55,6	250
	Kadın	111	44,4	
Yaş	20-22	143	57,2	250
	23-26	107	42,8	
Bölüm	Konaklama	130	52,0	250
	Seyahat	120	48,0	
Mezun Olunan Lise	Turizm Lisesi	76	30,4	250
	Genel Lise	131	52,4	
	Anadolu Lisesi	43	17,2	
Haftalık Sosyal Medya Kullanımı	1saat ve daha az	29	11,6	250
	2-6 saat	141	56,4	
	7-11 saat	45	18,0	
	12 saat ve üstü	35	14,0	

Tablo 1’de araştırmaya katılan Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin demografik değişkenlerinin yüzde ve frekans dağılımları yer almaktadır. Elde edilen verilere göre katılımcıların %55,6’sı erkek (139), %44,4’ü kadındır (111). Yaş gruplarına bakıldığında ankete katılanların %57,2’si 20-23 yaş arası ve %42,8’i 24-26 yaş arası katılımcılar oldukları görülmektedir. Öğrencilerin %52’si konaklama bölümünde, %48’i seyahat bölümünde eğitim görmektedir. Çalışmada katılımcıların mezun oldukları lise ile ilgili bilgilerine ilişkin elde edilen bulgular incelendiğinde; öğrencilerin sadece %30,4’ünün turizm lisesi mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcılara sosyal medyada haftalık ortalama kaç saat geçirdikleri sorulduğunda katılımcıların %56,4’ü 2-6 saat arası sosyal medyada vakit geçirmektedir.

Araştırma ölçeğinde yer alan, sosyal medya araçları kullanımını ölçmeye yönelik 48 ifade, sosyal medyada satın alma öncesi tüketici davranışlarını ölçmeye yönelik 10 ifade ve sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışlarını ölçmeye yönelik 9 ifade faktör analizine tabii tutulmuş ve analiz sonuçları Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 2:Sosyal Medya Araçları Kullanımına İlişkin İfadelerin Geneline ve Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Faktörler</i>	<i>İfadeler</i>	<i>Ortalama Değer</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Faktör Ortalaması</i>	<i>Faktör St. S.</i>	<i>Faktör Yükleri</i>	<i>Açıklanan Varyans</i>
<i>Faktör 1: Sanal Dünyalar</i>	Sanal dünyalar (Knight online, WOW, Second Life) kullanırım.	2,50	1,33	2,50	1,16	0,82	10,52
	Diğer kullanıcılar ile tanışır iletişim kurarım.	2,51	1,34			0,78	
	Sanal dünyada verilen görevleri yerine getirmeye özen gösteririm.	2,61	1,37			0,81	
	Sanal dünyada ve diğer kullanıcılarla iletişim kurarken başka biriymişim gibi davranırım.	2,40	1,37			0,71	
<i>Faktör 2: Twitter</i>	Mikroblog (Twitter) kullanırım.	3,23	1,30	3,11	0,91	0,62	8,96
	Kendi mikroblog profilimde paylaşımlarda bulunurum (Tweet atarım).	3,35	1,22			0,74	
	Takip ettiğim kullanıcıların yazdıklarını okurum.	3,54	1,24			0,76	
	Takip ettiklerim ve takip edenlerimle iletişim kurarım (mesajlaşırım).	2,61	1,23			0,53	
	Diğer kullanıcılardan iletimde (tweet) bahsederim (mention).	2,94	1,36			0,67	
	Diğer kullanıcıların iletilerini (tweet) paylaşıyorum (retweet).	2,97	1,30			0,74	
<i>Faktör 3: Blog</i>	Blog kullanırım	3,03	1,10	2,75	0,87	0,72	8,10
	Kendi bloğumda yazı yazar ve yayınlarım.	2,46	1,30			0,59	
	Başkalarının yazdığı blogları okurum.	3,05	1,14			0,63	
	Blog yazılarına yorum yaparak katkıda bulunurum.	2,45	1,16			0,70	
	Blog arama motorlarını kullanırım.	2,78	1,24			0,74	
<i>Faktör 4: Podcast</i>	Podcast kullanırım.	2,72	1,23	2,56	1,06	0,81	7,53
	Pod yayınlarını indirir ve bilgisayarımda kullanırım.	2,65	1,20			0,78	
	Pod yayınlarını indirir mp3 player'ımda dinlerim.	2,61	1,21			0,65	
	Pod yayını oluşturup, yayınlarım.	2,24	1,34			0,63	

Tablo 2:Sosyal Medya Araçları Kullanımına İlişkin İfadelerin Geneline ve Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Faktörler</i>	<i>İfadeler</i>	<i>Ortalama Değer</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Faktör Ortalaması</i>	<i>Faktör St. S.</i>	<i>Faktör Yükleri</i>	<i>Açıklanan Varyans</i>
Faktör 5: Sosyal işaretleme ve etiketleme	Sosyal işaretleme ve etiketleme sitesi (Stumble Upon, Reddit) kullanımım	2,71	1,13	2,66	0,89	0,67	7,26
	Beğendiğim linkleri kaydederim.	2,69	1,18			0,76	
	Profilimi diğer kullanıcılar ile paylaşıyorum.	2,54	1,24			0,69	
	Beğendiğim sayfayı diğer sosyal medya araçlarında paylaşıyorum.	2,68	1,23			0,63	
Faktör:6 Facebook	Sosyal ağlar (Facebook, Google Plus) kullanımım.	3,82	1,18	3,64	0,83	0,53	5,63
	Sosyal ağ sitesine resim, video yüklerim.	3,47	1,10			0,80	
	Arkadaşlarımdın durum güncellemesi ve içerik paylaşımlarını izlerim.	3,63	1,04			0,74	
Faktör: 7 Forumlar ve sözlükler	Çevrimiçi Topluluklar (Forumlar, Sözlükler) kullanımım.	3,23	1,03	3,34	0,82	0,83	5,45
	Bir forum veya sözlükte yapılan yorum ve paylaşımları okurum.	3,46	0,93			0,71	
Faktör:8 You Tube	Medya paylaşım sitesi (You Tube, Flickr,Slideshare) kullanımım.	3,82	1,13	3,80	0,92	0,72	5,21
	Medya paylaşım sitelerinde bulunan içeriği izlerim.	3,78	1,04			0,73	
Faktör:9 Wikipedia	Wiki (Wikipedia) kullanımım.	3,45	1,06	3,44	0,87	0,77	4,34
	Wiki sitelerinde araştırma yaparım.	3,44	1,06			0,71	
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>							<i>63,01</i>
<i>Kaiser-Meyer-Olkin ,829</i>							
<i>Bartlett Küresellik Testi:3589,042P=0, 000</i>							

Tablo 3: Sosyal Medyada Satın Alma Öncesi Tüketici Davranışlarına İlişkin İfadelerin Geneline ve Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Faktörler	İfadeler	Ortalama Değer	Standart Sapma	Faktör Ortalaması	Faktör St. S.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Faktör 1: Sosyal medyanın etkileme gücü	Satın alacağım ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada sadece daha önceden tanıdığım kişilerin tavsiyelerine önem veririm.	3,57	1,17	3,48	0,77	0,62	24,21
	Sosyal medya araçlarında beğendiğim, takip ettiğim firmaların/markaların ürünlerini satın almayı tercih ederim.	3,37	1,17			0,69	
	Sosyal medyada bir firmanın/markanın benle iletişime geçmesi satın alma yönünde beni olumlu etkiler.	3,43	1,11			0,76	
	Sosyal medya siteleri tüketicilerin firma/markalarla iletişime geçmesi için uygun bir yerdir.	3,56	0,98			0,65	
Faktör 2: Sosyal medyaya güven	Bir ürünü satın almadan önce o ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada araştırma yaparım.	3,75	1,11	3,50	0,71	0,64	22,02
	Satın alacağım ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada güvenilir bilgilere ulaşacağıma inanırım.	3,70	0,96			0,77	
	Satın alacağım ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada yer alan bilgi tüketici tarafından oluşturulmuşsa o bilgiye güvenirim.	3,47	1,10			0,58	
	Satın alacağım ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada yer alan bilgi satıcı tarafından oluşturulmuşsa o bilgiye güvenirim.	3,09	1,17			0,60	
Toplam Açıklanan Varyans							46,23
Kaiser-Meyer-Olkin ,710							
Bartlett Küresellik Testi:228,504P=0, 000							

Tablo 4: Sosyal Medyada Satın Alma Sonrası Tüketici Davranışlarına İlişkin İfadelerin Geneline ve Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Faktörler	İfadeler	Ortalama Değer	Standart Sapma	Faktör Ortalaması	Faktör St. S.	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
1.Faktör: Memnun olmayan müşteri davranışları	Satın aldığım ürün/hizmetten memnun kalmazsam bunu sosyal medyada paylaşıyorum.	3,58	1,23	3,42	0,79	0,74	28,82
	Satın aldığım ürün/hizmetten memnun kalmazsam bunu sosyal medyadaki şirket sayfalarında paylaşıyorum.	3,30	1,27			0,69	
	Satın aldığım ürün/hizmetten memnun kalmazsam sosyal medyada diğer kullanıcılara o ürünü almamalarını tavsiye ederim.	3,40	1,18			0,73	
	Ürün/hizmetinden memnun olmadığım firma/markanın sosyal medyada beni fark etmiş ve benimle iletişime geçmiş olması fikrimi değiştirmeme sebep olabilir.	3,34	1,02			0,60	
	Ürün/hizmetinden memnun olmadığım firma/markanın sosyal medyada beni fark etmemiş ve iletişime geçmemiş olması memnuniyetsizliğimi artırır.	3,49	1,17	3,01	0,97	0,51	23,75
2.Faktör: Memnun olan müşteri davranışları	Satın aldığım ürün/ hizmetten memnun kalırsam bunu sosyal medyada paylaşıyorum.	3,17	1,29			0,79	
	Satın aldığım ürün/hizmetten memnun kalırsam bunu sosyal medyadaki şirket sayfalarında paylaşıyorum.	2,92	1,21			0,81	
	Satın aldığım ürün/hizmetten memnun kalırsam sosyal medyadaki diğer kullanıcılara o ürünü almalarını tavsiye ederim.	2,95	1,26			0,67	
Toplam Açıklanan Varyans							52,56
Kaiser-Meyer-Olkin ,763							
Bartlett Küresellik Testi:378,555 P=0, 000							

Faktör analizi gerçekleştirilirken öncelikle örneklem büyüklüğünün yeterliliği ve verilerin faktör analizine uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla KMO analizine sırasıyla (0,829), (0,710), (0,763) ve Barlett Küresellik testi sonuçlarına sırasıyla (3589,042 p=0,000), (228,504 p=0,000), (378,555 p=0,000) bakılmıştır. Elde edilen değerlerden hareketle verilerin faktör analizine uygunluğuna bakılmıştır. İfadeler üzerinde gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizinde eş kökenliliği 0,5'in altında olan (Joseph vd., 1998: 118) sosyal medya kullanım ölçeğinden 16 ifade, sosyal medyada satın alma öncesi tüketici davranışları ölçeğinden 2 ifade ve sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışları ölçeğinden 1 ifade çıkarılmıştır. Böylece özdeğeri 1'den büyük ve eş kökenliliği 0,5'in üzerinde olan sosyal medya araçları kullanımından 9 faktör (Sanal Dünyalar, Twitter, Blog, Podcast, Sosyal İşaretleme ve Etiketleme, Facebook, Forumlar ve Sözlükler, You Tube ve Wikipedia), sosyal medyada satın alma öncesi tüketici davranışlarından 2 faktör (Sosyal Medyanın Etkileme Gücü ve Sosyal Medyaya Güven) ve sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışlarından da 2 faktör (Memnun Olmayan Müşteri Davranışları ve Memnun olan Müşteri Davranışları) elde edilmiştir.

Bu faktörlerin toplam varyans açıklama oranları sırasıyla 63,01, 46,23, 52,56 olarak gerçekleştirilmiştir. Açıklanan toplam varyans için bulunan oranlar, bir modelin makul olarak kabul edilebilmesi için yeterli oranlardır. Altunışık vd., (2010), Scherer (1988) ve Tavşancıl (2010) faktör analizinde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranlarının ideal olarak kabul edildiğini belirtmişlerdir. Ayrıca ilgili sorulara güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach's Alpha değeri sosyal medya araçları kullanımı için 0,86 (yüksek derecede güvenilir), sosyal medyada satın alma öncesi tüketici davranışları için 0,64 (oldukça güvenilir) ve sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışları için ise 0,72 (oldukça güvenilir) olarak tespit edilmişti (Albayrak vd., 2006: 405).

Tablo 5: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanımı

	<i>Erkek</i>		<i>Kadın</i>		<i>p</i>
	<i>Ort.</i>	<i>SS.</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS.</i>	
<i>Sosyal Medya Kullanımı</i>	3,04	0,52	2,90	0,52	0,038*

*p<0,05

Tablo 5'te sosyal medya kullanım düzeyinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla t-testinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda cinsiyet ile sosyal medya kullanımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır (P=0,038). Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi ile ilgili sorulara verdikleri yanıtların

aritmetik ortalamaları incelendiğinde, genel olarak erkeklerin kadınlara göre daha yüksek derecede sosyal medya kullanımında bulunduğu söylenebilir.

Tablo 6: Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medyada Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişki

<i>Değişkenler</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>1-) Sosyal Medya Kullanımı</i>	-	,062	,084	,011	,358**
<i>2-) Sosyal Medyanın Etkileme Gücü</i>	-	-	,253**	,461**	,191**
<i>3-) Sosyal Medyaya Güven</i>	-	-	-	,189**	,125*
<i>4-) Memnun Müşteri Davranışları</i>	-	-	-	-	,319**
<i>5-) Memnun Olmayan Müşteri Davranışları</i>	-	-	-	-	-

** p<0,01 *p<0,05

Tablo 6'daki korelasyon analizi sonucuna göre, 0,01 anlamlılık düzeyinde sosyal medya kullanımı ile memnun olmayan müşteri davranışları arasında, sosyal medyanın etkileme gücü ile sosyal medyaya güven, memnun müşteri davranışları ve memnun olmayan müşteri davranışları arasında, sosyal medyaya güven ile memnun müşteri davranışları arasında ve memnun müşteri davranışları ile memnun olmayan müşteri davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. 0,05 anlamlılık düzeyinde ise sosyal medyaya güven ile memnun olmayan müşteri davranışları arasında pozitif bir ilişki vardır.

Tablo 7: Sosyal medyada Satın Alma Davranışları Açısından Sosyal Medya Kullanma Faaliyetlerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>		<i>B</i>	<i>Std. Hata</i>	<i>β</i>	<i>p</i>
<i>Sosyal Medya Kullanımı</i>	Sabit	2,437	,206		,000
	Sosyal Medyanın Etkileme Gücü	,027	,047	,040	,557
	Sosyal Medyaya Güven	,038	,045	,052	,400
	Memnun Müşteri Davranışları	-,094	,046	-,147	,043**
	Memnun Olmayan Müşteri Davranışları	,211	,034	,389	,000*
	<i>R²=,145 F=10,353 p=,000</i>				

*p<0,01 **p<0,05

Tablo 7'de sosyal medya kullanımının sosyal medyadaki satın alma davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bağımlı değişken sosyal medya kullanımı ile bağımsız değişken memnun müşteri davranışları arasında negatif, memnun olmayan müşteri davranışları arasında pozitif anlamlı bir ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır ($R^2=,145$ $F=10,353$ $p=0,000$). İki değişken birlikte sosyal medya kullanımı değişkenindeki toplam varyansın yaklaşık olarak %14'ünü açıklamaktadır. Sosyal medya kullanımı ile sosyal medyanın etkileme gücü ve sosyal medyaya güven arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

SONUÇ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve yenilenmesi tüketicilerin daha güçlü olmasına sebep olmaktadır. İşletmelerin süreklilik sağlaması için tüketicilerin güçlenmesi göz ardı edilmemelidir. Nitekim tüketim süreci insanlığın var olmasıyla başlayan zamanla hayatın devamı için gerekli bir faaliyetken günümüzde işletmelerin yaşamının amacı olmuştur. Bu anlamda işletmeler tüketicilerle karşılıklı iletişimi sürekli açık tutmalı, onları çok iyi dinlemeli ve anlamalıdır. Tüketici olarak insanı harekete geçiren güdüler, çevre faktörleri ve kişinin kendine ait iç faktörleridir. Bu faktörlerde oluşacak değişimler tüketicinin satın alma davranışını değiştirmektedir. Ancak bu şekilde işletmeler sürekli değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek hizmet ve ürünleri pazara sunabileceklerdir. Tüketici davranışının sadece satın alma davranışı olmamasından dolayı işletmeler müşterileriyle iletişimde satın alma öncesi, esnası ve sonrası dönemleri dikkate almalı ve tüketicilere ulaşabileceği tüm platformların aktif bir şekilde kullanılıyor olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda işletmelerin ürün ve hizmetlerine sosyal medya büyük avantajlar sunmaktadır (Beliktay, 2013: 50).

Bu çalışma sosyal medya kullanımının tüketici davranışlarına etkisini belirleyebilmek için yapılmıştır. Yapılan araştırmada katılımcıların %56,4'ü 2-6 saat arası, %18'i 7-11 saat arası sosyal medyada vakit geçirmektedir. İnsanların zamanının büyük bir kısmını sosyal medyada harcamalarını fırsat bilen işletmelerde pazarlama aracı olarak artık sosyal medyayı kullanmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları sırasıyla You Tube, Facebook, Wikipedia, Forumlar ve Sözlükler, Twitter, Blog ve diğer şeklinde tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre işletmeler, potansiyel tüketiciler tarafından en çok kullanılan sosyal medya araçlarında kesinlikle yer almalıdır.

Araştırmanın ortaya çıkardığı sonuçlardan bir diğeri ise sosyal medya araçlarının nasıl kullanıldığıdır. Buna göre sosyal medya kullanıcıları bloglarda en fazla başkalarının yazdıkları blogları okumakta (3,05), Twitter'da öncelikli olarak diğer kullanıcıların paylaştığı iletileri okumakta (3,54), Forumlarda ise katılımcıların en fazla yorum ve paylaşımları okudukları belirlenmiştir (3,46). Facebook kullanımında ise sosyal medya kullanıcıları arkadaşlarının durum güncellemesi ve içerik paylaşımlarını izlemektedir (3,63). You Tube'da yoğunlukla görsel içeriği (3,77) izlediklerini belirten sosyal medya kullanıcıları Wiki sitelerinde ise en fazla araştırma yapmaktadır (3,43). Toksarı vd. (2014) tarafından yapılan araştırmada da sosyal medya kullanıcılarının Facebook'ta en fazla arkadaşlarının durum güncellemesi ve içerik paylaşımlarını izlediklerini (3,63), Twitter'da ise en fazla takip ettiği

kullanıcıların yorumlarını okudukları saptanmıştır (2,54). Dolayısıyla sosyal medyada yer alan olumlu veya olumsuz yorumlar, görsel içerikler bir şekilde tüketiciler üzerinde etki yaparak tüketicilerin alacakları kararları etkilemektedir.

Araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer sonuç ise sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya araçlarından satın alma noktasında ne kadar etkilendiğidir. Araştırmaya göre sosyal medya kullanıcıları en fazla Facebook (3,54), You Tube (3,36), Twitter (3,13) ve Forumlar (3,10) etkilemektedir.

Sosyal medyada satın alma öncesi tüketici davranışına yönelik ifadeler incelendiğinde, sosyal medya kullanıcılarının öncelikle satın almak istedikleri ürünleri ve hizmetleri sosyal medya sitelerinde araştırdıklarını (3,75) söylemek mümkündür. Dahası kullanıcılar yüksek oranda (3,56) sosyal medya sitelerinin işletme ve markaların hedef kitleleriyle iletişime geçmesi için uygun bir yer olduğunu düşünmektedir. Ek olarak araştırma sonuçları, tüketicilerin sosyal medya araçlarında daha önceden tanıdığı kişilerin tavsiyelerine değer verdiğini (3,57) göstermektedir. Aynı zamanda tüketiciler sosyal medya araçlarında beğendiği takip ettiği, işletmelerin/markaların ürünlerini satın almayı tercih etmektedir (3,37). Sarı vd. (2015) tarafından yapılan araştırmada da sosyal medya kullanıcılarının bir ürünü satın almadan öncede o ürün/hizmet ile ilgili sosyal medyada araştırma yaptığı (3,91), sosyal medyada sadece daha önceden tanıdığı kişilerin tavsiyelerine önem verdiği (3,45) tespit edilmiştir. Dolayısıyla tüketicilerin sosyal medyada ürün ve hizmet ile ilgili araştırma yapması, ürün ve hizmetle ilgili bilginin kaynağının tüketici olması sebebiyle işletmeler ürün/hizmet/markalarıyla ilgili tanıtıcı bilgilerini sosyal medyada paylaşmalı, tüketicilerin sosyal medyadaki konuşmalarını önemsemeli ve bir an öncede sosyal medya araçlarını pazarlama iletişimi noktasında etkili kullanmalıdırlar.

Sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışına yönelik ifadeler incelendiğinde sosyal medya kullanıcıları satın aldıkları ürün/hizmetten memnun kalmadıklarında bunu sosyal medyada paylaştıklarını (3,58) ve diğer kullanıcılara o ürünü ve hizmeti almamalarını tavsiye etmektedir (3,40). Katılımcılar satın alma işlemini gerçekleştirdikten sonra memnuniyetliklerini sosyal medyada paylaşmaya eğilimli oldukları fakat memnuniyetsizliklerini dile getirdikleri kadar yüksek profil sergilemedikleri söylenebilir. Sosyal medyada satın alma sonrası tüketici davranışlarıyla ilgili yapılan araştırmalarda da (İşlek, 2012; Sarı vd., 2015) katılımcıların memnuniyetsizliklerini dile getirmekte sosyal medyayı daha aktif kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Oysa olumlu online değerlendirmeler, okuyan tüketicilerin endişe ve kaygılarını ortadan kaldırmakta ve daha çok

satışa imkan sağlamaktadır. Bu nedenle işletmeler için maksimum müşteri memnuniyetinin sağlanması yönünde çalışmaların yapılması ve satın alma sonrası müşterilerin memnuniyeti ile ilgili olarak kurulacak bir müşteri ilişkileri bölümü tarafından müşteri ile diyaloga geçilmesi varsa sorunların derhal çözümü sosyal medyada olumsuz değerlendirmelerin paylaşılmasını engelleyecektir (Aymankuy vd., 2013: 391).

Araştırmanın örneklemini Akdeniz Üniversitesindeki Turizm Fakültesi Konaklama ve Seyahat bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Daha geniş katılımlar ile, farklı kişilere, farklı sektörlere araştırmanın yapılması daha farklı daha ayrıntılı sonuçlar çıkarabilecektir. Böylece sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medyada satın alma davranışlarına ait daha sağlıklı sonuçlar ortaya konmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- AYMANKUY Y.; SOYDAŞ M. E.; SAÇLI Ç. (2013), “*Sosyal Medya Kullanımının Turistlerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama*”, International Journal of Human Sciences, Cilt: 10, Sayı: 1, ss. 376-397.
- AKAR, E. (2010a), Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri, Ankara: Efil Yayınevi.
- AKAR, E. (2010b), “*Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi*”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10, Sayı:1, ss. 107-122.
- ALTUNIŞIK, R.; COŞKUN, R.; BAYRAKTAROĞLU, S.; YILDIRIM, E. (2010), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı, Ankara: Pegem Akademi.
- ALBAYRAK, A.S.; EROĞLU, A.; KALAYCI, Ş.; KÜÇÜKSİLLE, E. vd. (2006), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- BAŞ M.; GÜNGÖR A.; ÖZKUL E.; TUNCEL A. (2013), Otel İşletmelerinde Sosyal Medya Kullanımı: İstanbul’da Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi 14. Ulusal Turizm Kongresi, Aralık 05-08, Kayseri.
- BELİKTAY, A. (2013), Sosyal Medyada Marka Yönetimine İletişim Öğrencilerinin Algısı, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Bitirme Çalışması, Eskişehir.
- BOSTANCI, M., (2010), Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- DİKME, G. (2013), Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- DİRİK, N. (2012), Sosyal Medyada Destinasyon Tanıtımı, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- DURMAZ Y.; BAHAR R.; KURTLAR M. (2011), “*Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*”, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 12, ss. 484-507.
- DAWLEY, L. (2009), “*Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy*”, On The Horizon, Cilt: 17, Sayı: 2, ss. 109-122.
- EROL G.; HASSAN A. (2014), “*Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi*”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 31, ss. 804-812.
- EMİRZA E.; İŞTAHLI S. B.; İŞTAHLI Y. H. (2012), “*Sosyal Medyanın Çok Katlı Pazarlamada Kullanımı ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri*”, Yönetim ve Ekonomi Araştırması Dergisi, Sayı: 18, ss. 20-32.

- ERGENÇ, E., “İşletmeler İçin Sosyal Medyanın Önemi”, (2013), <http://www.liderlikokulu.com.tr/dosyalar/Isletmeler-icin-sosyal-medya-erkut-ergenc.pdf>, Erişim Tarihi: 10.01.2016.
- İŞLEK, M.S. (2012), Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- JOSEPH, F.H.; WILLIAM, C. B.; RONALD, L. T.; ROLPH, E. A. (1998), Multivariate Data Analysis, USA: Prentice Hall.
- KARA Y.; COŞKUN A. (2012), “Sosyal Ağların Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye’deki Hazır Giyim Firmaları Örneği”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 2, ss. 73-90.
- KOÇ, E. (2013), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- KAPLAN, A. M.; HAENLEIN M. (2010), “Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”, Business Horizons, Cilt: 53, ss. 59-68.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (1996), Principles of Marketing, USA:Prentice Hall.
- MAVNACIOĞLU, K. (2009), İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri, Fırat Üniversitesi Medya ve Etik Sempozyumu, Ekim 07-08-09, Elazığ.
- OLGUN, B. (2015), “Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, Sayı: 12 ss. 484-507.
- ÖZGEN E.; DOYMUŞ H. (2013), “Sosyal Medya Pazarlamasında Farklılaştırıcı Bir Unsur Olarak İçerik Yönetimi Konusuna İletişimsel Bir Yaklaşım”, Online Academic Journal of Information Technology, Cilt: 4, Sayı: 11, ss. 91-103.
- ÖZKÖMÜRCÜ, H.. “75 Farklı Sosyal Medya Sitesi”, (2012), <http://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi>, Erişim Tarihi: 12.01.2016.
- SARI S.; BOZKURT ÇETİNKAYA Ö.; KALKAN A. (2015), “Y Kuşağının Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyal Medyanın Etkisi”, ResearchGate
- SARIIŞIK M.; ÖZBAY Gülçin (2012), “Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim ve Turizm Endüstrisindeki Uygulamalara İlişkin Bir Yazın İncelemesi”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 16, ss. 1-22.
- SCHERER R. F.; WIEBE F. A.; LUTHER D. C.; ADAMS Janet S. (1988), “Dimensionality of Coping: Factor Stability Using The Ways of Coping Questionnaire”, Psychological Report, Cilt: 62, ss. 763-770.
- ŞAHBAZ R. P.; BAYRAM Ali T. (2013), Otel İşletmeleri Facebook Sayfalarının Pazarlama İletişimi Açısından Değerlendirilmesi: Antalya Örneği, Erciyes Üniversitesi 14. Ulusal Turizm Kongresi, Aralık 05-08, Kayseri.
- TERKAN, R. (2014), “Sosyal Medya ve Pazarlama: Tüketicide Kalite Yansıması”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, ss. 57-71.
- TOKSARI M.; MÜRÜTSOY M.; BAYRAKTAR M. (2014), “Tüketici Algılarını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü: Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği”, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 4, ss. 1-28.
- TAVŞANCIL, E. (2010), Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- YILDIZ, Y. (2014), “Tüketici Davranışları Üzerinde Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği”, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 2, ss. 5-15.
- YAZICIOĞLU, Y.; ERDOĞAN, S. (2004), Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2015>, Erişim Tarihi: 07.01.2016.
- <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-social-mobile-worldwide-2015> Erişim Tarihi: 08.01.2016

TURİSTİK DESTİNASYON TERCİHLERİNDEDİZİ VEYA FİLMLERİN ETKİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Uğur AKDU¹

Mehmet Halit AKIN²

ÖZET

Turistlerin karar verme ve satın alma süreçleri, turizm işletmelerinin ürün/hizmetlerinin veya destinasyonların tercih edilmesinde karar verici bir unsur olduğu için her dönem önemini koruyan bir konu olmuştur. Turistlerin tercih edecekleri ürün/hizmetten veya destinasyondan istekleri ve beklentileri ise, bu karar verme ve satın alma süreçlerini etkileyen en önemli unsurlardır. Son dönemlerde, büyük rağbet gören filmlere yerleştirilen destinasyonlar turistler için yeni bir tercih alanı oluşturmaktadır. Dizi veya filmlerin temsil ettiği destinasyonlar ve turistlerin bunlara yönelik beklentileri neticesinde yapılan turistik hareketlilikler, ilk defa Hudson ve Ritchie (2006) tarafından geliştirilen film/dizi turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın amacı, turistlerin destinasyon tercihlerinde dizi veya filmlerin etkilerini ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda ilgili paydaşlara önerilerde bulunmaktır. Zaman, maliyet ve uygulama kolaylığı sağlaması sebebiyle araştırmada tesadüfi örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir ve katılımcıların % 47,8'inin daha önce bir film destinasyonunu ziyaret ettiği ve aynı film destinasyonu tekrar ziyaret edilebileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Film / Dizi Turizmi, Film Destinasyonu, Alternatif Turizm

GİRİŞ

Farklı destinasyon alternatiflerinin oluşması, teknolojinin gelişmesi, turistlerin farklı istek ve beklentilerinin oluşması gibi unsurlar turistlerin sayısız destinasyon ve hizmet sunucu arasından seçim yapmasını gerekli kılmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilir turizm anlayışının ortaya çıkması, turistlerin kitle turizminden ziyade alternatif turizm türlerine yönelmek, yeni yerler keşfetmek ve farklı deneyimler yaşamak istemeleri hizmet sunucularını farklı hizmetler sunmaya, hizmet alıcılarını yani turistleri ise farklı deneyimler ve destinasyonlar aramaya yönlendirmiştir.

Sosyal medyanın ve paylaşım ağlarının ortaya çıkması ve her geçen gün kapsama alanlarının artmasıyla birlikte (Gündebahar ve Khalilov, 2013: 1), bu araçlar ve internet üzerinden her yerde kolayca izlenebilen ve yeni bir boyut kazanan dizi veya filmler turistleri karar verme ve

¹ Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, akduugur@hotmail.com

² Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, halit_akin@windowslive.com

satın alma süreçlerinde yönlendiren, hizmet sunuculara ise doğrudan nihai tüketiciyle iç içe olması nedeniyle daha düşük maliyette ve daha büyük etkinlikte tanıtım yapma imkânı sağlayan en önemli araçlar haline gelmişlerdir (Barutçu ve Tomaş, 2013: 9). Ayrıca, dizi veya filmler, insanların düşüncelerini etkileyen ve belirli konularda tavır almalarını sağlayan, kişiler, mekânlar vd. ile ilgili imaj oluşturma gücüne sahip olan, temel bir araç konumuna gelmişlerdir (Busby ve Klug, 2001'den aktaran; Şahbaz ve Kılıçlar, 2009: 32).

Bu çalışmada, turistlerin destinasyon tercihlerinde dizi veya filmlerin etkilerinin ortaya çıkarılması ve bu etkilere yönelik bir takım önerilerin sunulması amaçlanmaktadır. Amaca yönelik bir anket formu hazırlanmış ve bu anket formuna verilen cevaplar doğrultusunda analizler yapılarak gerekli değerlendirmeler ve öneriler yapılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Son yıllarda, sürdürülebilir turizm anlayışının gelişmesi, turistlerin farklı kültürleri tanıma, yeni yerler keşfetme isteklerinin ortaya çıkması (Emir ve Avan, 2010: 203) ülkeler arasındaki rekabetin artması, sosyal eğilimlerdeki değişimler, maddi yönden zenginliğin artması durumlarına karşın, turistlerin boş zamanın sınırlı kalması gibi unsurlar hizmet sunucular açısından turistik ürünlerde çeşitlendirmeyi (Krüger 2004'den aktaran; Sarkım, 2008: 7) ve turistler açısından ise yeni turizm türleri keşfetmeyi gerekli kılmıştır. Bu turizm türlerinden son yıllarda yoğun talep gören ve tercih edilenlerden biriside, ilk defa Hudson ve Ritchie (2006) tarafından geliştirilen film/dizi turizmidir. İnsanlar dizi veya filmlerde izledikleri yerleri, kahramanları, yerel olguları kendilerine yakın görerek bir hayal dünyası yaratmakta ve bu dünyaya yolculuk etmekle de turizm hareketliliğine katılmaktadırlar (Yılmaz ve Sarıbaş, 2013: 37). Film/dizi turizmi kavramını ilk geliştiren araştırmacılar film/dizi turizmini, televizyon, video veya sinema ekranlarında destinasyonların öne çıkarılması neticesinde bir destinasyona veya cazibe merkezine yapılan turistik ziyaretler olarak tanımlamaktadırlar (Hudson ve Ritchie, 2006: 387).

Destinasyon imajı, turistlerin nereyi ziyaret edeceklerine dair seçim yapma süreçlerinde verecekleri kararları etkilemede önemli bir rol oynamaktadır (Gartner 1989; Echtner ve Ritchie 1991'den aktaran; Rewtrakunphaiboon, 2009: 2). Dizi veya filmler, destinasyonları temsil ederek onlarla ilgili olumlu bir destinasyon imajı oluşturmakta ve kişilere destinasyonun özelliklerini empoze etmektedir ve sonuç olarak dizi veya filmler kişilerin seyahat ve destinasyon tercihlerini etkileyebilmektedir (Butler, 1990: 48). Nuroğlu (2013: 9) tarafından Orta Doğu ve Balkanlar'dan gelen turistler üzerine yapılan çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre; turistlerin Türkiye'ye gelme kararında etkili olan faktörün %31 oranı

ile Türk dizilerinin olduğu tespit edilmiştir ve bu da dizi veya filmlerin turistik yöre tercihlerinde etkili olduğunu kanısını desteklemektedir.

Film ve Dizilerin Turistik Yöre Tercihine Etkileri: Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler

Çalışmanın bu bölümünde dizi veya filmlerin turistik destinasyon seçimine yönelik etkileri dünyadan ve Türkiye’den örneklerle gösterilecektir. İlk olarak çeşitli yabancı dizi veya filmlerin turistik hareketliliğe ağırladığı katkılarıyla ilgili bazı örnekler verecek olursak; Yeni Zelanda’da çekilen *Yüzüklerin Efendisi* filmi daha sonraki 5 yıl içerisinde bu destinasyonun turizm gelirlerini %10 artırmıştır ve bu 5 yıllık süreçte İngiltere’den bu destinasyona gelen turist sayısında her yıl %10’luk bir artış sağlamıştır. Yapımı Kuzey Karolina’daki Chimney Rock Park’ta yapılan *Son Mohikan* filmi gösterime girdikten sonra bu destinasyona gelen turist sayısında %25’lik bir artış olmuştur. *Cheers* dizisi 1982-1993 yıllarında yayınlanmış bir dizidir ve çekimleri Boston’da yapılmıştır. Bu dizi çekimleri sürecinde, yıllık 7 milyon \$’lık bedava reklam katkısı sağlamıştır (Hudson ve Ritchie, 2006: 389). Ayrıca son yıllarda, bazı bölgelerde dizi/film müzeleri kurulmaktadır. Örneğin; 2007’deki *Star Wars* yıldönümü gösterisinden sonra, 2008 yılında Londra Film Müzesi kurulmuştur ve hâlâ faaliyet göstermektedir. Bu müzede dizi/film setleri (*Charlie Chaplin* vb.), karakterlerin kıyafetleri vb. şahsi eşyaları, kostümleri dizayn edilmiş animatörler ve aktörlerin eğlence gösterileri yer almaktadır (Tanskanen, 2012: 40).

Türk dizilerinin çekim yapılan bölgeye ve çekim mekânlarına ziyaretçi talebini arttırması özellikle 2002 yılında yayınlanan ve yönetmenliğini Çağan Irmak’ın yaptığı *Asmalı Konak* dizisi ile ortaya çıkmıştır (Kömürcü ve Öter, 2013: 6). *Asmalı Konak* dizisinin yayınlanmaya başladığı günden itibaren Kapadokya, özellikle Ürgüp ve dizinin çekildiği müze haline getirilen tarihî konak, adeta yerli turist akınına uğramıştır. Bütün tur firmaları, programlarına bu konağı da eklemiştir. *Asmalı Konak* biteli 10 yılı geçmesine rağmen, turlara olan talep azalsa da halen devam etmektedir (Özdemir, 2014). Tablo 1’de de görüldüğü üzere *Asmalı Konak* dizisi bu süreç içerisinde yerli turist sayısında %35’lik bir artış sağlamıştır. İstanbul’da çekilen ve daha sonra dış ülkelerde de yayınlanan Gümüş dizisi ise, Suudi turistlerin destinasyon tercihlerini İstanbul’a çevirmiştir. Tablo 1’de verilen oranlara göre, 2007 yılında 41.000 olarak gerçekleşen Suudi turist sayısı 2008 yılında 100.000’e çıkmıştır. Türk dizi veya filmlerinin ihraç edilerek yabancı ülkelerde izlenmesinin sağladığı olumlu etkilerinin yanı sıra yabancı dizi veya filmlerinde Türkiye’de çekilmesi de turist tercihlerini ilgili destinasyona çevirmektedir. Örneğin; *Truva* filmi içinde gösterilen destinasyon (Truva-Çanakkale) ve filmin çekildiği destinasyon (Malta ve Meksika) filmde adı geçen yerlerden tamamen farklı

olmasına karşın (Yılmaz ve Yolal, 2008: 185), Çanakkale'nin turist sayısında yüzde 73'lük bir artışa neden olmuştur (Hudson ve Ritchie, 2006:390).

Ulusal ve uluslararası dizi veya filmlerin, çekiminin yapıldığı destinasyonlara olan ziyaretçi sayısı bakımından etkileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1:Dizi veya Filmlerin Ziyaretçi Sayılarındaki Etkileri

Dizi/Film	Destinasyon	Ziyaretçi Sayısı veya Gelire Etkisi
Asmalı Konak	Ürgüp	Yerli turist sayısında %35'lik artış görülmüştür.
Aşk ve Gurur	Lyme Park, İngiltere	Ziyaretçi sayısı %150 artmıştır.
Cesur Yürek	Wallace Anıtı, İskoçya	Filmin gösteriminden sonra ziyaretçi sayısı %300 artmıştır.
Dallas	South Ranch, Dallas	Her yıl 500 bin yeni turist kazanılmıştır.
Forest Gump	Savannah, Georgia	Turist sayısında %7'lik bir artış olmuştur.
Görevimiz Tehlike 2	Sydney'deki Milli Park	2000'de ziyaretçi sayısı %200 artmıştır.
Gümüş	İstanbul	2007 yılında 41.000 olarak gerçekleşen Suudi turist sayısının 2008 yılında 100.000'e çıktığı belirtilmiştir.
Harry Potter	İngiltere'de farklı destinasyonlar	Tüm destinasyonlarda turist sayısında %50 ve üzeri artış meydana gelmiştir.
Yabancı Damat	Gaziantep	Diziden sonra şehirdeki turist sayısında %20 artış görülmüştür.
Küçük Kadınlar	Orchard evi, Concord, Massachusetts	Filmin gösteriminden sonra ziyaretçi sayısı %65 artmıştır.
Timsah Dundee	Avustralya	Amerikalı ziyaretçilerin sayısı 1981 yılından 1988 yılına kadar %20.5 artmıştır.
Truva	Çanakkale, Türkiye	Ziyaretçi sayısı %73 artmıştır.

Kaynak: (Boz ve Kömürcü, 2012, s.521; Hellemans, 2014, s.25; Hudson ve Ritchie, 2006, s.389; Tuclea ve Nistoreanu, 2011, s.28; Yılmaz ve Yolal, 2008, s.178)'den uyarlayan; Güdü Demirbulat vd., 2015: 259'dan daraltılmıştır.

Tablo 1'de ve örneklerde görüldüğü üzere, dizi veya filmlerin genel çoğunluğu, yayınlandıktan veya gösterime girdikten sonra, ilgili destinasyona gelen ziyaretçi sayılarını artırmıştır. Dolayısıyla, dizi veya filmlerin turistlerin satın alma ve karar verme süreçlerini etkilediği ve turistlerin tercihlerini ilgili destinasyona yönlendirdiği söylenebilir. Bu çalışmanın amacı, turistlerin destinasyon tercihlerinde dizi veya filmlerin etkilerini ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda paydaşlara öneriler sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, dizi veya filmlerin turistik destinasyonlar açısından önemi göz önünde tutularak, bu çalışmada dizi veya filmlerin turistik yöre tercihi etkileri, hem yerli ve yabancı dizi/film örnekleriyle hem de yapılmış olan araştırma sonucunda elde edilen bulgularla gösterilmiştir.

YÖNTEM

Alternatif turizm türlerinin gelişmesiyle birlikte özellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olmadığı destinasyonlar farklı turizm türleriyle turizmden aldıkları payı artırma çabalarına girişmişlerdir. Özellikle günümüzde ciddi bir gelir getirici fonksiyonu olan ve önemli bir

izleyici kitlesine de sahip olan dizi veya filmler kendi sektörlerinin dışında birçok sektöre de gelir kaynağı olmaktadır. Ayrıca, çekimlerin yapıldığı setler/mekanlar dizi veya film severler tarafından yoğun ziyaretlerin gerçekleştirildiği bir turistik destinasyon haline gelerek turizm sektörüne önemli bir kaynak sağlamaktadır. Bu bağlamda adeta ayrı bir turizm türü haline gelen bu ziyaretlerin sürdürülebilir turizm yaklaşımı çerçevesinde planlı bir şekilde gelişiminin sağlanması önemlidir. Dolayısıyla akademik çalışmalarla da bu faaliyetlerin desteklenmesi ve ilgili paydaşlara veri sağlanması gerekmektedir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, turistlerin destinasyon tercihlerinde dizi veya filmlerin etkilerini ortaya çıkarmaktır. Konuyla ilgili yapılan çalışmaların sayıca az olması ve konunun izleyiciler yönüyle ele alındığı çalışmaların kısıtlı olması bu çalışmayı önemli kılan diğer hususlardır. Betimsel nitelikte olan bu çalışmanın, literatüre, araştırmacılara, destinasyon yöneticilerine ve ilgili diğer paydaşlara önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket soruları üç bölümde tasarlanmıştır. Bu kapsamda ankette, ilk bölümde katılımcıların film ve dizi izleme tercihlerini belirlemeye yönelik 5 soru; ikinci bölümde film ve dizilerde kullanılan destinasyonları ziyaret etme tercihlerini belirlemeye yönelik 9 tanesi 5’li likert tipinde, 4 tanesi çoktan seçmeli ve iki tanesi açık uçlu soru tipinde olmak üzere 15 soru; son olarak üçüncü bölümde de katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 4 soru olmak üzere toplam 25 soru bulunmaktadır. Hazırlanan anket Şubat 2016’da çevrim içi ortamda elektronik posta ve sosyal medya yoluyla erişime açılmış ve katılımcıların doldurması sağlanmıştır. Bu kapsamda belirlenen tarihlerde toplam 251 katılımcıyla veri toplama süreci tamamlanmıştır.

Dizi veya film izlemeyen özel bir kitlenin bulunmaması, herkesin bir izleyici olduğu varsayımıyla evren ve örneklemin belirlenmesi güç olduğundan hem zaman hem maliyet hem de uygulama kolaylığı sağlaması sebebiyle araştırmada tesadüfi örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde, örnek kapsamına bilgi ve verilerin en kolay toplanabileceği bireylerin alınması amaçlanmaktadır. İstatistiksel analizlerin geçerliliğini sağlamak için Gorsuch, (1983) madde başına 5 kişi, en az 200 örneklem ve Streiner, (1994) madde başına 10 kişi, en az 100 örneklemin yeterli olacağını belirtmiştir (Çepni, 2010; Akdu, 2014: 85). Buradan hareketle elde edilen verilerin (n=251) yukarıda belirtilen yeterlilikleri karşıladığı söylenebilir. Veriler istatistik paket programında tanımlayıcı analizlere tabi tutulmuş olup sonuçlar araştırmanın bulgular bölümünde yer almaktadır.

BULGULAR

Öncelikle ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesi için Alfa Modeli (Cronbach Alpha Coefficient) kullanılmıştır. 0 ile 1 arasında değer alan (Cronbach) Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği ' $0.40 > \alpha \geq 0.00$ ise ölçek güvenilir değildir', ' $0.60 \geq \alpha \geq 0.40$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür', ' $0.80 \geq \alpha > 0.60$ ise ölçek oldukça güvenilirdir' ve ' $1.00 \geq \alpha > 0.80$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir' şeklinde yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2008: 405). Yapılan güvenilirlik analizi sonucu ölçeğin Alfa katsayısı 0.852 olarak bulunmuştur. Buradan hareketle ($1.00 \geq 0.852 > 0.80$) ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 2: Katılımcıların demografik özellikleri

Değişken		f (n=251)	%
Cinsiyet	Erkek	164	65,3
	Kadın	87	34,7
Yaş	18-28	53	21,1
	29-39	117	46,6
	40-50	59	23,5
	51-60	19	7,6
	61 ve üzeri	3	1,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	-	-
	Ortaöğretim	9	3,6
	Ön lisans	10	4,0
	Lisans	49	19,5
	Yüksek Lisans	55	21,9
Medeni Durum	Doktora	128	51,0
	Evli	180	71,7
	Bekar	70	27,9
	Diğer	1	,4

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde katılımcıların 164'ünün (%65,3) erkek, 87'sinin (%34,7) kadın olduğu ve 180 (71,7) katılımcının ise evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlara göre dağılımı incelendiğinde en yüksek oranın 117 (% 46,6) kişi ile 29-39 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde ise en yüksek katılımın 128

(%51) kişi ile doktora derecesine sahip bireyler tarafından gerçekleştirildiği, katılımcılar arasında ilköğretim mezunu bireylerin olmadığı görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların demografik özelliklerine göre kendilerini iyi bir tv/sinema izleyicisi olarak tanımlama oranları

Kendinizi dikkatli bir tv/sinema izleyicisi olarak tanımlar mısınız?						
Toplam Oran		147	58,6	104	41,4	251
Değişken		Evet	%	Hayır	%	Toplam
Cinsiyet	Erkek	93	56,7	71	43,3	164
	Kadın	54	62,1	33	37,9	87
Yaş	18-28	41	77,4	12	22,6	53
	29-39	69	59	48	41	117
	40-50	24	40,7	35	59,3	59
	51-60	11	66,7	8	42,1	19
	61 ve üzeri	2	66,7	1	33,,3	3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	7	77,8	2	22,2	9
	Ön lisans	7	70	3	30	10
	Lisans	29	59,2	20	40,8	49
	Yüksek Lisans	35	63,6	20	36,4	55
	Doktora	69	53,9	59	46,1	128
Medeni Durum	Evli	98	54,4	82	45,6	180
	Bekar	48	68,6	22	31,4	70
	Diğer	1	100	-	-	1

Tablo 3 katılımcıların demografik özelliklerine göre kendilerini iyi bir tv/sinema izleyicisi olarak tanımlama oranlarını göstermektedir. Tablodaki toplam orana bakıldığında katılımcıların % 58,6'sı (147) kendilerini dikkatli bir izleyici olarak tanımlarken bu oranın demografik özelliklere göre detaylı dağılımı Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların demografik özelliklerine göre “TV dizisi izler misiniz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

TV dizisi izler misiniz?						
Toplam Oran		180	71,7	71	28,3	251
Değişken		Evet	%	Hayır	%	Toplam
Cinsiyet	Erkek	109	66,5	55	33,5	164
	Kadın	71	81,6	16	18,4	87
Yaş	18-28	42	79,2	11	20,8	53
	29-39	86	73,5	31	26,5	117
	40-50	39	66,1	20	33,9	59
	51-60	11	57,9	8	42,1	19
	61 ve üzeri	2	66,7	1	33,3	3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	9	100	0	0	9
	Ön lisans	8	80	2	20	10
	Lisans	38	77,6	11	22,4	49
	Yüksek Lisans	42	76,4	13	23,6	55
	Doktora	83	64,8	45	35,2	128
Medeni Durum	Evli	126	70	54	30	180

Bekar	54	77,1	16	22,9	70
Diğer	0	0	1	100	1

Tv dizisi izleme oranlarının katılımcıların demografik özelliklerine göre detaylı dağılımı Tablo 4’te görülmektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların % 71,7’si (180 kişi) gibi büyük bir çoğunluğunun tv dizisi izlediği görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların demografik özelliklerine göre TV dizisi veya filmtercihlerinde etkili olan özelliklerin dağılımı

TV Dizisi veya film tercihlerinizde en çok hangisi etkilidir.		Oyuncu Kadrosu		Yönetmen		Senaryo		Senaryo Yazarı		Dizinin Çekildiği Yer		-Turistik Yöre		Canlandırılan Karakterler		Diğer		Toplam
Toplam Oran		41	16,3	6	2,4	14 5	57,8	3	1,2	15	6	35	13,9	6	2,4	251		
Değişken		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n		
Cinsiyet	Erkek	18	11	5	3	96	58,5	3	1,8	12	7,3	25	15,2	5	3	164		
	Kadın	23	26,4	1	1,1	49	56,3	-	-	3	3,4	10	11,5	1	1,1	87		
Yaş	18-28	15	28,3	2	3,8	27	50,9	-	-	4	7,5	4	7,5	1	1,9	53		
	29-39	17	14,5	2	1,7	69	59	3	2,6	6	5,1	17	14,5	3	2,6	117		
	40-50	7	11,9	1	1,7	38	64,4	-	-	2	3,4	9	15,3	2	3,4	59		
	51-60	2	10,5	1	5,3	9	47,4	-	-	3	15,8	4	21,1	-	-	19		
Eğitim Durumu	61 ve üzeri	-	-	-	-	2	66,7	-	-	-	-	1	33,3	-	-	3		
	Ortaöğretim	4	44,4	-	-	3	33,3	-	-	1	11,1	1	11,1	-	-	9		
	Ön lisans	2	20	-	-	4	40	-	-	-	-	3	30	1	10	10		
	Lisans	13	26,5	1	2	26	53,1	-	-	2	4,1	5	10,2	2	4,1	49		
	Yüksek Lisans	7	12,7	1	1,8	32	58,2	1	1,8	4	7,3	10	18,2	-	-	55		
Medeni Durum	Doktora	15	11,7	4	3,1	80	62,5	2	1,6	8	6,3	16	12,5	3	2,3	128		
	Evli	24	13,3	3	1,7	112	62,2	1	0,6	9	5	26	14,4	5	2,8	180		
	Bekar	17	24,3	3	4,3	32	45,7	2	2,9	6	8,6	9	12,9	1	1,4	70		
Diğer		-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	1		

Tablo 5, katılımcıların demografik özelliklerine göre TV dizisi veya film tercihlerinde etkili olan özelliklerin dağılımını göstermektedir. Tablo da, katılımcıların % 57,8 (145 kişi) gibi büyük bir çoğunluğunun film veya dizi izlerken senaryoyu dikkate aldıkları görülmektedir. Demografik değişkenlerin hemen hemen tümünde en etkili özellik senaryo olurken orta öğretim mezunlarının tercihlerinde çoğunlukla oyuncu kadrosunun etkili olduğu ve film destinasyonunun ise sadece % 6 oranındaki katılımcılar için bir tercih nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6: Katılımcıların destinasyon tercihlerinde film ve dizilerin etkisine yönelik ifadelerin dağılımı ile çarpıklık ve basıklık testi sonuçları

İfadeler	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık (Skewness)		Basıklık (Kurtosis)	
				Sonuç	Std. Hata	Sonuç	Std. Hata
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekanlar o bölgeye yapılan ziyaretlerde artışa neden olur	251	4,1315	,94797	-1,203	,154	1,547	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânlar/turistik yöreler dikkatimi çeker.	251	4,0797	,97654	-1,070	,154	1,008	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek isterim.	251	3,7450	1,12015	-,688	,154	-,137	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için mutlaka fırsat yaratırım	251	2,5498	1,11378	,347	,154	-,525	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için tatil planlarımı değiştirebilirim.	251	2,1833	1,18249	,635	,154	-,571	,306
Dizi/Filmin medya ve sosyal medyada yapılan tanıtımları tercihimin etkiler.	251	3,1235	1,17162	-,107	,154	-,922	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânların uzaklığı benim için önemlidir.	251	3,2032	1,35150	-,385	,154	-1,085	,306
Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmenizde o mekânın/yörenin moda olması/çok ziyaret ediliyor olması önemlidir	251	2,7769	1,25141	,059	,154	-1,071	,306
Dizi veya filmi izlemesem de gittiğim yerde böyle bir mekân varsa mutlaka ziyaret ederim	251	3,2351	1,25719	-,282	,154	-,990	,306

Tablo 6 katılımcıların destinasyon tercihlerinde film ve dizilerin etkisine yönelik ifadelerin dağılımı ile çarpıklık ve basıklık testi sonuçlarını göstermektedir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığının anlaşılması için elde edilen veriler basıklık (measures of kurtosis) ve çarpıklık (measures of skewness) testlerine tabi

tutulmuştur. Kabul edilebilir çarpıklık değeri için (-3, +3) aralığı alınabilir. Kabul edilebilir basıklık için ise 10'dan küçük değerler alınabilir (Çepni, 2010; Akdu, 2014: 89). Buradan hareketle verilerin dağılımının uygun olduğu söylenebilir. Katılımcıların destinasyon tercihlerinde film ve dizilerin etkisine yönelik ifadelerin dağılımı incelendiğinde ortalamaların genel olarak 3'ün üzerinde olduğu ifadelerle katılımın olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte, 'Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için mutlaka fırsat yaratırım' ifadesine (Ort. 2,54), 'Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için tatil planlarımı değiştirebilirim' ifadesine (Ort. 2,18) ve 'Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmeniz o mekânın/yörenin moda olması/çok ziyaret ediliyor olması önemlidir' ifadesine (Ort. 2,77) katılımın düşük olduğu görülmektedir. Buna göre dizi veya film destinasyonunun moda olmasının önemli olmadığı, katılımcıların tatil planlarını bir dizi destinasyonu ziyareti için değiştirmeyeceği veya bunun için mutlaka fırsat yaratmaya çalışmayacağı gözlemlense de film veya dizi çekilen destinasyonların dikkat çektiği ve orayı görme isteği yarattığı, özellikle gidilmese de gittiği yerde böyle bir mekân varsa ziyaret edildiği sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 7:Dizi veya filmlerde kullanılan destinasyonları ziyaret etme nedenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

Dizi veya Filmlerde kullanılan mekanları ziyaret etmeniz için aşağıdakilerden en çok hangisi önemlidir.		Oyuncular		Senaryo- Filmin Konusu		Dizinin Çekildiği Yer		-Turistik Yöre		Diğer		Toplam
Toplam Oran		10	4	59	23,5	168	66,9	14	5,6	251		
Değişken		n	%	n	%	n	%	n	%	n		
Cinsiyet	Erkek	6	3,7	44	26,8	102	62,2	12	7,3	164		
	Kadın	4	4,6	15	17,2	66	75,9	2	2,3	87		
Yaş	18-28	4	7,5	12	22,6	35	66	2	3,8	53		
	29-39	3	2,6	26	24,8	80	47,6	5	4,3	117		
	40-50	1	1,7	13	22	41	69,5	4	6,8	59		
	51-60	2	10,5	3	15,8	11	57,9	3	15,8	19		
Eğitim Durumu	61 ve üzeri	-	-	2	66,7	1	33,3	-	-	3		
	Ortaöğretim	-	-	3	33,3	5	55,6	1	11,1	9		
	Ön lisans	-	-	3	30	6	60	1	10	10		

Medeni Durum	Lisans	4	8,2	8	16,3	36	73,5	1	2	49
	Yüksek Lisans	2	3,6	14	25,5	36	65,5	3	5,5	55
	Doktora	4	3,1	31	24,2	85	66,4	8	6,3	128
	Evli	5	2,8	38	21,1	124	68,9	13	7,2	180
	Bekar	5	7,1	21	30	43	61,4	1	1,4	70
	Diğer	+	+	+	+	1	100	-	-	1

Dizi veya filmlerde kullanılan destinasyonları ziyaret etme nedenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 7’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların % 66,9 (168 kişi) gibi büyük bir çoğunluğu, bir dizi veya film destinasyonunu ziyaret etmek için en çok dizinin çekildiği yer/turistik yöreyi önemli bulmaktadır. Buna göre senaryo ve oyuncu kadrosu gibi değişkenleri önemli bulanların oranının az olması sebebiyle film turizmi için özellikle destinasyonun çekici unsurlarının vurgulanması gerektiği önerisi yapılabilir.

Tablo 8: Dizi/film destinasyonlarını ziyaret nedenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

Dizi veya Filmlerde kullanılan mekanları en çok hangi nedenle ziyaret etmek istersiniz?		Kültürel Değerleri görmek/ deneyimlemek için		Tarihi Değerleri Görmek İçin		Doğal Güzellikleri Görmek İçin		Yeme-içme Kültürünü Tanımak / Tatmak İçin		Diğer		Toplam
Toplam Oran		89	35,5	60	23,9	66	26,3	15	6	21	8,4	251
Değişken		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
Cinsiyet	Erkek	57	34,8	44	26,8	36	22	12	7,3	15	9,1	164
	Kadın	32	36,8	16	18,4	30	34,5	3	3,4	6	6,9	87
Yaş	18-28	16	30,2	9	17	19	35,8	5	9,4	4	7,5	53
	29-39	41	35	30	25,6	30	25,6	6	5,1	10	8,5	117
	40-50	21	35,6	17	28,8	12	20,3	4	6,8	5	8,5	59
	51-60	9	47,4	4	21,1	4	21,1	-	-	2	10,5	19
	61 ve üzeri	2	66,7	-	-	1	33,3	-	-	-	-	3
Eğitim	Ortaöğretim	3	33,3	1	11,1	3	33,3	1	11,1	1	11,1	9

Durumu	Ön lisans	1	10	4	40	3	30	1	10	1	10	10
	Lisans	13	26,5	12	24,5	21	42,9	1	2	2	4,1	49
	Yüksek Lisans	24	43,6	8	14,5	13	23,6	4	7,3	6	10,9	55
	Doktora	48	37,5	35	27,3	26	20,3	8	6,3	11	8,6	128
	Evli	62	34,4	45	25	45	25	9	5	19	10,6	180
Medeni Durum	Bekar	26	37,1	15	21,4	21	30	6	8,6	2	2,9	70
	Diğer	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	1

Tablo 8 dizi/film destinasyonlarını ziyaret nedenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımını göstermektedir. Tabloya göre sırasıyla katılımcılar en çok %35,5 oranında kültürel değerleri görmek/ deneyimlemek; % 26,3'ü doğal güzellikleri görmek; % 23,9'u tarihi değerleri görmek % 6'sı yörenin yemek kültürünü öğrenmek ve yöresel tatları deneyimlemek;% 8,4'ü ise diğer nedenler (mimari eserleri görmek, film ortamını deneyimlemek ve filmdeki oyuncu ve karakterler gibi hissetmek) için ziyaret etmektedirler.

‘Daha önce bir dizi veya film çekim mekânını ziyaret ettiniz mi?’ sorusuna verilen cevapların katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 9’da gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların % 47,8'i daha önce bir film destinasyonunu ziyaret etmiştir. Ankette, bu sorunun akabinde katılımcıların ziyaret ettiği destinasyonları öğrenmek amacıyla açık uçlu bir soru sorulmuştur. Verilen cevaplar gruplandırıldığında katılımcıların en çok ‘Asmalı Konak’, ‘Yer Gök Aşk’, ‘Güzel Köylü’, ‘Sevdaluk’, ‘Fırtına’, ‘Muhteşem Yüzyıl’ gibi yerli dizi destinasyonları ile yine Türkiye’de çekilen (Fethiye/Muğla) ‘James Bond: Skyfall’, ‘Son Umut’ gibi sinema filmlerinin destinasyonlarını ziyaret ettiklerini bildirmişlerdir. Herhangi bir sıralamaya tabi tutulmadan iller bazında en çok ziyaret edilen destinasyonların Muğla, Nevşehir, İstanbul, Rize ve Artvin olduğu söylenilebilir.

Tablo 9: Daha önce bir dizi veya film çekim mekânını ziyaret ettiniz mi? Sorusuna verilen cevapların katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı.

Daha önce bir dizi veya film çekim mekânını ziyaret ettiniz mi?

Toplam Oran		120	47,8	131	52,2	251
Değişken		Evet	%	Hayır	%	Toplam
Cinsiyet	Erkek	82	50	82	50	164
	Kadın	38	43,7	49	56,3	87
Yaş	18-28	23	43,4	30	56,6	53
	29-39	61	52,1	56	47,9	117
	40-50	26	44,1	33	55,9	59
	51-60	9	47,4	10	52,6	19
	61 ve üzeri	1	33,3	2	66,7	3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	5	55,6	4	44,4	9
	Ön lisans	3	30	7	70	10
	Lisans	24	49	25	51	49
	Yüksek Lisans	25	45,5	30	54,5	55
	Doktora	63	49,2	65	50,8	128
Medeni Durum	Evli	84	46,7	96	53,3	180
	Bekar	36	51,4	34	48,6	70
	Diğer	-	-	1	100	1

Tablo 10: Daha önce ziyaret edilen film-dizi destinasyonunun tekrar ziyaret edilme niyeti ve katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

Daha önce ziyaret ettiğiniz bir film-dizi destinasyonunu tekrar ziyaret eder misiniz?								
Toplam Oran		49	19,5	96	38,2	106	42,2	251
Değişken		Evet	%	Hayır	%	Belki	%	Toplam
Cinsiyet	Erkek	33	2,1	61	37,2	70	42,7	164
	Kadın	16	18,4	35	40,2	36	41,4	87
Yaş	18-28	11	20,8	19	35,8	23	43,4	53
	29-39	21	17,9	40	34,2	56	47,9	117
	40-50	13	22	28	47,5	18	30,5	59
	51-60	4	21,1	8	42,1	7	36,8	19
	61 ve üzeri	-	-	1	33,3	2	66,7	3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	2	22,2	1	11,1	6	66,7	9
	Ön lisans	2	20	5	50	3	30	10
	Lisans	10	20,4	18	36,7	21	42,9	49

	Yüksek Lisans	10	18,2	20	36,4	25	45,5	55
	Doktora	25	19,5	52	40,6	51	39,8	128
Medeni Durum	Evli	32	17,8	75	41,7	73	40,6	180
	Bekar	16	22,9	21	30	33	47,1	70
	Diğer	1	100	-	-	-	-	1

Tablo 10 daha önce ziyaret edilen film-dizi destinasyonunun tekrar ziyaret edilme niyeti ve katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların % 42,2'sinin belki ziyaret edebilirim seçeneğini işaretlediği, % 38,2'sinin tekrar ziyaret etmek istemediği ve % 19,5'inin tekrar ziyaret etmek istediği sonucu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla 'belki' seçeneğiyle birlikte değerlendirildiğinde aynı film destinasyonunun tekrar ziyaret edilebileceği düşünülebilir.

Tablo 11: Katılımcıların film tercihlerine göre film destinasyonu ziyareti isteklerinin dağılımı

Soru Tür	S8*			S9**			S14***		
	Hayır	Evet	Belki	Hayır	Evet	Belki	Hayır	Evet	Belki
Korku	0	2	1	1	1	1	0	2	1
Komedi	6	40	10	28	10	18	17	30	9
Dram	1	8	2	5	4	2	1	5	5
Romantik	1	9	4	7	3	4	3	8	3
Aksiyon	9	25	15	27	11	11	16	21	12
Bilim Kurgu	5	15	9	17	2	10	9	13	7
Belgesel	3	21	10	14	6	14	14	14	6
Biyografi	0	4	1	2	0	3	2	3	0
Dini	1	1	1	1	0	2	0	3	0
Gerilim	0	4	3	3	2	2	1	3	3
Polisiye	1	4	1	4	0	2	3	1	2
Tarihi	2	21	3	9	8	9	5	17	4
Diğer	2	1	5	7	0	1	6	2	0

*Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek isterim.

**Dizi veya Filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için mutlaka fırsat yaratırım

***Dizi veya filmi izlemesemde gittiğim yerde böyle bir mekân varsa mutlaka ziyaret ederim

Katılımcıların film tercihlerine göre film destinasyonu ziyareti isteklerinin dağılımı Tablo 11'de gösterilmektedir. Buna göre 'Dizi veya filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek isterim' ve 'Dizi veya filmi izlemesemde gittiğim yerde böyle bir mekân varsa mutlaka ziyaret ederim' sorularına en çok 'komedi' türünde dizi/film izleyicileri 'evet' derken, 'Dizi veya filmlerde kullanılan mekânları ziyaret etmek için mutlaka fırsat yaratırım' sorusuna en çok 'aksiyon' türü izleyicileri 'evet' demiştir. Destinasyonlarını dizi/film setinin kullanımına

sunacak olan yönetici ve planlayıcıların, izleyicilerin film türü tercihlerini dikkate alarak planlama yapmasının destinasyon tanıtımı ve ziyaretçi potansiyelini artırma konusunda faydalı olacağı düşünülmektedir.

SONUÇ

İlk defa Hudson ve Ritchie (2006) tarafından sunulan film/dizi turizmi günümüzde özellikle hem alternatif turizm türlerine yönelmek isteyen destinasyonlar hem de ekranda gördükleri ve merak ettikleri yerleri ziyaret etmek isteyen izleyiciler için önemli bir fırsat haline gelmiştir. Bu kapsamda çalışmanın amacı turistlerin destinasyon tercihlerinde film veya dizilerin etkilerini ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda destinasyon yöneticileri ve planlayıcılarına önerilerde bulunmaktır.

Sonuçlar incelendiğinde özetle, katılımcıların% 58,6'sı (147) kendilerini dikkatli bir izleyici olarak tanımladığı, % 71,7'ininTV dizisi izlediği, % 47,8'inin daha önce bir film destinasyonunu ziyaret ettiği ve aynı film destinasyonu tekrar ziyaret edilebileceği görülmektedir. Katılımcıların % 66,9'u bir dizi/film destinasyonunu ziyaret etmek için en çok dizinin çekildiği destinasyonu önemli bulmaktadırlar.Dolayısıyla dizi veya film turizmi için özellikle destinasyonun çekici unsurlarının vurgulanması gerektiği söylenebilir. Bununla birlikte katılımcıların film destinasyonlarını en çok (%35,5) kültürel değerleri görmek/deneyimlemek için ziyaret ettiği bunu sırasıyla (% 26,3) doğal güzellikleri görmek ve (% 23,9) tarihi değerleri görmek amacıyla yapılan ziyaretlerin izlediği görülmektedir. Dolayısıyla dizi veya film turizminin paydaşları için destinasyonların bu özelliklerini vurgulaması ve bu kapsamda bilinmeyen yönlerini tanıtması bu turizm türünden elde edecekleri başarıyı arttıracak önemli bir etken olarak düşünülmektedir.Tablo 11'de katılımcıların film tercihlerine göre film destinasyonu ziyareti isteklerinin dağılımı bulunmaktadır. Bu doğrultuda komedi, aksiyon, belgesel ve tarih film/dizi türleri izleyicilerinin genel olarak film destinasyonlarını ziyaret etme eğiliminde olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, planlama aşamasında film türlerine dikkat edilmesinin ve daha kapsamlı bir çalışmayla konunun irdelenerek bu doğrultuda kararların alınmasının, destinasyon tanıtımı ve ziyaretçi potansiyelini artırma konusunda faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte katılımcılara, herhangi bir yönlendirmede bulunmamak ve kendi düşünceleri doğrultusunda cevap vermelerini sağlamak amacıyla sorulan açık uçlu sorulardan elde edilen sonuçlara bakıldığında katılımcıların en çok 'Asmalı Konak', 'Yer Gök Aşk', 'Güzel Köylü', 'Sevdaluk', 'Fırtına', 'Muhteşem Yüzyıl' gibi yerli dizi destinasyonları ile yine Türkiye'de

çekilen (Fethiye/Muğla) ‘James Bond: Skyfall’, ‘Son Umut’ gibi sinema filmlerinin destinasyonlarını ziyaret ettikleri ve bir sıralamaya tabi tutulmadan iller bazında en çok ziyaret edilen destinasyonların Muğla, Nevşehir, İstanbul, Rize ve Artvin olduğu görülmektedir. Türkiye’de en fazla tanınan ve ziyaretçi potansiyelini giderek artıran bu illerin, yolun başındayken sürdürülebilir turizm yaklaşımını benimseyerek bir planlama yapması ve kontrollü turizm gelişimini sağlaması turistik ürünün yaşam süresini uzatacağı gibi doğaya, çevreye ve insana da önemli katkılar sağlayacaktır. Katılımcılara sorulan diğer açık uçlu soruda, yakın zamanda ziyaret etmek istedikleri film destinasyonlarını öğrenmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda dizi/film isimleri ve destinasyonlara bakıldığında ‘Eyvah Eyvah’, ‘Diriliş Ertuğrul’, ‘Truva’, ‘Seddül Bahir’, ‘Karagöl’, ‘Güzel Köylü’, ‘Muhteşem Yüzyıl’, ‘Leyla İle Mecnun’, ‘80’ler’ ve ‘Fırtına’ gibi dizi ve filmlerin çekildiği destinasyonların, il ve ilçe bazında bakıldığında Çanakkale, Muğla, Gaziantep, Mardin, Halfeti, Sapanca, Ula, İzmir, Trabzon, Kapadokya bölgesi gibi destinasyonların ziyaret edilmek istendiği görülmektedir.

Sonuç olarak, diziler ve filmler çekildikleri yerlerde iç turizm hareketini artırırken dizi ihracatı yani dizilerin yayın haklarının dış ülkelerdeki tv kanallarına satılması yoluyla da dış tanıtım ve dış turizm hareketlerini de arttıran önemli bir reklam, tanıtım ve gelir kaynağı olmuştur. İnsanların izlerken merak ettiği destinasyonları yukarıda açıklanan bir çok sebepten dolayı görmek istediği, bazı insanların dizi veya filmi hissetmek için, bazı insanların da özellikle olmasa da gitmişken göreyim gibi yaklaşımları sebebiyle film destinasyonlarını ziyaret etme eğiliminde olduğu söylenebilir. Henüz 2006 yılında kavramsallaştırılan ve yeni yeni gelişmekte olan film turizmi faaliyetlerinin kontrollü ve planlı bir şekilde yürütülmesi diğer tüm turizm çeşitlerinde olduğu gibi elzemdir. Dolayısıyla henüz gelişme aşamasında olan bu turizm türüne yönelecek destinasyonlar sürdürülebilir turizm yaklaşımıyla konuyu planlamalı ve kontrolü elinde tutmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKDU, Uğur (2014). ‘Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti Ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi’ Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Antalya.
- BARUTÇU, Süleyman; TOMAŞ, Melda (2013), “Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü”, IUYD, Cilt: 4, Sayı: 1, ss. 5-23.
- BUTLER, W. Richard (1990), “The Influence Of The Media In Shaping International Tourist Patterns”, Tourism Recreation Research, Cilt: 15, No: 2, ss. 46-53.
- ÇEPNİ, Zafer (2010) ‘Yapısal Eşitlik Modellemesi’ (Sunum, Mersin 2010) <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~cepni/mersinsemsunu.ppt>, Erişim Tarihi: 05/01/2014.

- GÜDÜ DEMİRBULAT, Özge; OFLAZ, Musa ve BUZLUKÇU, Cemali (2015), “Kırsal Yörelerde Televizyon Dizilerinin Turizm Hareketleri Üzerindeki Etkisi: Sevdaluk Dizisi Örneği”, I.Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), Konya, 28-30 Mayıs 2015, ss. 256-265.
- EMİR, Oktay; AVAN, Ali (2010), “Yabancı Turistleri Satın Alma Karar Sürecinde Kültürel Varlıkların Etkisi: Konya Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 24, ss. 203-219.
- GÜNDEBAHAR, Mücahit; KHALİLOV, Merve Can (2013), “Teknolojik Pazarlama Üzerine Bir İnceleme”, Akademik Bilişim Konferansı, Antalya.
- HUDSON Simon; RITCHIE J R Brent (2006), “Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Activities”, Journal of Travel Research, Cilt: 44, ss. 387-396.
- KALAYCI, Ş. ‘SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri’ 3.Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.
- KÖMÜRCÜ, Simge; ÖTER, Zafer (2013), “Türkiye’nin Destinasyon Pazarlamasında Dizi ve Filmlerin Rolü”, Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, Kış 2013, ss. 1-10.
- NUROĞLU Elif (2013), “Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar’dan Gelen Turistlerin Türkiye’yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?”, 5. Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi, Küresel ve Bölgesel Değişim Sürecinde Yeni Türkiye’nin Ekonomik Vizyonu, İstanbul, 31 Ekim-1 Kasım 2013, ss. 1-13.
- ÖZDEMİR, Gökçe (2014), “Sinema ve Televizyon Filmleri Çekildiği Yerin Turizmini Uçuruyor”, <http://www.sabah.com.tr/turizm/2014/04/11/sinema-ve-televizyon-filmleri-cekildiği-yerin-turizmini-ucuruyor>, Erişim Tarihi: 10.02.2016.
- REWTRAKUNPHAİBOON, Walaiporn (2009), “Film-Induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location”, http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2009/pdf/Walaiporn.pdf, Erişim Tarihi: 03.12.12.
- SARKIM, Mustafa (2008), “Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri”, 2. Ulusal İktisat Kongresi, 20-22 Şubat 2008, DEÜ İİBF İktisat Bölümü, İzmir.
- ŞAHBAZ, R. Pars; KILIÇLAR, Arzu (2009), “Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt:1, Sayı: 1, ss. 31-52.
- TANSKANEN, Tanja (2012), “Film Tourism: Study on How Films Can Be Used to Promote Tourism”, Laure University of Applied Sciences, ss. 1-61.
- YILMAZ, Hakan; YOLAL, Medet (2008), “Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1, ss. 175-192.
- YILMAZ, Yıldırım; SARIBAŞ, Özgür (2013), “Destinasyon Pazarlamasında Farklılaşan Turist Davranışlarıyla Birlikte Film ve Dizi Sektörünün Rolü”, Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, Kış 2013, ss. 34-37.

KAYSERİ ŞEHRİNİN MARKA KİŞİLİK BOYUTLARININ BELİRLENMESİ

Nilsun SARIYER¹ Hacer Kübra BADA² Büşra DİNÇ³

ÖZET

Aaker, marka kişiliğini, insani özelliklerin markayla ilişkilendirilmesi olarak tanımlamaktadır. Bu çalışmada şehirlerin marka kişilikleri ele alınmıştır. Bu amaçla Kayseri şehrinin marka kişilik boyutları belirlenmeye çalışılmıştır. Veriler, Kayseri’de yaşayan 382 vatandaşla yüzyüze anket yapılarak toplanmıştır. Kullanılan örnekleme yöntemi, katmanlı örneklemedir. Veriler, faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Sonuçta Kayseri şehrinin marka boyutları; coşkulu, yetkin, androjen, geleneksel ve samimi olarak bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Marka Kişiliği, Marka Kişilik Boyutları, Şehir Marka Kişiliği, Şehir Pazarlaması.

GİRİŞ

Marka kişiliği, markanın insani karakterlerle özdeşleşmesidir. Yazında marka ve/veya ürünün yanısıra yerlerle (şehir, ülke, turistik merkez, kırsal yerler gibi) ilgili de çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle turizm sektöründe yerlerin pazarlaması son dönemlerde oldukça ön plandadır. Çünkü bir yerin zayıf ya da pek olumlu olmayan bir imajı varsa turist o yeri tercih etmek istemeyecektir (Lucarelli, 2012: 233). Bu bağlamda çalışmada önce marka kişiliği konusu ele alınmış daha sonra marka kişilik boyutlarıyla ilgili bir araştırma yapılmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Marka Kişiliği

İnsanların kişilikleri gibi markaların da farklı kişilikleri bulunmaktadır (Özçelik ve Torlak, 2011: 363). Kişilik, bireyi diğerinden ayıran zihinsel, duygusal ve davranışsal özelliklerin toplamıdır (Erciş ve Deniz, 2008: 303). Bireyin çevresindekilere ve durumlara uyum gösterme sistemlerinin incelenmesidir. Biçimsel bir soyutlama olmaktan öte toplumsal yaşam içinde kişinin diğerlerine göre tanımlanmasıdır. Çünkü insan, “bireysel” bir yaratıktır ve ona bu bireyselliğini kazandıran özellikler “kişilik” denen, onun kendisi ve çevresiyle, başkalarına benzemeyen kendine özgün biçimde geliştirdiği ilişkilerin yapısıdır. Marka kişiliğinde de

¹ Doç. Dr., Nuh Naci Yazgan Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, nsariyer@nny.edu.tr

² Nuh Naci Yazgan Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

³ Nuh Naci Yazgan Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

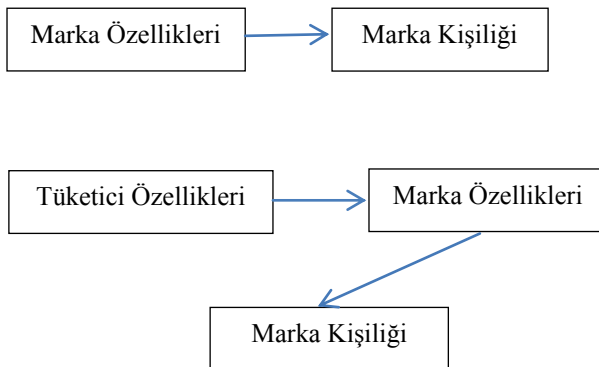
*Bu çalışma, TÜBİTAK 2209/A projesi olarak desteklenmiştir.

marka, insanların karakter özelliklerinde olduğu gibi bazı nitelikler ile dikkat çeken, duygusal ve mantıksal bağlar kuran, iletişim halindeki canlı varlıklar olarak değerlendirilmektedir (Özçelik ve Torlak, 2011: 362). Tüketicilerin ürünler ya da markalar ile özdeşleşen kişilik özellikleri arasındaki benzerlik derecelerini araştıran Sirgy (1982), marka kişiliğinin bir insan gibi markalara kişilik özellikleri yüklemeye alakalı olduğunu ifade etmiştir. Aslında insanlar, bir markayı tercih ederken aynı zamanda kendilerini nasıl ifade ettiklerini, ailedeki ve toplumdaki rollerini nasıl görmek istediklerini seçmektedirler (Yüksel ve Yüksel'den aktaran Köse vd., 2015: 241).

Marka kişiliği, marka imajının duygusal tarafına karşılık gelmektedir ve tüketicilerin marka ile tecrübelerinin tümü bu kişiliğinin oluşumunda etkilidir (Rajagopal, 2005:64). Aaker (1997), marka kişiliğini, markanın insani özellikleri ile ilişkilendirilmiş bir kümesi olarak tanımlanmaktadır. Keller (1993) ise insani karakter özelliklerinin markaya atfedilmesi olduğunu söylemektedir. Azoulay ve Kapferer, (2003), her insanın bir kişiliği olduğu gibi markaların da kişilikleri olduğu fikrinden yola çıkarak bir markanın dışarıya dönük olan yüzüne marka kişiliği demektirler. Govers ve Schoormans(2005)'a göre, markalar kişiliğe sahiptir çünkü tüketiciler hoşlandıkları şeyleri insan özellikleri ile eşleştirirler. Hawkins vd. (2001), “marka bir insan olsaydı nasıl bir insan olurdu ve neye benzerdi?”sorusunun cevabının marka kişiliğine denk geldiğini söylemektedirler.

Marka kişiliği, ürünlerin çok fazla farklılaşmadığı kategorilerde tüketici tarafından farklılaşma amacıyla kullanılan tek özelliktir. Tüketicinin bu unsur doğrultusunda karar vermesi marka kişiliğini marka değeri yaratmada önemli bir faktör haline getirmektedir (Yener, 2013). Marka kişiliği, markayla uzun dönemli bir ilişkinin temelidir. Ayrıca rakip markalardan farklılık yaratan önemli bir faktördür (Aaker, 1996: 105; Berry, 2000: 130).

GELENEKSEL ANLAYIŞ



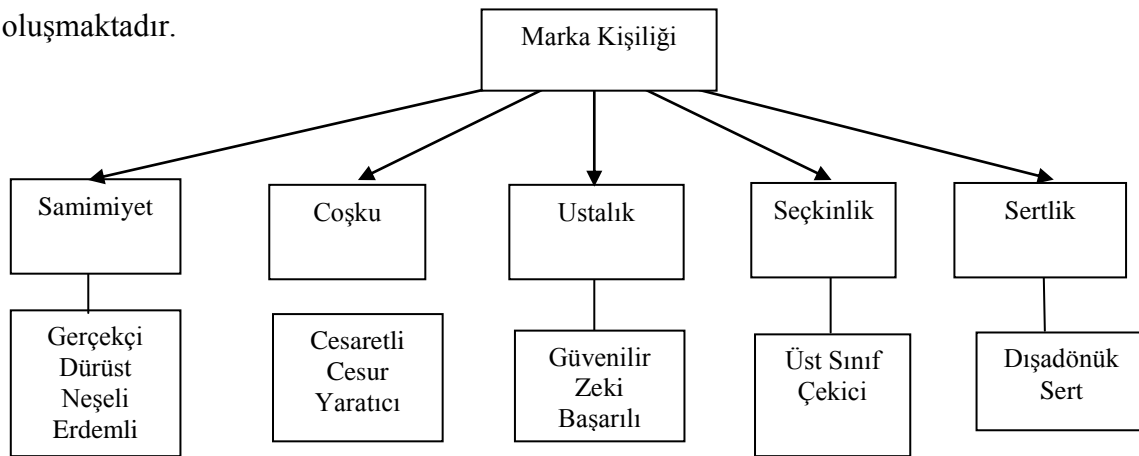
Şekil 1. Geleneksel ve Dinamik Marka Kişiliği Anlayışları. Kaynak: Mathews, 2015:24.

Şehir marka kişiliğinde marka kişiliğini geliştirmek çok önemlidir. Çünkü turizm pazarında turistlere sunulan her şehir turistik ürün olarak düşünülebilir. Dolayısıyla, turizm pazarında diğer şehirler ile rekabet eden her bir şehir kendisi için daha çok talep yaratmak zorundadır (Kanıbir vd., 2010: 60).

Marka Kişiliğinin Ölçülmesi

Marka kişilik ölçekleri, tüketicilerin markaya karşı hem pozitif hem de negatif tutumlarını ölçmek için kullanılırlar. Geleneksel olarak, araştırmalarda iki çeşit marka kişilik ölçeği geliştirilmiştir: “ad hoc ölçekleri” ve “insan kişiliği ölçeklerine dayanarak hazırlanan ölçekler”. Fakat bu ölçeklerin geçerliliği tartışma konusudur. Çünkü insan ve marka kişilikleri belli konularda tutarlılık gösterirken farklı öncüllere de sahip olabilmektedir (Yener, 2013: 93).

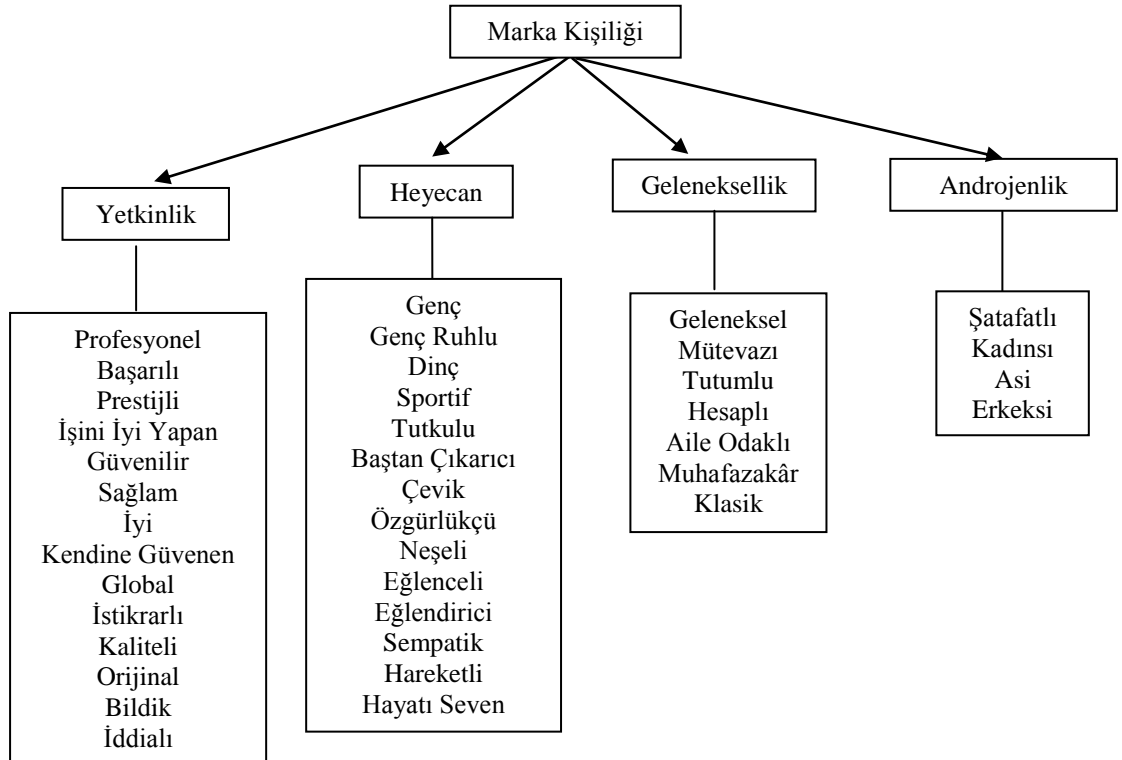
Aaker ve diğerleri (2001), psikolog ve pazarlamacıların kullandıkları kişilik ölçekleri ve kişilik üzerine yapılan kalitatif çalışmalara dayalı olarak özel bir marka kişiliği ölçeği hazırlamıştır. Ancak kişiliğin ölçülemez bir değer olması, onun yönetimini zorlaştıracığından öncelikle marka kişiliğini ölçülebilir hale getirmek şarttır (Aysen vd., 2012: 185). Aaker (1997), marka kişiliğinin en basit ve en doğrudan yöntemle açık uçlu sorularla ölçüleceğini öne sürmüştür. Bu sorular, “marka insan olsaydı nasıl bir insan olurdu?”, “neler yapardı?”, “nerede yaşardı?”, “ne giyerdi?”, “arkadaşları nasıl olurdu?” şeklindedir. “Marka Kişiliği Skalası” ismi verilen bu ölçekte, bir dizi sıfattan oluşan liste kapsamında markanın sıralama ya da Likert ölçeği yardımıyla katılımcılar tarafından değerlendirilmesi istenmektedir (Kelemci ve Bodur, 2009: 5). Bu skala, marka kişiliğinin ölçülmesinde güvenilir ve geçerli bir ölçek olarak kabul edilmektedir. Bu ölçek Şekil 2’de görüleceği gibi beş farklı boyuttan oluşmaktadır.



Şekil 2: Aaker’ın Marka Kişilik Boyutları.

Kaynak: Aaker, 1997.

Aaker (1997) kişilik sınıflamasındaki özellikleri samimiyet, coşku, ustalık, seçkinlik ve sertlik olmak üzere beş boyutta ve 42 kişilik özelliğinde toplamıştır. Ancak samimiyet, coşku ve ustalık boyutları beş faktörlü kişilik sınıflamasının boyutlarıyla paralellik gösterirken seçkinlik ve sertlik boyutları kişilik sınıflaması boyutlarıyla farklılık göstermektedir. Aaker'ın marka kişiliği ölçeğine paralellik gösteren çalışmaların (Caprara vd., 2001; Bosnjak vd., 2007; Milas ve Mlacic, 2007; Khandai vd., 2015) yanısıra farklı boyutlar içerenler (d'Astous ve Leveque, 2003; Sung ve Tinkham, 2005) de bulunmaktadır (Aysen vd., 2012). Aaker'ın ölçeğine karşı çıkanların birçoğu, farklı kültürlerde farklı boyutların ortaya çıkmış olmasını ileri sürmektedirler. Sözgelimi, Orta Asya kültüründe marka kişiliği boyutlarından “sertlik” yerini “barış” boyutuna bırakmıştır. Latin kültüründe “yetkinlik” yerine “tutku”; “sertlik” yerine “barış” boyutu yerine geçmiştir (Kelemci ve Bodur, 2009: 6). Almanya’da ise boyutlar; çekicilik, güvenilirlik, canlılık, istikrar ve doğallıktır (Aysen vd., 2012:186). Aksoy ve Özsoyer (2007) Türkiye’de bu ölçeği uygulamışlardır. Araştırmacılar kişilik özelliklerini belirlerken beş faktörlü kişilik skalasını kullanmışlardır. Türkiye’yi temsil eden 1200 kişilik örneklem ile yapılan bu araştırmanın sonucunda, Türkiye’de marka kişiliğinin yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik olmak üzere 39 sıfat içeren dört boyut ortaya çıkmıştır. Aksoy ve Özsoyer (2007), Aaker (1997) tarafından geliştirilen marka kişiliği ölçeğinde yer alan boyutlardan farklı olarak, geleneksellik ve androjenlik boyutlarını Türkiye’ye özgü boyutlar olarak tanımlamışlardır (Şekil 2).



Şekil 2: Aksoy ve Özsoyer'in Marka Kişilik Boyutları. Kaynak: Aksoy ve Özsoyer, 2007.

Yazarlara göre geleneksellik, Türk kültürünü tanımlamada sıkça kullanılan bir sıfat olurken, androjenlik hem erkeksi hem kadınsı sıfatlar içeren bir marka olarak tanımlanmıştır. Ancak Aksoy ve Özsoyer (2007)'in bu ölçeğini kullanan çalışmalarda öne sürülen faktör yapısından farklı sonuçlar da elde edilmiştir. Özçelik ve Torlak (2011) tarafından marka kişiliği algısıyla etnosentrik eğilimler arasındaki ilişkiyi kot pantolonu markalarında değerlendiren çalışmalarında, marka kişiliği boyut sayısının değiştiği de bulgulanmıştır. İlgili kot pantolonu markaları için yetkinlik, eğlence, heyecan, geleneksellik ve androjenlik olmak üzere beş boyut ortaya çıkmıştır. Bu çalışma kapsamında Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından geliştirilen marka kişiliği ölçeğinin, yapılan analiz sonucunda “heyecan” boyutunun ikiye bölündüğü görülmüştür. Faktör analizi sonucunda neşeli, eğlenceli, eğlendirici, sempatik, hareketli ve hayatı seven sıfatlarının, orijinal ölçekteki heyecan boyutundan farklı olarak eğlence olarak adlandırılan bir boyut elde edilmiştir. Bu durumdan hareketle farklı kültürlerde marka kişilik boyutlarının değişiklik göstermesinin yanısıra aynı kültürdeki farklı çalışmalarda da marka kişiliği boyutlarının farklılaşabileceği görülmektedir (Özçelik ve Torlak, 2011).

Yukarıda bahsedilen marka kişilik ölçeklerinin şehirlere de uygulanıp uygulanamayacağı ve marka kişilik boyutlarının benzer olup olmadığını belirlemek amacıyla aşağıdaki araştırma yapılmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, şehir marka kişilik boyutları nelerdir? sorusuna cevap aranacaktır.

Araştırmanın amacı, şehir marka kişilik boyutlarının belirlenmesidir. Zaman ve maliyet gözönüne alınarak araştırma Kayseri şehri ile sınırlandırılmıştır. Bu durumda Kayseri şehrinin marka kişilik boyutlarını belirlemek bu araştırmanın amacıdır. Geliştirilen hipotez aşağıdadır:

H₁: Tüketicilerin Kayseri şehriyle ilgili birbirinden farklı marka kişilik boyutları vardır.

Örnek kütleyi Kayseri’de yaşayan tüketiciler oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında kullanılan örnekleme yöntemi, tesadüfi örnekleme yöntemlerinden katmanlarına göre örnekleme olarak belirlenmiştir. Şehir merkezine uzak bölgelerde farklı algılamaların olabileceği endişesi ile merkez iki ilçe (Melikgazi ve Kocasinan) araştırma kapsamına alınmıştır. Örnek sayısı, bahsedilen iki ilçenin 2014 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre belirlenmiştir. % 95 güven sınırında % 5 hata payında ve belediye sınırları içinde yaşayanların % 50’sinin şehir markasıyla ilgili bilgilerinin olduğu varsayımı altında örnek hacmi 384 birim olarak belirlenmiştir (Kurtuluş, 2006: 236). Tablo 1’de örnekleme planına yer verilmiştir. Örnekleme yapılırken önce basit tesadüfi yöntemle her ilçeden beşer

mahalle seçilmiştir. Daha sonra mahalle nüfusları dikkate alınarak oranlanmış katmanlı örnekleme yapılmıştır.

Tablo 1. Örnekleme Planı

BELEDİYE	NÜFUS BİLGİLERİ (Kişi)	%	ANKET SAYISI (Kişi)
Melikgazi	537.035	58	223
Kocasinan	384.203	42	161
TOPLAM	921.238		
MAHALLE (BELEDİYE)			
Aydınlıkevler (Melikgazi)	6.662	9	19
Alpaslan(Melikgazi)	14.567	19	42
Yeniköy (Melikgazi)	14.988	19	42
Yıldırım Beyazıt (Melikgazi)	20.665	26	59
Köşk (Melikgazi)	21.313	27	61
Uğurevler (Kocasinan)	7.824	9	15
Ziya Gökalp (Kocasinan)	15.688	19	30
Mevlana(Kocasinan)	12.759	15	24
Mimarsinan (Kocasinan)	24.191	29	47
Fevziçakmak (Kocasinan)	23.438	28	45

Tanımlayıcı bu çalışmada veriler, yüzyüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Hazırlanan anket formu, üç grup soru türünden oluşmaktadır. İlk soru, ankete cevap verenlerin Kayseri’de kalma süreleriyle alakalıdır. Altı aydan daha az kalanların şehri tanımama olasılığı gözönüne alınarak bu soruya yer verilmiştir. Cevaplayıcı altı aydan daha az süredir Kayseri’de ikamet ettiğini ifade ederse asorulmuştur. İkinci soruda,cevaplayıcılardanKayseri şehrini bir insan olarak düşünmeleri ve verilen sıfatları buna göre değerlendirmeleri söylenmiştir. Bu soru, beş dereceli ölçekle değerlendirilmiştir: “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Fikrim yok”, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum”. Bu soruda yer verilen sıfatlar, Aksoy ve Özsoy (2007),’in çalışmaları dikkate alınarak oluşturulmuş ancak Kurtuluş (2008) ve Kanıbir vd. (2010) kullandıkları sıfatlar da eklenmiştir. Toplam elli sıfat anket formunda yer almıştır. Son grup soru türü, cevaplayıcıların demografik bilgileri (yaş, cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu) ile ilgilidir.

Verilerin değerlendirilmesinde faktör analizi kullanılmıştır. Kullanılan istatistik programı SPSS 16.0’dır. Veriler, Temmuz – Eylül 2015 tarihleri arasında toplanmıştır.

BULGULAR

Kayseri şehrinin marka kişilik boyutları belirlendiği bu çalışmada,382 kişiyle yüzyüze anket yapılmıştır. Ankete cevap verenlerin bilgileri, Tablo 2’dedir.

Tablo 2.Cevaplayıcıların Özellikleri

Demografik Özellik	Frekans	Yüzde	Demografik Özellik	Frekans	Yüzde
<u>Cinsiyet</u>			<u>Yaş</u>		
Erkek	190	49.7	25 yaş ve altı	159	41.7
Kadın	192	50.3	26 yaş ve üstü	222	58.3
TOPLAM	382	100.0	TOPLAM	381	100.0
<u>Eğitim Durumu</u>			<u>Medeni Durum</u>		
Lise	182	47.7	Evli	209	54.8
Üniversite	199	52.3	Bekâr	172	45.2
TOPLAM	381	100.0	TOPLAM	381	100.0

Tablo incelendiğinde ankete cevap verenlerin % 50.3'ü kadın, % 52.3'ü üniversite mezunu, % 58.3'ü 26 yaş ve üstünde ve % 54.8'i evli olduğu görülebilir. Cevaplayıcıların Kayseri şehri ile ilgili marka kişilik boyutlarını belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizine geçmeden önce verilerin kendi içinde iç tutarlılığının olup olmadığını belirlemek için faktör analizi yapılacak ifadelerin güvenilirlik analizine bakılmıştır. Yedi ifade güvenilirliği bozduğu için çıkartılmıştır. Alfa Katsayısı, 0.941'dir. Bu katsayıdan daha yüksek bir ifade olmadığı için faktör analizine geçilmiştir.

Yapılan analizin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Bartlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçeklerine bakılmıştır. Bartlett testi ana kütleliğin bütünlüğünü test eden Bartlett tarafından geliştirilen küresellik testidir. Analizde küresellik test değeri, 7,590 olarak vermektedir. Bu değer 0.00 anlamlılık düzeyinde geçerlidir. Yani, ana kütle içindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğunu gösterir. Faktör analizinin geçerliliğini baştan gösteren bir diğer test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testidir. KMO, bir oran olup, % 60'ın üstünde olması arzulanır (Nakip, 2003: 409). KMO testinin sonucu ise % 94.1 olarak gösterilmektedir (Tablo 3). Bu korelasyon da ilişkinin nispeten güçlü olduğunu göstermektedir. Bu iki sonuç faktör analizine devam etmede sakınca olmadığını ve sonuçların faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Bartlett Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi		,941
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	7,590
	F Anlamlılık Değeri	.000

Yapılan faktör analizi sonucunda Kayseri şehrinin marka kişilik boyutları beş boyutta belirlenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Kayseri Şehrinin Marka Kişilik Boyutları

Marka Kişilik Boyutları	Marka Kişiliği İle İlgili Sıfatlar	1	2	3	4	5
Faktör 1: Coşkulu	Dinç	,670				
	Bağımsız	,650				
	Genç	,636				
	Canlı	,631				
	Güvenilir	,618				
	İlkeli	,588				
	Büyüleyici	,578				
	Özgüvenli	,574				
	Modern	,544				
	Cesur	,515				
	Neşeli	,513				
	Dengeli	,471				
	Asil	,444				
Faktör 2: Yetkin	Profesyonel		,749			
	Başarılı		,708			
	Toplumcu		,629			
	Prestijli		,615			
	Zeki		,589			
	Kibar		,448			
	Saygın		,442			
	Mantıklı		,405			
Faktör 3: Androjen	Şatafatlı			,691		
	Asi			,658		
	Lider			,611		
	Çekici			,591		
	Kadınsı			,494		
	Güzel			,400		
Faktör 4: Geleneksel	Geleneksel				,682	
	Duyarlı				,623	
	Aile odaklı				,559	
	Saygılı				,476	
	Yaratıcı				,399	
	Katılımcı				,387	
Faktör 5: Samimi	Samimi					,619
	Dürüst					,523
	Gerçekçi					,458
	Sempatik					,338
	Sıradışı					,324
	Romantik					,318
	Modacı					,248
	Sosyal					,179

İlk faktör, toplam varyansın % 26,45’ini açıklamaktadır. Bu boyutu oluşturan sıfatlar, dinç, bağımsız, genç, canlı, güvenilir, ilkeli, büyüleyici, özgüvenli, modern, cesur, neşeli, dengeli ve asildir. Marka kişilik boyutları incelendiğinde bu sıfatların Torlak ve Uzkurt (2005) “heyecan verici”; Aksoy ve Özsoyer (2007) “heyecan” ve Aaker (1997) “coşku” olarak isimlendirdikleri boyuta benzemektedir. Bu boyut “coşkulu” olarak isimlendirilmiştir.

İkinci boyut, toplam varyansı % 17,46’sını açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan sıfatlar, profesyonel, başarılı, toplumcu, prestijli, zeki, kibar, saygın ve mantıklıdır. İlk iki sıfat Aaker

(1997) tarafından ustalık olarak ifade edilmiştir. Bu nedenle bu faktör ustalık olarak ifade edilmiştir. Aksoy ve Özsoyer (2007) ise profesyonellik, başarılı, prestijli sıfatlarını yetkinlik olarak isimlendirmiştir. Bu faktör “yetkin” olarak ifade edilmiştir.

Üçüncü faktör, şatafatlı, asi, lider, çekici, kadınsı ve güzel sıfatlarından oluşmaktadır. Bu faktör toplam varyansı % 10,44’ünü açıklar. Bu boyuta androjenlik ismi verilmiştir. Aksoy ve Özsoyer (2007)’de şatafatlı, kadınsı, asi ve erkeksi sıfatlarından oluşan boyuta “androjen” adını vermişlerdir.

Dördüncü faktör, toplam varyansın % 9.99’unu açıklar. Geleneksel, duyarlı, aile odaklı, saygılı, yaratıcı ve katılımcı bu faktörü oluşturan sıfatlardır. Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından geliştirilen ölçekte kullanıldığı gibi bu boyut “geleneksel” olarak adlandırılmıştır.

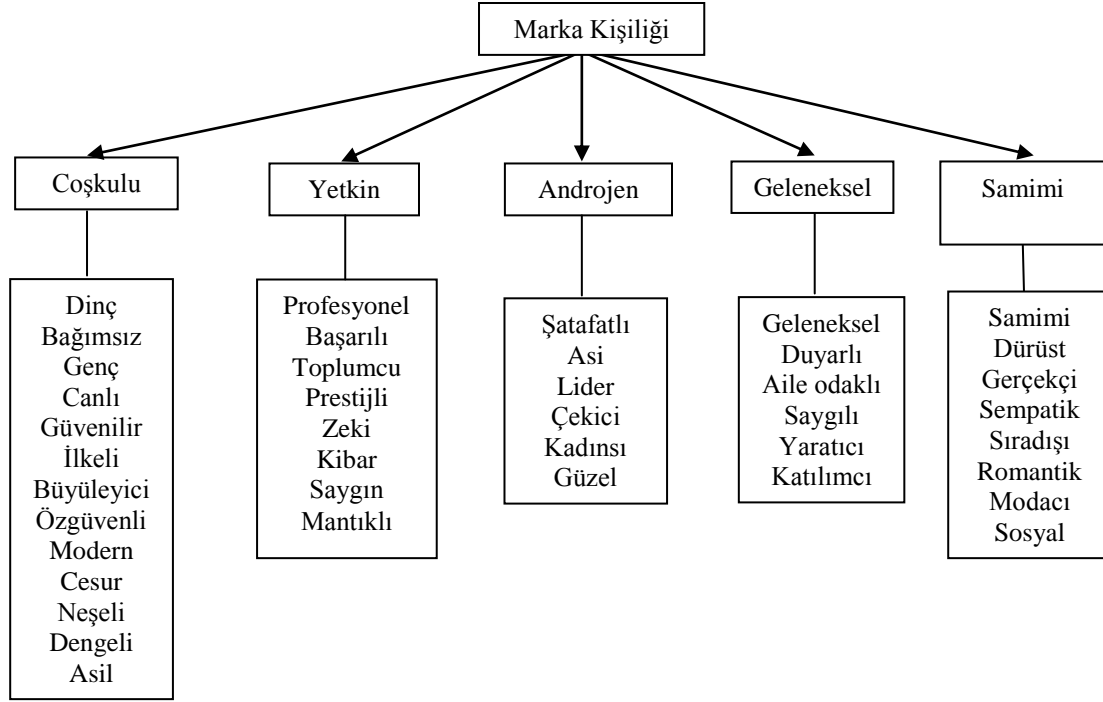
Beşinci ve son faktör, toplam varyansın % 9.08 açıklamaktadır. Aaker (1997), gerçekçi, dürüst, neşeli, erdemli sıfatlarından oluşan boyuta bu ismi vermiştir. Bu faktörü oluşturan sıfatlar, cesur, genç, gerçekçi, seypatik, sıradışı, romantik, modacı ve sosyaldir. Bu nedenle son faktör de “samimi” olarak adlandırılmıştır.

SONUÇ

Bu çalışmada marka kişiliği konusundan yola çıkılarak şehirlerin marka kişilikleri ele alınmıştır. Yapılan araştırma sonucunda Kayseri şehrinin marka kişilik boyutları coşkulu, yetkin, androjen, geleneksel ve samimi olarak belirlenmiştir (Şekil 3). Bu boyutlar markaların olduğu gibi şehirlerinde kişilikleri olduğunu ve yazında kullanılan ölçeklerin şehir kişiliğinin belirlenmesinde de kullanılabileceğini göstermiştir.

Elde edilen sonuçlar, daha önce yapılan benzer çalışmalarla da paralellik içindedir. Hatta Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından Türkiye’ye özgü olarak ifade edilen iki marka kişilik boyutu (geleneksellik ve androjenlik), Kayseri şehrinin kişilik boyutları arasında yerini almıştır. Çalışma, Kayseri’de yaşayanlarla yapılmıştır. Başka bir ifadeyle; Kayseri’de yaşayanlar, şehri coşkulu, yetkin, androjen, geleneksel ve samimi olarak nitelendirmektedir. Kayseri, geçmişten itibaren birbirinden farklı özellikleriyle gündeme gelen bir şehirdir. Özellikle Erciyes dağının ön plana çıkartılmaya çalışılması, şehir yöneticilerin master planıyla düzenlemeler yapma gayretleri şehrin kişilik yapısını etkilemektedir. Bununla birlikte Kayserilinin ticari zekâsı ve bunun sonucu ortaya çıkan ticaret şehri, son dönemlerde oluşturulmaya çalışan yaşaması kolay, konforlu, düzenli şehir imajı, kendine has yerel ürünleri gibi birçok faktör şehrin kişilik özelliklerini farklılaştırmaktadır. Hâlihazırda şehrin marka kişiliği ile ilgili karmaşıklığın devam etmesi araştırma sonucunda elde edilen boyutları

daha önemli hale getirmektedir. Aslında şehrin pazarlamasında öne çıkacak belirleyiciler, çalışmada elde edilen bu beş boyuttur.



Şekil 3. Kayseri Şehrinin Marka Kişiliği Boyutları

Şehirde yaşayan vatandaşların şehre verdikleri değerler arasında dinç, bağımsız, genç, canlı, güvenilir gibi sıfatları eklemeleri şehrin dinamizmi göstermektedir. İkinci boyutun yetkin olması da dikkat çekici bir sonuçtur. Çünkü Kayserili, şehri profesyonel, başarılı, toplumcu ve prestijli görmektedir. Şehrin yöneticilerinin özellikle bu iki boyutu göz önüne alarak şehrin tanıtım ve pazarlama çalışmalarında kullanmaları gerekliliği ortadadır. Unutulmamalıdır ki; vatandaşların şehre yükledikleri değerler kendileriyle özdeşleştirdikleri değerlerdir. Bu nedenle şehirde olmasını bekledikleri de bu boyutlarla ifade edilmektedir. Bu boyutların Kayseri’ye gelecek turistlere de yansıtılması ve Kayseri’nin bu özellikleriyle ilgili tutundurma çalışması yapılması hem turizmciler hem de yerel yöneticiler açısından değerlendirilmelidir.

Bu çalışmadatek bir şehir ele alınmıştır. Bu nedenle sonuçlar genelleştirilemez ancak araştırma sonucunda Kayseri’yi öne çıkartacak özellikler ortaya çıkmıştır. Birçok şehir için benzer çalışmalar yapılabilir. Bu anlamda da çalışma, şehir marka kişilik ölçeğinin oluşturulması ve denenmesi açısından önemlidir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda turistlere yönelik çalışmalar yaparak destinasyon kişilik boyutlarının belirlenmesi önerilmektedir. Özellikle turistler ve şehirde yaşayan vatandaş arasında marka kişilik

boyutlarının farklılaşıp farklılaşmadığı eğer farklı boyutlar tespit edilirse nedenlerinin belirlenmesiyle ilgili çalışmalar yapılabilir.

Son olarak, bu çalışmada kullanılan ölçek, Türkiye ile ilgili marka kişilik boyutlarının saptanması için de kullanılabilir. Çıkan sonuçlardoğrultusunda tutundurma çalışmalarının yönlendirilmesi, ülkenin doğru pazarlaması açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- AAKER, David A. (1996), “*Measuring Brand Equity Across Productsan dMarkets*”, California Management Review, Volume: 38,No: 3, ss. 102-130.
- AAKER, JenniferL. (1997), “*Dimensions of Brand Personality*”, Journal of Marketing Research, Volume: 34, Issue: 3, ss. 347-356.
- AAKER, Jennifer L.; BENET-MARTINEZ,Veronica; GAROLERA, Joan(2001), “*ConsumptionSymbols as Carriers of Culture: A Study of Japaneseand Spanish BrandPersonalityConstructs*”, Journal of PersonalityandSocialPsychology, Volume: 81, Issue: 3, ss. 249-264.
- AKSOY, Lerzan;ÖZSOMER, Ayşegül (2007), “*Türkiye’de Marka Kişiliği Oluşturan Boyutlar*”,12. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, ss.1-14.
- AYSEN, Esin, YAYLI, Ali; HELVACI, Engin (2012), “*Üniversitelerin Marka Kişiliği Algısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 4, ss.182-204.
- AZOULAY, Audrey; KAPFERER, Jean-Noel (2003),“*Do BrandPersonalityScalesReallyMeasureBrandPersonality?*”. TheJournal of Brand Management, Volume: 11, No: 2, ss.143-155.
- BERRY, Leonard L. (2000), “*Cultivating Service BrandEquity*”,Journal of The Academy of Marketing Science, Volume: 28, Issue: 1, ss. 128-137.
- BOSNJAK, Micheal; BOCHMANN V.; HUFSCHEIDT, T. (2007), “*Dimensions of BrandPerosonalityAttributes: A PersonCentricApproach in TheGermanCulturalContext*”, SocialBehavior&Personality, Volume: 65,Issue: 3, ss. 303-316.
- CAPRARA, Gian V.; BARBARANELLI, Claudio; GUIDO,Gianluigi (2001), “*Branding Personality: How toMakeTheMetaphor Fit*”,Journal of EconomicPsychology, Volume: 22, ss. 377-395.
- d'ASTOUS, Alain; LEVESQUE, Michel (2003), “*A ScaleforMeasuringStorePersonality*”, Psychology& Marketing, Volume: 20, Issue: 5, ss. 455-469.
- ERCİS, A.;DENİZ, Arzu (2008), “*Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*”, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22, Sayı: 2 (Temmuz), ss. 301-328.
- GOVERS, P. C.;SCHOORMANS, J. P. (2005). “*Product PersonalityanditsInfluenceon Consumer Preference*”, Journal of Consumer Marketing, Volume: 22, Issue:4, ss.189-197.
- HAWKINS, Dell; BEST, Roger; CONEY, Kennth A.(2001), Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy, New York Irwin: McGrawHill.
- KANIBİR, Hüseyin; NART, Sima; SAYDAN, Reha (2010), “*Şehir Pazarlamasında Marka Kişiliğinin Etkisi: Algılanan Marka Kişiliği-Turistlerin Tavsiye Etme Davranışı İlişkisi*”, Pazarlama ve Pazarlama Araştırması Dergisi, Sayı: 6, ss.53-84.
- KELEMCİ, Gülpınar; BODUR, Cansel (2009), “*Tüketicilerde Marka Kişiliği Algısı ile Marka Tercihine İlişkin Bir Analiz: Hijyenik Ürünler Sektöründe Bir Uygulama*” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 24, ss. 2-5.

- KELLER, Kevin L. (1993), “*Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*”, The Journal of Marketing, ss.1-22.
- KHANDAI, Sujata; BHAWNA Agrawal; ANJU, Gulla(2015), “*Brand Personality Scale: How Do Indian Consumers Interpret the Personality Dimensions?*”, Asian Academy of Management Journal, Volume: 20, No: 1, ss.27-47.
- KÖSE, İsmail İ.;GÜNEŞ, Gülsen; ÖZÇELİKAY, Gülbin (2015), “*Serbest Eczanelerde Marka Kişiliği*”, Marmara Pharmaceutical Journal, Volume: 19, ss. 238-245.
- KURTULUŞ, Kemal (2006), Pazarlama Araştırmaları (Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 8. Basım). İstanbul:Literatür Yayıncılık.
- KURTULUŞ, Sema. D. (2008), “*Ülkelerin Marka Kişiliği Üzerine Bir Araştırma*”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22, Sayı:2, ss.285-300.
- LUCARELLI, Andrea (2012), “*Unraveling the Complexity of “City Brand Equity”: A Three-Dimensional Framework*”, Journal of Place Management and Development, Volume: 5, Issue: 3, ss.231-252.
- MATHEWS, Joe (2015), “*Brand Personality: Finding Compatibility between Human Personality and Brand Characteristics*”, The IUP Journal of Brand Management XII, No: 2, ss.21-38.
- MILAS, G.; MLADIC, B. (2007), “*Brand Personality and Human Personality: Finding from Rating of Familiar Croatian Brands*”, Journal of Business Research, Volume: 60, No: 6, ss. 620-626.
- NAKİP, Mahir (2003), Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamaları, 1. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ÖZÇELİK, Duygu G.;TORLAK, Ömer (2011), “*Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: Levis ve Mavi Jeans Üzerine Bir Uygulama*”, Ege Akademik Bakış, Cilt: 11, No: 3, ss. 361-377.
- RAJAGOPAL, S.(2005), “*Impact of Advertising Variability on Building Customer Based Brand Personality under Competitive Environment: Empirical analysis in referenceto Mexico*”, Latin American Business Review, Volume: 6, No: 3, ss. 63-84.
- SIRGY, M. Joseph (1982), “*Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review.*” Journal of Consumer Research, Volume: 12, Issue:1, ss.288-300.
- SUNG, Yu Ri;TINKHAM, S. F. (2005), “*Brand Personality Structures in the United States and Korea: Common and Culture-Specific Factors*”, Journal of Consumer Psychology, Volume: 15 (4), ss. 334-350.
- TORLAK, Ömer; Uzku, Cevahir (2005), “*Kola Markası Kişiliklerinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması*”, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 6, Sayı:2, ss. 15-31.
- YENER, Dursun (2013), “*Marka Çağrışımlı Unsurlarının Marka Kişiliği Üzerine Etkisi*”, Electronic Journal of Vocational Colleges, May, ss. 89-103.
- YÜKSEL Ülkü; YÜKSEL, Aslı (2005), Marka Yönetimi ve Marka Değerinin Ölçülmesi, İstanbul: Beta Yayınları.