

## Konaklama Tesisi Yöneticilerinin Alternatif Turizme Dair Görüşleri: Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi Örneği

Cemali SARI (\*)  
Medine ALİGİL (\*\*)

**Öz:** Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi (DATGPB); konaklama tesis türü ve sayısı ile gelen turist sayısı, turizm gelirleri açısından sadece Antalya'nın değil Türkiye'nin de önemli turizm merkezleri arasında yer almaktadır. Bölgede; deniz kum güneş üçlüsü dışındaki potansiyel turizm kaynaklarının tespiti ve kullanımına yönelik çalışmaların yetersiz kalması, turistik aktivitelerin yılın tamamına yaygınlaştırılmaması, sürdürülebilir turizm açısından sektörünün geleceğini tehdit eden sorunları beraberinde getirmektedir. Uzun yıllardır devam eden bu durum; yılın belli bir bölümünde tesislerin boş kalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla konaklama tesisi yöneticilerinin bölgenin potansiyel turizm kaynaklarına dair görüşlerinin tespiti son derece önemlidir. Bu araştırmada 27 konaklama tesisi yöneticisi ile yüz yüze görüşülerek bunların 22 adet yarı yapılandırılmış görüşme sorusu ile alternatif turizme dair görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde DATGPB'nde alternatif turizmin işlerlik kazanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama tesisi yöneticileri, Alternatif turizm, Side, Antalya.

## The View on Alternative Tourism by Managers of Accommodation Establishments: The Example of the East Antalya (Side) Tourism Development Project Area

**Abstract:** The East Antalya (Side) Tourism Development Project Area (DATGPB) is, with its accommodation types and number, one of the major tourism centres in Antalya and in the whole of Turkey when it comes to the number of tourists and income. The lack of determination and further studies on any additional potential tourism resources, besides the trio of sea, sand and sun in the area, and the lack of spreading activities throughout the year forms a threat to the future continuation of tourism. This ongoing situation makes that establishments are empty for a certain period every year. Therefore the view of the accommodation establishment managers on potential tourism resources is of utmost importance. The aim of this study is to meet with 27 accommodation establishment managers face to face and to define their view on alternative tourism. The final results of analysing the data gained by this study show that alternative tourism can take part in the development of the DATGPB.

**Keywords:** Accommodation Establishment Managers, Alternative Tourism, Side, Antalya

---

\*) Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, (e-posta: csari@akdeniz.edu.tr)

\*\*) Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, (e-posta: medinealigil@gmail.com)

**Makale Geliş Tarihi: 28.11.2016**  
**Makale Kabul Tarihi: 23.12.2016**

## I. Giriş

Dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden biri olan turizm sektörü, uluslararası pazarın büyüklüğü ve her geçen gün bu pazara yeni taleplerin eklenmesiyle, gelişmiş ve geliştirmekte olan birçok ülkenin iştahını kabartan bir sektör haline gelmiştir. Turizm sektörünün ham maddesi hiç şüphesiz doğal, tarihi ve coğrafi çekiciliklerdir. Birçok ülke veya bölge yapısı gereği bu değerlere herhangi bir maliyete katlanmaksızın zaten sahiptir. Asıl sorun mevcut değerlerin turistik ürün haline getirilip pazarlanması sorunudur (Yıldız ve Kalağan, 2008:44). Turizm konusunda en yoğun talebi deniz-kum-güneşin birlikte bulunduğu, kültürel çeşitliliği barındıran, görsel ve ekonomik açıdan tatmin sağlayan bölgeler almaktadır.

Günümüzde Türkiye'nin uyguladığı turizm şekli de doğal potansiyele bağlı olarak ortaya çıkmış deniz-kum-güneş üçlüsüne dayanır (Akova, 2000:72).

Türkiye'de gelişen turizmin yapısında ülkenin kıyısal kaynaklarının ağırlığı, dünya genel eğilimine de uygun olarak, ezici bir şekilde kendisini hissettirir. Aslında binlerce yıldır çeşitli medeniyetlerin beşiği olan bu ülkede kültür ve tarihsel turizm de çok büyük potansiyele sahiptir. Bunun yanında, doğal özellikler de değişik turizm faaliyetlerinin gelişebilmesine çok uygundur (Özgüç, 2015:509). Türkiye'de turizm genel olarak batı ve güney bölgelerde gelişme göstermiştir. Zira ülkenin turizmdeki göz bebeği olan Akdeniz Bölgesi, doğal güzellikleri ve bu güzelliklerin turizme servis edilmesi neticesinde ziyaretçilerin uğrak tatil bölgesi haline gelmiştir. Kuşkusuz bu bölgenin en işlek şehri de Antalya'dır.

1.577 km. uzunluğundaki Akdeniz kıyı şeridininin 450 km'lik bölümünü (%35) Antalya ili kıyıları oluşturmaktadır. Bu kıyıları, adaları, plajları, koyları, şelaleleriyle ülkenin en temiz ve güzel kıyıları arasında yer almaktadır (Alparslan ve Ortaçeşme, 2009:170). 2015 yılı verilerine göre Türkiye'yi ziyaret eden 36,2 milyon yabancı turistin 11,3 milyonu Antalya'yı tercih etmiştir (<http://www.kultur.gov.tr> – 27.02.2016). Bu da gösteriyor ki Antalya, Türkiye'nin turizm payınının %30.3'lük dilimini bünyesinde bulundurmaktadır.

Sahip olduğu doğal ve kültürel turistik potansiyelleri hizmet yatırımları ile destekleme aşamasında olan Antalya turizminin, ülkenin geliştirmekte olan turizm sektörü ile tam anlamıyla kaynaştığı söyleyemeyiz. Kısa vadede ziyaretçi sayısının fazla olması sevindirici bir durum olarak kabul edilirse de turistik faaliyetlerin yaz sezonunun dışına yeterince taşınmaması Antalya ili turizminin geleceği açısından ciddi bir sorun olarak görülebilir (Sarı, 2008:14). Bu gibi sebepler dolayısıyla sürdürülebilirliğin sağlanmasıyla beraber “sezon” kavramı içerisinde sıkışmamış, tüm yıl idame ettirilebilecek çeşitli turizm planları ortaya koymak gerekmektedir. Yakın bir zaman içinde belli noktalara yoğunlaşmış turizm gelişimi azami noktasına ulaşacak, sonra da düşüş başlayacaktır (<http://www.tursab.org.tr>- 23.02.2016).

Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerin turizm pazarından aldıkları payı artırmaları ancak sundukları turizm hizmetlerini ve ürünlerini çeşitlendirmeleri ile mümkün olmaktadır. Turizm hizmet ve ürünlerinin çeşitlendirilmesinden kasıt alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin sağlanmasıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:260). Anlaşılacağı üzere kitle turizminin odağında bulunan deniz-kum-güneş üçlüsünün doğurduğu “mevsimlik turizm” kavramı artık yeterli gelmemekte ve yatırımcıları alternatif turizm faaliyetleri arayışına sürüklemektedir.

Araştırma sahasını oluşturan Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi (DATGPB) de kıyı turizminin gölgesi altındadır. Antalya'nın en çok bilinen ve rağbet gören turizm bölgesi olması nedeniyle alternatif turizm çeşitlerinin bu sahaya da uyarlanması gerekmektedir.

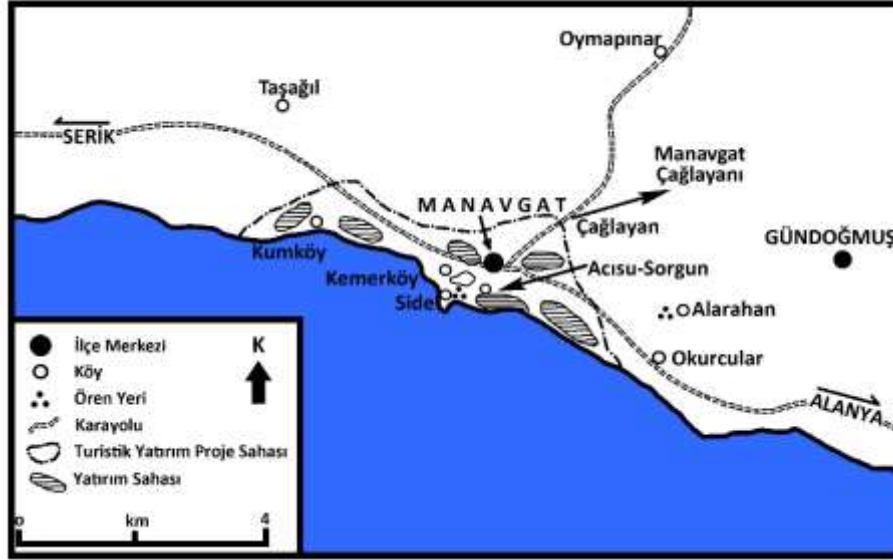
Manavgat'ı bir turizm ilçesi yapan ve her yıl buraya binlerce turist akın etmesini sağlayan Side ve çevresidir. Eşsiz tarihi zenginlikleri pırl pırl denizi, sapsarı kumu, sonsuz güneşi ile saha Akdeniz kıyı şeridinin vazgeçilmez bir turizm incisidir (Aydınözü, 2004:82). Sahanın eşsiz güzelliklerinin değerlendirilmemesi yaz sezonu dışındaki dönemde bölge turizminden sağlanan gelirin kısır kalmasına sebep olmaktadır. Bu noktada sahanın kıyı turizmine alternatif oluşturacak turizm türlerinin tespiti ve bunun neticesinde en uygun türlerin bölgeye uygulanması önem arz etmektedir.

Alternatif turizm türlerinin desteklenmesi ve tanıtımı ile beraber yılın yaz dışında kalan dönemlerinde atıl kalan kapasitenin daha verimli kullanılmasının önü açılacak, sürdürülebilirlik yatırımlarının maliyeti göreceli olarak düşürülecektir. Dolayısıyla düşük sezonların canlandırılması için yerel halkın ve çevrenin özel koşulları dikkate alınmalı, yılın farklı dönemlerinde gerçekleştirilebilecek alternatif turizm türlerine yönelik bir turizm politikası haline gelmeli ve yaygınlaştırılmalıdır (TÜSİAD, 2012).

Arz ve talebin etkin bir şekilde yönetilmesi için tüm turizm paydaşlarının bir araya gelerek koordineli hareket etmesi gerekmektedir. Bu bağlamda özellikle DATGPB'nde yer alan konaklama tesisi yöneticilerinin alternative turizme yaklaşımları, potansiyel turizm kaynaklarına dair görüşlerinin tespiti, sürdürülebilir turizm açısından sektörünün geleceği için son derece önemlidir.

## **II.Araştırmanın Yeri ve Sınırları**

Araştırma sahası, Antalya il merkezine 75 km uzaklıkta, Manavgat ilçe sınırları içindedir. Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi, batıda Kumköy'den doğuda Manavgat ırmağının doğusuna Okurcular köyü batısına kadar devam eder. Saha, kıyı bandı boyunca yaklaşık 15 km'lik bir uzunluk gösterir (Doğanay ve Zaman, 2013:48). Manavgat, Sorgun, Kemerköy, Kumköy ve Side (Selimiye) Turizm Gelişim Projesi Bölgesi sınırları içinde yer alan başlıca yatırım yöreleridir (Şekil 1Bkz).



Şekil 1: Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi Haritası

### III. Araştırmanın Amacı

Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi; konaklama tesis türü ve sayısı ile gelen turist sayısı, turizm gelirleri açısından sadece Antalya'nın değil Türkiye'nin de önemli turizm merkezleri arasında yer almaktadır. Bu çalışmada DATGPB konaklama tesisi yöneticilerinin bölgenin alternatif turizmüne dair görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

### IV. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Ülke ekonomilerinin şekillenmesinde, sahip olunan potansiyelin tespiti ve değerlendirilmesi büyük rol oynamaktadır. Nitekim bu genelleme günümüzde ekonominin ana damarlarından olan turizm için de geçerlidir. Sahip olunan turizm potansiyelinin tespiti sonucunda hazırlanan stratejiler çerçevesinde turizm gelişme göstermektedir.

Antalya, 12 milyona yaklaşan turist sayısı ile Türkiye'nin olduğu kadar dünyanın da en önemli turizm merkezleri arasında yer almaktadır (Sarı, 2014:109). Sahaya gelen turist sayısında ulaşılan bu başarının Türkiye'nin turizm gelişim planlama stratejisinin bir sonucu olduğu söylenebilir. Güney Antalya Turistik Gelişim Projesi Bölgesi ile bu araştırmanın da konusunu oluşturan Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi, Antalya'nın iki önemli turistik planlama ve yatırım bölgesidir.

Bu araştırmada, Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi konaklama tesisi yöneticilerinin bölgenin alternatif turizm potansiyeline dair görüşlerinin belirlenmesi, bölgenin 7 aya sıkıştırılmış turizm sezonunun 12 aya yayılması, bütün turizm yükünü sırtlayan kıyı turizmine alternatif oluşturması ve bölgenin geri plana atılmış öğelerinin ortaya çıkarılması bakımından önemlidir.

#### **V. Araştırmanın Yöntemi ve Metodu**

Bu araştırmada, yarı yapılandırılmış 22 adet soru yüz yüze görüşme yöntemi ile 27 konaklama tesisi yöneticisine uygulanmıştır. Konuyla ilgili literatür taraması yapılmış, neticesinde bölgeye yönelik çalışma sayısının sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda bu çalışmanın bölge için orijinal bir çalışma olduğu söylenebilir.

#### **VI. Bulgular ve Yorumlar**

##### **VI.a. Yaş?**

**Tablo 1:** Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

<i>Yaş Grubu</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
20-30 yaş	9	33,33
30-40 yaş	11	40,74
40 ve üzeri yaş	7	25,93
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100,00</b>

Tablo 1'e göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin yaşları gruplandığında katılımcıların %33,3 (9 kişi)'ünün 20-30 yaş grubunda, %40,7 (11 kişi)'inin 30-40 yaş grubunda, %25,9 (7 kişi)'unun ise 40 ve üzeri yaş grubunda olduğu görülmektedir. Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesinde tesisler, %75'e yaklaşan bir oranda 40 yaş altında yöneticilerin idaresindedir.

##### **VI.b. Cinsiyet?**

**Tablo 2:** Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

<i>Cinsiyet</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Erkek	22	81,48
Kadın	5	18,52
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100,00</b>

Tablo 2'ye göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin cinsiyet dağılımı incelendiğinde katılımcıların %81,5 (22 kişi)'inin erkek, %18,5 (5 kişi)'inin ise kadın olduğu görülmektedir.

#### VI.c. Eğitim?

**Tablo 3:** Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Lise	8	29,63
Ön lisans	7	25,93
Lisans	12	44,44

Tablo 3'e göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin eğitim durumları baz alındığında katılımcıların %29,6 (8 kişi)'sının lise, %25,9 (7 kişi)'unun ön lisans, %44,4 (12 kişi)'unun ise lisans eğitimini tamamlamış olduğu görülmektedir.

#### VI.d. Tesis Türü?

**Tablo 4:** Katılımcıların Görev Yaptıkları Tesislerin Tür ve Sınıf Dağılımı

<i>Tesis Türü</i>	<i>Sınıfı</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Otel	***	1	3,70
Otel	****	4	14,82
Otel	*****	22	81,48

Tablo 4'e göre anket çalışmasının uygulandığı tesislerin tümü otel olup %3,7 (1 tesis)'si 3\* lı, %14,8 (4 tesis)'i 4\* lı, %81,5 (22 tesis)'i ise 5\* dır.

#### VI.e. Tesisteki Deneyim Süresi?

**Tablo 5:** Katılımcıların Yöneticilik Yaptıkları Tesislerdeki Deneyim Sürelerinin Dağılımı

<i>Deneyim Süresi</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
0-2 yıl	7	29,93
2-5 yıl	11	40,74
5-10 yıl	6	22,22
10 ve üzeri yıl	3	11,11

Tablo 5'e göre ankete katılan 27 konaklama tesisi yöneticisinden %29,9 (7 kişi)'u 0-2 yıl, %40,7 (11 kişi)'si 2-5 yıl, %22,2 (6 kişi)'si 5-10 yıl, %11,1 (3 kişi)'i ise 10 ve üzeri yıl deneyime sahiptir. Sahada sürdürülebilir turizm anlayışının yerleştirilememesi ile turizm aktivilerinin yılın belirli aylarına sıkışması, sektörde nitelikli personel çalışma süresini de etkilemektedir.

#### **VI.f. Sektördeki toplam deneyim süresi?**

**Tablo 6:** Katılımcıların Turizm Sektöründeki Toplam Deneyim Sürelerinin Dağılımı

<i>Deneyim Süresi</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
0-2 yıl	0	0
2-5 yıl	1	3,70
5-10 yıl	4	14,82
10 ve üzeri yıl	22	81,48

Tablo 6'ya göre ankete katılan 27 konaklama tesisi yöneticisinden %3,7 (1 kişi)'si 2-5 yıl, %14,8 (4 kişi)'i 5-10 yıl, %81,5 (22 kişi)'i 10 ve üzeri yıl deneyime sahipken 0-2 yıl aralığında deneyime sahip yönetici bulunmamaktadır. Yöneticilerin, tesislerdeki deneyim sürelerinin kısalığı yanında sektördeki deneyim sürelerinin uzun olması yöneticileri yıllar içinde farklı bölge ve tesislere yönlendirebilmektedir.

#### **VI.f. Yıllık izin kullanacağınızda hangi ayları tercih edersiniz?**

**Tablo 7:** Katılımcıların Yıllık İzinlerini Kullanma Aralıkları

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Kasım	1	3,70
Aralık-Ocak-Şubat	25	92,60
Nisan	1	3,70

Tablo 7'ye göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin yıllık izinlerini kullandıkları aylar incelendiğinde katılımcıların %3,7 (1 kişi)'si kasım ayını, %92,6 (25 kişi)'si aralık-ocak-şubat aylarını, %3,7 (1 kişi)'sinin ise nisan ayını tercih ettiği görülmektedir. Tesis yöneticilerinin neredeyse tamamına yakını izinlerinin turizm sezonu dışında kullanılmaktadır.

#### **VI.g. Tesisinizin yıl içerisinde açık olduğu aralık nedir?**

**Tablo 8:** Tesislerin Yıl İçerisinde Açık Oldukları Aralıklar

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
12 ay	16	59,26

Nisan-Kasım	7	29,93
Mart-Aralık	3	11,11
Mayıs-Eylül	1	3,70

Tablo 8'e göre anket çalışmasının uygulandığı konaklama tesislerinin %59,3 (16 tesis)'ü 12 ay, %29,9 (7 tesis)'ü nisan-kasım ayları arası, %11,1 (3 tesis)'i mart-aralık ayları arası, %3,7 (1 tesis)'si ise mayıs-eylül ayları arasında hizmete açık durumdadır. Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesinde tesislerin önemli bir bölümü yılın bir bölümünü kapalı geçirmekte olup bu durum önemli ekonomik kayıplara neden olmaktadır.

#### VI.h. Tesisinize turist girişleri en çok hangi aylarda olmaktadır?

**Tablo 9:** Tesislere Turist Girişlerinin Yoğun Olduğu Aralıklar

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Mayıs-Ekim arası	6	22,22
Haziran-Temmuz-Ağustos	6	22,22
Temmuz-Ağustos-Eylül	14	51,86
Ağustos-Eylül-Ekim	1	3,70

Tablo 9'a göre anket çalışmasının uygulandığı konaklama tesislerinin %22,2 (6 tesis)'si mayıs-ekim ayları arası, %22,2 (6 tesis)'si haziran-temmuz-ağustos aylarında, %51,9 (14 tesis)'u temmuz-ağustos-eylül aylarında, %3,7 (1 tesis)'si ise ağustos-eylül-ekim aylarında yoğun turist girişleri yaşanmaktadır. Sahaya nisan mayıs aylarında başlayan turist girişleri, mayıs haziranda artmakta, temmuz ve ağustosta zirve yapmak, eylülde düşmekte, ekimde ise iyice azalmaktadır.

#### VI.1. Tesisinizin yıllık doluluk oranı nedir?

**Tablo 10:** Tesislerin Yıllık Ortalama Doluluk Oranları

<i>Ortalama Doluluk Oranı (%)</i>	<i>Tesis Sayısı</i>	<i>%</i>
50-60 arası	2	7,41
61-70 arası	1	3,70
71-80 arası	8	29,63
81-90 arası	12	44,44
91 ve üzeri	4	14,82



<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100,00</b>
---------------	-----------	---------------

Tablo 10'a göre ankete katılan konaklama tesislerinin yıllık ortalama doluluk oranları incelendiğinde tesislerin %7,4 (2 tesis)'ünün %50-%60 arasında, %3,7 (1 tesis)'inin %61-%70 arasında, %29,6 (8 tesis)'inin %71-%80 arasında, %44,4 (12 tesis)'ünün %81-%90 arasında, %14,8 (4 tesis)'inin ise %91 ve üzerinde doluluk oranına sahip olduğu görülmektedir.

**VI.i. Tesisinizi en çok hangi ülke vatandaşları tercih etmektedir?**

**Tablo 11:** Tesisleri En Fazla Tercih Eden Ziyaretçilerin Ülkelere Göre Dağılımı

<b>1.</b>	Almanya	<b>7.</b>	Slovakya
<b>2.</b>	Rusya	<b>8.</b>	Belçika
<b>3.</b>	Türkiye	<b>9.</b>	Fransa
<b>4.</b>	İngiltere	<b>10.</b>	Çek Cumhuriyeti
<b>5.</b>	Hollanda	<b>11.</b>	İsviçre
<b>6.</b>	İskandinav Ülkeleri	<b>12.</b>	Balkan Ülkeleri

Tablo 11'e göre anket çalışmasının uygulandığı konaklama tesisleri en fazla tercih eden ziyaretçilerin ülkelerine göre dağılımı incelendiğinde Alman, Rus ve Türk turistlerle başı çektiği ve genel olarak Avrupalı turistler tarafından daha fazla tercih edildikleri görülmektedir.

**VI.j. Tesisinizin kapalı olduğu aylar ne şekilde değerlendirilmektedir?**

Katılımcılar tarafından verilen yanıtlara göre 12 ay aktif olmayan konaklama tesisleri, kapalı oldukları ayları bakım ve onarım çalışmalarıyla değerlendirilmektedir.

**VI.k. Tesisinizin Deniz-Kum-Güneş üçlüsü dışında tercih edilme nedenleri nelerdir?**

**Tablo 12:** Tesislerin Tercih Edilme Nedenleri

<i>Tercih Nedeni</i>	<i>Cevap Sayısı</i>	<i>%</i>
Hizmet Kalitesi	10	28,57
Aquapark	5	14,29
Müşteri Memnuniyeti	5	14,29
Aile Oteli	4	11,42
Her şey Dahil Sistem	3	8,57

Sosyal Faaliyetler	2	5,72
Konsept	2	5,72
Bungalow Evler	2	5,72
Couple Otel	1	2,85
Sakinlik	1	2,85
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

Tablo 12'ye göre tesislerin deniz-kum-güneş dışında tercih edilme nedenleri incelendiğinde, %28,6 (10 cevap)'lık oranla hizmet kalitesi ilk sırada yer almaktadır. Diğer tercih nedenleri ise %14,3 (5 cevap) aquapark ve müşteri memnuniyeti, %11,4 (4 cevap) aile oteli, %8,6 (3 cevap) her şey dahil sistem, %5,7 (2 cevap) sosyal faaliyetler, konsept ve bungalow evler sıralanmaktadır. Son sırayı ise %2,9 (1 cevap)'luk oranlarla couple otel ve sakinlik paylaşmaktadır.

#### VI.I. Turizm sezonu kavramının bulunduğunuz bölge turizmi için anlamı nedir?

**Tablo 13:**Bölge Turizmi İçin Sezonun Anlamları

<i>Sezon Anlamı</i>	<i>Cevap Sayısı</i>	<i>%</i>
İş	7	23,33
Para	6	20
Yoğunluk	6	20
Turist	6	20
Deniz-Kum-Güneş	5	16,67
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

Tablo 13'e göre turizm sezonunun bölge için anlamları incelendiğinde, ankete katılanların %23,3 (7 cevap)'ü iş, %20 (6 cevap)'si para, yoğunluk ve turist ve son olarak %16,7 (5 cevap)'si deniz-kum-güneş cevaplarını vermiştir.

#### VI.m. Tesisinizde çalıştıracak kalifiye eleman sıkıntısı çekiyor musunuz?

**Tablo 14:** Tesislerde Çalıştıracak Kalifiye Eleman Sıkıntısı Çekme Durumu

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Evet	23	85,19
Hayır	4	14,81
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

Tablo 14'e göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinden %85,2 (23 kişi)'si tesislerinde çalıştıracak kalifiye eleman sıkıntısı çektiklerini, %14,8 (4 kişi)'i ise kalifiye eleman sıkıntısıyla karşılaşmadıklarını belirtmiştir.

**VI.n. Alternatif turizm deyince aklınıza gelenler nelerdir?**

Katılımcıların "Alternatif turizm deyince aklınıza gelenler nelerdir?" sorusuna en sık verdikleri cevaplar sırasıyla; Kültür Turizmi, Spor, Kongre Turizmi, Sağlık Turizmi, Doğa Aktiviteleri, İnanç Turizmi, Kış Turizmi, Yat Turizm'dir.

**VI.o. Tesisinizde konaklayan turistlerden ve/veya tur şirketlerinden alternatif turizm ile ilgili talepler aldınız mı?**

**Tablo 15:** Alternatif Turizme Yönelik Talep Alma Durumu

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
<b>Evet</b>	9	33,33
<b>Hayır</b>	18	66,67
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

Tablo 15'e göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin %33,3 (9 kişi)'ü turist ve/veya tur şirketlerinden alternatif turizme yönelik talepler aldıklarını söylerken, %66,7 (18 kişi)'si alternatif turizmle alakalı talep almadıklarını belirtmiştir.

**VI.ö. Alternatif turizm çeşitlerinin tesislerin kapalı olduğu dönemlere yayılması hakkındaki görüşleriniz nelerdir?**

**Tablo 16:** Alternatif Turizm Çeşitlerinin Tesislerin Kapalı Olduğu Dönemlere Yayılması Hakkındaki Görüşler

<i>Görüşler</i>	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Olumlu	18	66,67
Olumsuz	5	18,52
Fikri Yok	4	14,81
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100</b>

Tablo 16'ya göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin % 66,7 (18 kişi)'si gerekli altyapı çalışmalarının yapılması durumunda alternatif turizme olumlu bakarken, % 18,5 (5 kişi)'i uygun sahanın olmaması, alternatif turizme katılacak kişi sayısının azlığı gibi sebeplerden dolayı alternatif turizmin işlerlik kazanmasına olumsuz bakmıştır. Katılımcıların % 14,8 (4 kişi)'i ise fikir beyan etmemiştir.

**VI.p. Alternatif turizmin bulunduğu bölgede işlerlik kazanabileceğini düşünüyor musunuz?**

**Tablo 17:** Alternatif Turizmin Bölgede İşlerlik Kazanma Durumu

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Evet	15	55,56
Hayır	12	44,44
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100,00</b>

Tablo 17'ye göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin %55,6 (15 kişi)'si alternatif turizmin bölgede işlerlik kazanma durumuna "Evet" yanıtını verirken, %44,4 (12 kişi)'ü "Hayır" demiştir.

#### VI.s. Hangi alternatif turizm çeşitlerinin turistleri turizmin aktif dönemleri dışında bölgeye çekeceğini düşünüyorsunuz?

Katılımcıların, “Hangi alternatif turizm çeşitlerinin turistleri turizmin aktif dönemleri dışında bölgeye çekeceğini düşünüyorsunuz?” sorusuna en sık verdikleri cevaplar sırasıyla; Spor, Kültür, Kongre, Sağlık, Doğa’dır.

#### VI.ş. Tesise turist çekmek açısından hazırladığınız pazarlama stratejilerinde alternatif turizm çeşitlerinden yararlanıyor musunuz?

**Tablo 18:** Pazarlama Stratejilerinde Alternatif Turizmden Yararlanma Durumu

	<i>Katılımcı Sayı</i>	<i>%</i>
Evet	7	25,93
Hayır	20	74,07
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>100,00</b>

Tablo 18’e göre ankete katılan konaklama tesisi yöneticilerinin %25,9 (7 kişi)’u “Evet” cevabını vererek pazarlama stratejilerinde alternatif turizm çeşitlerinden yararlandığını belirtirken, %74,1 (20 kişi)’i “Hayır” cevabını vermiştir.

#### VI.t. Bölgeniz turizminin sizce en büyük sorunları nelerdir?

**Tablo 19:** Bölge Turizminin En Büyük Sorunları

<i>Sorunlar</i>	<i>Cevap Sayısı</i>	<i>%</i>
Kalifiye Eleman Eksikliği	15	25
Altyapı Yetersizliği	7	11,67
Her şey Dahil Sistem	6	10
Turizmin Tüm Yıla Yayılabilmesi	6	10
Çevre Kirliliği	5	8,33
Devlet Desteğinin Yetersizliği	4	6,67
Bölge Halkının Turiste Karşı Tutumu	4	6,67
Otellerin Çokluğu	3	5
Ulaşım	3	5
Kalitesiz Müşteri	3	5
Tanıtım Yetersizliği	3	5
Sosyal Faaliyet Eksikliği	1	1,66
<b>Toplam</b>	<b>60</b>	<b>100,00</b>

Tablo 19’a göre bölge turizminin en büyük sorunları ele alındığında %25 (15 cevap)’le kalifiye eleman eksikliği başı çekmekteyken, %11,7 (7 cevap)’siyle altyapı yetersizliği, %10 (6 cevap)’luk oranlarla her şey dahil sistem ve turizmin tüm yıla yayılabilmesi, %8,3 (5 cevap)’le çevre kirliliği, %6,7 (4 cevap)’lik oranlarla devlet desteğinin yetersizliği ve bölge halkının turiste karşı tutumu, %5 (3 cevap)’lik oranlarla otellerin çokluğu, ulaşım, kalitesiz müşteri ve tanıtım yetersizliği cevapları yer alırken en sonunda %1,7 (1 cevap)’siyle sosyal faaliyet eksikliği cevabı verilmiştir. Bölge turizminin en büyük sorunların başında yer alan kalifiye eleman sıkıntısı önemli oranda turizm sezonu kavramının kalkması ve turistik aktivitelerin tüm yıla yaygınlaşması ile ortadan kalkabilecektir.

### **Sonuç ve Tartışma**

Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi'nde bulunan konaklama tesislerinin neredeyse tümü kıyı turizmi odaklı yapılandırılmıştır. Fakat turistik eğilimlerin değişmesiyle, deniz-kum-güneş merkezli turizm, taleplere tek başına cevap veremeyecek duruma gelmiştir. Bu noktada bölgenin, kıyı turizminin gölgesinde kalmış potansiyelinin ortaya çıkarılması, turistik taleplere alternatifler sağlanması ve bu alternatif turizm türlerinin bölgeyle özdeş hale getirilmesi gerekmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre bölgedeki konaklama tesislerinin % 44,7'si sezonluk faaliyet göstermekteyken, bunların %29,9'u nisan-kasım aralığında toplamda 8 ay aktif olarak hizmet vermektedir. Faaliyet dışı dönemde hem tesislerde çalışan personel hem de bölge halkı işsiz kalmaktadır. Tesislerde ise bu aylarda bakım ve onarım işlemleri uygulanmaktadır. Fakat konaklama tesisleri turizm sezonu açıldığında %85,2'lik bir oranla kalifiye eleman sıkıntısı içerisine girmektedir. Bu durum da dolaylı olarak birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Turizm sezon kavramının bölge için ekonomik anlamı düşünüldüğünde turizmin belli aylara sıkıştırılması, tüm yıla yayılımının sağlanmaması olup bu durum alternatif turizm türlerinin bölgeye uygulanması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre bölgedeki konaklama tesisi yöneticilerinin %66,7'si gerekli çalışmaların yapılması durumunda alternatif turizmin tesislerin kapalı oldukları dönemlere yayılması konusunda olumlu görüş bildirmiştir. Alternatif turizmin bölgede işlerlik kazanma durumu sorulduğunda ise %55,6'lık kısımdan olumlu dönütler alınmıştır. Buna ek olarak spor, kültür, kongre, sağlık, doğa gibi alternatif turizm türlerinin bölgenin sezon dışında kalan döneminde ziyaretçilerin ilgisini çekebileceği belirtilmiştir. Tüm bunlar gösteriyor ki alternatif turizmin bölgeye yapacağı katkılar yadsınmamakta hatta bölgenin özelliklerini baz alarak alternatifler ortaya konulmaktadır. Bu görüşlere paralel olarak bölgeye en uygun turizm çeşitlerinin uygulanabilmesi adına uzmanlarca yapılacak tespitler çerçevesinde yapılandırma çalışmalarının bir an önce hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre konaklama tesislerinin %74,1'i uygulanan pazarlama stratejilerinde alternatif turizm türlerinden yararlanmamaktadır. Bu duruma %66,7'lik oranla talep yetersizliği sebep olmaktadır tesis yöneticilerinden alınan ek bilgilerde tesislerin buldukları sınırlar içerisindeki konaklama kısmında stratejiler ürettikleri ve tesis dışındaki ek turizm faaliyetlerinin ise tur şirketleri tarafından ayrı olarak organize edildiği belirtilmiştir. Bu da gösteriyor ki tesis yöneticileri alternatif turizmin uzun vadede getirilerini hesaplayamadıklarından riskli gördükleri yatırımlardan kaçınarak rutin seyreden geleneksel faaliyetlere devam etmektedirler. Takip ettikleri yol kısa vadede talepleri karşılayacak olsa da uzun vadede bölge turizminin kısır kalmasına sebep olacaktır. Bu bakımdan uygulanan pazarlama stratejilerinin sadece tesis çevresini değil bütün bölgeyi kapsayıcı olmasına dikkat edilerek geleceğin turizm türlerinin hayat bulmasına olanak sağlanması gerekmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre bölge turizminin başlıca sorunları ele alındığında % 25'lik bir oranla kalifiye eleman sıkıntısı başı çekmektedir. Bu sorunun en temel nedenlerinden biri turizmin sezon dışına yayılamaması dolayısıyla kış aylarında otellerin

kapatılması ve personelin işsiz kalmasıdır. Bu düzensizlik dolayısıyla kış aylarında farklı sektörlere dağılan nitelikli personel, sezon açıldığında aynı döngü içerisine girmeyi kabul etmemekte ve bu açığı kapatmak adına niteliksiz, iş bilmez personelle sezon bitirmeye çalışılmaktadır. Sürekliliğin bulunmaması dolayısıyla kalifiye personelin farklı sektörlere dağılımı kaçınılmaz olmaktadır. Bu da her bakımdan bölgeyi ve sektörü zarara uğratmaktadır. Ancak bu durum turizmin bölgede tüm yıla yayılımının sağlanmasıyla aşılabılır. Turizme yapılan yatırımın önemli bir kısmı nitelikli personel yetiştirmeye ayrılmalıdır. Zira personelin sayısal yetersizliği bir tarafa niteliksel olarak yetersizliği durumunda zarar sadece tesisleri değil tüm bölge imajını etkileyen bir durum haline gelecektir.

Anket dahilinde sorunlar sıralandığında kalifiye personel yetersizliğini, altyapı eksikliği, turizmin tüm yıla yayılmaması ve çevre kirliliği takip etmektedir. Turizmin bölgede sürdürülebilirliği açısından tüm bu sorunların ivedilikle çözümü gerekmektedir.

Doğu Antalya (Side) Turistik Gelişim Projesi Bölgesi ve yakın çevresi eşsiz güzellikleriyle Antalya'nın en önemli turizm beldelerindedir. Fakat sahip olduğu güzelliklerin turizmde etkin olarak kullanıldığı söylenemez. Potansiyelinin çok azı turizm sektörünün pazarlama stratejilerinde ön plana çıkartılmaktadır. Ziyaretçilerin talepleri doğrultusunda odağı deniz-kum-güneş üçlüsü oluşturmaktadır. Fakat zaman içerisinde değişen turist eğilimlerini de hesaba katarak birtakım düzenlemelere gidilmesi gerekmektedir. Bölgede kitle ve kıyı turizmine alternatif oluşturacak birçok turizm çeşidi mevcuttur. Elde edilen veriler çerçevesinde bölge; spor, kültür, kongre, sağlık ve doğa turizm türlerinin etkin kullanımıyla turizm bakımından çeşitlilik arz edip taleplere karşılık verebilir. Tur şirketlerinin ve konaklama tesislerinin yararlandıkları pazarlama stratejilerinin içerisine alternatif turizm türleri de dahil edilebilir. Böylelikle hem ziyaretçilerin bu duruma verdikleri tepkiler ve ilgileri ölçülmüş hem de bölge, kıyı turizminin dışındaki kaynaklarını tanıtmaya imkanı bulmuş olur.

Gerekli çalışmalar sonucunda uygulanabilir turizm çeşitlerinin bölgeye adapte edilmesiyle bölge hem kıyı turizmine bağlı kalmaktan kurtarılacak hem geri plana atılmış kültür, golf, kongre, spor, sağlık, rafting, av, yayla, kuş gözlem turizmi gibi potansiyel turizm öğeleri ortaya çıkarılacak hem de turizm sezonlara bölünmeyip tüm yıla yayılacaktır.

#### **Kaynakça**

- Akova, İ. (2000). Alternatif Turizm Olanaklarımız. Coğrafya Dergisi. Sayı 8, 71-84.
- Alparslan A. Ö., Ortaçşme V. (2009). Side-Manavgat Kıyı Kesimi Alan Kullanımlarının Kıyı Planlaması ve Yönetimine Yönelik Değerlendirilmesi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2), 169-178.
- Aydınözü, D. (2004). Side'nin Turizm Potansiyeli. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 24(1), 81-97.
- Bulut İ., Sevindi C., Zaman M., Kaya G. (2005). Türkiye'nin Tanıtılmamış Doğal Güzelliklerine Yeni Bir Örnek; Ciro Çağlayanı (Yusufeli-Artvin), Türk Coğrafya Sempozyumu, İstanbul, 28-29 Eylül 2005, Cilt.1,12-18.
- Doğanay, H., Zaman S. (2013). Türkiye Turizm Coğrafyası. Pegem Akademi (Güncellenmiş 4. Baskı), Ankara.

- Özgüç, N. (2010). Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 2, 259-277.
- Sarı, C. (2008). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları, Planlama Yaklaşımları ve Öneriler. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 8, 12-45.
- Sarı, C. (2014). Bir Turizm Coğrafyası Araştırması: Antalya Turizminin Son On Yılı, Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı 4-6 Haziran 2014, 107-116
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.kultur.gov.tr> – 27.02.2016
- TÜSİAD. (2012). Sürdürülebilir Turizm. İstanbul, <http://tusiad.org>
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr>- 23.02.2016
- Yıldız, Z., Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. Yerel Siyaset Dergisi, Sayı 35, 42-44.