

ÇATAL

E-ISSN: 2548-0588

Uluslararası Turizm ve Sosyal
Araştırmalar Dergisi
International Journal of Tourism
and Social Research

HÖYÜK



Sayı, 10
Haziran, 2023



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

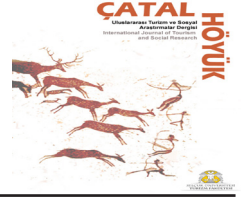


SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research

E-ISSN: 2548-0588



Sahibi

Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı

Prof. Dr. Onur KÖKSAL

orcid.org/0000-0003-0798-3620

onurkoksal38@hotmail.com

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Yabancı Diller Yüksekokulu | Mütercim ve Tercümanlık Bölümü

Editör Yardımcıları

Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ

orcid.org/0000-0002-5004-6504

gulgunes@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Alan Editörleri

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN

orcid.org/0000-0001-7934-0451

akaraman@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm Rehberliği Bölümü

Doç. Dr. Seda ÖZDEMİR AKGÜL

orcid.org/0000-0003-4482-4119

sedaozdemir8@gmail.com

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm İşletmeciliği Bölümü

Prof. Dr. Mete SEZGİN

orcid.org/0000-0001-9079-2520

gazihasansuat@gmail.com

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm İşletmeciliği Bölümü

Dil Editörleri

Doç. Dr. Muhammet ERBAY (İngilizce)

orcid.org/0000-0003-0306-7772

merbay@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ

orcid.org/0000-0002-5004-6504

gulgunes@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Dr. Öğr. Üyesi Münevver ÇİÇEKDAĞI (Türkçe)

orcid.org/0000-0001-8195-1542

mcicekdagi@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm Rehberliği Bölümü

Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR

orcid.org/0000-0001-9177-8704

safakunuvar@selcuk.edu.tr

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Sosyal Medya Editörü

Doç. Dr. Serkan AYLAN

orcid.org/0000-0002-7262-4440

serkan.aylan@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm Rehberliği Bölümü

Sekretarya

Arş. Gör. Dr. Betül KORKMAZ ORHAN

orcid.org/0000-0001-9907-2298

korkmaz-betul@hotmail.com

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Turizm İşletmeciliği Bölümü

Mizanpaj Editörü/Teknik Editör

Arş. Gör. Hasan Suat AKSU

orcid.org/0000-0001-8196-129X

gazihasansuat@gmail.com

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Arş. Gör. Eren YALÇIN

orcid.org/0000-0002-9927-1972

eren.yalcin@selcuk.edu.tr

<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Kapak Tasarımı

Öğr. Gör. Halil SUNAR

orcid.org/0000-0002-5131-4056

halil.sunar@windowslive.com

<https://ror.org/05szaq822>

Giresun Üniversitesi | Tirebolu Mehmet Bayrak Meslek Yüksek Okulu | Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

Arş. Gör. Hasan Suat AKSU

orcid.org/0000-0001-8196-129X

gazihasansuat@gmail.com

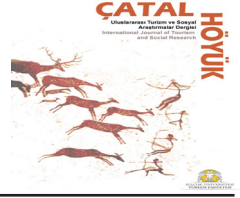
<https://ror.org/045hgzm75>

Selçuk Üniversitesi | Turizm Fakültesi | Rekreasyon Yönetimi Bölümü



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi
Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research
E-ISSN: 2548-0588



2023

Yıl: 8

Sayı: 10

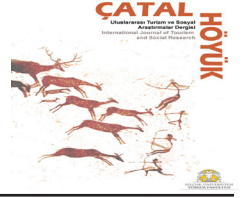
Danışma Kurulu

- Prof. Dr. Abdullah KARAMAN (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Mete SEZGİN (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Anisoara POPA (Galati Danubius Üniversitesi/Romanya)
Prof. Dr. Azize TUNÇ HASSAN (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Benjamin FORTNA (Arizona Üniversitesi/ABD)
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN (İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu)
Prof. Dr. Erkan SAĞLIK (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatma ARSLAN (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. İbrahim YILMAZ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA (Kayseri Üniversitesi)
Prof. Dr. Kutay OKTAY (Kastamonu Üniversitesi)
Prof. Dr. Medet YOLAL (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ (Yaşar Üniversitesi)
Prof. Dr. Rainer CZİCHON (Berlin Freie Üniversitesi/Almanya)
Prof. Dr. Ramazan Pars ŞAHBAZ (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Şule AYDIN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Tamara RATZ (Kodolanyi Janas University of Applied Sciences/Hungary)
Prof. Dr. Thomas Drew-BEAR (Lyon Üniversitesi/Fransa)
Prof. Dr. Yasin BİLİM (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Alper ATEŞ (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Alper KURNAZ (Bolu İzzet Baysal Üniversitesi)
Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Canan TANRISEVER (Kastamonu Üniversitesi)
Doç. Dr. Cemal Ersin SİLİK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Erkan AKGÖZ (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. F. Atıl BİLGE (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Fatih VAROL (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM (Sinop Üniversitesi)
Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Doç. Dr. İbrahim ÇETİN (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. İlkay TAŞ GÜRİSOY (Dokuz Eylül Üniversitesi)



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi
Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research
E-ISSN: 2548-0588



2023

Yıl: 8

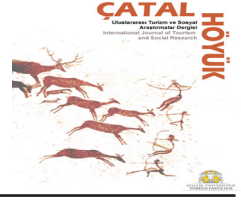
Sayı: 10

- Doç. Dr. Kaplan UĞURLU (Kırklareli Üniversitesi)
Doç. Dr. Kevser ÇINAR (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Kübra CELİLOĞLU AYLAN (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Lütfi ATAY (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)
Doç. Dr. Mehmet SAĞIR (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Menekşe CÖMERT (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Muhammet ERBAY (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Murat BAYRAM (Pamukkale Üniversitesi)
Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Ömür Hakan KUZU (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Özgür YAYLA (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Ramazan GÖRAL (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Seda ÖZDEMİR AKGÜL (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Seda ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKÇİ (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Serkan AYLAN (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Sibel ÖNÇEL (Anadolu Üniversitesi)
Doç. Dr. Ümit SORMAZ (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Üzeyir KEMENT (Ordu Üniversitesi)
Doç. Dr. Yılmaz SEÇİM (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gamze TEMİZEL (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Göksel Kemal GİRGİN (Balıkesir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gülçin Algan ÖZKÖK (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Julia K. Haba OSCA (Valencia Üniversitesi/İspanya)
Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖKSÜZ (Başkent Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Münevver ÇİÇEKDAĞI (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Nihat DEMİRTAŞ (İskenderun Teknik Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Yüksel GÜRİSOY (Selçuk Üniversitesi)



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi
Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research
E-ISSN: 2548-0588



2023

Yıl: 8

Sayı: 10

Taranılan İndeks ve Veri Tabanları

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Index Copernicus
<https://journals.indexcopernicus.com>

ESJI Eurasian
Scientific
Journal
Index
www.ESJIndex.org

Eurasian Scientific Journal Index
<http://esjindex.org>

CiteFactor
Academic Scientific Journals

Cite Factor
<https://www.citefactor.org>

asos
akademi sosyal bilimler indeksi

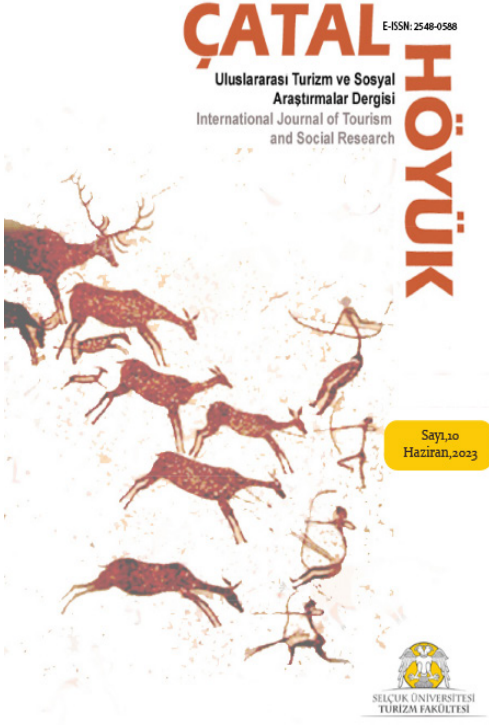
Asos İndeks
<https://asosindex.com.tr>

ROAD

ROAD
<https://road.issn.org/>

td Türkiye
Turizm Dizini

Türkiye Turizm Dizini
<http://www.turizmdizini.com>



**Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar
Dergisi**
**Catalhoyuk International Journal of Tourism and
Social Research**

Toplum Temelli Turizm ve Yerel Yönetimler

Community Based Tourism and Local Governments

Çiğdem SAYIN*

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Atıf / Citation

Sayın, Ç. (2023). Toplum Temelli Turizm ve Yerel Yönetimler. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 10, 1-19. DOI: [10.58455/cutsad.1282509](https://doi.org/10.58455/cutsad.1282509)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayrıTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.



Toplum Temelli Turizm ve Yerel Yönetimler

Çiğdem SAYIN

Makale Bilgisi

Teorik Makale

Geliş: 13.04.2023

Kabul: 31.05.2023

Yayın: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1282509](https://doi.org/10.58455/cutsad.1282509)

Haziran, 2023

Sayı: 10

Sayfalar: 1-19

Anahtar Kelimeler:

Sürdürülebilirlik, Toplum Temelli Turizm, Yerel Yönetimler

Article Information

Theoretical Article

Submitted: 13.04.2023

Accepted: 31.05.2023

Published: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1282509](https://doi.org/10.58455/cutsad.1282509)

June, 2023

No: 10

Pages: 1-19

Keywords:

Sustainability, Community Based Tourism, Local Governments

Özet

Turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında öncü girişimlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Turizm hareketleri ile yerel toplumda ve yerel çevrede olumlu ya da olumsuz bazı değişiklikler gerçekleştiği ve kaynakların gelecek nesillerde de kullanımı için sürdürülebilir turizm ilkeleri geliştirildiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilmesi için turizmde en önemli paydaşlardan biri olan yerel halkın, turizm süreçlerine başından sonuna kadar katılımı son dönemde toplum temelli turizm anlayışlarını ortaya çıkarmıştır. Toplum temelli turizmde katılım yerel halkın turizmi planlaması, yönetmesi ve getirilerinden adil yararlanması vb. şekillerde gerçekleşir. Toplum temelli turizm yaklaşımı ile yerel kaynakların ve kültürel değerlerin korunması, ekonomik kalkınma, toplumsal refah gibi faydalar gözlenmektedir. Yerel yönetimler yerel halka yakın olma özelliği sayesinde turizmin en önemli paydaşlarından biri olarak görülmektedir. Bu çalışmada, toplum temelli turizm ve yerel yönetimlerin turizm üzerindeki rolünün ve aralarındaki ilişkinin literatürdeki güncel uygulamalar ekseninde teorik olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yerel yönetimlerin turizm faaliyetlerinde yerel halkı ve yerel bölgeyi merkeze alan işlev ve sorumluluklarının bulunduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak yerel yönetimlerin turizme ya da yerel halka yönelik hizmetlerinin her şekilde turizm hareketlerini ve yerel halkı etkileyebileceği, dolayısıyla yerel yönetimlerin toplum temelli turizmin sürdürülebilirliğinde önemli bir aktör olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Abstract

Tourism is considered as one of the pioneering initiatives in the economic development of developing countries. It is seen that some positive or negative changes have occurred in the local society and the local environment, and sustainable tourism principles have been developed for the use of resources in future generations with tourism movements. In order to realize sustainable tourism, the participation of the local people, one of the most important stakeholders in tourism, in the tourism processes from the very beginning to the end, has recently revealed community-based tourism understandings. In community-based tourism, participation takes place in the form of tourism planning, management and fair use of its benefits, etc by local people. With the community-based tourism approach, benefits such as protection of local resources and cultural values, economic development and social welfare are observed. Local governments are seen as one of the most important stakeholders of tourism, thanks to their proximity to the local people. In this study, it is aimed to theoretically examine the role of community-based tourism and local governments on tourism and the relationship between them in the axis of current practices in the literature. In the study, it has been determined that local governments have functions and responsibilities that centerize the local people and the local region in tourism activities. As a result, it has been revealed that local governments' services to tourism or local people can affect tourism movements and local people in any way, therefore, local governments are an important actor in the sustainability of community-based tourism.

GİRİŞ

Turizm hareketleri ile birlikte değişim gösteren çevre, toplum, yerel değerler ile tarihi ve kültürel yapıların korunması ve gelecek nesillere aktarılması için çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Dünya Turizm Örgütü, turizm hareketleri ile birlikte bozulan ya da yok olan kaynakları gelecek nesillerin de kullanabilmesi için sürdürülebilir turizm yaklaşımını ortaya çıkarmıştır (Kaypak, 2010:99).

Sürdürülebilir turizm literatüründe genellikle çevre ve ekonomi konuları ön plana çıkmakla birlikte, toplumsal süreçler ve toplum katılımının da dâhil edilmesi gerekliliği sıkça tartışılmaktadır (Kapera, 2018:582). Sürdürülebilir turizmin, devletin tüm paydaşlara nasıl katılım sağlayacağını ve nasıl faydalanacağını benimsetmesi ve sürdürülebilir politikalar hazırlaması yoluyla başarı gösterebileceği bildirilmektedir (Farmaki vd., 2015:181). Ayrıca sürdürülebilir turizm ev sahibi toplum, ziyaretçiler, tedarikçiler ve hükümeti içine alan tüm paydaşların katılımı ve tüm paydaşların süreci benimsemesi yolu ile gerçekleştirilebilir (Jovicic, 2014:301).

Son dönemlerde daha fazla ifade edilen gelişimci ve korumacı kalkınma anlayışlarında katılımcı bir model ortaya çıkmıştır (Goodwin ve Santilli, 2009:9). Toplum temelli turizm adı verilen bu modelde sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebilirlik vurgulanmakta ve ev sahibi toplumun turizmi yönetme sürecine dâhil olması sayesinde ziyaretçilerde, yerel halka ve yerel kültüre karşı farkındalığın gelişmekte olduğu ifade edilmektedir (Suansri, 2003:14). Yerel yönetimler, turizmin gerçekleştiği bölgede, ziyaretçilerin ve yerel halkın hoşnutluğu için altyapıyı da içine alan birçok farklı düzeni sağladığından, turizmi etkileyen ve turizmden etkilenen bir paydaş konumundadırlar (Saraç ve Türkay, 2019:100).

Bu çalışmanın temel amacı, toplum temelli turizm ve yerel yönetimlerin turizm üzerindeki rolünün ve aralarındaki ilişkinin literatürdeki güncel uygulamalar ekseninde teorik olarak incelenmesidir.

İlgili alan incelendiğinde yerel yönetimler ve/veya toplum temelli turizm konusunun ele alındığı çalışmaların oldukça fazla olduğu görülmektedir (Kösedağ, 2022; Arslan ve Çetiner, 2021; Şener ve Oktay, 2021; Çilginoğlu ve Çam, 2021; Eom ve Han, 2019; Basmacı, 2017; Karacaoğlu, Yolal ve Birdir, 2016; Keskin, 2016; Bulut vd., 2016; Güdü Demirbulat ve Aydemir, 2015; Güçer, Hassan ve Pelit, 2012; Aslan, 2008; Azaklı ve Özgür, 2004). Bu çalışmalarda genel olarak sürdürülebilir veya toplum temelli turizmin başarısında yerel yönetimler (Çilginoğlu ve Çam, 2021; Ruhanen, 2013; Karadağ, 2011; Zapata vd., 2011; Azaklı ve Özgür, 2004) ve yerel halkın (Eom ve Han, 2019; Sarı Gök ve Ünüvar, 2019; Kaypak, 2010; Prugh vd. 2000;) belirleyici rol oynadığı vurgulanarak bu iki önemli aktöre dikkat çekilmektedir. Ayrıca literatürde yerel yönetimlerin ve yerel halkın turizme etkileri ve turizmdeki işlevlerini/uygulamalarını inceleyen araştırmaların da yapıldığı görülmektedir (Şener ve Oktay, 2021; Luo ve Bao, 2019; Kim, Park ve Phandanouvong, 2014; Negiz ve Akman, 2011; McEwan, 2003). Ancak ilgili alanda toplum temelli turizm ile yerel halka en yakın konumda olma ve turizm bölgesini tanıma gibi özellikleri bulunan yerel yönetimlerin ilişkisini literatürdeki çalışmalar perspektifinde teorik olarak inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle ulaşılan sonuçlar bağlamında bu çalışmanın literatüre sağlayacağı katma değer oldukça önemlidir.

Çalışma kapsamında öncelikle toplum temelli turizm ile bağlantılı olan turizm gelişiminin etkileri ve sürdürülebilir turizm kavramları açıklanmış, sonrasında ise toplum temelli turizm ve yerel yönetimler konusunda kuramsal bir çerçeve çizilmiştir. Çalışmada son olarak bu iki fenomen arasındaki bağlantı ve yerel yönetimlerin turizmi etkileyen hizmet/işlevleri güncel uygulamalar ekseninde teorik olarak açıklanmıştır.

1. TURİZMİN ETKİLERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. Turizmin Etkileri

Turizm hareketleri ile birlikte ekonomik, sosyal, çevresel konularda olumlu ya da olumsuz birçok değişiklik gözlenmektedir. 20. yy'dan itibaren ülkeler ulusal ve uluslararası düzeyde yaşadıkları ekonomik sıkıntıların çözümü olarak turizmi görmüşlerdir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 59). Turizmin olumlu ekonomik etkileri; istidam etkisi, gelir etkisi, bölgelerarası dengeli kalkınma etkisi, diğer sektörlere ekonomik etkiler, ödemeler dengesi, altyapı ve üstyapıya etkileri şeklinde kısaca ifade

edilebilir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2013:74). Olumsuz ekonomik etkileri ise yabancı sermaye, teknolojik transfer, ithalat, kamusal hizmetlerde artış, yabancı istihdamı, bölgesel enflasyon etkisi ve fırsat maliyetinin oluşması şeklinde sıralanabilmektedir (Bahar, 2007:7). Demirtaş (2011:342)'a göre yerel düzeyde turizmin olumlu ekonomik etkilerinin artması için dikkat edilmesi gereken hususlar; turizm hizmetleri için gerekli olan yerel mal ve hizmetlerin artırılması, yerel halkın turizmi yönetme ve sahiplenmeye yönelik teşvik edilmesi, yerel çekicilik, etkinlikler ile alışveriş imkânlarının çoğaltılmasıdır.

Turizmin ekonomik etkileri dışında sosyal ve kültürel etkileri de bulunmaktadır. Turizmin sosyal etkisi, turizm hareketleri neticesinde birbirinden farklı toplumsal yapıda ve kültürde olan turist ile ev sahibi toplum arasında oluşan yakınlık ve kaynaşma durumunu ifade ederken, turizmin kültürel etkisi ise yaşam şekillerinin, kültürel ve sanatsal eserlerin, yerleşimlerin ve bilimin turizm hareketlerinden etkilenmesidir (Zengin, 2006:40).

Turizmdeki gelişmeler yerel toplumda sosyal ve kültürel yönden bir takım olumlu etkiler bırakmaktadır. Zhuang vd. (2019:4)'ne göre bu etkiler şu şekildedir: i) *Yerel halkın yaşam koşullarında*; eğlence ve aktivite tesislerinde artış, daha iyi bir altyapı, daha iyi kıyafetler ve yiyecekler, ulaşım şartlarının iyileşmesi, daha kaliteli kent, istihdam ve gelirin yükselmesi, kaliteli eğitim, ii) *Yerel halkın yaşam tarzında*; yaşam kalitesinin artması, kırsaldan kente göçte azalma, etkinliklerde artış, gençlik değişim programlarında artış, iii) *Yerel kültürde*; daha iyi bir bölge imajı ve canlandırılmış yerel kültür, iv) *Yerel halkta ruhsal etki*; yerel gururun gelişmesidir. Diğer sosyal ve kültürel olumlu etkiler ise *toplumsal anlamda*; hoşgörünün gelişimi, kadın haklarında iyileşme, yeni mesleklerin ortaya çıkışı, yerel halkta yerel değerleri sahiplenme duygusu, yabancı dil öğrenme, boş zaman değerlendirme (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2013:89-91; Gürbüz, 2002:53-54), *kültürel anlamda*; turizm gelirleri ile kültürel kaynakların korunması, kültürün hareketlenmesi, farklı kültürler ile bilgi alışverişi gerçekleşmesi, eski yapıların modernleşmesi ile tarihi ve kültürel varlıkları koruma bilincinin oluşmasıdır (Uygur ve Baykan, 2007:42).

Turizmin sosyal ve kültürel olumsuz etkileri; yerel toplumun gelenekleri ve aile yapısının değişmesi, kültürün ticari hale gelmesi, suç artışları, yabancı düşmanlığı, bulaşıcı hastalıklarda artış, halkın sömürülmesi, turistlerin kullandıkları lüks mallara yerel halkın özenmesi, ekonomik farklılıklar nedeniyle toplumsal huzursuzluk, turistlerin yerel halka saygı duymaması neticesinde halkın rahatsızlığı, ırk farklılığı nedeniyle çatışma, yerel halkta köle duygusu, yerel halkın yaşam şeklinin değişmesi şeklinde sıralanabilir. Bunun yanında çalışanların standartlaşması, düşük ücretli işlerde yerli halkın çalışması, yüksek düzeyli işlerde ise şehirli ya da yabancıların çalışması yerel halkta hoşnutsuzluk meydana getirebilir. Turizm istihdamında düşük ücretlilerin sayısının artması da bu olumsuzluklar arasında sayılabilir (Gjerald, 2005:39; Avcıkurt, 2009:52; Yılmaz, 2007:192). Kültür varlıkları üzerindeki turizmin olumsuz etkileri ise turistlerin saygısız davranışı ile kutsal mekânların kirlenmesi, yerel gelenek ve kültürün yok olması ve kültürel varlıklardaki fiziki bozulmalar olarak sıralanabilir (Uygur ve Baykan, 2007: 43-44).

Çevresel değerler turizmin en önemli ögesi durumunda olup, çevre turizm sayesinde hem korunmakta hem de bozulmaktadır (Olalı ve Timur, 1986:140-141). Çevreye yatırım yapılması ile turizmden elde edilen kazanç artacağından, çevre olumlu anlamda turizmden etkilenmektedir. Ancak turizm ile kaynakların aşırı kullanımı, çevre ve kültürün korunması bilincinin gelişmemiş olması, konaklama işletmelerinin orantısız yayılımı ve taşıma kapasitesinin aşılması durumlarında çevre olumsuz anlamda turizmden etkilenmektedir (Bahar, 2003:152).

Turizm yatırımları ve turizm faaliyetleri ile çevrenin zarar görmemesi ve turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için çevre koruma ve kullanma konuları önem arz etmektedir. Sürdürülebilir turizm için çevre stratejisinin oluşturulması hem bölgesel düzeyde hem de tesis düzeyinde çevre etkilerinin dikkate alınması, taşıma kapasitesi, kurumların koordine edilmesi ve sürdürülebilir turizm yaklaşımlarının öğrenilmesi çevresel kaygılarının anlaşılması açısından önemlidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Çevre-Planlama-Altyapı Komisyonu, 2017).

1.2. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm, 1987’de yayınlanan “Ortak Geleceğimiz (Brundtland)” raporunda geçen sürdürülebilir kalkınmanın bir boyutunu ifade etmektedir (Domínguez-Gómez ve González-Gómez, 2017:136). Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizmi, turizm bölgesindeki yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarını giderirken kaynakların devamlılığını sağlaması ve gelecek nesillerin de bu kaynaklardan faydalanması olarak tanımlamıştır (Kaypak, 2010: 99). Turizm hareketlerinin yaşanması sonucu ev sahibi toplumda meydana gelen sosyal, çevresel ve yerel değerlerin kaybolması üzerine turizm sektöründe alternatif bir anlayış olarak sürdürülebilir turizm anlayışı ortaya çıkmıştır (Domínguez-Gómez ve González-Gómez, 2017:136).

Sürdürülebilir turizmin başarısı, hükümetin paydaş grupların görevlerini ve elde edecekleri getirileri benimsetmesi yoluyla istikrarı sağlamasına ve doğru hazırlanmış sürdürülebilir kalkınma stratejileri aracılığıyla kaynakları korumasına bağlıdır (Farmaki vd., 2015:181). Ayrıca, turist etkilerini değerlendirebilmek amacıyla güvenilir, kullanışlı ve anlaşılır göstergelerin bulunması sürdürülebilir turizmi daha verimli hale dönüştürmektedir (Lu ve Nepal, 2009:13).

Kapera (2018:582)’ya göre, sürdürülebilir turizmin günümüzde çevre ve ekonomiye yönelik olmasından dolayı sosyal kalkınma ve katılım olgularına daha fazla önem verilmesi gerekliliği sıkça tartışılmaktadır. Araştırmacı ayrıca turizm sektörünün sürdürülebilir gelişiminin; turizmde ihtiyaç duyulan doğal kaynakların korunması, turizm nedeniyle oluşacak bozulmanın önüne geçilmesi, yerel toplumun ekonomisinin güçlenmesi, altyapı çalışmaları, istihdamın artması hem turistler hem de yerel halk için dinlenme imkânları sağlanması, yerel kültürün korunması ve yerel katılımın sağlandığı politikaların varlığı ile mümkün olabileceğini ifade etmiştir.

Sürdürülebilir turizme tüm paydaşların katılımı söz konusu olduğundan çevre ve ekonomi konuları dışında yerel topluluklar da bu turizm kapsamına dâhil olmaktadır. Bu paydaşlardan biri olan turizm tedarikçileri, işlevlerini sürdürülebilir turizm ilkelerine göre yerine getirmeye diğer paydaşların etkisi küçük kalabilecektir. Diğer paydaş olan kamu sektörü ise sürdürülebilir politikalarda aktif olmazsa ve bu konudaki eğitimleri yetersiz olursa sürdürülebilir turizm diğer paydaşların ilgisini çekmeyecek ve aktif katılım olmayacaktır. Yine yerel halk sürdürülebilir turizmin kısa ve uzun vadeli getirilerini kabul etmeyecek olursa kamu sektörü politikalar konusunda destek vermeyecektir. Diğer paydaş olan turistlerin ise sürdürülebilir turizm ile ihtiyaçları giderilemezse tercihleri değişecek ve başka bir destinasyon tercihinde bulunacaklardır (Jovicic, 2014:301). Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere sürdürülebilir turizmin yerel topluluklar açısından uygulanabilirliği tüm paydaşların aktif katılımı ile mümkün olacaktır.

Sürdürülebilir turizm kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile Anadolu Efes’in ortak çalışmasıyla yürütülen 16 farklı projeye yerel kalkınma amacıyla destek vermiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, 2019). Çevreye yönelik 3. Turizm Şurası Turizm Politikaları Komisyon Raporu’nda, dünyadaki turizm anlayışları çevre odaklı olduğundan, mavi bayrak ve yeşil yıldız uygulamalarının teşvik edilmesine ilişkin önlemlere vurgu yapılmıştır. Ayrıca turizmin sürdürülebilirliği kapsamında iklim değişiklikleri, çevre, altyapının geliştirilmesi ve toplam kalitenin artırılması konularının da önemi ifade edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Turizm Politikaları Komisyonu, 2017).

2. YEREL YÖNETİMLER VE TOPLUM TEMELLİ TURİZM

2.1. Yerel Yönetimler

Mahalli idareler bir diğer ifade ile yerel yönetimlere ilişkin hükümler Anayasamızın 123. maddesi ve 127. maddelerinde düzenlenmiştir. Madde 123’te; idarenin kuruluş ve görevler yönünden bütün olduğu, idarenin görevleri ve kuruluşlarının kanun ile düzenleneceği, kuruluş ve görevlerinin merkezden yönetim ve yerinden yönetim şeklindeki esaslara göre olacağı; madde 127’de ise yerel yönetimlerin, belediye, il özel idareleri ve köylerdeki vatandaşların ortak ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, kuruluşları kanun ile düzenlenmiş ve karar organları ile bu organları seçecek seçmenlerin de kanunla belirlendiği kamu tüzel kişileri olduğu ifade edilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982). Birçok ülkede yerel yönetimler, demokratik seçimlerin olduğu meclis ve belediye gibi

kurumlar ile bunların çalışmalarına izin veren kanun, yönetmelik ve yapıları kapsamaktadır (Nunkoo, 2015:625).

Kapera (2018:582), yerel yönetimlerin yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmek ve yerel kaynakları yönetmek konularında doğal lider konumunda olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yapılan hukuki düzenlemelerle de yerel yönetimlerin yetki ve mali kaynaklarındaki artış ile birlikte mahalli idarelerin hizmetlerinin eski düzene göre halkın günlük yaşamında daha fazla etkin olacağı, kamu yönetimindeki öneminin artacağı, kullanılan kaynaklar ve gerçekleştirdikleri hizmetler ile bireylerin hayatındaki öneminin artacağı ifade edilmiştir (2021 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, 2022).

Bir yerel yönetim birimi olan il özel idareleri ortak ve yerel olması şartıyla gençlik, spor, sağlık, tarım, sanayi, ticaret alanında; (Belediye hudutları il sınırı içinde olan Büyükşehir Belediyeleri hariç) çevre planı, bayındırlık ve iskân, toprak koruma, erozyon, kültür, sanat, turizm, sosyal hizmetler, yardım, ekonomik gücü olmayanlara mikro kredi, çocuk yuvaları; ilk ve orta dereceli okullara arsa temini, binalarının yapımı, bakımı, onarımı ve ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik (il sınırları içinde) hizmetler vermektedir. Ayrıca Belediye sınırları dışında imar, yol, su, kanalizasyon, atık, çevre, acil yardım, orman köylerinin desteklenmesi, ağaçlandırma ve park hizmetleri ile bisiklet yolları, bisiklet ve skuter park ve şarj yerleri, yaya yolları, gürültülü bariyerler ile ilgili hizmetleri yerine getirmektedir (İl Özel İdaresi Kanunu, 2005:md.6).

Belediye Kanunu (2005:md.14)'na göre belediyelerin görev ve sorumlulukları ortak ve yerel olması şartıyla; altyapı çalışmaları olarak imar, su, kanalizasyon sistemleri; ulaşım, kent bilgi sistemi, coğrafi bilgi sistemi, çevre, temizlik, atıklar, itfaiye, zabıta hizmetleri, yardım, ambulans, kurtarma hizmetleri, trafik, mezarlık, defin, park, yeşil alanlar, ağaçlandırma çalışmaları, konut, turizm, tanıtım, kültür ve sanat, gençlik ve spor, orta dereceli ve yüksek dereceli öğrenci yurtları, sosyal hizmetler, yardım, mesleki beceri faaliyetleri, nikâh, ticaret ve ekonomi de geliştirme çabaları şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca tüm devlet okullarına ait bina yapımı, onarımı ve bakımı ile ihtiyaç duyulan araç ve gereçleri temin etme hizmetlerinin de belediyelerin görevi olduğu ifade edilmiştir. Yine kanuna göre belediyeler, sağlık kuruluşu açma ve işletme ile ibadethane bakım, onarım ve inşasını yapabilir, doğal ve kültürel varlıklar ve tarihi olgular ile tarihi yerlerin bakımı, onarımı ve korunmasını sağlayabilir ve onarım durumu yoksa yenisini yapabilmektedir. Ayrıca belediyeler spora özendirme için genç halka spor malzemesi sağlayabilir, amatör kulüplere mali ve ayni yardım ile diğer desteklerde bulunabilir, amatör karşılaşmaları organize edebilir, yarışmalarda başarılı olan öğrencilere, sporculara, antrenörlere ve teknik yöneticiye ödül verebilir (Belediye Kanunu, 2005:md.14).

Son zamanlarda hükümetlerin toplum ile yeniden bağlantı kurma çalışmaları kapsamında yeni yaklaşımlar oluşmuştur. Bu yeni yaklaşımlarda yerel yönetimler yol, ücret, atıklar vb. klasik görevleri dışında sosyal hizmetler, yaşam kalitesi ve çevre yönetimi alanlarında hizmetler vererek yerel halkın sosyal ve ekonomik kalkınmasında daha aktif konuma gelmişlerdir (Shone vd.,2016:1675). Göymen (2004:6)'e göre belediyelerin yürüttüğü faaliyetler genel olarak yerel ekonomik kalkınmaya özellikle altyapı çalışmaları ile destek olmak, yeni yatırımlar için bölgedeki çekiciliği sağlamak, yatırımcıları desteklemek, sürdürülebilir kalkınma çalışmalarını güçlendirmek, sosyal sermayeyi arttırmak, öğrenen bölge özelliğini geliştirmek, ekonomik ve sosyal kalkınmada paylaşım ve iş birliğine teşvik etmek ile tüm paydaşların uluslararası düzeyde gelişmeleri takip etmesinde kolaylık sağlamak şeklindedir.

1992 senesinde Rio'da gerçekleşen Birleşmiş Milletler Yeryüzü Zirvesinde, 21. Yüzyıldaki hedef olarak görülen sürdürülebilir kalkınmaya ulaşabilmek ve çevre ile kalkınma sorunları için Birleşmiş Milletler üyesi ülkelerin kabul ettiği Gündem 21 eylem planı oluşturulmuştur. Bu planın 21. ve 28. başlıklarında yerel unsurlar ön planda olduğundan yerel yönetimlerin ve yerel katılımın gerekliliği vurgulanarak "Yerel Gündem 21" kavramı ortaya çıkmış ve yerel yönetimlerin planlama, yönetme ve uygulama gibi tüm süreçlerinde halkın katılımını sağlayacak projelerin uygulanması hedeflenmiştir (2021 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, 2022). Nitekim bu konuda

McEwan (2003:480-481) daha adil bir toplum için, halkın katılımı ve hesap verebilirlik üzerine kurulu yerel yönetim uygulamalarının gerekli olduğunu savunmaktadır.

Yerel yönetimler merkezi yönetimden daha fazla yerel bilgiye sahip olmalarından ve arazi planı, yerel kalkınma gibi konularda yasal olarak yetkilendirilmelerinden dolayı, turizmi yönetme ve geliştirme süreçlerinde daha aktif rol oynayabilmektedir (Nunkoo, 2015:625). Ayrıca yerel yönetimlerin tarafsızlığı ve ticari çıkarlarının olmaması (Shone vd., 2016:1676), kendi kendilerini yönetmeleri, yapısal değişikliklerin etkisinin yerel düzeyde daha fazla olması ve gözlemlenebilmesi, planlı müdahale ve kurumsal değişikliklerin daha fazla etkili olması (McLennan vd., 2014:108) da yerel yönetimlerin turizm sürecindeki konumunu güçlendirmektedir.

2.2. Toplum Temelli Turizm

Toplum, kişilerin birbiri ile bağ kurduğu ve birbirlerini etkilediği birey davranışlarını içeren, bu davranışlara kurallar koyan, içerisinde karşılıklı yardım/destek ve ayrışma/kümeleşme olgularının olduğu, kültürden ortak faydalanılan ve sürekli değişiklik içeren sosyal bir yapıyı ifade etmektedir (Bahar, 2009:25-26). En genel ilişkiler toplumu ifade ederken toplumsal yapı bu ilişkilerin düzenlenmiş şekli olup, toplumsal yapının taşıdığı unsurlardan birindeki değişim diğer unsurlarda da değişim yaratmaktadır. Dolayısıyla bu değişim hem doğanın değişmesi hem de toplumdaki değişim şeklinde kendini göstermektedir. Toplumsal değişim kişilerin arasındaki, grupların arasındaki ve doğa ile toplum arasındaki ilişki değişimini ifade etmektedir (Kocacık, 2003:130).

Turizm, toplumsal gelişme düzeyinin geliştiği dönem ya da yörelerde ortaya çıkmış olup, toplumsal değişimin bir ürünüdür (Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 9). Bir diğer yönü ile turizm, gelişmekte olan ülkelerdeki bölge insanı için bir umut vadetmekte ve toplumsal değişim hızını artırmaktadır (Oktik, 2002:3).

Birleşmiş Milletler tarafından 2015 yılında yoksulluğu yok etmek, dünyayı korumak, eşitliği ve adaleti sağlamak amacıyla dünyadaki tüm bireyleri ve toplumları kapsayan 17 Sürdürülebilir Kalkınma hedefi “2030 Gündemi” olarak kabul edilmiştir (Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları,2022). “2030 Gündem” hedeflerinde turizme tam olarak değinilmese bile, yerel toplulukların sürdürülebilir kalkınmaya daha fazla dâhil edilmesi ve daha fazla güçlendirilmesi vurgulanmıştır. Turizm konusunda ise kamu-özel sektör ortaklığını güçlendirme ve diğer paydaşları dâhil etme konusunda genel bir fikir birliği olduğu belirtilmiştir (Dolezal ve Novelli, 2022:2352).

Toplum temelli turizm, adil ve tüm kesimleri kapsayan bir kalkınma için yerel toplum katılımını vurgulayan sürdürülebilir kalkınma modeline dayanmaktadır (Dodds vd., 2018:1548). Toplum temelli turizmin tanımlanmasında literatürde farklılıklar olsa da genel olarak, turizmin toplum tarafından kontrol edilmesi ve yönetilmesi, toplumun güçlendirilmesi ve bu süreçte doğal ve kültürel kaynakların korunarak turizm ile birlikte toplum gelişiminin sağlanması şeklinde tanımlanabilir (Zielinski vd., 2021:1042).

Toplum temelli turizm gelişiminde yerel halk, turistlerle doğrudan etkileşime girme ve ziyaretçilere unutulmaz tecrübeler kazandırma konusunda en önemli paydaş konumundadır (Lee ve Jan, 2019:369). Ayrıca karar verme sürecinde kontrolü elinde tutarak ya da sürece proaktif olarak müdahale ederek turizm gelişmesini kendi değerlerine ve ilgi alanlarına göre yönlendirmektedir (Johnson, 2010:151). Yoksulluğun azaltılması amacıyla zengin yatırımcılar veya tur operatörlerinin hegemonik kontrolünde olan turizm sektöründeki yapısal bağımlılığın kırılmasına yönelik stratejilerin uygulanması toplum temelli turizmin temel amaçlarından (Giampiccoli ve Kalis, 2012:101). Eom ve Han (2019:956-957) toplum temelli turizmin ilk olarak doğanın korunmasına yönelik kırsal toplumlara ve ekoturizme odaklandığını, sonrasında kültür turizmine kadar açıldığını, başlangıca ek olarak ise gastronomi, geleneksel el sanatları ve folklor gibi farklı ürünleri de içeren projeler oluşturduğunu ifade etmiştir.

Toplum temelli turizm literatürü, toplum sahipliği ve toplum tarafından yönetilme ilkesinde birleşse de bu konuda genel olarak üç farklı girişim türünden bahsedilmektedir. Bu girişim türlerinden ilki toplumun rotasyon ile istihdam edildiği, kârların toplum projelerine aktarıldığı ya da yerel halka temettü olarak dağıtıldığı; ikincisi toplum varlıklarına dayalı aile veya grup girişimleri; üçüncüsü ise

toplum veya ailenin dışarıdan iş ortağı olduğu girişim şeklidir (Dodds vd., 2018:1549). Toplum temelli turizmin temel unsurları ise doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve korunması, toplumsal bilinç ve sahiplenme duygusu, turizm yönetiminde kurallar ve mekanizmaların olması, faydaların adil dağılımı, kârın bir kısmının topluluk fonuna katkıda bulunması, turistler ve yerel halkta karşılıklı öğrenme, doğal ve kültürel kaynakları kullanmada bilinç ve farklı kültürlerle yönelik eğitim ve anlayış olarak sıralanabilir (Suansri, 2003:15).

Toplum temelli turizmin faydaları, ziyaretçilerin memnuniyeti, turizm planlarının daha iyi hale gelmesi, faydalar ve maliyetin halka eşit dağılımı, toplumun gereksinimlerinin giderilmesi, demokratikleşme sürecinin gelişmesi (Rocharungsat, 2008:62), yerel ekonominin iyileşmesi, tesisler, yollar, parklar, eğlence ve kültürel çekicilik merkezleri ile yerel halkın yaşam kalitesinin iyileşmesi, yerel halkta çevre koruma bilinci ile çevrenin ve biyolojik çeşitliliğin korunması, kültürel tanıtım, daha iyi yönetim, yerel halkın kültürel kimliğini geliştirme (Lee ve Jan, 2019:369-370) şeklinde sıralanmıştır. Tüm bu faydaların sağlanması için, toplum temelli turizmde çok yönlü, esnek, sistemli ve katılımcı turizm planlama yaklaşımlarının benimsenmesi gerekmektedir. Zira kalkınma ve planlama faaliyetlerindeki katılımcı yaklaşımlar, mevcut durumda var olan güç dengelerini, güçsüzlere güç kazandırarak yenilemeyi hedefler (Tosun, 2005). Toplum temelli turizmde başarılı olabilmek için (Dodds vd., 2018:1550);

- Turizmi yönetme kabiliyeti için katılımcı planlama ve kapasite geliştirilmesi,
- Pazar ile ilişkiyi basitleştiren iş birliği ve ortaklıklar ile finansal olarak uygulanabilirliğin sağlanması,
- Yerel yönetim ve yerel halka sorumluluk verilmesi,
- Toplumsal değerlere uygun sonuçlar için çevresel ve toplumsal amaçların varlığı,
- Hükümet, fon sağlayıcıları ve özel sektör vb. den kayıtlı ekonomiye ulaşmak için yardım alınması,
- Toplumsal sürdürülebilirliğin uzun süreli olması için ek gelir oluşturulması gerekmektedir.

Ancak bölgedeki turizmin ana akım turizm ve diğer ekonomik faaliyetlere göre yoksulluğun azaltılmasında yetersiz kalması, bağış yoluyla sağlanan ve sivil toplum kuruluşlarının sağladığı dış finansmanın sona ermesi sonrası düşük yaşam kalitesi beklentisi, faydaların tekelleştirilmesi ve seçkinler arasında paylaşılması, yoksulların dışlanması gibi sebepler toplum temelli turizmin başarısızlığına neden olmaktadır (Zapata vd., 2011:727). Bunlara ek olarak toplum temelli turizmin başarısının önündeki engelleri Dodds vd. (2018:1558); yetersiz finansman ve finansman becerisi, yabancı turistlere doğrudan pazarlamanın yetersizliği, piyasaya hazır olmayan ürün sunulması, pazara erişim sağlamada sıkıntı, arazi yönetiminde yerel halk ya da merkezi yönetime yetki verilmemesi şeklinde ifade etmiştir.

2.3. Toplum Temelli Turizmde Yerel Yönetimler

Turizm gelişim sürecinin etkili bir şekilde yönetilmesi, kamu sektörünün politikalar oluşturmak yoluyla müdahalesini ve çeşitli düzenlemelerini içermektedir. Bu politikaların amacı tüm paydaşların faydalardan en üst seviyede yararlanmasıdır (Zielinski vd., 2021:1043). Turizm geliştirme politikaları eşit ekonomik kalkınma, çevrenin korunması, kültürün korunması ve iyi yönetim olarak sürdürülebilir ilkelere dayalıdır (Lee ve Jan, 2019:370). Hükümetin çoğunlukla turizm gelişimine rehberlik eden ve bunun için gerekli faaliyetleri düzenleyen işlevinin olduğu düşünülmektedir. Hükümetin yalnızca kamu tesislerini tedarik ettiği görüşü yerine, gelişen çağda yerel kalkınmada sürdürülebilirliğin de dikkate alınması görüşü oluşmuştur (Luo ve Bao, 2019:346). Hükümetler turizm gelişiminde yerel halkın yaşam kalitesini ve refahını sağlamak için turizm politikaları oluşturan yapılardır (Lee ve Jan, 2019:370). Ayrıca hükümet ortak bir amaç için bir araya gelmiş paydaşların çıkarlarını korumakla yükümlüdür. Hükümetin yerel temsilcilerinin, yerel halkın çıkarlarını koruduğu ve uyumunu arttırdığı ve yerel kalkınmayı doğru bir şekilde yönlendirdiği düşünülmektedir (Luo ve Bao, 2019:347). Neoliberal yaklaşımlar ile birlikte yerel yönetimlerin yol,

çöp vb. klasik görevlerinden farklı olarak sosyal hizmetler, toplumsal refahın korunması ve çevre yönetimini içerir yeni görevlerine vurgu yapılmıştır (Shone, 2016:1675).

Turizmle en fazla bağlantısı olan yerel yönetim birimi belediyelerdir. Belediyelerin altyapı, zabıta, itfaiye, sağlık hizmetleri ve sosyal yardımlar, sağlık kuruluşları kurulması ve bunların yönetimi, imar, yapı denetimi, ulaşım, tüketicinin korunması vb. hizmetleri yerel halka yönelik gibi görünse de, turistler de bu hizmetlerden faydalanmaktadır. Dolayısıyla belediyenin temel görevleri muhakkak turizmle bağlantılı olacaktır (Baş vd., 2007).

Yerel yönetimler arazi kullanımı, planlaması ve geliştirilmesi konusundaki yasal yetkileri ve turizm gelişiminin özel sektör girişimcileri ile yapıldığında optimal etkilerinin olmayacağı gibi nedenlerle destinasyon yönetiminde önemli bir paydaş konumundadır (Shone, 2016:1676). Bu paydaşlık durumu yerel yönetimlerin, yöneticilerinin yerel halk tarafından seçilen kişilerden oluşması, yerel halkın çıkarlarını koruması, tarafsızlıkları ve ticari çıkarlarının olmayışı, toplumun çıkarlarını temsil etmesi, yerel bilgilerinin varlığı, istikrarlı ve kalıcı yapıları ve turizmin olumsuz etkilerinin en fazla yerel halk üzerinde hissedilmesi gibi etkenlerden dolayı bir destinasyondaki sürdürülebilir turizmi koordine etmek, uygulamak ve geliştirmedeki rolüne atıfta bulunmaktadır (Ruhanen, 2013:82).

Baş vd. (2007)'ne göre yerel yönetimlerin turizm kapsamına giren görevleri; ziyaretçiler için konferans yeri vb. ile yerel halka yönelik müze, tiyatro, park, spor vb. boş zaman faaliyetlerinin düzenlenmesi, bölgesel planlar oluşturmak, arazi kullanımında denetim sorumluluğu, turistlere yönelik hizmetler, araç park yerleri, karavan parkları, istatistik verilerinin hazırlanması, tanıtım, pazarlama, tarihi yapıların korunması ve toplum sağlığı gibi alanlardaki hizmetlerdir. Buna ek olarak belediyeler direkt olarak turizme yönelik; konaklama tesisleri yapılması, belediye dışında bir girişimci ya da işletme tarafından kurulmuş olan konaklama tesislerine işletme belgesi verilmesi, yiyecek içecek işletmelerinin kurulması ve daha önce kurulanlara belge düzenlemek ve denetim yapmak, sinema ve tiyatro vb. eğlence merkezleri kurulumu bunlara belge verilmesi ve denetimleri, yerel halk için turizme yönelik eğitim organizasyonları, turizme yönelik meslek kursları, fuar, sergi, panayır, festivaller şeklinde organizasyonlar, turizm bürolarının açılması, belediye personelinin turizm kapsamında yetişmesi, broşür ya da tabela oluşturulması hizmetlerini de vermektedirler (Baş vd., 2007).

Yerel yönetimlerin toplum temelli turizmdeki rolleri, işlevleri, hizmet ve uygulamalarının neler olduğunun ortaya koyulmasında bu konuda yapılan çalışmaların genel olarak incelenmesinde fayda vardır. Bu bağlamda incelenen çalışmalar perspektifinde toplum temelli turizmde yerel yönetimlerin: i) Turizm odaklı faaliyetleri arasında tanıtım ve reklam hizmetlerinde önemli role sahip oldukları (Bulut vd., 2016; Ertaş vd., 2020; Şener ve Oktay, 2021; Köseadağ, 2022), ii) Maddi ve aynı desteklerle yerel halkın desteklenmesinin toplum temelli turizme katkı sağladığı (Zapata vd., 2011) ve yöre halkının bu konuda beklentilerinin olduğu (Güdü Demirbulat ve Aydemir, 2015), iii) yerel halkı merkeze alan ve turizme eklemleyen planlama faaliyetlerinde buldukları/bulunmaları gerektiği (Lee ve Jan, 2019; Karacaoğlu vd., 2016; Negiz ve Akman, 2011), iv) Yapılan turizm faaliyetleri ve planlamasında doğal ve kültürel kaynakların korunmasında hem yerel yönetimlerin hem de yöre halkının rol ve sorumluluklarının bulunduğu (Azaklı ve Özgür, 2004; Bulut vd., 2016; Şener ve Oktay, 2021), v) Yerel yönetimlerce çevre koruma ve düzeni, altyapı, temizlik hizmetlerinde turizmi destekleyen ve canlandıran turizm ve toplum temelli stratejilerin benimsenmesi gerektiği (Ünlüönen ve Sevim, 2005; Sarı Gök ve Ünüvar, 2019), vi) Yerel yönetimlerin yürüttükleri sosyal ve kültürel etkinliklerle toplum temelli turizme maddi-manevi teşvikler oluşturdukları ve farkındalıklar geliştirdikleri (Baş vd., 2007; Kömürcü, 2013; Sağlamtaş, 2019) ve turizm bölgelerinin tanıtılmasında yerel yönetimlerin bu etkinliklere daha çok yoğunlaşması gerektiği (Pelit ve Gökçe, 2016) tespit edilmiştir.

Yerel yönetimlerin turizmde yerel halkı ve yerel bölgeyi merkeze alan hizmet/işlevleri ilgili literatürdeki uygulamalar perspektifinde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

a) Tanıtım ve Reklam İşlevleri: Ülkemizde turizmin tanıtımı ve pazarlaması süreçlerinde ön planda Kültür ve Turizm Bakanlığı bulunmakla birlikte, illerde valilik ve belediye gibi yerel yönetim birimlerinin de tanıtım ve pazarlamada çeşitli işlevlere sahip olduğu görülmektedir (Ertaş vd.,

2020:1077). Yerel yönetimler bir şehri sosyal, ekonomik ve fiziki özellikleri ile ilgili yakından tanıdığından tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde de ön plandadır (Kösedağ, 2022:483). Ayrıca yerel yönetimler, yöreye özgü bir imaj verecek ve markalaşma sağlayacak özelliklerini belirginleştirip yörenin tanıtımını da yapmaktadır (Keskin, 2016:151). Ziyaretçilere yönelik tanıtım amaçlı broşür ya da tabelaları oluşturmak gibi hizmetleri de belediyeler yerine getirmektedir (Baş vd., 2007).

Güçer vd. (2012) bu konuyla ilgili çalışmalarında, belediyelerin tanıtım faaliyetlerinde internet teknolojisini kullanmalarının önemli olduğunu ve belediyelerin web siteleri vasıtasıyla daha etkin tanıtım faaliyeti yürütebileceklerini belirtmiştir. Şener ve Oktay (2021) Bolu yerel yönetimleri tarafından turizm faaliyetleri kapsamında kentin imajına olumlu katkı sunması açısından tanıtım faaliyetlerinin önemsendiğini ifade etmiştir. Bu kapsamda yürütülen projede, turizmin tanıtımına yönelik bir web sitesinin hazırlanması, web sitesi üzerinden kente gelen turistlerin ihtiyaçlarına göre hangi otele gidebileceği, hangi turizm faaliyetini nerede yapabilecekleri konusunda yönlendirme yapılması hedeflenmiştir.

Bulut vd. (2016) Muğla Milas yöre halkının turizmde destinasyon pazarlaması ve markasının oluşturulmasıyla ilgili düşüncelerini incelemiş ve halkın bu konuda yerel yönetimlerin işlevlerini önemsediklerini bildirmiştir. Yöre halkı turistik ürünleri kendilerinin geliştirdiğini ancak bu değerlerin tanıtım ve reklam faaliyetlerinde yerel yönetimlere daha çok görev düştüğü düşüncesindedirler. Ayrıca aynı çalışmada, halkın turistik değerler konusunda bilinçlenmeye ihtiyaçları olduğu ve bu konuda yerel yönetimin çabalarının yetersiz olduğu saptanmıştır.

b) Maddi veya Ayni Destekler: Belediye kanununa göre ilin sınırları içerisindeki büyükşehir belediyeleri, belediye sınırı ve mücavir alan sınırı kapsamında kalan il belediyeleri ile nüfusu 10000'i aşan belediyeler, meclisin kararını alarak turizm yatırımlarının altyapı çalışmalarını (su, termal su, doğalgaz, yol, aydınlatma, atık su vb.) faiz talebi olmadan on yıl içinde geri ödenecek şekilde ya da ücretsiz bir şekilde kendi yapabilir ya da yaptırabilir. Bu durumda tesise ortak olma durumu da söz konusudur. Yine kanun turizm geliştirme amacı taşıyan projeler için amaç dışına çıkılmaması şartıyla, ücretsiz ya da az bir ücretle Çevre ve Şehircilik Bakanlığının onaylaması ile taşınmaz tahsisini de gerçekleştirebilir (Belediye Kanunu, 2005:md.15).

Buldukları bölgenin özelliklerini en iyi tanıyan aktörler olan yerel yönetimlerin turizm potansiyellerini doğru bir şekilde değerlendirerek turizmi canlandıracak yatırımlar yapması, yöre insanları tarafından da arzu edilen bir turizm desteğidir. Örneğin Gülü Demirbulat ve Aydemir (2015) toplum temelli turizm çerçevesinde Artvin ilinin Macahel Yaylası'nda yerel halkın turizme yönelik algıları ve tutumlarını tespit ettikleri çalışmalarında, yöre halkının çoğu yaşadıkları bölgeye daha fazla turist çekmeyi sağlayacak turizm yatırımlarını istediklerini belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük bir bölümü yerel/merkezi yönetimlerin turizm konusunda kendilerine yeterince söz hakkı tanımadığını açıklamışlardır.

Zapata vd. (2011) ise toplum temelli turizm yaklaşımının Nicaragua bölgesinde yoksulluğun giderilmesi, sosyal ve iktisadi açıdan kalkınmadaki rolünü ele aldıkları araştırmalarında; yukarıdan aşağı ortaya çıkan dış kaynaklar ve fonlarla hazırlanan toplum temelli turizm projelerinin yerine, yerel yönetimler ve girişimler aracılığıyla yapılan ve aşağıdan yukarı toplum temelli turizm faaliyetlerinin daha sağlıklı sonuçlar verdiği, daha hızlı bir büyüme kaydettiği ve yerel ekonomi üzerinde daha iyi etkiler bıraktığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu bağlamda yerel yönetimlerin maddi ve ayni desteklerle yerel halkı fonlamasının ve desteklemesinin toplum temelli turizme sağlayacağı katkı açısından önemli olduğu görülmektedir.

c) Planlama Faaliyetleri: Belediyelerin turizm ile ilgili çeşitli hizmetlerinin olduğu bilinen bir gerçek olup, önemli olan bu hizmetlerin sayıca fazlalığı değil hizmetlerin ev sahibi toplumun ve ziyaretçilerin beklentilerini karşılar yönde, gereksinimlerin ve kaynakların dengesini karşılayacak şekilde sürdürülebilirlik ilkeleri göz önüne alınarak planlanmasıdır (Azaklı ve Özgür, 2004:130). Toplum temelli turizmde planlama ve yönetim yoluyla, yerel halkın yaşam kalitesi artabilir, bölge kültürüne daha fazla saygı gösterilmesi sağlanabilir ve biyolojik çeşitlilik korunabilir (Lee ve Jan, 2019:370). Ayrıca yerel halkın turizm faaliyetlerine eklenmesi modelinde yerel bölgenin kadınlarına yönelik hazırlanacak bir eylem planı da kadınların istihdamını olumlu etkileyebilecektir.

Nitekim Shahmirzadi (2012) İran’da yer alan Shahmirzad bölgesinde kadın ve erkeklerin toplum temelli turizm tutum ve algılarını araştırdığı çalışmasında, kadın ve erkeklerin turizm algısı arasında anlamlı farklılaşma olduğunu belirlemiştir. Araştırmanın sonucunda kadınların toplum temelli turizm modelini kendileri için önemli bir fırsat olarak algıladıkları ve bu model aracılığıyla kadınların turizmde daha aktif rol oynayabilecekleri bildirilmiştir. Bu konuda yerli yazında da benzer uygulamalardan bahsedilmektedir. Bursa Misi köyünde gerçekleştirilen toplum temelli turizm projesinin gelir yükseltme ve istihdam sağlama faydasına özel bir önem duyulduğu, özellikle kadın istihdamı ve kadın emeğinin değer bulmasının bu proje kapsamında önemsendiği belirtilmektedir (Karacaoğlu vd., 2016).

Yerel yönetimlerin bölgenin turizm potansiyelini doğru bir şekilde öngörmesi ve planlama faaliyetlerini bu çerçevede yapması gerekmektedir. Yerel yönetimlerin sunacağı hizmetlerini bölgedeki turizm türlerine ve ziyaretçilerin ihtiyaç ve beklentilerine göre planlaması sürdürülebilir kalkınmayı destekleyebilir. Mısır vd. (2022) mikoturizm ve toplum temelli turizm ilişkisini inceledikleri çalışmalarında, mantar potansiyeli olan bölgelerde mantar turizm faaliyetlerinin planlanmasının yemek, otel, konaklama gibi hizmetlerin sunulduğu işletmelere katkı sağlayacağını bildirilmişlerdir. Ayrıca çalışmada, yerel halkın katılımıyla yapılan mikoturizm sayesinde çevre bilincinin oluşmasının, sorumlu ve sürdürülebilir bir turizm anlayışının yerleşmesinin mümkün olacağı belirtilmiştir. Negiz ve Akman (2011) yerel yönetimlerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetlerini değerlendirdikleri araştırmalarında, yerel birimlerin tek başlarına turizmi canlandırma gayretlerinin genellikle cılız kaldığını ortaya koymuşlardır. Bu sorunun en büyük nedeninin ise yerel birimlerin ortak veya yürütücü olduğu, turizm faaliyet planlarının ve koordinasyonunun bulunmamasıdır. Sonuç olarak planlama ve turizm koordinasyon eksikliği, gerek birim gerek çalışan gerekse finansal açıdan yeterli donanımına sahip olmayan belediyelerde hizmet üretme/sunma gücünü daha çok kırılabildiği bildirilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2007’de yayımlanan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” hedeflerinde turizm planlamasında merkezi-yerel yönetimlerin eşgüdümünün önemsendiği ve turizm çeşitliliğinin sağlanmasında yerel yönetimlere büyük rol atfedildiği görülmektedir. Bu bağlamda yerel yönetimlerce yapılan turizm planlamalarının bu hedefler doğrultusunda yapılması önemli görülmektedir. Yerel yönetimlerin evrensel turizm pazarında görülen gelişimleri takip ederek son eğilimleri yakalaması ve buna dair iktisadi, sosyal ve fiziksel planlamalar yapması beklenmektedir (Negiz ve Akman, 2011; Soyak, 2013). Nitekim Bolu belediyesi tarafından yapılan planlamalarda Türkiye Turizm Stratejisi’nde tespit edilen hedeflere uyum konusuna dikkat edildiği ve yönetimin bunun için çaba gösterdiği belirtilmiştir (Şener ve Oktay, 2021).

d) Doğal ve Kültürel Kaynakların Korunması: Yerel yönetimler yerel halka en yakın yönetim birimi olduğundan (Basmacı, 2017: 80) turizm hareketleri ile birlikte doğal ve kültürel kaynakların korunarak kullanılmasında belediyelere de sorumluluk düşmektedir (Azaklı ve Özgür, 2004:131). Bölgenin imar planını belediyeler oluşturduğundan, bu planlar oluşturulurken kentin tarihi yapısına zarar verilmemelidir (Basmacı, 2017: 80). Kentin yapılaşması sürecinde, yeşil alanlar planlamada geniş bir şekilde yer almalı, kıyı şeritleri ve dağ manzaraları ile yörenin doğal yapısı korunmalıdır (Keskin, 2016:151). Merkezi yönetim tüm ülkeye eşit hizmet sağladığından, doğal ve kültürel kaynakların korunması, kentsel bilincin oluşturulması, söz konusu kaynakların yenilenmesi gibi konularda yerel yönetimlere büyük görevler düşmektedir (Çılgınoğlu ve Çam, 2021:51).

2863 sayılı Kanuna göre Büyükşehir Belediyesi, Valilik ve Bakanlığın iznini alan diğer belediyeler kültür varlıkları ile ilgili olarak mimarlık, sanat tarihi, arkeoloji, mühendislik ve şehir planlama gibi alanlarda uzmanları bünyesine alarak kültür varlıklarını koruma, uygulama ve denetim büroları kurabilir. Ayrıca il özel idareleri de kültürel varlıkların korunması amacıyla rölöve, restitüsyon ve restorasyon projeleri oluşturabilecek ve uygulayabilecek büroları açabilir. Bunun yanında il özel idareleri sertifikalı sahip yapı ustalarını yetiştirmek amaçlı eğitim birimleri kurabilir (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983:md.10).

Tarihi değerlerin ve arkeolojik unsurların fazlaca bulunduğu turistik bölgelerde, bozulmuş ve uygun olmayan binalar arasında kalmış düzensiz görünen eserler, tarihi ve turistik değerleri azaltmaktadır.

Bu eserlerin restore edilmesi, eserlerin bulunduğu yerdeki peyzaj planlamasında belediyelerin direkt bir sorumluluğu yoktur. Ancak sorumluluklarının olmaması bu hizmetleri gerçekleştiremeyecekleri anlamına da gelmemektedir (Azaklı ve Özgür, 2004:131). Zira 3. Turizm Şura'sında da sürdürülebilir turizm için yerel yönetimlerin bölgelerinde kentsel ve kırsal peyzaj, kent estetiği, kent kimliği, kent mimarisi, kentin özgün değerlerinin yaşatılması; doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerin en iyi şekilde korunması tavsiye edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Yerel Yönetimler Şurası Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu, 2017:6). Şener ve Oktay (2021) çalışmalarında Bolu belediyesi vasıtasıyla turizme dair yeni ürünlerin geliştirilmesi hususunda yüksek bir eğilimin olduğunu belirlemiştir. Bolu yöresinin sahip olduğu doğal yerlerin korunması için hassasiyet gösterilmesi ve bu tür yerlerin kontrolünün gerekli ekipler tarafından yapılmasının gerekli olduğu vurgulanmıştır.

Toplum temelli turizmin yöresel dokunun ve bölgeye has değerlerin ilk elden korunmasına imkân tanıyan bir sistem olduğunu ifade eden bir çalışmada, bu değerlerin turizme kazandırılması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasının ancak yöre halkının bilinci ve sorumluluğu sayesinde mümkün olacağını bildirmektedir (Bulut vd., 2016:11). Ancak Muğla'da toplum temelli turizm geliştirilmesinde destinasyon pazarlaması ve yöresel değerlerin turizm amaçlı kullanımı için yerel halkın bilinçlendirilmesi kapsamında, yerel yönetimlerce birtakım çalışmalar yapıldığı fakat bu çalışmaların yeterli olmadığı belirlenmiştir (Bulut vd., 2016:11). Sarı Gök ve Ünüvar (2019) ise Burdur ve Isparta yöresi destinasyon yönetimi ve turizm gelişiminde yerel yönetimlerin işlevlerinin halk tarafından önemsendiğini ve tanıtım, altyapı çalışmalarında sürdürülebilirlik, yerel katılım ilkesinin benimsenmesinin gerekliliğini kanıtlarla ortaya koymuşlardır.

e) Çevre Koruma ve Düzeni, Altyapı, Temizlik Hizmetleri: Turizm gelişimi için ve turizm hareketleri esnasında çevre oldukça önemli bir pozisyonda olup, artan ziyaretçi sayısı ile birlikte bölgede altyapı, üstyapı ve çevresel sorunlar meydana gelebilmektedir (Saraç ve Türkay, 2019:99). Bir yerel yönetim birimi olan belediyelerin kararları ve uygulamaları ile çevre kullanılmakta olduğundan belediyenin bu işlevleri çevreyi değiştirmektedir. Aynı zamanda belediyeler çevreyi korumak, yeniden oluşturmak, daha iyiye gitmesini sağlamak ve bunların yapılmasına yönelik kurallar koymak, bu işlemleri denetlemek işlevlerini de yerel halkın katılımı ile yerine getirdiklerinden yerel çevre yöneticisi sayılmaktadır (Zeytin ve Kırloğlu, 2014:245).

Kentler planlanırken ulaşımı kolaylaştıracak şekilde ve mekânlar genişçe planlanmalı, görüntü, koku ve gürültü kirliliğine karşı önlemler alınmalı, arıtma tesisleri oluşturulmalı, çarpık yapıların varlığı sona erdirilmeli, eski yapıların görünüşleri düzeltilmeli, yeşil alanların sayısı arttırılmalı, alternatif ulaşım seçenekleri meydana getirilmeli, yatay yapılar öncelik verilmelidir (Keskin, 2016:151-152). Turistik bir bölgenin su, atık su, enerji, sağlık, atıklar ve drenaj, yollar ve sokaklar, haberleşme sistemi, güvenlik, metro, tünel gibi unsurları altyapı yatırımlarını; turizm işletmeleri, sağlık merkezleri, alışveriş merkezleri vb. gibi ziyaretçilerin ihtiyaçlarını gideren altyapı dışındaki unsurlar ise üstyapı yatırımlarını oluşturmaktadır (Saraç ve Türkay, 2019:99).

Ünlüöner ve Sevim (2005:55-56) turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesinde yerel yönetimlerin rolünü inceledikleri çalışmalarında, turizm yatırımları da yapan yerel yönetimlerin altyapı çalışmaları ve denetimi, çevre ve tesislerin denetimi hizmetleri, müze hizmetleri ve kültürel faaliyetleri düzenleme hizmetlerinin turizm yatırımı kapsamında değerlendirildiğini ortaya koymuşlardır. Yerel yönetimler altyapı, üstyapı, imar ve şehircilik gibi faaliyetlerin haricinde destinasyon gelişiminde, destinasyon pazarlanmasında ve yönetilmesinde daha fazla rol ve sorumluluk alabilirler. Çünkü yerel yönetimler arasında önemli kamusal kaynaklara sahip olan belediyelerin bu avantajlarını turizmin bölgesel gelişimi için kullanmaları önemli farklılıklara neden olabilir. Ayrıca Türkiye'deki her bir şehrin turizm potansiyelinin artırılması ve markalaşmalarının sağlanabilmesi için doğal kaynaklarının yerel yönetimler aracılığıyla en doğru biçimde kullanılması önem arz etmektedir (Keskin, 2016:149-150).

Literatürdeki ilgili uygulamalarda da turizm potansiyeli bulunan yerlerde yerel yönetimlerce verilecek çevre koruma, altyapı hizmetlerinin oldukça önemsendiği görülmektedir. Son yıllarda yerel ve merkezi yönetimlerin çabalarıyla tanınmaya başlanan ve turizm potansiyeli yüksek olan Burdur ilinde bulunan Salda gölünde yapılan görüşme ve gözlemler neticesinde göl ve civarında artan turist

sayısı nedeniyle altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Ayrıca yerel toplum, turistlerin bölgeye ilgisinin artmasıyla birlikte göl ve çevresinin kirleneceği, gölün yapısının değişebileceği kaygısı taşımaktadır (Sarı Gök ve Ünüvar, 2019:1070). Bu bağlamda yerel yönetimlerin işlevlerini yerine getirirken toplum temelli turizmi ve sürdürülebilirlik ilkelerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Zira Bursa Misi köyünde toplum temelli turizm projesinin gelişimiyle birlikte yerel yönetimlerce yapılan bazı altyapı ve üstyapı yatırımlarının destinasyondaki hayat kalitesini artırdığına dair kuvvetli bir görüş birliği bulunduğu bildirilmiştir (Karacaoğlu vd., 2016). 3. Turizm Şurası'nda Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu, yerel yönetimlerin bir takım girişimlerde bulunması gerektiği konusunda tavsiyelerde bulunmuştur. Bu tavsiyeler; turizm sektöründekilere çevre bilinci oluşturarak turizm yatırımlarının “yeşil büyüme” yönünde doğal, tarihi ve sosyal çevreyi geliştirecek ve koruyacak şekilde olması; turizm işletmeleri tarafından tüketilen yenilenemeyen ve sınırlı olan kaynak kullanımının en az seviyeye getirilmesidir. Ayrıca arazi kullanımı ve altyapı kararlarında sürdürülebilir turizm dikkate alınmalıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Yerel Yönetimler Şurası Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu, 2017:6).

f) Sosyal ve Kültürel Etkinlikler: Bir yerel yönetim birimi olan belediyelerin rekreasyon, kültür, sanat, spor vb. alanlardaki faaliyetleri ilk olarak yerel halk için sunulmakta olup, bu hizmetler bazı ziyaretçilerin de dikkatini çektiğinden söz konusu alanlardaki belediye hizmetleri, turizm gelişimi ve kazançlarını etkilemektedir. Kültürel ve sosyal etkinlik olarak belediyeler; kültür ve sanat etkinliği olarak festivaller, karnavallar, fuarlar, dans, müzik, film, drama, el yapımı malzemelerin sergisi, yerel kültürel kutlamalar, inanç gelenekleri, tarihi ve önemli olayların kutlanması, kongre, sempozyum, panel, seminer vb. gibi kültür ve eğitim faaliyetlerini içine alan hizmetler verebilmektedirler (Azaklı ve Özgür, 2004:120-121). Baş vd. (2007)'ne göre yerel yönetimler yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek amacıyla seminer ve toplantı düzenlemek, turizm istihdamı için mesleki kurslar ve okullarda eğitim vermek, belediye personelinin turizm ile ilgili hususlarda yetiştirmek gibi alanlarda da hizmet verebilmektedirler. Bir yerel yönetim birimi olan belediyeler, hizmet verdiği yerel halkın mutluluğu, yaşam kalitesi ve hemşehricilik duygusunun yerel halkta hissedilebilmesi için sosyal turizm hizmetlerini ücretsiz olarak sağlamalıdır. Ayrıca boş zaman, dinlenme, eğlence ve tanıtım faaliyetleri kapsamında özellikle maddi gücü yetersiz vatandaşlara yönelik kısa geziler düzenleyebilmekte, dolayısıyla sosyal turizme destek verebilmektedir (Kızıllırmak ve Ertuğral, 2012: 45-50).

Yerel halkın katılımıyla gerçekleşen fuar, kutlama, karnaval ve festival vb. etkinliklerin bölgeye sosyal fayda, toplumsal katkı ve turistik çekicilik sağladığı da görülmektedir. Yemek festivali kapsamında Fethiye ilçesinde düzenlenen Kuzugöbeği Mantar Festivalinin yöre halkı üzerindeki etkisini inceleyen Sağlamtaş (2019) festivalin bölgeye turistik çekicilik sağladığını ve iş adamları, esnaf ve halkın festivale destek sunduğunu bildirmiştir. Dolayısıyla sosyal ve kültürel etkinlikler toplum temelli turizmin ihtiyaç duyduğu mali desteğin sağlanmasında yerel yönetimlerce potansiyel kaynaklar olarak değerlendirilebilir.

İlgili literatürde de bölgedeki turizm faaliyetlerini canlandırdığı gerekçesiyle sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlemek yerel yönetimler tarafından sıkça tercih edilmektedir. Bunlardan birisi de Bozcaada'da gerçekleştirilen Yerel Tatlar Festivali'dir. Bu festivali etkinlik turizm çeşidi olarak inceleyen Kömürçü (2013), festivalin bölgeye/bölge halkına bölgenin tanıtılması ve yerel halka sosyal, kültürel, iktisadi ve çevresel olarak fayda sağlaması açısından önemli etkilerinin olduğunu bildirmiştir. Ayrıca bölgede gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinin ve festival etkinliklerinin yetersiz olduğu ve halkın bu konuda beklentilerinin bulunduğu belirtilmiştir.

Afyonkarahisar ve Sandıklı özelinde yapılan bir çalışmada belediyelerin turizme yönelik faaliyetleri incelenmiş ve halkın genel olarak belediyenin kültürel faaliyetlere yönelik çalışmalarını yetersiz buldukları ifade edilmiştir. Araştırmada kültürel faaliyet işlevini yerine getirme konusunda Afyonkarahisar belediyesinin kültürel toplantıları çoğaltması, halkın beraber katılacakları organizasyonlar düzenlemesi, ilin kültürel yapısını bozan unsurları gideren tedbirler alması, kültürel manada çekicilik unsurları saptayarak bunları talep edecek potansiyel turistlere bölgenin yeterli tanıtımını yapması tavsiye edilmiştir (Pelit ve Gökçe, 2016:119).

3. TARTIŞMA

Bu çalışmada hem bilim çevrelerince hem de yönetim otoritelerince son dönemlerin en popüler konusu olarak görülen sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma olgusunun turizm destinasyonları açısından da önemli hale geldiği görülmüştür. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez Birleşmiş Milletlerin 1987 yılında düzenlediği Brundtland Raporu'nda belirtilmiştir (Domínguez-Gómez ve González-Gómez, 2017:136). Dünya genelinde sosyal, kültürel, iktisadi ve çevresel anlamda sürdürülebilir bir kalkınma için alternatif turizm türlerine önem verildiği ve bu kapsamda toplum temelli turizm modelinin öne çıktığı görülmektedir. Sürdürülebilir turizm açısından kilit önem atfedilen toplum temelli turizmin, toplumun da turizme katılım sağlamasını hedefleyen, toplumu sosyal, iktisadi, çevresel anlamda etkileyip avantaj sağlayan bir alternatif turizm anlayışı olarak (Hwang ve Choi, 2018:4) yerel yönetim aktörlerinin ilgisini çektiği belirlenmiştir. Çünkü yerel yönetimler tarafından önemsenen ve faaliyet planlamasında ön sıralarda bulunan yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarının giderilmesi meselesi toplum temelli turizmle rahatlıkla çözüme kavuşturulabilir. Ayrıca Dünya Turizm Örgütü'nün de ifade ettiği gibi bu ihtiyaçlar giderilirken kaynakların gelecek nesillere de aktarımı (Kaypak, 2010:99) yerel aktörlerce sağlanmış olacaktır. Bu doğrultuda doğal ve kültürel turizm potansiyeli bulunan bölge ve yerel topluluklar için toplum temelli turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir.

Yerel yönetimlerin dâhil olduğu toplum temelli turizmin bölgeye ve yerel halka sağladığı en önemli faydalar arasında bölgesel dengesizliğin giderilmesi ve bölgesel kalkınma sürecini hızlandırması olduğu görülmektedir. Literatürde konuyla ilgili yapılan çalışma bulguları da bu durumu desteklemektedir. Karadağ (2011) Isparta ili özelinde bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde yerel yönetimlerin rolünü araştırmış ve yerel yönetimler tarafından turizm potansiyelinin doğru bir şekilde değerlendirilmemesinin bölgesel kalkınma sürecinde önemli sorun teşkil ettiğini belirlemiştir. Arslan ve Çetiner (2021) Konya ili özelinde yerel yönetimlerin bölgesel kalkınmada rolünü inceledikleri çalışmalarında ise, turizmin gelişmişliği bir kalkınma ölçütü olarak değerlendirilirken turizm faaliyetlerinin yetersizliği kalkınma sürecinde önemli bir sorun olarak belirlenmiştir.

Çalışmada toplum temelli turizmin sürdürülebilirliğinin turizmden sağlanan çıktılarının yerel topluluğun genelinin faydasına kullanılmasıyla sağlanabildiği belirlenmiştir. Toplum temelli sürdürülebilir turizm yerel halkın yönetme, planlama, faydalarından eşit yararlanma vb. gibi turizmin tüm süreçlerinde yer alarak çevresel, sosyal, tarihi sürdürülebilirliğin sağlanması ve hem yerel halkın hem de turistlerin memnuniyetinin artırılmasıyla (Goodwin ve Santilli,2009; Burgos ve Mertens, 2017; Cornelisse,2020; Suansri,2003) mümkün olabilmektedir. İlgili literatürde toplum temelli turizm projelerinde yöre halkının projeden edinilen ekonomik faydaların paylaşımına dair çekincelerinin bulunabileceği ve çıktılarının dağılımında adaletsiz davranılması durumunda sorunlar yaşanabileceği belirtilmektedir (Mitchell ve Muckosy, 2008; Kim vd., 2014; Karacaoğlu vd., 2016). Bu bağlamda yerel toplum turizmden faydalanamazsa ya da turizm yerel topluma maliyete neden olursa, yerel toplumun turizm algısı değişecek ve dolayısıyla sürdürülebilir turizm amaçlarına ulaşamayacaktır (Aslan, 2008:73).

Toplum temelli turizmde geleneksel planlama yaklaşımından ziyade toplumların karar alma sürecine ve planlama faaliyetlerine katılımının desteklendiği yani esnek, çok yönlü ve katılımcı yaklaşımın benimsendiği görülmektedir. Geleneksel planlama yaklaşımında turizmle alakalı kararlar, turizm alanının ve yerel halkın sosyo-ekonomik şartlarına dikkat edilmeden, bazı çıkar grupları ve bunlarla ilişkili yerel seçkinlerin ilgi ve çıkarlarına göre düzenlenebilmektedir (Mitchell ve Reid, 2001; Tosun, 2005). Yani Mitchell ve Reid (2001)'in ifadesiyle; yerel toplumlar turizm gelişmesinin öznesi değil objesi olarak görülebilmekte ve alınan kararların olumsuz etkilerini yakından hissedebilmektedir. Ancak literatürde turizmin hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin en fazla turizm bölgesine yakın olan yerel insanlar üzerinde görüldüğü ve sürdürülebilir turizmin ilk önce yerel seviyede başlaması gerektiği (Prugh vd., 2000; Sarı Gök ve Ünüvar, 2019) tespit edilmiştir. Bu bağlamda Scheyvens (2002) sürdürülebilirlik ile yerli toplumların turizmle alakalı kararlara ve planlamalara katılımının özdeşleştirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Çalışmada elde edilen diğer bir bulgu, yerel yönetimlerin turizm alanında sosyal ve kültürel etkinliklerin düzenlenmesinden çevre koruma ve altyapı hizmetlerine, doğal ve kültürel kaynakların korunmasından tanıtım ve reklam işlerine, planlama faaliyetlerinden maddi ve aynı destek vermeye kadar birçok işlevinin olduğudur. İlgili literatürdeki çalışmalarda da genel kanı yerel yönetimlerin turizm konusunda rol ve sorumluluklarının bulunduğu (Aslan, 2008; Ünlüöner ve Sevim, 2005; Negiz ve Akman, 2011; Keskin, 2016), ancak işlevlerini yerine getirmede gösterilen çabaların yetersiz olduğu yönündedir (Pelit ve Gökçe, 2016; Bulut vd., 2016; Sarı Gök ve Ünüvar, 2019). Aslan (2008) Akkaya'daki turizm planlamasında yerel toplumun katılımını incelediği çalışmasında yerel halk arasından seçilen katılımcıların çoğu, devlet ve yerel yönetimlerin turizm planlaması yapması gerektiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Bu noktada yerel seçkinlerin kararlara etkisinin azaltılmasında devletin öncülük etmesi gerektiği savunulurken, yerel şartların en iyi yerel yönetimlerce bilinmesinden dolayı planlamalarda yerel yönetimlerin aktif olması gerekliliği iddia edilmiştir. Nitekim benzer sonuçlara ulaşan Güdü Demirbulat ve Aydemir (2015) çalışmalarında evlerini ve arazilerini turizm amaçlı kullanmak isteyen katılımcıların olduğuna ve yöre halkının turizm desteğine ihtiyaç duyduğuna dikkat çekmiştir. Bu noktada bölgenin yönetiminde söz sahibi olan yerel aktörlerin aynı veya nakdi yardımlarla bu halkı turizm için desteklemesi/yönlendirmesi önemli bulunmaktadır. Genel olarak çalışmada turizm potansiyeli yüksek olan bölgelerde yöre halkının toplum temelli turizmden hoşlandığı, turizmden beklentilerinin yüksek olduğu ve bölgelerinin daha çok turist çekmesini sağlayacak turizm yatırımı beklentisi içinde olduğu değerlendirilmiştir. Bu noktada yerel halkın beklentilerini karşılayacak adımların atılması, yerel değerleri ve bölgeyi tanıtan reklam faaliyetlerinin işe koşulması gerekmektedir. Zira, turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliği konusunda yerel yönetimler öncülüğünde gerçekleştirilecek tanıtım/reklam faaliyetlerinin ve destinasyon yönetiminin önemli ve belirleyici olduğu (Şener ve Oktay, 2021; Bulut vd., 2016; Sarı Gök ve Ünüvar, 2019) ifade edilebilir.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Toplum temelli turizm ile yerel yönetimler arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, destinasyona ve yerel halka en yakın konumda olan ve bu sebeple halkı ve bölgeyi en iyi tanıyan yerel yönetimlerin turizmle ilgili olabilecek temel hizmet/işlevleri literatürde bulunan uygulamalar üzerinden teorik olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışmada elde edilen sonuçlar ilgili literatüre hem teorik hem de pratik yönden önemli katkılar sağlamaktadır.

Teorik Katkı

Çalışmada, yerel yönetimlerin hem kendi halkına ve bölgesine hem de turizme yönelik hizmetlerinin turizm hareketlerinde büyük etkiye neden olabileceği teorik olarak kanıtlanmıştır.

Bu çalışmada teorik olarak yapılan açıklamalarla, yerel topluma fayda sağlama açısından hedefleri benzerlik gösteren toplum temelli turizm modeli ile yerel yönetimler arasında bir bağlantının var olduğu ve sürdürülebilirlik açısından bu bağlantının önemli olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca literatürde bulunan uygulamalardan yola çıkarak, turizm konusunda yerel yönetimlerce atılacak her bir adıma halk tarafından büyük önem atfedildiği görülmektedir. Yaşadığı bölgede yapılacak turizm faaliyetlerinde aktif rol oynamaya gönüllü olan halk, yerel yönetimlerce desteklenmeye ihtiyaç duymaktadır. Toplum temelli turizmin başarılı bir şekilde sürdürülmesinin temel belirleyicilerden birinin de yerel yönetimlerin turizm faaliyetlerindeki hizmet/işlevlerini sağlıklı bir şekilde yerine getirmesi olduğu belirlenmiştir.

Pratik Katkı

Toplum temelli turizm bağlamında incelenen araştırmaların perspektifinde bu çalışmada elde edilen sonuçlar yerel yönetimler ile toplum temelli turizmin ilişkisini açıklamada uygulamaya/pratiğe dönük zengin katkılar sunmaktadır. Özellikle toplum temelli turizmi ele alan çalışmalarda turizmin bölgesel gelişimi ve planlamasında temel anlayışın, turizm yerlerindeki biyo-fiziksel çevrenin ve kültürel kaynakların korunması gerekliliği düşüncesine odaklandığıdır. Bu ihtiyacın turistlerin ve yöre halkının direkt olarak çevresel/kültürel korumaya eklenmesiyle veya bu yöndeki faaliyetlerin geliştirilmesiyle sağlanabileceği gibi, dolaylı olarak mevcut değerleri ve zenginliği

koruma amaçlı yerel fonlar ve destekler geliştirilerek de sağlanabileceği görülmektedir. Doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir bir anlayışla kullanılması ise yerelde yaşayan halkın ve yönetimin iradesi ile mümkün olabileceği strateji belgelerinde de ortaya koyulmaktadır. Zira turizm hareketlerinden en fazla, destinasyonda yaşayan bölge halkı ve destinasyon çevresinin etkilendiği görülmektedir. Bu bulgular, turizm hareketlerinin başarısı ve sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilme durumunun, toplum temelli turizmin sağlıklı bir şekilde uygulanmasıyla mümkün olabileceğini göstermektedir.

Bu çalışmada yapılan literatürden elde edilen bilgiler ve bulguların ilgili çalışma örnekleriyle kıyaslanması doğrultusunda toplum temelli turizmin başarısında yerel yönetimlere ve toplum üyelerine önemli roller düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Yerel yönetimlerden sürdürülebilir turizm için tanıtım/reklam, maddi veya aynı destekler, planlama faaliyetleri, doğal ve kültürel kaynakların korunması, çevre koruma ve düzeni/altyapı/temizlik hizmetleri, sosyal ve kültürel etkinlikler sunma işlevlerini yerine getirmeleri beklenmektedir. Ancak ilgili yazından da anlaşılacağı üzere (Karadağ, 2011; Pelit ve Gökçe, 2016; Arslan ve Çetiner, 2021; Şener ve Oktay, 2021), bazı yerel yönetimlerin bu işlevlerini yerine getirmede ve bölgelerinin turizm potansiyellerini kullanmada birtakım sorunlarla karşılaştıkları tespit edilmiştir.

Öneriler

Çalışmanın amacı ve ulaşılan sonuçlar doğrultusunda toplum temelli turizm konusunda yerel yönetimlerin rol ve sorumluluklarının neler olduğu/olacağı ve bu konudaki çözüm önerileri aşağıda sıralanmıştır:

1. Toplum temelli turizm, yerel yönetimler tarafından sunulacak planlar ve fırsatlar doğrultusunda halkın aktif katılımıyla gerçekleştirilecek sosyal turizm, mikoturizm, kırsal turizm, kültür turizmi, spor turizmi, dağ turizmi, ekoturizm faaliyetleri ile geliştirilerek yerel kalkınmayı destekleyen bir faaliyet haline dönüştürülebilir.
2. Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde düzenlenen turizm şuralarında da bildirildiği üzere, yerel yönetimlerin turizmin sürdürülebilir gelişimini sağlayabilmesi için bir “Turizm Kurulu”nun hayata geçirilmesi ve yerel yönetimlerin destinasyon odaklı turizm yönetimine geçmeleri önerilmektedir.
3. Yapılacak turizm planlama faaliyetlerinde, yerel toplumların turizm büyümesinin “nesnesi” değil “öznesi” olarak görüldüğü bir planlama yaklaşımının yerel yönetimlerce benimsenmesi önerilmektedir. Böylece paydaşlar arasında sorumluluk paylaşımı ve alınan kararların olumsuz etkilerinden toplum korunmuş olmaktadır.
4. Toplum temelli turizmin başarılı olması ve faydalarından halkın yararlanabilmesi için esnek, sistemli, çok yönlü, katılımcı, çevrenin ve toplumun sosyo-ekonomik çıkarlarının gözetildiği planlama faaliyetlerinin yapılması önerilmektedir.
5. Toplum temelli turizmin başarılı olmasında önündeki engellerin yerel yönetimlerce kaldırılması önerilmektedir. Bu noktada turizm için finansman kaynaklarının doğru belirlenmesi ve finansman becerisinin geliştirilmesi, yabancı turistlere doğrudan pazarlamanın geliştirilmesi, yerel pazarlara erişimin kolaylaştırılması, arazi yönetiminde yerel halk ya da merkezi yönetime yetki verilmesi gerekmektedir.
6. Çalışmada turizm odaklı faaliyetlerde hem yerel halkın hem de yönetimlerin yönlendirme ve finansal desteğe ihtiyaç duydukları belirlenmiştir. Konuyla ilgili düzenlemelerin politika üreticiler ve yetkili yönetim tarafından yapılması önerilmektedir.

Bu çalışmada toplum temelli turizm ile yerel yönetimler bağlantısı ilgili literatür çerçevesinde kavramsal olarak ele alınmış ve bazı kanıtlara ulaşılmıştır. İlgili konu gelecekte yapılacak nicel veya nitel başka araştırmalarda, toplum temelli turizm ve yerel yönetimler bağlantısına yönelik bu çalışmanın sonuçlarını destekleyen önemli sonuçlara ulaşılabilir ve literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Arslan, E. ve Çetiner, T. (2021). Bölgesel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Konya Örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 13(24), 89-103.
- Aslan, A. (2008). Turizm planlamasına yerel toplumun katılımı: Saklı bahçe Akyaka üzerine bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 71-83.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Azaklı, S. ve Özgür, H. (2004). Belediyelerin Turizme Yönelik ve Turizmi Etkileyen Hizmetleri. İçinde; Yüksel A. ve Hançer M. (Editör). *Turizm ilkeler ve yönetim* (ss.121-142). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Bahar, H.İ. (2009). *Sosyoloji* (3. Baskı). Ankara: Usak Yayınları.
- Bahar, O. (2003). Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olası Etkileri: Bodrum Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 150-158.
- Bahar, O. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19).
- Basmacı, D. (2017). Kültürel Mirasın Korunmasında Yerel Yönetimlerin Rolü: Beyoğlu Belediyesi Örneği= The Role Of Local Governments In The Protection Of The Cultural Heritage: A Sample Of Beyoglu Municipality. *AURUM Journal of Engineering Systems and Architecture*, 1(2), 77-90.
- Baş, M., Kılıç, B. ve Güçer, E. (2007). Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Turizm. <https://www.mevzuatdergisi.com/2007/11a/01.htm> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 08/11/2022).
- Belediye Kanunu. (2005). T.C. Resmi Gazete, 25874, 13/07/2005.
- Bulut, Ş., Demircan, Ş., Avan, A. ve Zorlu, Ö. (2016). Toplum Temelli Turizm Geliştirilmesinde Destinasyon Pazarlamasının Önemi. 5. *Ulusal Kırsal Turizm Kongresi (Mayıs)*. Marmaris, 1-14.
- Burgos, A. ve Mertens, F. (2017). Participatory Management Of Community-Basedtourism: A Network Perspective. *Community Development*, 48(4), 546-565.
- Cornelisse, M. (2020). Peru Case Study: Power Relations in Community-BasedTourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 437-454.
- Çılgınoğlu H. ve Çam O. (2021). Turizm Potansiyelinin Geliştirilmesinde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Etkisi: Kastamonu Örneği. İçinde; Yılmaz, O.K. (Editör). *Belediyelerin Genişleyen Ekosistemleri Üzerine Disiplinlerarası Çalışmalar* (ss.47-76). Ankara: Nobel Bilimsel Eserler
- Demirtaş, N. (2011). *Turizm ve Çevre* (1. Baskı). Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.
- Dodds, R., Ali, A., and Galaski, K. (2018). Mobilizing Knowledge: Determining Key Elements For Success and Pitfalls in Developing Community-Based Tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.
- Dolezal, C. and Novelli, M. (2022). Power İn Community-Basedtourism: Empowerment and Partner Ship in Bali. *Journal of SustainableTourism*, 30(10), 2352-2370.
- Domínguez-Gómez, J. A. and González-Gómez, T. (2017). Analysing Stakeholders’ Perceptions of Golf-Course-Based Tourism: A Proposal For Developing Sustainable Tourism Projects. *Tourism Management*, 63, 135-143.
- Eom, T. and Han, H. (2019). Community-Based Tourism (Tourdure) Experience Program: A Theoretical Approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(8), 956-968.

-
- Ertaş, M., Kaygalak Çelebi, S. ve Kırlar Can, B. (2020). Şehir Turizminde Belediyelerin Rolü: Büyükşehirlerin Web Sitelerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1076-1091.
- Farmaki, A., Altınay, L., Botterill, D. and Hilke, S. (2015). Politics and Sustainable Tourism: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 47, 178-190.
- Giampiccoli, A. and Kalis, J. H. (2012). Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in MPondoland. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 34(2), 101-123.
- Gjerald, O. (2005). Sociocultural Impacts of Tourism: A Case Study From Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(1), 36-58.
- Goodwin, H. and Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: A Success. *ICRT Occasional Paper*, 11(1), 37.
- Göymen, K. (2004). Yerel Kalkınma Önderi ve Paydaşı Olarak Belediyeler. <https://research.sabanciuniv.edu/id/eprint/1427/1/KorelGoymen.pdf> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 15/11/2022).
- Güçer, E. Hassan, A. ve Pelit, E. (2012). Destinasyon Pazarlamasında Belediye Web Sayfalarının Önemi: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinde Bir İnceleme. *Değişen Dünyada Yerel Yönetimlerin Modernizasyonu Sempozyumu: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek, Kırgızistan*, 325-330.
- Güdü Demirbulat, Ö. ve Aydemir, B. (2015). Toplum Temelli Turizm (TTT) Çerçevesinde Kırsal Yörelere Turizm Algısı (Macahel Yaylası/Camili Örneği). *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi (14-16 Mayıs) Bildiriler Kitabı*, 63-71.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi*, (1-2), 49-59.
- Hwang, J. and Choi, J.K. (2018). An investigation of passengers' psychological benefits from green brands in an environmentally friendly airline context: The moderating role of gender. *Sustainability*, 10(1), 2-17.
- İl Özel İdaresi Kanunu. (2005). T.C. Resmi Gazete, 25745, 04/03/2005.
- Johnson, P. A. (2010). Realizing Rural Community-Based Tourism Development: Prospects For Social Economy Enterprises. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1).
- Jovicic, D. Z. (2014). Key Issues In The Implementation of Sustainable Tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297-302.
- Kapera, I. (2018). Sustainable Tourism Development Efforts By Local Governments in Poland. *Sustainable Cities and Society*, 40, 581-588.
- Karacaoğlu, S., Yolal, M. ve Birdir, K. (2016). Toplum Temelli Turizm Projelerinde Katılım Ve Paylaşım: Misi Köyü Örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 103-124.
- Karadağ, Ç. (2011). Bölgesel Dengesizliklerin Giderilmesinde Yerel Yönetimlerin Rolü: Isparta Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Keskin, A. (2016). Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Turizm Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (1), 143-154.
-

-
- Kim, S., Park, E. ve Phandanouvong, T. (2014). Barriers to local residents' participation in community-based tourism: lessons from Houay Kaeng Village in Laos. *SHS Web of Conferences*, 12, 1-8.
- Kızılırmak, İ. ve Ertuğral, S. M. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü Ve Yapılan Uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 33-53.
- Kocacık, F. (2003). *Toplum Bilim Ders Notları* (3. Baskı). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.
- Kozak, M. A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2013). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar* (14. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kömürcü, G. B. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Kösedag, E. (2022). Yerel Yönetimlerin Turizm Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme: Doğubayazıt Belediyesi Örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 481-502.
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu. (1983). T.C. Resmi Gazete, 2863, 23/7/1983.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı 3.Turizm Şurası Çevre-Planlama-Altyapı Komisyonu (2017). <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57380,cevreplanlamaaltyapikomisyoneraporupdf.pdf?0> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 20.11.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası Turizm Politikaları Komisyonu (2017). <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57383,turizmpolitikalarikomisyoneraporupdf.pdf?0> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 20.05.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Yerel Yönetimler Şurası Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu (2017). <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57387,yerelyonetimlerturizmkomisyoneraporupdf.pdf?0> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 15/11/2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği (2019). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yerelin Değeri Turizmin Geleceği. <https://basin.ktb.gov.tr/TR-237462/yerelin-degeri-turizmin-gelecegi.html> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 10.05.2021).
- Lee, T. H. and Jan, F. H. (2019). Can Community-Based Tourism Contribute to Sustainable Development? Evidence From Residents' Perceptions of the Sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Lu, J. and Nepal, S. K. (2009). Sustainable *Tourism Research: An Analysis of Papers Published in the Journal of Sustainable Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 5-16.
- Luo, X. and Bao, J. (2019). Exploring the Impacts of Tourism on the Livelihoods of Local Poor: the Role of Local Government and Major Investors. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 344-359.
- McEwan, C. (2003). 'Bringing Government to the People': Women, Local Governance and Community Participation in South Africa. *Geoforum*, 34(4), 469-481.
- McLennan, C.L., Ritchie, B. W., Ruhanen, L. M. and Moyle, B. D. (2014). An Institutional Assessment of Three Local Government-Level Tourism Destinations at Different Stages of the Transformation Process. *Tourism Management*, 41, 107-118.
- Mitchell, J. and Muckosy, P. (2008). *A misguided quest: Community-based tourism in Latin America*. Overseas development institute (ODI).
- Mitchell, R. E. and Reid, D. G. (2001). Community Integration. *Annals of Tourism Research*, 28 (1), 113-139.
-

-
- Mısıır, İ., Sezen, T. S. ve Şahin, B. (2022). Mikoturizm ve Toplum Temelli Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(1), 139-155.
- Negiz, N. ve Akman, E. (2011). Yerel Yönetimlerin Turizme Yönelik ve Turizmi Etkileyen Hizmetleri: Olması Gereken-Gerçekleşen Düzleminde Bir Değerlendirme, 1. *Uluslararası 4. Ulusal Eğildir Turizm Sempozyumu ve Göller Bölgesi Değerleri Çalıştayı*.
- Nunkoo, R. (2015). Tourism Development and Trust in Local Government. *Tourism Management*, 46, 623-634.
- Okdik, N. (2002). Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4).
- Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Pelit, E. ve Gökçe, Y. (2016). Belediyelerin Turizme Yönelik Faaliyetleri Yeterli Mi? Yerel Halkın Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme (Afyonkarahisar ve Sandıklı örneği). *Verimlilik Dergisi*, (4), 91-125.
- Prugh, T., Costanza, R. ve Daly, H. (2000). *The Local Politics of Global Sustainability*. Washington: Island Press.
- Rocharungsat, P. (2008). Community-Based Tourism in Asia. *Building Community Capacity For Tourism Development*, 60-74.
- Ruhanen, L. (2013). Local Government: Facilitator or Inhibitor of Sustainable Tourism Development? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80-98.
- Sağlamtaş, E. (2019). Kırsal Alanlarda Düzenlenen Yemek Festivallerinin Sosyal Boyutunun Algılanan Toplumsal Katkıya Etkisi: Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Saraç, Ö. ve Türkay, O. (2019). Altyapı, Üstyapı ve Çevre Sorunlarının Turist Şikâyetleri Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Çözüm Potansiyeli: Antalya Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 98-110.
- Sarı Gök, H. ve Ünüvar, Ş. (2019). Destinasyon Yönetiminde Toplum Temelli Turizm: Burdur ve Isparta Yöresinde Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1055-1073.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Essex: Pearson Education.
- Shahmirzadi, E. K., (2012). Community-based tourism (CBT), plannings and possibilities: The case of Shahmirzad. Unpublished Master Thesis. Iranian.
- Shone, M. C., Simmons, D. G. and Dalziel, P. (2016). Evolving Roles for Local Government in Tourism Development: A Political Economy Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(12), 1674-1690.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 1-18.
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, <https://www.globalcompactturkiye.org/surdurulebilir-kalkinma-amaclari/> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi:15/11/2022).
- Şener, Y., ve Oktay, K. (2021). Yerel Yönetimlerin Turizm Politikaları Üzerine Bir İnceleme: Bolu Örneği. *Turur Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1), 4-28.
-

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (1982). T.C. Resmî Gazete, 17863, 09 Kasım 1982.

Tosun, C. (2005). Stages in the Emergence of a Participatory Tourism Development Approach in the Developing World, *Geoforum*, 36 (3), 333–352.

Uygur, S.M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.

Ünlüöner, K. ve Sevim, B. (2005). Turistik Arz Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Yerel Yönetimlerin, Sivil Toplum Örgütleri, Eğitim Kurumları ve Yerel Medyanın Rolüne İlişkin Bir Uygulama: Zonguldak İli Örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 54-73.

Yılmaz, B. S. (2007). Turizmin Sosyo-Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkileri. İçine; İçöz O. (Editör). *Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler* (ss.183-200). Ankara: Turhan Kitabevi.

Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P. and Vanderschaeghe, M. (2011). Can Community-Based Tourism Contribute to Development and Poverty Alleviation? Lessons From Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725-749.

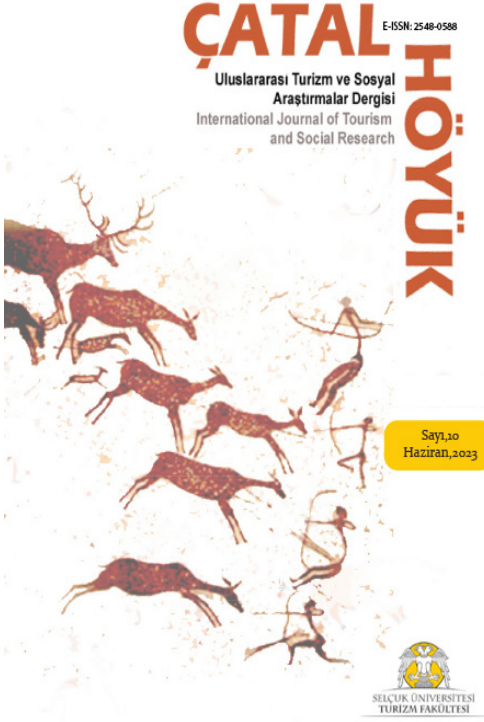
Zengin, B. (2006). *Turizm Coğrafyası Genel ve Bölgeler Turizm Coğrafyası* (2. Baskı). İstanbul: Değişim Yayınları.

Zeytin, M. ve Kırlioğlu, H. (2014). Çevre Yönetim Sistemi ve Yerel Yönetimler. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2014), 240.

Zhuang, X., Yao, Y. and Li, J. (2019). Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*, 11(3), 840. <https://doi.org/10.3390/su11030840>

Zielinski, S., Jeong, Y. and Milanés, C. B. (2021). Factors That Influence Community-Based Tourism (CBT) In Developing and Developed Countries. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 1040-1072.

2021 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, (2022). https://webdosya.csb.gov.tr/db/yeryonetimler/icerikler/2021_yili_mahall-_dareler_genel_faaliyet_raporu-20220720132303.pdf adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi:15/11/2022).



Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research

Havayolu Yolcu Taşımacılığı Şirketlerinin Varlık ve Finansal Yapıları: Uluslararası Bir Karşılaştırma

Assets and Financial Structure of Airline Passenger Transport Companies: An International Comparison

Erdoğan KARADENİZ*
Cansu AYDIN**

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Atıf/ Citation

Karadeniz, E., & Aydın, C. (2023). Havayolu Yolcu Taşımacılığı Şirketlerinin Varlık ve Finansal Yapıları: Uluslararası Bir Karşılaştırma. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 10, 20-41. DOI: [10.58455/cutsad.1253303](https://doi.org/10.58455/cutsad.1253303)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.

* Prof.Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Mersin, Türkiye / Prof. Dr., Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Mersin, Turkey. E-Posta: ekaradeniz@mersin.edu.tr

** Cansu AYDIN, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin, Türkiye / Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Mersin, Turkey. E-Posta: cansuaydin12345@gmail.com



Havayolu Yolcu Taşımacılığı Şirketlerinin Varlık ve Finansal Yapıları: Uluslararası Bir Karşılaştırma

Erdoğan KARADENİZ, Cansu AYDIN

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

Geliş: 19.02.2023

Kabul: 07.05.2023

Yayın: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1253303](https://doi.org/10.58455/cutsad.1253303)

Haziran, 2023

Sayı: 10

Sayfalar: 20-41

Anahtar Kelimeler:

Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektörü,
Varlık Yapısı, Finansal Yapı, Yapısal
Dikey Yüzde Analizi, Korelasyon
Analizi

Article Information

Research Article

Submitted: 19.02.2023

Accepted: 07.05.2023

Published: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1253303](https://doi.org/10.58455/cutsad.1253303)

June, 2023

No: 10

Pages: 20-41

Keywords:

Airline Passenger Transport Sector,
Asset Structure, Financial Structure,
Structural Vertical Percentage
Analysis, Correlation Analysis

Özet

Bu araştırmanın amacı uluslararası ölçekte havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinin varlık ve finansal yapılarının karşılaştırmalı analizidir. Bu kapsamda Amerika Birleşik Devletleri, Asya-Pasifik ve Avrupa ülkelerindeki 64 havayolu yolcu taşımacılığı şirketinin 2016-2021 yılları arasındaki finansal durum tablolarına yapısal dikey yüzde analizi uygulanarak varlık ve finansal yapısı incelenmiştir. Yapısal analizde dönen ve duran varlıkların varlık toplamı, kısa ve uzun vadeli borç ile öz kaynakların ise finansal kaynak toplamı içindeki yüzdelik payları analiz döneminde hesaplanmış ve hem şirket bazında hem de örneklem temelinde ortalamaları alınarak karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Ayrıca şirketlerin varlık ve finansal yapı alt ana grupları arasındaki ilişki korelasyon analiziyle belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda havayolu şirketlerinin genel olarak sabit varlık ağırlıklı olduğu, finansal yapısının ise daha çok uzun vadeli olmak üzere yabancı kaynak ağırlıklı olduğu, buna karşın öz kaynaklarının yetersiz kaldığı ve bu bağlamda finansal riskin çok yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca havayolu şirketlerinin atılan çalışma sermayesi yatırım ve finansman stratejisini izledikleri ve bu durumun kriz dönemlerinde likidite sorunlarına yol açabileceği saptanmıştır. Bununla birlikte COVID-19 salgınının genel olarak şirketlerin sabit varlık yatırım seviyelerini azalttığı dönen varlıkların payını ise yükselttiği belirlenmiştir. Ayrıca bütün örneklerde 2020 yılında öz kaynak paylarının ortalama da önceki yıllara göre en düşük seviyede gerçekleştiği ve finansal risk düzeylerinin daha da yükseldiği belirlenmiştir.

Abstract

The purpose of this research is the comparative analysis of the asset and financial structures of airline passenger transport companies on an international scale. In this context, the asset and financial structures of 64 airline passenger transportation companies in the United States of America, Asia-Pacific and European countries were examined by applying structural vertical percentage analysis to the annual statements of financial position between the years 2016-2021. In the structural analysis, the percentage shares of current and fixed assets in total assets, short-term liabilities, long-term debt and the share of equity in the total financial structure were calculated in the analysis period and analyzed comparatively by taking the averages on both company and sample basis. In addition, the relationship between the asset and financial structure sub-main groups of companies was tried to be determined by correlation analysis. As a result of the research, it has been determined that airline companies are generally fixed asset weighted, their financial structure is mostly long-term debt-weighted, but their own resources are insufficient and the financial risk is very high. In addition, it has been determined that airline companies prefer aggressive working capital investment and financing strategy and this may cause liquidity problems in crisis periods. However, it has been determined that the COVID-19 epidemic generally decreased the fixed asset investment levels of the companies and increased the share of current assets. In addition, in all samples, it was determined that the share of equity in 2020 was at the lowest level compared to previous years and the financial risk levels increased even more.

GİRİŞ

1980'li yıllardan itibaren küreselleşmenin etkisiyle ulusal veya bölgesel bağlamda gerçekleşen politik, ekonomik ve finansal krizler ile yaşanan salgın hastalıklar, doğal afetler ve iklim değişiklikleri bütün ülke ekonomilerini ve şirketlerin faaliyetlerine sağlıklı olarak sürdürmelerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Şirketlerin varlıklarını sürdürülebilirlik temelinde devam ettirebilmeleri için öncelikle yatırım, finansman ve kâr payı dağıtım kararlarını sürdürülebilir kar ve nakit akışı yaratarak firma değerlerini maksimize yapma doğrultusunda almaları gerekmektedir (İskenderoğlu vd., 2015:86). Bu bağlamda şirketlerin finansal analiz, planlama ve denetim süreçleri ile bilanço (varlık ve kaynak) yönetimine önem vermeleri gerekmektedir. Özellikle finansal analizle şirketlerin sermayesinin yeterli, varlık ve finansal yapısının dengeli ve borçlarını ödeme yönünde sıkıntıların ve gerçekleştirilen yatırımların ve sonucunda karlılığının yeterli olup olmadığı değerlendirilmektedir (Akgüç, 2013:25). Etkin bir finansal analiz, şirketlerin finansal durumlarını ve faaliyet sonuçlarını gözden geçirerek finansal performans bağlamında varlık ve kaynak yönetimlerini, finansal risk ölçümlerini, nakit akışı, karlılık ve firma değeri performanslarını daha verimli kılacak sürdürülebilir yatırım ve finansman kararlarının alınmasını sağlamaktadır. Özellikle turizm ve ulaştırma sektöründe sabit ve değişken giderlerin yüksek, buna karşın talebin ve satış cirolarının dalgalanma göstermesi şirketlerin ekonomik, finansal, politik, sağlık ve iklim krizlerinden daha fazla etkilenmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla bu şirketlerde mevcut finansal durumun sürekli gözden geçirilmesi, faaliyet sonuçlarının incelenmesi ve geleceğe yönelik finansal planlama yapılarak proaktif bir finansal risk yönetim sisteminin şirket bünyesinde oluşturulması bağlamında finansal analizin üst yönetim açısından önemi daha da artmaktadır (İskenderoğlu vd., 2015:86; Karadeniz, 2012:320).

Ulaştırma sektörü içinde önemli bir paya sahip olan havayolu taşımacılığı şirketleri, insanların ve ürünlerin buldukları konumdan başka konumlara taşınabilmesini havayolu araçları kullanarak sağlayan şirketlerdir (Battal, 2018:97). Dünyada kalkınma, sanayileşme, şehirleşme, teknolojinin yaygınlaşması, refah ve nüfus artışına paralel olarak havayolu ulaştırma sektörü her geçen gün önemini arttırmakta ve gelişim göstermektedir. Hava taşımacılığının sürat, zaman, güven ve emniyet hususlarında sahip olduğu avantajlar, iç ve dış hatlardaki yolcuların bu ulaşım türünü tercih etmesine büyük bir katkıda bulunmaktadır (Okumuş ve Asil, 2007:11; Akça, 2020:46). Havayolu taşımacılığı sektörü bireylerin iş, kişisel ziyaretler, turizm vb. faaliyetleri nedeniyle, milyarlarca yolcu ve milyonlarca ton kargoyu istenilen yere taşıyarak dünyanın küreselleşmesine büyük bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca doğrudan ve dolaylı işgücü yaratma imkânı ile de havayolu taşımacılığı sektörü özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümeyi hızlandırarak yaşam standartlarının yükselmesine ve yoksulluğun azalmasına olanak sağlamaktadır (Prissia ve Daryanto, 2019:10).

Dünya ve ülke ekonomileri açısından son derece önemli olan havayolu taşımacılığı sektörü ulusal ve uluslararası düzeyde yaşanan her türlü kriz ve risklere karşı son derece duyarlı bir konumdadır. Bununla birlikte sektör, operasyonel ve finansal yönetimin en zor olduğu sektörlerden birisidir. Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkmış olan serbestleşme eğilimleri, yüksek maliyetler, rekabet nedeniyle düşük bilet fiyatları, kısıtlayıcı yasa ve yönetmelikler, stratejik iş birlikleri, güvenlik gereksinimi ve çevre bilinci bu sektördeki şirketlerin operasyonel ve finansal olarak sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir. Havayolu taşımacılığı sektörü gelecekteki belirsizliklerden dolayı büyük risklere sahiptir. Şirketlerin karşılarına çıkabilecek bu riskleri kontrol altına almaları gerekmektedir. Bu risklerin en önemlisi personel, yakıt, hava taşıtları ya da parçalarının kira bedeli gibi maliyetlerdeki dalgalanmalardır. Bu sektörün en önemli maliyetleri yakıt ve personel giderleridir. Toplam maliyetler içerisinde yakıt maliyetleri %30 ila %40 oranında bir paya sahiptir. Bu nedenle yakıt fiyatlarında gerçekleşen dalgalanmalar, bu şirketlerin operasyonel ve finansal verimliliğini ciddi bir şekilde olumsuz etkileyebilmektedir (Kanbur ve Karakavuz, 2017:75; Kendirli ve Kaya, 2018:113; Kaya, 2016:5).

Havayolu taşımacılığı sektöründe yer alan şirketlerin kuruluş aşamasında, filolarını genişletme veya değiştirme kademesinde hava taşıtı edinmeye yönelik gerçekleştirdikleri harcamalar da gider kalemleri içerisinde büyük bir paya sahiptir. Bu gider kalemi düzenli ve sürekli gerçekleşmeye de hava araçlarının maliyetinin yüksek olması sebebiyle uzun vadeli alımlar şeklinde gerçekleştirilerek

şirketlerin bilançosuna her yıl yansıtılmaktadır. Havayolu taşımacılık sektöründe maliyet yönetiminde gerçekleşen önemli sorunlar, uçuş tarifelerinin ve bilet fiyatlarının belirlenmesi kademesinde de görülmektedir. Gelecek dönemlerde gerçekleşecek büyümeye yönelik tahminlerin eksiksiz olması, insanların taleplerinin arttığı dönemlerin belirlenmesi ve bu duruma uygun şekilde filo planlaması yapılması gerekmektedir. Havayolu taşımacılığı sektöründe tüm maliyet unsurlarının sıkı bir şekilde kontrol edilmesi ve çok gelişmiş yöntemler kullanılarak planlanmalar gerçekleştirilmesine rağmen olağanüstü yaşanan durumlar nedeniyle ciroları düşebilmektedir (Kaya, 2016:5). Havayolu taşımacılığı sektöründe döviz kuru, faiz oranı ve yakıt fiyatlarındaki dalgalanmalarla ilgili finansal riskler ile rekabet, müşteri, talep ve sektörde yaşanan değişimleri içeren stratejik riskler de bulunmaktadır (Köse, 2020:17; Loudon, 2004:296). Dolayısıyla sektörde yer alan şirketlerin finansal durumlarının, yatırım ve finansman kararlarının ve finansal performanslarının sürekli analiz edilerek gelişme düzeyinin belirlenmesi büyük önem arz etmektedir.

Bu araştırma ulaşılmak istenen amaçlar doğrultusunda altı bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde şirketlerde varlık ve finansal kaynak yapısı kavramları ile dönen varlık, duran varlık, kısa vadeli yabancı kaynak, uzun vadeli yabancı kaynak ve öz kaynak kavramları kuramsal çerçeve başlığı altında açıklanmıştır. Üçüncü bölümde konuyla ilgili literatür özetlenmiştir. Dördüncü bölümde analizde kullanılan veriler, şirketler ve analizde kullanılan formüller açıklanmıştır. Beşinci bölümde analizler neticesinde elde edilen bulgular sunulmuştur. Altıncı bölümde ise çalışmanın sonuçları tartışılarak sektöre ve gelecek araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Son yıllarda önem kazanan kurumsal yönetim genel olarak şirket yönetiminin ve denetiminin, şeffaf, hesap verilebilir, adil, sorumlu ve güvenilir olması şeklinde tanımlanmaktadır (Karamustafa vd., 2009:105). Şirketler kurumsal yönetim ilkeleri çerçevesinde finansal tablolarını hazırlayıp, finansal bilgi kullanıcılarına tam zamanlı ve eksiksiz bir şekilde sunmak zorundadırlar. Şirketlerin finansal bilgi kullanıcılarına yönelik hazırlaması gereken temel finansal tabloların en önemli olanlarından birisi finansal durum tablosudur. Finansal durum tablosu şirketlerin belirli bir tarihteki varlık, borç ve öz sermayelerini göstererek yatırım ve finansman faaliyetleri itibariyle finansal durumunu ortaya koymaktadır (Kaya, 2019:835).

Finansal durum tablosunda varlık (aktif) ve kaynak (pasif) olmak üzere iki temel grup yer almaktadır. Varlık grubu şirketin finansal durum tablosunun hazırlandığı tarihte faaliyetlerine devam edebilmek ve yükümlülüklerini karşılayabilmek için sahip olduğu varlıkların dağılımını, kaynak grubu ise şirketin varlıklarını edinirken kullandığı finansman kaynaklarının dağılımını göstermektedir. Finansal durum tablosunda varlıklar dönen ve duran varlıklar olmak üzere iki alt gruba ayrılmaktadır. Dönen varlıklar, yılda en az bir kez paraya çevrilebilen ve şirketin kısa vadeli yükümlülüklerini karşılaması ve günlük faaliyetlerini yerine getirebilmesi açısından sahip olduğu varlıklardır. Başlıca dönen varlık kalemleri; hazır değerler, menkul kıymetler, ticari alacaklar ve stoklardır. Duran varlıklar ise bir yıldan daha uzun sürede üretimde kullanılmak veya yatırım amacıyla edinilmiş varlıklardır. Başlıca duran varlık kalemleri; finansal duran varlıklar, maddi duran varlıklar ve maddi olmayan duran varlıklardır (Ceylan ve Korkmaz, 2018:44). Finansal durum tablosunda kaynaklar ise yabancı kaynaklar ve özsermaye olmak üzere iki alt gruba ayrılmaktadır. Yabancı kaynaklar şirketlerin üçüncü kişi veya kurumlara olan ticari ve finansal yükümlülüklerini göstermektedir. Yabancı kaynaklar geri ödeme vadesi itibariyle kısa vadeli yabancı kaynaklar ve uzun vadeli yabancı kaynaklar olmak üzere iki alt gruba ayrılmaktadır. Kısa vadeli yabancı kaynaklar şirketin bir faaliyet yılı içinde geri ödemesi gereken borçlarını, uzun süreli yabancı kaynaklar ise şirketin bir faaliyet yılından fazla bir sürede ödemesi gereken borçlarını göstermektedir. Kaynak kısmında özsermaye ise şirketin sahip veya ortaklarının şirkete koydukları sermaye ile şirketin faaliyet dönemi boyunca elde ettiği net kar/zarar ve dağıtılmayan karlar ve karşılıklardan meydana gelmektedir (Tevfik ve Tevfik, 2018:276).

Şirketlerin üretim şekli, kapasitesi ve sektörel özellikler varlık yapılarını ve kaynak yapılarını etkileyebilmektedir. Bazı sektörlerde şirketlerin duran varlıkları daha yüksek bir paya sahipken bazı

sektörlerde ise dönen varlıkların payı daha yüksek olabilmektedir. Varlık yapılarının kompozisyonu ise şirketlerin finansal yapılarında kullandıkları finansman kaynaklarının birleşimini de etkileyebilmektedir. Minimum finansman dengesi ilkesine göre varlıklar vade ve likidite kapasitelerine uygun olarak finanse edilmek durumundadır. Bu bağlamda dönen varlıkların kısa vadeli finansman kaynaklarıyla, duran varlıkların ise özsermaye ve uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse edilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte duran varlık ağırlıklı sektörlerde daha çok uzun vadeli yabancı kaynak ve özsermayenin kullanılması önem arz etmektedir. Ayrıca finansal yapıda yabancı kaynak ve özsermaye dağılımının birbirine yakın olması da son derece önemlidir. Bir şirkette finansal yapı içerisinde yabancı kaynakların payının özsermayenin üzerinde olması o şirketin riskli bir şekilde finanse edildiğini ve kredi riskinin arttığını göstermektedir. Bu durum kredi kurumları tarafından tercih edilmemektedir. Ayrıca yabancı kaynakların maliyeti olan faiz, belirli bir süre sonra kaldıracın etkisini düşürmektedir (Koç ve Kostak, 2020:58). Öte yandan, yabancı kaynakların özsermayeye göre çok düşük bir paya sahip olması ise şirket açısından vergi avantajından faydalanma olanağının ortadan kalktığı anlamına gelebilmektedir (Karadeniz vd., 2017:168). Dolayısıyla, yabancı kaynakların payı yüksek olan şirketlerin ekonominin normal olduğu durumlarda daha yüksek kazanç beklentileri bulunmaktadır fakat ekonominin daraldığı durumlarda ise daha düşük kazanç ve iflas olasılıkları artmaktadır. Bu doğrultuda, şirketlerin yabancı kaynak kullanımına yönelik kararlarını alırken artan risk ve yüksek kazanç beklentileri arasında denge kurmaları gerekmektedir (Brigham ve Houston, 2014:107).

2. LİTERATÜR

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde havayolu yolcu taşımacılığı sektörü dışındaki farklı sektörlerde yönelik finansal performansın analizinde varlık ve kaynak yapılarının araştırıldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte şirketlerin varlık yapılarının kaynak yapılarının birleşimine olan etkilerinin de incelendiği saptanmıştır. Bu kapsamda literatürde önemli görülen çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Mann ve Sanyal (2010), yeni girişimlerde daha fazla duran varlığa sahip olanların bu varlıkların tasfiye değeri yüksek olduğundan, finansal yapılarında yabancı kaynak kullanma olasılığının daha yüksek olduğunu buna karşın duran varlığa sahip olmayanlarda ise yabancı kaynak kullanım düzeyinin daha düşük olduğunu saptamışlardır. Karadeniz vd. (2011), otel ve lokantalar sektörü ile inşaat sektörünün varlık ve kaynak yapıları karşılaştırmışlardır. Araştırma sonucunda otel ve lokantalar sektörünün varlık yapısının duran varlık ağırlıklı, inşaat sektörünün ise dönen varlık ağırlıklı olduğu saptanmıştır. Çalışmada yine otel ve lokantalar sektörünün kaynak yapısında yabancı kaynakların biraz daha fazla kullanıldığı görülmekle birlikte ortalama olarak yabancı kaynaklarla özkaynakların birbirine yakın oranlarda kullanıldığı, inşaat sektöründe ise yabancı kaynak kullanımının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca otel ve lokantalar sektöründe daha fazla uzun vadeli yabancı kaynağın, inşaat sektöründe ise daha fazla kısa vadeli yabancı kaynağın kullanıldığı ve bu farklılığın nedeninin her iki sektöründe varlık yapılarındaki farklılıktan kaynaklandığı vurgulanmıştır. Uluç (2014), Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören futbol kulüplerinin varlık yapısının 2002-2008 yılları arasında dönen varlık ağırlıklı olduğu, 2009-2011 yılları arasında ise duran varlık ağırlıklı olduğunu belirlemiştir. Çalışmada ayrıca futbol kulüplerinin 2002-2008 yılları arasında öz sermaye ağırlıklı buna karşın 2009-2011 yılları arasında ise yabancı kaynak ağırlıklı çalıştıkları ve öz kaynakların negatife dönüştüğü gözlemlenmiştir. Omağ (2014), Türk gıda sektöründen seçilmiş büyük bir şirketin bilançosu üzerinde gerçekleştirdiği analizle şirketin varlık yapısının duran varlık ağırlıklı olduğunu, finansal kaynak yapısının ise öz sermaye ağırlıklı olduğunu saptamıştır. İskenderoğlu vd. (2015), hem Türkiye hem de Avrupa enerji sektörünün finansal yapılarında daha fazla yabancı kaynak kullanıldığını, yabancı kaynak vade yapısının ise daha fazla kısa vadeden meydana geldiğini belirlemişlerdir. Karadeniz (2016), hastane hizmetleri sektörünün 2011-2013 yılları arasında varlık yapısının ağırlıklı olarak duran varlıklardan meydana geldiğini, finansal kaynak yapısının ise yabancı kaynak ağırlıklı olduğunu ve öz sermayenin ise yetersiz olduğunu belirlemiştir. Yabancı kaynak kullanımında ise daha fazla uzun vadeli yabancı kaynağın tercih edildiğini gözlemiştir. Aslan (2018), BIST'te işlem gören futbol kulüplerinin 2014-2016 yılları arasında varlık yapısının duran varlık, finansal yapılarının ise yabancı kaynak ağırlıklı olduğu, özsermayelerinin negatif olduğu ve bu bağlamda batık durumda olduklarını

saptamıştır. Çalışmada yabancı kaynak kullanımında ise ağırlıklı olarak kısa vadeli borçların tercih edildiği gözlemlenmiştir. Aydemir (2018), hastane hizmetleri alt sektörünün 2013-2015 yılları arasında varlık yapısının duran varlık ağırlıklı olduğunu, finansal yapısının ise yabancı kaynak ağırlıklı ve öz sermayesinin düşük düzeyde olduğunu saptamıştır. Çalışmada ayrıca yabancı kaynak kullanımında uzun vadeli borçlanmanın tercih edildiği belirlenmiştir. Doğan (2020), deniz yolu yük taşımacılığı sektörünün 2014-2016 yılları arasında varlık yapısının duran varlık ağırlıklı olduğunu, finansal kaynak yapısının ise yabancı kaynak ağırlıklı olduğunu, yabancı kaynak vade yapısının ise daha çok uzun vadeli olduğunu saptamıştır.

Konuyla ilgili havayolu yolcu taşımacılığı sektörüne yönelik literatür incelendiğinde sermaye veya finansal yapı kararlarını etkileyen faktörlerin değerlendirildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda önemli görülen çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Guzhva ve Pagiavlas (2003), 14 büyük havayolu şirketinin 1977-2000 yıllarına ilişkin sermaye yapılarını inceledikleri çalışmalarında şirketlerin duran varlık ağırlıklı olduğu için sermaye yapılarında daha çok uzun vadeli yabancı kaynak kullandıklarını saptamışlardır. Capobianco ve Fernandes (2004), 1993-1997 yılları arasında düşük seviyede duran varlığı bulunan 52 uluslararası havayolu şirketinin öz sermayesinin toplam kaynaklara oranının 0,4 seviyesinde olduğunu ve büyük çoğunluğunun kaynaklarında borç oranını azaltarak öz sermayelerini arttırmaya çalıştıklarını belirlemişlerdir. Araştırmada ayrıca şirketlerin etkin bir sermaye yapısına sahip olabilmesi için duran varlıklarını verimli bir şekilde kullanmaları gerektiği sonucuna varılmıştır. Stepanyan (2014), ABD'nin en büyük 8 havayolu şirketinin 2007-2012 yılları arasında çok düşük dönen varlık ile faaliyetlerine devam ettiklerini ve bu nedenle kısa vadede likidite riskiyle karşılaşma olasılığının yüksek olduğunu gözlemiştir. Kızıl ve Aslan (2019), 2013-2017 yılları arasında BIST'te işlem gören iki havayolu yolcu taşımacılığı şirketi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada iki şirkette genel olarak varlık yapısının duran varlık ağırlıklı olduğu, kaynak yapısının ise ağırlıklı olarak uzun vadeli yabancı kaynak ve öz kaynaktan meydana geldiğini saptamışlardır.

Konuyla ilgili olarak havayolu yolcu taşımacılığı sektörüne yönelik yukarıda sunulan literatür incelendiğinde şirketlerin varlık ve kaynak yapısına yönelik olarak ikincil veriler üzerinden kısıtlı sayıda çalışma yapıldığı saptanmıştır. Dolayısıyla yapılacak olan bu araştırmanın, havayolu şirketlerindeki varlık ve kaynak yapısını ortaya koyması ve birden fazla bölgede çok sayıda havayolu şirketini içermesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın temel amacı, uluslararası ölçekte havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinin varlık ve finansal yapılarının karşılaştırmalı analizidir. Bu kapsamda Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Asya-Pasifik ve Avrupa ülkelerindeki menkul kıymet piyasalarında pay senetleri işlem gören ve analiz dönemi kapsamında verilerine ulaşılabilen 64 havayolu yolcu taşıma şirketi, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Analiz kapsamındaki 64 adet havayolu yolcu taşımacılığı şirketinin isimleri Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Analiz Kapsamındaki Şirketler

No	Amerika Birleşik Devletleri	15	T'way Air
1	Air Canada	16	Inter Globe Aviation
2	Alaska Air Group	17	Spicejet
3	Allegiant Travel Company	18	Ana Holdings
4	American Airlines Group	19	Japan Airlines Co Ltd
5	AZUL SA	20	Star Flyer
6	Chorus Aviation	21	Jazeera Airways
7	Controladora Vuela ADR	22	Air Asia Bhd
8	Copa Holdings	23	Singapore Airlines
9	Delta Airlines	24	Asia Aviation Public Company Limited
10	Exchange Income	25	Bankog Airways PLC
11	Gol Linhas Aeres Inteligentes	26	Thai Airways International PLC

12	Hawaiian Holdings	27	China Airlines
13	Jetblue Airways Corporation	28	Eva Airways
14	LATAM Airlines Group	29	Soonest Express
15	MESA Air Group Inc	30	Vietnam Airlines
16	Skywest	No	AVRUPA
17	Southwest Airlines	1	Lufthansa Group
18	Spirit Airlines	2	Mainfreight
19	United Airlines Holdings	3	Finnair
No	ASYA-PASİFİK	4	Air France
1	Air China	5	Easyjet
2	Cathay Pacific Airways	6	Jet2 PLC
3	China Eastern Airlines	7	Int. Consolidated Airlines Group
4	China Express Airlines	8	Wizz Air Holdings
5	China Southern Airlines	9	Ryanair Holdings
6	Juneyao Airlines	10	Scandinavian Airlines
7	Shandong Airlines	11	Norwegian Air Shuttle
8	Spring Airlines	12	Aeroflot
9	Air Busan	13	Aegean Airlines
10	Asiana Airline Company	14	Türk Hava Yolları
11	Hanjin Kal	15	Pegasus Hava Yolları
12	Jeju Air		
13	Jin Air		
14	Korean Air		

Tablo 1 incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri'nden (ABD) 19 havayolu şirketi, Asya-Pasifik'ten 30 havayolu şirketi ve Avrupa'dan 15 havayolu şirketi olmak üzere toplamda 64 şirketin araştırmanın analiz örneklemini oluşturduğu görülmektedir. Analiz sürecinde şirketlerin Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına göre hazırlanmış yıllık finansal durum tabloları internet ortamından elde edilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'de halka açık havayolu şirketlerinin 2016-2021 yıllarına ilişkin finansal tablolarına Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) internet sitesinden (www.kap.org.tr) ulaşılmıştır. Diğer şirketlerin 2016-2021 yıllarına ilişkin finansal durum tabloları ise investing.com internet sitesi (www.investing.com), yahoo finance internet sitesi (www.finance.yahoo.com), The Wall Street journal internet sitesi (www.wsj.com) ve şirketlerin kendi internet siteleri gibi ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Araştırmada insan ve hayvanlar üzerinden doğrudan anket, görüşme veya laboratuvar ortamında veri toplanmadığı, havayolu şirketlerinin kamuoyuna açıkladıkları finansal tablolardaki veriler üzerinden analizler gerçekleştirildiği için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Analizde yer alan havayolu şirketlerinin analiz dönemi kapsamındaki yıllık finansal durum tablolarından yararlanılarak öncelikle varlık ve kaynak yapısı dikey yüzde analizi ile incelenmiştir. Dikey yüzde yapısal analizinde şirketlerin dönen ve duran varlıklarının toplam varlıklar içinde, kısa ve uzun vadeli borç ile öz kaynakların ise toplam kaynaklar içindeki yüzdeleri payları analiz döneminde hesaplanmış ve hem şirket bazında hem de genel olarak ortalamaları alınmıştır. Bu süreçte 5 değişken 6 yıl ve 64 şirket üzerinden 1920 gözlem gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte varlık ve finansal yapı alt ana grupları arasındaki ilişki korelasyon analiziyle belirlenmeye çalışılmıştır. Aşağıda hesaplamalarda kullanılan formüller sunulmuştur;

$$\text{Dönen Varlıkların Yüzdeleri Payı} = (\text{Dönen Varlık Toplamı} / \text{Toplam Varlıklar}) \times 100$$

$$\text{Duran Varlıkların Yüzdeleri Payı} = (\text{Duran Varlık Toplamı} / \text{Toplam Varlıklar}) \times 100$$

$$\text{Kısa Vadeli Borçların Yüzdeleri Payı} = (\text{Kısa Vadeli Borç Toplamı} / \text{Toplam Kaynaklar}) \times 100$$

Uzun Vadeli Borçların Yüzdeleri Payı= (Uzun Vadeli Borç Toplamı / Toplam Kaynaklar) x 100

Öz Kaynakların Yüzdeleri Payı= (Öz Kaynak Toplamı / Toplam Kaynaklar) x 100

4. BULGULAR

4.1. Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde analiz kapsamındaki havayolu şirketlerinin 2016-2021 yılları arasındaki varlık ve kaynak yapılarının yüzde cinsinden analiz bulguları sırasıyla sunulmaktadır. Bu hesaplamalarda havayolu şirketlerinin dönen ve duran varlıkların toplam varlıklar içindeki payı ile kısa ve uzun vadeli borçlar ile öz kaynak kalemlerinin toplam kaynak içindeki payları hesaplanmış böylelikle havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı dağılımı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Tablo 2’de Amerika Birleşik Devletleri (ABD) menkul kıymet borsalarında işlem gören havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı yüzdelerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 2. ABD’deki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular

Air Canada		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	28,76	30,35	28,79	27,08	29,99	32,84	29,64
	Duran Varlıklar	71,24	69,65	71,21	72,92	70,01	67,16	70,36
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	29,27	28,69	25,94	28,01	24,69	22,62	26,54
	Uzun Vadeli Borçlar	62,66	52,07	59,09	56,14	69,38	77,35	62,78
	Öz Kaynaklar	8,07	19,24	14,98	15,85	5,93	0,03	10,68
Alaska Air Group		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	20,58	18,81	15,51	14,55	26,31	26,20	20,32
	Duran Varlıklar	79,42	81,19	84,49	85,45	73,69	73,80	79,68
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	25,45	23,47	25,53	22,86	28,19	26,67	25,36
	Uzun Vadeli Borçlar	45,13	46,29	41,92	46,20	52,19	47,93	46,61
	Öz Kaynaklar	29,42	30,24	32,55	30,94	19,62	25,40	28,03
Allegiant Travel		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	25,24	24,82	19,81	18,66	28,97	33,37	25,14
	Duran Varlıklar	74,76	75,18	80,19	81,34	71,03	66,63	74,86
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	23,50	24,95	20,57	20,36	21,14	16,53	21,18
	Uzun Vadeli Borçlar	48,15	49,68	51,78	50,28	57,41	52,97	51,71
	Öz Kaynaklar	28,35	25,37	27,65	29,36	21,45	30,52	27,11

Tablo 2. ABD’deki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

American Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	20,13	17,33	14,26	13,68	17,89	26,08	18,23
	Duran Varlıklar	79,87	82,67	85,74	86,32	82,11	73,92	81,77
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	27,05	29,10	29,87	30,52	26,72	28,59	28,64
	Uzun Vadeli Borçlar	65,56	72,38	70,41	69,68	84,35	82,45	74,14
	Öz Kaynaklar	7,39	-1,48	-0,28	-0,20	-11,07	-11,04	-2,78
AZUL SA		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	22,54	31,64	22,90	21,54	34,30	31,54	27,41
	Duran Varlıklar	77,46	68,36	77,10	78,46	65,70	68,46	72,59
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	42,70	31,93	32,74	35,71	64,66	63,18	45,15
	Uzun Vadeli Borçlar	45,47	40,94	74,39	82,60	124,92	135,74	84,01
	Öz Kaynaklar	11,83	27,14	-7,14	-18,31	-89,58	-98,92	-29,17
Chorus Aviation		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	11,56	10,96	10,45	7,98	11,35	11,00	10,55
	Duran Varlıklar	88,44	89,04	89,55	92,02	88,65	89,00	89,45
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	19,84	17,14	15,01	12,59	11,38	14,21	15,03
	Uzun Vadeli Borçlar	70,66	68,94	66,49	66,87	69,38	64,07	67,74
	Öz Kaynaklar	9,50	13,92	18,50	20,54	19,24	21,69	17,23
Controladora Vuela ADR		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama

Varlıklar	Dönen Varlıklar	53,03	49,91	15,73	19,14	21,12	24,58	30,59
	Duran Varlıklar	46,97	50,09	84,27	80,86	78,88	75,42	69,41
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	36,21	41,93	24,83	27,37	30,75	31,38	32,08
	Uzun Vadeli Borçlar	14,23	13,82	70,40	63,89	65,15	60,67	48,03
	Öz Kaynaklar	49,56	44,25	4,77	8,74	4,10	7,96	19,90
Copa Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	27,76	29,62	23,86	28,32	31,64	2,88	24,01
	Duran Varlıklar	72,24	70,38	76,14	71,68	68,36	97,12	75,99
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	22,41	26,16	25,87	22,91	21,10	26,20	24,11
	Uzun Vadeli Borçlar	29,76	27,00	33,68	32,68	45,60	43,31	35,34
	Öz Kaynaklar	47,83	46,84	40,45	44,41	33,30	30,51	40,56
Delta Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	12,65	14,54	10,52	12,78	24,17	19,99	15,76
	Duran Varlıklar	87,35	85,46	89,48	87,22	75,83	80,01	84,22
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	25,87	35,32	30,83	31,31	22,12	26,29	28,62
	Uzun Vadeli Borçlar	53,27	41,33	46,46	44,89	75,75	68,84	55,09
	Öz Kaynaklar	20,86	23,35	22,71	23,80	2,13	4,87	16,29
Exchange Income		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	24,49	28,59	27,59	25,94	26,98	27,04	26,77
	Duran Varlıklar	75,51	71,41	72,41	74,06	73,02	72,96	73,23
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	12,49	15,04	12,21	12,35	12,86	18,35	13,88
	Uzun Vadeli Borçlar	54,18	51,97	56,26	55,45	57,24	50,71	54,30
	Öz Kaynaklar	33,33	32,99	31,53	32,2	29,90	30,90	31,82
Gol Linhas Aeres Inteligentes		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	24,76	33,43	31,91	32,21	25,32	18,66	27,72
	Duran Varlıklar	75,24	66,57	68,09	67,79	74,68	81,34	72,28
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	57,70	57,68	69,39	67,74	81,15	76,95	68,43
	Uzun Vadeli Borçlar	82,25	73,19	74,03	78,71	126,29	169,24	100,62
	Öz Kaynaklar	-39,95	-30,87	-43,42	-46,45	-107,44	-146,19	-69,05
Hawaiian Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	27,11	23,71	20,92	19,69	25,76	40,29	26,25
	Duran Varlıklar	72,89	76,29	79,08	80,31	74,24	59,71	73,75
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	28,19	31,03	29,85	24,20	23,16	22,22	26,44
	Uzun Vadeli Borçlar	48,68	40,99	42,02	51,47	63,02	66,39	52,10
	Öz Kaynaklar	23,13	27,98	28,13	24,33	13,82	11,38	21,46

Tablo 2. ABD'deki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

Jetblue Airways Corporation		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	15,05	12,33	12,67	14,99	23,52	21,87	16,74
	Duran Varlıklar	84,95	87,67	87,33	85,01	76,48	78,13	83,26
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	23,75	21,94	23,04	22,34	18,80	23,02	22,15
	Uzun Vadeli Borçlar	33,21	29,68	34,21	37,39	53,42	51,06	39,83
	Öz Kaynaklar	43,04	48,38	42,75	40,27	27,78	25,93	38,02
LATAM Airlines Group		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	18,89	19,93	16,07	18,79	19,99	19,61	18,88
	Duran Varlıklar	81,11	80,07	83,93	81,21	80,01	80,39	81,12
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	32,41	31,08	29,54	33,01	47,87	92,67	44,43
	Uzun Vadeli Borçlar	45,79	46,22	53,32	52,15	67,73	60,42	54,27
	Öz Kaynaklar	21,80	22,70	17,14	14,84	-15,60	-53,08	1,30
MESA Air Group		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	7,44	9,65	12,42	9,94	9,37	9,86	9,78
	Duran Varlıklar	92,56	90,35	87,58	90,06	90,63	90,14	90,21
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	13,74	14,61	15,91	16,38	21,49	16,09	16,37
	Uzun Vadeli Borçlar	72,73	70,51	60,39	56,47	50,64	53,46	60,70
	Öz Kaynaklar	13,53	14,88	23,70	27,15	27,87	30,44	22,93
Skywest		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama

Varlıklar	Dönen Varlıklar	18,33	18,18	16,17	11,42	13,63	14,33	15,34
	Duran Varlıklar	81,67	81,82	83,83	88,58	86,37	85,67	84,66
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	14,92	15,00	14,65	13,90	13,06	16,02	14,59
	Uzun Vadeli Borçlar	58,11	52,96	54,24	53,43	57,27	53,59	54,93
	Öz Kaynaklar	26,97	32,04	31,11	32,67	29,67	30,40	30,48
Southwest Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	18,16	18,38	18,42	22,12	41,49	47,26	27,64
	Duran Varlıklar	81,84	81,62	81,58	77,88	58,51	52,74	72,36
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	27,63	26,20	28,95	33,14	20,52	24,01	26,74
	Uzun Vadeli Borçlar	38,30	37,00	34,96	30,46	55,21	48,70	40,77
	Öz Kaynaklar	34,07	36,80	36,09	36,40	24,27	27,29	32,49
Spirit Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	30,63	30,68	25,08	18,71	26,24	19,76	25,19
	Duran Varlıklar	69,37	69,32	74,92	81,29	73,76	80,24	74,81
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	16,70	15,89	15,57	15,02	14,95	13,69	15,30
	Uzun Vadeli Borçlar	39,55	41,91	48,47	54,43	59,99	63,64	51,33
	Öz Kaynaklar	43,75	42,20	35,96	30,55	25,06	22,68	33,37
United Airlines Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	16,09	15,72	13,37	14,46	22,42	29,11	18,53
	Duran Varlıklar	83,91	84,28	86,63	85,54	77,58	70,89	81,47
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	27,05	28,13	26,09	26,36	19,27	24,40	25,22
	Uzun Vadeli Borçlar	53,89	52,64	54,98	53,29	71,70	68,89	59,23
	Öz Kaynaklar	19,06	19,25	18,93	20,35	9,03	6,70	15,55

ABD'deki havayolu şirketlerinin varlık yapısının sabit sermaye yatırım düzeyinin yüksek olması nedeniyle duran varlık ağırlıklı olduğu gözlemlenmektedir. 2020 yılından önceki analiz döneminde şirketlerin dönen ve duran varlıklarının payında zaman zaman ufak değişiklikler olduğu söylenebilir. Ancak 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen COVID-19 salgını nedeniyle ABD'deki havayolu şirketlerinin bir kısmında duran varlık paylarında önceki yıllara göre azalmalar, bazılarında da dönen varlık payında önceki yıllara göre artışlar yaşandığı gözlemlenmiştir. 2021 yılı itibariyle bu sürecin devam ettiği ve bu bağlamda şirketlerin bir kısmının salgın nedeniyle varlık yatırım stratejilerinde risk ve getiri dengesini kurabilmek için değişikliğe gittikleri düşünülmektedir. Özellikle ABD'deki havayolu şirketlerinin önemli bir kısmının dönen varlık düzeylerini yükselterek likidite risklerini azaltmaya çalıştıkları söylenebilir.

ABD'deki havayolu şirketlerinin kaynak yapısına bakıldığında, yabancı kaynak kullanımının tüm şirketlerde öz kaynak kullanımına göre daha yüksek seviyede olması doğrultusunda şirketlerin yüksek finansal riske sahip olduğu belirlenmiştir. Öte yandan üç şirketin analiz döneminde bazı yıllarda negatif öz sermayeye sahip oldukları, analiz dönemindeki ortalama öz kaynaklarının negatif gerçekleştiği ve batık durumda oldukları gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, söz konusu şirketlerin çok yüksek finansal riske sahip olduğu düşünülmektedir. Havayolu şirketlerinin analiz dönemine ilişkin yabancı kaynak yapısı incelendiğinde, tüm şirketlerin uzun vadeli borç ağırlıklı oldukları belirlenmiştir. Duran varlıkları finanse ederken uzun vadeli borçlar ve öz kaynaklardan yararlanılması beklenen bir durumdur. ABD'deki tüm havayolu şirketlerinin bu durumu sağlamaya çalıştıkları belirlenmiştir. Ancak yabancı kaynağın yüksekliği şirketler açısından yüksek kaldıraçlı çalışıldığını göstermektedir. 2020 yılında iki şirket dışındaki tüm havayolu şirketlerinin öz kaynak kullanımının analiz dönemi içerisinde en düşük seviyede gerçekleştiği belirlenmiştir. Bu durumun COVID-19 salgını nedeniyle öz kaynakların elde edilen zarar bağlamında erimesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. 2021 yılı itibariyle havayolu şirketlerinde bu durumun devam ettiği ve çoğu havayolu şirketinin bir önceki döneme göre daha düşük seviyede öz kaynağa sahip olduğu saptanmıştır. Altı havayolu şirketi dışındaki diğer havayolu şirketlerinin ortalamada dönen varlık seviyesinin kısa vadeli borç seviyesinden düşük olması nedeniyle net çalışma sermayesi noksanının

bulduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, ABD'deki çoğu havayolu şirketinin likidite riski içinde olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 3'te Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı yüzdelere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 3. Asya-Pasifik Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular

Air China		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	8,92	8,81	9,74	8,44	6,95	10,19	8,84
	Duran Varlıklar	91,08	91,19	90,26	91,56	93,05	89,81	91,16
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	28,65	30,61	29,77	26,50	28,38	30,71	29,10
	Uzun Vadeli Borçlar	36,98	28,89	28,98	38,92	42,00	47,23	37,17
	Öz Kaynaklar	34,37	40,50	41,25	34,58	29,62	22,06	33,60
Cathay Pacific Airways		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	17,69	17,43	15,56	12,72	13,48	14,70	15,26
	Duran Varlıklar	82,31	82,57	84,44	87,28	86,52	83,30	84,74
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	24,85	21,91	25,41	26,51	22,84	21,94	23,91
	Uzun Vadeli Borçlar	43,85	45,56	40,99	44,23	41,35	41,32	42,88
	Öz Kaynaklar	31,3	32,53	33,6	29,26	35,81	36,74	33,21
China Eastern Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	7,48	7,96	6,67	6,92	7,90	9,66	7,77
	Duran Varlıklar	92,52	92,04	93,33	93,08	92,10	90,34	92,23
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	32,07	34,97	30,57	27,48	35,06	29,74	31,65
	Uzun Vadeli Borçlar	43,27	39,45	43,66	47,05	44,16	50,47	44,68
	Öz Kaynaklar	24,66	25,58	25,77	25,47	20,78	19,79	23,68
China Express Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	34,33	31,50	31,54	33,38	25,17	24,22	30,02
	Duran Varlıklar	65,67	68,50	68,46	66,62	74,83	75,78	69,98
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	28,11	23,44	29,92	24,75	24,74	28,96	26,65
	Uzun Vadeli Borçlar	49,94	55,58	42,76	46,66	49,62	48,63	48,87
	Öz Kaynaklar	21,95	20,98	27,32	28,59	25,52	22,32	24,40

Tablo 3. Asya-Pasifik Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

China Southern Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	6,87	8,18	9,75	5,45	11,94	11,72	8,98
	Duran Varlıklar	93,13	91,82	90,25	94,55	88,06	88,28	91,02
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	33,89	31,81	33,89	31,11	29,32	34,34	32,39
	Uzun Vadeli Borçlar	38,68	39,53	34,30	43,62	44,53	39,44	40,02
	Öz Kaynaklar	27,43	28,66	31,81	25,27	26,15	26,15	27,54
Juneyao Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	21,75	19,63	24,79	14,02	10,44	8,34	16,49
	Duran Varlıklar	78,25	80,37	75,21	85,98	89,56	91,66	83,51
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	35,05	28,08	40,06	29,59	31,05	33,67	32,92
	Uzun Vadeli Borçlar	20,40	28,52	15,14	31,28	42,66	43,30	30,22
	Öz Kaynaklar	44,55	43,40	44,80	39,13	26,29	23,03	36,86
Shandong Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	14,87	14,51	12,25	10,35	28,69	14,73	15,90
	Duran Varlıklar	85,13	85,49	87,75	89,65	71,31	82,27	84,10
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	34,32	32,33	32,44	36,18	30,80	30,08	32,69
	Uzun Vadeli Borçlar	35,46	35,60	39,07	33,95	57,64	72,44	45,69
	Öz Kaynaklar	30,22	32,07	28,49	29,87	11,56	-2,81	21,45
Spring Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	26,60	34,31	32,14	34,36	33,05	31,84	32,05
	Duran Varlıklar	73,40	65,69	67,86	65,64	66,95	68,16	67,95
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	31,06	26,59	26,44	26,07	29,38	33,58	28,85
	Uzun Vadeli Borçlar	28,14	36,13	32,43	23,84	19,33	22,70	27,09

	Öz Kaynaklar	40,80	37,28	41,13	50,09	51,29	43,73	44,04
Air Busan		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	50,18	33,75	34,90	11,41	8,11	7,54	24,31
	Duran Varlıklar	49,82	66,25	65,10	88,59	91,89	92,46	75,69
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	40,10	44,93	38,78	27,57	27,89	24,09	33,89
	Uzun Vadeli Borçlar	9,91	9,57	10,91	61,46	61,45	62,99	36,05
	Öz Kaynaklar	49,99	45,5	50,31	10,97	10,66	12,93	30,06
Asiana Airline Company		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	14,54	14,10	18,48	11,56	17,23	19,61	15,92
	Duran Varlıklar	85,46	85,90	81,52	88,44	82,77	80,39	84,08
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	39,78	42,10	41,13	33,76	37,88	40,05	39,12
	Uzun Vadeli Borçlar	47,56	42,88	45,52	59,52	54,25	64,84	52,43
	Öz Kaynaklar	12,66	15,02	13,35	6,72	-1,11	-4,88	6,96
Hanjin Kal		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	18,36	26,14	29,97	24,75	34,35	10,81	24,06
	Duran Varlıklar	81,64	73,86	70,03	75,25	65,65	89,19	75,94
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	36,87	26,53	22,88	22,25	25,47	34,81	28,14
	Uzun Vadeli Borçlar	9,47	11,74	16,68	25,00	26,82	16,60	17,72
	Öz Kaynaklar	53,66	61,73	60,44	52,75	47,71	48,58	54,14
Jeju Air		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	72,92	56,23	46,35	31,06	25,71	30,83	43,85
	Duran Varlıklar	27,08	43,77	53,65	68,94	74,29	69,17	56,15
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	43,45	46,01	39,08	37,94	39,27	38,55	40,72
	Uzun Vadeli Borçlar	11,25	12,59	23,85	39,91	42,18	46,92	29,45
	Öz Kaynaklar	45,30	41,40	37,07	22,15	18,55	14,53	29,84
Jin Air		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	71,16	80,11	82,19	50,15	28,97	32,29	57,48
	Duran Varlıklar	28,84	19,89	17,81	49,85	71,03	67,71	42,52
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	61,34	46,70	44,98	43,50	33,68	33,37	43,93
	Uzun Vadeli Borçlar	12,89	6,78	3,79	29,28	48,69	50,30	25,29
	Öz Kaynaklar	25,77	46,52	51,23	27,22	17,63	16,34	30,79

Tablo 3. Asya-Pasifik Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

Korean Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	13,89	14,53	14,51	13,23	15,89	24,90	16,16
	Duran Varlıklar	86,11	85,47	85,49	86,77	84,11	75,10	83,84
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	38,12	26,93	29,24	32,49	31,71	31,66	31,69
	Uzun Vadeli Borçlar	54,06	57,85	61,23	61,21	57,84	43,72	55,99
	Öz Kaynaklar	7,82	15,22	9,53	6,30	10,45	24,62	12,32
T'way Air		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	45,52	69,28	75,42	32,06	15,05	14,44	41,96
	Duran Varlıklar	54,48	30,72	24,58	67,94	84,95	85,56	58,04
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	86,41	73,49	40,16	32,31	22,35	29,25	47,33
	Uzun Vadeli Borçlar	15,25	10,33	7,46	44,31	63,28	65,17	34,30
	Öz Kaynaklar	-1,66	16,18	52,38	23,38	14,37	5,58	18,37
Inter Globe Aviation		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	43,49	61,70	68,93	72,10	53,33	48,00	57,93
	Duran Varlıklar	56,51	38,30	31,07	27,90	46,67	52,00	42,07
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	32,41	31,46	28,98	32,01	39,04	43,96	34,64
	Uzun Vadeli Borçlar	46,92	32,58	27,79	40,24	47,00	55,79	41,72
	Öz Kaynaklar	20,67	36,96	43,23	27,75	13,96	0,26	18,82
Spicejet		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	23,90	23,78	23,40	28,75	17,21	22,89	23,32
	Duran Varlıklar	76,10	76,22	76,60	71,25	82,79	77,11	76,68
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	92,23	82,61	77,07	75,58	51,59	58,40	72,91
	Uzun Vadeli Borçlar	44,27	37,88	24,33	31,70	60,70	64,54	43,90
	Öz Kaynaklar	-36,50	-20,49	-1,40	-7,28	-12,29	-22,91	-16,81
Ana Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama

Varlıklar	Dönen Varlıklar	28,81	28,23	26,06	22,31	38,23	40,20	30,64
	Duran Varlıklar	71,19	71,77	73,94	77,69	61,77	59,80	69,36
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	24,74	25,29	25,53	20,72	15,69	21,37	22,23
	Uzun Vadeli Borçlar	35,33	35,66	33,19	37,53	52,75	53,66	41,35
	Öz Kaynaklar	39,93	39,05	41,28	41,75	31,56	24,96	36,42
Japan Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	36,23	36,70	37,51	28,29	26,95	31,64	32,89
	Duran Varlıklar	63,77	63,30	62,49	71,71	73,05	68,36	67,11
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	21,09	21,40	22,38	19,28	22,63	19,84	21,10
	Uzun Vadeli Borçlar	20,87	19,58	18,51	19,85	30,79	44,57	25,69
	Öz Kaynaklar	58,04	59,02	59,11	60,87	46,58	35,59	53,20
Star Flyer		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	43,33	49,01	44,82	51,10	61,74	56,82	51,14
	Duran Varlıklar	56,67	50,99	55,18	48,90	38,26	43,18	48,86
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	30,00	29,16	25,84	25,80	36,92	23,30	28,50
	Uzun Vadeli Borçlar	41,42	38,25	43,87	51,32	43,92	69,93	48,12
	Öz Kaynaklar	28,58	32,59	30,29	22,88	19,17	6,75	23,38
Jazeera Airways		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	65,48	47,94	38,36	29,09	28,08	33,07	40,34
	Duran Varlıklar	34,52	52,06	61,64	70,91	71,92	66,93	59,66
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	24,32	24,71	33,97	23,09	25,27	26,97	26,38
	Uzun Vadeli Borçlar	6,87	7,34	5,85	52,77	67,37	59,67	33,31
	Öz Kaynaklar	68,81	67,95	60,18	24,14	7,36	13,36	40,30
Air Asia Group		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	20,19	18,37	45,34	20,68	13,90	12,23	21,79
	Duran Varlıklar	79,81	81,63	54,66	79,32	86,10	87,77	78,21
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	20,80	22,67	35,22	27,88	43,61	45,95	32,69
	Uzun Vadeli Borçlar	51,19	48,81	32,97	60,75	74,36	86,12	59,03
	Öz Kaynaklar	28,01	28,52	31,81	11,37	-17,97	-32,07	8,28

Tablo 3. Asya-Pasifik Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

Singapore Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	28,08	22,88	19,05	17,93	14,37	25,78	21,35
	Duran Varlıklar	71,92	77,12	80,95	82,07	85,63	74,22	78,65
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	26,88	25,30	25,23	24,09	32,63	15,20	24,89
	Uzun Vadeli Borçlar	18,69	20,5	23,93	31,25	38,5	42,47	29,22
	Öz Kaynaklar	54,43	54,20	50,84	44,66	28,87	42,32	45,89
Asia Aviation Public Company Ltd.		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	14,98	13,9	10,21	11,81	4,06	10,78	10,96
	Duran Varlıklar	85,02	86,1	89,79	88,19	95,94	89,22	89,04
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	15,85	16,76	17,69	22,19	26,22	10,77	18,25
	Uzun Vadeli Borçlar	32,64	34,91	36,38	33,79	48,24	65,59	41,92
	Öz Kaynaklar	51,51	48,33	45,93	44,02	25,54	23,63	39,83
Bankog Airways		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	23,54	24,82	18,42	20,34	6,44	6,35	16,65
	Duran Varlıklar	76,46	75,18	81,58	79,66	93,56	93,65	83,35
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	12,15	14,35	13,44	14,95	21,10	48,64	20,77
	Uzun Vadeli Borçlar	34,79	36,66	36,97	36,58	40,15	24,47	34,94
	Öz Kaynaklar	53,06	48,99	49,59	48,47	38,75	26,89	44,29
Thai Airways International		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	20,97	18,35	18,44	17,93	9,68	15,38	16,79
	Duran Varlıklar	79,03	81,65	81,56	82,07	90,32	84,62	83,21
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	30,91	33,07	33,09	32,09	144,34	29,37	50,48
	Uzun Vadeli Borçlar	57,22	55,53	59,30	63,30	17,17	114,87	61,23
	Öz Kaynaklar	11,87	11,40	7,61	4,61	-61,51	-44,24	-11,71
China Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	21,09	20,99	22,96	17,68	21,77	29,13	22,27

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Kaynaklar	Duran Varlıklar	78,91	79,01	77,04	82,32	78,23	70,87	77,73
	Kısa Vadeli Borçlar	30,56	26,69	26,48	26,05	22,04	18,06	24,98
	Uzun Vadeli Borçlar	43,73	47,19	47,42	53,43	56,59	55,74	50,68
	Öz Kaynaklar	25,71	26,12	26,10	20,52	21,37	26,20	24,33
Eva Airways		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	31,87	30,24	31,51	21,67	16,97	20,04	25,38
	Duran Varlıklar	68,13	69,76	68,49	78,33	83,03	79,96	74,62
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	28,62	26,48	25,26	23,14	13,79	14,34	21,94
	Uzun Vadeli Borçlar	44,12	45,56	45,67	54,92	62,95	57,17	51,73
	Öz Kaynaklar	27,26	27,96	29,07	21,94	23,26	28,50	26,33
Soonest Express		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	84,92	85,53	86,38	83,49	86,24	87,52	85,68
	Duran Varlıklar	15,08	14,47	13,62	16,51	13,76	12,48	14,32
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	32,65	36,44	36,82	41,92	33,63	34,28	35,96
	Uzun Vadeli Borçlar	7,68	9,13	7,03	9,24	6,29	6,21	7,60
	Öz Kaynaklar	59,67	54,43	56,15	48,84	60,08	59,51	56,46
Vietnam Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	23,12	23,85	24,67	25,23	13,19	18,11	21,36
	Duran Varlıklar	76,88	76,15	75,33	74,77	86,81	81,89	78,64
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	30,43	36,97	39,05	41,10	52,28	65,38	44,20
	Uzun Vadeli Borçlar	52,73	43,34	38,29	34,57	38,02	32,26	39,87
	Öz Kaynaklar	16,84	19,69	22,66	24,33	9,70	2,36	15,93

Tablo 3 incelendiğinde Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinden analiz döneminde dördü dışında (Jin Air, Inter Globe Aviation, Star Flyer ve Soonest Express) varlık yapısının duran varlık ağırlıklı olduğu saptanmıştır. 2020 yılı öncesi dönemde Asya-Pasifik ülkelerindeki bazı şirketlerin zaman zaman dönen ve duran varlıklarının payında dalgalanmalar olduğu gözlemlenmiştir. 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen COVID-19 salgını nedeniyle Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin bir kısmında duran varlık paylarında önceki yıllara göre artış veya azalışlar, bazılarında ise dönen varlık payında önceki yıllara göre artış veya azalışlar yaşandığı saptanmıştır. Bu bağlamda Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin önemli bir bölümünün salgın nedeniyle varlık yatırım stratejilerinde risk ve getiri dengesini kurabilmek için değişikliğe gittikleri düşünülmektedir. 2021 yılı itibarıyla Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin çoğunlukla duran varlık yatırımları üzerinde yoğunlaştıkları ve bu bağlamda bir önceki yıla göre duran varlık seviyelerinin yükseldiği ve dönen varlık seviyesinin azaldığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla 2021 yılında havayolu şirketlerinin tekrardan yatırımlarına devam ettiği ve bu bağlamda duran varlık seviyesinin bir önceki yıla göre daha yüksek gerçekleştiği saptanmıştır.

Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin kaynak yapısı incelendiğinde ise büyük bir çoğunluğun yabancı kaynak kullanımının öz kaynak kullanımına göre daha yüksek seviyede olduğu ve bu sebeple şirketlerin yüksek finansal riske sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bununla birlikte dört şirketin COVID-19 salgınıyla birlikte 2020 ve 2021 yıllarında öz kaynaklarının negatif duruma düştüğü, bir şirketin ise analiz döneminin tamamında negatif özkaynağa sahip olarak batık durumda olduğu belirlenmiştir. Buna karşın üç şirketin öz kaynak ağırlıklı olması nedeniyle finansal risklerinin düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin analiz dönemine ilişkin yabancı kaynakların vadesi incelendiğinde, genellikle uzun vadeli borç ağırlıklı oldukları belirlenmiştir. Ancak şirketlerin büyük çoğunluğunun öz kaynakları yetersiz olduğu için devamlı sermayenin duran varlıkları karşılama yetersiz kaldığı da saptanmıştır. Ayrıca yabancı kaynağın yüksekliği şirketler açısından yüksek kaldıraçlı çalışıldığını göstermektedir. 2020 yılında Asya Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin çoğunluğunun öz kaynak kullanımının analiz dönemi içerisinde en düşük seviyede gerçekleştiği, dört şirketin öz kaynak düzeyinin ise negatife dönüştüğü saptanmıştır. Bu durumun nedeninin COVID-

19 salgınında şirketlerin çoğunun uğradığı zarar neticesinde öz kaynakların erimesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. 2021 yılında havayolu şirketlerinin büyük bir bölümünde öz kaynak seviyesinin bir önceki yıla göre daha da azaldığı ve bu nedenle COVID-19 salgınının etkisinin devam ettiği düşünülmektedir. Bununla birlikte Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinden 20 tanesinin ortalamada dönen varlıkları seviyesinin kısa vadeli borçları seviyesinden düşük olması nedeniyle negatif net çalışma sermayesine sahip olduklarını ve bu bağlamda kısa vadeli borçlarını ödemede güçlük çektiklerini söylemek mümkündür.

Tablo 4'te Avrupa ülkelerindeki havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı yüzdelere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 4. Avrupa Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular

Lufthansa Group		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	28,47	30,22	27,46	25,99	25,05	30,98	28,03
	Duran Varlıklar	71,53	69,78	72,54	74,01	74,95	69,02	71,97
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	30,75	34,63	41,79	36,82	36,58	33,76	35,72
	Uzun Vadeli Borçlar	49,26	40,41	33,54	39,56	59,96	55,92	46,44
	Öz Kaynaklar	19,99	24,96	24,67	23,62	3,46	10,32	17,83
Mainfreight		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	33,72	34,00	36,84	36,91	26,47	28,73	32,78
	Duran Varlıklar	66,28	66,00	63,16	63,09	73,53	71,27	67,22
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	24,48	25,19	26,46	26,30	23,96	26,49	25,48
	Uzun Vadeli Borçlar	30,38	24,96	22,35	18,46	34,28	28,97	26,57
	Öz Kaynaklar	45,14	49,85	51,19	55,24	41,76	44,55	47,96

Tablo 4. Avrupa Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

Finnair		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	47,49	49,36	35,45	32,21	26,38	36,05	37,82
	Duran Varlıklar	52,51	50,64	64,55	67,79	73,62	63,95	62,18
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	36,42	38,55	33,09	31,51	16,34	29,16	30,84
	Uzun Vadeli Borçlar	37,52	33,15	48,63	48,68	64,49	63,97	49,41
	Öz Kaynaklar	26,06	28,30	18,28	19,81	19,17	6,87	19,75
Air France		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	33,17	30,23	26,32	27,78	32,75	34,97	30,87
	Duran Varlıklar	66,83	69,77	73,68	72,22	67,25	65,03	69,13
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	44,22	40,23	41,64	41,16	38,99	38,22	40,74
	Uzun Vadeli Borçlar	52,74	53,70	53,65	52,68	78,95	84,49	62,70
	Öz Kaynaklar	3,04	6,07	4,71	6,17	-17,93	-22,71	-3,44
Easyjet		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	26,29	29,04	28,61	25,96	30,25	42,62	30,46
	Duran Varlıklar	73,71	70,96	71,39	74,04	69,75	57,38	69,54
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	28,61	27,97	29,45	32,68	45,16	23,39	31,88
	Uzun Vadeli Borçlar	22,26	25,10	23,96	30,75	32,43	45,61	30,02
	Öz Kaynaklar	49,13	46,93	46,59	36,57	22,41	27,00	38,10
Jet2 PLC		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	68,22	64,18	53,23	51,31	54,12	53,50	57,43
	Duran Varlıklar	31,78	35,82	46,77	48,69	45,88	46,50	42,57
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	73,94	60,87	46,48	44,85	48,15	29,86	50,69
	Uzun Vadeli Borçlar	3,53	20,35	32,54	36,84	33,11	36,58	27,16
	Öz Kaynaklar	22,53	18,78	20,98	18,31	18,74	33,55	22,15
Int. Consolidated Airlines Grp.		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	36,89	37,43	36,00	31,95	25,86	30,67	33,13
	Duran Varlıklar	63,11	62,57	64,00	68,05	74,14	69,33	66,87

Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	34,11	37,20	39,42	35,96	37,99	38,59	37,21
	Uzun Vadeli Borçlar	45,57	37,34	36,61	44,78	56,70	58,95	46,66
	Öz Kaynaklar	20,32	25,46	23,97	19,26	5,31	2,46	16,13
Wizz Air Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	59,56	56,17	57,45	42,34	36,12	35,10	47,79
	Duran Varlıklar	40,44	43,83	42,55	57,66	63,88	64,90	52,21
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	35,04	30,60	30,72	28,92	30,36	27,59	30,54
	Uzun Vadeli Borçlar	13,83	13,71	11,29	40,51	41,30	53,27	28,99
	Öz Kaynaklar	51,13	55,69	57,99	30,57	28,34	19,14	40,46
Ryanair Holdings		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	42,98	39,25	33,89	28,71	30,47	28,05	33,89
	Duran Varlıklar	57,02	60,75	66,11	71,29	69,53	71,95	66,11
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	30,04	25,12	27,61	30,92	37,35	28,61	29,94
	Uzun Vadeli Borçlar	37,90	37,99	36,24	29,73	29,33	33,70	34,15
	Öz Kaynaklar	32,06	36,89	36,15	39,35	33,32	37,69	35,91
Scandinavian Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	36,27	35,04	36,03	34,49	21,65	14,76	29,71
	Duran Varlıklar	63,73	64,96	63,97	65,51	78,35	85,23	70,29
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	46,39	43,10	41,12	44,44	32,69	30,85	39,77
	Uzun Vadeli Borçlar	36,04	33,95	38,85	44,18	63,08	71,42	47,92
	Öz Kaynaklar	17,57	22,95	20,03	11,38	4,23	-2,27	12,32
Norwegian Air Shuttle		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	15,34	21,13	21,04	17,12	76,05	52,40	33,85
	Duran Varlıklar	84,66	78,87	78,96	82,88	23,95	47,60	66,15
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	35,51	37,68	49,33	28,15	107,96	31,57	48,37
	Uzun Vadeli Borçlar	53,76	57,50	47,62	67,01	5,41	51,07	47,06
	Öz Kaynaklar	10,73	4,82	3,05	4,84	-13,37	17,37	4,57

Tablo 4. Avrupa Ülkelerindeki Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Bulgular (devamı)

Aeroflot		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	43,07	49,12	12,34	13,74	14,29	15,05	24,60
	Duran Varlıklar	56,93	50,88	87,66	86,26	85,71	84,95	75,40
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	40,13	41,28	21,25	22,21	21,71	21,55	28,02
	Uzun Vadeli Borçlar	46,31	39,01	84,29	77,61	87,19	90,03	70,74
	Öz Kaynaklar	13,56	19,71	-5,54	0,18	-8,90	-11,58	1,24
Aegean Airlines		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	59,77	69,94	59,11	47,23	41,83	45,84	53,96
	Duran Varlıklar	40,23	30,06	40,89	52,77	58,17	54,16	46,04
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	44,87	53,08	46,58	33,49	41,42	36,88	42,72
	Uzun Vadeli Borçlar	20,68	10,56	18,23	44,78	69,91	49,29	32,80
	Öz Kaynaklar	34,45	36,36	35,19	21,73	5,35	13,83	24,45
Türk Hava Yolları		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	19,47	19,96	21,73	19,30	16,36	18,60	19,24
	Duran Varlıklar	80,53	80,04	78,27	80,70	83,64	81,40	80,76
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	24,33	23,61	24,98	24,11	25,28	25,57	24,65
	Uzun Vadeli Borçlar	48,17	47,00	46,34	48,11	53,63	48,80	48,67
	Öz Kaynaklar	27,50	29,39	28,68	27,78	21,09	25,68	26,68
Pegasus Hava Yolları		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	25,98	38,19	32,29	28,91	18,99	23,98	28,06
	Duran Varlıklar	74,02	61,81	67,71	71,09	81,01	76,02	71,94
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	18,49	22,93	26,01	22,63	22,38	23,97	22,73
	Uzun Vadeli Borçlar	53,58	46,31	46,80	52,01	59,09	63,17	53,49
	Öz Kaynaklar	27,93	30,76	27,19	25,36	18,53	12,86	23,77

Avrupa ülkelerindeki havayolu şirketlerinin varlık yapısının, analiz döneminde genel olarak duran varlık ağırlıklı olduğu gözlemlenmiştir. 2020 yılı hariç analiz döneminde dönen ve duran

varlıklarının payında çok büyük dalgalanmalar olmadığı söylenebilir. Ancak 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen COVID-19 salgınının başlaması nedeniyle Avrupa'daki havayolu şirketlerinin bir kısmında dönen ve duran varlık paylarında özellikle bir önceki yıla göre artış veya azalışlar yaşandığı saptanmıştır. Burada da şirketlerin büyük bir kısmının salgın nedeniyle varlık yatırım stratejilerinde risk ve getiri dengesini kurabilmek için değişikliğe gittikleri düşünülmektedir. 2021 yılında ise bu durumun devam ettiğini söylemek mümkündür.

Avrupa ülkelerindeki havayolu şirketlerinin kaynak yapısı incelendiğinde, bütün havayolu şirketlerinin yabancı kaynak kullanımının öz kaynak kullanımına göre oldukça yüksek olduğu ve bu nedenle şirketlerin finansal riskinin yüksek olduğu saptanmıştır. Havayolu şirketlerinin yabancı kaynak vade yapısı incelendiğinde, on şirketin uzun vadeli yabancı kaynak seviyesinin daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Buna karşın beş şirketin ise analiz dönemi ortalaması itibarıyla kısa vadeli yabancı kaynak kullanımının daha yüksek gerçekleştiği saptanmıştır. 2020 yılında iki şirket dışında Avrupa ülkelerindeki havayolu şirketlerinin öz kaynak kullanımının analiz dönemi içerisinde en düşük seviyede gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bu durumun nedeninin küresel bağlamda etkisi görülen COVID-19 salgını olduğu düşünülmektedir. 2021 yılı itibarıyla şirketlerin çoğunun öz kaynak seviyesini bir önceki yıla göre yükselttiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda şirketlerin öz kaynak seviyelerine ağırlık vererek risk seviyelerini azaltmaya çalıştığını söylemek mümkündür. Havayolu şirketlerinin çoğunluğunun analiz dönemi kapsamında ortalama olarak net çalışma sermayesi negatif gerçekleşmiştir. Bu bağlamda söz konusu şirketlerin kısa vadeli borçlarını ödemede güçlük çektikleri belirlenmiştir.

Tablo 5'de ABD, Asya-Pasifik ve Avrupa ülkelerindeki menkul kıymet borsalarında işlem gören havayolu şirketlerinin 2016-2021 yıllarına ilişkin varlık ve kaynak yapısı yüzdelilerinin ortalamalarına yönelik bulgular karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır.

Tablo 5. Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarının Ortalamalarıyla İlgili Bulgular

Amerika Birleşik Devletleri		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	22,27	23,08	17,76	18,53	24,23	24,01	21,82
	Duran Varlıklar	77,73	76,92	81,24	81,47	75,77	75,99	78,18
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	26,68	27,12	26,13	26,11	27,57	30,69	27,38
	Uzun Vadeli Borçlar	50,61	47,87	54,08	54,55	68,77	69,44	57,55
	Öz Kaynaklar	22,71	25,01	19,80	19,34	3,66	-0,13	15,06
Asya-Pasifik		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	31,17	31,43	32,01	25,61	23,17	24,13	27,92
	Duran Varlıklar	68,83	68,57	67,99	74,39	76,83	75,71	72,08
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	34,92	32,99	32,36	30,26	34,35	31,69	32,76
	Uzun Vadeli Borçlar	33,19	32,46	30,94	41,38	46,02	51,64	39,27
	Öz Kaynaklar	31,89	34,58	36,70	28,35	19,32	16,66	27,74
Avrupa		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Ortalama
Varlıklar	Dönen Varlıklar	38,45	40,22	34,52	30,93	31,78	32,75	34,78
	Duran Varlıklar	61,55	59,78	65,48	69,07	68,22	67,25	65,22
Kaynaklar	Kısa Vadeli Borçlar	36,49	36,14	35,06	32,28	37,75	29,74	34,58
	Uzun Vadeli Borçlar	36,77	34,74	38,73	45,05	51,26	55,68	43,70
	Öz Kaynaklar	26,74	29,13	26,21	22,68	10,99	14,58	21,72

Tablo 5 incelendiğinde analiz kapsamındaki üç örnekte havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinin sabit sermaye yoğun yatırımları nedeniyle duran varlık ağırlıklı olduğu söylenebilir. Havayolu sektöründe yolcuların uçuş talebine yönelik olarak satın alınan uçaklar ve makine teçhizat düzeyi bu oranın artışı sağlamaktadır. Analiz kapsamındaki üç örneklem içerisinde duran varlık düzeyi

açısından ABD'nin, dönen varlık düzeyi açısından ise Avrupa örnekleminin diğer örneklere göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Yine 2020 yılında ABD ve Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin duran varlıklarının payının ortalama düştüğü buna karşın dönen varlıkların payının yükseldiği belirlenmiştir. Asya-Pasifik örneklemindeki şirketlerin ise duran varlıklarının payının ortalama yükseldiği buna karşın dönen varlıkların payının düştüğü belirlenmiştir. 2021 yılı itibarıyla ABD dışında Asya-Pasifik ve Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin duran varlıklarının payının ortalama düştüğü buna karşın dönen varlıkların payının yükseldiği saptanmıştır. Bu bağlamda COVID-19 salgınının ABD ve Avrupa örneklemlerinde genel olarak sabit varlık yatırım seviyelerinin azalmasına neden olduğu söylenebilir.

Havayolu şirketlerinin kaynak yapısına bakıldığında, yabancı kaynak kullanımının öz kaynak kullanımına göre daha yüksek seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda analizde yer alan üç örneklem grubundaki havayolu şirketlerinin finansal riskinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte analiz dönemi ortalamaları dikkate alındığında öz kaynak düzeyinin en düşük olduğu örneklemin ABD olduğu, buna karşın öz kaynak düzeyinin ortalama en yüksek gerçekleştiği örneklemin Asya-Pasifik olduğu belirlenmiştir. ABD'de yabancı kaynağın yüksekliği şirketler açısından yüksek kaldıraçlı çalışıldığını göstermektedir. Bu durum satışların yükseldiği ve sektörün büyüdüğü zamanlarda şirketler açısından kaldıraç etkisi yaratarak öz kaynak karlılığını arttırmaktadır. Ancak satışların düştüğü ve sektörün küçüldüğü dönemlerde ise şirketleri zor durumda bırakacak riskli bir finansman stratejisidir. Özellikle politik, ekonomik, doğal afet ve sağlıkla ilgili meydana gelebilecek risklere son derece duyarlı olan havayolu taşımacılığı sektöründe bu tarz bir finansman stratejisinin dikkatlice yönetilmesi gerekmektedir. Yine 2020 yılında ABD, Asya-Pasifik ve Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin öz kaynakların payının ortalama önceki yıllara göre en düşük seviyeye indiği belirlenmiştir. 2021 yılında ise Avrupa dışındaki tüm örneklemlerde öz kaynak seviyesinin önceki yıla göre düşük gerçekleştiği belirlenmiştir. Dolayısıyla 2021 yılında Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin öz kaynak seviyeleri yükselterek finansal risklerini azalttığı, ABD ve Asya Pasifik örneklemlerindeki havayolu şirketlerinin ise finansal risklerinin daha çok arttığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda COVID-19 salgınının analiz kapsamındaki genel olarak şirketlerin öz sermaye düzeylerini zayıflattığı ve finansal risk düzeylerini yükselttiği söylenebilir.

Analiz kapsamında yer alan dört örneklemlerdeki havayolu şirketlerinin yabancı kaynak vade yapısı ortalamaları incelendiğinde, bütün örneklemlerdeki şirketlerin uzun vadeli yabancı kaynak ağırlıklı çalıştıkları belirlenmiştir. Havayolu şirketlerinin sabit sermaye yatırımlarının yüksek olması nedeniyle bu varlıkların öncelikle öz kaynaklarla daha sonra uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse edilmesi gerekmektedir. Havayolu şirketlerinin genel olarak öz kaynaklarının yetersiz olması nedeniyle sabit varlık yatırımlarının finansmanında uzun vadeli yabancı kaynağa hatta zaman zaman kısa vadeli yabancı kaynaklara da yöneldiği gözlemlenmiştir. Dolayısıyla analiz kapsamındaki havayolu şirketlerinin yabancı kaynak finansmanında daha çok uzun vadeli yabancı kaynağı tercih ettikleri söylenebilir. Analiz kapsamında yer alan havayolu şirketlerinin net çalışma sermayesi düzeyi (dönen varlıkların payı ile kısa vadeli yabancı kaynakların payı farkı) incelendiğinde, yalnızca Avrupa ülkelerindeki havayolu şirketlerinin ortalama olarak küçük de olsa pozitif net çalışma sermayesine sahip olduğu ve bu bağlamda kısa vadeli borçlarını ödemediği diğer örneklemlerdeki şirketlere göre daha iyi durumda oldukları söylenebilir. Ancak genel olarak tüm örneklemlerdeki havayolu şirketlerinin riskli bir çalışma sermayesi yatırım ve finansman stratejisini izledikleri dikkat çekmektedir. Bu durumun özellikle kriz dönemlerinde önemli likidite sorunlarına yol açabileceği düşünülmektedir.

4.2. Havayolu Şirketlerinin Varlık ve Kaynak Yapılarına İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları

Araştırmada ikinci olarak varlık yapısı unsurları ile finansal kaynak yapısı unsurları arasındaki ilişki üç örneklem bağlamında korelasyon analiziyle ölçülmüştür. Tablo 6’da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) menkul kıymet borsalarında işlem gören havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı kalemleri arasındaki korelasyon analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 6. ABD Örneğine Yönelik Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	<i>Dönen Varlıklar</i>	<i>Duran Varlıklar</i>	<i>KVYK</i>	<i>UVYK</i>	<i>Öz Kaynaklar</i>
Dönen Varlıklar	1				
Duran Varlıklar	-1	1			
KVYK	0,24	-0,24	1		
UVYK	-0,04	0,04	0,48	1	
Öz Kaynaklar	-0,09	0,09	-0,80	-0,91	1

Tablo 6 incelendiğinde ABD’deki havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinde dönen varlıklar ile KVYK arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki, duran varlıklar ile KVYK arasında düşük düzeyde negatif bir ilişki saptanmıştır. Yine UVYK ile dönen varlıklar arasında düşük düzeyde negatif ilişki, duran varlıklar ile yine düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. UVYK ile KVYK arasında ise orta düzeyde pozitif bir ilişki saptanmıştır. Öz kaynaklar ile dönen varlıklar arasında düşük düzeyde negatif buna karşın duran varlıklarla düşük düzeyde pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Öz kaynaklar ile KVYK ve UVYK arasında negatif yönlü yüksek düzeyde ilişki gözlemlenmiştir. Bu bağlamda ABD örneğinde şirketlerin dönen varlıklarının finansmanında kısa vadeli borçları kullandığı, duran varlıkların finansmanında ise öz kaynak ve UVYK kullandıkları ifade edilebilir. Ayrıca hem kısa hem de uzun vadeli borçların beraber yükseldiği veya düştüğü ve uzun vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,91 düzeyinde, kısa vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,80 birim azalttığı belirlenmiştir.

Tablo 7’de Asya-Pasifik ülkelerindeki havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı kalemleri arasındaki korelasyon analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 7. Asya-Pasifik Örneğine Yönelik Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	<i>Dönen Varlıklar</i>	<i>Duran Varlıklar</i>	<i>KVYK</i>	<i>UVYK</i>	<i>Öz Kaynaklar</i>
Dönen Varlıklar	1				
Duran Varlıklar	-1	1			
KVYK	0,13	-0,13	1		
UVYK	-0,50	0,50	-0,21	1	
Öz Kaynaklar	0,34	-0,34	-0,55	-0,70	1

Tablo 7 incelendiğinde Asya-Pasifik örneğindeki havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinde dönen varlıklar ile KVYK arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki, duran varlıklar ile KVYK arasında düşük düzeyde negatif bir ilişki saptanmıştır. UVYK ile dönen varlıklar arasında orta düzeyde negatif ilişki, duran varlıklar ile yine orta düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. UVYK ile KVYK arasında ise düşük düzeyde pozitif bir ilişki saptanmıştır. Öz kaynaklar ile dönen varlıklar arasında orta düzeyde pozitif buna karşın duran varlıklarla orta düzeyde negatif bir ilişki belirlenmiştir. Öz kaynaklar ile KVYK ve UVYK arasında negatif yönlü yüksek düzeyde ilişki gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Asya-Pasifik örneğinde şirketlerin dönen varlıklarının finansmanında öz kaynaklar ile kısa vadeli borçları kullandığı, duran varlıkların finansmanında ise UVYK kullandıkları ifade edilebilir. Ayrıca kısa ve uzun vadeli borçlar arasında negatif ilişki olduğu ve yine uzun vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,70 düzeyinde, kısa vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,55 birim azalttığı belirlenmiştir.

Tablo 8'de Avrupa örneklemindeki havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapısı kalemleri arasındaki korelasyon analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 8. Avrupa Örneklemine Yönelik Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	<i>Dönen Varlıklar</i>	<i>Duran Varlıklar</i>	<i>KVYK</i>	<i>UVYK</i>	<i>Öz Kaynaklar</i>
Dönen Varlıklar	1				
Duran Varlıklar	-1	1			
KVYK	0,62	-0,62	1		
UVYK	-0,66	0,66	-0,42	1	
Öz Kaynaklar	0,25	-0,25	-0,28	-0,76	1

Tablo 8 incelendiğinde Avrupa örneklemindeki havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinde dönen varlıklar ile KVYK arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki, duran varlıklar ile KVYK arasında orta düzeyde negatif bir ilişki saptanmıştır. UVYK ile dönen varlıklar arasında orta düzeyde negatif ilişki, duran varlıklar ile yine orta düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. UVYK ile KVYK arasında ise orta düzeyde negatif bir ilişki saptanmıştır. Öz kaynaklar ile dönen varlıklar arasında düşük düzeyde pozitif buna karşın duran varlıklarla düşük düzeyde negatif bir ilişki belirlenmiştir. Öz kaynaklar ile KVYK arasında düşük düzeyde, UVYK ile arasında negatif yönlü yüksek düzeyde ilişki gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Avrupa örneklemindeki şirketlerin dönen varlıklarının finansmanında kısa vadeli borçlar ile öz kaynakların kullanıldığı, duran varlıkların finansmanında ise UVYK kullandıkları ifade edilebilir. Ayrıca kısa ve uzun vadeli borçlar arasında negatif ilişki olduğu ve yine uzun vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,76 düzeyinde, kısa vadeli yabancı kaynaklardaki bir birimlik artışın öz kaynakları 0,28 düzeyinde azalttığı belirlenmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Küresel bağlamda gerçekleşen ekonomik ve finansal krizler havayolu yolcu taşımacılığı sektörünü diğer sektörlerle göre daha çok etkileyebilmektedir. Rekabetin de yoğun yaşandığı havacılık sektöründe yer alan şirketler faaliyetlerine devam edebilmek ve hedeflerine ulaşabilmek adına etkin yatırım ve finansman kararlarını almaları son derece önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, şirketlerin varlık yönetimi ile finansal kaynak yönetimini hedefledikleri risk ve karlılık dengesini gözeterek gerçekleştirmeleri ve etkin bilanço yönetimini uygulamaları gerekmektedir. Bu araştırmada Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Asya-Pasifik ve Avrupa ülkelerinde bulunan havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinin varlık ve finansal kaynak yapısı uluslararası karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda havayolu şirketlerinin varlık ve kaynak yapılarının dağılımı 2016-2021 yılları bağlamında yapısal analizle hesaplanarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte varlık alt ana kalemleri ile kaynak alt ana kalemleri arasındaki ilişkiler korelasyon analiziyle incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde elde edilen bulgular araştırma amaçları kapsamında aşağıda kısaca özetlenmekte ve bu kapsamda öneriler sunulmaktadır.

Araştırmada gerçekleştirilen yapısal analiz neticesinde tüm örneklemlerdeki havayolu şirketlerinin sabit sermaye yatırımlarında yoğunlaşmaları doğrultusunda duran varlık ağırlıklı olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular ile Guzhva ve Pagiavlas (2003) ile Kızıl ve Aslan (2019) çalışmalarından elde edilen bulgularla paralellik göstermektedir. Öte yandan havayolu şirketlerinin öz kaynak yerine daha fazla yabancı kaynaklarla varlıklarını finanse ettiği ve bu noktada yüksek finansal riske sahip oldukları söylenebilir. Bu bulgularda Guzhva ve Pagiavlas (2003), Capobianco ve Fernandes (2004) ve Kızıl ve Aslan (2019) çalışmaları sonucunda elde edilen bulgularla paralellik göstermektedir. Yüksek seviyelerde yabancı kaynak kullanımı sektörde büyüme yaşandığında satışlarda artış yaşanır ve elde edilen karlılık yabancı kaynağa ödenen finansman maliyetinden yüksek

gerçekleştiğinde şirketlerde kaldıraç etkisi yaratarak öz kaynak karlılığını yükseltmektedir. Fakat satışlarda daralma veya sektörde küçülme yaşandığında şirketleri zor durumda bırakacak riskli bir finansman stratejisidir. Özellikle siyasal, ekonomik ve finansal riskler ile salgın hastalıklara son derece duyarlı olan havayolu sektöründe öz kaynak düzeyinin artırılmasının ve yabancı kaynak kullanımının daha ılımlı seviyelere indirilmesinin önemli olacağı düşünülmektedir. Havayolu şirketlerinin dönen varlık ile kısa vadeli yabancı kaynak paylarına bakıldığında, yalnızca Avrupa örnekleminin ortalama olarak küçük de olsa pozitif net çalışma sermayesine sahip olduğu ve bu bağlamda kısa vadeli borçlarını öderken diğer örneklere göre güçlük çekmediği gözlemlenmiştir. Diğer örneklemlerde ise net çalışma sermayesinin negatif gerçekleşmesi doğrultusunda bu şirketlerin kısa vadeli borçlarını ödemede zorlanabileceği ve kısa vadeli borç ödeme risklerinin yüksek olduğu söylenebilir. Elde edilen bu bulgu Stepanyan (2014) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Bu doğrultuda, havayolu şirketlerinin çalışma sermayesi yönetimine önem vermeleri ve vade uyumu bakımından dönen varlık ve kısa vadeli borçlarını dengeli bir şekilde kullanarak daha dengeli net çalışma sermayesine sahip olmaları önerilebilir.

Araştırmada analiz kapsamındaki havayolu şirketlerinin finansmanda tercih ettikleri yabancı kaynakların vade yapıları incelendiğinde genel olarak şirketlerin özellikle uzun vadeli yabancı kaynakları kısa vadeli yabancı kaynaklara göre daha fazla kullandıkları gözlemlenmiştir. Söz konusu bulgu Guzhva ve Pagiavlas (2003) ile Kızıl ve Aslan (2019) çalışma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Finans teorisinde sabit sermaye yatırımlarının yüksek olduğu sektörlerde sabit varlık yatırımlarının uzun vadeli borç ve öz kaynak toplamı olan devamlı sermaye ile finanse edilmesi önerilmektedir. Havayolu sektöründe yer alan şirketlerin sabit varlık yatırımlarının yüksek olması nedeniyle vade kaynak uyumunu sağlamak için uzun vadeli yabancı kaynak ve öz kaynak kullanımını tercih etmeleri önerilebilir. Elde edilen bu sonuç kapsamında havayolu şirketlerinin varlık yapılarına uygun bir şekilde uzun vadeli yabancı kaynak finansmanını tercih ettiği fakat öz kaynak seviyesini düşük tutarak finansal risk seviyesinin de yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda havayolu şirketlerinin yatırımlarını finanse ederken öz kaynağın vadesiz olma ve geri ödeme zorunluluğunun olmaması avantajlarından yararlanabilmeleri ve finansal risklerini azaltabilmeleri için devamlı sermaye içinde öz kaynaklarını yükseltmeleri önerilebilir.

Analiz neticesinde COVID-19 salgınının ABD ve Avrupa örneklemlerindeki sabit varlık yatırım seviyelerini azalttığı saptanmıştır. 2021 yılında ise ABD dışında Asya-Pasifik ve Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin duran varlıklarının payının ortalama da düşerken dönen varlıkların payının ise yükseldiği belirlenmiştir. Ayrıca, 2020 yılında tüm örneklemlerin öz kaynak paylarının ortalama da önceki yıllara göre en düşük seviyede gerçekleştiği ve finansal risk düzeylerini daha da yükselttiği söylenebilir. 2021 yılında ise Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin öz kaynak seviyeleri yükselterek finansal risklerini azaltmaya çalıştıkları, ABD ve Asya Pasifik örneklemlerindeki havayolu şirketlerinin ise finansal risklerinin daha çok arttığı söylenebilir.

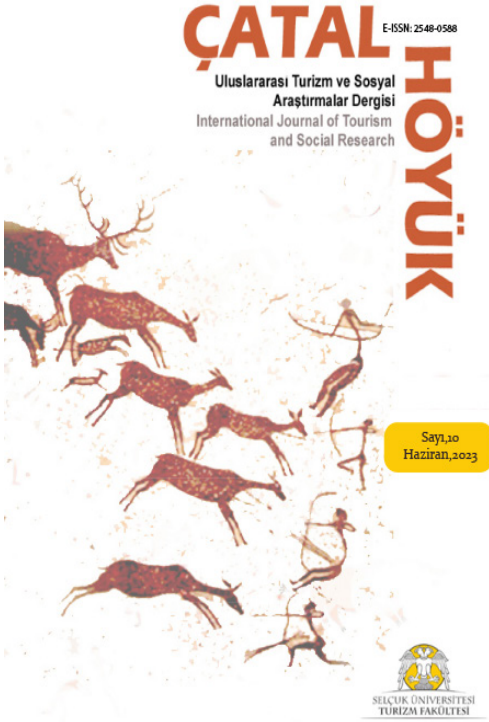
Araştırmada gerçekleştirilen korelasyon analizi neticesinde üç örnekleme varlık ve finansal kaynak alt grupları arasında farklı sonuçlara ulaşılmıştır. ABD örnekleminde şirketlerin dönen varlıklarının finansmanında kısa vadeli borçları kullandığı, duran varlıkların finansmanında ise öz kaynak ve UVYK kullandıkları, Asya-Pasifik ve Avrupa örneklemlerindeki şirketlerin dönen varlıklarının finansmanında öz kaynaklar ile kısa vadeli borçları kullandığı, duran varlıkların finansmanında ise UVYK kullandıkları saptanmıştır. Öz kaynak kullanımının vade uyumu ve maliyet açısından dönen varlıkların finansmanında kullanılmamasının havayolu şirketleri açısından daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Havayolu, turizm ve finans alan yazınında havayolu şirketlerinin finansal performansına yönelik araştırmalar değerlendirildiğinde havayolu yolcu taşımacılığı şirketlerinin varlık ve finansal kaynak yapısının uluslararası karşılaştırmalı olarak incelendiği çok kısıtlı araştırmaların olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın hem örneklem büyüklüğü ve coğrafik olarak genişliği itibarıyla turizm, ulaştırma ve finans literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma sonucunda elde edilen bulguların ve sunulan önerilerin doğrultusunda sektördeki yönetici, yatırımcı ve karar alıcılara da varlık ve finansal yapı kompozisyonlarını uluslararası ölçekte gözlemleyerek etkin bir şekilde yönetebilmeleri açısından faydalı olacağı ümit edilmektedir. Araştırmada değerlendirilen şirketlerin tamamen havayolu yolcu taşıma şirketlerinden oluşması konusunda hassasiyet gösterilmiştir. Bu bağlamda araştırma sınırlı sayıda ülkenin sınırlı sayıdaki havayolu yolcu taşımacılığı şirketini kapsamaktadır. Bununla beraber analiz süresinin şirket raporlama farklılıkları nedeniyle şirketlerin 2016-2021 yılları arasında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Gelecekteki araştırmalarda daha fazla havayolu şirketinin finansal tablolarının ulaşılabilirliği artması halinde şirket sayısı, analiz dönemi ve analiz teknikleri çoğaltılarak çalışmaların daha geniş kapsamlı olarak çeşitlendirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca havayolu sektörü ile turizm sektöründeki alt sektörler arasındaki varlık ve kaynak farklılıklarının belirleneceği araştırmaların yapılmasının da alan yazına katkısının olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akça, Ö.Ü.M. (2020). Covid-19'un Havacılık Sektörüne Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5): 45-64.
- Akgüç, Ö. (2013). *Mali Tablolar Analizi*. İstanbul: Arayış Basımevi.
- Aslan, T. (2018). Futbol Kulüplerinin Finansal Performansının Oran Yöntemiyle Analizi: Bist'de İşlem Gören Futbol Kulüpleri Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(3): 349-362.
- Aydemir, İ. (2018). Hastanelerde Finansal Performansın Değerlendirilmesi: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Hastane Hizmetleri Sektör Bilançolarında Bir Uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 4 (2):133-149.
- Battal, Ü. (2018). Türkiye'de Havayolu Taşımacılığının Finansman Sorunları: Dematel Yöntemi Uygulaması. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (2): 96-111.
- Brigham, E.F. ve Houston, J.F. (2014). *Fundamental of Financial Management*. USA: South-Western.
- Capobianca, H.M.P. ve Fernandes, E. (2004). Capital Structure in the World Airline Industry. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 38(6): 421-434.
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2018). *Finansal Yönetim: Temel Konular*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Doğan, Ö. (2020). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları Üzerinden Deniz Yolu Yük Taşımacılığının Finansal Performans Analizi . *Turkish Journal of Maritime and Marine Sciences*, 6 (2): 191-206.
- Guzhva, V.S. ve Pagiavlas, N. (2003). Corporate Capital Structure in Turbulent Times: A Case Study of the US Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 9 (6): 371-379.
- Investing (2022). *Stock Screener*. https://www.investing.com/stock-screener/?sp=country:63|sector::a|industry::a|equityType::a%3Ceq_market_cap;1 (15.09.2022).
- İskenderoğlu, Ö., Karadeniz, E. ve Ayyıldız, N. (2015). Enerji Sektörünün Finansal Analizi: Türkiye ve Avrupa Enerji Sektörü Karşılaştırması. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(3): 86-97.
- Kamuyu Aydınlatma Platformu (2022). *Şirketler*. <https://www.kap.org.tr/tr/bist-sirketler> (10.08.2022).
- Kanbur, E. ve Karakavuz, H. (2017). Stratejik Yönetim Kapsamında Küresel Havayolu İşbirliklerinin SWOT Analizi. *Journal of Aviation*, 1 (2): 74-86.
- Karadeniz, E. (2012). İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında İşlem Gören Turizm Şirketlerinin İşletme, Finansal ve Toplam Risk Düzeylerinin Kaldıraç Analiziyle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(134): 309-324.
- Karadeniz, E. (2016). Hastane Hizmetleri Alt Sektörünün Finansal Performansının İncelenmesi: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Sektör Bilançolarında Bir Uygulama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19 (2): 101-114.
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y. ve Önal, Y. B. (2011). Varlık Yapısı ve Sermaye Yapısı Kararları: Otel ve Lokantalar Sektörü ile İnşaat Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 48 (551): 59-76.

- Karadeniz, E., Koşan, L., Günay, F., ve Beyazgül, M. (2017). Türk İmalat Sektöründe Finansal Performansın Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle İncelenmesi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İmalat Alt Sektör Bilançolarında Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 10(2): 161-184.
- Karamustafa, O., Varıcı, İ. ve Er, B. (2009). Kurumsal Yönetim ve Firma Performansı: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Firmalar Üzerinde Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17): 100-119.
- Kaya, H. P. (2019). Finansal Durum Tablosu Unsurlarının Ölçüm Esasları Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 12(3): 835-855.
- Kaya, S. D. (2016). Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektörü. *Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü Yayını* Aralık: 1-25.
- Kendirli, S. ve Kaya, A. (2018). Havayolu Şirketlerinde Finansal Bir Araç Olarak Hedging Yönteminin Kullanılması. *MANAS Sosyal Araştırma Dergisi*, 7(4): 113-126.
- Kızıl, C. ve Aslan, T. (2019). Finansal Performansın Rasyo Yöntemiyle Analizi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Havayolu Şirketleri Üzerine Bir Uygulama. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2): 1778-1799.
- Koç, M. ve Kostak, N. (2020). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Köse, Y. (2020). *Havacılık Sektöründeki Finansal Riskler ve Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Loudon, G. F. (2004). Financial Risk Exposures in the Airline Industry: Evidence from Australia and New Zealand. *Australian Journal of Management*, 29(2): 295-316.
- Mann, C. L. ve Sanyal, P. (2010). The Financial Structure of Startup Firms: The Role of Assets, Information, and Entrepreneur Characteristics. *FRB of Boston Working Paper No. 10-17*, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1768099> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1768099>
- Okumuş, A. ve Asil, H. (2007). Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 36 (2): 7-29.
- Omağ, A. (2014). Yüzde Yöntemi ile Analiz ve Gıda Sektörüne Yönelik Bir Uygulama. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 6 (11): 65-82.
- Prissia, D. ve Daryanto, W. M. (2019). Financial Performance Analysis and Evaluation of Airline Industry Indonesia: Case Study of PT Garuda Indonesia to Support Vision 2020" Beyond The Sky" for the Period of 2014-2018. *International Journal of Business, Economics and Law*, 20(1): 10-21.
- Stepanyan, A. (2014). Traditional Ratio Analysis in the Airline Business: A Case Study of Leading US Carriers. *AMIS 2014*, 841.
- Tevfik, A. ve Tevfik, G. (2018). *Kurumsal Finansın Temelleri*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- The Wall Street Journal (2022). *Markets*. https://www.wsj.com/news/markets/stocks?mod=nav_top_subsection (15.09.2022).
- Uluyol, O. (2014). Süper Lig Futbol Kulüplerinin Finansal Performans Analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 9(34): 5716-5731.
- Yahoo Finance (2022). *Equity Screener*. <https://finance.yahoo.com/screener/new> (15.09.2022).



Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi
Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research

Gümüşhane İlinde Gastronomik Bir Değer Olarak Kuşburnu Üzerine Bir Değerlendirme

An Evaluation of Rosehip as a Gastronomic Value in Gümüşhane

Suat AKYÜREK*
Halil İbrahim ZEYBEK**

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Atıf / Citation

Akyürek, S., & Zeybek, H.İ. (2023). Gümüşhane İlinde Gastronomik Bir Değer Olarak Kuşburnu Üzerine Bir Değerlendirme. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 10, 42-59. DOI: [10.58455/cutsad.1278472](https://doi.org/10.58455/cutsad.1278472)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.

* Dr. Öğr. Üyesi Suat AKYÜREK, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Gümüşhane / Dr., Gümüşhane University, Vocational School of Social Sciences, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gümüşhane.

E-Posta: suat.akyurek@gmail.com

** Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Samsun / Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK, Ondokuz Mayıs University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Geography, Samsun.

E-Posta: zeybekhi@gmail.com



Gümüşhane İlinde Gastronomik Bir Değer Olarak Kuşburnu Üzerine Bir Değerlendirme

Suat AKYÜREK, Halil İbrahim ZEYBEK

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

Geliş: 06.04.2023

Kabul: 26.05.2023

Yayın: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1278472](https://doi.org/10.58455/cutsad.1278472)

Haziran, 2023

Sayı: 10

Sayfalar: 42-59

Anahtar Kelimeler:

Gastronomi,

Yabani Yenilebilir Meyve, Kuşburnu,

Gümüşhane

Özet

Yabani meyveler, doğada kendiliğinden yetişen ve genellikle içeriğinde sağlığa zararlı olabilecek herhangi bir bileşen bulundurmadığı düşünülen bitkilerdir. Geniş dağlık ve ormanlık alanlara sahip olan Gümüşhane ilinde birçok türde yabani meyve yetişmektedir. Kuşburnu, yaban mersini, böğürtlen, ahududu, dağ çileği, ahlat, yabani ekşi elma ve alıç gibi meyveler Gümüşhane ilinde doğada kendiliğinden yetişen meyvelerin başlıcalarıdır. Kuşburnu bu yabani meyveler arasında en yaygın ve en fazla kullanım alanına sahip meyvedir. Çalışma, ilde yaygın olarak yetişen bitkinin kullanım alanları, özellikle kuşburnu bitkisinin gastronomik değeri ile bitkinin il ekonomisindeki yeri ve öneminin ortaya konulması amacıyla hazırlanmıştır. İlgili literatür tarandığında, kuşburnu bitkisinin çeşitli kullanım alanlarının bulunduğu ve sağlık açısından değerli bir bitki olduğu görülmektedir. Bununla beraber, bitkinin zengin bir gastronomik değere sahip olduğu gerek tek başına gerekse destekleyici bir gastronomi ürünü olarak birçok ürüne entegre edilerek kullanıldığı da anlaşılmaktadır. Gümüşhane ilinde bolca yetişen kuşburnu bitkisinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi durumunda, gelecek yıllarda il ekonomisine daha fazla katkı sunabileceği öngörülmektedir. Özellikle kuşburnunun gastronomik bir ürün olarak kullanım alanları çeşitlendirilir ve katma değeri yüksek ürünlere dönüştürülebilirse, başta Gümüşhane mutfağı olmak üzere ülke mutfağına önemli katkılar sağlayabilir.

Article Information

Research Article

Submitted: 06.04.2023

Accepted: 26.05.2023

Published: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1278472](https://doi.org/10.58455/cutsad.1278472)

June, 2023

No: 10

Pages: 42-59

Keywords:

Gastronomy, Wild Edible Fruit,

Rosehip, Gümüşhane

Abstract

Wild fruits are plants that grow naturally in nature and are generally thought to contain no ingredients that could be harmful to health. Many kinds of wild fruits are grown in Gümüşhane province, which has wide mountainous and forested areas. Fruits such as rosehip, blueberry, blackberry, raspberry, wild strawberry, wild pear, wild sour apple, and hawthorn are fruits that grow naturally in Gümüşhane province. Rosehip is the most common and widely used fruit among these wild fruits. The study was carried out in order to reveal the usage areas of the rosehip plant, which grows widely in the province, especially the gastronomic value of the plant, and the place and importance of the plant in the provincial economy. When the relevant literature is examined, it is seen that the rosehip plant has various uses and is a valuable plant in terms of health. However, it is understood that the plant has a rich gastronomic value and is used either alone or as a supplementary gastronomic product by integrating it into many products. It is predicted that if the rosehip plant, which grows abundantly in Gümüşhane, is used effectively, it will contribute more to the provincial economy in the coming years. Especially if the usage areas of rosehip as a gastronomic product are diversified and it can be transformed into products with high added value, it can make significant contributions to the national cuisine, especially Gümüşhane cuisine.

GİRİŞ

Gıda ve sağlık arasındaki ilişki giderek daha fazla önemli hale gelmekte, insanlar artık kirlenmemiş ortamlarda yetiştirilen sağlıklı, lezzetli, doğal ve işlevsel ürünler talep etmektedir (Leahu vd., 2014). Doğada kendiliğinden ve insan müdahalesi olmaksızın yetişen yabancı meyvelerin birçok faydası bulunduğu için son yıllarda bu tür meyvelere yönelik ilgi artmıştır (İlhan vd., 2019). Özellikle günümüzde hormon, ağır metal, pestisit gibi zararlı maddeler içermeyen, tamamen doğal ve organik besinlere yönelik talep hızla artmaktadır. Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere ülkelerin refah seviyesi arttıkça insanlar beslenmelerine daha fazla dikkat etmekte, kuşburnu gibi doğal ve zengin besin değerine sahip gıdalar ön plana çıkmaktadır. Son yıllarda Türkiye’de de insanların daha sağlıklı yaşama arzusu, başta vitamin ağırlıklı ürünler olmak üzere mineral ve antioksidan içeren maddelere yönelik talebi artırmıştır. Günümüzde yapay ve sağlıksız besin maddelerinin hâkim olduğu gıda sektöründe, insanların yedikleri ve içtiklerinden tat alamaması doğal/organik olanı tüketme isteğini tetiklemiş, bilim dünyasını da bu doğrultuda araştırmalar yapmaya sevk etmiştir (Doğan vd., 2006). Gastronomi biliminin de temel amaçlarından birinin sağlıklı ve ulaşılabilir gıda temininin sağlanması olduğu dikkate alındığında, kuşburnunun bilhassa incelenmesi gereken bir bitki olduğu düşünülmektedir.

Yenilebilir yabancı meyveler; eşsiz lezzetleri, dokuları ve görünüşleri ile oldukça değerli meyve grubunu oluşturmaktadır. Bu meyveler, eski zamanlardan beri insanların diyetini tamamlamada önemli bir rol oynamıştır (Ercisli ve Sagbas, 2017). Yabancı meyveler, insan sağlığı için önemli olan birçok vitamin, mineral gibi maddeleri içeriğinde bulundurmasından dolayı insan beslenmesinde yer alması gereken temel kaynakların başında gelmektedir (İlhan vd., 2019). Doğada kendiliğinden yetişen birçok yenilebilir yabancı meyve (dağ-orman meyvesi) bulunmaktadır. Kuşburnu (*Rosa canina*), yaban mersini (*Vaccinium myrtillus*), böğürtlen (*Rubus fruticosus*), taflan/karayemiş (*Laurocerasus officinalis*), siyah frenk üzümü (*Ribes nigrum*), mavi yemiş (*Vaccinium corymbosum*), aronya (*Aronia melanocarpa*), turna yemişi (*Vaccinium macrocarpon*), yabancı dağ elması (*Malus sylvestris*), üzüm (*Vitis vinifera*), ahududu (*Rubus idaeus*), çilek (*Fragaria ananassa*), ahlat (*Pyrus elaeagnifolia*), kızamık/kızambuk (*berberis vulgaris* L.) ve alıç (*Crataegus* spp.) bu meyvelerden sadece birkaçıdır.

Türkiye yabancı meyve çeşitliliği bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Bilhassa Gümüşhane, bakir kalmış doğası ve sahip olduğu geniş kırsal alanları ile yabancı meyve çeşitliliği ve miktarı açısından oldukça önemli bir ildir. Sağlık açısından önemli bir yere sahip olan bu bitkilere yönelik talebin artmasına rağmen, bu bitkiler üzerine yapılan çalışmalar halen yetersizdir (Polat, 2012). Bu bağlamda Türkiye’de yetişen yabancı meyve çeşitleri kapsamında yapılacak bilimsel çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (İlhan vd., 2019). Özellikle bu yabancı meyvelerin gastronomi ve beslenme ile ilişkisini ele alan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu bitkiler arasında en yaygın olanı ve beslenme açısından en dikkat çeken ise kuşburnu meyvesidir. Yapılan bu çalışmanın da, kuşburnu bitkisi örneği üzerinden diğer bölgelerde kendiliğinden yetişen yabancı meyvelerin araştırılması için örnek teşkil etmesi umulmaktadır. Böylece, doğada kendiliğinden yetişen meyvelerin ekonomik ve gastronomik bir değer olarak daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasına yönelik genel bir değerlendirme yapılması amaçlanmaktadır.

İlgili literatür incelendiğinde, kuşburnu özelinde yapılan çalışmalar oldukça fazladır. *Kuşburnu bitkisinin özellikleri ve türleri* (Dölek, 2008; Özçelik ve Özçelik Doğan, 2018), *kuşburnunun sağlıkla ilişkisi* (Doğan vd., 2006; Koca vd., 2008), *kullanım alanları/değerlendirilmesi* (Nas ve Gökalp, 1993; Akyüz vd., 1996; Şen ve Güneş, 1996; Yılmaz vd., 1996) *gıda olarak kullanımı* (Bayram ve Aslan, 1996; Özaltın, 2016; İstek vd., 2021; Kökler ve Çetinkaya, 2022), *besin değerleri ve beslenmedeki önemi* (Şen ve Güneş, 1996; Çağlar ve Demirci, 2017), *muhafaza teknikleri* (Leahu vd., 2014; Barlak, 2019), *bileşimleri/içerikleri* (Kurucu ve Kesikoğlu, 1990; Acar ve Demir, 1996; Yıldız ve Nergiz, 1996; Leahu vd., 2014), *tüketim durumları* (Sayılı vd., 2010; Ekşioğlu, 2019; Ekşioğlu ve Zeybek, 2021), *kültürel yönü* (Ünalın, 2021) ve *festival kapsamında kullanımı* (Akyürek vd., 2019) öne çıkan çalışmalardır. İlgili literatürde, kuşburnu bitkisini gastronomik bir değer kapsamında ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla beraber Öztürk (2020) kuşburnu ile ilgili yapılan Ar-Ge faaliyetlerinde bütünsellik sağlanamadığına, kuşburnu konusunda çok fazla bilimsel

çalışma yapılmasına rağmen kayda değer bir mesafe kaydedilemediğine dikkat çekmektedir. Hazırlanan bu eserde, kuşburnu meyvesi özelinde yapılan çalışmaların genel bir değerlendirmesi yapılarak, Gümüşhane ölçeğinde gelecekte söz konusu ürünle ilgili ne gibi çalışmaların yapılabileceğine yönelik tespitlerde bulunmaktadır.

Kuşburnu bitkisi, geçmişten günümüze Anadolu'nun tamamında halkın yararlandığı bitkiler içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim kuşburnuna yönelik talep dünyada ve Türkiye'de özellikle son yıllarda artış göstermektedir (Doğan vd., 2006; Altan, 2014). Bu çalışma, ülkemizde yetişen ve henüz hak ettiği değeri bulamayan kuşburnu bitkisine (Öztürk, 2020) dikkat çekmek ve kuşburnu ile ilgili yapılacak çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir. Kuşburnu meyvesinin gastronomik bir unsur olarak değerlendirilmesi ve mevcut kullanım durumunun ortaya konulması, yapılan bu derleme çalışmasını özgün kılmaktadır. Bu noktadan hareketle ilk olarak, kuşburnu bitkisinin genel özellikleri, kullanım alanları ve sağlıkla ilişkisine yönelik değerlendirmeler yapılmaktadır. Akabinde, kuşburnu bitkisinin gastronomik değeri üzerine mevcut durumu ortaya konulmaktadır. Son olarak, kuşburnu bitkisinin Gümüşhane il ekonomisindeki yeri ve önemi tartışılmakta ve gelecek çalışmalarda daha etkin değerlendirilmesi için birtakım öneriler sunulmaktadır.

Yenilebilir Yabani Bir Meyve: Kuşburnu

Kuşburnu (Latince ismi "Fruktus Rosae"), Rosaceae familyasının Rosa cinsine ait bir meyve türüdür (Sayılı vd., 2010; Kenger vd., 2019; Özdemir ve Tor, 2021). Gülgiller familyasına ait ve yabani gül olarak bilinen bitkinin meyveleri (Öztürk, 2020), yaygın olarak değerli bir polifenol ve C vitamini kaynağıdır (Başer, 2009; Fan vd., 2014; Ahmad ve Anwar, 2016). Kuşburnu, çalı formunda ve kışın yapraklarını döken dikenli bir bitkidir (Karakaya, 2016). Bitkinin boyu 1-3 metre aralığındadır ve dallarında ve gövdesinde tıpkı gülda olduğu gibi dikenleri bulunmaktadır. Genellikle küçük boyutlu ve yuvarlak şekle sahip olan meyvelerini, eylül ve ekim aylarında vermektedir (Görsel 1). Kırmızı ve turuncu arası bir renge sahip olan meyvelerin içi tüylüdür ve çok sayıda tohumu bulunmaktadır (Öztürk, 2020). Kuşburnu meyvesine rengini veren ise karotenoidlerden likopen, β -karoten ve ksantofillerdir (Koca vd., 2008).



Görsel 1. Kuşburnu Bitkisi ve Meyvesi (**Kaynak:** Yazarlar tarafından çekilmiştir.)

Türkiye'de 27 türü yetişen kuşburnu bitkisinin dünya çapında 70-100 civarında türü bulunmaktadır (Özdemir ve Tor, 2021). Kuşburnu, meyve ve sebzeler arasında en yüksek C vitamini içeriğine sahip meyve olduğu için iyi bilinmektedir (Ahmad ve Anwar, 2016; İstek vd., 2021). Meyvenin yenilebilir kısmı, kabuğu ve çekirdeğe bitişik olan etli bölümüdür (Özdemir ve Tor, 2021). Kuşburnu farklı disiplinlerde ekonomik bir değer olarak çeşitli şekillerde adlandırılmıştır. Odun dışı orman ürünleri, tıbbi ve aromatik bitkiler, yenilebilir yabani bitki, orman meyveleri, yabani meyve, fonksiyonel gıda vb. en yaygın adlandırmalardır. Bununla beraber, meyvesinin yapısından dolayı üzümü meyveler sınıfında da değerlendirilmektedir (Kenger vd., 2019).

Kuşburnu isminin Anadolu'da yaygın olarak kullanılmasının sebebi, kuşların yabani gül meyvelerini yemelerinden dolayıdır. Bu ismin en fazla Tokat yöresinde kullanıldığı ve buradan ülke geneline yayıldığı ileri sürülmektedir. Yabani güller içinde en yaygın olanı *rosa canina* olmasından dolayı

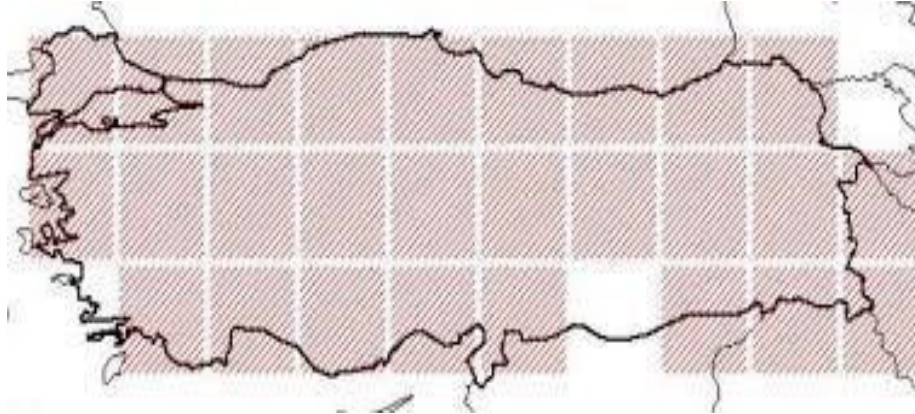
yabani güllere genel olarak *rosa canina* ve Türkçe olarak da *kuşburnu* adı verilmiştir (Özçelik ve Korkmaz, 2015). Kuşburnu ülkemizde halk arasında; *yaban gülü*, *gülburnu*, *itburnu*, *gülelması*, *şillan*, *göbek gülü*, *deli gül* gibi isimlerle de bilinmektedir (Duman, 2014; Öz vd., 2018; Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Özellikle dikenlerinin fazla olması ve battığında yara yapması sebebiyle, *it (köpek) gülü* ismi kuşburnu isminin ardından yaygın bir şekilde kullanılan isimdir (Özçelik ve Korkmaz, 2015). Bununla birlikte, pembe renk çiçek açan, parlak kırmızı renge sahip olan, içi tüylü ve çekirdekli meyvesinin çağrışım aralığında *kuş-burun* bulunduğu için literatüre “kuşburnu” olarak geçtiği de ileri sürülmektedir (Özdemir ve Tor, 2021).

Kuşburnu Bitkisinin Yayılış Alanları

Yabani meyveler, herhangi bir insan etkisi olmaksızın doğada kendiliğinden yetişen, genellikle insan sağlığına zararlı olabilecek bir bileşen bulundurmadığı düşünülen bitkilerdir (İlhan vd., 2019). Kuşburnu da bir çeşit yabani meyve olup, dünyanın birçok bölgesinde geniş bir yetişme ve dağılım alanına sahiptir. Bu bitki Avrupa, Orta ve Batı Asya, Kafkasya, Kuzeybatı Afrika, İran ve Irak'ın kuzey ve batı kesimleri, Pakistan ve Rusya'yı içine alan geniş bir coğrafyada yaygın olarak yetişmektedir (Ayhan ve Altınkaynak, 2020; Özdemir ve Tor, 2021; Igual vd., 2022). Nitekim kuşburnunun anavatanının başta Anadolu olmak üzere Kuzey ve Orta Avrupa ve Batı Asya olduğu ifade edilmektedir. Türkiye'de ise özellikle Bayburt ve Gümüşhane illeri içinde yoğun olarak doğada kendiliğinden yetişmektedir (İlhan vd., 2019).

Türkiye'nin hemen hemen tüm bölgelerinde yetişebilen kuşburnu bitkisi (Aksu vd., 1997), Sibiryaya elementi özelliği taşıması nedeniyle genellikle serin ve soğuk iklimlerde yaygın olarak yetişmektedir. Kuzey Ege, Marmara ve tüm Karadeniz bölümlerinde sahilinden başlayıp 2.500 m yükseltilere kadar yetişme özelliği vardır. Bununla birlikte güneyde, Akdeniz sahilinde 500-600 metreden itibaren yetişebilmektedir. Düşük sıcaklıklara (-40) ve kuraklığa dayanıklı olan kuşburnu bitkisine, daha çok kireçli toprakları sevmesi ile her çeşit toprak yapısında rastlanılmaktadır (Öztürk, 2020). Kuşburnu bitkisi kayalık yamaçlarda, çalılık, çit veya ormanlık alanlarda ve özellikle kireçli topraklarda yetişebilmektedir (Altan, 2014). Bu bitkinin Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölümü'nde yoğun bir şekilde yetiştiği bilinmektedir (Özçelik ve Özçelik Doğan, 2018).

Şekil 1. Türkiye'de Kuşburnu Bitkisinin Yayılış Alanları



Kaynak: Özdemir ve Tor, 2021: 420.

Şekil 1'de de görüldüğü üzere, kuşburnu bitkisi Türkiye'nin tüm bölgelerinde yetişmektedir. Bununla birlikte, kuşburnu bitkisinin en fazla çeşitlilik gösterdiği ülke Türkiye'dir. Türkiye'nin Avrupa ile Asya arasında geçiş konumunda bulunması, bu çeşitliliği etkileyen en önemli unsurdur (Özçelik vd., 2012). Bayburt-Gümüşhane yöresinde 17 adet kuşburnu türünün yetiştiği bilinmektedir (İlhan vd., 2019). Anadolu'nun tamamı gibi, Gümüşhane Yöresi de oldukça uzun sayılabilecek bir yerleşme tarihine sahiptir. Bu durum geçmişten günümüze il sınırları içindeki ormanların başta yakacak ve yapacak elde etme, tarım alanı açma gibi çeşitli sebeplere bağlı olarak tahribine yol açmıştır. Orman tahribinin aşırı ve sürekli olduğu alanlarda genellikle ya orman tamamen ortadan kaldırılmış veya da ağacın yerini, içlerinde yabani meyvelerin de bulunduğu çalı formunda bitkiler

almıştır. Gümüşhane ilinde kuşburnu bitkisi yer yer orman altı elemanı olarak yer almakla birlikte, asıl olarak ormandan açılmış söz konusu alanlarda yayılış göstermektedir. Gümüşhane ilinin Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesi arasında geçiş konumunda yer alması, ilin kuşburnu çeşitliliği yönünden zengin olmasında rol oynayan bir başka faktör durumundadır.

Kuşburnu Bitkisinin Kullanım Alanları

Geçmişten günümüze yabani meyveler, hem beslenme hem de tıbbi ve bazen diğer amaçlarla (süs eşyası ya da bitkisi, boya gibi) kullanılabilir. Birçok yenilebilir yabani meyve, besleyicilik ve tıbbi uygulamalar bakımından oldukça zengin ve değerli içeriklere sahiptir (İlhan vd., 2019). Kuşburnu meyvesi de zengin ve değerli içeriklere sahip meyvelerden biridir. Bu nedenle, kuşburnu bitkisinin dünya çapında yaygın bir kullanım alanı mevcuttur. Özellikle C vitamini içeriği en yüksek meyve olması sebebiyle kuşburnu meyvesine olan talep hızla artmaktadır (Sayılı vd., 2010; Ayhan ve Altınkaynak, 2020; Öztürk, 2020). Kuşburnu meyvesi genellikle çay olarak tüketilmektedir. Bununla birlikte reçel, marmelat, pekmez ve meyve suyu yapımında da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Öztürk, 2020). Kuşburnu bitkisinin kök, gövde, yaprak ve çekirdekleri de farklı amaçlarla kullanılan önemli bir metadır. Bu özelliği sayesinde birçok alanda kullanılan çok işlevli bir bitkidir. Kuşburnu, meyvesinin içeriğinde bolca bulunan tohum, iç tüylülük ve bazı türlerde ise dış tüylülük sebebiyle taze şekilde tüketime elverişli bir meyve değildir (Şahin, 2013). Bu nedenle Öztürk (2020), taze şekilde tüketiminin mümkün olmamasından dolayı sanayi bitkisi olarak görülmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ekonomik katma değeri yüksek olan bu bitkinin kullanım alanları aşağıda özetlenmektedir:

- Gıda sanayisinde birçok ürünün (reçel, marmelat, püre vb.) hazırlanmasında kullanılmaktadır (Akyüz vd., 1996).
- Gıdaların (bebek gıdaları, değişik meyve suları, süt, yoğurt vb.) vitamince zenginleştirilmesinde kullanılmaktadır (Türkben vd., 1996; Akyüz vd., 1996; Kadakal ve Nas, 2004; Özdemir ve Tor, 2021). İçeriğinde bulunan mineral maddeler (potasyum ve fosfor elementleri) ve vitaminler sebebiyle gıda sanayisinde meyve ve sebze sularının zenginleştirilmesini sağlamaktadır (Yamankaradeniz, 1983; Artık ve Ekşi, 1988; Yıldız ve Nergiz, 1996; Öz vd., 2018). Özellikle kuşburnu meyvesinin insan sağlığına zararlı pestisit ve ağır metaller (kadmiyum, kurşun, arsenik, civa vb.) içermeyişi bebek mamasında kullanımını artırmaktadır (Kostic, 1994'ten akt. Doğan vd., 2006).
- Dikenli olması nedeniyle doğal bir çit bitkisi işlevi görebilmektedir (Şen ve Güneş, 1996).
- Kök, gövde, yaprak ve meyveleri içerdikleri birçok vitamin ve mineral nedeniyle önemli bir ilaç bitkisidir (Yılmaz vd., 1996).
- Derin kökleri ile erozyonu önlemede etkilidir (Eryılmaz vd., 1996). Bununla beraber, diğer meyve ağaçlarının yetişmesinin mümkün olmadığı kötü özellik gösteren arazilerin değerlendirilmesi bakımından dikkat çeken bitki türüdür (Poyraz Engin ve Boz, 2019).
- Dış mekân planlanmasında, peyzaj çalışmalarında kullanılmaktadır. Özellikle karayollarının ağaçlandırılmasında önemli bir bitki olarak görülmektedir (Yılmaz vd., 1996).
- Kesme çiçek gül yetiştiriciliğinde anaç olarak kullanılmaktadır (Şen ve Güneş, 1996).
- Boya ve deri sanayisinde sepi maddesi olarak kullanılmaktadır (Akyüz vd., 1996; Bayram ve Aslan, 1996). Özellikle bitkinin kök ve çiçekleri boya maddesi olarak gıda ve tekstil sanayisinde değerli bir üründür (Türkben vd., 1996).
- Kozmetik sanayinde değişik amaçlarla değerlendirilmektedir (Akyüz vd., 1996). Kuşburnunun çekirdeklerinden elde edilen yağı, birçok ülkede kozmetik sektöründe yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Kadakal ve Nas, 2004). Bitkisel kozmetikler, losyonlar ve kremler gibi cilt bakım ürünlerinin geliştirilmesi için değerli bir malzemedir (Ahmad ve Anwar, 2016).
- Kuşburnunun kullanımından sonra atık olarak görülen çekirdekleri, kırılarak hayvan yemi rasyonlarında kullanılabilir (Kadakal ve Nas, 2004). Yine yaprakları ve tohumları hayvan yemi olarak değerlendirilmektedir (Özdemir ve Tor, 2021).
- Kültürel bir unsur olarak önemli işlevlere sahiptir. Türkiye'de doğal olarak geniş bir coğrafyada yayılım gösteren kuşburnu, yetiştiği yörelerde halk arasında bilinmektedir ve

farklı biçimlerde değerlendirilmektedir (Poyraz Engin ve Boz, 2019). Kuşburnu, adına türküler, şiirler yazılan bir bitkidir. Anadolu’da yaşayan halkın anlatılarına, efsanelerine konu olmuştur. Anadolu’da mitolojik bir ağaç olarak çeşitli inanış ve ritüellerin gerçekleştiği bir bitkidir (Ünal, 2021).

- Rekreasyon ve turizm faaliyetlerinde önemli sembol ürünlerden biridir. Özellikle festivallerde önemli bir değer olarak görülmektedir. Yemek yarışmalarında kullanılan (Görsel 2) geleneksel bir gastronomi ürünüdür (Akyürek vd., 2019). Ayrıca yetiştiği yörelerde önemli bir gastronomi ürünü olarak mutfaklarda kullanılmaktadır (Ayhan ve Altınkaynak, 2020).



Görsel 2. Gümüşhane Kuşburnu-Pestil-Kültür ve Turizm Festivali kapsamında düzenlenen kuşburnu marmelatı yarışmasından bir görünüm (**Kaynak:** Yazarlar tarafından çekilmiştir.)

Kuşburnu Bitkisinin Sağlıkla İlişkisi

Güçlü antioksidan içeren besinlerin başında gelmesi ve insan sağlığını hastalıklara karşı koruyan maddeler içermesi, birçok araştırmacının kuşburnu bitkisini sağlık açısından incelemesinde etkili olmuştur (Şahin, 2013). Öyle ki kuşburnunun sağlıkla ilişkisine yönelik çalışmalar çok eski zamanlara kadar dayanmaktadır. Nitekim Hipokrat zamanında iltihapları tedavi etmede, Ortaçağ ve daha sonraki dönemlerde kan tükürmelerini tedavi etmede, diş eti kanamalarında, böbrek taşlarını dökmeye, tenya ve yılanlık hastalığına karşı tedavide kullanıldığı anlaşılmaktadır (Baytop, 1984’den akt. Özarda, 2009). Kuşburnu, sağlık açısından çok farklı önemli kimyasal bileşenler içermesi nedeniyle, halk arasında geçmişten günümüze değin yaygın bir şekilde tıbbi ilaç olarak kullanılmaktadır (Şahin, 2013; Karakaya, 2016). Özellikle içeriğinde bulunan antioksidan bileşikler sebebiyle yüksek antioksidan aktiviteye sahip kuşburnu meyvesinin insan sağlığına önemli olumlu etkileri bulunmaktadır (Koca vd., 2008; Altan, 2014). Başta Rusya olmak üzere, Almanya, İsviçre, İsveç, Polonya, Finlandiya gibi ülkelerde gıda veya halk ilacı olarak kullanılmaktadır (Yamankaradeniz, 1983; Türkben vd., 1996; Dölek, 2008; Özdemir ve Tor, 2021).

Literatürde kuşburnu bitkisi ve meyvesinin insan sağlığına etkisini inceleyen birçok çalışma yer almaktadır. Elbette bunun birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden ilki, kültüre alınmış ve yabani meyve türleri arasında en fazla C vitaminine sahip meyve olmasıdır (Şen ve Güneş, 1996; Yıldız ve Nergiz, 1996; Doğan vd., 2006; Koca vd., 2008; Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Bununla beraber, doğada kendiliğinden yetişmesi nedeniyle genellikle sağlığa zararlı olabilecek herhangi bir bileşen bulundurmaması (İlhan vd., 2019) sağlık açısından önemini artırmaktadır. Kuşburnunun C vitaminine ek olarak potasyum ve kalsiyum gibi mineral maddeler ve doğal fenolik bileşikler yönünden zengin olması (Acar ve Demir, 2001; Koca vd., 2008) yine sağlık yönünden dikkate alınmasında etkili olmaktadır.

Kuşburnu, sağlığa yönelik yararları nedeniyle fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilebilir (Fan vd., 2014). Kuşburnu; enerji, protein, vitamin, su, karbonhidrat, şeker, demir, magnezyum, kalsiyum,

fosfor, bakır, potasyum, mangan, askorbik asit gibi besin maddeleri içermektedir (Yıldız ve Nergiz, 1996; Doğan vd., 2006; Özdemir ve Tor, 2021). Bununla beraber, kuşburnu meyvesi karoten, B1 (Tiamin), B2 (Riboflavin), E ve K vitaminleri de içermektedir (Sayılı vd., 2010). Bu zengin içerikler nedeniyle kuşburnu, yetişkin bir insan için gerekli olan günlük C vitamini ihtiyacının tamamını karşılayabilmektedir (Şahin, 2013; Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Buna ilave olarak, diğer vitamin ve mineral ihtiyaçlarının ise önemli bir bölümünü karşılayabilecek düzeydedir (Ayhan ve Altınkaynak, 2020).

Cilde doğal parlaklık veren ve önemli bir doğal antioksidan kaynağı olan kuşburnu (Demirel ve Güdek, 2017), insanoğlunun beslenmesinde önemli bir yer tutmaktadır. İçeriğinde bulunan C vitamini, mineral ve karbonhidratları sayesinde besleyici değeri oldukça yüksektir ve birçok rahatsızlığa karşı bünyeyi koruyucu, kısmen de olsa çeşitli rahatsızlıkları iyileşici özelliği bulunmaktadır (Kadalkal ve Nas, 2004; Başer, 2009; Eroğlu, 2014; Ahmad ve Anwar, 2016; Taşova vd., 2019). Kuşburnunun, C vitamini varlığından dolayı, geleneksel olarak soğuk havalarda ateş ve soğuk algınlığını önlemek (Koca vd., 2008), bağışıklık sistemini güçlendirmek ve bunlarla mücadele etmek için çayı tüketilmektedir (Demirel ve Güdek, 2017; Barlak, 2019). Kuşburnu meyvesinin yüksek C vitamini içeriği (300-4000 mg/100g) ve diğer maddeler endokrin bezleri, beyin, kalp ve karaciğerin normal çalışmasını sağlamaktadır. Askorbik asit, kolajen biyosentezinde vücuttaki demirin emiliminde önemli bir role sahiptir (Leahu vd., 2014). Tablo 1’de kuşburnunun kullanım şekilleri ve görülen faydaları özetlenmiştir.

Tablo 1. Kuşburnu Bitkisinin İnsan Sağlığına Faydaları

Kullanım Şekli	Görülen Faydalar
Taze Kuşburnu	Çekirdekleriyle taze şekilde tüketilen kuşburnu, bağırsak solucanlarını düşürebilmektedir.
Marmelat, meyve suyu, çay ve macunu	Böbrek ve idrar yolu taşlarını ve kumlarını düşürmede, kanlı idrar rahatsızlıklarında, gut hastalığı ve mide kramplarında olumlu etkileri bulunmaktadır. Ayrıca, ishal ve yağlı yemeklere karşı duyarlılık durumlarında tüketilmektedir. Vücut direncini güçlendirici, idrar söktürücü, yara iyileştirici ve kan temizleyici özelliği vardır.
Su ve marmelatı (şekerlendirilmemiş) Kuşburnu çayı	Şeker hastalığına karşı kullanılmaktadır. Ateşli hastalıklarda, böbrek, safra kesesi ve mesane rahatsızlıklarında etkili olabilmektedir. Bununla birlikte, böbrek üstü bezlerini olumlu etkileyerek kritik hormonların üretimine katkı sağladığı belirtilmektedir. Özellikle kuşburnu çayının grip, nezle, öksürük, soğuk algınlığı, halsizlik, bitkinlik gibi durumlara karşı faydalı olabildiği ileri sürülmektedir. Stres atma ve sindirime iyi gelmektedir (Wolff, 1987’den akt. Akyüz vd., 1996).

Tablo 1. Kuşburnu Bitkisinin İnsan Sağlığına Faydaları (devamı)

Dallarındaki yumrulardan kaynatılarak hazırlanan çay	Kanser ve bazı rahim hastalıklarında kullanılabilir.
Yaprak ve çiçeği (haşlayıp kompres yapılarak)	Ufak çaplı yaralar ve yanıklarda kullanılabilir.
Kuşburnu esansı (1 fincan suya 3-4 damla damlatılarak içilir)	Soğuk algınlığı, öksürük, nezle ve grip için faydalı olabileceği belirtilmektedir.
Kuşburnu Yağı	Yaşlanmayı geciktiren, kırışıkları önleyen, güneş ve sert hava iklimlerine karşı cildi koruyan, yaralı dokuları iyileştiren özellikleri vardır. Ayrıca, yüzdeki lekeleri ve pigmentasyonu azaltan, kılcal damar çatlamalarını önleyen ve sivilcelere karşı olumlu etkileri olan bir yağdır.

Kaynak: Doğan, Kazankaya, Çelik ve Uyak, 2006.

Tablo 1’de de görüldüğü gibi kuşburnu bitkisinin insan sağlığına yönelik faydaları oldukça fazladır. Öyle ki bitkinin kullanım şekline göre görülen faydaları da çeşitlilik göstermektedir. Kuşburnu bitkisi, halk hekimliğinde farklı hastalıkların tedavisinde drog olarak kullanılan bitkilerin başında gelmektedir (Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Kuşburnu meyvesi, C vitamini ve likopen dâhil olmak üzere önemli bir bitkisel besin kaynağı olarak kabul edilmektedir. Kuşburnu takviyesi, besleyici bileşimi nedeniyle eklem iltihabı (osteoartrit), iltihaplı romatizma (romatoid artrit) ve kanser gibi kronik hastalıklar üzerinde birçok olumlu etkiye sahiptir (Fan vd., 2014). Ayhan ve Altınkaynak (2020) kuşburnunun, halk arasında ülser ve soğuk algınlığına yönelik tedavi edici özelliğinin bilindiğine dikkat çekmektedir. Ayrıca, hemoroid, raşitizme ve romatizma gibi rahatsızlıklara karşı tedavi edici özelliğe sahip olduğu aktarılmaktadır (Çağlar ve Demirci, 2017). Hatta kanın temizlenmesinde, bağırsakların yumuşamasında ve kurt düşürülmesinde önemli bir besin olan kuşburnu vücudun gelişmesinde de önemli katkılar sağlamaktadır (Baytop, 1999’dan akt. Özçelik ve Özçelik Doğan, 2018). Kuşburnu bitkisinin sağlık açısından tüm faydaları dikkate alındığında, bitkinin gastronomi değerinin de oldukça yüksek olduğu sonucuna varılabilir.

Gastronomik Bir Değer Olarak Kuşburnu

Gastronomi, insan beslenmesine dair her şeyi kapsayan (De Jong vd., 2018) ve bu beslenmeden en üst düzeyde faydalanabilmek için tüm duyuların harekete geçirilmesi için gerçekleştirilen çalışmaların bir bütünüdür (Brillat-Savarin, 2015). Beslenme ise birçok disiplini ilgilendiren temel bir konudur. Öyle ki gastronomi; fizik, kimya, arkeoloji, mimarlık, tasarım, beslenme, gıda, tıp, biyoloji, botanik, ormancılık, işletme, tarih, antropoloji, felsefe, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, siyaset, coğrafya, tarım, turizm gibi birçok bilim dalı veya disiplin ile ilgili bir anlayış ve değerlendirmeyi kapsamaktadır (Gillespie, 2001; Zahari vd., 2009; Brillat-Savarin, 2015). Doğadan toplanarak veya kültürü yapılarak elde edilen tıbbi ve aromatik bitkiler; başta ilaç olmak üzere, gıda, boya ve kozmetik gibi çok farklı amaçlarla kullanılmakta olup gıda, baharat, çay, meşrubat vb. kullanım özellikleriyle gastronomi biliminin çalışma konusunu oluşturmaktadır (Oğan ve Cömert, 2022). Bu kapsamda, önemli bir tıbbi ve aromatik bitki çeşidi olan kuşburnu da, gastronomik bir değer olarak farklı disiplinlerden birçok araştırmacının ilgisini çekmektedir ve gastronomi biliminin araştırma alanında yer almaktadır.

Kuşburnu kurutulmuş, içecek yapılarak ve diğer gıda formlarına dönüştürülerek farklı şekillerde tüketilebilmektedir (Biçer ve Kar, 2013). Zengin bir besin profiline sahiptir ve bu nedenle reçel (taç yapraklarından), marmelat ve meyve suyu yapımında sıkça kullanılmaktadır. Kuşburnu tohumu yağı, esansiyel yağ asitlerinin en zengin kaynaklarından biridir (Ahmad ve Anwar, 2016). Kuşburnu bitkisi sahip olduğu bu zengin bileşenleri sayesinde önemli bir gastronomik değerdir. Bu nedenle mutfakların vazgeçilmez bir besin kaynağı olarak görülmektedir (Şen ve Güneş, 1996). Başta meyvesi olmak üzere yaprakları, tohumları, dalı ve hatta kökü bile kullanılabilir. Özellikle dal ve kökler şifa amaçlı, dâhili ve harici olarak kullanılmaktadır (Ünal, 2021). Anadolu topraklarında kuşburnu meyvesinin başta çayı olmak üzere marmelat, pekmez, meşrubat, pulp, reçel, hoşaf, komposto, şurup, şerbet, çorba, tatlı, yemek, pestil gibi çeşitli kullanım alanları vardır (Kurucu ve Kesikoğlu, 1990). Bununla beraber, kuşburnu bitkisinin dünyanın birçok bölgesinde yetişebilmesi ve yaygın olarak kullanılması, farklı ülke mutfaklarında da önemli bir yer tutmasını sağlamıştır. Ülkemizde geleneksel kullanım alanlarına ilave olarak meyve jelleri, bebek gıdaları, pasta ve şekerleme yapımı, dondurma, alkollü içki yapımı (şarap, likör, brendi gibi), draje, kuşburnu çekirdeği tozu gibi alanlarda kullanılmaktadır (Türkben vd., 1996). Özellikle kuşburnu meyvesinin hafif alkollü içecek üretiminde kullanımı dikkat çekmektedir (Bayram ve Aslan, 1996; Duman, 2014). Kuşburnu ile hazırlanan bu ürünler, Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Rusya ve Türkiye Cumhuriyetlerinde yaygın olarak tüketilmektedir (Türkben vd., 1996; Bayram ve Aslan, 1996).

Kuşburnu, meyvemsi ve keskin bir tada sahiptir ve taze veya kuru halde kullanılmaktadır. Zengin içeriğe ve tat verici özelliğe sahip olan kuşburnunun çeşitli mutfak ve gıda uygulamaları vardır (Ahmad ve Anwar, 2016). Mayhoş bir tada sahip olan kuşburnu meyvesinin aromatik lezzeti ile ülkemizde de kullanım alanı oldukça geniştir (Ünal, 2021). Lif ve mineraller açısından zengin bir gıda bileşenidir. Özellikle kuşburnu toz bir ürün elde etmek, meyve suyu olarak veya tatlılara, süt ürünlerine, salatalara, dondurmaya, atıştırmalıklara ve hatta biyoaktif bileşiklerde hemen hemen her

yiyeceği zenginleştirmek için kullanılabilir (Igual vd., 2022). İlgili literatür incelendiğinde, bu yönde yapılan çalışmalar dikkat çekicidir. Kuşburnu çekirdeği tozu ile zenginleştirilmiş probiyotik yoğurt (Gürbüz, 2021), kuşburnu ile zenginleştirilmiş tarhana (İstek vd., 2021), kuşburnu çekirdeği unu katılarak üretilen erişte (Koca vd., 2017), kuşburnu tatlısı (Kökler ve Çetinkaya, 2022) kuşburnu ile çeşitli yiyeceklerin yapılabileceğini göstermektedir. Ayrıca kuşburnu ile yapılan kuşburnulu tereyağı, kuşburnulu süt, kuşburnu aromalı dondurma, kuşburnu meyveli yoğurt gibi ürünler dikkat çekmektedir. Yine kuşburnu içeren marzipan, toz içecekler, şekerli ürünler, draje, reçel, jöle ve komposto öne çıkan ürünlerdir (Yıldız ve Nergiz, 1996; Sayılı vd., 2010).

Kuşburnu meyvesinin sahip olduğu yüksek besin değerinin ve sağlık açısından olumlu etkilerinin farkına varılması ile son yıllarda kuşburnu ile üretilen yenilikçi yiyecek ve içecek ürünlerinde artış görülmektedir. Özellikle Anadolu mutfak kültüründe oldukça eski bir geçmişi olan kuşburnu meyvesinin farklı varyasyonlarının denenerek yeni tariflerin belirlenmesi önemlidir. Bu kapsamda, kuşburnu marmelatlı ve tam buğday unlu kek (URL 1), kuşburnu tiridi (Erzurum) (URL 2), kuşburnu yoğurdu (Kastamonu) (Akaydın, 2010), kuşburnu şöleni (Gümüşhane) (URL 3), kuşburnu marmelatı ile salata sosu (URL 4), kuşburnulu ekmek (Biçer ve Kar, 2013), kuşburnu ketçabı (URL 5) gibi yeni tarifler dikkat çekmektedir. Bunlara ilave olarak kuşburnu, Afyon'da turşu yapımında destekleyici malzeme olarak kullanılabilir (Mutlu ve Sandıkçı, 2022). Kuşburnu çorbası (tatlı çorba, kokoç çorbası) ise başta Bayburt olmak üzere Gümüşhane ilinde yapılan önemli bir çorba çeşididir. Bununla beraber, farklı mutfak kültürlerinde de kuşburnu çorbası yer almaktadır. Örneğin; sıcak veya soğuk olarak servis edilen kuşburnu çorbası (rosehip soup/nyponsoppa) İsveç mutfağında önemli bir yer tutmaktadır (URL 6). Yine User (1967), İsviçre'de kuşburnu çorbasının meşhur olduğunu belirtmektedir (Akt. Keleş ve Kökosmanlı, 1996). Osmanlı döneminde en çok tüketilen şerbetlerden biri olan demirhindi şerbetinin içinde tatlandırıcı olarak kuşburnu kullanılmaktadır (Özaltın, 2016).

Kuşburnu meyvesi, kolay bozulmayan bir meyvedir. Taze bir şekilde, kurutularak, dondurularak (Koca vd., 2008; Gürbüz, 2021) ve vakumlanarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte tüm muhafaza yöntemlerinde taze haline göre önemli seviyede C vitamini kaybı olmaktadır (Şahin, 2013). Kuşburnu oda sıcaklığında saklanma şartlarına uyulduğu takdirde 10-15 gün sağlam ve taze şeklini muhafaza edebilir. Kurutularak da saklanabilen kuşburnu meyveleri 1-2 yıl temiz, kuru ve serin ortamda muhafaza edilebilir (Duman, 2014). İçerdiği C vitamini bakımından dünyanın en zengin meyvelerinden biri olan kuşburnu (Aksu vd., 1997; Duman, 2014; Eroğlu, 2014), etli kısmında bulunan C vitamini miktarı limon ile kıyaslandığında 60 kat daha fazla C vitamini içermektedir (Başer, 2009; Öztürk, 2020). Bununla beraber kuşburnu çekirdekleri, yüksek doğal antioksidan seviyelerine sahiptir. Bu çekirdekler ayrıca diyet lifi açısından ve esansiyel yağ asitleri açısından zengindir (Koca vd., 2017).

Günümüzde özellikle çay, reçel, meyve suyu, marmelat, çorba, pestil, komposto vb. yapılan kuşburnu, Türk mutfağının önemli lezzetlerinden birini oluşturmaktadır (Ünalın, 2021). Kuşburnu çayı en bilinen ve en fazla tüketilen bitkisel çaylar arasında yer almaktadır. Kurutulmuş kuşburnu meyvesi bütün veya parçalanmış halde, poşet içerisinde veya açık olarak tüketime arz edilmektedir (Acar ve Demir, 1996; Acar ve Demir, 2001; Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Kuşburnu çayı, evlerde geleneksel olarak bütün haldeki kuşburnu meyvelerinin su içerisinde uzun süre kaynatılmasıyla hazırlanırken, endüstriyel üretimde meyve eti ayrıldıktan sonra hibiskus ile karışım halinde süzen poşetlerde hazırlanarak sunulmaktadır (Eroğlu, 2014). Özellikle kışın soğuk günlerinde kuşburnu çayı sıklıkla tüketilmektedir. Kuşburnu ezmesi, marmelatı ve reçeli ise kahvaltılık öğünlerinde önemli bir besin kaynağıdır (Ünalın, 2021). Kuşburnu bitkisi genç/teze yapraklarında 70 mg vitamin içerdiği için ihlamur gibi kaynatılarak suyu içilmektedir (Artık ve Ekşi, 1988).

100 gram kuşburnu meyvesinde ortalama 50-5000 mg vitamin bulunmaktadır. Bunun yanı sıra kuşburnu, potasyum ve fosfor gibi besin elementlerini de bünyesinde barındırmaktadır (Taşova vd., 2019). C vitamini bakımından zengin olduğu için, meyve ve sebze sularının vitamince zenginleştirilmesinde, pasta ve şekerleme sanayisinde katkı maddesi olarak değerlendirilmektedir (Şen ve Güneş, 1996; Yıldız ve Nergiz, 1996; Dölek, 2008; Biçer ve Kar, 2013). Tüm bu hususlar ise kuşburnunun gastronomi değerini artırmaktadır ve kuşburnu ile yapılan birçok yiyecek ve içecek tarifinin ortaya çıkarılmasında etkili olmaktadır. Gastronomik bir ürün olarak kuşburnu ile yapılan

ürün çeşitliliğinin artması ve bu ürünlerin coğrafi işaret ile korunması ise yöre mutfak kültürünü zenginleştirebilir. Ayrıca, bu tür ürün çeşitleri arttıkça hediyelik ürün ve etkinlikleri destekleyici ürün olarak turizm potansiyeline katkı sunulabilir (Akyürek ve Zeybek, 2018). Özellikle bazı ülkelerde kuşburnu; kurutulmuş meyve, marmelat, likör, reçel, hafif alkollü içecek vb. üretimleri yapılarak hediyelik ürün olarak turistlere sunulmaktadır (Görsel 3).



Görsel 3: Prag'da (Çekya) kuşburnu ile yapılmış turistik bir ürün sergilenmekte (solda), Gümüşhane aktarlarında satılan kurutulmuş kuşburnu meyvesi (sağda) (**Kaynak:** Yazarlar tarafından çekilmiştir)

Kuşburnunun Gümüşhane İl Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Kuşburnu, Türkiye'nin tarımsal hasılasında önemli bir yer tutmaktadır. Tablo 2'de yıllar itibariyle kuşburnu üretim miktarları ve kuşburnunun dış ticaret hacmine yer verilmektedir. Tablo 2'de de görüldüğü üzere, Türkiye'de üretilen kuşburnu miktarı iç talebi karşılayamamaktadır ve bu nedenle ithalat yoluna başvurulmaktadır. Kuşburnu ülkemizde en fazla Gümüşhane ilinde üretilmektedir. 2021 yılında Gümüşhane'de toplam 1.350 ton kuşburnu üretimi yapılmıştır (Gümüşhane İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021). İlin önemli tarım ürünlerinin başında gelen kuşburnu, yıllık ortalama 1.500 ton civarında üretimiyle ilin ekonomik büyümesinde ve kalkınmasında önemli bir yer teşkil etmektedir (Gümüşhane İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2023). Başta gastronomik bir ürün olmak üzere ilaç, kozmetik, peyzaj, hayvancılık gibi alanlarda kullanılarak önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Birçok Avrupa ülkesinde, bileşiminin büyük bir kısmını kuşburnu çekirdek yağının oluşturduğu çeşitli kozmetik ürünleri (kuşburnu yağı, cilt koruyucu, yüz temizleyici, nemlendirici krem, sabun, yüz losyonu, kuşburnu kolonyası vb.) ticari olarak oldukça yüksek fiyatlardan alıcı bulmaktadır (Kadakal ve Nas, 2004). Piyasada sağlık takviyeleri, gıda katkı maddeleri, fonksiyonel gıdalar, özel yağlar ve peelingler gibi yeni ürünler ortaya çıktıkça, doğal ve faydalı bir malzeme olarak kuşburnuya yönelik talep artmaktadır. Kuşburnu meyvesindeki katma değerli biyoaktif bileşiklerin yüksek içeriği, sağlığı destekleyen birçok bileşenin ekstraksiyonuna, izolasyonuna ve potansiyel uygulamalarına izin vermektedir (Ahmad ve Anwar, 2016).

Tablo 2. Türkiye Kuşburnu Doğadan Toplama Miktarı ve Kuşburnu Dış Ticareti

Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Üretim Miktarı (Ton)	11.716	10.720	54.894	46.187	666.692	1.000	113.200
İhracat Miktarı (Ton)	0	3,30	0	0	0	0	0
İthalat Miktarı (Ton)	22	0	29	85	155	84	158
İhracat Miktarı (Bin Dolar)	0	35	23	0	0	1,40	0,42
İthalat Miktarı (Bin Dolar)	2,20	0	13	48	88	45	88

Kaynak: Ayhan ve Altınkaynak, 2020.

Kuşburnunun insan sağlığı üzerindeki olumlu etkileri keşfedildikçe ve tüketicilerin bu etkiler hakkında bilinçlenmesiyle birlikte, kuşburnu bitkisine yönelik ilgi hem üreticiler hem de tüketiciler arasında artmaktadır. Aktarlarda özellikle soğuk kış aylarında çokça satılan kuşburnu; tadı, kokusu ve rengiyle pek çok kişi tarafından tercih edilen bir üründür (Ünalın, 2021). Nitekim Türkiye'de

kuşburnu bitkisi yaygın olarak yetişmesine rağmen ulusal düzeyde ihtiyaç duyulan talep karşılanamamakta ve zaman zaman bu tüketici talebi açık ithalat yoluyla karşılanabilmektedir (Ayhan ve Altınkaynak, 2020). Bununla beraber Avrupa ülkelerinde de kuşburnu ihtiyacı kendi ürettikleri miktarlar ile karşılanamadığı için, güney yarım kürede bulunan Şili gibi ülkelere ithalatı yapılmaktadır. Türkiye’de yapılacak girişimler sonucunda kuşburnu üretimi artırılabilir ve önemli bir kuşburnu ihracatı gerçekleştirilebilir (Dölek, 2008). Bu kapsamda özellikle ihtiyaç duyulan bu talebin karşılanması, Gümüşhane ili için kuşburnu bitkisinin önemli bir ihracat kalemine dönüşmesini mümkün kılabilir. Bununla beraber, kuşburnunun kullanım alanlarının çeşitlendirilmesi ile özellikle Gümüşhane ilinin gastronomi değeri zenginleştirilebilir.

Türkiye, tıbbi ve aromatik bitkiler üretimi ve ticaretinde önemli ülkelerin arasında yer almaktadır. Başta Isparta ili olmak üzere özellikle Göller Yöresi ülkemizin önemli tıbbi ve aromatik bitki üretim alanlarından biridir (Özçelik ve Korkmaz, 2015). Bununla beraber, Doğu Karadeniz Bölümü de sahip olduğu zengin ve bakir kalmış doğası ile tıbbi ve aromatik bitkiler bakımından oldukça zengindir (Oğan ve Cömert, 2022; Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Bu kapsamda, bu yörelerde yaşayan insanların hem kendi beslenme ihtiyaçlarının giderilmesi ve sağlıklarının korunması hem de kuşburnu içerikli ürünlerin yaygınlaştırılması sağlanarak ekonomik bir kazanç oluşturulabilir (Doğan vd., 2006). Nitekim günümüzde kuşburnu üretimi tamamen ilkel koşullarda gerçekleştirilmektedir. Bilhassa hasadın elle yapılması üretimin zorluğunu ciddi şekilde artırmaktadır. Bu nedenle mekanizasyonun geliştirilmesi ve hasadın makineyle yapılması üretimin artırılmasında oldukça önemlidir (Öztürk, 2020). Kuşburnunun yöresel düzeyde ticari değerinin artırılabilmesi için yetiştirme standartları başta olmak üzere kaliteli ve standartlara uygun işleme sorunlarının çözülmesi ve pazarlama olanaklarının artırılması gerekmektedir (Nas ve Gökçalp, 1993).

Türkiye’de kuşburnu bitkisinin geniş yayılım ve kullanım alanına sahip olduğu dikkate alındığında, bu meyve türünün meyveciliğe kazandırılması ve iyi bir şekilde değerlendirilmesi ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır (Özdemir ve Tor, 2021). Türkiye’de 1990 yılından sonra gıda sanayisinde kuşburnu meyvelerinin kullanımı hız kazanmaya başlamıştır. Gümüşhane, Tokat, Samsun ve Kastamonu illerinde sanayi ölçeğinde kuşburnu kullanımı söz konusudur (Tokatlı, 2007). Nitekim Erzincan, Gümüşhane ve Tokat illerindeki meyve işleyen işletme ve fabrikalarda kuşburnu; marmelat, meyve suyu, pulp ve poşet çay olarak üretilmektedir (Dölek, 2008). Bununla birlikte Türkiye’de kuşburnu ile ilgili fabrikalar halen sınırlı sayıdadır. Özellikle Gümüşhane ilinde köylüler topladıkları kuşburnu, ahududu, böğürtlen, ardıç, ahlat, sinameki, kızılıçık, alıç, salep gibi bitkileri ilde faaliyette bulunan fabrikalara veya ilde kurulan pazarlarda satarak ekonomik kazanç elde etmektedirler. İlde faaliyette olan fabrikalarda çalışanlar Gümüşhane köylerinde yaşayan ve çoğunluğu kadın olan kişilerden oluşmaktadır (Komut ve Öztürk, 2010). Özellikle Gümüşhane ilinde kuşburnu, köylüler tarafından en fazla toplanan ve kuşburnu işleme fabrikalarına satılan önemli bir meyve türüdür. Yine, Gümüşhane yaylalarında da kuşburnu meyvesi yetişmektedir ve bu yaylalarda taze meyve, çay ya da marmelat olarak satılarak ekonomik bir kazanç elde edilebilmektedir (Çalık vd., 2021). Bu kapsamda kuşburnu, Gümüşhane ilinde istihdama katkı sağlayan (özellikle kadın istihdamı) ve ekonomik anlamda katma değeri yüksek bir ürün konumundadır (Gümüşhane İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2023).

Gümüşhane ilinde taban arazi çok sınırlı olup, tarla tarımı genellikle Kelkit ve Şiran ovalarında yapılmaktadır. Dağlık alanların fazla olduğu Gümüşhane ilinde, bu dağlık alanlarda kuşburnu yetişmesi sayesinde önemli bir ekonomik kazanç oluşturmaktadır (Peker ve Ercişli, 1996). Günümüzde kentleşmenin hızla artması ve çarpık yapılaşma gibi sorunların çözümü, kırsal alanlarda bulunan doğal kaynakların rasyonel kullanımı ile yakından ilişkilidir. Kırsal alanlardaki doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanımı neticesinde köyden kente göç azaltılabilir, aşırı kentleşme bir nebze de olsa azaltılabilir. Gümüşhane köyleri de uzun yıllardır şehirlere doğru önemli miktarlarda göç vermektedir. Bu noktada Gümüşhane kırsalında var olan doğal kaynakların rasyonel kullanımı ile göçler azaltılabilir. Kuşburnu, esas itibarıyla benzer özellikte olan ve rasyonel değerlendirme bekleyen sembol bir üründür (Eryılmaz vd., 1996). Özellikle Gümüşhane ilinin de sembol bir ürünü olan kuşburnu, Gümüşhane ilinde önemli bir geçim kaynağı olma potansiyeli taşımaktadır. Bitkinin zorlu (kayalık, taşlık, kalkerli, kurak, çorak) arazilerde yetişebilme özelliği,

bitkiyi Gümüşhane ili açısından daha da önemli kılmaktadır (Eryılmaz vd., 1996; Yılmaz vd., 1996; Someran, 2002). Gümüşhane ilinde bulunan 41.378,4 hektar kullanılmayan alan dikkate alındığında (2001 yılı için), kullanılmayan alanlarda kuşburnu üretimi sayesinde, önemli bir gelir ve büyük bir hammadde kaynağı elde edilebilecektir (Someran, 2002).

Gümüşhane ilinin kırsal kesimlerinde doğal ortamlarda kendiliğinden yetişen kuşburnunun kontrollü toplanması ve üretime kazandırılması ilin ekonomisi açısından oldukça önemlidir (Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Sonuç olarak kuşburnu, Gümüşhane mutfak kültüründe ve ilin ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır ve bu potansiyelin daha da artırılması mümkün gözükmektedir. Gümüşhane kırsalında kendiliğinden yetişen kuşburnu, kırsalda yaşayan halka önemli bir besin kaynağı ve ek bir geçim kaynağı oluşturmaktadır. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin Türkiye'nin en fazla kuşburnu meyve çeşidine sahip il olmasının sunmuş olduğu avantajla kuşburnu ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve satışının artırılması önemlidir (Kamber Taş, 2019). Öyle ki 2022 yılında Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası tarafından Türk Patent ve Marka Kurumu'na, Gümüşhane kuşburnu marmelatı ve Gümüşhane kuşburnu nektarının coğrafi işaret başvuruları yapılmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023). Bu gelişmeler dikkate alındığında, kuşburnu bitkisinin Gümüşhane ili için öneminin gelecek yıllarda daha da artacağı öngörülmektedir.

SONUÇ

Dünya nüfusundaki hızlı artışla birlikte, gıda gereksinimine duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Gastronomi bilimi de kıt besin kaynaklarının verimli ve etkin bir şekilde sürdürülebilir bir yaklaşımla değerlendirilmesine yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Öyle ki note by note mutfak, moleküler mutfak gibi gastronomik akımların temelinde de gelecekte insanlığın gereksinim duyacağı temel gıda ihtiyaçlarının sürdürülebilir şekilde karşılanması yatmaktadır. Bu kapsamda, doğada kendiliğinden yetişen yabancı bitkilerin de insan beslenmesinde kullanılması ve ekonomik bir değere dönüştürülmesi önemli bir konudur. Derleme çalışması olarak hazırlanan bu makalede, kuşburnu bitkisi hakkında genel bilgiler, bu bitkinin kullanım ve yayılış alanları, sağlık açısından faydaları ve gastronomik değeri incelenmiştir. Bununla beraber çalışmada, kuşburnunun ekonomik değeri ve gelecekte daha verimli kullanılmasına yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamda, konuyla ilgili yerli ve yabancı kaynaklar incelenmiş ve Gümüşhane ili örneğinde birtakım tespitlerde bulunulmuştur.

İlgili literatür incelendiğinde, kuşburnu bitkisinin başta meyvesi olmak üzere diğer tüm bölümlerinin çeşitli şekillerde kullanımının mümkün olması, bu bitkiyi ekonomik açıdan değerli kılmaktadır. Bununla beraber, ülkemizde neredeyse tüm bölgelerde dağılım göstermesi ve Gümüşhane ilinde de bolca yetişmesi gerek ulusal açıdan gerekse Gümüşhane ili açısından kuşburnu bitkisinin daha etkin kullanımını gerekli kılmaktadır. Kuşburnu bitkisinin sağlıkla olan ilişkisi incelendiğinde, bitkinin şifa kaynağı olduğu ve çeşitli hastalık ve rahatsızlıklara iyi geldiği birçok çalışmada vurgulanmaktadır. Sağlık yönünden öne çıkan bir bitki olması ise kuşburnunun gastronomik bir değer olarak da kullanımını cazip kılmaktadır. Özellikle son yıllarda, gastronomi alanında kuşburnu bitkisi ile hazırlanan çeşitli yenilikçi gıda ürünlerinin artması, bu bitkinin gelecek yıllarda önemini daha da artıracaktır. Aşağıda kuşburnu meyvesinin başta Gümüşhane ili olmak üzere ülkemizde nasıl daha etkili kullanılabileceğine yönelik bazı öneriler sunulmaktadır:

- Türkiye'de kuşburnu bitkisinin kullanım alanları (bkz. bölüm 4) genişletilmeli ve katma değeri yüksek ürünler geliştirilmelidir. Özellikle kuşburnu bitkisinin mutfaklarda kullanımı artırılmalı ve yeni tarifler oluşturulmalıdır.
- Son yıllarda kuşburnu çekirdeklerinden elde edilen, halen ülke ihtiyacının büyük oranda ithalat yoluyla karşılandığı kuşburnu yağı çok iyi değerlendirilmelidir. Öztürk de (2020) çalışmasında, eğer bu yönde üretim desteklenirse sadece ithalatın kesilmesi değil ihracat yapma imkânının da olabileceğine dikkat çekmektedir.
- Kuşburnu tozu ve kuşburnu çekirdeği tozu gibi ürünler Gümüşhane'de daha fazla üretilmeli ve özellikle bu yönde yenilikçi ya da füzyon mutfak uygulamaları yapılmalıdır.
- Kuşburnu bitkisinin sağlığa yönelik faydaları yerel ve ulusal düzeyde tanıtılmalı ve bu yönde bilinçlendirme çalışmaları artırılmalıdır.

- Gümüşhane’de kuşburnu bitkisinin kullanım alanlarını genişletmek ve geliştirmek için Gümüşhane ilinde Kuşburnu Araştırma Enstitüsü kurulmalıdır.
- Kuşburnu ile hazırlanan Gümüşhane’ye özgü ürünlerin acilen coğrafi işaret çalışmaları hızlandırılmalıdır.
- Kuşburnu, Gümüşhane ili için önemli bir turizm çeşidi olan doğa turizmi ile birlikte gastronomi turizmini destekleyen bir ürün konumuna getirilebilir (Akyürek ve Zeybek, 2018). Bu nedenle kuşburnu bitkisinin Gümüşhane turizm faaliyetlerinde kullanımı artırılmalıdır. Özellikle ormanlık alanlar açısından zengin bir il olan Gümüşhane, ormanlarında yetişen kuşburnu ile birlikte alıç, ahududu, kızılıncık, yaban mersini ve çeşitli mantarlar doğa turizmini seven turistler için önemli bir çekim kaynağı oluşturabilir.
- Kuşburnu bitkisinin ana malzeme ya da yan malzeme olduğu yenilikçi yiyecek ve içecek tarifleri daha fazla denenmeli ve mutfaklarda kullanımı artırılmalıdır. Özellikle yiyecek ve içecek işletmelerinde kuşburnu ile hazırlanan ürünlere menülerde yer verilmelidir.
- Gümüşhane ilinde kuşburnu temalı etkinlikler (festivaller, yarışmalar, söyleşiler, konferanslar vb.) artırılmalıdır. Bununla beraber, doğada kendiliğinden yetişen bu bitkilerin toplanması, işlenmesi ve sofraya gelinceye kadar ki aşamalarını kapsayacak şekilde gününbirlik turlar (birçok destinasyonda farklı şekillerde yapılmaktadır) düzenlenebilir. Böylece gerek gastronomiye meraklı gerekse doğaya meraklı olan turistler için farklı ve ilgi çekici turistik ürünler oluşturulabilir.
- Gümüşhane ilinde ortaöğretim, ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim veren ilgili bölümlerde kuşburnu kullanımı ile ilgili farkındalığı artırabilmek için bilgilendirici ve yenilikçi projeler gerçekleştirilmelidir. Özellikle ilgili eğitim kuruluşlarında yarışma, seminer, workshop gibi faaliyetler teşvik edilmelidir. Bu tür etkinliklerin mümkünse bitkilerin yetiştiği doğal ortamlarında yapılması, toplanması ve işlenmesi bu bölümlerden mezun olacak öğrencilerin bilgi, beceri ve üretkenliklerini artıracaktır. Gümüşhane ili bu tür etkinlikler açısından zengin fırsatlar sunmaktadır.
- Gümüşhane ilinin sahip olduğu yabani meyvelerin gastronomi bakış açısıyla envanterlerinin çıkarılması ve bu değerlerin sofraya gelinceye kadar ki süreçlerini belirleyen çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte, yabani meyvelerle yapılan yemek ve içeceklerin yer aldığı bir yemek kitabı yazılabilir. Böylece, ilin gastronomi zenginliği artırılabilir ve ekonomik bir katma değer oluşturulabilir.
- Kuşburnu bitkisinin kullanım alanları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, kuşburnu bitkisinin peyzaj bitkisi olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir (Şen ve Güneş, 1996; Yılmaz vd., 1996). Özellikle Yılmaz vd. (1996) yaptıkları çalışmada Gümüşhane’de yapılacak peyzaj planlama çalışmalarında kuşburnu bitkisinin önemli bir potansiyel taşıdığına dikkat çekmektedir. Nitekim kuşburnu bitkisinin anavatanı veya gen merkezi diyebileceğimiz Gümüşhane ilinin peyzajında kuşburnu bitkisinin kullanımına rastlanılmamıştır. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin peyzaj düzenlemesinde (parklarda, bahçelerde vb.) kuşburnu bitkisinin kullanımına yer verilmelidir. Böylece şehrin temel ürünlerinden biri olan kuşburnu bitkisinin tanıtımı sağlanabilir ve şehir ile daha iyi özdeşleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, J. ve Demir, N. (1996). Kuşburnu Ürünlerinin Bazı Mineral Madde ve C Vitamini İçeriklerinin Saptanması. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 239-244, Gümüşhane.
- Acar, J. ve Demir, N. (2001). Kuşburnu Çayları. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 11, 17-21.
- Ahmad, N. ve Anwar, F. (2016). *Rose hip (Rosa canina L.) oils*. İçinde: Essential oils in food preservation, flavor and safety (Ed: V. R. Preedy), Academic Press, 667-675.
- Akaydın, Ö. (2010). *Geçmişten Günümüze Kastamonu Mutfağı*. Ankara: Tşof Trafik Matbaacılık.
- Aksu, M. İ., Özdemir, F. ve Nas, S. (1997). Ön Isıtma Uygulanarak Elde Edilen Kuşburnu Pulplarından Farklı Pulp/Şeker Oranlarında Üretilen Marmelatların Kalite Özellikleri. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi*, 3(1), 243-248.
- Akyürek, S. ve Zeybek, H. İ. (2018). Gümüşhane İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 869-882.
- Akyürek, S., Özdemir, Ö., Uyanık, S. ve Kutukız, D. (2019). Kültür Turizmi Kapsamında Gümüşhane Uluslararası Kuşburnu Pestil, Kültür ve Turizm Festivaline Katılan Ziyaretçilerin Festival Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Eurasian Education & Literature Journal*, Özel Sayı (UTKM3), 172-184.
- Akyüz, N., Coşkun, H. ve Bakırcı, İ. (1996). Kuşburnunun Değeri ve Kullanım Alanları. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 271-279, Gümüşhane.
- Altan, D. D. (2014). Kuşburnu Meyvesinin Geleneksel Yöntemle Meyve Suyuna İşlenmesi Aşamalarında Antioksidan Kapasite Değişiminin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Namık Kemal Üniversitesi Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.
- Artık, N. ve Ekşi, A. (1988). Bazı Yabani Meyvelerin (Kuşburnu, Yemişen, Alıç, Yaban Mersini, Kızamık) Kimyasal Bileşimi Üzerine Bir Araştırma. *Gıda Sanayii*, 2(14), 33-34.
- Ayhan, F. ve Altınkaynak, D. (2020). T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü Kuşburnu Fizibilite Raporu ve Yatırımcı Rehberi. Ankara: Tarım ve Orman Bakanlığı Eğitim ve Yayın Dairesi Başkanlığı.
- Barlak, E. (2019). Gümüşhane’de Yetişen Bazı Yabani Meyvelerin Farklı Kurutma Teknikleri İle Muhafaza Edilmesi ve Bazı Fizikokimyasal Özelliklerinin Belirlenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Gümüşhane.
- Başer, K. H. C. (2009). Kuşburnu (Rosa Spp.). *Bağbahçe*, 23, 24-25.
- Bayram, M. ve Aslan, Ö. (1996). Kuşburnunun Farklı Ürünlere İşlenmesi. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 329-338, Gümüşhane.
- Baytop, T. (1984). *Türkiye’de Bitkiler İle Tedavi*, İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Yayınları No: 40.
- Baytop, T. (1999). *Türkiye’de Bitkiler İle Tedavi*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

-
- Bicer, A. ve Kar, F. (2013). Experimental Investigation of Drying Behavior of Rosehip in a Cyclone-Type Dryer. *International Journal of Nutrition and Food Engineering*, 7(6), 419-423.
- Brillat-Savarin, J. A. (2015). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler*. (Çeviren: H. Bucak), İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Çağlar, M. Y. ve Demirci, M. (2017). Üzümsü Meyvelerde Bulunan Fenolik Bileşikler ve Beslenmedeki Önemi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7(11), 18-26.
- Çalık, İ., Düzgün, E., Ödemiş, M. ve Düzgün, A. (2021). *Gümüşhane'de Yayla Turizmi (Sürdürülebilir Turizm Bakış Açısıyla)*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C. ve Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy Tourism: An Interdisciplinary Literature Review of Research Areas, Disciplines, and Dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131-146.
- Demirel, H. ve Güdek, M. (2017). Gastronomi Turizminde Bitkisel Çayların Yeri: Beypazarı Örneği. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 10(1), 7-13.
- Doğan, A., Kazankaya, A., Çelik, F. ve Uyak, C. (2006). Kuşburnunun Halk Hekimliğindeki Yeri ve Bünyesindeki Bileşenler Açısından Yararları. *II. Ulusal Üzümsü Meyveler Sempozyumu*, 14-16 Eylül 2006, Tokat, Türkiye, 45-53.
- Dölek, Ü. (2008). Amasya Yöresinde Doğal Olarak Yetişen Kuşburnuların (*Rosa spp.*) Seleksiyon Yoluyla Islahı. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Duman, T. (2014). Kuşburnu (*Rosa Canina*) Nektarında Toplam Fenolik Madde ve Suda Çözünen Vitaminlerin Isıl Parçalanma Kinetiği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Pamukkale Üniversitesi Denizli-Türkiye.
- Ekşioğlu A. G. ve Zeybek H. İ. (2021). Yayla Turizmi Açısından Bir İnceleme: Kürtün Yaylaları (Gümüşhane). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(3), 1298-1308.
- Ekşioğlu, A. G. (2019). Kürtün İlçesinin Ekoturizm Potansiyeli, Gümüşhane. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.
- Ercisli, S. ve Sagbas, H. I. (2017). Wild Edible Fruits: A Rich Source of Biodiversity. *ANADOLU*, 27(2), 116-122.
- Eroğlu, E. (2014). Çözünür Kuşburnu Çayı Üretiminde Ekstraksiyon ve Kurutma Optimizasyonu. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya-Türkiye.
- Eryılmaz, A. Y., Gümüş, C. ve Batı, M. (1996). Gümüşhane Orman Köylerinin Kalkındırılmasında Kuşburnunun Yeri ve Önemi. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 21-28, Gümüşhane.
- Fan, C., Pacier, C. ve Martirosyan, D. M. (2014). Rose Hip (*Rosa Canina L.*): A Functional Food Perspective. *Functional Foods in Health and Disease*, 4(12), 493-509.
- Gillespie, C. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*. J. Cousins (Katkıda bulunan editör). Oxford: Butterworth-Heinemann.
-

Gümüşhane İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2021). 2021 Yılı Kurum Brifingi. Erişim Adresi: <https://gumushane.tarimorman.gov.tr/IcerikResimleri/SolMenuResimleri/2022/2021%20y%C4%B11%C4%B1%20brifing.pdf> (Erişim Tarihi: 14.01.2023).

Gümüşhane İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2023). Dağlardan Gelen Şifa Kaynağı “Kuşburnu”. <https://gumushane.tarimorman.gov.tr/Haber/536/Daglardan-Gelen-Sifa-Kaynagi-Kusburnu> (Erişim Tarihi: 14.01.2023).

Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası (2023). Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İşleme ve Paketleme Tesisi. Fizibilite Raporu 2021. <https://www.gumushanetso.org.tr/yd/138/tibbi-ve-aromatik-bitkiler> (Erişim Tarihi: 14.01.2023).

Gürbüz, B. (2021). Kuşburnu Çekirdeği Tozu İle Zenginleştirilmiş Probiyotik Yoğurt Üretimi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Igual, M., García-Herrera, P., Cámara, R. M., Martínez-Monzó, J., García-Segovia, P. ve Cámara, M. (2022). Bioactive Compounds in Rosehip (Rosa canina) Powder with Encapsulating Agents. *Molecules*, 27(15), 4737.

İlhan, E. P., Çakır, Ö., Dertli, E. ve Şahin, E. (2019). Yabani Meyvelerin Antioksidan Potansiyeli. *Mas International Conference on Mathematics-Engineering-Natural&Medical Sciences-V*. May 2-5, Erzurum-Türkiye.

İstek, Ö., Tomar, O. ve Çağlar, A. (2021). Orman Meyveli Tarhananın Fonksiyonel Özellikleri. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Special Issue 22, 118-127.

Kadalkal, Ç. ve Nas, S. (2004). Kuşburnu deyip geçmeyin. *Cine Tarım Dergisi*, 49.

Kamber Taş, S. S. (2019). *Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Gümüşhane*. İçinde: H.İ. Zeybek ve İ. Çalık (Editörler). Gümüşhane’de Sürdürülebilir Turizm (75-93). Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, Gümüşhane.

Karakaya, T. (2016). Gaziantep Yöresi Nur Dağı’nda Kuşburnu (Rosa canina L.)’nun Ekolojik Özellikleri İle Potansiyel Dağılım Modellemesi ve Haritalanması. *Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Keleş, F. ve Kökosmanlı, M. (1996). Kuşburnu ve Kuşburnu Çayında C Vitamini. *Kuşburnu Sempozyumu*, 5-6 Eylül 1996, Gümüşhane, 245-252.

Kenger, O., İmral, E., Canbolat, D. ve Turan, İ. (2019). Gümüşhane ve Çevresinde Yetişen Kuşburnu (Rosa Canina) Bitki Türünün Rakım Farkına Göre C Vitamini Değerleri ve Antioksidan Özelliklerinin Karşılaştırılması. *Zeugma II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi*, 18-20 Ocak.

Koca, I., Tekguler, B., Yılmaz, V. A., Hasbay, I., Koca, A.F. (2017). The Use of Grape, Pomegranate and Rosehip Seed Flours in Turkish Noodle (Erişte) Production. *Journal of Food Processing and Preservation*, 42(1), e13343.

Koca, İ., Koca, A. F. ve Yolcu, H. (2008). Fonksiyonel Gıda Olarak Kuşburnu. *Türkiye 10. Gıda Kongresi*, 21-23 Mayıs, Erzurum, 295-298.

- Komut, O. ve Öztürk, A. (2010). Gümüşhane Yöresinde Odun Dışı Orman Ürünleri İşletmeciliği: Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler. *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi*, 20-22 Mayıs, Cilt: III, 1167-1175.
- Kostic. S. (1994). Nutritiva Value of Rose Hips And Its Usability In Baby Food Vitaminization. *Review of research work at the Faculty of Agr.*, 39(1), 67-71.
- Kökler, N. ve Çetinkaya, N. (2022). Yenilebilir Yabani Bitkilerin Gastronomik Açıdan Değerlendirilmesi: Erzurum Uzundere Örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1), 50-74.
- Kurucu, S. ve Kesikoglu, C. (1990). Rosa (Gül) Türleri Meyvalarının Bileşimi ve Biyolojik Aktivitesi. *FABAD J. Pharm. Sci*, 15, 121-131.
- Leahu, A., Damian, C., Oroian, M., Ropciuc, S. ve Rotaru, R. (2014). Influence of Processing on Vitamin C Content of Rosehip Fruits. *Animal Science and Biotechnologies*, 47(1), 116-120.
- Mutlu, H. ve Sandıkçı, M. (2022). Gastronomi Envanteri Oluşturulması: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1168-1195.
- Nas, S. ve Gökalp, H. Y. (1993). Kuşburnu ve Pestil Teknolojisi ve Gıda Değeri. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 24(2), 142-150.
- Oğan, Y. ve Cömert, M. (2022). Artvin yöre gastronomisinde tıbbi ve aromatik bitkiler. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 29-38.
- Öz, M., Baltacı, C. ve Deniz, İ. (2018). Gümüşhane Yöresi Kuşburnu (*Rosa Canina L.*) ve Siyah Kuşburnu (*Rosa Pimpinellifolia L.*) Meyvelerinin C Vitamini ve Şeker Analizleri. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 8(2), 284-292.
- Özaltın, B. (2016). Farklı Yöntemlerle Konsantre Edilen Demirhindi Şerbetinin Biyoaktivitesinin Belirlenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Özarda, Ö. (2009). Üzümsü Meyvelerde Elde Edilen Ekstraktların Antioksidan Aktivitelerinin Belirlenmesi ve Meyveli İçeceklerdeki Raf Ömrüne Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gebze Teknik Üniversitesi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Kocaeli.
- Özçelik, H. ve Korkmaz, M. (2015). Çeşitli Yönleriyle Türkiye Gülleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi*, 10(2), 1-26.
- Özçelik, H. ve Özçelik Doğan, Ş. (2018). Meyve/Kuşburnu Güllerinin *Rosa L. spp.* Botanik Özellikleri. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*, 11(1), 68-79.
- Özçelik, H., Korkmaz, M., Özgökçe, F. ve Ünal, M. (2012). The Diversity Centers and Ecological Characteristics of *Rosa L.* (Rosaceae) Taxa in Türkiye. *International Research Journal of Plant Science*, 3(10), 230-237.
- Özdemir, F. ve Tor, A. N. (2021). Çankırı Yöresinde Yayılış Gösteren Dikensiz Kuşburnuna (*Rosa x dumalis bechst.*) Ait Bir Araştırma. *Turkish Journal of Forest Science*, 5(2), 418-432.
- Öztürk, H. (2020). *Doğadaki Hazine*. Ankara: Semih Ofset.
- Peker, K. ve Ercişli, S. (1996). Gümüşhane İlinde Kuşburnu Üretiminin Ekonomik Yönden Analizi. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 11-19, 5-6 Eylül, Gümüşhane.

Polat, B. (2012). Kayseri ve Çevresinde Yetişen Bazı Yabani Meyvelerin Biyoaktif Özelliklerinin Araştırılması. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Kayseri.

Poyraz Engin, S. ve Boz, Y. (2019). Ülkemiz Üzümü Meyve Yetiştiriciliğinde Son Gelişmeler. *Uluslararası Anadolu Ziraat Mühendisliği Bilimleri Dergisi*, 1(5), 108-115.

Sayılı, M., Adıgüzel, F. ve Gözener, B. (2010). Tokat İli Merkez İlçede Kuşburnu Ürünleri Tüketim Durumları ve Tüketimde Etkili Faktörlerin Belirlenmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 16(2), 33-43.

Someran, H. (2002). Gümüşhane İlinin Kalkınmasında Kuşburnu Bitkisinin Rolü İle Toplanması ve Pazarlanmasında Karşılaşılan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane ve Yöresinin Kalkınması Sempozyumu*, Ekim, Gümüşhane, Bildiriler Kitabı II: 671-682.

Şahin, G. (2013). Dondurarak ve Açık Havada Kurularak Muhafazanın Kuşburnu Meyvesinin Bazı Kalite Özelliklerine Etkileri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Şen, S. M. ve Güneş, M. (1996). Kuşburnunun Beslenme Değeri, Kullanım Alanları ve Tokat Yöresi Açısından Önemi. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 41-46, Gümüşhane.

Taşova, M., Ergüneş, G., Gerçekcioğlu, R. ve Karagül, Ş. (2019). Konvektif ve Mikrodalga Yöntemlerle Kurutulan Kuşburnu (*RosamontanaChaixsubsp. woronovii* (Lonacz) Ö. Nilsson) Meyvelerinde Kalite Değişimleri. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 34(3), 312 – 318.

Tokatlı, M. (2007). Kuşburnu Proteinlerinin Bazı Kimyasal ve Fonksiyonel Özelliklerinin Belirlenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Türk Patent ve Marka Kurumu (2023). <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (Erişim Tarihi: 06.01.2023).

Türkben, C., Çopur, U., Tamer, E. ve Şenel, Y. (1996). Bursa Yöresinde Doğal Olarak Yetişen Kuşburnu (*Rosa Spp.*) Meyvelerinin Bazı Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 809-814, Gümüşhane.

URL 1. <https://www.odtugastronomi.org/2014/11/02/kusburnu-marmelatli-ve-tam-bugday-unlu-kek/> (Erişim Tarihi: 21.01.2023)

URL 2. <http://www.harikalarmutfagi.com.tr/tarif/kusburnu-tiridi-tarifi-erzurum-3625> (Erişim Tarihi: 29.01.2023)

URL 3. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gumushane/neyenir/kusburnu-soleni> (Erişim Tarihi: 22.01.2023).

URL 4. <https://www.iksirliciftlik.com/blog/icerik/kusburnu-meyvesi-ve-kullanim-alanlari> (Erişim Tarihi: 28.01.2023).

URL 5. <https://www.gumushane.gen.tr/v2/gumushane/kusburnunun-ketcabi-da-yapildi-h19814.html> (Erişim Tarihi: 20.01.2023).

URL 6. <https://www.swedishfood.com/swedish-food-recipes-desserts/217-rosehip-soup> (Erişim Tarihi: 03.02.2023).

User, T. (1967). A Studies on Vitamin C Status in Rosehip Growing in Central and North Anatolia Regions in Our Country and about People Traditions Related to this. *Turkish Hygiene and Experience Journal of Biology*, 21(2), 52-60.

Ünalın, Ö. (2021). Türk Kültüründe Kuşburnu. *ODÜSOBİAD*, 11(3), 745-762.

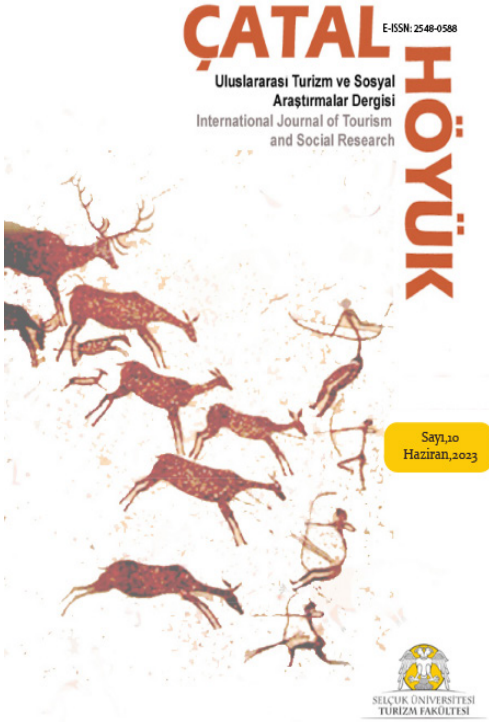
Wolff, S. (1987). Profusion of Infusions. *Food Flavourings, Ingredients, Processing and Packaging*, 9(3), 27-29.

Yamankaradeniz, R. (1983). Farklı Olum Aşamalarındaki Kuşburnu (Rosa sp.) nun Fiziksel ve Kimyasal Nitelikleri. *Gıda*, 8(4), 151-156.

Yıldız, H. ve Nergiz, C. (1996). Bir Gıda Maddesi Olarak Kuşburnu. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 309-318, Gümüşhane.

Yılmaz, H., Bulut, Y. ve Kelkit, A. (1996). Peyzaj Planlama Çalışmalarında Rosa Canina (Kuşburnu)'nın Kullanım Alanları. *Kuşburnu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 5-6 Eylül, 169-175, Gümüşhane.

Zahari, M. S. M., Jalis, M. H., Zulfily, M. I., Radzi, S. M. ve Othman, Z. (2009). Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Educators. *International Education Studies*, 2(2), 66-71.



Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research

Dental Turizm Kapsamında Önde Gelen Ülkelerin Whatclinic ile incelenmesi; Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan Örneği

Examination of Leading Countries in the Scope of Dental Tourism with Whatclinic: Turkey, Hungary, Mexico and India

Armağan AYDIN*
Ceyda IŞIK**

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Atıf / Citation

Aydın, A., & Işık, C. (2023). Dental Turizm Kapsamında Önde Gelen Ülkelerin Whatclinic ile incelenmesi; Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan Örneği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 10, 60-72. DOI: [10.58455/cutsad.1276891](https://doi.org/10.58455/cutsad.1276891)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.

* Dr., Armağan Aydın, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Aydın, Türkiye / Armağan Aydın, Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Aydın, Turkey. E-Posta: armaganaydn@yahoo.com

** Uzman, Ceyda Işık, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Aydın, Türkiye / Specialist, Ceyda Işık, Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Aydın, Turkey. E-Posta: cceydaisikk@gmail.com



Dental Turizm Kapsamında Önde Gelen Ülkelerin Whatclinic ile incelenmesi; Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan Örneği

Armağan Aydın, Ceyda Işık

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

Geliş: 04.04.2023

Kabul: 09.06.2023

Yayın: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1276891](https://doi.org/10.58455/cutsad.1276891)

Haziran, 2023

Sayı: 10

Sayfalar: 60-72

Anahtar Kelimeler:

Dental Turizm, Sağlık Turizmi
Niş Turizm, Motivasyon, Dental
Turizm Talebi, Dental Rekabet

Article Information

Research Article

Submitted: 04.04.2023

Accepted: 09.06.2023

Published: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1276891](https://doi.org/10.58455/cutsad.1276891)

June, 2023

No: 10

Pages: 60-72

Keywords:

Dental Tourism, Medical Tourism,
Niche Tourism, Motivation,
Dental Tourism Demand, Dental
Competition

Özet

Dental turizm, sağlık turizmi içerisinde yer alan döviz kazandırıcı hizmetlerden birisidir. Dünyada dental turizm hizmetleri ile Türkiye, Macaristan, Meksika ve Hindistan öne çıkan ülkeler arasındadır. Bu sebeple çalışmada bu dört ülkenin sunduğu tedavi hizmetleri, dental turistlerin geldikleri ülkeler ve dental turizm gelirleri incelenmek istenmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden gömülü teori tercih edilmiştir. Veri kaynağı olarak whatclinic platformundaki Türkiye, Macaristan, Meksika ve Hindistan özelinde olan ve 2007-2022 yıllarını kapsayan yorumlar kullanılmış ve ülkelerin güncel durumları analiz edilmiştir. Whatclinic'te bulunan otuz ve üzeri yorum alan 42 klinik incelenerek 2531 yorum python programı ile excel dosyası haline getirildikten sonra excel makro ile alt kodlar oluşturularak veriler kategorize edilmiştir. Bu veriler kategorileştirildikten sonra R studio ile grafikleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre en fazla tercih edilen tedaviler iki ve üzeri kombine işlemden oluşan tedavileri içerirken, pedodonti bölümünün ise sadece diaspora turizmi kapsamında tercih edilen bir branş olduğu görülmektedir. Çalışmanın önemli bir katkısı olarak diaspora turizminin dental turizm talebinin oluşmasında ciddi etkisi olduğu söylenebilir. Sonuç olarak bulgular ışığında dental turizm kapsamında yapılan pazar çeşitlendirme faaliyetlerinde branşlara yönelik özelleştirilmiş stratejilerin tercih edilmesinin önemli olabileceği, hedef kitle olarak ise diaspora turistlerinin seçilebileceği düşünülmektedir.

Abstract

Dental tourism is one of the foreign exchange earning services in health tourism. Turkey, Hungary, Mexico and India are among the prominent countries with dental tourism services in the world. For this reason the treatment services offered by these four countries, origin of dental tourists and dental tourism revenues are investigated in the scope of this research Embedded theory, one of the qualitative research methods, was preferred in the study. As a data source, comments specific to Turkey, Hungary, Mexico and India on the whatclinic platform were used and the current situation of the countries was analyzed. After examining 42 clinics in Whatclinic that received thirty or more comments, 2531 comments were converted into excel files with the pyton program, the data divided into categories by creating subcodes with an excel macro, and graphed with R studio. According to the findings, the most preferred treatments include the combination of two or more operations, while the pedodontics department seems to be a preferred branch only within the scope of diaspora tourism. As an important contribution of the study diaspora tourism, , has a serious effect on the formation of dental tourism demand. As a result, in the light of the findings, it is thought that it may be important to prefer customized strategies for branches in market diversification activities within the scope of dental tourism hence diaspora tourists can be selected as the target audience.

GİRİŞ

Sağlık turizmi, acil olmayan sağlık hizmetlerine erişebilmek için uluslararası sınırlarda seyahat eden sağlık turisti ve sürekli yaşadığı yer dışında başka bir yerde ikamet etme koşulu (Şahbaz ve ark, 2012) ile yapılan tedaviler ile (Adams vd., 2017; Abubakar ve Ilkan, 2016) diş, diz protezi gibi işlemleri (Turner, 2011) kapsamaktadır.

Dünyada sağlık sektöründeki tesis ve seçim çeşitliliği (Mathijssen, 2019), uzun bekleme süreleri, uzman doktor eksikliğinden veya teknik yetersizlikten kaynaklı bazı tedavilere erişememe, hijyen kaygısı, hava durumu, yüksek maliyetler, tedavi esnasında oluşabilecek komplikasyonlar ve sağlık sigortalarında yaşanan problemler sağlık hizmeti satın almak isteyen sağlık turistlerini farklı ülkelere yönlendirmektedir (Binoy ve Monisha, 2011:68; Hanefeld vd.,2015:356). Son zamanlarda yapılan bir çalışmaya göre Avrupa vatandaşlarının %49'u sağlık turizmi amacıyla seyahat etme niyetinde ve isteğindedir (Paola vd., 2022: 276).

Dünya sağlık turizmi pazarının %65'i Amerika, Almanya, Japonya, Fransa ve Avusturya gibi ülkelerden gelen sağlık turistlerinden oluşmaktadır. Bu ülkelerden gelen sağlık turistleri ise en fazla; Hindistan, Macaristan, Meksika, Singapur, Tayland, Barbados, Brezilya, İsrail, Güney Kore ve Türkiye'yi tercih etmektedir (Lali ve Merab, 2022:52). Öte yandan sağlık turizminde ülkeler önemli gelirler elde etmektedir. Sağlık turizmi kapsamına ilişkin tahminler yılda 60.000 ila 11 milyon sağlık turistinin seyahat ettiği ve 5-7 milyar dolar ila 100 milyar dolar arası gelir sağladıkları düşünülmektedir (Mathijssen, 2019:373). Amerika'dan gelen sağlık turisti hastalarının en fazla talep ettiği sağlık turizmi çeşidi diş tedavileri olup (Dalen ve Alpert; 2019) Amerika'da yetişkinlerin %59'u maliyetleri nedeniyle Amerika'da diş tedavilerini olmadıklarını belirtmişlerdir (Garner, 2019:21). Birçok konaklama hizmet sağlayıcısı ise sağlık turizmindeki fırsatları görerek bazı hastaneler ile bağlantı kurmuştur (Ancy, 2020:26).

1. DENTAL TURİZM

Yüksek gelirli ülkelerde diş tedavisi, sağlık harcamalarının %5'ini, sigorta dışında yapılan harcamaların ise %20'sini oluşturmaktadır (Garner, 2019). Sağlık turizminin niş bir alanı olan (Oltean, 2020) dental turizm veya diş tatilleri günden güne büyüyen önemli bir segmenttir (Zoltan ve Maggi, 2010:2) ve sağlık turizmi işlemleri arasında %12'lik bir pay oluşturmaktadır (Bagga vd., 2020: 4447). Son yıllarda diş hekimliği sağlık turizminde öne çıkan tedaviler arasındadır ve her geçen gün bu alana olan talep artmaktadır (Can, 2019; Işık, 2019).

Diş hekimliği alanında; oral diagnoz, periodontoloji, cerrahi, endodonti, ortodonti, protez (protetik diş tedavisi), dolgu (restoratif diş tedavileri) ve pedodonti (Güler, 2018) olmak üzere 8 ana branş bulunmaktadır (Işık, 2019: 10). Oral Diagnoz bölümünde röntgen görüntülenerek ilk teşhis ve planlamalar yapılmaktadır. Periodontoloji anabilim dalı, diş eti sorunları, plak oluşumları, estetik problemleri ve çürük oluşumunu önlemek adına diş taşı temizliğinin de yapıldığı bölümdür. Dolgu bölümünde ihtiyaca yönelik dolgular ve beyazlatma işlemi çeşitli beyazlatma materyalleri ile yapılmaktadır. Endodonti bölümünde ise ilerlemiş olan çürük diş kökünün sınırları alınarak tedavi edilmektedir. Cerrahi bölümünde; diş çekimleri ve implant gibi işlemler gerçekleştirilirken; protez bölümünde implant üstü protezler ve kaplamalar yapılmaktadır. Pedodonti ise 14 yaşa kadar olan tüm çocuk hastaları kabul eden ve her türlü diş tedavilerini gerçekleştiren anabilim dalıdır. Tüm tedavilerin yanı sıra dişleri ve üst-alt çene düzensizliğini yüz iskeletine göre belirli aparatlar yardımı ile düzenleyen anabilim dalı ise ortodontidir (Işık, 2019).

Dental turistleri motive eden konular arasında bekleme süreleri, döviz kurundaki değişiklikler, dil problemleri, akraba ziyaretleri (Marcus vd., 2022: 1-8; Işık, 2019) ve kültürel açıdan yakınlık olduğu

ifade edilmektedir (Işık, 2021; Kovacs ve Szocska, 2013:415; Akbar vd., 2020: 22). Yapılan işlemler ayaktan tedaviler olduğu için hastanın günlük yaşantısı etkilenmemektedir (Güler, 2018: 40).

Bu alanda uygun fiyatlar ve kaliteli hizmet sunan birçok ülke bulunmakta ve (Nexhipi, 2018: 80) diş klinikleri aracılığı ile sağlık turizmi alanında turizm gelirlerine önemli katkı sağlanmaktadır (Zoltan ve Maggi, 2010: 12). Dünya sağlık turizminin %25'ini karşılayan Meksika'nın ardından ikinci sırada Hindistan ve Macaristan gelmektedir. Dental turizmde ilk akla gelen ülke Macaristan iken Polonya, Türkiye ve Hırvatistan'ın da gelişmekte olduğu ifade edilmektedir. Öte yandan Avrupalı hastalar Macaristan'ı tercih ederken Asya ve Amerika vatandaşları Hindistan'ı tercih etmektedir (Zoltan ve Maggi, 2010: 2). Garner'a (2019) göre dental turizmde en popüler destinasyon Meksika olup sonrasında Macaristan, Hindistan ve Tayland gelmektedir.

Türkiye

Türkiye, termal turizmin yanı sıra medikal turizm kapsamında da pay sahibi bir ülkedir. Alt yapı ve teknolojik kalitenin yüksek olması, diğer sağlık turizmi yapan ülkelere kıyasla maliyetlerin daha düşük olması, tarihi ve coğrafi çeşitliliğinin bulunması ve zaman içerisinde eğitilmiş personel sayısının artması sağlık turistleri açısından Türkiye'yi tercih edilebilir bir ülke yapmaktadır (Kaya ve Yılmaz, 2020: 423).

Özellikle Türkiye'deki turizm olanakları, seyahat ve konaklamalarda kolaylık, fiyat ve kalite oranları ile sağlık turizm olanaklarını fırsata çevirmektedir. Türkiye'ye her yıl dünyanın farklı bölgelerinden bir milyon turist tedavi olmak için gelmektedir (Kamilova vd., 2022: 260). 2016 yılındaki verilere göre sağlık turizmi kapsamında; kadın hastalıkları ve doğum alanında 9.944 hasta gelmiştir. Göz alanında 7.074 kişi, ortopedi ve travmatoloji alanında 5.655 kişi olmak üzere iç hastalıkları, plastik cerrahi, çocuk hastalıkları, kulak burun boğaz hastalıkları, onkoloji, genel cerrahi ve kardiyoloji kliniklerine sağlık hizmeti almak için (Tengilimoğlu ve Zekioğlu, 2017: 112-113) birçok hasta başvuruda bulunmuştur.

Türkiye'nin diş tedavi hizmetlerinde de diğer ülkelere göre birçok üstünlüğü bulunmaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013: 140). Nitelikli hekimler, dil bilen personel istihdamı, uygun fiyatlar, Avrupa'ya uçuş mesafesi yakınlığı, coğrafi konum, destinasyon çekiciliği gibi unsurlar dental turistler tarafından tercih edilme hususunda öncelik sağlamaktadır (Kaçmaz ve Kahvesi, 2016: 1899-1902; Tanrısevdi ve Işık, 2020: 328-330; Şahbaz vd., 2012: 269). Gümüş vd., (2014) göre Avrupa'dan gelen sağlık turistlerinin %17'si dental turizm amacıyla Türkiye'ye gelmektedir.

Meksika

Meksika sağlık turizminde coğrafi yakınlık sebebiyle Amerikan vatandaşları tarafından tercih edilen bir ülkedir. Uygun fiyatlar, kısa uçuşların olması, teknolojik donanım ve dil bilen personel istihdamı Meksika'nın tercih edilme sebeplerindedir. Aynı zamanda Meksika diş tedavileri, obezite, kök hücre, kozmetik cerrahi alanında öne çıkan (Tontuş, 2015) ve ucuz ilaç satın almak için tercih edilen bir ülkedir (Tengilimoğlu ve Zekioğlu, 2017: 112).

Medikal Turizm Birliği'nin 2013 yılında uygulamış olduğu "Medikal Turizm Hasta Anketi"ne göre en yüksek talep Meksika ve Hindistan'a yöneliktir. Meksika Turizm Sekreterliği 2013 yılında sağlık turizmi kapsamında 6.5 milyonu ABD'den olmak üzere 12 milyon sağlık turistinin geldiğini açıklamıştır (Tengilimoğlu ve Zekioğlu, 2017:113). ABD'de uygulanan fiyatlarla kıyaslandığında diş tedavileri Meksika'da % 30-35 (Tontuş: 2015), %40 (Tengilimoğlu ve Zekioğlu; 2017:112-113) dolayında daha ucuzdur. Meksika sınırında diş kliniklerinin açılması sebebiyle ABD'deki çoğu diş kliniği kapanmıştır.

Macaristan

Avrupa Birliği'ne yakınlığı ve düşük ücret politikası gibi nedenlerle 80'li yıllardan itibaren tercih edilen ve Avrupa Birliği'ne üye olduktan sonra popülaritesi artan Macaristan günümüzde dünya sağlık turizmi sektörünün %21'ini oluşturmaktadır. Macaristan'da yapılan plastik cerrahi operasyonlarının %40-70 oranı sağlık turizmi kapsamındadır Dental turizm özelinde ise Avrupalı hastaların %42'si diş tedavilerinde Macaristan'ı tercih etmektedir. Macaristan Merkez Vergi Bürosu'nun raporuna göre her yıl 60.000 ila 70.000 dolayında hasta Macaristan'a gelmekte ve ülke sadece diş işlemlerinden yılda 250 milyon Euro gelir elde etmektedir (Özçelik Heper, 2021: 137; Tontuş, 2015: 2; Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 197).

Her yıl 160.000 Avusturyalı'nın diş tedavileri için Macaristan'ı tercih ettiği ve Avrupa'dan 58.000 kişinin Macaristan'a yurtdışı tedavi masrafları için geri ödeme talebinde bulunduğu ifade edilmiştir (Österle, 2007: 112). Ülke, günümüzde Avrupa'nın diş başkenti olarak tanımlanmaktadır (Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 208).

Hindistan

Hindistan geleneksel tıp temelli anlayışa sahip en büyük ülkedir (Kaya ve Yılmaz, 2020: 422). Hindistan ayurveda ve sağlık turizmi gibi birçok alanda hizmet sunmaktadır. Tedavilerin pahalı olması, bekleme sürelerinin fazla olması gibi itici faktörler ile ABD'de ve Birleşik Krallık'ta çalışan çok sayıda Hintli doktor olması, Hindistan'daki tedavi hizmetinin güvenilir olması ve tam gizlilik politikası gibi çekici faktörlerin etkisi ile dental turistler bu ülkeyi tercih edebilmektedir (Feritas, 2010: 28). Bu durum Hindistan'ın günden güne küresel sağlık hizmeti veren bir destinasyon statüsüne gelmesini sağlamaktadır. Ülke, sağlık turizmini daha fazla teşvik etmek için makul fiyat politikasını sürdürmeyi hedeflemekte ve medikal turizm stratejileri geliştirmektedir (Ancy, 2020: 25; Abubakar ve Ilkan, 2016: 192; Aydın ve Karamehmet Aydın, 2015: 1-3).

Bu stratejiler kapsamında yapılan düzenlemeler ile sağlık turizmi vizesi olan turistlere 1 yıla kadar ikamet imkânı, yabancı sağlık çalışanları için ise istihdamı kolaylaştırıcı vize hizmeti sunulmaktadır. Dental turizm özelinde Hindistan'ın avantajları ise uygun fiyatlar, alanında birçok uluslararası sigorta şirketleri ile anlaşma, İngilizce bilen uzman doktorlar, diaspora turizmi, turizm olanakları, wellness, meditasyon ve spa imkanları, ulaşım kolaylığı, bekleme süresinin olmaması, politik ve siyasi kolaylıklar, kaliteli ve teknolojik cihazlar ve kişiselleştirilmiş diş tedavileridir (Mitra ve Chawla, 2016; 1271: Ancy vd., 2020: 30).

2. YÖNTEM

Çalışmanın amacı, Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan'dan satın alınan tedavi hizmetlerini, dental turistlerin geldikleri ülkeleri, dental turizm gelirlerini ve mevcut durumu analiz etmektir. Literatüre göre Tanrısevdi ve Işık (2020: 329) Macaristan ve Hindistan'ın kapsamlı sağlık turizmi pazarlama faaliyetleri yürüttüklerini ve bu sayede döviz kazandıklarını vurgulamışlardır. Tengilimoğlu ve Zekioğlu (2017: 113) Hindistan'da sağlık turizmi kapsamında sunulan fiyatların % 65-90 arasında hastaya tasarruf sağladığını, Tengilimoğlu (2020: 113) ise Meksika'nın Amerika Birleşik Devletleri'nden %40 uygun fiyatlar sunduğu için tercih edildiğini, öte yandan Türkiye'nin sağlık turizminde Hindistan ve Malezya gibi başarılı ülkeler arasında olduğunu ifade etmiştir. Bu sebeplerle mevcut durumu daha iyi anlayabilmek için Amerika kıtasından Meksika, Asya kıtasından Hindistan, AB üyesi olduğundan Avrupa pazarında ülkeler arası dolaşımda kolaylık sağlayan Macaristan ve Türkiye çalışmaya dâhil edilmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar, varsayımlar ile başlayıp yorumlayıcı ve sosyal bir sorun olarak oluşturulan probleme yönelik bireylerin veya grupların amaçlarını ortaya koymak üzere araştırma sorularının (Creswell, 2016) ele alınması olarak tanımlanabilir. Bu sebeple Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan hakkında yapılan yorumlar üzerinden dental turizmin genel durumu ifade edilmek istenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan gömülü teoride öncelikle veri toplama yöntemine karar verilir ardından elde edilen veriler düzenlenerek gömülü olan henüz literatürde ifade edilmemiş veya gün yüzüne çıkmamış veriler yorumlanmaktadır (Mil vd., 2007: 46). Çalışmada veri toplama aracı olarak turistler tarafından birçok farklı kliniğe ve tedaviye yorum yapıldığı için Whatclinic sitesi tercih edilmiştir. Whatclinic talebe yönelik tüm klinik ve prosedürlere ücretsiz erişim sağlamakta olup dünyada en fazla tercih edilen platformlardan birisidir (Jezdovic vd., 2021: 23). Bu sayede hastalar yurt dışına çıkmadan önce gerekli araştırmayı yapabilmekte, doktorunu önceden görerek güven kazanmakta, talep edeceği işlemlerde ortalama ücreti öğrenebilmekte ve tatil programlarını buna göre düzenleyebilmektedir. Bu sebeplerle Whatclinic’de bulunan klinikler incelenmiştir.

Bu dört ülkeden hizmet alan kişilere daha kolay ulaşabilmek için Whatclinic uygulamasına öncelikle satın alınmak istenilen hizmet satırına “dentistry” yazılmış ve ülke satırına sırasıyla; Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan yazılarak klinikler taranmıştır. Whatclinic’de 2007–2022 yılları arasında yorum alan Türkiye’den 965, Meksika’dan 931, Macaristan’dan 293 ve Hindistan’dan 974 klinik tespit edilmiş, bu kliniklerden 30 ve üzeri yorum alan toplamda 42 klinik incelenmiştir. Elde edilen 2531 yorum python programlama dili kullanılarak excel dosyası haline dönüştürülmüş ve okunmuştur. Bu sayede Whatclinic programında dental turistlerin geldikleri ülkeler, ödedikleri ücretler, satın aldıkları dental tedavi hizmetleri kodlanarak kategoriler halinde düzenlenmiştir. Analiz ve düzenleme için excel makroları yazılarak oral diyanoz, periodontoloji, restoratif, endodonti, cerrahi, protez ve kombine kodları kullanılarak Tablo 1 oluşturulmuştur. Bu sayede kelime gruplarının kategorileşmesi sağlanmış (Marcus vd., 1; 2022; Işık 2019: 74) ve branş bazında dental turizm kapsamında gömülü olan ancak literatürde henüz ifade edilmemiş bilgilere ulaşılmıştır.

Tablo 1’de yer alan Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan’ı aynı anda tercih eden dental turistlerin, tercihleri üç ülke ile sınırlandırıldığında yaptıkları tercihler Tablo 2’de ifade edilmiştir. Excel makroda ülke sütünü üç ile kısıtlanarak ilk üç ülkeyi tercih eden dental turistler satın aldıkları tedavilere göre branş bazında kategorilere ayrılmıştır. Öte yandan tercih edilme noktasında Tablo 2’deki veriler ışığında Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan özelinde kendi aralarında dental turizmde yapılacak rekabet analizlerine rakamsal olarak katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Gömülü teori kapsamında elde edilen veriler ışığında kendi ülkelerini ziyaret edip tedavi satın alan fakat farklı ülkede yaşayan diaspora turistlerinin olduğu gömülü teori kapsamında tespit edilmiştir. Excel makroda “geldikleri ülke sütünü” Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan olarak filtrelenmiş ve Tablo 3 oluşturulmuştur. Bu sayede hem diaspora hem dental turist olarak değerlendirilen vatandaşların sağlık turizmi içerisindeki payı ifade edilmek istenmiştir.

Öte yandan “R studio” programının turizm destinasyonlarını tespit etmek, veriyi analiz etmek ve bulguları grafiklestirmek gibi amaçlarla sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda kullanıldığı bilinmektedir (Zhou vd., 2015: 150; Guleria ve Kaur, 2021: 1001). Ülkeler için total harcama değerleri birbirlerinden çok farklı olduğu için bu değerlerin logaritması alınarak değerler standardize edilmiş ve R studio ortamında grafiklere dönüştürülerek Tablo 4 oluşturulmuştur.

3. BULGULAR

Whatclinic uygulaması üzerinden dört ülkeyi de dental turizm için tercih eden ülkeler Tablo 1’de rakamsal olarak ifade edilmiştir. Buna göre 2007–2022 yılları arasında Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan’a Kanada’dan 1.239, İngiltere’den 1.413 ve Amerika’dan 5.144 kişi dental turizm amacıyla seyahat etmiştir. Kanada’dan Türkiye’ye 5, Meksika’ya 1184, Macaristan’a 35 ve Hindistan’a 15 kişi; İngiltere’den Türkiye’ye 703, Meksika’ya 16, Macaristan’a 354 ve Hindistan’a 340 kişi; Amerika’dan Türkiye’ye 90, Meksika’ya 4832, Macaristan’a 7 ve Hindistan’a 215 kişi dental turizm hizmeti satın almak için seyahat etmiştir.

Tablo 1. Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan’ı Dental Turizm Amacıyla Ziyaret Eden Turistlerin Milliyetlerine ve Satın Aldıkları Tedavi Türüne Göre Sınıflandırılması

Ülke	Destinasyon	Oral Diagnoz	Periodontoloji	Restoratif	Endodonti	Cerrahi	Protez	Ortodonti	Bilinmeyen	Kombine	Toplam
Kanada	Türkiye								5		5
	Meksika	33	6	50	17	121	50			907	1184
	Macaristan	1				4				30	35
	Hindistan	1								14	15
İngiltere	Türkiye	110	11	41	12	109	154	10	8	248	703
	Meksika					1	2			13	16
	Macaristan	16	4	16	2	42	23			251	354
	Hindistan	1	1	6	3	12	20			297	340
Amerika	Türkiye	12	3	3	4	17	14		1	36	90
	Meksika	135	53	110	70	419	189			3856	4832
	Macaristan					1				6	7
	Hindistan		1	5	4	26	13			166	215
Toplam		309	79	231	112	752	465	10	14	5824	7796

İki çeşit ve üzeri hizmetleri kapsayan kombine tedavi satın alan kişiler Tablo 1’ e göre en fazla satın alınan 5824 işlemi oluşturmaktadır. İkinci olarak 752 cerrahi ve sonrasında 465 protez, 309 oral diagnoz, 231 restoratif, 112 endodonti, 79 periodontoloji, 14 bilinmeyen ve 10 defa ortodontiyi tercih eden dental turist bulunmaktadır. Tercih edilen tedavi türleri arasında pedodonti bulunmamaktadır.

Kanada’dan Türkiye’ye gelen dental turistlerin yaptırdığı 5 işlemin içeriğine ulaşılammıştır. Meksika’ya giden dental turistler 33 oral diagnoz, 6 periodontoloji, 50 restoratif, 121 cerrahi, 17 endodonti, 50 protez işlemi satın almış ve bunların dışında da 50 defa kombine hizmet alımı yapan dental turist bulunmaktadır. Macaristan’a 1 oral diagnoz, 4 cerrahi ve 30 kombine işlem satın almışlardır. Hindistan’a giden dental turistler ise oral diagnoz alanında 1 ve kombine işlem olarak ise 14 işlem satın alımı gerçekleştirmiştir.

İngiltere’den Türkiye’ye gelen dental turistler 110 oral diagnoz, 11 periodontoloji, 41 restoratif, 12 endodonti, 109 cerrahi, 154 protez, 10 ortodonti ve kombine 248 hizmet alımı yapmıştır. Bunların dışında da türü bilinmeyen 8 işlem mevcuttur. Meksika’ya giden dental turistler ise 1 cerrahi, 2 protez ile 13 kombine işlem satın almıştır. Macaristan’dan 16 oral diagnoz, 4 periodontoloji, 16 restoratif, 2 endodonti, 42 cerrahi, 23 protez ve 251 kombine hizmet alımı yapan dental turist bulunmaktadır. Hindistan’dan 1 oral diagnoz, 1 periodontoloji, 6 restoratif, 3 endodonti, 12 cerrahi, 20 protez ve 297 kombine hizmet alımı yapan dental turist olduğu tespit edilmiştir.

Amerika'dan Türkiye'ye giden dental turistler 12 oral diagnoz, 3 periodontoloji, 3 restoratif, 4 endodonti, 17 cerrahi, 14 protez, ve 1 bilinmeyen hizmet alımı yapmıştır. Meksika'ya giden dental turistler ise 135 oral diagnoz, 53 periodontoloji, 110 restoratif, 70 endodonti, 419 cerrahi, 189 protez ve 3856 bilinmeyen hizmet alımı yapmışlardır. Macaristan'dan 1 cerrahi ve 6 kombine hizmet alımı yapan dental turist bulunmaktadır. Hindistan'dan 1 periodontoloji, 5 restoratif, 4 endodonti, 26 cerrahi, 13 protez ve 166 kombine hizmet alımı yapan dental turist bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Üç Ülkeyi Dental Turizm Amacıyla Ziyaret Eden Turistlerin Milliyetlerine Göre Sınıflandırılması

	Destinasyon	Oral Diagnoz	Periodontoloji	Restoratif	Endodonti	Cerrahi	Protez	Kombine	Genel Toplam
Avusturya	Türkiye	1						1	2
	Macaristan	2						12	14
	Hindistan		1	2	1	20	8	183	215
Belçika	Türkiye	3	1	1		3	1	5	14
	Macaristan			2		2	2	8	14
	Hindistan					1		9	10
Danimarka	Türkiye					1		1	2
	Macaristan	2				1		18	21
	Hindistan	1						4	5
Fransa	Türkiye			2	1	4	7	8	22
	Macaristan	1						6	7
	Hindistan							5	5
Almanya	Türkiye	5				4	3	10	22
	Macaristan	2				2		24	28
	Hindistan					1	1	3	5
İrlanda	Türkiye	33	7	12	6	9	34	53	154
	Macaristan	3			1	13	6	54	77
	Hindistan				1		2	7	10
Yeni Zelanda	Türkiye							3	3
	Macaristan	1						6	7
	Hindistan					4	2	19	25
Birleşik Arap Emirlikleri	Türkiye	2	1		1	1	2	7	14
	Macaristan			4	2	2	2	4	14
	Hindistan							5	5
Güney Afrika	Türkiye							2	2
	Meksika	3						21	24
	Hindistan					2	3	20	25
Toplam		59	10	23	13	70	73	498	746

Tablo 2'ye göre sadece 3 ülkeyi tercih eden dental turistler milliyetlerine göre kodlanmıştır. Bu tabloya göre pedodonti ve ortodonti hastası bulunmamaktadır. Avusturya'dan 231, Belçika'dan 38, Danimarka'dan 28, Fransa'dan 34, Almanya'dan 55, İrlanda'dan 241, Yeni Zelanda'dan 35, Birleşik Arap Emirlikleri'nden 33 ve Güney Afrika'dan 51 olmak üzere toplamda 746 hizmet satın alımı

gerçekleşmiştir. En çok talep gören işlem 498 adet ile kombine işlemlerdir. İkinci sırada 73 başvuru ile protez ve üçüncü sırada 70 başvuru ile cerrahi bölümü gelmektedir.

Avusturya'dan Türkiye'ye gelen dental turistler 1 oral diagnoz ve 1 kombine Macaristan'a giden dental turistler 2 oral diagnoz ve 12 kombine işlem satın almışlardır. Hindistan'a giden dental turistler 1 periodontoloji, 1 restoratif, 1 endodonti, 20 cerrahi, 8 protez ve 183 kombine işlem yaptırmıştır.

Belçika'dan Türkiye'ye gelen dental turistler; 3 oral diagnoz, 1 periodontoloji, 1 restoratif, 3 cerrahi, 1 protez, 5 kombine, Macaristan'a giden dental turistler 2 restoratif, 2 cerrahi, 2 protez ve 8 kombine, Hindistan'a giden dental turistler 1 cerrahi, ve 9 kombine hizmet satın almış dental turist bulunmaktadır.

Danimarka'dan Türkiye'ye gelen dental turistler; 1 cerrahi, 1 kombine, Macaristan'a giden dental turistler 2 oral diagnoz, 1 cerrahi, 18 kombine, Hindistan'a giden dental turistler ise 1 oral diagnoz, 4 kombine hizmet satın almaya giden dental turist bulunmaktadır. Fransa'dan Türkiye'ye gelen dental turistler 2 restoratif, 1 endodonti, 4 cerrahi, 7 protez, 8 kombine, Macaristan'a giden dental turistler 1 oral diagnoz, 6 kombineyle Hindistan'a giden dental turistler ise sadece 5 kombine dental işlem satın alındığı tespit edilmiştir.

Almanya'dan Türkiye'ye gelen dental turistler; 5 oral diagnoz, 4 cerrahi, 3 protez ve 10 kombine işlem, Macaristan'a giden dental turistler 2 oral diagnoz, 2 cerrahi, 24 kombine, Hindistan'a giden dental turistler ise 1 cerrahi, 1 protez, 3 kombine dental hizmet almıştır.

İrlanda'dan Türkiye'ye gelen dental turistler ise 33 oral diagnoz, 7 periodontoloji, 12 restoratif, 6 endodonti, 9 cerrahi, 34 protez, 53 kombine hizmet satın alınmıştır. Macaristan'a giden dental turistler 3 oral diagnoz, 1 endodonti, 13 cerrahi, 6 protez, 54 kombine, Hindistan'a giden dental turistler ise 1 endodonti, 2 protez, 7 kombine işlem satın alınmak üzere seyahat edilmiştir.

Yeni Zelanda'dan Türkiye'ye gelen dental turistler; 3 kombine, Macaristan'a giden dental turistler 1 oral diagnoz, 3 kombine, Hindistan'a giden dental turistler ise 4 cerrahi, 2 protez, 19 kombine dental hizmet satın alınmıştır.

Birleşik Arap Emirlikleri'nden Türkiye'ye gelen dental turistler; 2 oral diagnoz, 1 periodontoloji, 1 endodonti, 1 cerrahi, 2 protez, kombine hizmet satın alınmıştır. Macaristan'a giden dental turistler 4 restoratif, 2 endodonti, 2 cerrahi, 2 protez, 4 kombine, Hindistan'a giden dental turistler ise 5 kombine işlem satın alınmıştır.

Güney Afrika'dan Türkiye'ye gelen dental turistler 2 defa kombine, Meksika'dan 3 oral diagnoz ve 21 kombine Hindistan'dan ise 2 cerrahi, 3 protez ve 20 kombine olmak üzere 51 dental turist dental işlem satın almıştır.

Tablo 3. Whatclinic Verilerine Göre Diaspora Turizmi

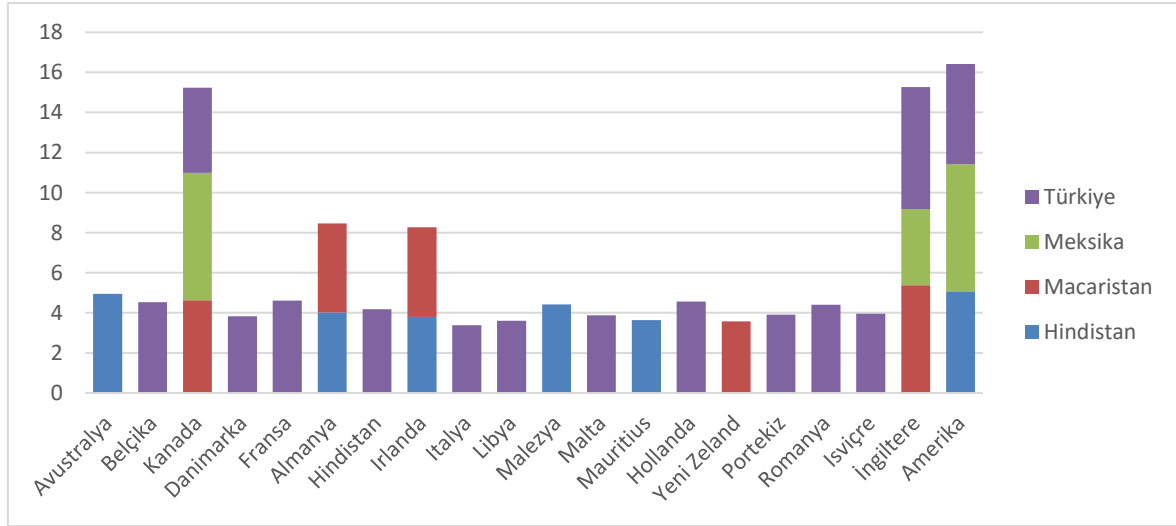
Vatandaşlığı Olunan Ülke	Varış Destinasyonu	Oral Diagnoz	Periodontoloji	Restoratif	Endodonti	Cerrahi	Protez	Ortodonti	Pedodonti	Kombine	Genel Toplam
Türkiye	Türkiye	60	11	12	7	46	52	5	1	126	320
Meksika	Meksika	21	10	9	6		18			457	521
Macaristan	Macaristan	1				9	9			58	77

Hindistan	Hindistan	2	1	3	7	12	13	1		1086	1125
Toplam		84	22	24	20	67	92	6	1	1727	2043

Vatandaşı olduğu ülkeden hizmet alan kişi sayıları ise Tablo 3’de görülmektedir. Buna göre en fazla Hindistan vatandaşlarının vatandaşı olduğu ülkeden hizmet aldığı söylenebilir.

Türk vatandaşı olup Türkiye’de oral diagnoz branşından 60, periodontolojiden 11, restoratiften 12, endodontiden 7, cerrahiden 46, protezden 52, ortodontiden 5, pedodontiden 1, kombine 126 adet dental işlem yapılmıştır. Meksika vatandaşı olup Meksika’da oral diagnoz 21, periodontolojiden 10, restoratiften 9, endodontiden 6, protezden 18, kombine 457 tedavi satın alınmıştır. Macaristan’dan tedavi satın alan Macaristan vatandaşları 1 oral diagnoz, 9 cerrahi, 9 protez ve 58 kombine işlem satın alırken, Hindistan’a giden Hint vatandaşları ise 2 oral diagnoz, 1 periodontoloji, 3 restoratif, 7 endodonti, 12 cerrahi, 13 protez, 1 ortodonti, 1 pedodontiden, 1086 kombine dental tedavi hizmeti almışlardır.

Tablo 4. Ülkelere Göre Toplam Harcamalar



Tablo 3’ de Whatclinic programında ödedikleri ücretleri belirten dental turistlerin gittikleri ülkelere göre gelir grafiği incelendiğinde 14 ülke(Amerika, İngitere, İsviçre, Romanya, Portekiz, Hollanda, Malta, Libya, İtalya, Hindistan, Fransa, Danimarka, Kanada ve Avustralya) ile en fazla talep gören ülkenin Türkiye olduğu görülmektedir. Hindistan’ a 6 (Amerika, Mauritius, Malezya, İrlanda, Almanya ve Avustralya) ülkeden ülkelere, Macaristan’ a 5 (Kanada, Almanya, İrlanda, Yeni Zelanda ve İngiltere) ülkeden ve Meksika’ya 3 (Kanada, İngiltere ve Amerika) dental turizm amaçlı ziyaretlerde bulunulmuştur.

Türkiye’ye gelen dental turistlerden; Belçika vatandaşları 4.531 dolar, Kanada vatandaşları 4.253 dolar, Danimarka vatandaşları 3.834 dolar, Fransa vatandaşları 4.610 dolar, Hindistan vatandaşları 4.189 dolar, İtalya vatandaşları 338 dolar, Libya vatandaşları 3.614 dolar, Malta vatandaşları 3.886 dolar, Hollanda vatandaşları 4.572 dolar, Portekiz vatandaşları 3.915 dolar, Romanya vatandaşları 4.407 dolar, İsviçre vatandaşları 3.957 dolar, İngiltere vatandaşları 6.089 dolar, Amerika vatandaşları 4994 dolar dental turizm harcaması yapmıştır.

Meksika’da, Kanada vatandaşları 6.361, İngiltere vatandaşları 3.808 ve Amerika vatandaşları 6.348 dolar harcaması yapmışlardır. Macaristan’a giden Kanada vatandaşları 4.623, Almanya vatandaşları 4.446, İrlanda vatandaşları 4.461, Yeni Zelanda vatandaşları 3.569 ve İngiltere vatandaşları 5.375 dolar dental turizm harcaması yapmıştır.

Hindistan'a dental turizm kapsamında gelen Avustralya vatandaşları 4.955 dolar, Almanya vatandaşları 4.025, İrlanda vatandaşları 3.805, Malezya vatandaşları 4.428, Moritus vatandaşları 3.637 ve Amerikan vatandaşları 5.076 dolar dental turizm harcaması yapmışlardır.

Toplamda Meksika, 16,516.648 dolar, Hindistan 25,926.554 dolar, Macaristan 22,474.893 dolar, Türkiye ise 60,234.790 dolar dental turizm geliri elde etmiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Ülkeden ülkeye değişen sağlık sistemi, fiyatlar, güvenlik kaygıları, dil problemleri gibi sebeplerle sağlık turistleri farklı ülkelere yönelebilmektedir. Sağlık turizminin alt kollarından birisi olan dental turizm, katma değer yaratarak ülkeler açısından döviz kazandırıcı bir hizmet olarak düşünülebilir.

Literatürde Dinçer vd., (2016: 44) Tayland, Malezya, Hindistan ve Türkiye'yi karşılaştırarak Türkiye'nin rekabet edebilmesi için 25 maddelik pazarlama stratejisi geliştirmiş ve dental turizm için bir GZFT analizi yapmışlardır. Bu çalışmaya göre Türkiye'de sağlık turizmi ile turizm değerlerinin kombine edilmesi, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve güvenlik algısının olumlu yönde desteklenmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Kaya vd., (2020: 432) Hindistan ve Türkiye'yi sağlık turizmi kapsamında karşılaştırıp Türkiye'nin uygulama temelli, Hindistan'ın ise daha çok felsefe temelli yöntemler tercih ettiği vurgulamışlardır. Zoltan ve Maggi (2010: 2) Macaristan, Polonya, Meksika, Tayland, İngiltere ve Amerika'yı diş tedavilerindeki fiyat çerçevesinde karşılaştırmış ve dört ülkenin de İngiltere ve Amerika'dan ucuz olduğunu ifade etmişlerdir. Sözelimi Alman dental turist açısından sigortalarının kapsamadığı tedaviler Whatclinic'te Macaristan ve Türkiye özelinde fiyatlar ve tercih edilen işlemler açısından incelenerek Türkiye'nin daha avantajlı olduğunu vurgulamışlardır (Tanrısevdi ve Işık, 2020: 337).

Tablo 1'de ifade edildiği üzere Türkiye, Meksika, Macaristan ve Hindistan tercih edilen işlemler bakımından irdelenmiştir. Buna göre en fazla tercih edilen işlem iki veya üzeri olan kombine dental işlemlerdir. İkinci en fazla tercih edilen işlem cerrahi olup üçüncü sırada protez yer almaktadır. Her işlem öncesi ilk muayene ve röntgen teknikleri ile doğru teşhis koyulabilmesi için hasta öncelikle oral diağnoz bölümü tarafından muayene edilmelidir. İmplant gibi tedavilerde iki basamaktan oluşup protez ve cerrahi alanında işlem yapılmaktadır. Söz gelimi Gürcistan'a gelen dental turistlerin genellikle protez ve genel diş hekimliği alanında tedavi satın aldığı vurgulanmıştır (Lali ve Merab, 2022: 53). Bu sebeple kombine işlemlerin en fazla tercih edilen işlem olduğu düşünülmektedir. Ortodontiyi sadece İngilizler tercih ederken pedodonti bölümüne ise hiç talep bulunmamaktadır.

Çalışmada yer alan veriler ışığında Tablo 1 ve Tablo 2'ye göre dördüncü en çok tercih edilen işlem ilk muayenedir. Zaman içerisinde ilk muayenenin öneminin dental turistler tarafından kavrandığı düşünülmektedir.

Tablo 2'ye göre Güney Afrika'daki dental turistler Macaristan'dan ziyade Meksika'yı tercih ederken diğer ülkeler Macaristan'ı tercih etmektedir. Macaristan'ın Avrupa ülkelerine olan yakınlığı sebebiyle tercih edildiği düşünülmekte olup (Işık, 2019: 18) Güney Afrika'daki dental turistlere yönelik çalışmaların artırılması gerektiği düşünülmektedir. Tercih seçeneği üçe indirildiğinde hem Türkiye hem de Macaristan özelinde en yüksek işlem satın alma oranı İrlandalı dental turistlerden görülürken her ikisine de en fazla döviz bırakan ülke İngiltere'dir.

Web sitesinde yer alan yorumlar içerisinde Tablo 3' de ifade edildiği üzere her ülke özelinde sağlık turizmi kapsamında kendi ülke vatandaşlarının da olduğu tespit edilmiş ve tedavi satın alan kullanıcıların isimleri incelenmiştir. Söz gelimi Türk vatandaşlarının Türkiye'deki klinikler hakkında, Almanca dilinde yorum yaptıkları görülmüştür. Buna göre dental turistlerin çalıştığı veya

yaşadıkları ülkeden ziyade asıl vatandaşı olduğu veya doğup büyüdüğü ülkeye aile turizmi, akraba arkadaş ziyareti turizmi (Schanzel ve Yeoman, 2015: 145) veya diaspora turizmi (Kaygalak vd., 2015: 435; Çıkkı, 2022: 21-22) kapsamında ziyaretlerde buldukları ve bu esnada dental tedaviler satın aldıkları söylenebilir. Türkiye'nin diaspora turizminden kaynaklı olarak sağlık turizminde tercih edilen bir ülke olduğu vurgulanmıştır (Tanrısevdi ve Işık, 2020: 335). Öte yandan Türkiye'de yaşayan yerleşik yabancıların akrabaları tarafından ziyaret edilme oranları %96.3 düzeyinde olup (Özgürel ve Avcıkurt, 2017: 195), Kuşadası'na dental turizm kapsamında gelen kişilerin akraba-arkadaş ziyaretlerini gerçekleştirebildikleri ve varsa sürekli ikamet ettikleri yeri ziyaret ettikleri ifade edilmiştir. (Işık ve Tanrısevdi, 2020: 261). Almanya'da yaşayan Türklerin %93,3' ünün diaspora turizmi kapsamında Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti olduğu vurgulanmaktadır.

Tablo 3'e göre ülkesini en fazla dental turizm alanında ziyaret etme eğilimi olan millet Hintlilerdir. İkinci sırada Meksikalılar, üçüncü sırada Türkler ve dördüncü sırada Macarlar bulunmaktadır. Tablo 1 ve Tablo 2'nin Tablo 3'e göre oranı %23'dür. Buna göre diaspora turizmi dental turizmde niş pazarlardan biri olarak değerlendirilmesi gereken yeni bir hedef pazar kitlesi olarak önerilmektedir. Öte yandan çocuklar için dental hizmet sunan pedodonti bölümünün dental turistlerden ziyade diaspora turizmi kapsamında tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 4'e göre en fazla dental turizmde döviz kazanan ülke Türkiye olup 60.234,790 dolar gelir elde etmiştir. Türkiye'yi sırasıyla 25.926,554 dolar ile Hindistan, 22.474,893 dolar ile Macaristan ve 16.516,648 dolar ile Meksika takip etmektedir. Dünyanın farklı ülkelerinden Türkiye'ye 14, Hindistan'a 6, Macaristan'a 5 ve Meksika'ya 3 ülkeden dental turizm alanında turist geldiği görülmektedir.

Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3' deki işlemler göz önüne alınarak Tablo 4 oluşturulmuştur. Bu tabloya göre Meksika'ya Amerika'dan 4.832, Türkiye'ye İngiltere'den 703, Macaristan'a İngiltere'den 354 ve Hindistan'a diaspora turizmi kapsamında 1.125 Hindistan vatandaşı dental turizm işlemi satın almak için seyahat etmiştir. Buna göre ülkelerin sağlık turizmi gelirlerinde bulunduğu fiziki coğrafyadan etkilendiği söylenebilir.

Sonuç olarak toplamda en fazla dental tedavi hizmeti veren ülke 6577 işlem ile Meksika'dır. İkinci sırada, 2000 hizmet ile Hindistan, 1353 hizmet ile Türkiye ve 655 hizmet ile Macaristan bulunmaktadır.

Oral diagnoz 452, periodontoloji 111, restoratif 278, endodonti 145, cerrahi 889, protez 630, ortodonti 16, pedodonti 1, bilinmeyen 14, kombine 8.049 dental işlem yapılarak toplamda 10.585 tedavi yapılmış ve 125,152.890 dolar gelir elde edilmiştir. Ülkeler arasında en fazla dental hizmet satın alan ülke Amerika'dır. İkinci sırada İngiltere ve üçüncü sırada Kanada yer almaktadır. En fazla dental tedavi hizmeti veren ülke Meksika iken en fazla geliri Türkiye elde etmiştir.

Bu bulgular ışığında dental turizm kapsamında yapılan pazar çeşitlendirme faaliyetlerinde branşlara yönelik özelleştirilmiş stratejilerin kullanımının önemli olabileceği, hedef kitle olarak ise diaspora turistlerinin seçilebileceği düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda dental turizm kapsamında pedodonti bölümünün tercih edilmemesinin sebeplerinin araştırılmasının da literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abubakar AM, Ilkan M. (2016). Impact of Online WOM on Destination Trust and Intention to Travel: A Medical Tourism Perspective, *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(3), 192-201.
- Adams K, Snyder J, Crooks VA, Johnston R. (2017). Developing An Informational Tool For Ethical Engagement in Medical Tourism, *Philosophy, Ethics and Humanities in Medicine*, 12(4), 1-13.
- Akbar, F.H., Pasiga, B.D., Samad, R., Rivai, F., Abdullah A.Z., Awang A.H., Pasinringi, S.A., Saleh, L.M., Irwandy, D.P. (2020). The relationship between service quality, culture similarity to satisfaction and loyalty of medical (dental) tourism, *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8), 21-32
- Ancy, R. J., Shenoy, R. P., Jodalli, P. S., & Pasha, I. M. (2020). Benefits of Medical and Dental Tourism: a Review. *J Dental Med Sci*, 19(3), 26-31.
- Arrobas, F. (2021). Dental tourism: How to promote Lisbon as a destination for the English population?., *Universidade De Lisboa Instituto de Geografia e Ordenamento do Território*, 1-372.
- Aydın G, Karamehmet Aydın B. (2015). Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi Pazarlama Uygulamaları ve Karşılaştırmalı Durum Analizi, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 16, 1-21.
- Bagga, T., Vishnoi, S.K. ve Sharma, R. (2020). Medical Tourism: Treatment, Therapy & Tourism, *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9 (3), 4447- 4453.
- Binoy, T. A., & Monisha, A. (2011). Dental Tourism Development in India: An Empirical Study. *Atna Journal of Tourism Studies*, 6(1), 65-83.
- Can, B. (2019). Türkiye ve Dünyada Sağlık Turizmi ve Hastaların Türkiye’yi Tercih Etme Nedenleri: Özel Bir Hastane Örneği, *İstanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- Creswell JW. (2016). Nitel Araştırma Yöntemleri (3rd ed), Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir (Çev. Edit), Siyasal Kitabevi, Ankara,.
- Çam, O. Ve Çılgınoğlu, H. (2021). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizmde Öne Çıkan Sağlık Uygulamaları, *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 197-216.
- Çıkkı, K.D. (2022). Diaspora Turizmini Kuşaklar Boyutunda Ele Alan Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(1), 19-39.
- Dalen, J. E. ve Alpert, J.S. (2019). Medical Tourists: Incoming and Outgoing, *The American Journal of Medicine*, 32(1), 9-10.
- Diñçer, M.Z., Çifçi, M.A. ve Karayılan, E. (2016). Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye’nin Tayland, Malezya ve Hindistan’ a göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2016(1), 34-60.
- Feritas HMT. *Turismo Médico: A Globalização da Saúde Gest* Dissertação de Mestrado em Gestão e Economia de Serviços de Saúde, Faculdade de Economia Universidade do Porto, Yüksek Lisans Tezi, Portekiz 2010, 28.
- Garner, R. (2019). Implications of dental tourism Examining US Patients Travelling to Mexico for Dental Care. *BDJ In Practice*, 32(10), 20-23.
- Guleria, D., ve Kaur, G. (2021). Bibliometric Analysis Of Ecopreneurship Using Vosviewer And Rstudio Bibliometrix 1989–2019, *Library Hi Tech*, 39(4), 1001-1024.
- Güler M. Konsültasyon Nedir, Ne Değildir? (2018). *Türk Dış Hekimliği Birliği Dergisi*, 164(Mart), 40-41.
- Gümüş, S., Korkmaz, M., Kılınç, B., Yücel, A.S., Aytaç, A. ve Toker F. (2014). Sağlık Pazarlaması ve Uygulamaları, *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 95-108.

Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R. and Horsfall, D. (2015) Why Do Medical Tourists Travel to Where They Do? The Role of Networks in Determining Medical Travel. *Social Sciences & Medicine*, 124,356-363.

<http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/ust/macaristan.pdf> (19.11.2022).

<http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/ust/meksika.pdf> (07.11.2022).

Işık, C. (2019). Bir Hedef Pazar Seçeneği Olarak Yerleşik Yabancıların Dental Turizm Kapsamındaki Potansiyeli: Kuşadası örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın

Işık, C. Tanrısevdi, A. (2020). Dental Turizmde Alternatif Bir Hedef Pazar: Aydın’ da Yaşayan Yerleşik Yabancılar, *The Journal of International Scientific Research*, 5(3), 242-266.

Işık, C. Tanrısevdi, A. (2021). Yurtdışı Sigortalı ve Yabancı Ülke Vatandaşı Hastaların Dental Turizm Açısından Karşılaştırılması; Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Hastanesi Örneği, *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 192-208.

Jezdovic, I., Popovic, S., Plavljanic, A., Antic, D. (2021). Development of a Dental Tourism Management System: Rent a Dent, *Digital Business Ecosystem Conference Proceeding*, 21-24.

Kaçmaz Y. Y., Kahveci A. (2016). Dental Turistlerin Dental Turizm Deneyimlerine Yönelik bir Araştırma: Alanya Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 9(43), 1899-1908.

Kaya, R.R., ve Yılmaz, N. (2020). Türkiye ve Hindistan’da Geleneksel Tıp Uygulamaları: Sağlık Turizmi Perspektifinden Bir Karşılaştırma, *Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Dergisi*, 3 (3), 422-434.

Kaygalak, S., Dilek, S.E., Günlü, E. (2015). Diaspora Turizmi: Balkanlılara Seyahat Edenler Üzerinde Sosyolojik Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 15(3), 435-443.

Kovacs, E., ve Szocska G. (2013). Vacation for your teeth- dental tourists in Hungary from the perspective of Hungarian dentists. *British Dental Journal*, 215(8), 415-418.

Lali, V., & Merab, V. (2022). Challenges and Prospects of Medical Tourism in Georgia, *European Journal of Economics and Management Sciences*, (1), 52-56.

Lubowiecki-Vikuk, A. ve Dryglas, D. (2019). Medical Tourism Services and Medical Tourism Destinations in Central and Eastern Europe – the Opinion of Britons and Germans, *Economic Research*, 32(1), 1256-1274.

Kamilova, D. N., Raxmatullaeva, D. M., Tangirov, A. L., Urinbayeva, N. A., & Turakhonova, F. M. (2022). A New Stage in Health Care Reform That is, About Medical Tourism and its Development. *British Medical Journal*, 2(4), 260-274.

Marcus, K., Balasubramanian, M., Short, S.D. ve Sohn, W. (2022). Dental Siaspora: Oral Health Care Attitudes and Experiences in Culturally and Linguistically Diverse Mothers in Australia, *BMC Health Services Research*, 22(1314), 1-8.

Mathijssen, A. (2019). Home, Sweet Home? Understanding Diasporic Medical Tourism Behaviour Exploratory Research of Polish Immigrants in Belgium, *Tourism Management*, 72, 373-385.

Mil B. (2007). Nitel Araştırma, Neden, Nasıl, Niçin?In: Gömülü Teori(1st ed),Yüksel A, Mil B, Bilim Y (eds), Detay Yayıncılık, 45-56.

Mitra, P. ve Chawla, R. (2016). Dental Tourism in India- An Update, *International Journal of Advanced Research*, 4(1), 1271-1275.

Nexhipi, O. (2018) Medical tourism management challenges- the case of dental tourism in Albania. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 4(1), 80-86.

Paola, M. A., Carmelo, I., & Maria, C. A. (2022). The Impact of Health Tourism on Companies’ Performance: A Cross Country Analysis. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 16(5), 276-282.

-
- Radmanesh A. (2016). A Case Study of the Decision Model for American Outbound Medical Tourist, Yüksek Lisans Tezi, St. Cloud State University Department of Geography and Planning, ABD, 26-27.
- Oltean, F. D., Gabor, M.R., Stancioiu, A.F., Kardos, M., Kiss, M., Marinescu, R.C. (2020). Aspects of Marketing in Dental Tourism- Factor of Sustainable Deveelopment in Romania, Sustainability, 12 (10), 4320-4332.
- Österle A. (2017). Health Care Across Borders: Austria and its new EU neighbours. J Eur Soc Policy, 17:112–124.
- Özçelik Heper, F. (2021). Dünyada ve Türkiye’ de Medikal Sağlık Turizminin Değerlendirmesi, 6. Ulusal 3. Uluslararası Kültürlerarası Hemşirelik Kongresi Bildiriler Kitabı, 137-149.
- Özgürel, G., ve Avcıkurt, C. (2018). Yerleşik Yabancıların Türkiye Turizmine Etkileri: Marmaris İlçesi Örneği, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(1) 195-225.
- Özsarı, S. H. ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye’ nin Durumu, Kartal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Tıp Dergisi, 24(2), 136-144.
- Schanzel, H.A., & Yeoman, I. (2015). Trends in Family Tourism, Journal of Tourism Futures,1(2), 141- 147.
- Şahbaz R. P., Akdu U, Akdu S. (2012) Türkiye’de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul ve Ankara Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,15(27), 271-280.
- Tanrısevdi, A. ve Işık, C. (2020). Bir Hedef Pazar Seçeneği Olarak Alman Dental Turistler Açısından Türkiye ve Macaristan’ daki Dental Tedavi Fiyatlarının Karşılaştırılması, Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(3), 328 – 348.
- Tengilimoğlu, D. (2020). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri, Journal of Life Economics, 8(1), 1-10.
- Tengilimoğlu D, Zekioğlu A.(2017) Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm, Sağlık Turizmi (2nd ed), Tengilimoğlu D(eds) (s.s.112-113).Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Tontuş, H.Ö. (2015) Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi; Ülkeler, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, Ankara.
- Turner L. (2011). Canadian Medical Tourism Companies That Have Exited the Marketplace: Content Analysis of Websites Used to Market Transnational Medical Travel, Global and Health 2011, 7(40), 1-16.
- Zhou, X., Xu, C. Ve Kimmons, B. (2015). Detecting Tourism Destinations Using Scable Geospatial Analysis Based on Cloud Computing Platform, Computer, Environment and Urban System, 54, 144 – 153.
- Zoltan, J., & Maggi, R. (2010). What is tourism in dental tourism. In TTRA Europe Conference Proceedings (pp. 1-13).



**Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar
Dergisi**
**Catalhoyuk International Journal of Tourism and
Social Research**

The Effect of Aesthetic Experience on Satisfaction and Behavioral
Intention: The Case of Kastamonu

Estetik Deneyimin Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Üzerine
Etkisi: Kastamonu Örneği

Aykut ŞİMŞEK*

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad>

Citation / Atıf

Şimşek, A. (2023). The Effect of Aesthetic Experience on Satisfaction and Behavioral Intention: The Case of Kastamonu. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (CUTSAD)*, 10, 73-83. DOI: [10.58455/cutsad.1236183](https://doi.org/10.58455/cutsad.1236183)

Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, akademisyenlere, araştırmacılara, doktora öğrencilerine ve alanındaki diğer profesyonellere kapsamlı bir dizi benzersiz çevrimiçi dergi gönderme hizmeti sunan uluslararası bilimsel, yüksek kaliteli açık erişimli, hakemli bir akademik dergidir. Bu dergi, orijinal araştırma makalelerini, teori temelli ampirik makaleleri, derleme makalelerini, vaka çalışmalarını, konferans raporlarını, kitap incelemelerini ve ilgili raporları yılda iki kez (Haziran ve Aralık) çevrimiçi olarak yayınlamaktadır.

Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Dergide yayınlanan çalışmalarının hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Catalhoyuk International Journal of Tourism and Social Research is an international scientific, high-quality open access, peer-reviewed academic journal that offers a comprehensive range of unique online journal submission services to academics, researchers, doctoral students and other professionals in the field. This journal publishes original research articles, theory-based empirical articles, review articles, case studies, conference reports, book reviews and related reports online twice a year (June and December).

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. The legal responsibility of the studies published in the journal belongs to the authors.

* Dr., Kastamonu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Kastamonu, Turkey / Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kastamonu, Türkiye.
E-Posta: asimsek@kastamonu.edu.tr



The Effect of Aesthetic Experience On Satisfaction and Behavioral Intention: The Case of Kastamonu

Aykut ŞİMŞEK

Article Information

Research Article

Submitted: 16.01.2023

Accepted: 06.06.2023

Published: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1236183](https://doi.org/10.58455/cutsad.1236183)

June, 2023

No: 10

Pages: 73-83

Keywords:

Aesthetic Experience, Satisfaction, Behavioral Intention, Tourist, Kastamonu

Abstract

Aesthetic experiences have always been important for people, and tourists aesthetic experiences towards the destination positively affect tourist satisfaction. This ensures that the destination is recommended to others, revisited, and similar destinations are visited. Therefore, behavioral intentions are seen as a factor that will benefit destinations for long-term competitiveness, due to reasons such as the difficulty and high cost of reaching new customers. Based on this situation, in this study, it is aimed to investigate the effect of aesthetic experience on satisfaction and behavioral intention in Kastamonu, a destination with cultural, natural, and historical riches. For this purpose, data were collected through a questionnaire. The questionnaires were conducted face to face on a voluntary basis to the tourists visiting the touristic areas in the city center between August and September 2021. As a result of the analyses made, it has been defined that the aesthetic experience has a positive effect on satisfaction. Additionally, it was determined that satisfaction affects behavioral intentions. Based on the research results, it is possible to say that the tourists who are satisfied with their visit to Kastamonu will recommend Kastamonu to other people, say positive things, and encourage them to visit Kastamonu.

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

Geliş: 16.01.2023

Kabul: 06.06.2023

Yayın: 22.06.2023

DOI: [10.58455/cutsad.1236183](https://doi.org/10.58455/cutsad.1236183)

Haziran, 2023

Sayı: 10

Sayfalar: 73-83

Anahtar Kelime:

Estetik deneyim, Memnuniyet, Davranışsal Niyet, Turist, Kastamonu

Özet

Estetik deneyimler insanlar için her zaman önemli olmuştur ve turistlerin destinasyona yönelik estetik deneyimleri, turist memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum destinasyonun başkalarına tavsiye edilmesini, tekrar ziyaret edilmesini ve benzer destinasyonların ziyaret edilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni müşteriye ulaşmanın zor ve yüksek maliyetli olması gibi sebeplerden dolayı davranışsal niyetler uzun süreli rekabet gücü için destinasyonlara fayda sağlayacak bir etken olarak görülmektedir. Bu durumdan hareketle çalışmada kültürel, doğal ve tarihi zenginliklere sahip bir destinasyon olan Kastamonu'da estetik deneyimin memnuniyet ve davranışsal niyet üzerine etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda veri toplamak için anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anketler, Ağustos-Eylül 2021 tarihleri arasında il merkezindeki turistik noktaları ziyaret eden turistlere gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda estetik deneyimin memnuniyet üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca memnuniyetin de davranışsal niyetleri etkilediği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarından hareketle Kastamonu ziyaretinden memnun olan turistlerin Kastamonu'yu diğer insanlara önereceğini, olumlu şeyler söyleyeceğini ve Kastamonu'ya ziyaret etmelerini teşvik edeceğini söylemek mümkündür.

INTRODUCTION

As a result of the extraordinary growth of destination competition in recent years, the examination of tourism experiences has gained importance. In order to stay in the fiercely competitive market created by this growth, destination managers need to offer truly unforgettable experiences to their visitors (Kim - Ritchie, 2014:323). In this context, consumer-oriented product development has taken precedence over standardization. This transition has resulted in a greater focus on both services, aesthetic qualities and the figurative value of products in composing experiences to enhance customer satisfaction and loyalty. For this reason, aesthetic qualities are especially seen as an essential sight of customer experience and conduce to destinations such as more income and competitiveness thanks to increased market share (Breiby - Slatten, 2015:323). Seeing nature, historical sites, landscapes, and monuments as aesthetic qualities make it possible to discover, perceive and explain them. This situation provides various opportunities for tourists to explore and perceive different aesthetic qualities (Nyurenberger et al., 2019:311).

Undoubtedly, satisfaction plays a significant role in making decisions regarding the products and services offered by destinations. Tourist satisfaction is considered to be of central importance for the organization of tourism-related sectors and destination management. Because high tourist satisfaction benefits tourism goods/service providers, residents and local governments. For this reason, a significant effort is made to develop strategies and establish procedures that will increase customer satisfaction (Mingfang, 2011:187). In this context, the effect of aesthetic qualities on satisfaction and loyalty is important (Breiby & Slatten, 2018:9). The tourist's aesthetic judgment evaluates the beauty of the tourism destination in a unique way, unlike classical aesthetic evaluations in works of art. This assessment goes beyond the visual aspects and engages all the senses. It can also impact tourists' long-term attitudes and behaviors (Kirillova et al., 2014:290).

It is possible to come across many studies on aesthetic experience in the international tourism literature. It is seen that these studies are generally on determining the factors affecting aesthetic experiences, the dimensions of aesthetic experience, the role and effect of aesthetic experience (Kirillova et al., 2014; Breiby, 2014; Breiby - Slatten, 2015; Kirillova - Lehto, 2015; Nyurenberger et al., 2019; Zhou et al., 2021). However, it is possible to say that the number of academic studies on aesthetic experience is low in the national literature. The direct aesthetic experience from the aforementioned works; While Oral and Çelik (2013) examined the aesthetic experiences of tourists visiting Turkey, Yüksek, Uca, and Kalyoncu (2020) also investigated the relation between customer satisfaction and aesthetic experience in hotels. Other studies were carried out on aesthetic values (Sipahi et al., 2017; Farhadi et al., 2017). In this study, it is aimed to investigate the effect of aesthetic experience on satisfaction and behavioral intention in Kastamonu which is a destination with cultural, natural and historical riches Kastamonu hosts important touristic riches such as caves, canyons, plateaus, handicrafts, traditional mansions, especially with its rich fauna and flora (İbret, Aydınöz-Uğurlu, 2015). In addition, its three national parks (Ilgaz Mountain National Park, Küre Mountains National Park, İstiklal Yolu National Park) and 170 km long coastline bring Kastamonu province to a very advantageous position. As of 2022, there are 137 accommodation facilities and 2,151 registered cultural assets, including historical, natural, cultural and religious structures in the province (Kastamonu Governorship, 2022; Kastamonu Provincial Directorate of Culture and Tourism, 2022). Considering that aesthetic and aesthetic experiences are always important for people, their effect on satisfaction and behavioral intention is the subject of the research. The study is important because it associates aesthetic experience with satisfaction and behavioral intention. In addition, considering the gap in the current national literature, it is possible to say that the study is important in terms of contributing to the literature.

1. CONCEPTUAL FRAMEWORK

Aesthetic and aesthetic experience can be seen as an aspect of psychology and sociology. Advocates of the subjective approach focus on aesthetic consumption's subjective and empirical aspects. The factors of aesthetic experience are alike across individuals and cultures and are a reflection of one's developmental heritage (Nyurenberger et al., 2019:311). Aesthetics has received general interest from academics in recent years. With the increasing focus on the experiential and symbolic sights of expenditure, the existing interest has started to increase (Parsons, 2002; Stecker, 2006; Markovic, 2012; Specker et al., 2017; Ertürk, 2018). Aesthetic experience, on the other hand, includes the emotions that focus separates' concentration on the product and separate their own pleasure from product evaluation (Charters, 2006:251). Aesthetic and aesthetic experiences have always been significant for people, and tourists' aesthetic experiences towards the destination positively affect tourist satisfaction. This situation enables the destination to be recommended to others, visited again, and similar destinations (Breiby - Slatten, 2018:10). Therefore, the study hypothesis was developed as follows;

H1: Aesthetic experience has a significant effect on tourist satisfaction.

Satisfaction is seen as a fundamental business purpose. It has also been a core issue of tourist behavior. Because the more satisfied a tourist/visitor is, the more they will be willing to buy. In addition, it significantly affects the choice of destination, consumption of products and services and the decision to return (Khuong - Nguyen, 2017:95). Tourist satisfaction has been studied in the academic literature. Some researchers consider the destination image and travel motivation (Valle et al., 2006; Veasna et al., 2013; Antón et al., 2017; Esen - Bahar, 2019; Gün et al., 2019) sees them as the precursors of tourist satisfaction. While travel motivation and destination image are generally seen as the causes of tourist loyalty, tourist satisfaction or complaint is expressed as the result of satisfaction (Mingfang, 2011:187). Behavioral intention also emerges as a result of satisfaction. The level of satisfaction that customers feel for products and services also affects behavioral intentions. In other words, if the satisfaction is high, the customer's intention to revisit the same destination/business may be increased (Jin et al., 2015:86). Behavioral intentions are seen as a factor that will benefit destinations for long-term competitiveness, mainly because it is difficult and costly to reach new customers (Kömür et al., 2021:2324). Based on this information, H2 was developed as follows;

H2: Satisfaction has a significant effect on behavioral intention.

2. METHOD

2.1. Purpose and Importance of the Research

This study aims to investigate the effect of aesthetic experience on satisfaction and behavioral intention in Kastamonu, which is a destination with cultural, natural and historical riches. When the studies are investigated in the literature, mainly the studies between satisfaction, behavioral intention and revisit intention (Jang - Feng, 2007; Seçmiş, 2012; Raza et al., 2012; Kim et al., 2015; Timur - Oğuz, 2020; Keskin et al., 2020; Artuğer - Şahin, 2020) and the influence of aesthetic experience on satisfaction and behavioral intention is not emphasized. Therefore, it is possible to say that the study is important in terms of contributing to the literature considering the gap in the existing literature. In addition, the model developed for the purpose of the research is as follows.

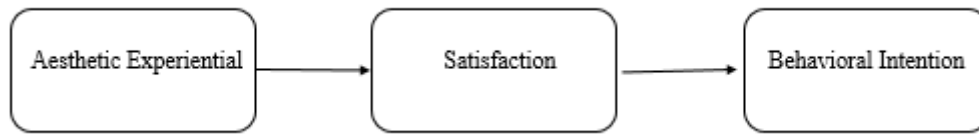


Figure 1. Research Model

2.2. Data Collection Tool

For the purpose of the research, the questionnaire technique was used to obtain data. Expressions of the aesthetic experience scale used by Breiby and Slatten (2015) in the first section, the tourist satisfaction scale used by Veasna, Wu and Huang (2013) in the second section, and the behavioral intention scale used by Prayag, Hosany and Odeh (2013) in the third section is located. In the last and fourth sections of the questionnaire, questions were included to the demographic characteristics. The statements other than the last part of the questionnaire were rated with a 5- point Likert scale (5=I strongly agree; 1=I strongly disagree). The aforementioned questionnaire was applied face-to-face to the volunteer tourists visiting the touristic areas in the city center between August and September 2021.

2.3. Population and Sampling

The population of the study consists of tourists visiting the touristic areas in the city center of Kastamonu. According to the visitor statistics obtained from the internet-based Provincial Information System developed by Kastamonu Governorship, it has been determined that around 2 million 100 thousand tourists visited Kastamonu in the last five years (2017-2021) (Kastabil, 2021). It is seen that an average of 420 thousand tourists visit Kastamonu annually. Considering the travel restrictions caused by the Covid pandemic during the said five-year period, it is possible to say that the annual number of tourists visiting Kastamonu is much higher than this average number. It is seen as an acceptable size for 384 samples for population sizes of 100 thousand and above (Yazıcıoğlu-Erdoğan, 2004). Therefore, the study sample consists of a total of 384 people at a significance level of 0.05 at the 95% confidence interval, which was determined by the convenience sampling method, which is one of the non-random sampling methods. However, considering that there would be erroneous and incomplete questionnaires, 410 questionnaires were distributed, and 400 questionnaires were evaluated.

3. FINDINGS

3.1. Demographic Features

The data on the demographic features of the tourists are given in Table 1.

Table 1. Findings Related to the Demographic Features of the Participants

	f	%		f	%
Gender			Age		
Woman	217	54.25	18-28	70	17.5
Man	183	45.75	29-39	91	22.75
Marital status			40-50	128	32
The married	224	56	51-61	89	22.25
Single	176	44	62 and above	22	5.5
Education			Income		
Primary education	61	15.25	8506 TL and below	302	75,5
High school	160	40	Over 8506 TL	98	24,5
Undergraduate	130	32.5			
Graduate	49	12.25			
Total	400	100	Total	400	100

According to Table 1, it was determined that 54.25% of the participants were woman, and 45.75% were man. It is seen that the age ranges are predominantly 29 years old and above, and the majority of them are married participants. When the levels of education are investigated, it has been determined that the majority of the high school students (40%) and the undergraduate level come second (32.5%). Additionally, it is seen that the income of a significant part of the participants (55.25%) is between 2825-4500 TL.

3.2. Factor Analysis Results

Principal component analysis and varimax rotation options were used as explanatory models by performing explanatory factor analysis regarding the aesthetic experience scale used in the research. Care was taken that the correlation coefficients for each statement in the scale were not less than 0.30, and the analysis results are given in Table 2.

Table 2. Factor Analysis Results for the Aesthetic Experience Scale

Aesthetic Experience	Cover.	Factor Load	Self Value	Clar . Vary.	Alpha
Cleaning			2,686	15,797	0.841
Kastamonu has an untouched natural environment.	4.42	,92			
I saw very little garbage during my trip in Kastamonu	4.12	,783			
The businesses I get service from in Kastamonu are clean.	4.21	,842			
Kastamonu has clean drinking water resources.	4.08	,758			
View			2,514	14,787	0.807
Kastamonu's natural areas have beautiful views.	4.38	,721			
During my travel, I saw landscapes in Kastamonu.	4.01	,835			
Kastamonu has cultural areas which have made landscape design.	4.22	,782			

Table 2. Factor Analysis Results for the Aesthetic Experience Scale (cont.)

Harmony			2,477	14,569	0.822
----------------	--	--	-------	--------	-------

Kastamonu has accommodation facilities close to nature.	3.96	,694			
The design of the enterprises in Kastamonu is compatible with the external environment.	4.16	,796			
The architecture of the enterprises in Kastamonu is compatible with the region's image.	4.18	,856			
Art and Architecture			2,432	14,304	0.832
Kastamonu architecture enhances the nature experience.	4.10	,563			
Guiding signs in the natural environment are sufficient.	3.79	,841			
Perspective on artworks in Kastamonu enhances experiences with nature	4.10	,632			
Originality			1,743	10,256	0.812
Kastamonu offers good opportunities to taste local dishes.	4.21	,761			
Vegetation surrounds Kastamonu's natural environment.	4.32	,600			
Kastamonu offers good opportunities to observe wildlife.	3.64	,671			
Businesses in Kastamonu reflect tradition.	4.18	,788			

Variance Explained : 69, 713 KMO : 0.879 Bartlett's Test, $p < 0.000$

As a result of the analysis, a five-dimensional structure was obtained. The building in question was formed in the form of cleanliness, landscape, harmony, art and architecture, and originality. The variance explanation rate of this structure was measured as 69.713%. The cleanliness dimension is prominent, with 15,797% of the total variance. Moreover, it was defined that the Cronbach Alpha values for the dimensions were above 0.80.

3.3. Testing the Research Model

After the factor analysis was done, the implementation process of the structural equation model was started. Structural equation is an effective method for testing theoretical models as a whole and explaining the cause-effect relation between variables (Ayyıldız–Cengiz, 2006). Structural equation, in its simplest form, is an analysis that tests the level of agreement between the research model and the data (Byrne, 1998). Before testing the hypotheses, the goodness-of-fit statistics for the model were evaluated, and the results of analysis are given in Table 3.

Table 3. Research Model Fit Indices

Goodness of Fit	Acceptable Fit	Model
χ^2	-	144,679
df	-	50
χ^2/df	1-3	2,894
CFI	≥ 0.90	0.978
GFI	≥ 0.90	0.947
AGFI	≥ 0.85	0.917
RMSEA	$0.03 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.068
RMR	$0 \leq RMR \leq 1$	0.023
NFI	$0 \leq NFI \leq 1$	0.967

Structural equation has an algorithm based on the comparison between the covariance matrix presented by the data and the covariance matrix produced by the research model. Therefore, the model-fitness value is shaped by how consistent these two different covariance matrices are (Doğan, 2018, 212). When the values in Table 3 are investigated, it is seen that the χ^2/df value is 2,894. In addition, while the GFI and CFI values are above 0.90, the GFI value is above 0.85, the RMSEA value is between 0.03 and 0.08. In addition, it is seen that the RMR and NFI values are between 0-1.

After examining all these indices, it was determined that the structural model had acceptable values. AVE and CR values for all of the scales also given in Table 4.

Table 4. Calculated CR and AVE values for the scales

	Expressions	Factor Load	AVE	CR
Aesthetic Experience	Cleaning	0.650	.0655	0.824
	View	0.758		
	Art and Architecture	0.698		
	Harmony	0.714		
	Originality	0.731		
Satisfaction	Visiting Kastamonu was a good experience for me.	0.681	0.910	0.968
	I feel good about my visit decision to Kastamonu.	0.764		
	I really enjoyed Kastamonu.	0.864		
	I am happy with my decision to visit Kastamonu.	0.911		
Behavioral Intent	I will recommend other people to visit Kastamonu.	0.932	0.910	0.968
	I will say affirmative things about Kastamonu to others.	0.954		
	I will hearten my relatives and friends to visit Kastamonu.	0.976		

When Table 4 is examined, the CR value for the Aesthetic Experience scale is 0.824; It was observed that the AVE value was calculated as 0.505. The CR value of the satisfaction scale was 0.883; The AVE value was 0.655, the CR value of the Behavioral Intent scale was 0.968, and the AVE value was 0.910. The fact that the CR value is greater than 0.70 and the AVE value is greater than 0.50 in all of the scales (Hair et al., 2014) shows that the scale provides reliability and convergent validity. After it was determined that the model had good fit values, the relations between the dimensions in the model were tested within the framework of the hypotheses. The path analysis of the proposed model is given in Figure 2.

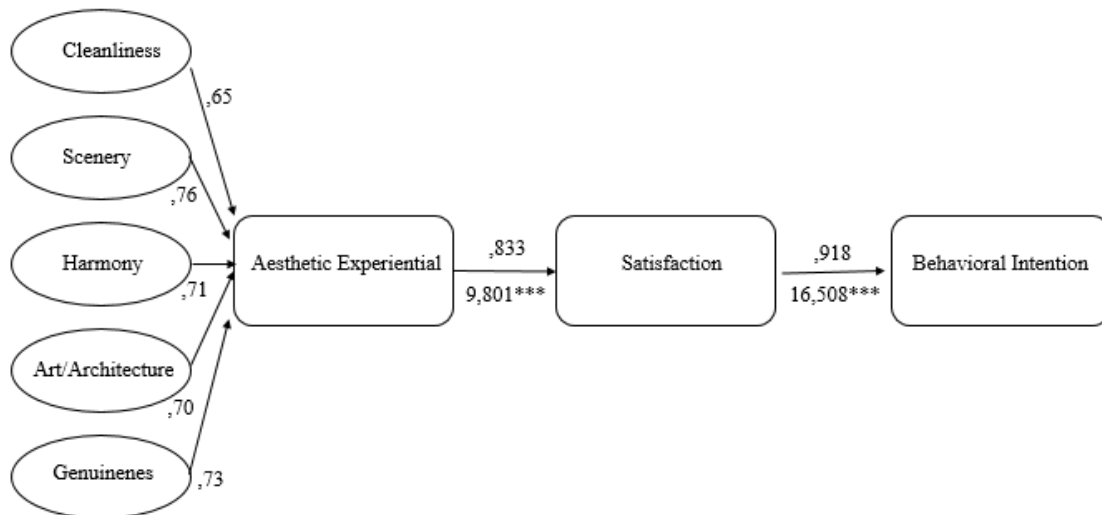


Figure 2. Path Analysis of the Research Model

The values of the path analysis estimations for the proposed model are given in Table 5. As a result of the path analysis, it was determined that the structural relationship expressing the H1 hypothesis was supported by the existing data. It has been determined that aesthetic experience has a significant and positive effect on satisfaction.

Table 5. Path Analysis Estimates for the Proposed Model

H	Structural Relationship	Direction	Non-Standard Estimation	Standard error	t Value	Standard Estimate	P	Conc.
H ₁	Aesthetic Experience → Satisfaction	Positive	0.992	0.101	9,801	0.833	0,00	Acc
H ₂	Satisfaction → Behavioral Intent	Positive	1,205	0.073	16.508	0.918	0,00	Acc

*** $p < 0.001$

When the effect of satisfaction on behavioral intention was examined, it was seen that it had a significant positive effect at the 0.001 significance level. Based on this result, the H2 hypothesis was accepted. Therefore, it is possible to say that tourists who are satisfied with their visit to Kastamonu will recommend Kastamonu to other people, say positive things and encourage them to visit Kastamonu.

4. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study, it is aimed to investigate the effect of aesthetic experience on satisfaction and behavioral intention in Kastamonu, which is a destination with cultural, natural and historical riches. For this purpose, a face-to-face survey was applied with the tourists visiting the touristic areas in Kastamonu city center.

As a result of the analysis, it was determined that the aesthetic experience has a positive effect on the satisfaction of the visitors. Businesses that offer aesthetic experiences will positively affect the satisfaction level of tourists by supplying the aesthetic needs of consumers, which are among the high-level needs in the context of Maslow's hierarchy of needs (Oral-Çelik, 2013:181). Similarly, Breiby and Slåtten (2018) stated that aesthetic experience affects whole tourist satisfaction. Oral and Çelik (2013) also stated that there is a positive relation between the aesthetic experience of tourism products and customer satisfaction. In addition, Jeong et al., (2009) stated that aesthetic experience along with fun and dreaminess affect satisfaction. As a result of examining the effect of satisfaction on behavioral intention, it was determined that there was a positive effect between the two variables. Rasoolimanesh, et al. (2021), Uslu (2017) and İlban et al., (2016) also obtained similar results in their studies and stated that satisfaction affects behavioral intentions positively and at a high rate.

It is thought that this study will contribute to the gap in the literature by considering the variables of aesthetic experience, satisfaction and behavioral intention together. It is important for a natural, cultural and historical destination that the aesthetic experience is satisfied with the tourist's being there without changing or affecting the nature and environment offered. Because in this experience, the tourist only likes and is affected by the environment without taking any action (Büyükkuru-Aslan, 2016:342). However, while the dimensions included in the study are used in the aesthetic experiences of tourists, it is seen that different dimensions are applied between different destination types (Kirillova et al., 2014:290). Therefore, the aesthetic experience dimensions included in the study can be applied in similar destinations with Kastamonu. Investigating the indirect and direct effects of aesthetic quality on tourist loyalty also increases the market share of competitiveness and physical aesthetic value in the market (Zhang-Xu, 2020:9). In addition, in Dieck's (2018) study, the fact that aesthetic experiences are a leading variable among total experiences indicates that aesthetic experiences are powerful experiences (Aşan-Yolal, 2020, 974). In future studies, researches can be studied to examine the aesthetic experiences of tourists with different demographic characteristics.

REFERENCES

Antón, C., Camarero, C., and Laguna-Garcia, M. (2017). Towards A New Approach of Destination Loyalty Drivers: Satisfaction, Visit Intensity and Tourist Motivations. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 238-260.

Artuğer, S., ve Şahin, S. K. (2020). Hizmet Ortamı, Müşteri Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti İlişkisi: Resort Otellerde Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2441-2455.

Aşan, K. ve Yolal, M. (2020). Festival Katılımcılarının Deneyim Temelli Sınıflandırılması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 964-978.

Ayyıldız, H., ve Cengiz, E., 2006. Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 11(1), 63-84.

Breiby, M. A. and Slåtten, T. (2018). The Role of Aesthetic Experiential Qualities for Tourist Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 1-14, <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2017-0082>.

Breiby, M. A. (2014). Exploring Aesthetic Dimensions in a Nature-Based Tourism Context. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 163-173.

Breiby, M. A., and Slåtten, T. (2015). The Effects of Aesthetic Experiential Qualities on Tourists' Positive Emotions and Loyalty: A Case of a Nature-Based Context in Norway. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(4), 323-346.

Büyükkuru, M., ve Aslan, Z. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma/The Effect of Communication Skills of Tourist Guides on Tourists' Tour Experiences: A Research in Nevşehir. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34).

Byrne, M. B. (1998). *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming*, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, 1998).

Charters, S. (2006). Aesthetic Products and Aesthetic Consumption: A Review, *Consumption, Markets and Culture*, 9:3, 235-255, DOI: 10.1080/10253860600772255.

Do Valle, P. O., Silva, J. A., Mendes, J., and Guerreiro, M. (2006). Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis. *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 1(1), 25-44.

Doğan, V. (2018). Pazarlama Araştırmacılarının Yapısal Eşitlik Modeli Analizi Uygulamaları: Sorunlar ve Öneriler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 201-230.

Ertürk, M. (2018). Görsel İletişim Tasarımında Estetik Deneyim ve İlk İzlenimin Önemi. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 7(41), 55-59.

Esen, F. Ö., ve Bahar, O. (2019). Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati İlişkisi Açısından Afyonkarahisar'da Termal Turizm. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 949-963.

Farhadi-Andarabi, F. ve Tunç-Hassan, A. (2017). Yavaş Şehirde Bulunan Turistik İşletmelerinin Estetik Değerlerini Belirlemek Üzerine Bir Araştırma: Gökçeada Örneği. 1 st International Sustainable Tourism Congress / November 23-25, 2017, Kastamonu.

Gün, S., Durmaz, Y., ve Tutcu, A. (2019). Destinasyon İmajının Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Mardin'e Gelen Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Mukaddime*, 10(1), 375-392.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7. Edition). Edinburgh: Pearson Education Limited.

İbret, Ü., Aydınöz, D., ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (32), 239-269.

Jang, S. S., ve Feng, R. (2007). Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580-590.

Jeong, S W., Fiore, A. M., Niehm, L. S. and Lorenz, F. O., (2009), The Role of Experiential Value in Online Shopping: The Impacts of Product Presentation on Consumer Responses Towards an Apparel Web Site, *Internet Research*, 19(1), 105-124.

Jin, N., Lee, S., & Lee, H. (2015). The Effect of Experience Quality On Perceived Value, Satisfaction, Image and Behavioral Intention of Water Park Patrons: New Versus Repeat Visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82-95.

Kastabil, (2021). İl Bilgi Sistemi. Erişim adresi: <https://www.kastabil.gov.tr/veritablolari/kastamonu/kultur-ve-turizm/son-5-yilin-konaklama-istatistigi-2017-2021>.

Kastamonu Governorship. (2022). Kastamonu Geneli Kültür ve Turizm İstatistikleri <https://www.kastabil.gov.tr/veritablolari/kastamonu/kultur-ve-turizm/kastamonu-il-geneli-oda-ve-yatak-kapasiteleri-2022> Erişim Tarihi: 05.05.2023.

Kastamonu Provincial Directorate of Culture and Tourism. (2022). İstatistikler <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-340211/istatistikler.html> Erişim Tarihi: 05.05.2023.

Keskin, E., Solunoğlu, A., ve Aktaş, F. (2020). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Memnuniyetin Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisinde Atmosfer ve Sadakatin Aracı ve Düzenleyici Rolü; Kapadokya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8 (2), 1222-1246.

Khuong, M. N., and Nguyen, P. A. (2017). Factors Affecting Tourist Destination Satisfaction and Return Intention—A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(2), 95-102.

Kim, J. H., and Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335.

Kim, Y. H., Duncan, J., and Chung, B. W. (2015). Involvement, Satisfaction, Perceived Value, and Revisit Intention: A Case Study of a Food Festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(2), 133-158.

Kirillova, K., Fu, X., Lehto, X., and Cai, L. (2014). What Makes a Destination Beautiful? Dimensions of Tourist Aesthetic Judgment. *Tourism Management*, 42, 282-293.

Kömür, Z., Bezirgân, M., ve Kömür, T. (2021). Ülke İmajının Davranışsal Niyet ve Destinasyon Bilinirliğine Etkisi: Türkiye'yi Ziyaret Eden Uzak Doğulu Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2320-2344.

Marković, S. (2012). Components of Aesthetic Experience: Aesthetic Fascination, Aesthetic Appraisal, and Aesthetic Emotion. *i-Perception*, 3(1), 1-17.

Mingfang, Z. (2011). Examining the Structural Relationships of Tourist Characteristics and Destination Satisfaction. 2010 International Conference on E-business. *Management and Economics*, 3, 187-191.

Nyurenberger, L., Kvita, G., Shchetinina, N., & Gromoglasova, T. (2019). The Role of Aesthetic Component in Tourism Product Development. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 310-317.

Oğuz, Y. E., & Timur, B. (2020). Temalı Parklarda Müşteri Deneyimi, Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Niyeti: Sazova Bilim, Sanat ve Kültür Parkı Üzerine Bir Çalışma. *Social Mentality And Researcher Thinkers Journal*, (Issn: 2630-631X), 6(30), 419-430.

Oral, S., ve Çelik, A. (2013). Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Estetik Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 170-190.

Parsons, M. (2002). Aesthetic Experience and the Construction of Meanings. *Journal of Aesthetic Education*, 36(2), 24-37.

Prayag, G., Hosany, S., and Odeh, K. (2013). The Role of Tourists' Emotional Experiences and Satisfaction in Understanding Behavioral Intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118-127.

Raza, M. A., Siddiquei, A. N., Awan, H. M., and Bukhari, K. (2012). Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(8), 788-805.

Seçilmiş, C. (2012). Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi:" Sakarılıca Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(39), 231-250.

Sipahi, S., Ekincek, S., and Yılmaz, H. (2017). Gastronominin Sanatsal Kimliğinin Estetik Üzerinden İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 381, 396.

Specker, E., Tinio, P. P., and van Elk, M. (2017). Do You See What I See? An Investigation of the Aesthetic Experience in the Laboratory and Museum. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(3), 265.

Stecker, R. (2006). Aesthetic Experience and Aesthetic Value. *Philosophy Compass*, 1(1), 1-10.

Uslu, A. (2017). Müşteri-Çalışan Uyumunun Müşteri Memnuniyeti ve Davranışsal Niyetine Etkisi: Fethiye'deki Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 197-211.

Veasna, S., Wu, W. Y., and Huang, C. H. (2013). The Impact of Destination Source Credibility on Destination Satisfaction: The Mediating Effects of Destination Attachment and Destination Image. *Tourism Management*, 36, 511-526.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yüksek, G., Uca, S. and Kalyoncu, M. (2020). Otellerde Estetik Deneyim ve Müşteri Tatmini İlişkisi: Eskişehir Örneği. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 311-321.

Zhou, W., Chen, L. Y., and Chou, R. J. (2021). Important Factors Affecting Rural Tourists' Aesthetic Experience: A Case Study of Zoumatang Village in Ningbo. *Sustainability*, 13(14), 7594.