

## Hizmet Kalitesinin Ekoserv Yöntemi İle Ölçülmesi: Fethiye Kelebekler Vadisinde Bir Araştırma

**Öğr. Gör. Abdullah Uslu**  
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Fethiye A.S.M.K. MYO  
Turizm ve Seyahat Programı  
E-posta :auslu@mu.edu.tr

**Arş. Gör. Bayram Akay**  
Kırklareli Üniversitesi  
Turizm Fakültesi  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
E-posta: bayramakay@kirkclareli.edu.tr

**Öğr. Gör. Aydın Ünal**  
Kırklareli Üniversitesi  
Pınarhisar MYO, Turizm ve Seyahat Programı  
E-posta: aydin.unal@kirkclareli.edu.tr

### Özet

Kelebekler Vadisi, Ölüdeniz (Lagün), Babadağ, Kayaköy, Telmessos, Saklıkent, Çalış plajı gibi birçok doğal, tarihi ve kültürel çekiciliğe sahip Fethiye ilçesi önemli bir turizm merkezidir. Deniz turizminde önemli bir destinasyon olan bölge, aynı zamanda alternatif turizm türlerinden özellikle ekoturizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu çalışmanın amacı ekoturizm potansiyeline sahip Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarını EKOSERV ölçeği ile tespit ederek hizmet kalitesini ölçmektir. Araştırmada yerli ve yabancı 151 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma EKOSERV hizmet kalitesi ölçüm modelindeki somut/fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati ve ekolojik çevre olmak üzere altı boyutta ele alınmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Turizm hizmetleri, hizmet kalitesi, eko turizm, ECOSERV.

### The Measurement of The Service Quality Via Ecoserv Method: A Research in Fethiye Butterfly Valley

#### Abstract

Fethiye District is an important tourism center that possesses a lot of natural, historical and cultural appealing such as The Butterfly Valley, Dead Sea, Babadağ, Kayaköy, Telmessos, Hidden City and Çalış Beach. This district which is an important destination for sea tourism has a great potential in terms of ecotourism. This study aims to measure the perceptions and expectations of the service quality of the tourists that visit The Butterfly Valley, where possesses an ecotourism potential, via ECOSERV method and find out service quality. A survey has been applied to 151 foreign and local tourists in this study. The study has been evaluated under six dimensions in EKOSERV service quality measuring model in terms of tangibles, assurance, reliability, responsiveness, eco-tangibles and empathy.

**Key Words:** Tourism services, service quality, eco tourism, ECOSERV.

## 1. Giriş

Günümüzün rekabetçi ortamında bir hizmet işletmesini diğerlerinden ayıran en önemli unsurlardan biri işletmenin sunduğu hizmetin kalitesi ve müşterilerin bu hizmet kalitesini nasıl beklediği ve algıladığıdır. Bu yüzden bir hizmet sektörü olan turizm işletmeleri varlığını borçlu olduğu müşterilerinin beklenti ve algılarını belirleyerek onların talepleri doğrultusunda hizmet sunmalıdır. Dünya'da hizmet sektörü payının giderek artması, hizmet işletmelerinin daha geniş pazarlarda rekabet etmeleri ve insanların kalite konusunda duyarlı ve bilinçli olmaları, hizmet işletmelerinde kalitenin önemini artırmış ve hizmet kalitesi üzerindeki araştırmalar yoğunluk kazanmıştır. Hizmet kalitesi somut unsurları çok fazla içermemesinden dolayı, kavranması, uygulanması ve denetimi açısından oldukça karmaşık bir kavramdır. Hizmetler, mallarla karşılaştırıldığında; hizmetlerin daha heterojen, soyut, eş zamanlı üretim ve tüketimin söz konusu olduğu, dayanıksız ve sahipliğinin devredilememesi gibi farklılıklar görülmektedir. Hizmetlerin kalitesi, müşteri tarafından kullanıldıktan sonra müşteride oluşan his ve izlenimin anlaşılmasıyla mümkün olur. Bunu yapabilmek için müşterinin algıladığı hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekir.

Hizmet kalitesi, müşteri istek ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanması olarak tanımlanabilir. Yeni müşteri bulmanın eldeki mevcut müşteriyi tutmaktan zor olduğu bu rekabet ortamında, hizmet kalitesine önem veren hizmet işletmelerinin bu yolla müşteri memnuniyetini sağlayabilecekleri açıktır.

Ekoturizm; ekolojik turizmin kısaltılmış halidir. Eko-turizm, doğayı bozmayan ve koruyan bir turizm anlayışını ifade etmektedir. Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin (IUCN) tanımına göre ekoturizm, eğlenmeyi, doğayı ve kültürel kaynakları koruyarak sosyo-ekonomik fayda sağlayan, doğal alanlara karşı çevresel açıdan sorumluluk taşıyan seyahat ve ziyarettir. Doğayı bozmayarak koruyan, yerel halkın bilinçlenmesine ve ekonomik kalkınmasına katkıda bulunan ekoturizm doğaya dayalı bir turizm olarak tarif edilmekte olup; sürdürülebilir bir kalkınma aracıdır.

Kelebekler Vadisi, Muğla ili, Fethiye ilçesi Ölüdeniz belde sınırları içerisinde bulunmaktadır. Sahip olduğu endemik türler nedeniyle dünya mirası olarak korunması önerilen 100 dağdan biri olan Babadağ'ın eteklerinde bulunan Kelebekler Vadisi, 1995 yılında 1. derecede doğal Sit alanı ilan edilmiş ve her türlü inşaat yapılaşmasına kapatılmıştır. Kayalıklarla çevrili olan vadi ismini, barındırdığı 80'den fazla kelebek türünden ve özellikle buraya özgü Kaplan Kelebeği'nden (*Euplagia quadripunctaria*) almıştır. Kelebekler Vadisi; özgün coğrafi yapısı ve bozulmamış doğasıyla ekoturizm için potansiyele sahiptir. Araştırmanın amacı ekoturizm potansiyeline sahip Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarını EKOSERV ölçeği ile tespit ederek hizmet kalitesini ölçmektir.

## 2. Turizm Hizmetleri

Turizm yabancıların seyahat ve geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti amacıyla yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla, konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Karakaya, 2009: 4-5). Katılanların ve ekonomik büyüklüğünün sürekli artması turizmi bir sektör haline getirmiştir. Turizm

sektöründe yapılan her türlü harcama, ekonomide bir hareketlilik, canlılık oluşturmakta ve ülke ekonomilerini değişik şekillerde etkilemektedir. Turizmin ülke ekonomisine sağladığı etkilerin düzeyi aynı zamanda turizm sektörünün gelişme düzeyini de göstermektedir. Dünyadaki hızlı ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak, turizm tüketim kalıplarında da son yıllarda önemli bir değişiklikler gözlenmektedir. Zamanla daha da belirginleşen yeni tip turistlerin beklentileri, deniz-güneş-kum üçlüsünün hakim olduğu alışılmış turizm merkezlerinden uzak, doğa ile iç içe, abartılı olmayan tesislerde iyi bir oda, iyi hizmet ve tüm bunların başında bozulmamış ve temiz bir çevrede aktif bir tatil olarak özetlenebilmektedir (Dizdareviç, 2010: 3). Turistin temel ihtiyaçlarının karşılanması dikkate alınarak turizm işletmelerini 6 bölümde incelenmektedir. Bunlar Karakaya'ya ( 2009:6-7 ) göre şöyledir;

- ✓ Ulaştırma İşletmeleri: Havayolu, Karayolu gibi.
- ✓ Konaklama İşletmeleri: Otel, Motel, Pansiyonlar, Tatil Köyleri vb.
- ✓ Yiyecek-İçecek İşletmeleri: Restoran ve Hızlı Yemek Sunan işletmeler vb.
- ✓ Seyahat İşletmeleri: Tur Operatörleri, Seyahat Acentaları vb.
- ✓ Rekreasyon İşletmeleri: Doğal, sportif, kültürel ve eğlence faaliyetleri vb.
- ✓ Diğer Turizm İşletmeleri: Turizme bağlı diğer ticari işletmeler

Oral (2005)'e göre Turizm hizmetlerinin müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için hizmetlerin üretilmesi, verimliliğin artırılması ve maliyetlerin düşürülmesi amacıyla kullanılan araçları; turizm hizmetlerinin kalite düzeyini ortaya çıkarmaktadır.

### 3. Hizmet Kalitesi Kavramı

Kalite, bir ürün ya da hizmetin belirlenen ya da olabilecek ihtiyaçları karşılama yeterliliğine dayanan özelliklerinin toplamıdır. Geleneksel anlamda kalite kavramı standartlara uyum olarak da tanımlanmaktadır. Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi; müşterinin ihtiyaçlarıdır, beklentilere uygunluktur, sürekli başarıdır, eksiksiz ve hatasız hizmeti sunmaktır, ölçülüp değerlendirilebilen ve müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı bir değerdir (Tavmergen, 2002, 30 ).

Hizmet endüstrisinde sunulan hizmetin niteliğine göre hizmet kalitesi tanımı farklılık göstermektedir. Parasuraman, ve diğ.. (1988:14)'a göre hizmet kalitesi müşterinin sunulan hizmete ilişkin beklenti ve algıları arasındaki farktır. Sunulan hizmetten müşterinin tatmin olması durumunda hizmet kalitesinin yüksekliği, diğer durumda düşüklüğü söz konusudur. Müşterinin sunulan hizmeti kaliteli olarak algılaması, hizmetin sunulması sırasında, fiziksel ortamın hizmet ve araçlarının yeterliliğine ve uygunluğuna, iş görenlerin tutum ve davranışlarına bağlıdır. Hizmet işletmelerinde sunulan hizmetin kalite derecesinin algılanması, müşteriler ve hizmeti sunanlar tarafından farklı algılanabilmektedir ( Çatı ve Ağraş, 2007: 160 ).

Kurnaz (2011: 22)'in aktardığına göre; *Brown ve diğ. (1991: 3) hizmet kalitesini, "müşterilerin anlam kazandıracığı, müşterilerin ihtiyacının karşılandığı ve sonucunda da müşterilerin takdirinin kazanıldığı bir süreç olarak", Chang (2009:258), "kalite ve hizmet kavramlarının bileşimi" ve Parasuraman ve diğ. (1985:42) ise, "beklenen hizmet ve algılanan hizmetin karşılaştırılması" olarak*

tanımlamaktadır. Kaliteli hizmet, müşteri beklentilerinin karşılanabilmesi ile ortaya çıkmaktadır.

Hizmet sektöründe kalite, idrak edilebilme, uygulanabilirlik, kontrol edilebilme ve sürekliliği sağlayabilme açısından oldukça güç, belirsiz ve karmaşık bir kavram olarak ifade edilmektedir. Hizmet kalitesi, pek çok nedenden dolayı farklı algılamalara neden olabilmektedir. Hizmet sektöründe hizmetin kalitesi, hizmeti gören kişiden kişiye hatta hizmeti alan müşteriden müşteriye değişiklik gösterebilmektedir. Ortaya çıkan bu değişiklik hizmetlerin mallara kıyasla standardizasyonunun yok denecek kadar az olduğunu ifade etmektedir. Bu denli karışık bir kavramın değerlendirmesi zorluğu ortaya çıkmaktadır. Hizmet kalitesi kavramının önem kazanmasındaki nedenler şöyledir; işletmelerin başarılarının kaliteli ürün ve hizmet sunmayla doğru orantılı olması, sundukları hizmetin kalitesini artırarak pazar paylarını artırmak istemeleri, daha yüksek karlılık elde etmek istemeleri, müşterilerde sadakat yaratma, müşteri tatminini arttırma istekleri vb. olarak sıralanabilir (Kılıç ve Eleren, 2009: 92).

### 3.1. Hizmet Kalitesi Ölçüm Teknikleri

Hizmet kalitesinin ölçümü, hizmet kalitesi iyileştirme ve geliştirme sürecinin ilk aşamasını oluşturur. Eğer bir işletme, mevcut kalite düzeyi hakkında doğru bilgilere ulaşabilirse yapılması gerekenleri daha iyi anlamlandırıp çözebilir ( Kılıç ve Eleren, 2009: 96).

Müşteriler açısından hizmet kalitesinin ölçülmesinde Power, (1997:180)'ın belirlediği konulardan ilk ikisi teknik boyutlu diğerleri ise kişisel boyutludur. Bunlar:

- ✓ **Elle tutulur özellikler:** Fiziksel olanaklar, personel ve donanımın görünümü.
- ✓ **Güvenilirlik:** Hizmetin söz verildiği zaman ve şekilde tam olarak yerine getirilmesi.
- ✓ **Tepki / Cevap Verme:** Müşteriye yardımda istekli olmak ve hizmetin en kısa sürede yerine getirilmesi.
- ✓ **İkna Etmek:** Personelin yeterli bilgiye sahip olması ve müşteriye güven verebilmesi.

Rekabetteki gelişmeler ürün ve hizmetlerin kalitesinin ötesinde bu ürün ve hizmetleri sunanların kalitesinin artışını da zorunlu hale getirmiştir. Bu bir anlamda artık sadece ürün ve hizmet kalitesinin rekabette yeterli olmadığı, rekabette öne geçmenin ürün ve hizmetlerin dağıtım kanallarının iyileştirilmesi, teslimat sürecinin iyileştirilmesi, teslimatçıların ilişki kurma, iletişimi kurma ve bu becerilerini her müşteri için standart hale getirme becerilerinin de geliştirilmesi anlamına gelir (James ve James, 1996:67).

Servis kalitesi performansının ölçülmesi, sayma ve gözlem yolu ile toplanan verilerle değerlendirilir. Orijinal verilerin toplanması ve kaydedilmesi için kullanılan birçok yöntem ve teknik vardır (Tavmergen, 2002: 125-128). Uluslararası alandaki literatürde turizm işletmeleri için uygulanan hizmet kalitesi ölçüm modellerinden öne çıkan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir ( Kurnaz, 2011: 33 ):

Tablo 1: Turizm İşletmeciliği Alanında Kullanılan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

Sıra	Model	Araştırmacı
1	Lodgserv	Knutson, Stevens, Wullaert, Patton ve Yokoyama 1990; Patton, Stevens ve Knutson 1994
2	EKOSERV	Khan 2003
3	Lodgqual	Getty ve Thompson 1994
4	Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)	Wright 1921; Pearl 2000
5	SERVQUAL	Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1985, 1988, 1991, 1994
6	SERVPERF	Cronin ve Taylor 1992, 1994
7	Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP)	Saaty 1980, 1990, 2002
8	Holserv	Mei, Dean ve White 1999
9	Dineserv	Stevens, Knutson ve Patton 1996
10	Histoqual	Frochot ve Hughes 2000
11	Holsat	Tribe ve Snaith 1998
12	Tourservqual	Eraqi 2006
13	Hotelqual	Falces, S. Diez, Becerra Garnde ve Brinol Turnes 1999
14	Hotelzot	Nadiri ve Hussein 2005
15	Recqual	MacKay ve Crompton 1988, 1990
16	Bulanık Rakamlar Modeli-Fuzzy TOPSIS	Hwang ve Yoon 1989; Negi 1989
17	Konaklama İşletmeciliği Kalite Endeksi, The Lodging Quality Index (LQI)	Getty ve Getty 2003

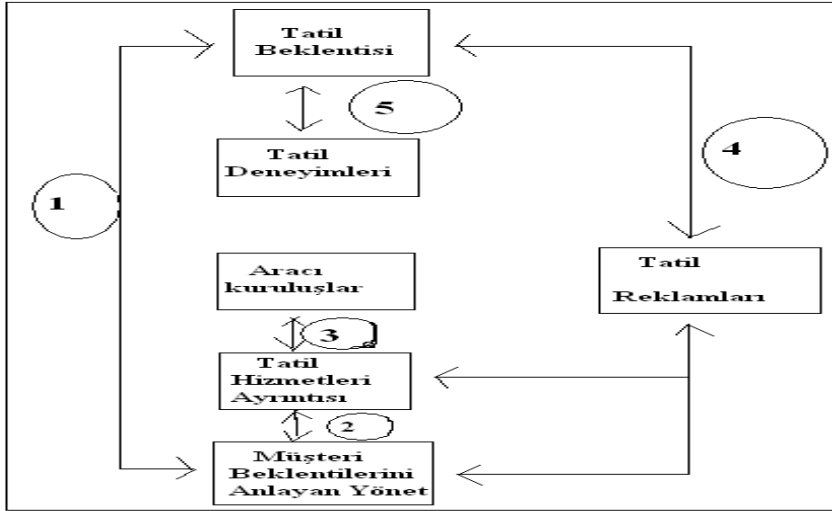
Turizm sektöründe hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmaların birçoğunu SERVQUAL ölçeğini kullanarak yapılmaktadır. Ancak diğer hizmet kalitesi ölçüm modellerini kullanana çalışmalara da rastlanmaktadır. Bunlardan bir tanesi bu araştırmada da kullanılan Khan ve Su (2003)'nun ekoturizm amacıyla seyahat eden turistlerin kalite beklentilerini ortaya çıkarmak için yaptığı hizmet kalitesi ölçüm modeli olan EKOSERV'dir. Ekoserv hizmet kalitesi ölçüm modelinde araştırmacı, 6 boyut ve 28 önerme kullanmıştır. SERVQUAL boyutlarına (somut/fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati) ilave olarak ekolojik çevre (çevrenin fiziki yapısı) olarak adlandırılabilir yeni bir boyut eklenmiştir. Bu boyutlar ve özellikleri:

- ✓ **Somut Özellikler:** Binaların, kullanılan teçhizatlarına, iletişim malzemelerinin ve personelin görünümü.
- ✓ **Güvenilirlik:** Vaat edilen hizmeti doğru olarak yerine getirme yeteneği.
- ✓ **Heveslilik:** Müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği.
- ✓ **Güven:** Tehlike risk veya şüphenin olmaması.
- ✓ **Empati:** Müşterileri ve ihtiyaçlarını tanımak için çaba sarf edilmesi.
- ✓ **Ekolojik Fiziksel Yapı:** Eko-turistlerin beklentilerine yönelik fiziki varlıklar.

SERVQUAL ölçeği Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından tüketicilerin hizmet kalitesi ihtiyaçlarına dayalı olarak bir işletmenin hizmet kalitesi

performansını fark analizi uygulaması yoluyla ölçmek için geliştirdikleri bir tekniktir. SERVQUAL ölçeği her türlü hizmet işletmesinde hizmet kalitesinin somut/fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati olarak adlandırılan 5 boyutta ölçülebileceğini iddia eden bir araştırma aracıdır (Kılıç ve Eleren, 2009:106). Araştırmacılar hem hizmet sunan işletmelerin kalite anlayışları ve uygulamaları arasında hem de müşterilerin beklentileri ile yaşadıkları gerçek deneyimler arasında bazı boşluklar (gap-farklılıklar) tespit etmiştir ( Devebakan ve Aksaraylı, 2003:43 ). Söz konusu boşluk ve boşluklara neden olan faktörlerin turizm hizmet kalitesi yaklaşımı şekil 1'de gösterilmiştir.

**Şekil 1: Turizm Hizmet Kalitesi Fark Modeli**



**Kaynak:** Laws, E. (2004) *Approaching Tourism and Hospitality Service*, London:Cabi Publishing,s: 88.

Yukarıdaki şekilde belirtilen müşterilerin beklentileri ile deneyimler arasında boşlukların anlamları;

**Boşluk 1:** Turistlerin beklentileri ile yönetimin turistlerin beklentileri algılanması arasındaki boşluktur.

**Boşluk 2:** Yönetimin turistlerin beklentilerini algılaması ile turistler için özel düşünülmüş tatil hizmetleri ayrıntıları arasındaki boşluktur.

**Boşluk 3:** Tatil hizmetleri ayrıntıları ile hizmetin sunumuna aracılık yapan kuruluşlar arasındaki boşluktur.

**Boşluk 4:** Turistlerin hizmet beklentileri medya reklâmları ile hizmetin sunumuna arasındaki boşluktur.

**Boşluk 5:** Beklenen hizmet kalitesi (tatil beklentisi) ile algılanan hizmet kalitesi (tatil deneyimi) arasındaki farktır.

### 3. 2. Eko-Turizm Kavramı

Ekoturizm, doğa seyahatine dayanan ancak sürdürülebilirlik ilkesini de içeren bir turizm sektörüdür. Ekoturizm 1990'lı yıllardan bu yana turizm endüstrisi içinde hızla gelişen bir sektör olarak dikkat çekmektedir. Özellikle uluslararası turizm talebinin yapısındaki değişiklikler, artan eğitim seviyeleri, çevre konularına karşı artan ilgi ve

bilinç ekoturizm seyahatlerine olan talebi artırmaktadır (www.baka.org.tr). İlk olarak Alp'lere gelen turistlere çiftçilerin evlerinin bir bölümünü açmasıyla başlayan eko turizm, "doğadan zevk alma ve doğanın kıymetini bilme" şeklinde tanımlanır (Bozok ve Yılmaz, 2008:111). Çevresel ve kültürel değerlere koruyucu ve duyarlı bir anlayışla yaklaşan ekolojik sürdürülebilirlik temelli turizm türüdür (Beeton, 1998:2). Uluslararası Eko-turizm Topluluğu (TIES, 1990) ise; "eko-turizm, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözeten, doğal alanlara karşı duyarlı seyahat" olarak tanımlamıştır.

Literatürde ekoturizm ile ilgili birçok tanım ve alt sektör bulunduğu gibi pazarı konusunda da kesin bir ayrılık oluşturulamamaktadır. Ekoturizm doğa turizmi ile ilgili bir seyahat şekli olarak, doğa turizmi pazarının özel bir bölümünü oluşturur, aynı zamanda kültürel ve kırsal turizmin unsurlarını da içermektedir (www.baka.org.tr). Eko turizm ve eko-turisti, Hawkins ve Karaca ( 1998 ), Eko Turizm Topluluğu (1993), Wight (1993), Eagles (1992), (1990) ve Ceballos Lascurain (1987) çalışmalarının bazılarında, doğa odaklı seyahat ile ilişkilendirilirken, diğerleri doğa deneyimine dayalı boş zaman seyahatinin parçası olarak görür (Khan ve Su, 2003: 115). Eko turizm tanımları hakkında olmasa da temel karakteristikleri üzerine fikir birliği vardır. Bu karakteristikleri şöyle sıralanabilir (Yücel, 2002: 41);

- ✓ Doğa temelli olması (ziyaretçiler doğal alanlardaki doğal ve geleneksel kültür unsurlarını gözlemliyor ve anlamaya çalışıyorlar),
- ✓ Bio çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunması,
- ✓ Yerel toplumların refahını desteklemesi ve istihdamı arttırması,
- ✓ Olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin minimuma indirgenmesi için aktivitelerini hem turistler hem de yerel halkın sorumluluğunda düzenlemesi,
- ✓ Yenilenemez kaynakların minimum kullanımını gerektirmesidir.

1990 yılından itibaren eko turizmin uluslararası turizm pazarındaki payı artmaktadır (TIES, 2006:2). Bu artışın sebebi insanların şehir hayatının sıkıntısından kurtulmanın bir yolu olarak çözümü doğada aramaları ve ulusal park ve korunmuş alanları ziyaret etmelerine başlamaktadır (Wearing ve Neil, 1999:4). Genellikle eko-turistlerin çevreye çok daha fazla duyarlı oldukları ve doğal kaynakların zarar görmesine daha az neden oldukları kabul edilir. Ayrıca, bu turistler çevresel sorumluluk taşıyan, çevre korumaya özen gösteren tüketiciler olarak çevreye daha küçük bir "ekolojik ayak izi" bırakmaya çalışırlar ( Sara ve Friedrich, 2006: 2 ).

Doğaya dayalı turizmin pek çok boyutu olup her turizm türü doğal alanlara yöneliktir, bunlar doğa turizmi ayrımına yapmamızda faydalı olsalar da hepsine eko-turizm demek doğru değildir (Wearing ve Neil, 1999: 4). Günümüzde doğa turizmi veya doğa merkezli turizm, vahşi yaşam turizmi, macera ve kültür turizmi (Buckley, 2009:5), yumuşak turizm, özel ilgi turizmi, yeşil turizm, kırsal turizm, çiftlik turizmi ve sürdürülebilir turizm türleri de eko turizm olarak görülmektedir. Ancak, eko turizm diğerlerinden farklı kategoride yer almalıdır. Çünkü diğer turizm türleri sadece turistik rekreasyon faaliyetleri olarak tanımlanırken, eko turizm yerel halkı ve çevreyi koruma gibi sorumluluklar ortaya konarak tanımlanır (Honey, 2008:6-7).



Hetzer'in (1987) eko turizmde belirlediği dört temel disiplin (ayağı) şöyledir; minimum çevresel etki, yerel kültüre minimum etki ve maksimum duyarlılık, karşılıklı ülkenin halk tabanına maksimum ekonomik fayda, turistin en üst düzeyde bu seyahatlerinden haz almasıdır (David ve Jean, 2003: 18). Newsome ve diğ. (2005:14) de benzer şekilde eko turizmin doğa tabanlı yanı, ekolojik sürdürülebilirlik, çevresel eğitim, yerel halka fayda ve turist tatmini sağlama gibi beş temel prensibi üzerinde durmuştur.

Eko-turizmin öznesi eko-turist ise; "değerbilirlik, katılımcılık ve duyarlılık ruhu içinde, nispeten doğal özellikleri korunan alanları ziyaret eden kişi" olarak tanımlanmaktadır. Eko-turist, yaban hayatını ve doğal kaynakları kullanırken tüketici bir anlayışla yaklaşmayan ayrıca, yöre insanlarının ekonomik refahının artmasına ve yöre ekolojisinin korunmasına, doğrudan faydalanmaya yönelik istihdam ve finans araçları yaratmasıyla da ziyaret edilen alana katkıda bulunur ( Bolton, 1997: 236 ).

Eko-turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmalar bu turistlerin; yüksek eğitilmiş, ortalama gelirleri yüksek, orta yaş grubunda, gastronomi ve kültüre ilgi duyan (Björk, 2008:30), deneyimli turistler, kanaat önderleri, gezi hakkında araştırmalar yapan ve bilgi kaynağı çok önem veren kişiler olduğu göstermektedir (TIES, 2006:4). Eko-turist motivasyonları ve beklentilerinde ise, genel turist tipindeki dinlenme, eğlenme ve aile gibi temel motivasyonlardan farklı olarak doğal çevre ile ilgili olduğu ortaya konmuştur. Eko turizm motivasyonları aşağıdaki Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2: Eko-Turizm Motivasyonları**

Motivasyonlar	Sıra	Motivasyonlar	Sıra
Vahşi ve bozulmamış doğa	1	Kültürel faaliyetler	13
Göller ve nehirler	2	Açık eğlenceleri	14
Kırsal alanlar	3	Yerel el sanatları	15
Okyanusu kıyısı	4	Aktif işyeri ortamını değiştirme	16
Basit yaşam biçimleri	5	Kendini yeniden keşfetme	17
Tarihi yerleri ziyaret	6	Tarihi yerler ve parklar	18
Benzer ilgi alanlarındaki insanlarla tanışmak	7	İndirimli ücretleri	19
Yeni yaşam biçimleri yaşamak	8	Heyecanlar	20
Fiziksel olarak aktif olma	9	Müzeler ve sanat galerileri	21
Dağlar	10	Makul fiyatlarla konaklama	22
Milli ya da bölgesel parklar	11	Hayatın zorluklarından kaçış	23
Sınırlı zamanda oldukça çok yeri gezme	12	Maceracı olmak	24

**Kaynak:** Türker, N. ve Çetinkaya, A. (2007), A Research Study On The Improvement Of Ecotourism And Its Resources In The Western Black Sea Region, 2007 Uluslararası Turizm Bienali, Çanakkale, s:86.

Eko-turizm turlarına katılan kişiler genellikle küçük gruplardan oluşmaktadır. Gruplardaki kişi sayısı genellikle 20 kişiyi aşmamalıdır, 6 ile 12 kişi arası ise ideal kişi sayısıdır. Bu merkezlerde yer alan konaklama üniteleri de çoğunlukla 100 yatak kapasitesini geçmemektedir. Bu alanda çalışan seyahat acenteleri / tur operatörleri de ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerdir (Bozok ve Yılmaz, 2008:123 ).



#### 4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemi nicel araştırma yöntemlerinden anket metoduna dayanmaktadır. Çalışmada anket uygulaması Fethiye'nin Kelebekler Vadisi'ne en az bir kere ziyaret etmiş yerli ve yabancı turistlere anket uygulanmıştır. Uygulanan ankette, Khan ve Su (2003) tarafından geliştirilen EKOSERV ölçeği kullanılmıştır. Anket iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci bölümde, hizmet alan müşterilerin cinsiyet, eğitim, yaş, yerli veya yabancı turist durumlarını içeren demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise beşli Likert ölçeği soruları (1- Çok Düşük Seviyede, 2- Düşük Seviyede, 3- Orta Seviyede, 4- Yüksek Seviyede, 5- Çok Yüksek Seviyede) bulunmaktadır. Bu bölümdeki sorular beklenti ve algılama olmak üzere iki grupta ve 28'er sorudan oluşmaktadır. Uygulama anket yapılan yerli ve yabancı turistlerin demografik bilgileri ile EKOSERV ölçeğine dayalı hizmetten beklenti ve algılama düzeylerinin değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Ayrıca, verilerin normal dağılıma uygun olduğunu Tek Örneklem Kolmogorov Smirnov Testi kullanılarak belirlenmiştir. Bu analizde Assymp.Sig. (Anlamlılık) satırındaki değerlerin istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değeri kabul edilen 0,05'den büyük olması incelenen faktörlerin dağılımlarının normal olduğunu göstermektedir (Altunışık ve diğ. 2005:157). Ölçeğin önceden kullanılması tasarım hatasının olmadığını göstermektedir ve ifade hatalarının önüne geçmek için çapraz çevirileri yapan uzman İngilizce hocaları ve diğer akademisyenlere uygulanarak cevaplayıcıların sorularını anlamalarında herhangi bir sıkıntı olmadığı anlaşılmıştır.

Kelebekler Vadisi, Muğla ili, Fethiye ilçesi Ölüdeniz belde sınırları içerisinde bulunan doğal bir hazinedir. Babadağ'ın eteklerinde bulunan Kelebekler Vadisi, 8 Şubat 1995'de 1. derecede doğal SİT ilan edilmiş ve her türlü yapılaşmaya kapatılmıştır. 350 metreye ulaşan sarp kayalık duvarlarla çevrili olan Vadi ismini, barındırdığı 80'den fazla kelebek türünden ve özellikle kaplan kelebeği (Jarsey tiger)'nden almıştır (<http://tr.wikipedia.org>). Yaz kış 50 metreden dökülen şelalesi, geniş kumsalı, denizi ve çevrede sıklıkla görülen pembe beyaz zakkum çiçekleri bulunan koyda çadırlı kamp alanı, restoran, bar, ruf, duş ve kabin gibi hizmet olanakları mevcuttur. Koya ulaşım Ölüdeniz ve Fethiye'den teknelerle gerçekleştirilmektedir (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2006:279).

Araştırmanın amacı, eko turizm potansiyeline sahip Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarını EKOSERV ölçeği ile tespit ederek hizmet kalitesini ölçmektir. Ayrıca, turistlerin hizmetten beklentileri ile algılamaları arasındaki farklılıkları demografik değişkenlere göre karşılaştırmalı olarak değerlendirmektir. Fethiye'nin Kelebekler Vadisi'ni en az bir kere ziyaret etmiş yerli ve yabancı turistler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu açıdan örnekleme kasti (Kararsal) örneklemedir. Bu teknikte, örneği oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşur. Yani deneklerin belirlenmesindeki ölçüt araştırmacının yargısıdır (Altunışık ve diğ. 2005:132). Fethiye İlçesi'ni ziyaret eden turistlerle Fethiye Merkez, Çalış, Hisarönü ve Ölüdeniz'de ön görüşme yapılmış ve Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden örneklem dâhilindeki 151 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma kullanılan veriler 2011 Eylül- Ekim ve 2012 Nisan - Haziran aylarında toplanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket hizmet kalitesinin ölçülmesi için, Khan ve Su (2003)'nun EKOSERV modelini oluşturduğu ölçeği temel almakta ve somut/fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati ve ekolojik çevre boyutları 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçek

ekoturizme yönelik hizmet kalitesini ölçtüğü için tercih edilmiştir. Anket, İngilizce dilinde uzman olan iki İngilizce hocası tarafında birbirinden bağımsız olarak yerli turistler için önce Türkçeye, sonra da yabancı turistler için İngilizceye çevrilmiş ve sonrasında ilgili 2 akademisyenin anketlerle ilgili görüşleri alınarak gerekli değişiklik yapılmıştır. Kelebekler Vadisi'ni en az bir kere ziyaret etmiş turistlere uygulanacak anket çalışması 28 soru, 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Uygulanan anket formlarındaki cevaplar kodlanarak "SPSS For Windows 16.0 Sürümü" ile analiz edilmiştir ve bulgular değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu analiz ve değerlendirme nedenleri;

- Ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı biçimde ölçüp ölçmediğini anlamak için ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir,
- Ankete katılan kişilerin yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu ve milliyetini kolay yorumlayabilmek için demografik bilgiler frekans analizi ile değerlendirilmiştir,
- Her önerme için beklenti ve algılama ortalamaları hesaplanmıştır.
- Farklardan oluşan EKOSERV skorları hesaplanmıştır.
- Altı grupta (boyut) beklenti ve algılama ortalamaları hesaplanmıştır.
- Demografik özelliklerin sonuçlara etkilerinin belirlenmesi için ölçek boyutları ile demografik değişkenleri arasında farklılıklar T-Test ve ANOVA testleri ile analiz edilmiştir.

## 5. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada Fethiye'nin Kelebekler Vadisi'ne en az bir kere gitmiş yerli ve yabancı turistlere anket uygulanmıştır. Anket çalışması bu turistlerle yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Araştırmada kullanılan EKOSERV ölçeğinin içerdiği sorular ek 1'de verilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen ifadelerin ve boyutların güvenilirlik düzeyi çalışma da diğer analizlerin yapılıp yapılmamasını kararının verilmesinde önemli bir ölçüttür. Güvenilirlik düzeyini gösteren alfa değeri ( $\alpha$ ) 0 ile 1 arası değerler alır. Yaygın olarak kullanılan anlamlılık düzeyleri %5 ve %1 seviyelerindedir (Altunışık ve diğ. 2005:165). Elde edilen verilerin güvenilirlik testinde, Cronbach's Alpha = 0,958 olarak bulunmuştur. Bu açıdan araştırmada kullanılan ölçek güvenilirirdir.

**Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri**

<b>Katılımcının Yaşı</b>	<b>Kişi Sayısı (N)</b>	<b>Kişi Yüzde (%)</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Kişi Sayısı (N)</b>	<b>Kişi Yüzde (%)</b>
16 - 25	33	21.9	İlköğretim	14	9.3
26 - 35	37	24.5	Ortaöğretim	42	27.8
36 - 45	51	33.8	Yükseköğretim	84	55.6
46 - 55	22	14.6	Master / Doktora	11	7.3
55 +	8	5.3	Total	<b>151</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>100</b>			
<b>Turist Türü</b>			<b>Cinsiyet</b>		
Yerli Turist	63	41.7	Bayan	68	45.0
Yabancı Turist	88	58.3	Bay	83	55.0
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Tablo 3’de araştırma kapsamına giren turistlerin yaş, cinsiyet, eğitim gibi demografik özelliklerine ilişkin bulguları yer almaktadır. Bu tabloya göre araştırmaya katılan turistlerin çoğunluğu %24,5’inin 26 – 35 ve %33,8’inin 36 – 45 yaş grubunda yer almaktadır. Araştırmaya 63 “yerli” ve 88 “yabancı” turist katılmıştır. Turistlerin çoğunluğunun %55,6 (84) yükseköğretim düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin 68’i bayan ve 83’ü baylardan oluşmaktadır.

### 5.1. EKOSERV Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Hizmet kalitesi ölçeğinde nitel beklenti ve beklentiyi ölçen ifadeler 5’li Likert sorularından oluşmaktadır. Dolayısıyla değerlendirmeler; 1 – 5 arasında, EKOSERV skorlar ise -4 / +4 aralığında olması beklenmektedir. Beklenti ve algılama ile ilgili ifadeler; “güvence”, “fiziksel özellik”, “güvenilirlik”, “heveslilik”, “eko - fiziksel özellik” ve “empati” olarak sınıflandırılmıştır.

EKOSERV skorlarını oluşturan ifadeler ve boyutlar bağlamında elde edilen fark sonuçları aşağıdaki Tablo 4’te verilmektedir. Buna göre “**güvence**” boyutunda genel anlamda turistlerin beklentilerinin karşılandığını söylemek mümkündür (0.13). Turistler “Hizmet esnasında kendini güvende hissetmektedir”, “Kelebekler Vadisi hakkında gerekli bilgileri sağlayabiliyorum”, “Çalışanlar sorularımı cevaplandırarak bilgiye sahiptirler” ve “Misafirler her zaman güven içindedirler” ifadelerinde turistlerin beklentileri karşılanmıştır. Ancak “Çalışanlar konuklara karşı naziktirler” ifadesinde turistlerin beklentileri karşılanamamıştır. Yani Kelebekler Vadisi’ni ziyaret eden turistler destinasyon içerisinde çalışan iş görenlerin tutum, davranış ve yaklaşımlarından rahatsızlık duyabilmektedirler.

“**Fiziksel özellikler**” boyutunun bütününün de turistlerin beklentileri karşılanamamıştır (-0.07). Buna göre; “Kullanılan malzemeler yerel unsurları yansıtır”, “Yerel eğlence ve kültürel etkinlikler yapılmaktadır”, “Malzemeler görsel olarak çekici görünmektedir”, “Tesisler görsel olarak çekici görünmektedir”, “Çalışanlar yerel kıyafetler giymektedir”, “Tesisler yerel unsurları yansıtmaktadır”, “Personelin rahat çalışabileceği giyim tarzı mevcuttur” ifadelerinin tümünde de turist beklentileri ve algıları arasında bir ilişki söz konusudur ve bu ilişki negatif yönlüdür. EKOSERV skorları ile ilgili ifadeler ve boyutların tablosu aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 4: Kelebek Vadisi’ni Ziyaret Eden Turistlerin Beklenti, Algı ve EKOSERV Skorları**

İFADELER	N	BEKLENTİ			ALGILAMA			EKOSERV		
		Min	Mak	Ort	Min.	Mak	Ort.	Fark	Boyut	
Güvence	1	151	1	5	3.62	1	5	3.79	<b>0.17</b>	<b>0.13</b>
	2	151	1	5	3.72	1	5	3.87	<b>0.15</b>	
	3	151	1	5	3.73	1	5	3.99	<b>0.26</b>	
	4	151	1	5	3.83	1	5	3.88	<b>0.05</b>	
	5	151	1	5	4.00	1	5	3.99	<b>-0.01</b>	
Fiziksel Özellikler	1	151	1	5	3.77	1	5	3.72	<b>-0.05</b>	<b>-0.07</b>
	2	151	1	5	3.91	1	5	3.81	<b>-0.10</b>	
	3	151	1	5	3.80	1	5	3.77	<b>-0.03</b>	
	4	151	1	5	3.80	1	5	3.77	<b>-0.03</b>	
	5	151	1	5	3.66	1	5	3.57	<b>-0.09</b>	
	6	151	1	5	3.86	1	5	3.76	<b>-0.10</b>	
	7	151	1	5	4.12	1	5	4.03	<b>-0.09</b>	

Tablo 4'ün Devamı

Güvenilirlik	1	151	1	5	3.83	1	5	3.85	0.02	0.05
	2	151	1	5	3.84	1	5	3.95	0.11	
	3	151	1	5	3.70	1	5	3.75	0.05	
	4	151	1	5	3.74	1	5	3.77	0.03	
	5	151	1	5	3.92	1	5	3.97	0.05	
Heveslik	1	151	1	5	3.93	1	5	3.91	-0.02	-0.01
	2	151	1	5	3.90	1	5	3.94	0.04	
	3	151	1	5	3.85	1	5	3.80	-0.05	
	4	151	1	5	3.83	1	5	3.81	-0.02	
Eko-Fiz. Özellik	1	151	1	5	4.03	1	5	3.95	-0.08	-0.08
	2	151	1	5	3.89	1	5	3.86	-0.03	
	3	151	1	5	4.04	1	5	3.89	-0.15	
Empati	1	151	1	5	4.00	1	5	3.96	-0.04	-0.06
	2	151	1	5	3.83	1	5	3.75	-0.08	
	3	151	1	5	3.88	1	5	3.79	-0.09	
	4	151	1	5	3.79	1	5	3.75	-0.04	

(Yukarıdaki EKOSERV ölçeğinin içerdiği sorular ek 1'de verilmiştir).

“**Güvenilirlik**” boyutunda turistlerin beklentileri karşılanmıştır (0.05). Buna göre; “Hizmeti zamanında alabilmekteyim”, “Taahhüt edilen sürede hizmet yapılmaktadır”, “Hizmet ilk sefer doğru yapılabilmektedir”, “Hizmetler hatasız olarak sürekli yapılabilmektedir” ve “Problemlerin çözümünde samimiyet gösterilmektedir” ifadelerinde turistlerin beklentileri tam olarak karşılanmıştır.

“**Heveslik**” boyutunda ise turistlerin beklentileri karşılanamamıştır (-0.01). Buna göre; “Çalışanlar her zaman yardım etmeye isteklidirler”, “Çalışanlar tam zamanında hizmet vermektedirler”, “Çalışanlar meşgul olsa bile yardımcı olmaktadır” ve “Çalışanlar hizmetin yapılacağı tam zamanı söylemektedirler” ifadelerinin tümünde turistlerin beklentileri karşılanamamıştır.

“**Eko – Fiziksel Özellikler**” boyutunda da turistlerin beklentileri karşılanamamıştır (-0.08). Buna göre; “Tesisler çevreye uygun inşa edilmektedir”, “Ekipmanların bozulması minimize edilmiştir” ve “Tesisler çevre açısından güvencedirler” ifadelerinin tümünde de turistlerin beklentileri karşılanamamıştır.

“**Empati**” boyutunda da turistlerin beklentileri karşılanamamıştır (-0.06). Buna göre; “Müşterilere özel ilgi gösterilmektedir”, “Müşterilere bireysel ilgi gösterilmektedir”, “Çalışanların çalışma saatleri uygundur” ve “Çalışanlar müşterilerin özel isteklerini anlayabilmektedirler” ifadelerinin tümünde de turistlerin beklentileri karşılanamamıştır.

Tablo 5: EKOSERV Boyutları

Boyut	Kişi N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Güvence	151	1.40	5.00	<b>3.90</b>	.83229
Fiz. Özellik	151	1.00	5.00	<b>3.77</b>	.95610
Güvenilirlik	151	1.40	5.00	<b>3.85</b>	.79384
Heveslilik	151	1.00	5.00	<b>3.86</b>	.95602
Eko-Fiz. Öz.	151	1.00	5.00	<b>3.90</b>	.94500
Empati	151	1.00	5.00	<b>3.81</b>	.99298

Tablo 5'e göre; tüm grupların ortalamalarının dikkate alındığı değerler bir birlerine yakın olmakla birlikte "güvence ( $X = 3.90$ ) ve "eko – fiziksel özellikler" boyutları en yüksek ortalamaya sahiptirler. Yani Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistler en fazla bu iki boyutu algılamaktadırlar. Bu iki boyutu sırasıyla "heveslik ( $X = 3.86$ ), güvenilirlik ( $X = 3.85$ ), empati ( $X = 3.81$ ) ve fiziksel özellikler ( $X = 3.77$ )" boyutları izlemektedir. En az algılanan boyut fiziksel özellikler boyutu olmuştur. Yani turistlerin Kelebekler Vadisi'ndeki fiziksel olanaklar ve özellikler açısından beklentileri karşılanmamıştır.

## 5.2. EKOSERV Boyutları ile Demografik Değişkenlerin Analizi

Yapılan bağımsız örneklem t-testine göre grupların ortalamaları arasındaki farkı p değeri göstermektedir. Analize dâhil edilen boyutlarla turistlerin milliyetleri değişkeni arasında  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde bir fark bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre EKOSERV boyutlarının tümüyle (altı adet) yerli ve yabancı turistler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna göre; "**güvence**" boyutunun algılanmasında yerli turistler ( $X = 3.69$ ) ile yabancı turistler ( $X = 4.05$ ) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yabancı turistlerin "güvence" boyutunu algılama düzeyleri yerli turistlerden daha yüksektir. Yani yabancı turistlerin "güvence" boyutundaki beklentileri daha yüksek düzeyde karşılanmıştır.

**Tablo 6. EKOSERV Boyutları ve Turistlerin Milliyetleri Değişkeni İlişkisi (T-Test)**

Boyut	Milliyet	Kişi N	Ortalama	t	p (iki yönlü)
Güvence	Yerli	63	3.69	-2.522	.013
	Yabancı	88	4.05		
Fiz. Özellik	Yerli	63	3.36	-4.513	.000
	Yabancı	88	4.06		
Güvenilirlik	Yerli	63	3.63	-2.972	.004
	Yabancı	88	4.02		
Heveslilik	Yerli	63	3.50	-3.914	.000
	Yabancı	88	4.12		
Eko-Fiz. Özl.	Yerli	63	3.68	-2.291	.024
	Yabancı	88	4.05		
Empati	Yerli	63	3.40	-4.369	.000
	Yabancı	88	4.10		

"**Fiziksel Özellikler**" boyutunda da yabancı turistlerin ( $X = 4.06$ ) yerli turistlerden ( $X = 3.36$ ) daha yüksek düzeyde beklentileri karşılanmıştır. "**Güvenilirlik**" boyutunda da yabancı turistler ( $X = 4.02$ ) yerli turistlerden ( $X = 3.63$ ) daha yüksek bir algı düzeyine sahiptirler. "**Heveslilik**" boyutunda da benzer bir durum söz konusudur. Yabancı turistlerin beklentileri ( $X = 4.12$ ) yerli turistlerin beklentilerinden ( $X = 3.50$ ) daha yüksek düzeyde karşılanmıştır. "**Eko – Fiziksel Özellikler**" boyutunda da yabancı turistlerin ( $X = 4.05$ ) yerli turistlerden ( $X = 3.68$ ) daha fazla memnun oldukları görülmektedir. "**Empati**" boyutunda da diğer SERVQUAL boyutlarına benzer bir durum söz konusudur. Buna göre yabancı turistler ( $X = 4.10$ ) yerli turistlerden ( $X = 3.40$ ) daha yüksek düzeyde "empati" boyutunu algılamaktadırlar.

Tablo 7’de analize dâhil edilen boyutlarla cinsiyet değişkeni arasında  $p < 0.05$  anlamlılık düzeyinde bir fark bulunamamıştır. Yani bayan ve bay turistler boyutları aynı şekilde algılamaktadırlar.

**Tablo 7. EKOSERV Boyutları ve Cinsiyet Değişkeni İlişkisi (T-Test)**

Boyut	Cinsiyet	Kişi N	Ortalama	t	p (iki yönlü)
Güvence	Bayan	68	3.83	-.895	<b>.373</b>
	Bay	83	3.96		
Fiz. Özellik	Bayan	68	3.71	-.649	<b>.518</b>
	Bay	83	3.82		
Güvenilirlik	Bayan	68	3.87	.294	<b>.769</b>
	Bay	83	3.84		
Heveslilik	Bayan	68	3.83	-.357	<b>.722</b>
	Bay	83	3.89		
Eko-Fiz. Özl.	Bayan	68	3.93	.417	<b>.678</b>
	Bay	83	3.87		
Empati	Bayan	68	3.79	-.207	<b>.836</b>
	Bay	83	3.82		

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, EKOSERV boyutları; yaş ve eğitim, değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $p > 0.005$ ). Yapılan Tukey HSD testine göre; yaş değişkeni ile “fiziksel özellikler” boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre 16 – 25 yaş aralığında bulunan turistlerin ( $X = 3.26$ ) 36 – 45 yaş aralığında bulunan turistlere ( $X = 4.00$ ) oranla fiziksel özellikleri algılama düzeyleri daha düşük düzeydedir. “Güvenilirlik” boyutun da benzer bir sonuç söz konusudur. Yani 16 – 25 yaş aralığında yer alan turistlerin ( $X = 3.55$ ) 36 – 45 yaş aralığında yer alan turistlere ( $X = 4.04$ ) oranla bu boyutu daha düşük düzeyde algılamaktadırlar. “Eko – Fiziksel Özellikler” boyutunda da aynı yaş grupları için benzer sonuçlar bulunmuştur. Yani 16 – 25 yaş aralığındaki turistler ( $X = 3.36$ ), 36 – 45 yaş aralığındaki turistlere ( $X = 4.07$ ) oranla bu boyutu daha düşük düzeyde algılamaktadırlar.

**Tablo 8. EKOSERV Boyutları ve Turistlerin Yaş ve Eğitim Değişkeni İlişkisi (ANOVA)**

	VEM*						VEM*				
	Fak	Levene	P	f	p		Fak.	Levene	P	f	p
YAŞ	ES-1	1.072	.373	1.334	<b>.260</b>	EĞİTİM	ES-1	1.563	.201	4.380	<b>.006</b>
	ES-2	.092	.985	3.866	<b>.005</b>		ES-2	1.680	.174	3.003	<b>.032</b>
	ES-3	.599	.664	2.420	<b>.051</b>		ES-3	1.666	.177	2.567	<b>.057</b>
	ES-4	1.414	.232	2.834	<b>.027</b>		ES-4	1.486	.221	5.660	<b>.001</b>
	ES-5	.583	.676	4.763	<b>.001</b>		ES-5	1.143	.334	1.994	<b>.125</b>
	ES-6	.632	.640	2.058	<b>.089</b>		ES-6	.263	.852	5.885	<b>.001</b>

(ES= EKOSERV)

Eğitim değişkeni ve EKOSERV boyutları arası ilişki incelendiğinde ise elde edilen sonuçlar şunlardır. “Güvence” boyutunda yükseköğretim eğitimi alan turistlerin ( $X = 4.08$ ) ortaöğretim düzeyinde eğitim alan turistlere ( $X = 3.57$ ) oranla bu boyutu algılama düzeyleri daha yüksektir. Benzer bir durum “fiziksel özellikler” boyutu içinde geçerlidir. Bu boyutta da yükseköğretim düzeyinde eğitim alan

turistler ( $X = 3.95$ ), ortaöğretim düzeyinde eğitim alan turistlerden ( $X = 3.47$ ) daha fazla düzeyde beklentileri karşılanmıştır. “Heveslilik” boyutunda da yükseköğretim düzeyinde eğitim alan turistlerin ( $X = 4.13$ ) ortaöğretim düzeyinde eğitim alan turistlerden ( $X = 3.45$ ) “heveslilik” boyutunu algılama düzeyleri daha yüksektir.

## 6. Değerlendirme ve Sonuç

Ülkemizde, özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde yoğunlaşan deniz –güneş-kum üçlüsüne dayalı klasik tatil ürünlerine olan talep, her geçen yıl artarak devam etmektedir. Yaz aylarında yoğunlaşan turizmi hem tüm yıla yayabilmek hem de bölgesel yoğunluğu ortadan kaldırmak için alternatif turizm türlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Alternatif turizm türlerinden biri olan ekoturizmi yüksek hizmet kalitesiyle birlikte sunmak kuşkusuz ekoturistlerin memnuniyetini artıracak ve sürdürülebilir bir gelişme sağlayacaktır. Kaliteli hizmetler sunarak ekoturizmden elde edilen gelirin artırılması için hizmet kalitesi boyutlarının istenen düzeyde olması gerekmektedir.

Kelebekler Vadisi’ni en az bir kez ziyaret etmiş olan yerli ve yabancı turistlerin hizmetlerle ilgili beklenti ve algılarına ilişkin elde edilen sonuçları ise şu şekilde sıralamak mümkündür;

- ✓ Kelebekler Vadisi’ni ziyaret eden turistlerin ağırlıklı olarak orta yaş düzeyinde, eğitim seviyesi yüksek, kadın ve erkeklerin aynı oranda ilgi duyduğu, yabancı ve yerli turistlerin uğrak yeri olduğunu söylemek mümkündür.
- ✓ Turistlerin “güvence ve güvenilirlik” boyutlarında beklentileri ile algılarının uyumlu iken, “fiziksel özellikler, heveslilik, eko – fiziksel özellikler ve empati” boyutlarında turistlerin beklentileri karşılanamamıştır. Yani Kelebekler Vadisi’ni ziyaret eden turistlerin algılarının beklentilerinden daha düşük düzeyde kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.
- ✓ Turistlerin boyutlar içerisinde öncelikle “güvence ve eko – fiziksel özellikler” boyutlarında algıları beklentilerinin üzerinde sonucuna ulaşılmıştır. Bu boyutları sırasıyla “heveslilik, güvenilirlik, empati ve fiziksel özellikler” boyutları izlemektedir. Yani Kelebekler Vadisi’ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarıyla ilgili boyutlardan öncelikle hizmetlere güvence duyma ve hizmetlerin eko-fiziksel özelliklerini algıladıkları daha sonra ise sırasıyla diğer boyutları dikkate aldıkları sonucuna ulaşılmıştır.
- ✓ Khan ve Su (2003) çalışmasında ekoturistlerin beklentileri arasında en önemli boyutun ekolojik çevre/fiziksel yapı olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmada güvence ve eko – fiziksel özellikler en önemli boyuttur, bu yönüyle çalışma diğer çalışmalarla paralellik göstermektedir.
- ✓ Yabancı turistlerin yerli turistlere oranla tüm boyutlarda daha tatminkâr oldukları görülmektedir. Yani yabancı turistlerin yerli turistlere göre daha yüksek düzeyde hizmetlerden beklentileri karşılanmıştır. Bunun yanında araştırmaya katılan turistlerin cinsiyet açısından farklılıkları ile EKOSERV boyutları arasında bir fark görülmemektedir. Yani kadın ve erkek turistlerin boyutlara bakışında bir farklılık söz konusu değildir. Her iki grubunda hizmet kalitesi beklentisi ve algısı arasında istatistiksel anlamda bir fark yoktur, her iki gruptaki katılımcılarda aynı şekilde algılanmaktadır.



- ✓ Turistlerin yaş değişkenleri açısından boyutlarla ilişkisine bakıldığında; 16 – 25 yaş aralığında yer alan turistlerin 36 – 45 yaş aralığında yer alan turistlere oranla “fiziksel özellikler, güvenilirlik ve eko – fiziksel özellikler” boyutlarında daha az düzeyde beklentilerinin karşılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani yaş düzeyi daha düşük olan ziyaretçilerin daha az düzeyde beklentileri karşılanmıştır denilebilir. Diğer yaş grupları ile boyutlar arasında anlamlı bir fark ortaya konamamıştır.
- ✓ Turistlerin eğitim düzeyleri ile EKOSERV boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında; yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip olan turistlerin ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olan turistlerden “güvence, fiziksel özellikler ve heveslilik” boyutlarında daha fazla düzeyde beklentilerinin karşılandığını söylemek mümkündür.

Son yıllarda genişleyen ekoturizm pazarını işletmeler avantaj olarak görmeli ve müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yüksek kalitede hizmet sunmalıdır. Bu sonuçlara göre şu öneride bulunulabilir; bu çalışma Kelebekler Vadisi’ni ziyaret etmiş az sayıdaki turistler ve değişkenler ile sınırlıdır. Çok sayıda değişkenin yer aldığı ve örneklem büyüklüğü daha geniş tutulmuş bir araştırma, ekoturistlerin davranışları hakkında daha fazla bilgi sağlayabilir.

## 7. Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Beeton, S. (1998). *Ecotourism: A Practical Guide for Rural Communities*, Australia: Land links Press.
- Björk, P. (2008), “The Finnish Ecotourism Market Profile”, *e-Review of Tourism Research (RTR)*, Vol. 6, No.2, 2008 <http://ertr.tamu.edu>, ss.30-36.
- Bolton, M. (1997). Conservation and the Use of Wildlife Resources, İçinde, M. Bolton and C. Hall (Editörler), “*Loving them: Wildlife and Ecotourism*” ss. 231-249, London: Earth Scan Publications.
- Bozdağ, N., Atan, M. ve Altan, Y. (2003), “Hizmet Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, *VI. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bozok, D. ve Yılmaz Ö. (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, İçinde N. Hacıoğlu, ve C. Avcıkurt, (Editörler), “*Eko-Turizm*” ss.83-110, Ankara: Nobel Yayınları.
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*, USA: USA and UK by Cambridge University Press.
- Çatı, K. ve Ağraş S. (2007), “Hizmet Kalitesi Ölçüm Teknikleri” İçinde S. Kingır, (Editör), *Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Çevre Ve Orman Bakanlığı (2006), *Muğla İl Çevre Durum Raporu*, Muğla: Muğla Valiliği İl Çevre Ve Orman Müdürlüğü.
- David A. F. ve Jean-Pierre C. (2003). *Ecotourism*, New York:Rutledge Taylor and Francis Group.
- Devebakan, N. ve Aksaraylı, M. (2003), Sağlık Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı Ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, ss.36-48.

- Dizdareviç, S. (2010), Karadağın Kuzey Bölgesinin Ekoturizm Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ersen, H. (1997), *Toplam Kalite Ve İnsan Kaynakları Yönetimi İlişkisi, Verimli Ve Etkin Olmanın Yolu*, Ankara: Anatolia Yayıncılık.
- Esin, A. (2002), *Iso 9001:2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite*, Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş.–Metu Pres.
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Kelebekler\\_Vadisi](http://tr.wikipedia.org/wiki/Kelebekler_Vadisi), Erişim Tarihi: 21. 03,2012.
- <http://www.baka.org.tr/uploads/Ekoturizm-Sektor-Raporu-11EYLUL.pdf>, Erişim: 21.03.2012.
- Honey, M. (2008), *Ecotourism And Sustainable Development: Who Owns Paradise?*, 2. Baskı, Washington: Island Press.
- James A. N. ve James C. (1996) “*Rethinking Distribution: Adaptive Channels*”, USA: Harvard Business Review.
- Karakaya, K. (2009), Konaklama Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü Üzerine Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009), Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (1), ss.91-118.
- Kurnaz, Alper (2011), Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Marmaris Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Khan, M, ve Su, K, ( 2003), Service Quality Expectations of Travelers Visiting Cheju Island in Korea, *Journal Of Ecotourism Vol. 2, No. 21472*, ss.114-126.
- Laws, E, (2004), *Approaching Tourism And Hospitality Service*, London: Cabi Publishing,.
- Newsome, D., Dowling, R. ve Moore. A. (2005). *Wildlife Tourism*, Canada: Channel View Publications.
- Parsuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1988) Servqual: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality, *Journal of Retailing* 64 (Spring), ss: 12–40.
- Power, M. (1997). Development of the World Health Organization Quality of Life Assessment, *Psychological Medicine*, 28, ss:178-186.
- Sara, D. ve Friedrich L, (2006), Selective Marketing for Environmentally Sustainable Tourism, *Tourism Management, Vol: 2, No:3*, ss.1-18.
- Tavmergen, P. İ. (2002), *Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türker, N. ve Çetinkaya, A. (2007), A Research Study On The Improvement Of Ecotourism And Its Resources In The Western Black Sea Region, *2007 Uluslararası Turizm Bienali, 30 Nisan-05 Mayıs 2007, Çanakkale Üniversitesi, Çanakkale/Turkey*.
- Yücel, C. (2002). *Turizmde Yükselen Değer: Eko Turizm*, <http://www.tursab.org.tr>. Erişim: 30.03.2011.
- Wearing, S. ve Neil J. (1999), *Ecotourism (Impact, Potentials And Possibilities)*, London: Butterworth- Heinemann an Imprint.
- The International Ecotourism Society (TIES), (2006). *TIES Global Ecotourism Fact Sheet*, [www.ecotourism.org/](http://www.ecotourism.org/) Erişim: 05.03.2011.

## EK 1: EKOSERV Ölçeği

<b>Güvence</b>	
1	Hizmet esnasında kendimi güvende hissedirim
2	Kelebekler Vadisi hakkında gerekli bilgileri sağlayabiliyorum
3	Çalışanlar sorularımı cevaplandırarak bilgiye sahiptirler.
4	Misafirler her zaman güven içindedir
5	Çalışanlar konuklara karşı sürekli naziktir
<b>Fiziksel Özellikler</b>	
1	Kullanılan malzemeler yerel unsurları yansıtır
2	Yerel eğlence ve kültürel etkinlikler yapılmaktadır
3	Malzemeler görsel olarak çekici görünüyor
4	Tesisler görsel olarak çekici görünüyor.
5	Çalışanlar yerel kıyafetler giyiyor.
6	Tesisler yerel unsurları yansıtır
7	Personelin rahat çalışabileceği giyim tarzı vardır.
<b>Güvenilirlik</b>	
1	Hizmeti zamanında alabiliyorum.
2	Söz verilen sürede içinde hizmet yapılıyor.
3	Hizmet ilk seferinde doğru yapılıyor.
4	Hizmet sürekli olarak hatasız yapılıyor.
5	Problemlerin çözümünde samimiyet gösteriliyor.
<b>Heveslilik</b>	
1	Çalışanlar her zaman yardım etmeye isteklidir.
2	Çalışanlar tam zamanında hizmet verir.
3	Çalışanlar meşgul olsa bile yardım etmeye isteklidir.
4	Çalışanlar hizmetin yapılacağı tam zamanı söyler.
<b>Eko-Fiziksel Özellikler</b>	
1	Tesisler çevreye uygun inşa edilmiştir.
2	Ekipmanların bozulması minimize edilmiştir.
3	Tesisler çevre açısından güvencedir.
<b>Empati</b>	
1	Müşterilere özel ilgi gösteriliyor.
2	Müşterilere bireysel ilgi gösteriliyor.
3	Çalışanların çalışma saati uygundur.
4	Çalışanların müşterilerin özel ihtiyaçları anlayabilirler.

(1- Çok Düşük Seviyede, 2- Düşük Seviyede, 3- Orta Seviyede, 4- Yüksek Seviyede, 5- Çok Yüksek Seviyede)